

**DIPLOMASI KOMERSIAL DALAM MENDORONG EKSPOR
KOMODITAS REMPAH-REMPAH INDONESIA KE AMERIKA
SERIKAT TAHUN 2017-2021**

(Skripsi)

Oleh

Bunga Adilliana
NPM 1846071015



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2024**

**DIPLOMASI KOMERSIAL DALAM MENDORONG EKSPOR
KOMODITAS REMPAH-REMPAH INDONESIA KE AMERIKA
SERIKAT TAHUN 2017-2021**

Oleh

Bunga Adilliana

Skripsi

Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar
SARJANA HUBUNGAN INTERNASIONAL

Pada

Jurusan Hubungan Internasional
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Lampung



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2024**

ABSTRAK

DIPLOMASI KOMERSIAL DALAM MENDORONG EKSPOR KOMODITAS REMPAH-REMPAH INDONESIA KE AMERIKA SERIKAT TAHUN 2017-2021

Oleh

BUNGA ADILLIANA

Kegiatan ekspor merupakan kegiatan yang sangat diperhatikan pada pengembangan perekonomian negara. Indonesia dengan kekayaan sumber daya alam akan rempah-rempahnya dapat menjadikan komoditas tersebut sebagai peluang untuk meningkatkan perekonomian negara. Akan tetapi isu yang dihadapi Indonesia terkait ekspor komoditas rempah-rempah ke Amerika Serikat adalah ketidakmampuan untuk memanfaatkan potensi pasar yang besar. Meskipun Amerika Serikat merupakan salah satu negara pengimpor rempah terbesar di dunia, dan Indonesia juga termasuk negara penghasil rempah terbesar ke-4 di dunia, Indonesia masih belum berhasil memperoleh pangsa pasar yang signifikan.

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif-kualitatif, yang bertujuan untuk memberikan gambaran secara detail tentang topik yang diteliti. Metode ini mengedepankan penyajian deskriptif atas fenomena yang diamati. Data dikumpulkan melalui studi pustaka dan dilengkapi dengan teknik triangulasi data, pengumpulan dari berbagai sumber untuk memastikan keakuratan dan keberagaman data yang digunakan dalam penelitian ini. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk memahami fenomena dengan lebih baik melalui analisis yang komprehensif dan mendalam.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa pemerintah Indonesia telah menerapkan berbagai aktivitas diplomasi komersial dalam mendorong ekspor rempah-rempah yaitu mencakup promosi perdagangan, advokasi bisnis, dan promosi pariwisata, promosi investasi, dan promosi investasi yang bertanggung jawab secara sosial sebagai bagian dari diplomasi komersial. Namun dari berbagai upaya pemerintah Indonesia tersebut pemerintah masih belum fokus pada aspek advokasi bisnis, promosi investasi, dan promosi investasi yang bertanggung jawab secara sosial dibuktikan dengan belum banyaknya kegiatan yang dilakukan pada aspek tersebut. Sehingga ke lima ekspresi diplomasi komersial tersebut belum mampu mendorong nilai ekspor rempah ke Amerika Serikat.

Kata Kunci: Indonesia, Ekspor, Rempah-rempah, Diplomasi Komersial, Amerika Serikat

ABSTRACT

COMMERCIAL DIPLOMACY IN ENCOURAGING EXPORTS OF INDONESIAN SPICE COMMODITIES TO THE UNITED STATES IN 2017-2021

BY

BUNGA ADILLIANA

Export activities are activities that are of great concern in the development of the country's economy. Indonesia, with its wealth of natural resources in spices, can use these commodities as an opportunity to improve the country's economy. However, the issue facing Indonesia regarding exports of spice commodities to the United States is the inability to exploit the large market potential. Even though the United States is one of the largest spice importing countries in the world, and Indonesia is also the 4th largest spice producing country in the world, Indonesia has still not succeeded in gaining a significant market share. This research uses a descriptive-qualitative approach, which aims to provide a detailed description of the topic under study. This method prioritizes descriptive presentation of observed phenomena. Data was collected through literature study and equipped with data triangulation techniques, collecting from various sources to ensure the accuracy and diversity of the data used in this research. This approach allows researchers to better understand phenomena through comprehensive and in-depth analysis. Research findings show that the Indonesian government has implemented various commercial diplomacy activities to encourage spice exports, including trade promotion, business advocacy, and tourism promotion, investment promotion, and socially responsible investment promotion as part of commercial diplomacy. However, from the various efforts of the Indonesian government, the government still does not focus on the aspects of business advocacy, investment promotion and socially responsible investment promotion, as evidenced by the fact that not many activities have been carried out in these aspects. So these five expressions of commercial diplomacy have not been able to increase the value of spice exports to the United States.

Keywords: Indonesia, Export, Spices, Commercial Diplomacy, United States

Judul Skripsi : **DIPLOMASI KOMERSIAL DALAM
MENDORONG EKSPOR KOMODITAS
REMPAH – REMPAH INDONESIA KE
AMERIKA SERIKAT TAHUN 2017-2021**

Nama Mahasiswa : **Bunga Adilliana**

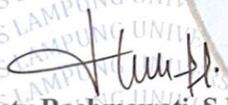
Nomor Pokok Mahasiswa : **1846071015**

Jurusan : **Hubungan Internasional**

Fakultas : **Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**

MENYETUJUI

1. **Komisi Pembimbing**


Tety Rachmawati, S.IP., M.A.

NIP. 199203092019032020


Astiwi Inayah, S.IP., M.A.

NIP. 199105022020122020

2. **Ketua Jurusan Hubungan Internasional**


Simon Sumajoyo H. S.A.N., M.P.A.

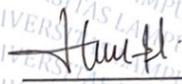
NIP. 1981062820050111003

MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

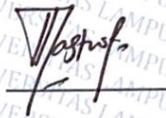
Ketua

: Tety Rachmawati, S.IP., M.A.



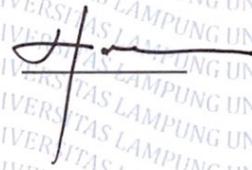
Sekretaris

: Astiwi Inayah, S.IP., M.A.



