

SKRIPSI
DIPLOMASI KOPI INDONESIA DALAM KERJA SAMA DENGAN
PEMERINTAH MESIR TAHUN 2019 – 2022



DELICIA GRACIELLA
1910521014

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

2023

SKRIPSI

DIPLOMASI KOPI INDONESIA DALAM KERJA SAMA DENGAN PEMERINTAH MESIR TAHUN 2019 – 2022



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

**DELICIA GRACIELLA
1910521014**

PROGRAM STUDI ILMU HUBUNGAN INTERNASIONAL

FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU-ILMU SOSIAL

UNIVERSITAS FAJAR

MAKASSAR

2023

SKRIPSI

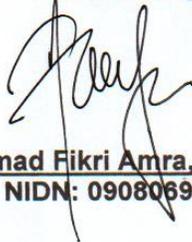
DIPLOMASI KOPI INDONESIA DALAM KERJASAMA DENGAN PEMERINTAH MESIR TAHUN 2019 - 2022

disusun dan diajukan oleh

DELICIA GRACIELLA
1910521014

telah diperiksa dan disetujui untuk diseminarkan

Makassar, 20 Agustus 2023
Pembimbing,



Muhammad Fikri Amra, S.IP., M.H.I.
NIDN: 0908069301

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



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

SKRIPSI

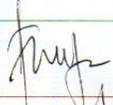
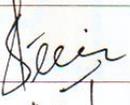
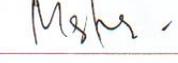
DIPLOMASI KOPI INDONESIA DALAM KERJA SAMA DENGAN PEMERINTAH MESIR TAHUN 2019 - 2022

disusun dan diajukan oleh

DELICIA GRACIELLA
1910521014

Telah dipertahankan dalam sidang ujian skripsi
pada tanggal **29 AGUSTUS 2023** dan
dinyatakan telah memenuhi syarat kelulusan

Menyetujui,
TIM PENGUJI

No	Nama Dosen	Jabatan	Tanda Tangan
1.	Muhammad Fikri Amra, S.IP., M.H.I NIDN: 0908069301	Ketua	1. 
2.	Achmad, S.IP., M.Si. NIDN: 0919047402	Anggota	2. 
3.	Dr. Syamsul Asri, S.IP., M.Fil.I. NIDN: 0926028502	Anggota	3. 
4.	Andi Meganingratna, S.IP., M.Si. NIDN: 0931108002	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 : Delicia Graciella

NIM : 1910521014

Program Studi : Ilmu Hubungan Internasional

Dengan ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi yang berjudul **“Diplomasi Kopi Indonesia Dalam Kerja Sama Dengan Pemerintah Mesir Tahun 2019 – 2022”** 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 di kemudian hari ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur plagiasi, 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, 14 Oktober 2023

Yang membuat pernyataan,



Delicia Graciella

PRAKATA

Puji syukur kepada Tuhan Yesus atas kasih dan hikmatNya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “**Diplomasi Kopi Indonesia Dalam Kerja Sama Dengan Pemerintah Mesir Tahun 2019 – 2022**” yang merupakan tugas akhir untuk mendapatkan gelar Sarjana Hubungan Internasional (S.H.Int.) pada Program Studi Ilmu Hubungan Internasional Fakultas Ekonomi dan Ilmu-ilmu Sosial Universitas Fajar.

Saya pun tidak dapat menyelesaikan skripsi ini sendiri tanpa bantuan dan dukungan dari pihak-pihak yang selalu ada untuk saya, dan oleh sebab itu saya ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sedalam-dalamnya :

- 1) Teruntuk Papa dan Mama, yang selalu merayakan pencapaian kecil saya dengan cinta dan selalu berusaha memberikan yang terbaik, juga tak usai memberi dukungan dalam bentuk materi dan moral.
- 2) Kepada Bapak Muhammad Fikri Amra, S.IP., M.H.I. selaku Dosen Pembimbing Skripsi, terima kasih atas semua waktu, tenaga, dan usaha bapak dalam membantu saya menyelesaikan skripsi ini dan terima kasih juga untuk seluruh Bapak/Ibu Dosen dan Staff Prodi Hubungan Internasional Universitas Fajar atas segala ilmu yang telah diberikan selama perkuliahan.
- 3) Dely Yesica, yang menjadi penolong dan tempat nyaman untuk berbagi, terima kasih untuk semua afeksi yang diberikan *through my ups and downs*.
- 4) Angela Ekaristy, Delvia Christine, Ismail, Maureen Weismann, Meira Fenderissa, dan Novia Pratama, terima kasih telah menemani, membantu, dan menjadi badut untuk saya sejak 2019, *i couldn't survive Makassar without you guys!*
- 5) Opa dan Oma terima kasih banyak telah menemani dan mengurus saya selama berada dikota ini, dan terima kasih untuk seluruh keluarga besar baik Kakek, Nenek, Om, Tante, Kakak, dan Adik yang mendoakan, mendukung, dan menyayangi saya selama ini.
- 6) Adikku Ni Luh Serafielle Jacob, Allycia Annelice Djadi, Rygatra Misael Jacob, penghibur yang selalu berteriak kegirangan ketika bertemu dengan saya dan menjadi teman bermain dikala suntuknya dunia perkuliahan.

- 7) Bapak dan Ibu Gembala beserta seluruh jemaat Gereja Kebangunan Kalam Allah Indonesia (GKKAI) Cab. Nunukan, juga Bapak dan Ibu Gembala beserta seluruh jemaat Gereja Kristen Menara Injil Indonesia (GKMII) Makassar atas perhatian, kasih, dan doanya untuk saya.
- 8) Teman-teman D19TIV, *see you guys on top!*
- 9) Untuk setiap *coffee shop* dan kafe yang telah menjadi tempat singgah juga memberikan inspirasi bagi saya dalam mengerjakan skripsi.
- 10) *And dearest Delicia Graciella, look! you did it!*

Saya menyadari bahwa skripsi ini jauh dari sempurna. Demi perbaikan selanjutnya, saran dan kritik yang membangun akan penulis terima dengan senang hati. Semoga penelitian ini dapat bermanfaat khususnya bagi penulis dan bagi semua pembaca.

Makassar, 14 Oktober 2023

Delicia Graciella

ABSTRAK

Diplomasi Kopi Indonesia Dalam Kerjasama Dengan Pemerintah Mesir Tahun 2019 – 2022

Delicia Graciella
Muhammad Fikri Amra

Kerjasama Indonesia dengan Mesir terhitung yang paling tua dan bersejarah dibanding negara-negara lain dan kedua negara ini pun telah banyak melakukan kerjasama dalam berbagai bidang sehingga, melalui diplomasi kopi dapat menjadi salah satu aspek dalam kerangka hubungan diplomatik yang lebih luas antar kedua negara ini. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi diplomasi kopi yang digunakan antar Indonesia – Mesir dan apa keuntungan dari diplomasi kopi bagi Indonesia dari tahun 2019 hingga tahun 2022. Diplomasi kopi yang menginterpretasikan teori diplomasi publik dengan konsep *nation branding* dan kerjasama bilateral digunakan untuk menjelaskan bahwa industri kopi memiliki potensi besar dan dapat menjadi alasan untuk menjalin diplomasi dengan negara lain. Melalui penelitian ini, diharapkan dapat menjadi tambahan studi kasus yang relevan dalam hubungan internasional, khususnya mengenai diplomasi kopi yang merupakan gaya baru dalam berdiplomasi dengan menggunakan kopi sebagai instrumen utamanya. Diplomasi kopi adalah praktik negosiasi dan komunikasi yang terjalin antara dua negara yang bertujuan mencapai tujuan politik luar negeri dan kepentingan nasional suatu negara melalui ekspor komoditas biji kopi. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dan metode kepustakaan serta analisis data menggunakan teknik analisis konten.

Kata Kunci : Diplomasi, Kopi, Nation Branding, Publik

ABSTRACT

Indonesia Coffee Diplomacy In Cooperation With the Egyptian Government of 2019 - 2022

**Delicia Graciella
Muhammad Fikri Amra**

Indonesia's cooperation with Egypt is the oldest and most historic compared to other countries and the two countries have also cooperated in various fields so that, through coffee diplomacy can be one aspect in the framework of broader diplomatic relations between the two countries. This research aims to find out how coffee diplomacy strategies are used between Indonesia - Egypt and what are the benefits of coffee diplomacy for Indonesia from 2019 to 2022. Coffee diplomacy that interprets the theory of public diplomacy with the concept of nation branding and bilateral cooperation is used to explain that the coffee industry has great potential and can be a reason to establish diplomacy with other countries. Through this research, hoped that it can be an additional relevant case study in International Relations, especially regarding coffee diplomacy as a new style of diplomacy using coffee as its main instrument. Coffee diplomacy is the practice of negotiation and communication between two countries aimed at achieving foreign policy goals and national interests of a country through the export of coffee bean commodities. This research uses descriptive qualitative methods and literature methods and data analysis using content analysis techniques.

Keywords: Coffee, Diplomacy, Nation Branding, Public

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	v
PRAKATA.....	vi
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT.....	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian dan Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Diplomasi Publik.....	7
2.2 <i>Nation Branding</i>	10
2.3 Kerja Sama Bilateral.....	15
BAB III METODE PENELITIAN.....	22
3.1 Rancangan Penelitian	22
3.2 Kehadiran Penelitian	22
3.3 Lokasi Penelitian	23
3.4 Sumber Data	23
3.5 Teknik Pengumpulan Data	23
3.6 Analisis Data	24
3.7 Pengecekan Validitas Data	24
3.8 Tahap - Tahap Penelitian	25
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	27
4.1 Strategi Diplomasi Kopi Indonesia dan Mesir	27
4.2 Keuntungan Diplomasi Kopi Dengan Mesir Bagi Indonesia	45
4.2.1 Bidang Ekonomi.....	47
4.2.2 Bidang Politik.....	54

4.2.3 Bidang Sosial dan Budaya	57
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	64
5.1 Kesimpulan	65
5.2 Saran	65
DAFTAR PUSTAKA.....	67

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	Indikator Volume Ekspor.....	49
Tabel 4.2	Indikator Pendapatan Ekspor.....	49

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia dan Mesir terbilang sebagai negara kembar namun tak serupa. Beberapa kajian dari pengamat internasional telah mengungkapkan bahwa ada kemiripan corak negara antara Indonesia dan Mesir¹. Hal ini dilihat dari berbagai aspek antara lain dinamika pola sistem pemerintahan, tipologi kelas, dan ideologi masyarakat, relasi antara negara dan rakyat, hingga relasi antara sipil dan militer pun dimaknai memiliki corak yang hampir sama.

Kerja sama Indonesia dengan Mesir terbilang yang paling tua dan bersejarah dibanding negara-negara lain². Hal ini dibuktikan dengan sudah terbinanya hubungan yang baik dengan Mesir pada era pra-kemerdekaan Indonesia dan diperkuat dengan adanya dukungan dari Mesir atas kemerdekaan Indonesia. Selain itu, relasi antar kedua negara semakin muncul ditandai dengan adanya komitmen yang tinggi dalam kerangka perjuangan negara Asia-Afrika dan Gerakan Non-Blok³, hingga jalinan kerja sama yang lebih intensif pun terbangun seiring terbukanya berbagai sektor baru. Bukan hanya kerja sama dalam level *high politic* seperti hubungan diplomatik dan ekonomi, namun juga kerja sama pada wilayah *low politic* seperti promosi budaya

¹Banteninfo. (2016). Analisa Dinamika Hubungan Indonesia dan Mesir dan Prospek Kepentingan Nasional Indonesia. <https://banteninfo.com/analisa-dinamika-hubungan-indonesia-mesir-dan-prospek-kepentingan-nasional-indonesia/>

²Ibid.

³Kemlu. (2019). Sejarah Hubungan Indonesia Mesir. <https://kemlu.go.id/cairo/id/read/sejarah-hubungan-indonesia-mesir/1900/etc-menu>

antar negara yang hingga kini terus dilakukan. Dari realitas sosial yang cenderung sama inilah yang menjadi alasan kuat terdapatnya kedekatan emosional antar kedua negara hingga saat ini. Indonesia dan Mesir menjalin hubungan diplomatik yang kuat sejak lama dan juga kedua negara ini memiliki hubungan bilateral yang luas dalam berbagai bidang, termasuk perdagangan. Sehingga, diplomasi kopi menjadi salah satu aspek yang diperkuat dalam kerangka hubungan diplomatik yang lebih luas antar kedua negara ini.

Sebagai warga negara Indonesia, kita tentu sudah sangat paham bahwa Indonesia memiliki banyak sekali ragam sumber daya alam yang jumlahnya sangat melimpah. Tak mengherankan jika pada zaman dahulu banyak negara lain datang mengunjungi Indonesia untuk mengambil kekayaan alam dari negeri ini. Kondisi alam dan letak geografis Indonesia yang sangat strategis, ditambah dengan iklim yang tropis yang dimiliki, membuat sumber daya alam di Indonesia semakin mudah untuk dibudidayakan oleh masyarakat Indonesia itu sendiri.

Dari antara banyak sekali kekayaan alam yang dihasilkan oleh negeri ini, biji kopi merupakan salah satu sumber daya alam di Indonesia yang memiliki kualitas sangat bagus yang mana kualitas biji kopi di Indonesia ini tak mudah ditemukan dinegara lain⁴. Kopi yang dihasilkan merupakan salah satu komoditas yang menjadi unggulan di Indonesia dan menjadikan kopi memiliki peluang pasar yang sangat menguntungkan baik dalam lingkup regional bahkan sampai lingkup internasional. Bahkan, kopi yang dibudidayakan dan diekspor dari Indonesia saat ini menempati peringkat keempat terbesar di dunia dari segi hasil produksi sebanyak 648.000 ton,

⁴Mulyani. A. (2019). Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Produktivitas Kopi Robusta Terhadap Peningkatan Pendapatan Ekonomi Dalam Perspektif Ekonomi Islam. Hal.6 <http://repository.radenintan.ac.id/7404/>

setelah Brazil, Vietnam, dan Kolombia⁵.

Dari sekian banyak negara yang menjadi tujuan ekspor komoditas kopi dari Indonesia, saya memilih untuk meneliti diplomasi kopi yang dilakukan antar negara Indonesia dengan Mesir dikarenakan eksistensi hubungan bilateral antara Indonesia dan Mesir yang kiranya tak patut untuk diragukan dan disamping itu, Indonesia dan Mesir memiliki sejarah panjang dalam produksi kopi. Indonesia sebagai salah satu produsen kopi terbesar di dunia, terkenal dengan jenis kopi arabika dan robusta yang berkualitas tinggi. Sementara itu, Mesir telah lama menjadi pengimpor kopi dan terkenal dengan tradisi minum kopi yang kaya⁶.

Dikenalnya kopi Indonesia di Mesir ini berawal pada abad ke-17 ketika Belanda menguasai koloni di Indonesia termasuk wilayah-wilayah di mana kopi Arabika mulai ditanam seperti Jawa, Sumatera, dan Sulawesi lalu mereka mengembangkan produksi kopi di Indonesia dan memperkenalkannya ke pasar internasional termasuk Mesir, yang merupakan negara yang terkenal dengan budaya minum kopinya sehingga menjadikannya tujuan perdagangan penting di Timur Tengah⁷. Oleh sebab itu, kopi Indonesia pun dikenal karena keanekaragaman varietas dan cita rasanya yang kaya seperti kopi arabika khususnya biji kopi Mandheling dari Sumatera dan kopi Toraja dari Sulawesi yang memiliki reputasi sangat baik di pasar global negara Mesir⁸ dan keunggulan kualitas inilah yang memberikan Indonesia posisi menguntungkan dalam menjual kopi kepada konsumen

⁵Ibid.

⁶Ibid.

⁷Mengenal Tanaman Kopi Arabika. (2018). Diperpa Badung. <https://diperpa.badungkab.go.id/Artikel/18069-mengenal-tanaman-kopi-arabika>

⁸Andryanto, S. D. (2021). 6 Varian Kopi Indonesia Legenda di Pasar Dunia, Kopi Gayo Sampai Kopi Kintamani. Tempo. <https://travel.tempo.co/read/1451033/6-variankopi-indonesia-legendadi-pasar-dunia-kopi-gayo-sampai-kopi-kintamani>

Mesir yang cerdas dan sadar akan kualitas biji kopi.

Bahkan, banyak kedai kopi di Mesir yang menyajikan kopi dengan menggunakan biji kopi dari Indonesia serta menjual juga biji kopi tersebut. Salah satunya adalah Bahnasawy *Coffee*, sebuah kedai yang terletak di Distrik Nasr City, Kairo, dan telah memiliki lima cabang di kota tersebut. Kedai ini telah menjadi salah satu tujuan favorit penduduk Kairo untuk berkumpul, terutama karena di Bahnasawy menghadirkan kopi asal Indonesia. Selain minuman, Bahnasawy juga menjual bubuk kopi asli dari Indonesia. Dapat dilihat, bahwa ini menjadi bukti bahwa memang biji kopi dari Indonesia memiliki kualitas yang sangat bagus dan sangat digemari oleh masyarakat Mesir⁹.

Kopi juga berpotensi untuk mempengaruhi faktor - faktor emosional yang berkaitan dengan sosial budaya sebuah negara dalam mengambil keputusan atau kebijakan. Dalam hal ini, Indonesia melihat adanya peluang dan memanfaatkan kapasitasnya sebagai negara dengan tingkat produksi kopi yang tinggi dan beragam varietasnya. Selain itu, Indonesia juga melihat kultur masyarakat Mesir yang memaknai kopi secara istimewa dan masyarakat Mesir yang sangat suka meminum kopi oleh sebab itu, permintaan ekspor kopi yang tinggi ini menciptakan peluang bagi Indonesia sebagai salah satu produsen kopi terbesar untuk memasok kopi berkualitas ke pasar Mesir.

Demikianlah diplomasi kopi hadir sebagai bentuk kebaruaran dalam diplomasi internasional yang diteliti dalam skripsi ini. Melalui diplomasi kopi, hubungan antar negara dapat ditingkatkan dan masalah-masalah kompleks dapat

⁹Rahman, M. A. (2021). Warga Mesir Semakin Gemari Kopi Indonesia. Kompas. <https://www.kompas.id/baca/internasional/2021/04/26/warga-mesir-semakin-gemari-kopi-indonesia>

diselesaikan dengan pendekatan yang lebih santai dan informal serta dapat menunjukkan potensi besar diplomasi kopi dalam menciptakan iklim yang lebih kondusif bagi kerja sama antar negara, menjembatani perbedaan, dan membangun *mutual trust* di antara berbagai pihak yang terlibat.

Melalui diplomasi kopi dengan Mesir, Indonesia dapat mencapai tujuan politik luar negeri dan kepentingan nasionalnya dengan mengeksport komoditas biji kopi sebagai alat diplomasi yang mana Indonesia juga dapat memperkenalkan produk unggulan kopinya dalam skala internasional serta dapat meningkatkan perekonomian dan berpotensi menjadi peluang bagi Indonesia dan Mesir menciptakan berbagai kerja sama lainnya yang tak hanya dalam bidang ekspor komoditas biji kopi saja. Selain itu, melalui diplomasi kopi Indonesia dapat terus menjaga hubungan bilateralnya dengan Mesir yang telah terjalin sejak lama.

