

**STRATEGI DIPLOMASI KOMERSIAL INDONESIA MELALUI
PROMOSI KOPI KE LUAR NEGERI**

(2015-2019)

TUGAS AKHIR



HASRI AINUN MAHALLI

1151004012

PROGRAM STUDI ILMU POLITIK

FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL

UNIVERSITAS BAKRIE JAKARTA

2020

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas akhir ini adalah hasil karya diri sendiri,

dan semua sumber baik baik yang dikutip maupun dirujuk

telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Hasri Ainun Mahalli

NIM : 1151004012

Tanda Tangan : 

Tanggal : 3 Februari 2020

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas akhir ini diajukan oleh:

Nama : Hasri Ainun Mahalli
NIM : 1151004012
Program studi : Ilmu Politik
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : Strategi Diplomasi Komersial Indonesia melalui Promosi Kopi ke Luar Negeri (2015-2019)

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Sosial pada Program Studi Ilmu Politik, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Muhammad Badaruddin, S.Sos., M.Sc., M.A (*Badar*)

Penguji I : Prof. Rusadi Kantaprawira (*Rusadi*)

Penguji II : Muhammad Tri Andika, S. Sos., M.A (*Andika*)

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 3 Februari 2020

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah Subhanallah wata'ala, karena atas berkat dan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul “Strategi Diplomasi Komersial Indonesia melalui Promosi Kopi di Luar Negeri.” Penulisan ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Sosial Program Studi Ilmu Politik pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie. Dalam menyelesaikan tugas akhir ini, saya menyadari bahwa, saya mendapatkan banyak dukungan dari berbagai pihak khususnya keluarga, teman-teman, dan rekan-rekan di kampus. Tanpa bantuan dan bimbingan dari mereka, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Allah SWT atas segala yang telah diberikan oleh-Nya;
2. Nabi Muhammad ﷺ atas petunjuk yang beliau berikan kepada umatnya;
3. Keluarga Saya khususnya kedua orang tua saya, Bapak Amru Mahalli dan Ibu Yul Djalismar Djamaran serta adik saya, Muhammad Hatta Mahalli, atas doanya yang tidak pernah putus serta berbagai bentuk dukungan yang telah diberikan kepada penulis;
4. Ibu Prof. Ir. Sofia W. Alisjahbana, M.Sc., Ph.D selaku Rektor Universitas Bakrie;
5. Bapak Dudi Rudianto, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie;
6. Bapak Aditya Batara Gunawan S.Sos., M.Litt selaku Ketua Program Studi Ilmu Politik Universitas Bakrie atas dukungannya selama masa perkuliahan;
7. Bapak Muhammad Badaruddin S.Sos., M.Sc., M.A selaku dosen pembimbing akademik dan pembimbing tugas akhir yang senantiasa memberikan dukungan selama perkuliahan berlangsung, baik terkait perencanaan kuliah maupun dalam menyelesaikan tugas akhir ini;

8. Prof. Rusadi Kantaprawira selaku dosen pembahas I yang telah memberikan masukan dan saran dalam proses penyusunan tugas akhir ini. Saya sangat berterima kasih kepada beliau atas masukan serta saran-saran yang sangat baik serta kritis yang telah diberikan guna memperbaiki tugas akhir ini;
9. Tidak lupa saya ucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh dosen-dosen Ilmu Politik dan segenap civitas akademik Universitas Bakrie yang senantiasa tidak lelah memberikan ilmu-ilmu yang bermanfaat bagi saya. Saya beruntung dapat diajar oleh dosen-dosen yang hebat;
10. Saya juga sangat berterima kasih pada Biro Akademik Universitas Bakrie yang telah membantu saya dalam mengurus segala urusan administratif terkait tugas akhir ini. Khususnya, saya ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada Mbak Arin Septiarin yang tidak pernah lelah untuk membantu saya selama saya menyelesaikan tugas akhir ini khususnya dalam mengatur jadwal sidang, baik sidang proposal maupun sidang akhir.
11. Rekan-rekan selama menjalankan perkuliahan di kampus. Terima kasih pada Albasitha Nur Karima, Ashila Amriyani, Deka Iskandar, Dwi Retnowati, Elcy Damayani, Fanny Ramadhanti, Heni Febriyanti, Monica Esther, Muhammad Luthfi Nasution, Rachima Pristisuri, Rifa Nabillah Nurkayungyun dan Sherly Rahayu. Terima kasih atas dukungan dan kebersamaannya selama menjalani perkuliahan 4 tahun ini.
12. Teman-teman komunitas Tis The Lyfe, Kak Citra, Kak Assa, Kak Dinda, Kak Olla, Kak Intan, Kak Dina, Kak Hilma, Kak Fathia, Kak Rifa'i, Dendy, Kak Mercyta dan Tria, yang selalu mendukung saya untuk menyelesaikan tugas akhir ini.