Penguji

: Hasbi Sidik, S.IP., M.A.



2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dra. Ida Nurhaida, M.Si
NIP. 196108071987032001

Tanggal Lulus Ujian Skripsi: **08 Juli 2024**

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa

1. Karya tulis saya, skripsi ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (sarjana), baik di Universitas Lampung maupun di perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan komisi pembimbing dan penguji.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan sebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah berlaku di Universitas Lampung.

Bandar Lampung, 08 Juli 2024
Yang Membuat Pernyataan,



Bunga Adilliana
NPM 1846071015

RIWAYAT HIDUP



Penulis memiliki nama lengkap Bunga Adilliana di lahirkan di Kotabumi pada 10 Oktober 1999. Penulis merupakan anak terakhir dari tiga bersaudara dari pasangan bapak Misdi Wahyono dan ibu Wahyu Marhaeni. Penulis menempuh pendidikan formal pertama di SD Islam Ibnurusyd Kotabumi dan lulus pada tahun 2011, kemudian melanjutkan ke sekolah tingkat menengah pertama di SMP Negeri 7 Kotabumi lalu lulus pada tahun 2014, penulis melanjutkan sekolah tingkat menengah atas di SMA Negeri 3 Kotabumi lalu lulus pada tahun 2017.

Pada tahun 2018 peneliti diterima sebagai mahasiswa program S-1 di jurusan Hubungan Internasional Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung. Selama masa perkuliahan penulis aktif dalam berbagai kegiatan kepanitiaan yang dilaksanakan oleh Jurusan Hubungan Internasional dari tahun 2018 hingga tahun 2021. Penulis juga mengisi waktu luang sebagai staf administrasi PT. Pendekar Sinar Sakti. Penulis melaksanakan Praktik Kerja Lapangan di Badan Pengembangan Sumber Daya Manusia Daerah Provinsi Lampung pada tahun 2022.

MOTTO

I lived, and I learned
-taylor swift

PERSEMBAHAN

Sebagai wujud baktiku, teruntuk kedua orang tuaku yang selalu mendoakan
keberhasilanku, Ayah Misdi Wahyono dan Ibu Wahyu Marhaeni

SANWACANA

Alhamdulillahirabbil'alamin, segala puji syukur peneliti ucapkan atas kehadiran Allah SWT atas hidayah, rahmat, serta anugerah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Diplomasi Komersial dalam Mendorong Ekspor Komoditas Rempah-rempah Indonesia ke Amerika Serikat Tahun 2017-2021”**. Skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Hubungan internasional pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.

Proses penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, saran dan dukungan dari berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung sehingga penyusunan skripsi ini berjalan dengan baik. Oleh karena itu, peneliti ingin mengucapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa, Allah SWT, atas segala berkah dan karunia-Nya dalam mempermudah urusan penulis selama proses menyelesaikan skripsi.
2. Ibu Dra. Ida Nurhaida, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.
3. Bapak Simon Sumanjoyo H, S.A.N., M.PA., selaku Ketua Jurusan Hubungan Internasional Universitas Lampung;
4. Madame Prof. Ari Darmastuti, M.A. selaku Ketua Jurusan Hubungan Internasional Periode 2018-2022
5. Mba Tety Rachmawati, S.IP., M.A. selaku Dosen Pembimbing Utama terima kasih atas waktu, tenaga, bimbingan, arahan, saran, masukan dan semangat yang senantiasa Ibu berikan sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini hingga selesai.

6. Mba Astiwi Inayah, S.IP., M.A. selaku Dosen Pembimbing Pendamping, terima kasi karena telah dengan lapang hati membantu proses skripsi saya sampai selesai dan memberi semangat saya untuk terus berjuang.
7. Abang Hasbi Sidik S.IP., M.A. selaku dosen pembahas dan penguji yang telah banyak membantu saya untuk dapat segera menyelesaikan skripsi dan lulus dari Hubungan Internasional. Terima kasih telah memberi saya masukan, kritik, saran, dan semangat.
8. Seluruh dosen dan Staf Jurusan Hubungan Internasional yang tidak bisa satu-persatu penulis sebutkan yang sudah membantu, memberikan ilmu serta pembelajaran berharga untuk Penulis.
9. Cinta pertamaku, Ayah Misdi Wahyono dan Ibu Wahyu Marhaeni orang tua tersayang yang tidak pernah berhenti berjuang segala jerih payah, segala usaha, dukungan, semangat dan telah mempercayai Penulis dalam setiap prosesnya. Terima kasih telah memberikan cinta, kasih sayang, dan doa yang tidak pernah putus kepada penulis.
10. Widya Saraswati dan Intan Santika Dewi kedua kakak tersayang yang tidak pernah berhenti memberikan semangat, dukungan, bantuan untuk peneliti menyelesaikan perkuliahan ini.
11. Kepada Denny Saputra, terima kasih telah menjadi bagian dari perjalanan hidup penulis. Terima kasih telah sabar mendengarkan segala keluh kesah, memberi semangat untuk pantang menyerah. *Let's cheers for many more coffees to come!*
12. Sahabat seperjuangan penulis skripsi, Nadya, Sholeha, dan Yatri yang telah setia menemani penulis dalam keadaan suka maupun duka sejak mahasiswa baru hingga saat ini. Terima kasih atas motivasi, saran, dan bantuan kepada penulis.
13. Sahabat pena sejak SMP Arvira, Lady, Anggi, Ega, Aunia, Elida, terima kasih karena sudah menjadi *safest place* untuk penulis dan selalu ada disaat penulis membutuhkan bantuan. Terima kasih untuk canda tawa dan hiburannya selama ini.

14. Sahabat tempat berkeluh kesah Josi dan Viola, terima kasih telah mendengarkan segala curahan hati penulis.
15. Seluruh teman-teman Hubungan Internasional angkatan 2018 yang telah kebersamai, saling mendukung selama proses perkuliahan, dan semoga sukses untuk kalian semua.
16. *Last but not least, I wanna thank me, I wanna thank me for believing in me.* Terima kasih untuk tetap bertahan dan berusaha walau seringkali merasa tertinggal atas segala pencapaian.