1.2 Fokus Penelitian dan Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, ditemukan beberapa rumusan masalah, yaitu:

1. Bagaimana strategi yang dilakukan Indonesia terhadap terkait diplomasi kopi dengan Mesir ?
2. Apa keuntungan yang diperoleh bagi pemerintah Indonesia dari diplomasi kopi yang dilakukan dengan Mesir ?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui bagaimana strategi

diplomasi yang digunakan antar Indonesia – Mesir dalam mengekspor komoditas biji kopi dan untuk mengetahui apa keuntungan diplomasi kopi ini bagi Indonesia.

1.4 Manfaat Penelitian

Melalui penelitian ini, ada beberapa manfaat yang diharapkan berguna bagi penulis dan pembaca, yaitu:

- Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan baru mengenai diplomasi kopi yang sering kali tidak diketahui khalayak umum.
- Penelitian ini diharapkan dapat menambah studi kasus baru dalam Hubungan Internasional yaitu mengenai diplomasi kopi yang menerapkan teori diplomasi publik dengan menerapkan konsep *nation branding* dan strategi *soft power*.
- Penelitian ini juga diharapkan dapat memberi *insight* dalam lingkup internasional bahwa industri kopi memiliki potensi besar dan bisa menjadi alasan untuk melakukan diplomasi dengan negara lain.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Diplomasi Publik

Diplomasi publik merupakan salah satu instrumen penting dalam penerapan konsep *soft power*, dan hal ini telah diakui dalam praktik diplomasi jauh sebelum perdebatan kontemporer mengenai diplomasi publik. Menurut Jan Melissen seorang ahli dalam studi diplomasi publik menegaskan bahwa diplomasi publik merupakan praktik yang menghubungkan pemerintah dengan masyarakat melalui komunikasi terstruktur dan bertarget¹⁰.

Bruce Gregory dalam artikelnya "*Public Diplomacy : The Sunrise of an Academic Field*" mengatakan bahwa diplomasi publik juga merupakan alat politik yang digunakan oleh negara untuk berinteraksi dengan aktor baik negara maupun non-negara yang memiliki tujuan untuk memahami budaya, perilaku, dan mengelola hubungan dengan cara yang memengaruhi pendapat dan tindakan untuk mencapai kepentingan tertentu¹¹.

Selanjutnya Jay Wang dalam jurnalnya yang berjudul "*Public Diplomacy and Global Business*" mengemukakan bahwa diplomasi publik mempunyai tiga tujuan utama yaitu (1) mempromosikan tujuan dan kebijakan negara, (2) bentuk komunikasi

¹⁰Melissen, J. (2005). The New Public Diplomacy Soft Power in International Relations. Palavagre Maccilan. Hlm 100. https://culturaldiplomacy.org/academy/pdf/research/books/soft_power/The_New_Public_Diplomacy.pdf

¹¹Gregory, B. (2008). Public Diplomacy: Sunrise of an Academic Field. The Annals of the American Academy of Political and Social Science, 616, 274–290. <http://www.jstor.org/stable/25098004>

nilai dan sikap, serta (3) sebagai sarana untuk meningkatkan pemahaman bersama dan *mutual trust* antara negara dan masyarakat¹².

Dalam penerapannya, diplomasi publik menurut Philip Fiske de Gouveia dalam artikelnya memiliki beberapa impact, yaitu: (1) diplomasi publik memiliki efek jangka panjang terhadap tujuan-tujuan politik luar negeri, (2) diplomasi publik dapat meningkatkan ekspor suatu negara dan investasi asing, yang mana hal ini biasa terjadi pada negara-negara berkembang, (3) menunjukkan eksistensi bagi negara-negara yang memiliki power lemah di tataran dunia, (4) membantu beberapa negara untuk mengartikulasi identitas nasionalnya, (5) sebagai bentuk komitmen suatu negara atas situasi dunia yang stabil dan tata dunia multilateral yang damai¹³.

Dari definisi-definisi dari para ahli di atas, terdapat beberapa persamaan dalam konteks diplomasi publik, bahwa diplomasi publik adalah praktik yang menghubungkan pemerintah dengan masyarakat melalui komunikasi yang terstruktur dan tertarget. Ini mencerminkan upaya untuk membangun jembatan antara negara dan warganya dengan mengedepankan komunikasi yang terencana. Diplomasi publik juga berfungsi sebagai alat politik yang digunakan oleh negara untuk berinteraksi dengan berbagai aktor, termasuk baik yang berasal dari dalam negeri maupun luar negeri. Tujuannya bukan hanya sekadar berkomunikasi, tetapi juga untuk memahami budaya, perilaku, dan mengelola hubungan dengan cara yang dapat memengaruhi pendapat dan tindakan aktor-aktor tersebut demi mencapai kepentingan tertentu. Adapun tujuan

¹²Wang, J. (2006) Public Diplomacy and Global Business. *The Journal of Business Strategy* 27(3), Hlm 43-58.
<https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/02756660610663826/full/html>

¹³De Gouveia, P.F. (2006) The Future of Public Diplomacy. In: J. Noya (ed). *The Present and Future of Public Diplomacy: A European Perspective*, 6/.../2006, Working Paper 2006/6 from The 2006 Madrid Conference on Public Diplomacy <https://journal.unair.ac.id/MKP@diplomasi-publik-dalam-politik-luar-negeri-article-3016-media-15-category-8.html>

utama diplomasi publik untuk mempromosikan tujuan dan kebijakan negara, bentuk komunikasi nilai dan sikap, dan sebagai sarana untuk meningkatkan pemahaman bersama dan kepercayaan mutual antara negara dan masyarakat. Ini menegaskan bahwa diplomasi publik bukan hanya tentang komunikasi, tetapi juga tentang membangun hubungan yang berkelanjutan dan memengaruhi pandangan orang terhadap negara.

Dalam penelitian sebelumnya oleh Anak Agung Mia Intentilia yang berjudul *“Foreign Policy, Public Diplomacy, and Social Media: Observing Indonesian Missions Practices”*, partisipasi Indonesia di London Coffee Festival 2022 dengan melibatkan

UMKM penghasil kopi seperti Bali Arabika Kintamani, Kopi Kamigayo, dan Kopi

Pesantren Darul Mursyid di Tapanuli Selatan adalah sebuah contoh nyata dari diplomasi publik yang melibatkan masyarakat dalam prosesnya. Dalam kasus ini, Indonesia menggunakan kopi sebagai alat untuk memperkenalkan budaya dan kualitas produk Indonesia kepada dunia dan yang lebih penting, melibatkan masyarakat local khususnya UMKM penghasil kopi secara langsung dalam diplomasi publik karena mereka menjadi perwakilan kecil dari Indonesia yang berbicara tentang budaya, tradisi, dan upaya bersama dalam menciptakan produk berkualitas¹⁴. Dalam penelitian ini pun, pemerintah Indonesia melibatkan diaspora dalam proses diplomasi kopi dengan Mesir.

Penelitian selanjutnya *“The Foods of the Worlds: Mapping and Comparing Contemporary Gastrodiplomacy Campaigns”* oleh Juyan Zhang membahas mengenai Korea Selatan membuka gerai dan kedai kopi di *landmark* Beijing, *World Trade Center*, yang menyajikan kopi khas Korea Selatan. Melalui kedai kopi ini, Korea Selatan tidak

¹⁴Intentilia, A. A. M. (2022). Foreign Policy, Public Diplomacy, and Social Media: Observing Indonesian Missions Practices. *Nation State: Journal of International Studies*, Vol. 6(1), 11. https://www.researchgate.net/publication/371988546_Foreign_Policy_Public_Diplomacy_and_Social_Media_Observing_Indonesian_Missions_Practices

hanya memperkenalkan produknya, tetapi juga meningkatkan perekonomian negaranya melalui komoditas alam¹⁵. Selaras dengan yang dilakukan oleh Korea Selatan, Indonesia melalui diplomasi kopi bertujuan untuk meningkatkan perekonomian negara melalui ekspor kopi ke Mesir. Dengan demikian, penerapan diplomasi publik dalam konteks diplomasi kopi antara Indonesia dan Mesir ini diharapkan dapat menjadi kebaruaran yang menjelaskan bagaimana keterlibatan aktor non-negara yang juga bisa mengambil peran dalam proses diplomasi khususnya melalui diplomasi kopi.

2.2 Nation Branding

Salah satu konsep yang terdapat pada diplomasi publik yaitu “*nation branding*”. Konsep ini melibatkan pembentukan *branding* yang kuat untuk mempromosikan persepsi positif dari suatu negara untuk diperlihatkan ke masyarakat internasional yang dengan hal ini, suatu negara dapat membangun identitas nasional yang kuat dan menonjolkan keunggulan ataupun prestasi melalui komoditas alam, teknologi, hingga sumber daya manusia, dan sebagainya, dengan tujuan untuk membentuk *branding* positif yang mana ini merupakan suatu hal yang sangat penting dalam diplomasi publik.

Dalam jurnalnya yang berjudul “*Public Diplomacy and Place Branding: Where’s the Link*”, Simon Anholt menjelaskan bahwa *nation branding* adalah salah satu komponen dari diplomasi publik. Namun diplomasi publik hanya menekankan satu aspek yaitu berfokus pada bagaimana cara kebijakan pemerintah untuk

¹⁵Z, J. (2015). The Foods of the Worlds: Mapping and Comparing Contemporary Gastrodiplomacy Campaigns. *International Journal of Communication*, 9(2015), 15. <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/2847/1316>

dikomunikasikan kepada masyarakat luar negeri. Sedangkan, *nation branding* lebih berfokus pada cara negara secara keseluruhan memperlihatkan dirinya di mata negara lain, dan *nation branding* berusaha untuk mengatur berbagai elemen seperti kebijakan, masyarakat, budaya, produk, pariwisata, promosi perdagangan, investasi, dan lain sebagainya secara harmonis.¹⁶

Nation branding melibatkan penentuan nilai-nilai, simbol, budaya, sejarah, dan ciri khas lainnya yang mewakili suatu negara. Identitas nasional ini kemudian digunakan untuk membangun pesan dan narasi yang konsisten dalam menjalin komunikasi di lingkup internasional. Melalui *nation branding*, diplomat, dan perwakilan negara dapat berperan sebagai duta yang mempromosikan citra positif negara mereka melalui pertemuan bilateral, seminar, acara budaya, atau presentasi publik, dan dapat menjadi bagian integral dari misi diplomatik suatu negara.¹⁷

Nation branding dalam diplomasi publik juga terkait dengan upaya untuk mempromosikan hasil sumber daya alam untuk meningkatkan ekonomi suatu negara dengan cara, mengkomunikasikan keunggulan komoditas yang dimiliki sehingga dapat berpotensi menarik minat dan perhatian masyarakat internasional untuk berinvestasi sehingga dapat meningkatkan perekonomian suatu negara. Juga dengan membangun citra positif, negara dapat memperoleh kepercayaan dan keinginan untuk menjalin kemitraan dengan negara lain dalam berbagai bidang, seperti perdagangan, budaya, pendidikan, dan melalui *nation branding* suatu negara dapat mendukung upaya membangun hubungan dan kerja sama antara negara

¹⁶Anholt, S. (2006) Public Diplomacy and Place Branding: Where's the Link. *Journal of Communication Management* 2 (4), p. 271-276.
<https://link.springer.com/article/10.1057/palgrave.pb.6000040>

¹⁷Ibid.

dengan masyarakat internasional.¹⁸

Selanjutnya, dalam jurnal "*Nation Branding Effects On Retrospective Global Evaluation Of Past Travel Experiences*", Nikolva dan Hassan mengemukakan bahwa *nation branding* juga adalah tentang membangun keunggulan berkelanjutan¹⁹. Adapun tujuan dari *nation branding* menurut Lianti Rahardjo dalam artikelnya "*Do We Need Nation Branding?*" berpendapat bahwa tujuan dari *nation branding* adalah untuk meningkatkan citra sebuah negara di mata masyarakat global. Ini melibatkan upaya untuk mempromosikan citra positif negara tersebut, mengkomunikasikan nilai-nilai budaya, prestasi, dan sumber daya yang dimilikinya kepada dunia luar. Dengan cara ini, negara dapat menciptakan banyak manfaat, termasuk peningkatan investasi, peningkatan jumlah turis yang datang, penciptaan lapangan kerja bagi warganya, serta peningkatan volume ekspor produk dan jasa nasional.²⁰

Berdasarkan definisi dari para ahli di atas, bahwa walaupun *nation branding* adalah komponen dari diplomasi publik, namun dalam cakupannya diplomasi publik berfokus pada proses komunikasi sedangkan *nation branding* cakupannya lebih luas karena berfokus pada bagaimana membangun citra positif dan identitas yang kuat untuk sebuah negara di mata masyarakat internasional. Ini melibatkan lebih dari sekadar komunikasi kebijakan; melibatkan berbagai elemen, termasuk budaya, produk, pariwisata, promosi perdagangan, investasi, dan faktor-faktor lain yang menciptakan citra dan identitas negara tersebut. *Nation branding* adalah upaya

¹⁸Ibid.

¹⁹Nikolova, M.S. and Hassan, S.S. (2013), "Nation Branding Effects On Retrospective Global Evaluation Of Past Travel Experiences", *Journal of Business Research*, Vol. 66 No. 6, pp. 752-758. https://www.academia.edu/15726539/Nation_branding_effects_on_retrospective_global_evaluation_of_past_travel_experiences

²⁰Rahardjo, L. (2010). *Do We Really Need Nation Branding*. <https://www.marketeers.com/indonesia-do-we-really-need-nation-branding-3/>

jangka panjang untuk menciptakan citra yang kuat dan positif tentang negara tersebut.

Dalam penelitian sebelumnya “*Nation Branding Kopi Arabika Kintamani (Studi Kasus: Kopi Gunung Catur, Desa Catur, Kintamani, Bangli)*” oleh Ni Wayan Rainy Priadarsini Sukiada dan Anak Agung Ayu Intan Parameswari, membahas upaya ekspor ke Jepang menjadi salah satu strategi penting dalam mempromosikan citra positif Indonesia di mata dunia yang memperlihatkan bagaimana kopi Arabika Kintamani dengan keunikan dan kualitasnya yang istimewa menjadi jembatan untuk membangun hubungan erat antara kedua negara²¹. Demikian juga dalam diplomasi kopi antara Indonesia dan Mesir, ekspor kopi menjadi alat yang efektif untuk memperkuat citra positif Indonesia di mata dunia dan membangun hubungan bilateral erat dengan negara yang menjadi mitra.

Penelitian selanjutnya oleh Desy Fatma Sari dengan judul “Upaya Pemerintah Dalam Membangun *Brand Image* Indonesia Melalui Kopi”, Indonesia mempromosikan kopi Nusantara di Amerika Serikat dengan menggelar pameran Asosiasi Kopi Spesial Amerika (SCAA) yang mengusung tema kopi²². Penelitian ini juga turut membahas mengenai strategi promosi kopi melalui pameran yang berkaitan dengan kopi.

Dalam artikelnya, Sophiana Widiastutie, Chusnu Syarifa Diah Kusuma, Ari Pradhanawati, Mustofa Agung Sardjon yaitu “Diplomasi Kopi Indonesia di Kanc

²¹Ni Wayan Rainy Priadarsini Sukiada, A. A. A. I. P. (2020). Nation Branding Kopi Arabika Kintamani (Studi Kasus: Kopi Gunung Catur, Desa Catur, Kintamani, Bangli). SOCA: Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian, 14 (1), 180–193. <https://doaj.org/article/52ea92fac9b64021a1e67ee71011354b>

²²Sari, D. F. (2021). Upaya Pemerintah Dalam Membangun Brand Image Indonesia Melalui Kopi. Hlm 5-7. <https://dspace.uui.ac.id/bitstream/handle/123456789/34038/14323092%20Desy%20Fatma%20Sari.pdf>

Dunia”, diplomasi kopi Indonesia merupakan sebuah upaya *nation branding* yang bertujuan untuk membentuk citra nasional yang positif terhadap Indonesia, yang dapat memberikan keuntungan baik dalam ekonomi, politik, serta sosial dan budaya Indonesia²³. Dengan demikian, diplomasi kopi antara Indonesia dan Mesir pun turut menciptakan keuntungan baik dalam ekonomi, politik, serta sosial dan budaya Indonesia.

Meningkatkan citra positif, negara-negara berupaya untuk memaksimalkan potensi pertumbuhan ekonomi bahkan meningkatkan hubungan diplomasi dengan negara-negara lain. Berbagai manfaat potensial yang lebih luas juga dapat diperoleh melalui *nation branding* selain untuk menarik wisatawan, merangsang investasi ke dalam dan meningkatkan ekspor, namun adapun tujuan lain dari *nation branding* yaitu dapat meningkatkan stabilitas mata uang negara, membantu memulihkan kredibilitas internasional dan kepercayaan investor yang berinvestasi pada suatu negara, meningkatkan pengaruh politik internasional, menstimulasi kemitraan internasional yang lebih kuat, dan meningkatkan pembangunan bangsa (dengan memupuk rasa percaya diri, kebanggaan, keharmonisan, ambisi, dan tekad nasional).²⁴

Meskipun secara historis *nation branding* dikaitkan dengan produk dan perusahaan, namun teknik-teknik *branding* dapat diterapkan pada setiap bidang komunikasi massa maupun melalui para pemimpin politik²⁵, dalam hal ini hubungan diplomatik yang terjalin antar Indonesia dan Mesir memainkan peran penting dalam menciptakan hubungan diplomatik yang baik. Selain itu, negara yang tidak

²³Sophiana Widiastutie, Chusnu Syarifa Diah Kusuma, Ari Pradhanawati, M. A. S. (2022). Diplomasi Kopi Indonesia di Kancah Dunia. *Indonesian Perspective*, 7(2), 180–204. <https://ejournal.undip.ac.id/index.php /ip/article/view/50778>

²⁴Temporal, P. (2014). *Branding for the Public Sector: Creating, Building and Managing Brands People will Value*. Wiley. Hlm 67-69.