Akhir kata, penulis berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu saya dalam mengerjakan Tugas Akhir ini. Penulis menyadari bahwa penulisan tugas akhir ini masih terus

membutuhkan penyempurnaan dan karenanya, saya akan sangat terbantu dengan kritik dan saran yang sifatnya membangun. Semoga Tugas Akhir ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu.

Jakarta, Maret 2020

Hasri Ainun Mahalli

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Hasri Ainun Mahalli
NIM : 1151004012
Program Studi : Ilmu Politik
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

demikian pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

Strategi Diplomasi Komersial Indonesia melalui Promosi Kopi ke Luar negeri (2015-2019)

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 3 Februari 2020

Yang menyatakan



(Hasri Ainun Mahalli)

DAFTAR ISI

Cover	1
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR TABEL	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Penelitian Sebelumnya	10
1.3 Rumusan Masalah	16
1.4 Tujuan Penelitian	16
1.5 Batasan Penelitian	17
1.6 Manfaat Penelitian	17
BAB II KAJIAN PUSTAKA	18
2.1 Liberalisme	18
2.2 Perdagangan Internasional	21
2.3 Diplomasi	23
2.3.1 Diplomasi Ekonomi	26
2.3.2 Diplomasi Komersial	30
2.4 Kerangka Pemikiran dan Hipotesa	37
BAB III METODE PENELITIAN	39
3.1 Metode Penelitian	39
3.2 Jenis Penelitian.....	40
3.3 Sumber Data	41

3.4 Teknik Pengumpulan dan Pengolahan Data.....	42
3.4.1 Teknik Pengumpulan Data	42
3.4.2 Teknik Analisis Data.....	43
3.5 Operasionalisasi Konsep	43
BAB IV ANALISIS DIPLOMASI KOMERSIAL INDONESIA MELALUI PROMOSI KOPI KE LUAR NEGERI.....	45
4.1 Profil Kementerian Perdagangan	48
4.2 Perwakilan Kementerian Perdagangan di Luar Negeri	49
4.3 Kegiatan Promosi Ekspor.....	52
4.4 Promosi Kopi ke Luar Negeri	58
4.5 Diplomasi komersial Indonesia.....	62
4.5.1 Kegiatan Diplomasi Komersial Indonesia.....	67
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	82
5.1 Kesimpulan	82
5.2 Rekomendasi Akademisi.....	84
DAFTAR PUSTAKA	85
LAMPIRAN I	91
LAMPIRAN II.....	97

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 Struktur Kementerian Perdagangan	49
Gambar 4. 2 Peta persebaran kantor Atase Perdagangan dan ITPC di dunia	52
Gambar 4. 3 Impor Kopi Jepang berdasarkan negara asal tahun 2008-2017.....	69
Gambar 4. 4 Pangsa Impor Kanada oleh 10 negara teratas (persen) tahun 2005 & 2014.....	71

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Pengaturan Organisasi diplomasi komersial berdasarkan negara asal.....	33
Tabel 2. 2 Ragam Diplomasi Komersial	34
Tabel 2. 3 Area-activity Matrix dalam Diplomasi Komersial.....	35
Tabel 3. 1 Tabel Operasionalisasi Konsep.....	43
Tabel 4. 1 Kategori Komoditas Kopi	59