Bandar Lampung, 07 Juli 2024

Penulis

Bunga Adilliana

NPM 1846071015

DAFTAR ISI

	Halaman
DAFTAR ISI	i
DAFTAR GAMBAR	iii
DAFTAR TABEL	iv
DAFTAR SINGKATAN	v
I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
II. TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Penelitian Terdahulu	8
2.2 Kerangka Teoritis	13
2.2.1 Diplomasi Komersial	13
2.3 Kerangka Konseptual.....	16
2.3.1 Perdagangan Internasional	16
2.4 Kerangka Pemikiran	18
III. METODE PENELITIAN	21
3.1 Tipe Penelitian.....	21
3.2 Fokus Penelitian	22
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	23
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	23
3.5 Teknik Analisis Data	23
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	26
4.1 Hubungan Dagang Komoditas Rempah – rempah Indonesia-Amerika Serikat	26
4.2 Realitas Perdagangan Rempah – rempah Indonesia ke Amerika Serikat	29
4.2.1 Pasar Rempah Indonesia di Amerika Serikat	29
4.2.2 Standar Mutu Ekspor rempah Indonesia ke Amerika Serikat	33
4.3 Diplomasi Komersial dalam Mendorong Ekspor Komoditas Rempah- Rempah ke Amerika Serikat	40
4.3.1 Promosi Perdagangan (<i>Trade Promotion</i>).....	42
4.3.2 Advokasi Bisnis (<i>Bussiness Advocacy</i>).....	49
4.3.3 Promosi Pariwisata (<i>Tourism Promotion</i>).....	52

4.3.4 Promosi Investasi (<i>Investment Promotion</i>)	56
4.3.5 Promosi Investasi yang Bertanggung Jawab Secara Sosial (<i>Promotion of Socially Responsible Investing</i>).....	60
V. PENUTUP	64
5.1 Kesimpulan	64
5.2 Saran	66
DAFTAR PUSTAKA	69

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. 1 Daftar Negara Penghasil Rempah Terbesar di Dunia	2
1. 2 Daftar Negara dengan Nilai Impor Rempah Terbesar di Dunia Tahun 2017-2021.....	4
1. 3 Data Impor Rempah di Amerika Serikat dari Berbagai Negara	5
2. 1 Diplomasi Ekonomi & Diplomasi Komersial berdasarkan pembagiannya....	14
2. 2 Diplomasi Ekonomi & Diplomasi Komersial berdasarkan pembagiannya...	14
3. 1 Model Analisis Data Miles & Huberman	24
4. 1 Konsumsi Rempah Per Kapita di Amerika Serikat.....	29
4. 2 Data Total Import Rempah-Rempah dari negara Asia dan Jumlah Import Rempah-Rempah dari Indonesia di Amerika Serikat	32
4. 3 Persyaratan FDA untuk impor produk pangan	35
4. 4 Contoh pelabelan pada produk pangan	39
4. 5 Pelaksanaan seminar daring KBRI Washington DC.....	43
4. 6 Pelaksanaan NPEE di Baltimore, Amerika Serikat	44
4. 7 Logo TEI	46
4. 8 Pelaksanaan kegiatan business forum TEI 2019.....	47
4. 9 Logo Program Indonesia Spice Up the World.....	53

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Ekspor Rempah Indonesia Menurut Negara Tujuannya	4
2. Bagan Kerangka Pemikiran	20

DAFTAR SINGKATAN

APEC	: <i>Asia-Pacific Economic Cooperation</i>
B2B	: <i>Business to Business</i>
BPOM	: Badan Pengawasan Obat dan Makanan
BPS	: Badan Pusat Statistik
CAGR	: <i>Compounded annual growth Rate</i>
CGMP	: <i>Current Good Manufacturing Practice</i>
CPA	: <i>Compherensive Partnership Agreement</i>
EPA	: <i>Environmental Protection Agency</i>
FAO	: Food and Agriculture Organizations
FDA	: <i>Food and Drug Administration</i>
FDI	: <i>Foreign Direct Investment</i>
FSMA	: <i>Food Safety Modernization Act</i>
FSVP	: <i>Foreign Supplier Verification Program</i>
FTA	: <i>Free Trade Agreement</i>
GAP	: <i>Good Agricultural Practices</i>
GDP	: <i>Gross Domestic Product</i>
GEP	: <i>Global Entrepreneurship Program</i>
GHP	: <i>Good Handling Practices</i>
HACCP	: <i>Hazard Analysis & Critical Control Points</i>
IAA	: <i>Indonesian American Association</i>
ICBDA	: <i>International Conference on Big Data Analytics</i>
ICE	: <i>Indonesia Convention Exhibition</i>
IIPC	: <i>Indonesia Investment Promotion Center</i>
ISO	: <i>International Organization for Standardization</i>
ISUTW	: <i>Indonesia Spice Up the World</i>
ITPC	: <i>Indonesian Trade Promotion Center</i>
KBRI	: Kedutaan Besar Republik Indonesia
Kemendag	: Kementerian Perdagangan
Kemendikbud	: Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan
Kemendiknas	: Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan
Kemendikpora	: Kementerian Pertanian
Kemendikraf	: Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif
KJRI	: Konsulat Jendral Republik Indonesia
LSM	: Lembaga Swadaya Masyarakat
NCBA	: <i>National Cooperative Business Association</i>
NEI	: <i>National Export Initiatives</i>
NPEE	: <i>Natural Products Expo East</i>
OPIC	: <i>Overseas Private Investment Corporation</i>
PPH	: Pajak Penghasilan
RRC	: Republik Rakyat China
SCAA	: <i>Sustainable Cooperative Agribusiness Alliance</i>
TEI	: Trade Expo Indonesia
TIFA	: <i>Trade and Investment Framework Agreement</i>

UKM : Usaha Kecil dan Menengah
UMKM : Usaha Mikro Kecil dan Menengah
US : United States
USAID : *United States Agency for International Development*
USTDA : *United States Trade and Development Agency*
WTO : *World Trade Organization*