²⁵Ibid.

membangun reputasi mereka cenderung sulit untuk menarik perhatian ekonomi dan politik dari publik internasional. Adapun negara yang membangun reputasinya dengan bijaksana dapat membuat negara tersebut memiliki keunggulan kompetitif dibandingkan negara lain yang tidak memperdulikan reputasi atau *branding* dari negaranya. *Nation branding* juga memungkinkan negara tersebut untuk memposisikan diri secara lebih baik di mata publik internasional terlebih dimata negara yang telah menjadi target.²⁶

2.3 Kerja Sama Bilateral

Hubungan bilateral adalah jenis hubungan yang melibatkan dua pihak. Menurut Arie Richie, hubungan bilateral ini biasanya digunakan dalam hubungan yang hanya melibatkan dua negara dan dapat memperkuat hubungan politik, ekonomi dan sosial serta budaya antara dua negara²⁷. Sebagian besar hubungan internasional dikelola secara bilateral misalnya kesepakatan politik ekonomi, pertukaran tumpang tindih dan kunjungan antar negara.²⁸

Menurut Julia Kagan dalam artikelnya yang berjudul "*Bilateral Trade Definition and Pros & Cons of Agreements*" berpendapat bahwa kerja sama bilateral ini juga merupakan suatu pendekatan dalam hubungan internasional yang mana dua negara

²⁶D, Keith. (2008). Nation Branding (Concept, Issues, Practice). [https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=44ZjEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT11&dq=D,+Keith.+&ots=MC0qrJtYpr&sig=Zgcb5-OisH1TY178UoAHRXbWi_s&redir_esc=y#v=onepage&q=D%20Keith.%20\(2008\).%20Nation%20Branding%20\(Concept%20Issues%20Practice\).&f=false](https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=44ZjEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT11&dq=D,+Keith.+&ots=MC0qrJtYpr&sig=Zgcb5-OisH1TY178UoAHRXbWi_s&redir_esc=y#v=onepage&q=D%20Keith.%20(2008).%20Nation%20Branding%20(Concept%20Issues%20Practice).&f=false)

²⁷Reich, A. (2010). Bilateralism Versus Multilateralism In International Economic Law: Applying The Principle Of Subsidiarity. *The University Of Toronto Law Journal*, 60(2), 263–287. https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1489845

²⁸Admin BAKAI Universitas Medan Area. (2021). <https://bakai.uma.ac.id/2021/11/29/pengertian-serta-contoh-hubungan-bilateral-unilateral-multilateral/>

terlibat dalam kerja sama atau perjanjian yang melibatkan kedua belah pihak. Dalam konteks ini, kedua negara berusaha untuk mencapai tujuan bersama yang saling menguntungkan, yang dapat mencakup berbagai aspek seperti perdagangan, ekonomi, budaya, hingga politik.²⁹

Thompson dan Vandier juga menegaskan dalam artikelnya bahwa dalam kerja sama bilateral, perhatian utama tertuju pada hubungan yang terjalin antara dua negara. Kedua negara tersebut bekerja sama secara langsung dan mendalam satu sama lain, tanpa melibatkan negara-negara lain sebagai pihak ketiga dalam perjanjian atau aktivitas kerja sama sehingga negara-negara berfokus pada kepentingan bersama mereka, berbagi sumber daya, dan menjalin hubungan yang lebih erat tanpa campur tangan dari pihak luar sehingga kerja sama bilateral lebih dapat menciptakan hubungan yang lebih kuat dan lebih fokus antara dua negara³⁰.

Menurut para ahli yang telah dikemukakan di atas, hubungan bilateral terjadi antara dua negara dan dapat memperkuat hubungan politik, ekonomi, sosial, dan budaya mereka. Hubungan ini melibatkan berbagai aktivitas seperti kesepakatan politik ekonomi, pertukaran tumpang tindih, dan kunjungan antar negara. Ini mencerminkan bagaimana negara-negara secara langsung berinteraksi satu sama lain dalam kerangka kerja bilateral. Kerja sama bilateral merupakan pendekatan dalam hubungan internasional di mana dua negara bekerja sama atau membuat perjanjian yang melibatkan keduanya. Dalam hal ini, penting untuk memahami bahwa kerja sama bilateral adalah alat yang digunakan oleh negara-negara untuk mencapai tujuan bersama mereka. Serta fokus utama kerja sama bilateral adalah hubungan

²⁹Kagan, J. (2021). Bilateral Trade Definition and Pros & Cons of Agreements. *Economy Article Government and Policy*. <https://www.investopedia.com/terms/b/bilateral-trade.asp>

³⁰Thompson, A., & Verdier, D. (2014). Multilateralism, Bilateralism, and Regime Design. *International Studies Quarterly*, 58(1), 15–28. <https://www.jstor.org/stable/24017843>

yang terjalin antara dua negara tersebut. Mereka bekerja secara mendalam satu sama lain tanpa melibatkan negara-negara lain sebagai pihak ketiga. Ini memungkinkan negara-negara tersebut untuk berfokus pada kepentingan bersama, berbagi sumber daya, dan menjalin hubungan yang lebih erat. Pendekatan ini sering kali menciptakan hubungan yang lebih kuat dan lebih fokus antara dua negara yang terlibat.

Dalam penelitian *“Coffee Diplomacy In Jokowi’s Era: The Strategy Of Cultural And Economic Diplomacy Of Indonesia’s Foreign Policy”* oleh Anak Agung Mia Intenilia, pendekatan bilateral dalam diplomasi kopi memiliki pengaruh yang signifikan dalam ekonomi, dengan menciptakan peluang untuk memperluas jaringan perdagangan, meningkatkan volume ekspor produk kopi, dan memperkuat kerja sama antara negara-negara produsen dan konsumen kopi, yang pada memberikan dampak positif dalam hal pertumbuhan ekonomi³¹. Penelitian ini pun membahas keuntungan yang didapat Indonesia melalui kerja sama nya dengan pemerintah Mesir.

Selanjutnya, Hendra Manurung dalam artikelnya *“Enhancing Bilateral Cooperation: Indonesia-Russia Defense Relations”*, kerja sama bilateral antara Indonesia dan Rusia memiliki dampak politik yang signifikan melalui ekspor yang dilakukan Indonesia dan salah satunya adalah ekspor komoditas biji kopi yang melalui hal ini, dapat memperkuat hubungan kedua negara, juga mempengaruhi hubungan politik, serta menciptakan peluang kerja sama lainnya³². Dalam penelitian ini, terdapat juga keuntungan politik dan peluang kerja sama lainnya yang diperoleh Indonesia melalui diplomasi kopi dengan Mesir.

³¹Intenilia, A. A. M. (2020). Coffee Diplomacy In Jokowi’s Era: The Strategy Of Cultural And Economic Diplomacy Of Indonesia’s Foreign Policy. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 4(1), 63-81. <https://doi.org/10.38043/jids.v4i1.2273>

³²Manurung, H. (2021). Enhancing Bilateral Cooperation: Indonesia-Russia Defense Relations. *Journal of Advance in Social Sciences and Policy*, 1 (1), 1–16. <https://jassp.lppm.unila.ac.id/index.php/jassp/article/view/28>

Dalam diplomasi kopi Indonesia dan Mesir, pemahaman tentang hubungan bilateral adalah kunci. Bagaimana kedua negara ini menjalin kerja sama dan interaksi secara langsung dalam hal ekspor kopi, promosi kopi, dan kerja sama lainnya, akan memengaruhi hasil dari diplomasi kopi kedua negara ini. Adapun juga relasi yang terjadi antara Indonesia dan Mesir merupakan hubungan antar dua negara terlama yang pernah dibangun oleh Indonesia. Jika dilihat dari historis bilateralisme yang terjadi, hubungan Indonesia dan Mesir telah berdiri sejak sebelum merdeka kedua negara bahkan sebelum hubungan diplomasi antara kedua negara.³³

Hubungan bilateral ini saling menguntungkan oleh kedua negara karena kerja sama ini didasari dengan kesamaan tujuan strategis yang mendorong intensitas korelasi yang mendalam, yang mana hal inilah yang mendorong implementasi kerja sama jangka panjang. Kerja sama bilateral dapat terjadi karena beberapa faktor yang mendorong terjadinya suatu hubungan kerja sama bilateral. Dapat dilihat dari hubungan yang terjalin antara Indonesia dan Mesir dalam hal ini terkait diplomasi kopi yaitu karena ketidakmampuan Mesir dalam memenuhi kebutuhan masyarakat dengan mendistribusikan biji kopi yang disukai oleh masyarakat dalam negerinya.

Karena keterbatasan sumber daya alam inilah yang akhirnya mengharuskan pemerintah Mesir melakukan kerja sama dengan Indonesia untuk mengekspor biji kopi dari Indonesia yang mana, dengan melakukan ekspor biji kopi dari Indonesia, pemerintah Mesir dapat meningkatkan kemakmuran dan juga kesejahteraan masyarakatnya³⁴. Selain itu jika melihat hubungan bilateral, Mesir merupakan negara pertama yang mengakui kemerdekaan Indonesia pada tahun 1946. Tak sampai

³³Ibid.

³⁴Candra, G. A. E. (2022). Perspektif Hukum Internasional Mengenai Kerja Sama Bilateral. *Jurnal Pendidikan Kewarganegaraan Undiksha*. 10 (3). <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/JJPP/article/view/52033>

sebatas Mesir mengakui kedaulatan Indonesia sebagai negara yang berdaulat dan merdeka, kedua negara ini juga melanjutkan relasi dengan menjalin hubungan diplomatik yang ditandai dengan *Treaty of Friendship and Cordiality* pada 10 Juni 1947, yang kemudian disusul dengan diadakannya pembukaan Perwakilan KBRI di Kairo pada tahun 1949. Hubungan dan kerja sama bilateral yang terjalin antara Indonesia dan Mesir bisa dibilang kompak, terbukti pada saat Indonesia menghadapi masalah Timor Timur, Mesir adalah negara yang abstain selalu mendukung posisi Indonesia dalam sidang Majelis Umum PBB sejak tahun 1977. Selain itu, Indonesia dan Mesir juga saling menawarkan dukungan timbal balik sesuai dengan prinsip timbal balik untuk pencalonan keanggotaan atau partisipasi dalam organisasi – organisasi internasional.³⁵

Adapun juga kerja sama ekonomi bilateral antara Indonesia dan Mesir telah meningkat secara signifikan baik karena jumlah pertemuan, maupun peningkatan hubungan bilateral di bawah kerja sama ekonomi multilateral seperti G-15, D-8, Organisasi Kerja sama Islam (OKI)³⁶, pertumbuhan bilateral dalam volume juga nilai perdagangan, dan dalam kuantitas pertemuan yang dilakukan kedua negara ini.

Dibidang media dan informasi, media massa Mesir yang membahas mengenai Indonesia juga cukup banyak jika dibandingkan dengan negara - negara Asia Tenggara lainnya. Berbagai perkembangan Indonesia, seperti pemilu, bencana alam, aktivitas politik luar negeri Indonesia, serta beragam kegiatan perwakilan mendapat liputan luas dari berbagai media Mesir begitu pula beberapa media masa Indonesia. Dari hasil kunjungan ke Mesir, media Indonesia melakukan pengambilan

³⁵Ibid.

³⁶Kemlu. (2019). Indonesia dan Mesir Sepakati Tingkatkan Kerja Sama Ekonomi dan Konsuleran. <https://kemlu.go.id/portal/i/read/406/berita/indonesia-mesir-sepakati-tingkatkan-kerja-sama-ekonomi-dan-kekonsuleran>

gambar pariwisata Mesir dan sekaligus meliput berbagai kegiatan KBRI Kairo. Dapat dilihat bahwa, pemerintah Mesir melalui *Press Center* secara konstruktif mendukung upaya peningkatan berita mengenai Mesir di Indonesia dengan diberikannya izin bagi jurnalis Indonesia untuk meliput di Mesir dari waktu ke waktu, termasuk pembuatan Film Ketika Cinta Bertasbih (KCB).³⁷

Kerja sama bilateral Indonesia - Mesir juga berlanjut pada Protokol Kerja sama Bidang Penerangan antara Departemen Penerangan Indonesia dan Kementerian Penerangan Mesir pada tahun 1984. Selain itu, terjalin juga bilateralisme yang merujuk pada Protokol Kerja sama Bidang Informasi antara Indonesia dan Mesir yang ditandatangani pada tahun 2003. Dalam bidang Penerangan, pada 12 Oktober 1977 di Kairo, telah disepakati dan ditanda tangani Kerja sama dengan kantor berita ANTARA dan *Middle East News* (MENA) yang disetujui melalui persetujuan LKBN ANTARA-MENA. Namun, penempatan koresponden ANTARA yang beralokasi di Mesir sempat tidak berjalan selama beberapa tahun dan pada bulan Desember 2010 akhirnya dibuka kembali, yang mana sebelum itu MENA sempat menempatkan korespondennya di Jakarta pada Agustus 2010.³⁸

Di bidang pendidikan, pemerintah Mesir melalui Universitas Al-Azhar setiap tahun memberikan tawaran beasiswa kepada pelajar Indonesia untuk melanjutkan studi di Universitas Al-Azhar Kairo. Pemberian beasiswa dilakukan sejak tahun 60-an. Di samping itu, *the Egyptian International Center for Agriculture* (EICA) merupakan *training programme* yang dibentuk oleh Menteri Pertanian dan Menteri Luar Negeri Mesir juga telah mengalokasikan 5 (lima) beasiswa bagi pemerintah Indonesia.³⁹

³⁷Yehia, A. (2022). Indonesia And Egypt Forge Ahead As Close Partners In Diplomacy, Trade, Culture: Ambassador. Ahram Online. <https://english.ahram.org.eg/News/504971.aspx>

³⁸Ibid.

³⁹Ibid.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian

Rancangan penelitian yang penulis gunakan terkait topik diplomasi kopi ini adalah tipe kualitatif deskriptif yang mana penelitian menggunakan pola penggambaran keadaan fakta empiris yang disertai dengan argumen – argumen relevan. Tipe penelitian deksriptif analitik ini digunakan menganalisis bagaimana daya saing kopi Indonesia yang diekspor ke Mesir, karena tipe ini dimaksudkan untuk memberi gambaran terkait isu yang terjadi yang juga relevan dengan topik yang diteliti.

3.2 Kehadiran Penelitian

Dalam penelitian kualitatif, kehadiran peneliti bertindak sebagai instrumen sekaligus pengumpul data terkait ekspor kopi dari Indonesia ke Mesir. Kehadiran peneliti dalam penelitian ini juga sebagai pengamat partisipan, artinya dalam proses pengumpulan data peneliti mengadakan pengamatan dan mendengarkan secermat mungkin sampai pada yang sekecil-kecilnya sekalipun.⁴⁰

⁴⁰Sugiyono. (2015). Metode Penelitian:Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D. Bandung Alfabeta. Hlm 225.

3.3 Lokasi Penelitian

Dalam melakukan penelitian ini, penulis melakukannya di Kota Makassar, Sulawesi Selatan dan tidak memiliki lokasi penelitian di lapangan terkait dengan penelitian diplomasi kopi ini dikarenakan metode pengumpulan data yang digunakan penulis yaitu dengan metode *library research*.

3.4 Sumber Data

Dalam mengumpulkan sumber data penelitian ini, penulis menggunakan data sekunder, yaitu data yang telah ada dan diperoleh melalui buku, jurnal, artikel online, laporan, dan sebagainya. Data sekunder juga biasa di definisikan sebagai sumber data yang tidak langsung diberikan kepada pengumpul data, misalnya melalui perantara orang lain atau lewat dokumen⁴¹. Data sekunder juga bisa dikatakan merupakan data yang sudah tercampur dengan perspektif dari pihak lain. Adapun, data yang penulis butuhkan adalah data yang berkaitan dengan topik penelitian penulis mengenai ekspor kopi Indonesia ke Mesir.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Metode kepustakaan (*library research*), yaitu suatu teknik pengumpulan data dengan cara membaca semua buku referensi dan literatur yang berhubungan dengan induk dan permasalahan yang penulis amati guna mendapatkan teori-teori yang dapat digunakan sebagai peralatan analisa data yang tersedia⁴². Terkait dengan

⁴¹Ibid.

⁴²Supranto, J.. (2003). Metode Penelitian Hukum Dan Statistik / J. Supranto. Jakarta Rineka

metode ini, penulis mendalami beberapa literatur yang berkaitan dengan diplomasi kopi yang telah dibahas atau diteliti berupa buku, jurnal, dokumen, maupun artikel.

3.6 Analisis Data

Dalam melakukan penulisan skripsi ini, penulis menggunakan teknik analisis konten untuk mengolah data sekundernya. Analisis konten data sekunder adalah suatu metode penelitian yang menggunakan data yang sudah ada sebelumnya dan telah dipublikasikan atau tidak dipublikasikan⁴³ dan melibatkan beberapa langkah, yaitu :

1. Menentukan tujuan dan pertanyaan penelitian yaitu bagaimana strategi yang digunakan Indonesia dan Mesir dalam praktek diplomasi kopi ini dan apa keuntungan diplomasi kopi bagi Indonesia, yang mana pertanyaan ini ingin dijawab dengan menggunakan data sekunder.
2. Memilih dan mengumpulkan data sekunder yang sesuai dengan tujuan dan pertanyaan penelitian mengenai strategi diplomasi kopi dan apa keuntungan diplomasi kopi ini bagi Indonesia. Data sekunder dapat berasal dari berbagai sumber, seperti hasil penelitian sebelumnya, data administratif kelembagaan, media massa, arsip digital, dan sebagainya.
3. Membaca dan memilah data sekunder berdasarkan kriteria tertentu, seperti relevansi, kredibilitas, representativitas, dan aktualitas. Data sekunder yang tidak relevan dengan diplomasi kopi antara Indonesia dan Mesir disingkirkan.
4. Menganalisis dan menafsirkan data sekunder dengan menggunakan teknik-

Cipta. Hlm 43.

²³Ibid.

teknik tertentu, seperti analisis frekuensi, analisis tematik, analisis naratif, analisis komparatif, atau analisis kritis. Teknik-teknik ini dapat membantu untuk mengidentifikasi pola, hubungan, makna, atau implikasi dari data sekunder mengenai topik diplomasi kopi antara Indonesia dan Mesir tahun 2019 hingga 2022.

5. Menyajikan dan melaporkan hasil analisis data sekunder mengenai Diplomasi Kopi Indonesia Dalam Kerjasama Dengan Pemerintah Mesir Tahun 2019 - 2022 dengan menggunakan format yang sesuai dengan standar ilmiah. Hasil analisis data sekunder ini disajikan dalam bentuk tabel dan narasi. Hasil analisis data sekunder juga harus didukung dengan kutipan dan referensi yang akurat dari sumber data sekunder.

3.7 Pengecekan Validitas Data

Keabsahan data merupakan unsur yang tidak dapat dipisahkan dari penelitian kualitatif. Uji Keabsahan data dapat meliputi beberapa langkah yaitu salah satunya triangulasi. Triangulasi dalam pengujian kredibilitas diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai waktu⁴⁴. Adapun pengecekan data yang penulis lakukan yaitu :

1. Triangulasi Sumber

Menguji kredibilitas data dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber. Data yang diperoleh dianalisis penulis sehingga menghasilkan suatu kesimpulan dengan tiga sumber data.

2. Triangulasi Teknik Pengumpulan Data

²⁴Ibid.

Teknik yang memiliki sifat untuk memadukan dari banyak metode pengumpulan data serta sumber data yang sudah ada, sekaligus menguji kredibilitas data tersebut dapat dilakukan dengan menggunakan beberapa metode, seperti observasi, wawancara, dokumentasi, kuesioner. Terkait hal ini, penulis menggunakan metode dokumentasi yaitu dengan mengumpulkan dokumen-dokumen yang relevan dengan masalah penelitian diplomasi kopi, seperti melalui buku, jurnal, dan website.