**Strategi Diplomasi Komersial Indonesia melalui Promosi Kopi ke Luar Negeri
(2015-2019)**

Hasri Ainun Mahalli¹

ABSTRAK

Kopi merupakan salah satu komoditas pertanian unggulan Indonesia dan banyak diperdagangkan di dunia. Sebagai salah satu sumber ekspor non migas, kopi dapat memberikan sumbangan yang besar bagi devisa negara produsen. Indonesia sebagai produsen kopi yang menempati urutan ke-4 terbesar di dunia Setelah Brazil, Vietnam dan Kolombia. Bahkan kopi juga merupakan salah satu komoditas utama menurut negara tujuan ekspor berdasarkan data Kementerian Perdagangan RI. Melihat kondisi ini, Indonesia memiliki peluang yang besar untuk memperluas jejaknya di pasar kopi global. Oleh karena itu, penelitian ini akan membahas bagaimana strategi diplomasi komersial Indonesia melalui promosi kopi ke luar negeri tahun 2015-2019. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana Indonesia mempromosikan kopi ke luar negeri dengan melakukan diplomasi komersial yang dilakukan. Dikarenakan penelitian ini membahas strategi diplomasi komersial Indonesia saat mempromosikan kopi maka penelitian ini akan menggunakan metode kualitatif dengan operasionalisasi data secara deskriptif. Strategi diplomasi komersial Indonesia akan dijelaskan dalam enam aktivitas diplomasi komersial, yaitu intelijen, komunikasi, rujukan, advokasi, koordinasi dan logistik. Penjelasan mengenai aktivitas tersebut melalui promosi kopi akan berfokus pada pemerintah Indonesia yaitu Kementerian Perdagangan Republik Indonesia (Kemendag). Dalam melakukan promosi kopi ke luar negeri, Kementerian Perdagangan memiliki perwakilan dagang di luar negeri yang dua diantaranya adalah Atase Perdagangan dan *Indonesia Trade Promotion Centre* (ITPC). Aktivitas diplomasi komersial yang dilakukan Kemendag ini untuk dapat memperluas pasar ekspor kopi Indonesia di luar negeri.

Kata Kunci: promosi kopi, diplomasi komersial, Kementerian Perdagangan (Kemendag)

¹ Ilmu Politik – Hubungan Internasional, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie, Jalan H.R Rasuna Said Kav-22, Kuningan, Jakarta Selatan, - 12920. E-mail: hasri.mahalli@gmail.com

The Strategy of Indonesia's Commercial Diplomacy through The Promotion of Coffee Abroad (2015-2019)

Hasri Ainun Mahalli²

ABSTRACT

Coffee is one of Indonesia's leading agricultural commodities and also widely traded in the world. As a source of non-oil and gas exports, coffee can provide a large contribution to the foreign exchange of producing countries. Indonesia is a coffee producer which ranks 4th in the world after Brazil, Vietnam and Colombia. Coffee is also one of the main commodities according to export destination countries based on data from the Ministry of Trade. Indonesia has a great opportunity to expand its footprint in the global coffee market regarding those conditions. Therefore, this research will discuss how the strategy of Indonesia's commercial diplomacy through promoting coffee abroad in 2015-2019. The purpose of this research is to find out how Indonesia does coffee abroad by conducting commercial diplomacy that it has done in the past few years. Since this study discusses Indonesia's commercial diplomacy strategy through promoting coffee, this research will use qualitative methods by descriptive data operationalization. Indonesia's commercial diplomacy strategy will be described in six commercial diplomacy activities, which are intelligence, communication, referrals, advocacy, coordination and logistics. Explanation of these activities through coffee promotion will focus on the Indonesian government, which is the Ministry of Trade of the Republic of Indonesia (Kemendag). In promoting coffee abroad, the Ministry of Trade has trade representatives abroad, two of them are the Trade Attache and the Indonesia Trade Promotion Center (ITPC). The commercial diplomacy activities carried out by the Ministry of Trade are to be able to expand the export market for Indonesian coffee abroad.

Keywords: coffee promotion, commercial diplomacy, The Ministry of Trade (Kemendag)

² Ilmu Politik – Hubungan Internasional, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie, Jalan H.R Rasuna Said Kav-22, Kuningan, Jakarta Selatan, - 12920. E-mail: hasri.mahalli@gmail.com