PENDAHULUAN

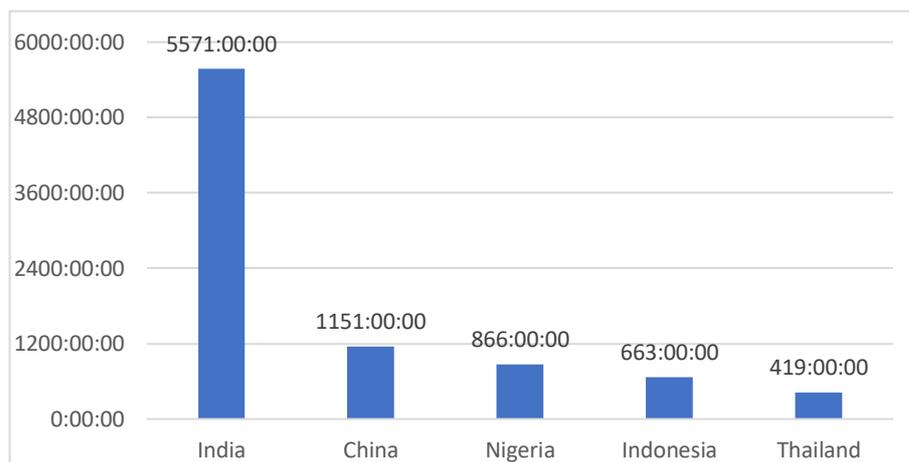
1.1 Latar Belakang

Rempah-rempah merupakan tumbuhan-tumbuhan yang memiliki rasa khas tersendiri dan aroma yang kuat. Rempah-rempah berfungsi sebagai penyedap rasa dan penambah cita rasa makanan, selain itu rempah-rempah juga dapat digunakan sebagai obat-obatan. Beragam kegunaannya inilah yang menjadikan rempah-rempah semakin diminati di pasar global sehingga pasar rempah-rempah global pada tahun 2019 bernilai USD 5,86 miliar dan *Compound Annual Growth Rate* (tingkat pertumbuhan tahunan mejemuk) akan terus berkembang dengan perkiraan angka sebesar 6,5% pada tahun 2020 hingga ke tahun 2027 (Region And Segment Forecasts, 2020). Indonesia memiliki salah satu komoditas yang dapat menjadi peluang dengan tingginya nilai ekonomi yaitu pada komoditas rempah-rempahan, komoditas ini dapat menjanjikan terhadap perekonomian Indonesia.

Seiring dengan meningkatnya permintaan secara global akan masakan yang bercita rasa otentik dan perpaduan rasa etnik menjadi faktor utama yang mendorong konsumsi dari rempah-rempah seperti jenis rempah-rempah (lada, pala, jintan, ketumbar, cengkih, jahe, kayu manis, kapulaga, kunyit, dan rempah lainnya). Kecenderungan masyarakat dunia yang berkembang untuk menikmati berbagai jenis rasa dalam makanan akan mendorong produsen untuk menghasilkan produk berkualitas yang lebih tinggi, menarik, dan terpercaya yang dapat mempertahankan standar yang konsisten secara global. Selain itu rempah-rempah dapat mengubah cita rasa masakan tertentu dan berkorelasi dengan cita rasa berbagai nusantara. Timur Tengah dan Asia Tenggara kemungkinan akan berkontribusi pada hidangan campuran, yang diperkirakan akan hadir di pasar selama periode perkiraan.

Setiap negara memiliki sumber daya yang berbeda yang menyebabkan komoditas perdagangan internasional yang sangat beragam. Seperti pertanian menjadi sektor yang di prioritaskan di Indonesia untuk pengembangan ekonomi nasional yang berperan sebagai sumber devisa, penyedia pangan, dan penyumbang *Gross Domestic Product Bruto (GDP)* (Zuhdi et al, 2020).

Sektor pertanian merupakan sektor yang hanya bisa ditanam di negara tertentu terutama pada penanaman rempah-rempah. Oleh karena itu negara yang dapat menghasilkan rempah - rempah mempunyai karakteristik khusus apalagi rempah menjadi komoditas yang penting dalam menunjang kebutuhan pangan. Indonesia adalah salah satu negara yang terletak strategis secara geografis untuk menghasilkan hasil agraria, terbukti dari kekayaan rempah-rempahnya.



Gambar 1. 1 Daftar Negara Penghasil Rempah Terbesar di Dunia

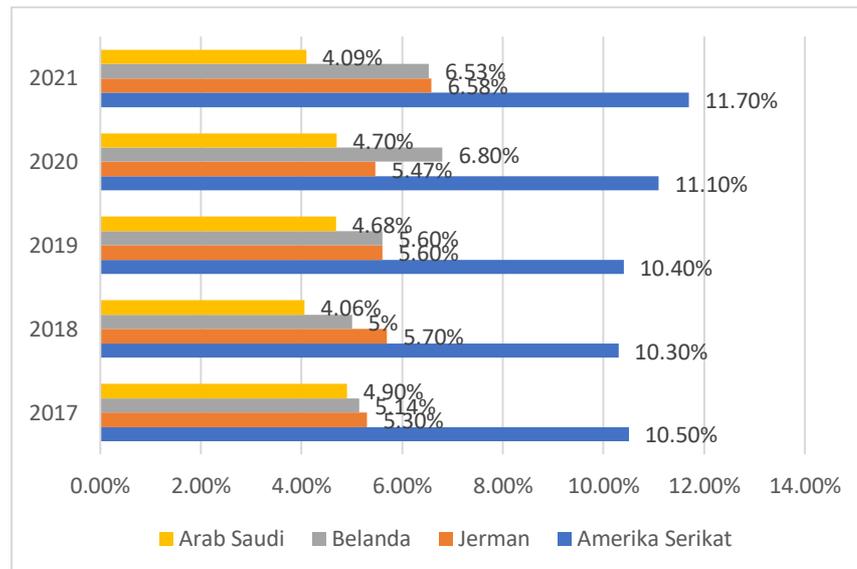
Sumber: Diolah penulis dari website pengumpulan data data cepii.fr tahun 2017-2021