3.8 Tahap - Tahap Penelitian

Matthew B. Miles dan A. Michael Huberman dalam bukunya “Analisis Data Kualitatif” yang diterjemahkan oleh Tjetjep Rehendri R⁴⁵ bahwa tahap-tahapan penelitian kualitatif itu meliputi langkah-langkah sebagai berikut:

1. Membangun Kerangka Konseptual adalah dilakukan sebelum pengumpulan data yang merupakan rangkaian konsep, asumsi, dan hipotesis yang menghubungkan variabel-variabel penelitian dan menjelaskan fenomena yang diteliti. Kerangka konseptual membantu penulis untuk melakukan studi literatur untuk mengidentifikasi teori, model, atau kerangka kerja yang ada yang berkaitan dengan topik penelitian.
2. Merumuskan Permasalahan Penelitian merupakan analisis pertanyaan atau pernyataan yang menggambarkan isu yang ingin diteliti oleh penulis yang dilakukan sebelum pengumpulan data.
3. Pemilihan Sampel dan Pembatasan Penelitian adalah proses menentukan sumber data yang akan digunakan dalam penelitian, seperti lokasi, informan,

²⁵Ibid.

atau dokumen, dan proses menentukan batasan atau kriteria yang digunakan untuk memilih sampel yang relevan dan representatif.

4. Instrumentasi adalah proses untuk memastikan validitas data, reliabilitas data untuk menghindari kesalahan dalam pengumpulan data.
5. Pengumpulan Data merupakan proses menentukan alat atau teknik yang akan digunakan dalam pengumpulan data kualitatif, seperti observasi, wawancara, dokumen, atau artefak. Dalam hal ini penulis menggunakan dokumen sebagai alat dalam mengumpulkan data kualitatif.
6. Analisis Data merupakan proses mengolah, menafsirkan, dan menyajikan data kualitatif yang telah penulis kumpulkan dari berbagai sumber data, seperti dokumen, jurnal, website, bahkan buku.
7. Matriks dan Pengujian Kesimpulan adalah bentuk penyajian data yang digunakan dalam analisis data kualitatif untuk menampilkan data secara ringkas dan terstruktur serta menyusun hipotesis atau proposisi yang didasarkan pada data dan untuk memeriksa keabsahan temuan atau hasil penelitian dengan menggunakan berbagai teknik atau kriteria.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Strategi Diplomasi Kopi Indonesia dan Mesir

Sejarah kopi Indonesia bagi masyarakat Mesir memiliki peran yang penting dalam memperkenalkan dan mempopulerkan kopi di wilayah Mesir. Semua ini berawal pada abad ke-15, ketika biji kopi pertama ditanam di distrik Yaman dan pada abad – abad selanjutnya dikenal di Persia, Suriah, Mesir, dan Turki. Kopi merupakan minuman sederhana yang biasa hanya dinikmati di rumah saja. Namun seiring berjalannya waktu, akhirnya kopi bukan lagi minuman yang hanya dapat dinikmati di rumah saja, tetapi juga di kedai kopi umum yang disebut dengan *Qahveh Khaneh* dan mulailah muncul banyak kedai - kedai kopi yang dimulai di kota - kota di dekat bagian timur. Popularitas kedai kopi tidak ada bandingannya dan orang-orang sering berkunjung untuk berbagai jenis kegiatan sosial. Kedai kopi kemudian dengan cepat menjadi pusat pertukaran informasi sehingga kerap disebut sebagai 'Sekolah Orang Bijaksana'.⁴⁶

Bagi orang Mesir, minum kopi adalah acara sosial yang penting, dan melibatkan seluruh tingkat sosial masyarakat di sana. Kedai kopi di sana sering dijadikan sebagai tempat untuk berkumpul untuk acara kesastraan atau bahkan acara politik, hingga acara bisnis⁴⁷. Sama dengan Mesir, Indonesia juga merupakan negara

⁴⁶Detik. (n.d.). Hari Kopi Sedunia, Penemu Kopi dan Sejarah Masuk ke Indonesia. 2021. <https://www.detik.com/edu/detikpedia/d-5747324/hari-kopi-sedunia-penemu-kopi-dan-sejarah-masuk-ke-indonesia>

⁴⁷Mesir: Tradisional dan Cinta Kopi. (2013). Kopi Kelling. <https://kopikeliling.com/lifestyle/mesir-yang-tradisional-cinta-kopi-itu.html>

yang pecinta kopi dan senang berkumpul sehingga citra budaya minum kopi Indonesia sangat dikenal nilai-nilai kebersamaan, dialog, dan berbagi oleh negara lain. Indonesia terkenal dengan budaya minum kopi sambil membicarakan suatu masalah untuk mengedepankan kebersamaan dan mengikutsertakan orang lain sebagai 'keluarga'.⁴⁸

Indonesia sebagai salah satu negara penghasil kopi terbaik di dunia pun telah lama melakukan ekspor kopi ke berbagai negara dan Mesir juga merupakan negara yang menerima ekspor kopi yang dilakukan Indonesia. Dahulu, biji kopi yang dikonsumsi warga Mesir didatangkan dari Yaman yang notabene secara geografis berdekatan dengan Mesir. Kemudian dengan semakin luasnya pasar akibat globalisasi dan perdagangan bebas, negara-negara mulai menyeleksi biji kopi yang menurut mereka memiliki kualitas tinggi dari berbagai negara lintas benua dan Mesir juga sangat menyukai biji kopi Robusta hasil dari Indonesia.⁴⁹

Pada abad ke-17, Belanda memiliki kekuasaan kolonial yang luas di Indonesia, termasuk di wilayah-wilayah di mana kopi ditanam dan diproduksi. Kala itu, kopi Arabika mulai diperkenalkan di pulau-pulau Jawa, Sumatera, dan Sulawesi. Selama periode ini, Belanda secara intensif mengembangkan produksi kopi di Indonesia dan memperkenalkannya ke pasar internasional, termasuk di Mesir. Produksi kopi yang meningkat di Indonesia membuka peluang bagi Belanda untuk mengimpor kopi ke berbagai negara, termasuk Mesir yang menjadi tujuan

⁴⁸Intentilia, A. A. M. (2020). Coffee Diplomacy In Jokowi's Era: The Strategy Of Cultural And Economic Diplomacy Of Indonesia's Foreign Policy. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 4(1), 63-81. <https://doi.org/10.38043/jids.v4i1.2273>

⁴⁹Larasati, R. A. (2021). Diplomasi Kopi Indonesia Ke Mesir: Strategi Peningkatan Volume Ekspor Kopi. *Kumparan*. <https://kumparan.com/ria-agustina-larasati/diplomasi-kopi-indonesia-ke-mesir-strategi-peningkatan-volume-ekspor-kopi-1x1HlnUf4SR>

perdagangan penting di wilayah Timur Tengah.⁵⁰

Kehadiran kopi Indonesia di Mesir semakin kuat seiring berjalannya waktu. Meskipun asal-usulnya dari Indonesia, kopi Arabika Indonesia pada awalnya disebut dengan sebutan "Mocha" karena jalur perdagangan utama yang digunakan untuk mengirim kopi dari pelabuhan Mocha di Yaman ke Mesir adalah jalur yang sama yang digunakan untuk mengirim kopi dari Indonesia⁵¹. Dalam budaya Mesir, minum kopi telah menjadi ritual sosial yang populer, mirip dengan tradisi minum kopi di banyak negara lain. Kopi di Mesir sering disajikan dengan gaya Turki, yaitu diseduh dengan bubuk kopi yang dimasak bersama air dan gula, tanpa disaring, sehingga menghasilkan kopi yang kental dan aromatik.⁵²

Kopi telah menjadi bagian penting dari kehidupan sehari-hari masyarakat Mesir, baik sebagai minuman sehari-hari maupun dalam acara sosial dan budaya. Berbagai kedai kopi dan kafe - kafe di Mesir menyajikan berbagai jenis kopi, termasuk kopi yang berasal dari Indonesia. Secara keseluruhan, sejarah kopi Indonesia bagi masyarakat Mesir menunjukkan pentingnya kopi dalam mempengaruhi budaya dan kebiasaan minum kopi di negara tersebut. Peran Indonesia sebagai salah satu produsen kopi terbesar di dunia telah memberikan kontribusi penting dalam memperkenalkan dan mempopulerkan kopi di Mesir, dan minuman ini terus menjadi bagian yang tak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari masyarakat Mesir.

Diplomasi merupakan praktik pengelolaan kegiatan atau tindakan negara melalui komunikasi maupun negosiasi untuk mencapai tujuan politik luar negerinya.

⁵⁰Ibid.

⁵¹Nescafe. (2022). Apa Itu Kopi Moka Yuk, Cari Tahu! [https://www.nescafe.com/id/artikel/mengenal-kopi moka#:~:text=Bisa%20dibilang%2C%20kopi%20moka%20tergolong,sentuhan%20rasa%20roasty%20seperti%20kopi.](https://www.nescafe.com/id/artikel/mengenal-kopi-moka#:~:text=Bisa%20dibilang%2C%20kopi%20moka%20tergolong,sentuhan%20rasa%20roasty%20seperti%20kopi.)

⁵²Ibid.

Untuk melakukan diplomasi ini tentunya harus ada landasan rasa saling percaya antara negara-negara, terutama apabila diplomasi dilakukan dalam konteks bilateral. Diplomasi adalah bentuk manajemen hubungan internasional melalui negosiasi, duta besar, utusan, dan urusan diplomasi lainnya⁵³. Dengan melakukan diplomasi, negara dapat mempengaruhi tindakan atau perilaku negara lain, menciptakan kerja sama di berbagai bidang dan memelihara hubungan dengan negara lain.

Diplomasi kopi adalah diplomasi dengan menggunakan kopi sebagai instrument utamanya yang menjadi bentuk pelaksanaan *soft power* suatu negara yang dapat menjembatani suatu negara untuk melakukan ekspor biji kopi berkualitasnya kepada negara lain serta kerja sama dalam bidang lainnya⁵⁴. Sederhananya, diplomasi kopi menunjukkan bagaimana praktik sederhana seperti minum kopi dapat memiliki implikasi yang lebih, dalam ekonomi, politik, dan sosial budaya suatu negara.

Diplomasi kopi juga berarti praktik negosiasi atau komunikasi yang terjalin antara dua negara yang bertujuan untuk meningkatkan perekonomian dan mencapai tujuan politik luar negeri dan kepentingan nasional suatu negara melalui ekspor komoditas biji kopi sebagai media diplomasi yang menguntungkan, dan melalui diplomasi kopi ini juga dapat terjalinnya hubungan erat dan saling ketergantungan antara kedua negara dalam kasus ini Indonesia dan Mesir, sehingga bisa menciptakan berbagai kerja sama lainnya yang tak hanya dalam bidang ekspor komoditas biji kopi, namun juga bisa membuka peluang kerja sama dan bisnis dalam bidang – bidang lainnya.⁵⁵

⁵³Ibid.

⁵⁴Widiastutie, S. (2022). Diplomasi Kopi Indonesia di Kancah Dunia. Vol.7 No.2, 189. <https://ejournal.undip.ac.id/index.php/ip/article/view/50778>

⁵⁵Ibid.

Kopi sebagai objek komunikasi dalam diplomasi kopi mencerminkan jalinan hubungan yang kompleks antara negara-negara penghasil dan negara yang menjadi konsumen kopi di seluruh dunia yang mana melalui kopi, dapat menjadi saran penting untuk membangun dan memperkuat ikatan diplomatik serta perdagangan internasional. Ditengah-tengah negosiasi perdagangan dan kerja sama lintas batas, kopi sering kali menjadi bahasa universal yang memudahkan interaksi dan menghubungkan aktor-aktor yang memiliki dari berbagai latar belakang karena menginspirasi dialog yang lebih dalam dan harmonis antara negara-negara yang menjalin kerja sama.

Pemerintah dan sektor swasta merupakan subjek yang memainkan peran penting dalam mengelola industri kopi dalam diplomasi kopi ini⁵⁶. Pemerintah memiliki kapasitas sebagai regulator dan pemangku kepentingan ekonomi dan bertanggung jawab untuk menjaga stabilitas pasar kopi. Pemerintah juga berperan dalam mengadakan perundingan perjanjian internasional yang mempengaruhi harga dan indikator jumlah ekspor kopi. Dalam hal ini, kopi berfungsi sebagai alat diplomatik untuk menjalin hubungan antar negara penghasil kopi dan negara yang menjadi konsumen kopi.

Di sisi lain, sektor swasta yang mencakup produsen, eksportir, pemasok, dan perusahaan-perusahaan kopi yang besar, memainkan peran penting dalam menjalankan operasi bisnis yang luas dalam mengekspor komoditas biji kopi ini. Mereka memiliki kepentingan bisnis yang kuat dalam menjaga pasokan kopi yang stabil, menghasilkan produk berkualitas tinggi, dan memasarkannya secara efektif di

⁵⁶Kemlu. (2021). Indonesia Mendorong Sinergi Diplomasi Kopi Berkelanjutan dan Berdaya Saing Untuk Peningkatan Ekspor di Pasar Global. <https://kemlu.go.id/portal/id/read/3722/berita/indonesia-mendorong-sinergi-diplomasi-kopi-berkelanjutan-dan-berdaya-saing-untuk-peningkatan-ekspor-di-pasar-global>

pasar global. Perusahaan kopi besar sering kali berkolaborasi dengan pemerintah dan produsen lokal untuk mengembangkan rantai pasokan yang berkelanjutan. Sehingga melalui diplomasi kopi, tidak hanya menciptakan hubungan yang erat antara negara-negara produsen dan konsumen, tetapi juga membangun jaringan kerja sama yang melibatkan pemerintah dan sektor swasta untuk mencapai tujuan bersama dalam industri kopi global.

Dalam diplomasi kopi ini, KBRI di Mesir memiliki peran besar sebagai saluran komunikasi yang memiliki tanggung jawab untuk mempromosikan budaya, meningkatkan perekonomian, menjaga hubungan diplomatik dan politik, serta menjalin kerja sama yang erat dengan masyarakat di Mesir. Dalam upayanya untuk memanfaatkan kopi dengan praktik diplomasi publik, KBRI Mesir telah mengorganisir beberapa kegiatan yang telah dirancang khusus untuk memperkenalkan dan mempromosikan kopi Indonesia kepada masyarakat Mesir. Kegiatan ini mencakup jual beli kopi Indonesia yang dilakukan oleh para diaspora di Mesir, selain itu diselenggarakan juga kegiatan pelatihan atau pembelajaran yang bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan dalam dunia kopi, serta festival kopi, yang mengundang masyarakat Mesir menjadi partisipan dalam kegiatan-kegiatan ini.

Melalui kegiatan-kegiatan ini, KBRI Mesir berupaya untuk meningkatkan kesadaran masyarakat Mesir tentang kopi Indonesia, menjelaskan proses produksi kopi, serta mempromosikan nilai-nilai keberlanjutan dan keadilan sosial yang terkait dengan industri kopi. KBRI juga berperan sebagai perantara antara pelaku industri kopi Indonesia dan pihak-pihak yang berpotensi berinvestasi atau berkolaborasi dalam bisnis kopi di Mesir⁵⁷. Dalam hal ini, KBRI Mesir bukan hanya menjadi

⁵⁷KBRI Kairo Fasilitas Ekspor Kopi Antara Pebisnis Indonesia-Mesir. (2022). Antara News. <https://www.antaranews.com/berita/2624725/kbri-kairo-fasilitas-ekspor-kopi-antara-pebisnis>

perwakilan diplomatik, tetapi juga menjadi pusat budaya dan informasi yang memfasilitasi pertukaran antara dua negara dalam konteks kopi. Diplomasi publik yang dilakukan oleh KBRI ini menciptakan kesempatan untuk membangun jembatan antara Indonesia dan Mesir melalui minuman kopi yang menjadi simbol kearifan budaya, kerja sama ekonomi, dan pertukaran budaya yang kaya. Dengan demikian, KBRI Mesir menjalankan peran yang kritis dalam memperkuat hubungan bilateral sambil mempromosikan kopi Indonesia secara global.

Kopi sebagai sarana komunikasi pun memiliki tujuan untuk mencapai tujuan politik luar negeri Indonesia yang mana, melalui diplomasi kopi dengan Mesir dapat meningkatkan volume ekspor kopi Indonesia ke Mesir dan memperkuat hubungan bilateral antara kedua negara. Dalam upaya diplomasi kopi, Indonesia berusaha membangun rasa saling percaya antara kedua negara dan meningkatkan kerja sama dalam bidang kopi. Dampak dari diplomasi kopi ini adalah meningkatnya volume ekspor kopi Indonesia ke Mesir dan memperkuat hubungan persahabatan antara Indonesia dan Mesir. Melalui pendekatan ini, Indonesia berupaya memanfaatkan kopi sebagai alat untuk membangun jaringan diplomatik yang erat dengan Mesir, dengan fokus pada industri kopi yang menjadi salah satu aspek penting dalam hubungan ekonomi bilateral.

Kopi sebagai sarana komunikasi, juga memiliki tujuan yang mendalam dalam mencapai kepentingan nasional Indonesia terutama dalam hal memperlihatkan citra positif negara Indonesia di tingkat internasional dan memperkenalkan produk unggulan kopi arabika di Mesir. Dalam konteks ini, kopi menjadi jembatan bagi Indonesia untuk merancang citra positif dan membangun identitas nasional yang kuat

dan menonjolkan keunggulan biji kopi, sebagai komoditas alam unggulan Indonesia yang juga dapat menjadi simbol keberhasilan dalam menghasilkan produk berkualitas tinggi yang memenangkan hati para penikmat kopi di Mesir.

Mempromosikan produk kopi, dapat membuka peluang bagi Indonesia untuk memasarkan produk unggulannya kepada pasar internasional seperti Mesir. Hal ini dapat membantu memperkuat hubungan dagang antara Indonesia dan Mesir, menciptakan peluang kerja, dan meningkatkan kontribusi ekonomi kedua negara. Dengan demikian, tujuan diplomatik kopi dalam mencapai citra positif Indonesia dan memperkenalkan produk unggulan kopi arabika di Mesir mencerminkan pendekatan holistik yang menggabungkan aspek ekonomi, budaya, dan politik. Ini adalah upaya yang penting dalam memperluas jangkauan ekonomi Indonesia di tingkat internasional sambil mempromosikan nilai-nilai yang dijunjung tinggi oleh negara, menciptakan hubungan yang kuat antara kedua negara, dan membangun pengertian yang lebih baik tentang kekayaan budaya dan alam Indonesia di mata dunia.

Diplomasi publik dengan konsep *nation branding* menjadi strategi yang penting dalam memperkenalkan kopi Indonesia kepada Mesir. Diplomasi publik merupakan salah satu instrumen penting dalam penerapan *soft power*. Diplomasi publik ini dilakukan dengan tujuan untuk membentuk identitas positif suatu negara di mata publik internasional dengan memikat warga negara lain untuk membuat negaranya semakin dikenal melalui pendekatan – pendekatan sosial dan budaya.⁵⁸

Melalui diplomasi publik, sebuah negara terlibat dalam membangun jaringan dan kemitraan dengan berbagai pihak, termasuk pemerintah, organisasi non-pemerintah, lembaga budaya, dan masyarakat sipil di tingkat internasional.

⁵⁸Ibid.