Di lihat dari grafik negara penghasil rempah terbesar di dunia, Indonesia menempati urutan ke 4 setelah India, China, dan Nigeria. Jumlah rempah-rempah dan rempah-rempah di Indonesia diperkirakan sedikitnya 7.000 spesies (Kemendikbud, 2021) dan sebagian besar hanya tumbuh secara liar atau belum dibudidayakan. Maka dari itulah Indonesia memiliki julukan yang disebut sebagai “*Mother of Spices*”. Indonesia menjadi negara penghasil komoditas ekspor rempah-rempah terbesar setelah komoditas udang, kopi dan ikan dan sejak lama telah menjadi salah satu komoditas yang menjanjikan dan menjadi peluang besar di pasar global pada subsektor pertanian. Dengan kekayaan rempah tersebut Indonesia

memiliki berbagai macam masakan khas nusantara yang rata-rata menggunakan bumbu dari berbagai macam campuran. Pertumbuhan ekspor rempah-rempah Indonesia meningkat sebesar 8,23% per tahun.

Komoditas rempah-rempah Indonesia terdiri dari vanila, kayu manis, pala, dan lada memberikan keuntungan yang meningkat setiap tahunnya, terutama lada menjadi komoditas ekspor unggulan rempah Indonesia dengan pangsa ekspor 56% dari total ekspor rempah Indonesia dengan nilai ekspor lada sebesar 441,35 juta US\$ (Anggrasari & Mulyono, 2019). Ekspor dan impor merupakan salah satu kegiatan antar negara yang memperlihatkan bahwa setiap negara memiliki sifat saling membutuhkan antara negara satu dan lainnya, hal tersebut berpengaruh terhadap semakin ketatnya persaingan produsen mancanegara maupun produsen lokal dalam mengandalkan barang atau jasanya yang diperjual belikan. Perkembangan ekonomi global yang saat ini semakin kencang akan menyebabkan hubungan antar negara yang saling terkait dan terjadinya peningkatan arus perdagangan antar negara. Begitu pula yang terjadi oleh negara Indonesia, yang sudah sejak lama melaksanakan perdagangan internasional.

Pemerintah Indonesia selalu mengupayakan peningkatan ekspor dengan berbagai macam strategi pengembangan ekspor. Tujuan dari strategi yang telah di upayakan oleh pemerintah Indonesia dalam pengembangan ekspor yaitu mendorong upaya-upaya peningkatan daya saing global pada produk Indonesia, yang pada saat ini pemerintah memfokuskan khususnya pada komoditas rempah-rempah Indonesia yang melimpah guna meningkatkan peranan ekspor dan memacu pertumbuhan ekonomi negara Indonesia.



Gambar 1. 2 Daftar Negara dengan Nilai Impor Rempah Terbesar di Dunia Tahun 2017-2021
Sumber: Diolah penulis dari website cepii.fr tahun 2017-2021

Terlihat dari data pada gambar 1.2 di atas, Amerika Serikat merupakan negara dengan nilai impor rempah terbesar nomor 1 di dunia. Maka dari itu Amerika Serikat dapat menjadi negara tujuan utama dalam ekspor komoditas rempah Indonesia dikarenakan melonjaknya minat terhadap bumbu masakan nusantara Asia khususnya Indonesia yaitu pada rempah-rempah asli Indonesia yang seharusnya menjadi perhatian serius dan peluang bagi Indonesia.

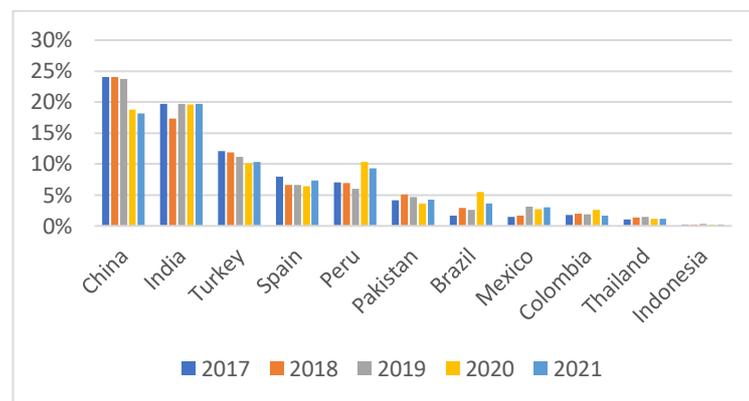
Tabel 1 Ekspor Rempah Indonesia Menurut Negara Tujuannya

Negara Tujuan	2017	2018	2019	2020	2021
India	30,50%	48,10%	27,60%	40,70%	26,50%
Malaysia	5,57%	6,15%	13,90%	13%	7,98%
Arab Saudi	4,60%	6,39%	9,38%	9,65%	1,77%
Jepang	3,27%	6,10%	6,50%	4,65%	2,02%
Singapura	2,97%	4,29%	5,57%	4,10%	3,08%
Jerman	2,26%	2,35%	1,95%	3%	2,23%
Amerika Serikat	1,72%	3,16%	4,75%	2,91%	2,65%

Sumber: Diolah penulis dari website pengumpulan data cepii.fr tahun 2017-2021

Dilihat dari tabel 1 menurut CEPII *Research and Expertise on The World Economy*, ekspor rempah-rempah Indonesia ke Amerika Serikat masih berada di

angka yang cenderung rendah. Negara dengan angka tertinggi dalam ekspor rempah-rempah Indonesia adalah India, diikuti oleh Malaysia dan Arab Saudi. Melihat kondisi tersebut, dari berbagai negara utama tujuan ekspor rempah-rempah Indonesia perlu mengembangkan ekspor rempahnya ke Amerika Serikat, pemerintah Indonesia perlu melakukan dan mengembangkan upaya-upaya strategis dalam meningkatkan kembali ekspor khususnya pada komoditas rempah-rempah Indonesia.