Pendekatan ini menjadi sarana yang sangat membantu dalam pertukaran informasi, ide, dan kerja sama yang saling menguntungkan bagi negara yang terlibat. Selain itu, diplomasi publik juga memiliki peran penting dalam memperluas diplomasi tradisional dengan menggandeng aktor-aktor non-pemerintah seperti media, organisasi masyarakat sipil, dan perusahaan swasta.⁵⁹

Nation branding ini melibatkan upaya pembentukan branding yang kuat untuk mempromosikan persepsi positif mengenai suatu negara kepada masyarakat internasional. Dengan melakukan ini, negara dapat membangun identitas nasional yang kuat dan menonjolkan keunggulan serta prestasi dalam berbagai bidang seperti komoditas alam, teknologi, sumber daya manusia, dan lainnya. Tujuan utama dari konsep ini adalah untuk menciptakan citra positif yang berkelanjutan, sehingga menjadi aspek yang sangat penting dalam menjalankan diplomasi publik.

Nation branding juga merupakan proses penentuan nilai-nilai, simbol, budaya, sejarah, dan ciri khas lain yang mewakili suatu negara. Identitas nasional ini digunakan untuk membangun pesan dan narasi yang konsisten dalam komunikasi internasional. Melalui *nation branding*, para diplomat dan perwakilan negara berperan sebagai duta yang mempromosikan citra positif negara mereka melalui pertemuan bilateral, seminar, acara budaya, dan presentasi publik, serta menjadi bagian integral dari misi diplomatik negara tersebut.⁶⁰

Dalam diplomasi publik, *nation branding* juga terkait dengan upaya mempromosikan hasil sumber daya alam untuk meningkatkan ekonomi suatu negara. Hal ini dilakukan dengan mengkomunikasikan keunggulan komoditas yang dimiliki untuk menarik minat dan perhatian masyarakat internasional untuk berinvestasi, yang

⁵⁹Ibid.

³⁵Ibid.

pada gilirannya akan meningkatkan perekonomian negara. Dengan membangun citra positif, negara dapat memperoleh kepercayaan dan keinginan untuk menjalin kemitraan dengan negara lain dalam berbagai bidang, seperti perdagangan, budaya, pendidikan, dan lainnya. Melalui *nation branding*, suatu negara dapat mendukung upaya membangun hubungan dan kerja sama yang lebih baik antara negara dan masyarakat internasional.

Adapun juga upaya-upaya dari strategi *nation branding* yang dilakukan oleh Kedutaan Besar Republik Indonesia (KBRI) di Mesir antara lain :

- a) Pada tanggal 8 Mei 2019 di Balai Budaya, KBRI Kairo, pelatihan kopi Indonesia telah dilaksanakan yang mencakup seminar dan pelatihan kopi bagi pelajar Indonesia yang tinggal di Mesir.

Dalam kegiatan ini, ditampilkan berbagai keanekaragaman dan kekayaan biji kopi yang dimiliki oleh Nusantara, yang menjadikan biji-biji kopi yang dihasilkan memiliki potensi besar untuk dipasarkan di pasar internasional. Para peserta diajarkan tentang cara pengenalan dan uji cita rasa kopi serta teknik menyangrai kopi, juga diberikan informasi tentang berbagai teknik yang digunakan untuk menyeduh kopi dan bagaimana cara mengembangkan usaha dan bisnis dalam bidang kopi.⁶¹

- b) Kedutaan Besar Republik Indonesia (KBRI) di Kairo, pemerintah Indonesia menyelenggarakan lomba yang dikenal sebagai "Top Barista" pada festival kopi Mesir Pada tanggal 5 hingga 7 Agustus 2021.

Lomba ini berlangsung di Hotel Tulip Al Nagres, *New Cairo*, selama tiga hari. Acara tersebut menjadi salah satu upaya pemerintah Indonesia

³⁶Ibid.

untuk memperkuat citra positif biji kopi Indonesia di pasar Mesir. Peserta lomba "Top Barista" adalah barista - barista terbaik dari berbagai perusahaan kopi ternama di Mesir. Mereka memiliki kesempatan untuk mengolah biji kopi Indonesia yang dikirimkan khusus untuk acara ini. Berbagai jenis biji kopi dari berbagai wilayah di Indonesia dipilih untuk diperkenalkan, seperti biji kopi Sumatera, Temanggung, Malang, dan Flores. Lomba ini tidak hanya menjadi ajang kompetisi bagi para barista untuk memamerkan keahlian mereka dalam menyajikan kopi, tetapi juga sebagai sarana efektif untuk mempromosikan dan memperkenalkan keanekaragaman rasa dan aroma kopi Indonesia kepada masyarakat Mesir. Dengan menghadirkan biji kopi Indonesia yang berkualitas unggul dan memenangkan hati para pengunjung festival kopi Mesir, pemerintah Indonesia berharap bahwa produk kopi Indonesia dapat semakin kokoh dalam posisinya di pasar Mesir. Dengan dukungan KBRI Kairo, pemerintah Indonesia berusaha untuk meningkatkan eksposur kopi Indonesia di kancah internasional dan menciptakan hubungan yang kuat dengan para pelaku industri kopi di Mesir. Selain menggelar lomba "Top Barista," festival kopi Mesir ini juga menjadi platform yang ideal untuk melakukan pertemuan bisnis dan menjalin kemitraan dengan perusahaan- perusahaan kopi Mesir. Diharapkan bahwa melalui inisiatif ini, ekspor biji kopi Indonesia ke Mesir akan semakin meningkat, serta meningkatkan apresiasi dan minat masyarakat Mesir terhadap kopi Indonesia yang berkualitas tinggi.⁶²

c) Kedutaan Besar Republik Indonesia (KBRI) berkomitmen untuk meningkatkan

³⁷Ibid.

ekspor kopi Indonesia ke Mesir melalui program promosi inovatif yang disebut "Diplomasi Kopi" di Kairo pada tahun 2021.

Program ini dilaksanakan dengan tujuan utama untuk memperkuat hubungan dan mempertahankan loyalitas para importir Mesir terhadap kopi Indonesia. Dengan meningkatkan impor kopi Indonesia ke Mesir, diharapkan akan terjadi peningkatan signifikan baik dalam jumlah impor maupun variasi biji kopi yang diimpor, termasuk robusta dan arabika. Melalui program "Diplomasi Kopi", KBRI Kairo berupaya menghadirkan kesadaran yang lebih besar tentang kualitas dan keunggulan kopi Indonesia di pasar Mesir. Dengan menunjukkan keunggulan produk kopi Indonesia dan mengeksplorasi potensi bisnis yang dapat dijalin dengan importir lokal, KBRI Kairo berharap dapat membuka peluang baru bagi para petani kopi Indonesia untuk meningkatkan eksportasi dan mendapatkan manfaat ekonomi yang lebih besar. Dengan strategi "Diplomasi Kopi" yang komprehensif ini, KBRI Kairo berharap dapat meningkatkan daya saing kopi Indonesia di pasar internasional, khususnya di Mesir, serta memberikan dampak positif bagi perekonomian Indonesia dan kesejahteraan para pelaku industri kopi di dalam negeri.⁶³

- d) Kedutaan Besar Republik Indonesia (KBRI) di Kairo juga berinovasi dengan mendirikan sebuah *coffee shop* yang menyajikan kopi spesial pilihan dari nusantara dengan jenis Arabika.

Kedai yang dibuka di *Medical Park Premier (MPP) New Cairo* ini diresmikan oleh Duta besar RI yaitu Lutfi Rauf pada 8 Agustus 2021 dan diberi nama "Villa Sumatra". Adanya kedai ini juga sebagai upaya untuk

⁶³News, A. (2021). KBRI Kairo "Diplomasi" Kopi Indonesia Di Mesir. <https://www.antaraneews.com/berita/2299702/kbri-kairo-diplomasi-kopi-indonesia-di-mesir>

meningkatkan permintaan pasar Mesir akan produk kopi spesialiti Indonesia. Tidak hanya produk kopinya saja, bahkan Indonesia memiliki kualitas barista terbaik keempat di dunia yang berpotensi untuk melatih barista lokal di Mesir. Pendekatan ini menguntungkan bagi Indonesia untuk terus mempererat hubungannya dengan mitra potensial perdagangan kopi dan juga hubungan diplomatiknya dengan Mesir.⁶⁴

- e) KBRI juga telah resmi membuka Kedai Kopi El Omda yang dikelola oleh Haji Emad Attia di Kota Tua Matariah, Distrik Ain Shams, Kairo, pada tanggal 7 Februari 2022.

Peluang pasar kopi di Mesir sangat menjanjikan karena jumlah pecinta kopi terus meningkat. Duta Besar Indonesia untuk Mesir mengungkapkan apresiasi atas dedikasi dan kerja keras El Omda Coffee dalam mengimpor kopi robusta Indonesia dan KBRI Kairo berharap akan ada peningkatan dalam impor produk kopi Indonesia, termasuk kopi Robusta, Arabika, dan kopi spesialiti. Wael M. El Tawargy, GM El Tawargy, Trader Kopi, yang merupakan mitra bisnis El Omda Coffee, mengamati bahwa peluang ekspor kopi ke Mesir sangat besar. Hal ini memberikan kesempatan bagi petani kopi Indonesia untuk meningkatkan kualitas kopi mereka dan berkomunikasi langsung dengan pembeli di Kairo yang menekankan pentingnya mematuhi kesepakatan harga yang telah disepakati dalam transaksi jual beli kopi dan menjalankan prosedur ekspor sesuai ketentuan yang telah ditandatangani serta dia juga berencana meningkatkan impor kopi dari Indonesia untuk

⁶⁴Diplomatic Corner. (2021). RRI Voice Of Indonesia. <https://voinews.id/index.php/international-news/item/13994-diplomatic-corner>

memenuhi tingginya konsumsi kopi di Mesir.⁶⁵

- f) Selain kedai kopi yang didirikan KBRI, kedai-kedai warga lokal Mesir juga banyak yang mengimpor langsung kopi Indonesia, khususnya Robusta, yang memang dapat menghasilkan kopi ala Turkish. Kemudian pabrik-pabrik kopi di Mesir juga menjadi importir yang loyal bagi Indonesia, misalnya pabrik Zahret El Bon Brazili di mana 70 persen biji kopi yang diolahnya diimpor dari Indonesia. Rata-rata per bulannya pun, pabrik ini mengolah 9-11 kontainer biji kopi dari Indonesia.⁶⁶
- g) KBRI juga secara intensif melakukan pembinaan kepada perusahaan kopi di Mesir untuk menguatkan hubungan kerja sama dengan eksportir kopi Indonesia. Hal ini tentunya berdampak pula pada konsistensi mereka untuk terus mengimpor kopi dari Indonesia. Ditinjau dari ekspor kopi Indonesia ke Mesir yang menempati urutan pertama pada tahun 2021, diplomasi kopi yang dilakukan Indonesia ini efektif dalam mencapai tujuan luar negeri secara ekonomi dan politik. Indonesia berhasil meningkatkan volume ekspor kopi sekaligus memperkuat hubungan diplomatiknya dengan Mesir⁶⁷. Kopi Indonesia juga memiliki peluang besar untuk mengalahkan kopi-kopi negara lain di kancah dunia, khususnya dalam hal sajian minuman kopi.
- h) Di tahun selanjutnya, pada tanggal 24 hingga 31 Maret 2022, Indonesia kembali berpartisipasi dalam acara *Cairo Supermarket Expo* yang diadakan

⁶⁵Kemlu. (2022). Awali Tahun 2022, Kedai Kopi Asal Indonesia Kembali Diresmikan Di Mesir. <https://kemlu.go.id/portal/id/read/3335/berita/awali-tahun-2022-kedai-kopi-asal-indonesia-kembali-diresmikan-di-mesir>

⁶⁶Trade Minister Leaves For Egypt To Explore Potential Export Market. (2022). Antara News. <https://en.antaranews.com/news/281595/trade-minister-leaves-for-egypt-to-explore-potential-export-market>

⁶⁷Ibid.

di *Cairo International Convention & Exhibition Centre (CICC) 2022, Nasr City, Kairo.*

Acara ini merupakan pameran yang menampilkan produk makanan, minuman, dan hasil pertanian dari berbagai negara. Pembukaan resmi acara ini dihadiri oleh Perdana Menteri Mesir yaitu Mostafa Madbouli, yang didampingi oleh Menteri Perdagangan dan Perindustrian Mesir yaitu Nevine Gamea, Menteri Logistik dan Perdagangan Dalam Negeri yaitu Ali Moselhi, serta perwakilan dari Kadin Mesir yaitu Ahmed Ezz. Indonesia memanfaatkan kesempatan ini untuk mempromosikan produk unggulannya melalui delapan perusahaan Indonesia yang berpartisipasi dalam pameran ini. Di antara produk yang dipamerkan, termasuklah kopi robusta dan kopi arabika yang menjadi salah satu komoditas unggulan Indonesia hingga produk kopi bubuk instan juga turut dipamerkan. Partisipasi Indonesia dalam acara ini bertujuan untuk meningkatkan penetrasi pasar Mesir dengan menawarkan ragam produk makanan dan minuman berkualitas dari Indonesia. Melalui pameran ini, pemerintah Indonesia berharap dapat memperkenalkan keanekaragaman produk-produknya kepada konsumen di Mesir. Selain memperkenalkan produk, partisipasi Indonesia di *Cairo Supermarket Expo* juga bertujuan untuk meningkatkan nilai ekspor produk Indonesia ke Mesir. Dengan menghadirkan produk-produk berkualitas dan beragam, diharapkan akan tercipta peluang baru bagi ekspor produk Indonesia ke pasar Mesir, serta berkontribusi positif dalam menguatkan hubungan ekonomi antara kedua negara. Dengan segala upaya dan kesempatan yang diberikan oleh *Cairo Supermarket Expo*, pemerintah Indonesia berkomitmen untuk terus memperkuat daya saing produk-produknya di pasar internasional dan melanjutkan upaya strategis

dalam meningkatkan nilai ekspor Indonesia ke Mesir serta membangun hubungan yang lebih kokoh di bidang perdagangan dan ekonomi.⁶⁸

Pada tahun 2020, seiring dengan merebaknya pandemi Covid-19 yang melanda dunia, pemerintah Indonesia menghadapi berbagai tantangan dalam menjalankan strategi promosi kopi ke Mesir. Sayangnya, situasi yang tak terduga ini menghambat pelaksanaan kegiatan khusus yang berkaitan dengan kopi, yang sebelumnya direncanakan sebagai bagian dari upaya strategis untuk memperkenalkan kopi Indonesia di pasar Mesir. Pandemi covid - 19 telah memberlakukan pembatasan perjalanan dan kebijakan kesehatan yang ketat di banyak negara, termasuk Mesir. Dengan adanya pembatasan sosial dan pengurangan aktivitas publik, kegiatan promosi kopi, seperti pameran, festival kopi, dan seminar, menjadi terhambat dan harus ditunda atau dibatalkan demi keselamatan dan kesehatan masyarakat.⁶⁹

Walaupun dihadapkan dengan situasi yang penuh tantangan, pemerintah Indonesia tetap berkomitmen untuk memajukan industri kopi dan meningkatkan ekspor biji kopi ke Mesir. Proses ekspor biji kopi yang merupakan salah satu prioritas utama tetap berlangsung dengan penuh ketelitian dan kehati-hatian. Meskipun ada kendala logistik dan perubahan dalam kebijakan perdagangan internasional sebagai dampak dari pandemi, pemerintah Indonesia dan pelaku industri kopi berusaha untuk menjaga kelancaran dan kualitas ekspor kopi ke Mesir.

Tak hanya melalui Kedutaan Besar Republik Indonesia (KBRI), masyarakat juga adalah aktor yang memiliki peran utama dalam proses diplomasi publik, dan

⁶⁸Instagram, @indonesianincairo. (2022, Maret 26). Potensi Transaksi Indonesia Cairo Supermarket Expo 2022 Miliaran Rupiah. https://www.instagram.com/p/CbkhIRHDgW9/?img_index=3

⁶⁹Ibid.

dalam diplomasi kopi antara Indonesia dan Mesir, diaspora serta para profesional bisnis Indonesia juga memiliki kontribusi penting dalam upaya dari strategi diplomasi publik untuk memperkenalkan kopi Indonesia di Mesir, diantaranya adalah :

- a) KBRI Kairo mengadakan suatu seminar daring dengan topik "Peningkatan Potensi Wirausaha Berorientasi Ekspor bagi Mahasiswa dan Warga Indonesia di Mesir".

Acara ini menghadirkan pembicara seperti Arie Putra, Ahli Strategi Promosi dan Pemasaran dari Kementerian Perdagangan (Kemendag), Arif Hariyanto, Ahli Implementasi Hasil Perjanjian Perdagangan Internasional Kemendag, Gustian Mahardika, Ahli Prosedur Ekspor dan Akses Pembiayaan Kemendag, serta Hadi Santoso, Presiden Direktur PT Rodamas Inti Internasional. Seminar ini merupakan salah satu dari banyak seminar yang telah diadakan, membahas berbagai isu seperti ekonomi, sosial, budaya, kesehatan, dan pendidikan. Namun, khususnya dalam seminar ini, KBRI Kairo ingin menggerakkan peran diaspora Indonesia di Mesir secara optimal untuk ikut serta dalam memperkuat hubungan perdagangan antara Indonesia dan Mesir. Diaspora memiliki potensi sebagai pelaku yang mungkin akan memperkaya kegiatan ekspor-impor kedua negara. Duta Besar Indonesia untuk Mesir, Lutfi Rauf, mengungkapkan bahwa saat ini terdapat sekitar 10.000 orang diaspora Indonesia di Mesir, di mana sebagian besar adalah mahasiswa dengan kemampuan ilmiah yang mumpuni. Menurut Lutfi, gabungan antara jumlah dan kapabilitas intelektual dianggap sebagai potensi yang kuat. Dengan koordinasi yang teratur dan pemanfaatan yang tepat, aset ini dapat berperan dalam meningkatkan nilai perdagangan sekaligus

mengukuhkan hubungan antara Indonesia dan Mesir.⁷⁰

- b) Diaspora di Mesir juga terlibat secara aktif dalam memperkenalkan biji kopi, mengisahkan tentang sejarah kopi di Indonesia, bahkan sampai memberikan atau menjual kopi asli Indonesia di Mesir sebagai upaya untuk mempromosikan kopi Nusantara. Selain itu, mereka tidak hanya berfokus pada promosi kopi semata, tapi juga berupaya memperkenalkan ragam budaya Indonesia kepada masyarakat luar negeri melalui kegiatan yang beragam.⁷¹
- c) Diaspora Indonesia mendirikan perkumpulan yang mencapai 70 kelompok di Qatar saat ini. Dalam kelompok-kelompok tersebut, mereka secara aktif mengenalkan tarian tradisional seperti tari angklung serta mendirikan rumah seni sebagai wadah untuk mengekspresikan seni dan budaya Indonesia secara luas kepada masyarakat setempat maupun internasional. Melalui keseriusan dan dedikasi diaspora tersebut, harapannya adalah dapat meningkatkan pemahaman lintas budaya serta memperkuat ikatan antara kedua negara dalam hal apresiasi atas warisan budaya yang dimiliki oleh bangsa-bangsa tersebut.⁷²

⁷⁰Rahman, M. A. (2021). Kekuatan Diaspora Dalam Relasi Dagang RI-Mesir. Kompas Id. <https://www.kompas.id/baca/internasional/2021/02/10/kekuatan-diaspora-dalam-relasi-dagang-ri-mesir/>

⁷¹Indonesian Embassy in Cairo actively promotes country's coffee exports. (2022). International Comunicaffe. <https://www.comunicaffe.com/indonesian-embassy-in-cairo-promotes-indonesias-coffee-exports-to-egypt/>

⁷²News, A. (2023). RI Gunakan Kopi Sebagai Alat Diplomasi Budaya Dengan Qatar. <https://www.antarane.ws.com/berita/3550143/ri-gunakan-kopi-sebagai-alat-diplomasi-budaya-dengan-qatar>

4.2 Keuntungan Diplomasi Kopi Dengan Mesir Bagi Indonesia

Diplomasi kopi yang terjalin antara Indonesia dan Mesir bukan hanya sebatas bisnis belaka namun ini semua dilatar belakangi karena tingginya minat warga Mesir terhadap produk kopi Nusantara⁷³ sehingga karena hal inilah membuat Indonesia melihat bahwa ada peluang pasar ke Mesir sehingga mulai dari situlah Indonesia terus melakukan upaya diplomasi kopinya dan tak hanya itu, Indonesia dan Mesir juga merupakan negara yang sama – sama sangat suka dengan kopi. Diplomasi kopi akan menjadi alat baru untuk mempererat hubungan bilateral Indonesia dengan berbagai negara.

Hubungan diplomatik yang terjalin telah sangat lama antar Indonesia dan Mesir juga merupakan hal signifikan yang sangat mempengaruhi diplomasi kopi ini. Tak seperti diplomasi kopi yang Indonesia jalin dengan negara lain seperti Jepang, Amerika, bahkan Belanda, hubungan Indonesia dan Mesir ini tak hanya sekedar bisnis belaka namun kedua negara ini memiliki banyak sejarah panjang mengenai persamaan budaya serta warisan budaya yang sangat kaya karena kedua negara ini memiliki sumbangsi besar bagi dunia seperti piramida di Mesir serta candi-candi yang terdapat di Indonesia, lalu adanya persamaan agama yang mana kedua negara ini memiliki mayoritas penduduk menganut agama Islam yang tercatat pada tahun 2022 sebanyak 99,91 juta jiwa⁷⁴ masyarakat Mesir pengikut ajaran Islam dari total populasi penduduknya sebanyak 110.132.806 juta jiwa⁷⁵ tidak jauh beda dengan Indonesia

⁷³Ibid.

⁷⁴Rizaty, M. A. (2022). 8 Negara dengan Populasi Muslim Terbanyak 2022. Data Indonesia. <https://dataindonesia.id/varia/detail/8-negara-dengan-populasi-muslim-terbesar-ada-indonesia>

⁷⁵Populasi Mesir. (2023). Population Today. <https://populationtoday.com/id/egypt/#:~:text=Penduduk%20Mesir%20hingga%20saat%20ini,populasi%201%2C397%25%20dari%20populasi%20dunia.>

dengan penganut agama islam sebanyak 229,62 juta jiwa yaitu sekitar 87,2% dari jumlah penduduk 269,6 juta⁷⁶, serta dalam bidang pendidikan kedua negara ini memiliki kerja sama yang baik dan saling membantu dalam memberi beasiswa serta melakukan pertukaran pelajar sehingga dengan adanya persamaan antara Indonesia dan Mesir ini makin menciptakan ikatan emosional yang terjalin antara kedua negara.

Tanpa diplomasi kopi, hubungan bilateral antara Indonesia dan Mesir mungkin tidak akan sekuat saat ini. Diplomasi kopi telah membantu meningkatkan volume ekspor kopi Indonesia ke Mesir dan memperkuat hubungan persahabatan antara kedua negara. Diplomasi kopi juga membawa dampak positif bagi industri kopi dan kesejahteraan petani kopi Indonesia. Dalam konteks perdagangan internasional, diplomasi kopi telah menjadi alat yang efektif dalam mengamankan pangsa pasar yang lebih besar untuk produk kopi Indonesia di Mesir. Jika upaya diplomatik ini tidak dilakukan, Indonesia mungkin akan kesulitan dalam mempromosikan kopi Indonesia di pasar internasional dan meningkatkan citra Indonesia sebagai produsen kopi berkualitas.⁷⁷

Diplomasi kopi juga memberikan dorongan positif untuk pengembangan sektor pertanian di Indonesia dan meningkatkan taraf hidup petani. Selain itu, diplomasi kopi memungkinkan Indonesia untuk membangun hubungan yang lebih kuat dengan para importir kopi di Mesir. Ini menciptakan loyalitas yang lebih besar terhadap kopi Indonesia, membuka peluang bagi peningkatan bisnis jangka panjang, dan menciptakan hubungan yang lebih solid antara pemangku kepentingan di kedua

⁷⁶Kemenag RI. (2022). Menjadi Muslim, Menjadi Indonesia. <https://kemenag.go.id/opini/menjadi-muslim-menjadi-indonesia-kilas-balik-indonesia-menjadi-bangsa-muslim-terbesar-03w0yt>

⁷⁷Hestyarini, F. (2021). Diplomasi Kopi Bikin Lengket Persahabatan Indonesia-Mesir. Rakyat Merdeka. <https://rm.id/baca-berita/internasional/89877/diplomasi-kopi-bikin-lengket-persahabatan-indonesiamesir>

negara. Dengan demikian, diplomasi kopi dapat menjadi sebagai salah satu strategi penting dalam mencapai tujuan politik luar negeri dan kepentingan nasional Indonesia dengan Mesir dan meningkatkan kerja sama dalam bidang kopi. Dalam konteks ini, kopi tidak hanya menjadi produk dagang, tetapi juga alat yang efektif dalam mempromosikan nilai-nilai, kepentingan ekonomi, dan menjaga hubungan bilateral yang kokoh antara Indonesia dan Mesir.

Diplomasi kopi mencerminkan kesadaran bahwa kedua negara memiliki potensi untuk saling menguntungkan dalam perdagangan kopi, dengan Mesir sebagai pasar yang menjanjikan bagi produk kopi Indonesia. Diplomasi kopi juga memberikan kesempatan bagi kedua negara untuk menjalankan kerjasama yang lebih luas dalam berbagai bidang terkait kopi, termasuk peningkatan kualitas produk dan peluang investasi di sektor kopi. Hal ini menciptakan hubungan yang lebih kuat antara kedua negara, bukan hanya dalam konteks bisnis, tetapi juga dalam hal pertukaran informasi yang terkait dengan kopi. Dengan berhasilnya diplomasi kopi, volume ekspor kopi Indonesia ke Mesir meningkat, menciptakan manfaat ekonomi bagi kedua negara. Selain itu, diplomasi ini juga berdampak positif pada hubungan politik dan diplomatik antara Indonesia dan Mesir, karena memperkuat hubungan persahabatan yang lebih dalam dan melalui diplomasi kopi, terdapat keuntungan-keuntungan yang diperoleh bagi Indonesia dalam bidang ekonomi, politik, sosial dan budaya.

4.2.1 Bidang Ekonomi

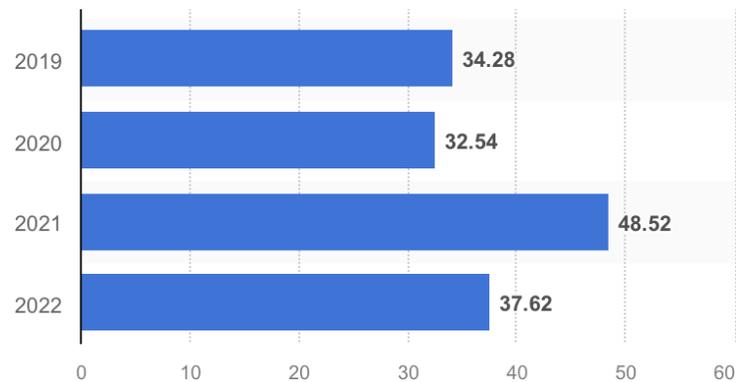
Seiring dengan meningkatnya kebutuhan Mesir akan kopi dan tingginya minat warga Mesir pada kopi Nusantara karena aroma dan cita rasanya yang khas, membuat permintaan terhadap produk kopi Indonesia di

Mesir meningkat. Banyak perusahaan pengolahan di Mesir bekerja sama dengan Indonesia dalam mengolah biji kopi Nusantara, dan Indonesia merupakan pemasok kopi terbesar di Mesir yang memegang sebesar 48% dari total ekspor kopi ke Mesir. Peningkatan ekspor kopi Indonesia ke Mesir juga tidak lepas dari peran pemerintah dalam menjalin kerja sama dalam sektor perdagangan dengan pemerintah Mesir yang berdampak baik juga pada peningkatan ekspor kopi Indonesia ke Mesir.

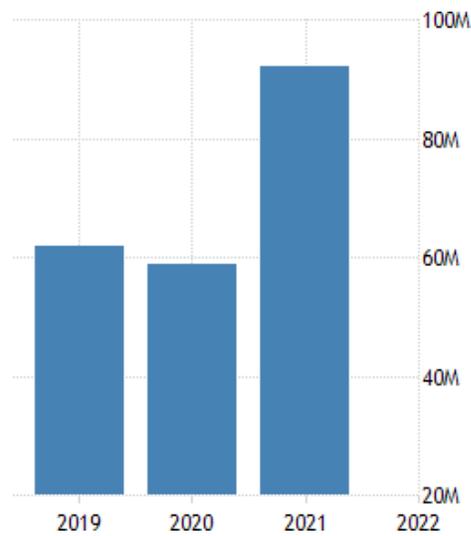
Indonesia adalah salah satu pasar ritel kopi terbesar di dunia berdasarkan volume, didorong oleh meningkatnya permintaan domestik. Fakta ini juga memperlihatkan bahwa tingkat pertumbuhan tahunan gabungan dalam pasar kopi di Indonesia tumbuh 11,4% antara 2017 dan 2021, menjadikannya pasar ritel kopi dengan pertumbuhan tercepat di dunia di antara daftar negara yang mencakup Vietnam yang menempati peringkat kedua di 9,2%, diikuti oleh Turki (6,8%), Filipina (6,7%) dan Meksiko (6,1%).⁷⁸

Diplomasi kopi dengan Mesir dapat memberikan keuntungan yang signifikan bagi Indonesia dalam bidang ekonomi. Dapat dilihat dari tabel indikator jumlah dan pendapatan Indonesia dari ekspor kopi ke Mesir, yaitu:

⁷⁸Wicaksono, D. P. (2021). Faktor - Faktor Peningkatan Ekspor Kopi Indonesia Ke Mesir Tahun 2015 – 2020. https://repository.unsri.ac.id/61137/6/RAMA_84201_07041181621178_0001057901_0008109301_01_front_ref.pdf

Tabel 4.1 Indikator volume ekspor⁷⁹

Sumber : statista

Tabel 4.2 Indikator pendapatan ekspor⁸⁰

Sumber : The observatory of economic

⁷⁹Export Volume Of Coffee From Indonesia To Egypt From 2014 To 2022. (2023).
<https://www.statista.com/statistics/1037584/indonesia-coffee-export-volume-to-egypt/>

⁸⁰Indonesia Exports Of Coffee, Coffee Husks, Substitutes With Coffee To Egypt. (2023).
<https://tradingeconomics.com/indonesia/exports/egypt/coffee-coffee-husks-substitutes-coffee>

Pada tahun 2019, Indonesia berhasil meraih pencapaian luar biasa dalam sektor ekspor kopi, khususnya dalam hubungannya dengan negara Mesir. Pendapatan yang dihasilkan dari ekspor kopi Indonesia ke Mesir mencapai angka yang mengesankan, yaitu sebesar 58.9 juta USD, dengan jumlah total ekspor kopi mencapai 34.280 ton dan mengalami peningkatan sebesar 5.26% jika dibandingkan dengan data pendapatan pada tahun sebelumnya. Pangsa pasar yang berhasil diakumulasi oleh Indonesia mencapai proporsi yang mencengangkan, yaitu 61,74% dari total impor biji kopi Mesir.

Dapat dilihat bahwa pencapaian ini tidak hanya mencerminkan kesuksesan Indonesia dalam memenuhi permintaan global akan biji kopi berkualitas, tetapi juga mengindikasikan pertumbuhan yang mengembirakan, Indonesia bukan hanya sekadar negara pengekspor kopi ke Mesir, tetapi juga menempati posisi puncak sebagai negara pemasok utama biji kopi untuk Mesir. Kesuksesan ini menggaris bawahi peran penting Indonesia dalam memenuhi kebutuhan biji kopi Mesir, serta mengukuhkan posisinya sebagai mitra perdagangan yang vital dalam industri kopi internasional.

Pada tahun 2020, sektor ekspor kopi Indonesia mengalami penurunan sekitar 4.73% dari tahun sebelumnya dengan pendapatan yang dihasilkan dari ekspor kopi Indonesia ke Mesir mencapai jumlah sebesar 54.9 juta USD dan total ekspor kopi Indonesia ke Mesir mencapai 32.540 ribu ton. Dari data tersebut jika dibandingkan dengan tahun 2019, pada tahun 2020 terjadi penurunan yang disebabkan karena adanya keterbatasan akibat pandemi Covid-19 telah berdampak signifikan pada industri ekspor kopi ke Mesir.

Pandemi ini telah menghambat produksi dan membatasi akses pasar internasional bagi produsen kopi. Akibatnya, terjadi penurunan yang signifikan dalam ekspor kopi Indonesia ke Mesir.

Pada tahun 2021, ekspor kopi Indonesia ke Mesir pada tahun tersebut mencapai angka yang mengesankan, yaitu sebesar 87.6 juta USD dengan total volume ekspor kopi dalam jumlah ton mencapai 48.520 ton. Walaupun pada tahun sebelumnya sempat terjadi penurunan dari ekspor kopi yang dilakukan Indonesia ke Mesir, namun tahun 2021 menjadi tahun dengan pencapaian luar biasa dalam sektor ekspor kopi Indonesia terutama dalam hubungannya dengan negara Mesir. Tidak hanya pendapatan yang menunjukkan pertumbuhan yang menggembirakan, tetapi jumlah ekspor kopi Indonesia ke Mesir juga mencatatkan prestasi yang mengesankan. Kuantitas ini menunjukkan upaya keras dan komitmen yang kuat dari para pelaku industri kopi di Indonesia dalam memenuhi permintaan pasar internasional, serta memberikan kontribusi yang semakin besar terhadap pertumbuhan ekonomi negara dan sebagai bukti bahwa memang kopi Indonesia menjadi produk unggulan di Mesir.

Pada tahun 2022, ekspor kopi Indonesia ke Mesir pada tahun tersebut mencapai 82.17 juta USD⁸¹ dengan total volume ekspor kopi dalam satuan ton mencapai 37.620 ton. Meskipun terjadi penurunan dari tahun sebelumnya, namun jika dibandingkan dengan tahun 2019 – 2020, angka pendapatan ini lebih tinggi sehingga dapat dikatakan bahwa hingga tahun

⁸¹Annur, C. M. (2022). 10 Negara Tujuan Utama Ekspor Kopi Indonesia (2022). <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/03/16/dari-as-sampai-rusia-ini-negara-tujuan-ekspor-kopi-indonesia-pada-2022>

2022 pun kopi Indonesia masih terus diekspor ke Mesir dengan jumlah banyak dan biji kopi Indonesia masih terus dicari oleh masyarakat Mesir.

Dari hasil pendapatan ini, dapat kita lihat bahwa kopi Indonesia memiliki daya tarik yang sangat khusus di Mesir. Meskipun pada tahun 2020 sempat mengalami penurunan yang cukup signifikan karena terbatasnya kegiatan promosi dan ekspor ke Mesir akibat pandemi Covid-19, namun, meskipun mengalami kendala ini, kopi Indonesia berhasil mendapatkan perhatian kembali di pasar Mesir pada tahun 2021. Ini menunjukkan bahwa kualitas dan cita rasa unik kopi Indonesia memang spesial bagi masyarakat Mesir. Ini semua juga tak luput karena dipengaruhi oleh upaya promosi yang lebih intensif, inovasi dalam produk-produk kopi Indonesia, dan adanya kesadaran masyarakat Mesir akan produk-produk kopi berkualitas dari Indonesia.

Proses ekspor kopi Indonesia ke Mesir ini pun melibatkan kerja sama antara perusahaan swasta lokal dan pemerintah Indonesia yang juga memegang peranan penting dalam mengupayakan ekspor ke Mesir. Perusahaan swasta yang berperan dalam ekspor kopi menjadi agen utama dalam menggerakkan ekonomi dan menciptakan lapangan kerja di dalam negeri. Di sisi lain, pemerintah Indonesia memiliki peran penting dalam memberikan dukungan kebijakan, infrastruktur, serta menjaga kualitas dan keamanan produk ekspor. Kerja sama ini bukan hanya menguntungkan dalam hal ekonomi, tetapi juga sebagai bukti dari praktek diplomasi publik yang mana, tidak hanya negara saja yang dapat menjadi aktor dari diplomasi, melainkan aktor-aktor non negara khususnya masyarakat, dapat menjadi bagian dari proses diplomasi.

Selain itu, ada juga prestasi yang didapatkan kopi Indonesia melalui diplomasi kopi ini yang berasal dari dewan *International Coffee Organization* (ICO) melalui Direktur Jenderal Perundingan Perdagangan Internasional Kementerian Perdagangan, Imam Pambagyo, yang terpilih sebagai Ketua Dewan ICO periode 2019-2020. Pencapaian ini merupakan bukti bahwa Indonesia telah mendapatkan kepercayaan dari dunia internasional masyarakat melalui produk kopinya. Melalui kepemimpinannya di Dewan ICO, Indonesia akan terus memperkuat keberlanjutan kemitraan antara pemerintah, petani, dan sektor industri. Terbukti dengan promosi kopi sebagai bagian dari mengenalkan keragaman budaya Indonesia, sekaligus dapat memperkuat kerjasama di bidang ekonomi melalui ekspor kopi yang dapat meningkatkan nilai perdagangan luar negeri Indonesia.⁸²

Sehubungan dengan terjadinya hal ini, menunjukkan bahwa permintaan dan minat Mesir terhadap produk kopi asal Indonesia masih tinggi dan tidak mengalami kendala. Eksportir kopi Indonesia optimistis bahwa akan tetap melakukan pengiriman/eksor kopi dari Indonesia sesuai kontrak dagang yang telah ditandatangani buyers Mesir saat *Trade Expo* Indonesia (TEI) 2019 lalu, dan juga semua kontrak dagang yang dilakukan Mesir dengan eksportir kopi Indonesia masih terus berjalan lancar atas kolaborasi erat ini. Melalui diplomasi kopi, Indonesia dapat membentuk citra nasional yang positif terhadap budaya Indonesia, sekaligus menciptakan peluang kerja sama ekonomi untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat Indonesia dan dapat dimanfaatkan sebagai instrumen diplomasi

⁸²Ibid.

untuk mencapai tujuan-tujuan politik luar negeri Indonesia utamanya di Mesir.

4.2.2 Bidang Politik

Pengembangan ekspor kopi Indonesia ke Mesir tidak hanya memberikan manfaat ekonomi semata, namun juga membawa dampak positif dalam ranah politik, terutama dalam memperkuat hubungan diplomatik yang kokoh antara kedua negara. Indonesia telah berhasil menggunakan kopi sebagai alat diplomasi yang memiliki potensi besar untuk mempengaruhi faktor-faktor emosional yang terkait dengan aspek sosial budaya suatu negara dalam proses pengambilan keputusan dan pembuatan kebijakan.