Gambar 1. 3 Data Impor Rempah di Amerika Serikat dari Berbagai Negara
Sumber: Diolah penulis dari website pengumpulan data cepii.fr tahun 2017-2021

Indonesia menduduki urutan belakang pada negara pengimpor rempah-rempah ke Amerika Serikat. Hal tersebut dapat dilihat dari gambar 1.3 yang menunjukkan data impor rempah-rempah di Amerika Serikat dari berbagai negara. Dengan kesenjangan antara data tingginya jumlah produksi rempah Indonesia yang menduduki negara nomor 4 yang memproduksi rempah dan juga tingginya permintaan impor rempah Amerika Serikat di dunia sedangkan Indonesia termasuk ke dalam negara pengimpor rempah di Amerika Serikat dengan nilai terendah tentunya menjadi pertanyaan mengapa Indonesia tidak bisa memaksimalkan ekspornya ke Amerika Serikat.

Kuliner saat ini menjadi salah satu instrumen penting yang dapat membentuk pemahaman antar budaya sehingga meningkatkan interaksi antar negara dan kerja sama internasional. Indonesia memiliki makanan khas nusantara yang kaya terhadap rempah-rempahnya, seperti sate yang berasal dari daerah Madura di Jawa Timur, lumpia yang berasal Semarang Jawa Tengah, dan rendang yang berasal dari Sumatera Barat. Rendang merupakan makanan yang terbuat dari banyak rempah-

rempah, rendang juga termasuk dalam daftar 50 makanan terenak di Indonesia menurut CNN Internasional, rendang sempat menduduki peringkat pertama *World's 50 Delicious Food* pada 2011 (wowshack, 2021), dan menurun pada tahun 2021 menjadi peringkat nomor 11 (CNN Travel Staff, 2021). Hal tersebut dapat menjadi salah satu instrumen dalam hubungan internasional, termasuk ke dalam diplomasi publik dan diplomasi budaya akan tetapi dewasa ini Indonesia masih dinilai kurang maksimal dalam memanfaatkan kekuatan daya tarik akan rempah-rempah tersebut.

Fenomena yang sangat terlihat jelas adalah minimnya restoran khas masakan nusantara Indonesia di Amerika Serikat, yang sangat tidak sebanding dengan banyaknya restoran asal Amerika Serikat yang masuk ke Indonesia. Selain dikarenakan kurangnya investor yang membuka restoran khas Indonesia di Amerika hal ini terjadi karena pasokan bahan baku yang kurang di Amerika Serikat. Menurut ketua Asosiasi Perusahaan Jasaboga Indonesia kurangnya ketersediaan bumbu-bumbu khas Indonesia di luar negeri menjadi penghambat yang paling pertama pada berkembangnya restoran di luar negeri. Kurangnya pasokan rempah Indonesia adalah karena kurangnya ekspor yang dilakukan Indonesia ke Amerika Serikat.

Hambatan lainnya karena Indonesia tidak mempunyai kuliner khusus yang dikenal identik dengan Indonesia di mata wisatawan dunia, rendang yang masuk dalam daftar 50 makanan paling enak di dunia menurut CNN pun belum melekat dan belum menjadi ikon makanan khas yang dikenal oleh dunia seperti makanan khas negara lain misalnya, negara tomyum dari Thailand, sushi dari Jepang, pizza dari Italia, dan kimbab dari Korea. Di dasari oleh adanya potensi Indonesia pada komoditas rempah-rempah, persaingan pasar internasional akan semakin ketat. Tingginya persaingan pada pasar global menjadi sebuah tantangan yang harus dihadapi oleh Indonesia sebagai salah satu negara penghasil rempah terbesar di dunia. Sehingga pemerintahan Indonesia sudah seharusnya mengambil langkah strategis untuk mengembangkan ekspor agar Indonesia dapat mengikuti perkembangan persaingan pasar global sesuai dengan keadaan negara kita. Dari hambatan-hambatan yang ada, pemerintah harus menyiapkan strategi pengembangan yang dapat ditinjau dan dikembangkan sesuai dengan masalah yang

terjadi. Strategi harus di uraikan dengan memberikan rancangan yang jelas dan terarah.

1.2 Rumusan Masalah

Negara Indonesia memiliki julukan “*Mother of Spices*” dengan hasil kekayaan rempah-rempah yang melimpah. Dari tahun ke tahun permintaan ekspor komoditas rempah Indonesia ke berbagai negara mengalami nilai yang fluktuatif. Amerika Serikat adalah negara dengan nilai impor rempah-rempah terbesar di dunia. Namun nilai ekspor rempah dari Indonesia ke Amerika Serikat masih rendah bahkan menurut data Indonesia tidak masuk ke dalam 20 besar negara yang mengimpor rempah di Amerika Serikat. Berdasarkan dari latar belakang yang sudah di uraikan di atas, dirumuskan pertanyaan penelitian sebagai berikut: “Bagaimana penerapan diplomasi komersial Indonesia dalam mendorong ekspor komoditas rempah-rempah ke Amerika Serikat 2017-2021?”

1.3 Tujuan Penelitian

Berikut merupakan tujuan dari penelitian ini:

1. Untuk mendeskripsikan ekspor komoditas rempah-rempah Indonesia ke Amerika Serikat tahun 2017-2021
2. Untuk menganalisis diplomasi komersial pemerintah Indonesia dalam mendorong ekspor rempah-rempah ke Amerika Serikat tahun 2017-2021

1.4 Manfaat Penelitian

Dari penelitian ini, penulis mengharapkan manfaat akademis sebagai berikut:

Penulis mengharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi pada pemahaman lebih mendalam tentang bagaimana diplomasi komersial dapat digunakan sebagai alat untuk mencapai tujuan ekonomi khususnya dalam studi hubungan internasional yang membahas mengenai ekspor komoditas rempah - rempah Indonesia ke Amerika Serikat. Serta menjadi studi yang dapat digunakan dalam penelitian lebih lanjut tentang diplomasi komersial dan hubungan internasional.

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Bab ini ditulis sebagai sebuah pembandingan dan rujukan terhadap penelitian yang akan dilakukan. Penulis telah membaca dan membandingkan beberapa penelitian sebelumnya terkait dengan judul yang akan diteliti. Terdapat empat penelitian terdahulu yang di ambil oleh penulis berkaitan dengan tema penelitian yang akan diteliti.