Pada tahun 2019, Kedutaan Besar Indonesia di Kairo, Iwa Mulyana, didampingi Atase Perdagangan KBRI Kairo Irman Adi Purwanto Moefthi, melakukan kunjungan diplomatik untuk meresmikan pabrik pengolahan kopi Ahmed Al Sheikh yang merupakan salah satu penyuplai biji kopi Indonesia terbanyak di Mesir di Distrik Borg Arab, Alexandria, Mesir. Peresmian pabrik kopi ini juga disaksikan pejabat teras pabrik kopi Ahmed Al Sheikh.⁸³

Kunjungan diplomatik dan peresmian pabrik pengolahan kopi di Mesir ini menciptakan beberapa keuntungan dalam bidang politik antara Indonesia dan Mesir antara lain, dari kunjungan diplomatik ini menggambarkan keseriusan Indonesia dalam menjalin hubungan yang kuat dengan Mesir.

⁸³Rahman, M. A. (2019). Berkat Kopi Indonesia, Orang Mesir Kini Bisa "Ngopi" Lima Kali Sehari. Kompas. <https://www.kompas.id/baca/utama/2019/09/01/pabrik-kopi-indonesia-diresmikan-di-mesir>

Tindakan ini dapat memperkuat hubungan bilateral antara kedua negara dan memperlihatkan komitmen politik Indonesia terhadap kerja sama dengan Mesir, dan kunjungan diplomatik yang disaksikan oleh pejabat pabrik kopi Ahmed Al Sheikh dapat memberikan pengakuan politik atas peran penting Indonesia dalam menyediakan biji kopi bagi industri Mesir. Ini dapat membuka pintu untuk dukungan politik lebih lanjut di tingkat regional atau internasional.

Meskipun adanya keterbatasan ekspor pada tahun 2020 karena pandemi Covid-19, namun melalui diplomasi kopi di tengah pandemi dapat dianggap sebagai simbol kerja sama dan kekuatan resiliensi dalam menghadapi tantangan global. Negara-negara yang tetap menjalin kerja sama dalam kondisi sulit dapat memberikan pesan positif tentang komitmen politik mereka terhadap hubungan bilateral yang kuat. Ini dibuktikan oleh Indonesia dan Mesir yang masih terus melakukan ekspor kopi walaupun dalam angka yang sedikit dibanding tahun-tahun yang lain namun solidaritas politik antara Indonesia dan Mesir memperlihatkan bahwa Indonesia tetap berusaha menyuplai kopi ke Mesir dan Mesir juga terus berusaha menyediakan kebutuhan masyarakatnya.

Melalui kebijakan diplomasi kopi ini, Indonesia telah berhasil menjaga hubungan yang baik dengan Mesir, memberikan sumbangan positif dalam menjaga stabilitas regional, serta berkontribusi dalam upaya menjaga perdamaian dan kerjasama lintas batas. Keberhasilan diplomasi kopi menjadi contoh nyata tentang bagaimana ekonomi dan budaya dapat menjadi jembatan untuk membangun hubungan diplomatik yang kuat dan

berkelanjutan antara dua negara.⁸⁴

Pentingnya ekspor kopi Indonesia ke Mesir dalam konteks politik terutama dalam upaya pembentukan kemitraan strategis. Indonesia memiliki peranan penting sebagai mitra dagang terbesar Mesir di Asia Tenggara, sementara Mesir juga menjadi mitra dagang utama Indonesia di wilayah Afrika⁸⁵. Dengan demikian, dinamika ini menciptakan dasar yang kokoh untuk memperluas kolaborasi yang bermanfaat di berbagai sektor, serta memperdalam kerja sama yang saling menguntungkan bagi kedua negara.

Terkait dengan hal ini, pada saat penelitian ini dilakukan, Indonesia dan Mesir telah mensepakati terbentuknya Komisi Dagang Bersama (*Joint Trade Committee*) dengan Mesir pada tahun 2021, dengan tujuan menjadi platform yang memfasilitasi eksplorasi berbagai potensi kerja sama yang terkandung dalam kemitraan antara kedua negara. Komisi ini akan memiliki peran yang signifikan dalam menjelajahi isu-isu strategis yang terkait dengan perdagangan, investasi, industri, pertanian, energi, pariwisata, serta beragam aspek lainnya. Terlebih, Indonesia mengundang Mesir untuk memperkuat kolaborasi di bidang pendidikan, budaya, sosial, dan agama guna meluaskan dimensi kerja sama kedua negara⁸⁶. Lalu pada 15 Mei 2023, kerja sama ini telah berhasil ditandatangani oleh Menteri Perdagangan RI Zulkifli Hasan dan Menteri Perdagangan dan Industri Mesir Ahmed Samir Saleh di Kairo, Mesir.⁸⁷

⁸⁴Ibid.

⁸⁵Ibid.

⁸⁶Cindyara, A. (2021). Indonesia Dorong Pembentukan Komisi Dagang Bersama Dengan Mesir. Antara News. <https://www.antarane.ws.com/berita/2471873/indonesia-dorong-pembentukan-komisi-dagang-bersama-dengan-mesir>

⁸⁷Mendag Zulkifli Hasan Tanda Tangan Mou Pembentukan Joint Trade Committee Indonesia–

4.2.3 Bidang Sosial dan Budaya

Melalui ekspor komoditas biji kopi ke Mesir, Indonesia memiliki kesempatan untuk mempromosikan kekayaan serta keragaman budaya yang dimiliki oleh bangsa ini. Sebagai negara dengan warisan seni dan budaya yang sangat beragam, termasuk tari, musik, sastra, seni rupa, dan kuliner yang menggugah selera masyarakat di seluruh dunia, Indonesia dapat menarik minat serta mendapat simpati dari masyarakat Mesir melalui produk unggulan seperti kopi. Pemanfaatan peluang ekspor kopi ke Mesir juga menjadi medium bagi Indonesia untuk secara efektif mengenalkan kebudayaannya kepada masyarakat lokal maupun internasional. Dengan demikian, ekspor biji kopi menjadi tidak hanya sekadar perdagangan komoditas tetapi juga sebuah sarana strategis dalam diplomasi budaya.⁸⁸

Seperti pada acara "Hari Indonesia-Mesir" yang diselenggarakan di Luxor, yang berjarak sekitar 650 kilometer dari Kairo, penduduk setempat dengan penuh rela mengantri untuk merasakan cita rasa kopi Indonesia. Kegiatan kebudayaan dan perdagangan ini dipentaskan di dua lokasi berbeda, yaitu Perpustakaan Umum dan Luxor *Conference Hall*, pada tanggal 19 Februari 2019, dalam rentang waktu dari siang hingga malam hari. Acara ini berhasil terwujud berkat kerja sama antara Kedutaan Besar Republik Indonesia (KBRI) di Kairo dan Pemerintah Provinsi Luxor. Ratusan penduduk Luxor yang hadir dalam acara persahabatan antara Republik

Mesir. (2023). Kemendag. <https://www.kemendag.go.id/berita/siaran-pers/mendag-zulkifli-hasan-tanda-tangani-mou-pembentukan-joint-trade-committee-indonesia-mesir>

⁸⁸Ibid.

Indonesia dan Mesir dengan penuh semangat mengikuti berbagai rangkaian kegiatan yang disajikan.

Selain pertunjukan seni, terdapat pula beragam stan yang memamerkan kerajinan dan produk dari kedua negara. Indonesia, dalam hal ini, menampilkan produk-produk seperti kopi, rempah-rempah, mi instan, dan biskuit, sedangkan Mesir memajang berbagai kerajinan tangan khas warga Luxor. Untuk semakin memperkenalkan produk-produk Nusantara, KBRI Kairo juga menyediakan air panas sehingga para pengunjung dapat langsung menyeduh kopi dan mi instan Indonesia. Dampaknya, banyak penduduk yang mengantre dengan antusias untuk mencicipi produk-produk Indonesia, terutama kopi selama berlangsungnya acara tersebut.

Menurut Duta Besar Indonesia untuk Mesir yaitu Helmy Fauzi, acara ini merupakan salah satu langkah dalam meningkatkan kerja sama antara Mesir dan Indonesia dalam sektor perdagangan dan kebudayaan. Selain berbagai pertunjukan tarian Nusantara seperti Tari Enggang, Tari Piring, Batin Kemuning, Tari Ondel-ondel, dan Tari Dara Juanti, para penampil berasal dari tim tari Pusat Kebudayaan Indonesia (Puskin) KBRI Kairo dan tim tari Sanggar Gayatari Nusantara yang diundang khusus oleh Kementerian Pariwisata. Serta turut dihadirkan juga fashion show yang menampilkan pakaian khas Nusantara untuk menambah semarak suasana acara tersebut. Hadir dalam acara ini juga Atase Pendidikan dan Kebudayaan Dr. Usman Syihab, yang mengungkapkan pentingnya program semacam ini dalam mempromosikan sikap keterbukaan dan penghargaan terhadap perbedaan budaya, yang merupakan prinsip mendasar dalam

membangun budaya damai dan perdamaian.⁸⁹

Walaupun ekspor kopi dari Indonesia ke Mesir tidak mencapai tingkat yang sama seperti pada tahun-tahun sebelum adanya pandemi covid-19, namun pada tahun 2020 penting untuk diakui bahwa diplomasi kopi tetap memiliki keuntungan yang signifikan. Diplomasi kopi terus berfungsi sebagai jembatan yang penting dalam mendukung petani kopi Indonesia yang dapat membantu mereka menjaga pendapatan dan keberlanjutan usaha pertanian mereka dan memelihara hubungan positif antara kedua negara.⁹⁰

Melalui reputasi kualitas dan cita rasa unik biji kopi Indonesia, banyak pecinta kopi Indonesia yang menjadi terlibat aktif dalam komunitas-komunitas pecinta kopi lokal di Mesir, baik sebagai anggota maupun pengelola kedai atau bisnis kopinya sendiri. Peran diaspora juga sangat besar dalam mempromosikan kopi dan kebudayaan Indonesia. Diaspora ini tidak hanya ikut serta dalam menjual produk-produk kopi asli dari Indonesia, tetapi juga turut berperan dalam menyebarkan pengetahuan tentang cara menikmati dan menyeduh kopi secara optimal. Mereka sering kali mengadakan *workshop* atau sesi edukasi tentang teknik *roasting* (pemanggangan) biji kopi, metode penyeduhan yang tepat, dan bahkan membagikan cerita inspiratif seputar industri kopi di tanah air.

Selanjutnya, pada rentang tanggal 5 hingga 7 Agustus 2021, melalui peran aktif Kedutaan Besar Republik Indonesia (KBRI) di Kairo, pemerintah

⁸⁹Para Warga Luxor Mesir Antre Cicipi Kopi Indonesia. (2019). Sindo News. <https://international.sindonews.com/berita/1380574/44/para-warga-luxor-mesir-antre-cicipi-kopi-indonesia>

⁹⁰Lawan Covid-19: Mendag: Ekspor Produk Kopi Indonesia Ke Mesir Tetap Jalan. (2020). Kementerian Perdagangan RI. <https://www.kemendag.go.id/berita/siaran-pers/lawan-covid-19-mendag-ekspor-produk-kopi-indonesia-ke-mesir-tetap-jalan>

Indonesia menggelar lomba bergengsi yang dikenal sebagai "Top Barista" dalam rangka perhelatan festival kopi di Mesir yang berlangsung di Hotel Tulip Al Nagres, New Cairo, selama tiga hari beruntun. Acara ini dengan tekun diorganisir sebagai bagian penting dari strategi pemerintah Indonesia untuk memperkuat citra positif seputar biji kopi asal Indonesia di pasar Mesir. Lomba "Top Barista" ini diikuti oleh peserta-peserta terbaik di ranah barista dari beragam perusahaan kopi ternama di Mesir, dan mereka memperoleh kesempatan untuk mengolah biji kopi Indonesia yang telah dikirimkan secara eksklusif dari Indonesia untuk menunjang kesuksesan acara ini. Ragam biji kopi yang dikompetisikan berasal dari berbagai wilayah di Indonesia yang dipilih dengan teliti, termasuk biji kopi yang tumbuh subur di Sumatera, Temanggung, Malang, serta Flores, menghadirkan kekayaan citarasa dan aroma dari beragam sudut Indonesia.⁹¹

Lomba barista ini tidak hanya tentang pengolahan dan minum kopi, tetapi juga tentang seni dan budaya di baliknya. Ini mencakup cara penyajian kopi yang indah dan cerita di balik setiap cangkir kopi dan melalui acara ini menjadi kesempatan untuk memperkenalkan elemen-elemen budaya Indonesia yang terkait dengan kopi, seperti cara tumbuhnya, metode pengolahan khas, dan budaya seputar kopi, dapat meningkatkan pemahaman tentang kebudayaan Indonesia. Festival internasional seperti ini adalah kesempatan baik untuk membangun hubungan diplomatik dan budaya antara Indonesia dan Mesir. Ini bisa menjadi jembatan untuk pertukaran budaya, pengetahuan, dan kerja sama di bidang lain.

⁹¹Ibid.

Pengenalan kebudayaan Indonesia melalui festival kopi dapat menjadi daya tarik tambahan bagi wisatawan Mesir yang ingin mengenal lebih dekat budaya dan kopi Indonesia sehingga ini dapat memberikan dorongan tambahan untuk pariwisata Indonesia.

Ekspor kopi ke Mesir memiliki dampak yang sangat signifikan terhadap para petani kopi di Indonesia, contohnya para petani kopi di Lampung, Sumatra Selatan. Mereka merupakan salah satu pelaku dalam pengekspor kopi ke Mesir yang berhasil menghasilkan sekitar Rp3,5 miliar selama tahun 2022 dengan berpartisipasi aktif dalam mengirimkan sebanyak 3.000 ton kopi robusta ke pasar Mesir. Keberhasilan ini bukan hanya mencerminkan prestasi individu, melainkan juga menjadi bukti nyata dari kerja sama sinergis yang terjalin di berbagai tingkatan, termasuk antara pemerintah pusat dan daerah, Badan Usaha Milik Negara (BUMN), pelaku usaha di sektor kopi, serta pemangku kepentingan terkait lainnya.⁹²

Kemudian ada kopi Gayo yang tumbuh subur di lereng-lereng pegunungan Aceh dan adalah salah satu varietas kopi Arabika yang paling dihargai, bukan hanya oleh masyarakat Indonesia tetapi juga mencuri perhatian pecinta kopi di berbagai belahan dunia khususnya Mesir. Dibalik kopi Gayo, ada jerih payah serta komitmen yang tak terelakkan dari para petani yang mengabdikan pada tanaman kopi mereka. Mereka dengan tekun merawat tanaman kopi tersebut dan mengolahnya hingga menjadi biji kopi berkualitas tinggi yang dapat dinikmati oleh masyarakat global.

⁹²Sandy, F. (2022). Laris Manis! RI Ekspor 3.000 Ton Kopi Robusta ke Mesir. CNBC Indonesia. <https://www.cnbcindonesia.com/news/20220202081302-4-312163/laris-manis-ri-ekspor-3000-ton-kopi-robusta-ke-mesir>

Petani-petani ini, yang berhimpun dalam Koperasi Panca Gayo *Coffee*, bukan hanya menjadi bagian penting dalam rantai pasok ekspor Indonesia, tetapi saat ini juga mendapatkan pendampingan dan dukungan intensif dari Kantor Wilayah Direktorat Jenderal Kekayaan Negara (DJKN) Aceh serta Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Bener Meriah. Inisiatif ini menitikberatkan pada konsep sentralisasi produksi kopi, yang menjadi komponen integral dalam kerangka Klaster Kopi di Desa Devisa, Provinsi Aceh. Di dalamnya, lebih dari 250 petani kopi tersebar di sepuluh desa di Kabupaten Bener Meriah, Aceh, dan mereka berperan sebagai tulang punggung dalam mencapai pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan di Desa Devisa⁹³. Kolaborasi kuat ini, melibatkan pemerintah, para petani, serta berbagai pemangku kepentingan lainnya, tidak hanya mendorong promosi kualitas unggul kopi Gayo, tetapi juga secara positif memperkuat kesejahteraan petani kopi Indonesia. Dengan demikian, cerita di balik kopi Gayo menjadi salah satu contoh nyata tentang bagaimana peran aktif dan sinergi semua pihak dapat menciptakan dampak positif yang berkelanjutan dalam perkembangan industri kopi di Indonesia.

Diplomasi kopi ini tidak hanya meningkatkan kinerja ekspor kopi Indonesia ke Mesir, tetapi juga sebagai bagian dari upaya lebih luas dalam meningkatkan kesejahteraan dan ekonomi para petani kopi di seluruh Indonesia. Melalui pengembangan pasar ekspor yang kuat dan strategis seperti Mesir, para petani kopi di berbagai wilayah Indonesia dapat merasakan manfaat positif dari hasil panen mereka, meningkatkan

⁹³Ibid.

pendapatan, dan pada akhirnya, mencapai taraf hidup yang lebih baik. Dengan demikian, ekspor kopi ke Mesir bukan hanya sekadar transaksi bisnis, melainkan juga merupakan bagian dari sebuah perjalanan yang lebih besar untuk mendukung petani-petani Indonesia dalam mencapai keberlanjutan ekonomi dan sosial yang lebih baik.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Diplomasi kopi Indonesia dalam kerja sama dengan pemerintah Mesir merupakan implementasi dari diplomasi publik yang memanfaatkan konsep *nation branding*. Dalam konteks ini, kopi menjadi alat untuk mempromosikan citra positif Indonesia dan memperkuat hubungan bilateral dengan Mesir. Kopi juga menjadi simbol dari kekayaan budaya dan potensi ekonomi Indonesia, serta menjadi jembatan untuk membangun pemahaman dan koneksi antar bangsa.

Perhelatan seperti pameran dan seminar tentang kopi Indonesia telah memiliki dampak yang sangat signifikan dalam diplomasi kopi antara Indonesia dan Mesir. Melalui strategi ini yang merupakan salah satu pelaksanaan dari diplomasi publik dan *nation branding*, kopi Indonesia telah berhasil membuktikan eksistensinya di Mesir dan memperkuat citranya sebagai produsen kopi di Mesir, yang dengan memanfaatkan strategi ini Indonesia telah berhasil memperkuat kerja sama dengan Mesir dan dapat memberikan keuntungan bagi Indonesia dalam bidang ekonomi yang mana dan Indonesia merupakan pemasok kopi terbesar di Mesir yang memegang sebesar 48% dari total ekspor kopi ke Mesir sehingga ini dapat membantu Indonesia meningkatkan pendapatan negara.

Dalam bidang politik diplomasi kopi ini berhasil menjaga hubungan bilateral antara Indonesia dan Mesir serta melalui kerja sama dalam bidang kopi, Indonesia dan Mesir berhasil membentuk Komisi Dagang Bersama untuk memfasilitasi

eksplorasi berbagai potensi kerja sama antara kedua negara ini. Selanjutnya dalam bidang sosial dan budaya, diplomasi kopi pun memberikan keuntungan yaitu budaya Indonesia pun dapat dikenal di negara lain dan melalui ekspor kopi para petani kopi di Indonesia dapat terus memiliki mata pencaharian.