Penelitian terdahulu pertama, ditulis oleh Nuryaman (2016), penelitian tersebut memiliki tujuan untuk memahami bagaimana perilaku dan permintaan konsumen yang berada di Amerika Serikat dan juga di Eropa, dan mengetahui bagaimana cara untuk membentuk branding pada komoditas rempah-rempah yang ada di Indonesia agar berkembang di pasar Internasional khususnya pada negara Amerika Serikat dan Eropa. Awalnya penulis menginformasikan bahwa Indonesia mempunyai peluang besar dan terbuka sangat lebar pada komoditas rempah-rempah hasil pertanian Indonesia serta tantangan yang juga tidak mudah bagi Indonesia dalam melaksanakan ekspor produk ke mancanegara seperti Amerika Serikat dan Eropa. Di dalam penelitiannya, Heri Nuryaman menguraikan hal-hal dalam memahami konsumen Amerika Serikat dan Eropa. Terdapat beberapa faktor agar dapat dianalisis untuk memahami perilaku pembelian konsumen Amerika Serikat dan Eropa seperti faktor budaya, individu, psikologis, dan juga faktor sosial.

Penulis menguraikan bahwa ciri-ciri atau karakteristik konsumen masyarakat Amerika Serikat dan Eropa sangatlah selektif dalam pemilihan produk-produk makanan yang unggul. Rempah-rempah di gandrungi di kedua benua tersebut dikarenakan meningkatnya tren pola dan gaya hidup sehat. Nuryaman memberikan fokus penelitian pada branding rempah-rempah Indonesia ke Amerika Serikat dan Eropa. Penelitian ini menggunakan teori strategi branding atau *brand strategy* yaitu strategi manajemen brand yang akan dibangun untuk meningkatkan atau

pengembangan suatu produk. Penulis juga memaparkan berbagai strategi branding yang harusnya diterapkan yaitu dengan menciptakan atau membuat brand yang dapat diingat dengan mudah untuk sebuah identitas pada produk tersebut, kemasan yang menarik perhatian konsumen serta kemasan yang ramah lingkungan melihat dari kesadaran masyarakat Amerika Serikat terhadap lingkungan yang tinggi, melakukan sertifikasi yang dapat meningkatkan image dari brand yang diekspor dan mengadakan pameran yang dapat memperkenalkan produk-produk yang dibuat.

Peneliti menggunakan metodologi penelitian kualitatif, mengumpulkan analisa pengumpulan data yang ada dengan studi literatur dan dokumentasi sebagai suatu cara dalam mengumpulkan data. Dalam penelitian ini menarik kesimpulan bahwa agar produk rempah Indonesia dapat dikenal dan berkembang terutama pada negara Amerika Selatan dan Eropa diperlukannya strategi-strategi yang tepat salah satunya strategi branding. Memperhatikan mutu produk, kemasan, kebijakan, dan masalah sertifikasi merupakan hal-hal yang mampu mengembangkan branding pada produk komoditas rempah Indonesia.

Penelitian yang dilakukan Maharani (2015) berupaya menjawab sejauh mana instrumen dari diplomasi komersial berdampak terhadap kinerja ekspor dan menjelaskan apa saja tantangan dalam meningkatkan promosi ekspor. Peneliti berhasil melihat bahwa kehadiran kedutaan dan konsulat memberikan tanda positif namun tidak begitu signifikan. Komersial diplomasi tidak cukup kuat dikarenakan adanya faktor internal seperti keterbatasan anggaran, kekurangan staf, serta kendala koordinasi berperan besar menghambat diplomasi komersial. Perwakilan perdagangan Indonesia masih dinilai berkinerja buruk khususnya dalam bidang promosi karena kurangnya dana. Pada penelitiannya ini Maharani menggunakan metodologi campuran kuantitatif dan juga kualitatif.

Maharani menuliskan bahwa hasil dari penelitiannya dapat mendorong beberapa inisiatif kebijakan. Yang pertama diplomasi komersial di Indonesia akan lebih efektif bila dilengkapi dengan anggaran yang mencukupi dan jumlah staf yang kompeten, dan pemerintah harus lebih aktif dalam mendukung eksportir. Keberhasilan dalam promosi ekspor memerlukan komitmen yang kuat dari seluruh pemangku kepentingan. Yang kedua yaitu penguatan jalur distribusi dan penurunan

berbagai biaya dalam negeri yang menghambat daya saing ekspor merupakan perhatian penting bagi pemerintah. Strategi tersebut dapat membantu perusahaan eksportir meningkatkan produktivitasnya dan mengatasi masalah-masalah hambatan ekspor. Maharani juga menjelaskan bahwa paket bantuan menyeluruh bagi eksportir UKM dan program promosi ekspor yang lebih baik harus dipromosikan oleh instrumen diplomat komersial untuk meningkatkan lebih banyak arus perdagangan. Menjadikan target ekspor sebagai komitmen nasional dan melengkapinya dengan kebijakan yang konsisten sangat diperlukan untuk meningkatkan ekspor (Maharani, 2015).

Penelitian Rafani et al (2021) memiliki tujuan untuk membahas perkembangan komoditas rempah-rempah berdasarkan sejarah dan perspektif masa depan. Dijelaskan bahwa sejarah akan kekayaan rempah Indonesia yang mendatangkan penjajah dari berbagai negara seharusnya saat ini dapat menjadi peluang besar untuk menaikkan perekonomian Indonesia. Akan tetapi penulis menemukan terdapatnya peluang sekaligus tantangan pada peningkatan kuantitas produksi komoditas rempah-rempah di Indonesia.

Tantangan yang ditemukan secara global adalah bahwa petani petani kecil yang memproduksi rempah-rempah masih belum memahami bagaimana praktik pertanian yang baik, serta kurangnya fasilitas yang petani miliki sehingga petani beralih ke tanaman atau pekerjaan yang menghasilkan lebih dari bertanam rempah-rempah yang akan berdampak pada produksi rempah-rempah. Selain hal tersebut terdapat masalah yang berkelanjutan seperti penggunaan pestisida yang tidak terkontrol, buruknya pengelolaan air limbah. Tantangan yang sudah diuraikan oleh penulis menjadi perhatian khusus mengingat Indonesia memiliki peluang yang besar dalam memperluas ekspor rempah terutama pada negara tujuan utama seperti Amerika Serikat, Belanda, Jerman, dan lainnya.