Melalui keberhasilan strategi dan upaya kerja sama yang kuat dalam industri kopi di Mesir, pemerintah Indonesia dapat terus mengembangkan upaya-upaya seperti melakukan pameran kopi serta lomba untuk para barista dengan menggunakan biji kopi dari Indonesia, untuk memperkenalkan kopi Nusantara secara konsisten di Mesir dan juga pemerintah Indonesia dapat menerapkan strategi yang telah berhasil ini dalam kerja sama nya dengan negara – negara lain. Tak hanya itu, keberhasilan diplomasi kopi antara Indonesia dan Mesir dalam industri kopi, dapat membuka jalan untuk pertumbuhan kerja sama lintas sektor yang bermanfaat bagi kedua negara.

5.2 Saran

Melalui penelitian dengan judul “Diplomasi Kopi Indonesia Dalam Kerja Sama Dengan Pemerintah Mesir Tahun 2019 – 2022” terdapat beberapa saran untuk pengembangan penelitian selanjutnya dikarenakan keterbatasan yang dihadapi oleh penulis dalam mencari data untuk penelitian ini, terutama keterbatasan akses ke sumber informasi, basis data, atau literatur yang diperlukan. Oleh karena itu, untuk penelitian selanjutnya diharapkan agar dapat menjalankan kajian yang lebih mendalam mengenai diplomasi kopi dengan praktik diplomasi publik agar dapat memberikan kontribusi yang lebih berharga mengenai diplomasi kopi, diantaranya :

- Pemerintah Indonesia dapat melakukan promosi kopi seperti lomba "Top Barista" tahun 2021, yang mana acara ini dapat secara rutin tiap tahunnya dilakukan yang dapat menjadi wadah untuk mempromosikan kopi Nusantara dengan melibatkan diaspora dalam pelaksanaannya.
- Penelitian lanjutan juga bisa dilakukan untuk menggali lebih dalam tentang potensi kerja sama lainnya antar Indonesia dan Mesir yang dapat menciptakan peluang baru dalam perdagangan, investasi, teknologi, dan pertukaran budaya yang akan memperkuat hubungan bilateral dan mendukung kemajuan ekonomi dan sosial kedua negara.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Arikunto, S. (2013). *Research Procedure: A Practical Approach*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Djelantik, S. (2018). *Diplomasi: Antara Teori & Praktik*. Graha Ilmu.
- Emilia, R. (2013). *Praktek Diplomasi*. Baduose Media.
- Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2000)
- Melissen, J..(2005).*The New Public Diplomacy : Soft Power In International Relations* (Palgrave Macmillan, Basingstoke,)
- Matutina, T. G. C. (2020). *Diplomasi Publik Korea Selatan Pasca Pencabutan Larangan Hallyu Di Tiongkok (2017-2019)* (Doctoral Dissertation, Universitas Komputer Indonesia).
- Olins, W. (2005). *Wally Olins On Brand*. Thames & Hudson.
- Setiawan, R., & Herawati, A. (2019). "Enhancing The Competitiveness Of Indonesian Coffee In The Egyptian Market." *Journal Of Management And Business Innovation*.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian:Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*.
- Supranto, J. (2003). *Metode Penelitian Hukum Dan Statistik / J. Supranto*. Jakarta Rineka Cipta.
- Temporal, P. (2014). *Branding For The Public Sector: Creating, Building And Managing Brands People Will Value*.
- Wiersma, W. (1986). *Research Methods In Education: An Introduction*.

Jurnal

- Anholt, S. (2006) *Public Diplomacy and Place Branding: Where`s the Link*. *Journal of Communication Management* 2 (4), p. 271-276. <http://proquest.umi.com>

- Candra, G. A. E. Perspektif Hukum Internasional Mengenai Kerja Sama Bilateral, 2022. <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/JJPP/article/view/52033>
- De Gouveia, P.F. (2006) The Future of Public Diplomacy. In: J. Noya (ed). The Present and Future of Public Diplomacy: A European Perspective , 6/.../2006, Working Paper 2006/6 from The 2006 Madrid Conference on Public Diplomacy
- Gregory, Bruce, 2008, Public Diplomacy : The Sunrise of an Academic Field, The ANNALS of The American Academy of Political and Social Science. <http://ann.sagepub.com/cgi/content/abstract/616/1/274>
- Intentilia. A. A. M. Coffee Diplomacy In Jokowi's Era: The Strategy Of Cultural And Economic Diplomacy Of Indonesia's Foreign Policy
- Intentilia, A. A. M. (2022). Foreign Policy, Public Diplomacy, and Social Media: Observing Indonesian Missions Practices. *Nation State: Journal of International Studies*, Vol. 6(1), 11. https://www.researchgate.net/publication/371988546_Foreign_Policy_Public_Diplomacy_and_Social_Media_Observing_Indonesian_Missions_Practices
- Kagan, J. (2021). Bilateral Trade Definition and Pros & Cons of Agreements. Government and Policy. <https://www.investopedia.com/terms/b/bilateral-trade.asp>
- KBRI Kairo. Laporan Kinerja Tahun 2022 Kedutaan Besar Republik Indonesia Kairo.
- Ma'mun, A. S. (2012). Diplomasi Publik dalam Membangun Citra Negara. *KOMUNIKOLOGI: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 9(2). <https://www.esaunggul.ac.id/diplomasi-publik-dalam-membangun-citra-negara/>
- Manurung, H. (2021). Enhancing Bilateral Cooperation: Indonesia-Russia Defense Relations. *Journal of Advance in Social Sciences and Policy*, 1 (1), 1–16. <https://jassp.lppm.unila.ac.id/index.php/jassp/article/view/28>
- Nikolova, M.S. and Hassan, S.S. (2013), "Nation Branding Effects On Retrospective Global Evaluation Of Past Travel Experiences", *Journal of Business Research*, Vol. 66 No. 6, pp. 752-758.
- Ni Wayan Rainy Priadarsini Sukiada, A. A. A. I. P. (2020). NATION BRANDING KOPI Arabika Kintamani (Studi Kasus: Kopi Gunung Catur, Desa Catur, Kintamani, Bangli). *Soca: Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, 14 (1), 180–193. <https://doaj.org/article/52ea92fac9b64021a1e67ee71011354b>
- Rahardjo, L. 2010. Do we really need nation branding. <http://the-marketeers.com/>
- Reich, A. (2010). BILATERALISM VERSUS MULTILATERALISM IN

INTERNATIONAL ECONOMIC LAW: APPLYING THE PRINCIPLE OF SUBSIDIARITY. *The University of Toronto Law Journal*, 60(2), 263–287.
<http://www.jstor.org/stable/40801406>

Sari, D. F. (2021). Upaya Pemerintah Dalam Membangun Brand Image Indonesia Melalui Kopi. *Hlm* 5-7.
<https://dspace.uui.ac.id/bitstream/handle/123456789/34038/14323092%20Desy%20Fatma%20Sari.pdf>

Suryana, A., M.Pd. Tahap-Tahapan Penelitian Kualitatif.
http://file.upi.edu/Direktori/FIP/JUR._ADMINISTRASI_PENDIDIKAN/197203211999031ASEP_SURYANA/Copy_%285%29_of_LANGKAH_PENELITIAN_KUALITATIF.pdf

Sophiana Widiastutie, Chusnu Syarifa Diah Kusuma, Ari Pradhanawati, M. A. S. (2022). Diplomasi Kopi Indonesia di Kancah Dunia. *Indonesian Perspective*, 7(2), 180–204. <https://ejournal.undip.ac.id/index.php/ip/article/view/50778>

Thompson, A., & Verdier, D. (2014). Multilateralism, Bilateralism, and Regime Design. *International Studies Quarterly*, 58(1), 15–28.
<http://www.jstor.org/stable/24017843>

Universitas Medan Area. Pengertian Serta Contoh Hubungan Bilateral Unilateral, Multilateral <https://barki.uma.ac.id/2021/11/29/pengertian-serta-contoh-hubungan-bilateral-unilateral-multilateral/#:~:text=Hubungan%20bilateral%20merupakan%20suatu%20jenis,budaya%20di%20antara%20dua%20negara>

Wang, J. (2006) Public Diplomacy and Global Business. *The Journal of Business Strategy* 27(3), hlm 43-58. https://www.jura.fu-berlin.de/fachbereich/einrichtungen/oeffentliches-recht/lehrende/bolewski/dokumente/4_Governance_and_sovereignty/Wang_public_diplomacy_and_global_business.pdf

Wicaksono, D. P. Faktor - Faktor Peningkatan Ekspor Kopi Indonesia Ke Mesir Tahun 2015 – 2020 Oleh Dicky Prayoga Wicaksono
https://repository.unsri.ac.id/61137/6/RAMA_84201_07041181621178_0001057901_0008109301_01_front_ref.pdf

Widiastutie, S. Diplomasi Kopi Indonesia di Kancah Dunia oleh Sophiana Widiastutie
<https://ejournal.undip.ac.id/index.php/ip/article/view/50778>

Zhang, J. (2015). The Foods of the Worlds: Mapping and Comparing Contemporary Gastrodiplomacy Campaigns. *International Journal of Communication*, 9(2015), 15. <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/2847/1316>

Website

- Kemlu. (2019). Indonesia dan Mesir Sepakati Tingkatkan Kerja Sama Ekonomi dan Konsuler. <https://kemlu.go.id/portal/id/read/406/berita/indonesia-mesir-sepakati-tingkatkan-kerja-sama-ekonomi-dan-kekonsuleran>
- Andryanto, S. D. (2021). 6 Varian Kopi Indonesia Legenda di Pasar Dunia, Kopi Gayo Sampai Kopi Kintamani. Tempo. <https://travel.tempo.co/read/1451033/6-varian-kopi-indonesia-legenda-di-pasar-dunia-kopi-gayo-sampai-kopi-kintamani>
- Annur, C. M. (2022). 10 Negara Tujuan Utama Ekspor Kopi Indonesia (2022). <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/03/16/dari-as-sampai-rusia-ini-negara-tujuan-ekspor-kopi-indonesia-pada-2022>
- Awali Tahun 2022, Kedai Kopi Asal Indonesia Kembali Diresmikan di Mesir. (2022). Kemlu. <https://kemlu.go.id/portal/id/read/3335/berita/awali-tahun-2022-kedai-kopi-asal-indonesia-kembali-diresmikan-di-mesir>
- Apa Itu Kopi Moka Yuk, Cari Tahu!. (2020). Nescafe. <https://www.nescafe.com/id/artikel/mengenal-kopi-moka#:~:text=Menurut%20sejarah%2C%20kopi%20mocha%20berasal,dengan%20rasanya%20yang%20kecokelat%2Dcokelatan>
- Banteninfo. (2016). Analisa Dinamika Hubungan Indonesia dan mesir dan Prospek Kepentingan Nasional Indonesia. <https://banteninfo.com/analisa-dinamika-hubungan-indonesia-mesir-dan-prospek-kepentingan-nasional-indonesia/>
- (BPS), B. P. S. (2022). Ekspor Kopi Menurut Negara Tujuan Utama, 2000-2022. <https://www.bps.go.id/statictable/2014/09/08/1014/ekspor-kopi-menurut-negara-tujuan-utama-2000-2022.html>
- Cindyara, A. (2021). Indonesia Dorong Pembentukan Komisi Dagang Bersama Dengan Mesir. Antara News. <https://www.antaraneews.com/berita/2471873/indonesia-dorong-pembentukan-komisi-dagang-bersama-dengan-mesir>
- Diplomasi Kopi Indonesia ke Mesir: Strategi Peningkatan Volume Ekspor Kopi. Kumparan. <https://kumparan.com/ria-agustina-larasati/diplomasi-kopi-indonesia-ke-mesir-strategi-peningkatan-volume-ekspor-kopi-1x1HInUf4SR>
- Diplomatic Corner. (2021). RRI Voice Of Indonesia. <https://voinews.id/index.php/international-news/item/13994-diplomatic-corner>
- Export Volume Of Coffee From Indonesia To Egypt From 2014 To 2022. (2023). <https://www.statista.com/statistics/1037584/indonesia-coffee-export-volume-to-egypt/>
- Hari Kopi Sedunia, Penemu Kopi dan Sejarah Masuk ke Indonesia. 2021. Detik.

<https://www.detik.com/edu/detikpedia/d-5747324/hari-kopi-sedunia-penemu-kopi-dan-sejarah-masuk-ke-indonesia>

Hestyarini, F. (2021). Diplomasi Kopi Bikin Lengket Persahabatan Indonesia-Mesir. Rakyat Merdeka. <https://rm.id/baca-berita/internasional/89877/diplomasi-kopi-bikin-lengket-persahabatan-indonesiamesir>

Indonesia Adakan Lomba Barista Pada Festival Kopi Mesir. (2021). Antara News. <https://www.antaraneews.com/berita/2313966/indonesia-adakan-lomba-barista-pada-festival-kopi-mesir>

Indonesia Dorong Pembentukan Komisi Dagang Bersama Dengan Mesir. (2021). Antara News. <https://www.antaraneews.com/berita/2471873/indonesia-dorong-pembentukan-komisi-dagang-bersama-dengan-mesir>

Indonesian Embassy in Cairo actively promotes country's coffee exports. (2022). International Comunicaffe. <https://www.comunicaffe.com/indonesian-embassy-in-cairo-promotes-indonesias-coffee-exports-to-egypt/>

Indonesia Exports Of Coffee, Coffee Husks, Substitutes With Coffee To Egypt. (2023). <https://tradingeconomics.com/indonesia/exports/egypt/coffee-coffee-husks-substitutes-coffee>

Indonesia Mendorong Sinergi Diplomasi Kopi Berkelanjutan dan Berdaya Saing untuk Peningkatan Ekspor di Pasar Global. (2022). Kemlu. <https://kemlu.go.id/portal/id/read/3722/berita/indonesia-mendorong-sinergi-diplomasi-kopi-berkelanjutan-dan-berdaya-saing-untuk-peningkatan-ekspor-di-pasar-global>

Instagram. @indonesianincairo. (2022, Maret 26). Potensi Transaksi Indonesia Cairo Supermarket Expo 2022 Miliaran Rupiah. https://www.instagram.com/p/CbkhIRHDgW9/?img_index=3

KBRI Kairo Fasilitasi Ekspor Kopi Antara Pebisnis Indonesia-Mesir. (2022). Antara News. <https://www.antaraneews.com/berita/2624725/kbri-kairo-fasilitasi-ekspor-kopi-antara-pebisnis-indonesia-mesir>

KBRI Kairo "Diplomasi" Kopi Indonesia di Mesir. (2021). Antara News. KBRI Kairo "diplomasi" kopi Indonesia di Mesir - ANTARA News

Kekuatan Diaspora dalam Relasi Dagang RI-Mesir. Kompas. <https://www.kompas.id/baca/internasional/2021/02/10/kekuatan-diaspora-dalam-relasi-dagang-ri-mesir/>

Kopi Keliling. Mesir : Tradisional dan Cinta Kopi <https://kopikeliling.com/lifestyle/mesir-yang-tradisional-cinta-kopi-itu.html>

Lawan Covid-19: Mendag: Ekspor Produk Kopi Indonesia Ke Mesir Tetap Jalan. (2020). Kementerian Perdagangan RI. <https://www.kemendag.go.id/berita/siaran-pers/lawan-covid-19-mendag-ekspor-produk-kopi-indonesia-ke-mesir-tetap-jalan>

Mendag Tegaskan Komitmen Perkuat Kemitraan Pengusaha Indonesia – Mesir. (2022). Antara News.

Mendag Zulkifli Hasan Tanda Tangan MoU Pembentukan Joint Trade Committee Indonesia–Mesir. (2023). Kemendag. <https://www.kemendag.go.id/berita/siaran-pers/mendag-zulkifli-hasan-tanda-tangani-mou-pembentukan-joint-trade-committee-indonesia-mesir>

Muhaimin. (2019). Para Warga Luxor Mesir Antre Cicipi Kopi Indonesia. Sindo News. <https://international.sindonews.com/berita/1380574/44/para-warga-luxor-mesir-antre-cicipi-kopi-indonesia>

Nasional Tempo. Pengusaha Indonesia dan Mesir Komitemen Perkuat Kemitraan Pengusaha Indonesia dan Mesir Komitmen Perkuat Kemitraan - Nasional Tempo.co

Menjadi Islam, Menjadi Indonesia. (2022). Kemenag RI. <https://kemenag.go.id/opini/menjadi-muslim-menjadi-indonesia-kilas-balik-indonesia-menjadi-bangsa-muslim-terbesar-03w0yt#:~:text=daripada%20Indonesia%3F%22.-,Mengacu%20data%20demografis%2C%20memang%20benar%20bahwa%20penduduk%20muslim%20Indonesia%20saat,berjumlah%20269%2C6%20juta%20jiwa>

Peluang Peningkatan Ekspor Mesir Minati Cocoa Powder Kopi Indonesia. (2019). Ditjenbun. Kementerian Pertanian Direktorat Jenderal Perkebunan » PELUANG PENINGKATAN EKSPOR : MESIR MINATI COCOA POWDER & KOPI INDONESIA

Populasi Mesir. (2023). Population Today. <https://populationtoday.com/id/eg-egypt/#:~:text=Populasi%20Mesir%20saat%20ini%2012.976.368%20Mingg u%2C%2027%20Agustus,1%2C542%25.%20Mesir%20memiliki%20populasi%201%2C397%25%20dari%20populasi%20dunia>.

RI Gunakan Kopi Sebagai Alat Diplomasi Budaya Dengan Qatar. (2022). Antara News. <https://www.antaraneews.com/berita/3550143/ri-gunakan-kopi-sebagai-alat-diplomasi-budaya-dengan-qatar>

Rahman, M. A. (2019). Berkat Kopi Indonesia, Orang Mesir Kini Bisa "Ngopi" Lima Kali Sehari. Kompas. <https://www.kompas.id/baca/utama/2019/09/01/pabrik-kopi-indonesia-diresmikan-di-mesir>

Rizaty, M. A. (2022). 8 Negara dengan Populasi Muslim Terbanyak 2022. <https://dataindonesia.id/varia/detail/8-negara-dengan-populasi-muslim-terbesar-ada-indonesia>

Sandy, F. (2022). Laris Manis! RI Ekspor 3.000 Ton Kopi Robusta ke Mesir. CNBC Indonesia. <https://www.cnbcindonesia.com/news/20220202081302-4-312163/laris-manis-ri-ekspor-3000-ton-kopi-robusta-ke-mesir>

Sejarah Hubungan Indonesia Mesir. Kemlu. <https://kemlu.go.id/cairo/id/read/sejarah-hubungan-indonesia-mesir/1900/etc-menu>

Specialty Coffee Indonesia Diperkenalkan di Kairo. (2019). Kemlu. <https://kemlu.go.id/portal/id/read/256/view/specialty-coffee-indonesia-diperkenalkan-di-kairo>

Trade Minister leaves for Egypt to explore potential export market. (2022). Antara News. <https://en.antaranews.com/news/281595/trade-minister-leaves-for-egypt-to-explore-potential-export-market>

Yehia, A. (2022). Indonesia and Egypt forge ahead as close partners in diplomacy, trade, culture: Ambassador. Ahram Online. <https://english.ahram.org.eg/News/504971>