Penulis menjelaskan bahwa upaya yang bisa dilakukan guna meningkatkan daya saing dan mendorong ekspor komoditas rempah-rempah unggulan Indonesia salah satunya adalah melalui pengembangan indikasi geografis (*Geographical Indications*), hal tersebut diharapkan dapat menjadi sarana branding dan mempromosikan pengembangan rempah-rempah untuk meningkatkan pendapatan petani. Oleh karena itu, diperlukannya upaya untuk terus mengejar indikasi

geografis secara global, khususnya di negara-negara tujuan ekspor utama. Penulis juga memaparkan kebijakan pemerintah Indonesia yang menetapkan kebijakan strategi pengembangan komoditas rempah-rempah yang berfokus pada peningkatan efisiensi budidaya dan produksi dengan cara meng-aplikasikan *Good Agricultural Practices* (GAPs) dan *Good Handling Practices* (GHPs) untuk memenuhi kebutuhan domestik dan global termasuk penanganan pascapanen komoditas tersebut. Selain intervensi pemerintah berbasis program publik, pengembangan komoditas rempah-rempah di Indonesia juga melibatkan pihak swasta, LSM, mitra pembangunan, akademisi, lembaga penelitian, dan masyarakat petani untuk mengembangkan komoditas rempah-rempah secara berkelanjutan. Investasi entitas nasional dan internasional didasari oleh sumber daya alam, sumber daya manusia serta dukungan kebijakan untuk meningkatkan komoditas rempah-rempah di Indonesia (Rafani et al., 2021).

Penelitian selanjutnya yang dilakukan oleh Widiastutie (2011) menjelaskan bahwa diplomasi ekonomi menjadi salah satu peran penting sebagai strategi dalam peningkatan ekonomi. Diplomasi ekonomi dapat meningkatkan kerjasama bilateral maupun multilateral di bidang ekonomi yang mengacu pada kepentingan negara dan masyarakat, diplomasi ekonomi mencari pasar internasional dan peluang di berbagai kegiatan perdagangan. Di era digital ini ekonomi politik global telah bertransformasi pada ekonomi digital mengingat banyaknya pengguna internet saat ini termasuk di Indonesia. Hal tersebut menjadi pengaruh bagi meningkatnya transaksi jual dan beli yang dilaksanakan secara online, transaksi jual-beli bersifat tanpa batas atau borderless yang mana dapat memenuhi kebutuhan pasar internasional. Kegiatan ekonomi digital menjadi peluang dan tantangan bagi perdagangan internasional.

Penulis menggunakan metode penelitian kualitatif dan analisa data secara deduktif. Pada tulisannya penulis menggunakan studi kasus *Gastrodiplomacy* pada kegiatan *Indonesia Spice Up the World*. Program atau kegiatan tersebut dilaksanakan oleh pemerintah Indonesia sebagai salah satu usaha yang dilakukan oleh Kementerian Parekras dalam mengembangkan serta mengangkat pemasaran rempah-rempah dan produk olahan lainnya ke negara yang menjadi tujuan pemasaran. Melalui strategi yang dilakukan oleh diaspora Indonesia yang

bertempatan di luar negeri dalam melakukan dan meningkatkan strategi gastrodipomasi dapat menjadi peran yang sangat penting agen diplomasi ekonomi sehingga dapat meningkatkan ekspor rempah.

Melalui program tersebut pemerintahan Indonesia menargetkan dapat membuka 4000 restoran Indonesia di luar negeri hingga tahun 2024 dan menargetkan pengembangan nilai ekspor rempah-rempah Indonesia sebesar USD 2 Miliar atau kali lipat dari tahun 2020. Target utama pemerintah Indonesia adalah Amerika Serikat, dan program ISUTW ini telah dilaksanakan pertama kali di kota New York yang memiliki jumlah restoran masakan Indonesia sekitar 100-150 ikut berpartisipasi dalam program ISUTW tersebut. Target yang telah ditetapkan pemerintah dengan strategi gastrodipomasi sebagai alat dan dengan program ISUTW ini dapat dengan sukses dicapai dengan adanya kerjasama yang selaras dari berbagai macam pihak seperti Kementerian Perdagangan yang dapat memberikan bantuan berupa pembinaan pada pelaku usaha, BPOM dan Kementerian Perindustrian (Widiastutie, 2021).

Penelitian Romana (2021) menganalisis mengenai upaya apa saja yang dilakukan oleh Indonesia untuk meningkatkan ekspor komoditas kopi ke Jerman pada tahun 2018 hingga tahun 2021. Penulis mendapati bahwa dari data yang diperoleh jumlah ekspor kopi dari Indonesia ke Jerman dari tahun 2018 hingga 2021 mengalami fluktuatif. Jerman sebagai negara importir terbesar kedua di dunia menjadikan peluang yang besar bagi Indonesia yang merupakan produsen kopi. Untuk meningkatkan ekspor tersebut upaya strategis perlu diterapkan oleh pemerintah Indonesia. Romana berusaha melihat bagaimana upaya pemerintah Indonesia dalam meningkatkan nilai ekspor kopi di tahun 2018-2021.

Penelitian ini menggunakan diplomasi komersial dan konsep kepentingan nasional dengan metode kualitatif. Dari penelitiannya dihasilkan aktor-aktor yang terkait dalam meningkatkan ekspor kopi ke Jerman yaitu, keterlibatan kedutaan besar Indonesia untuk Jerman, dan ITPC Hamburg. Dan aktivitas yang dilakukan oleh pemerintah Indonesia yang dilihat berdasarkan 3 dari 6 aktivitas diplomasi komersial, yaitu berupa *communication* dengan mengikuti perhelatan kopi internasional, *Intelligence* dengan menyelenggarakan pengujian cocok rasa, dan *referral* yang dilakukan melalui pertemuan B2B (Romana, 2021).

2.2 Kerangka Teoritis

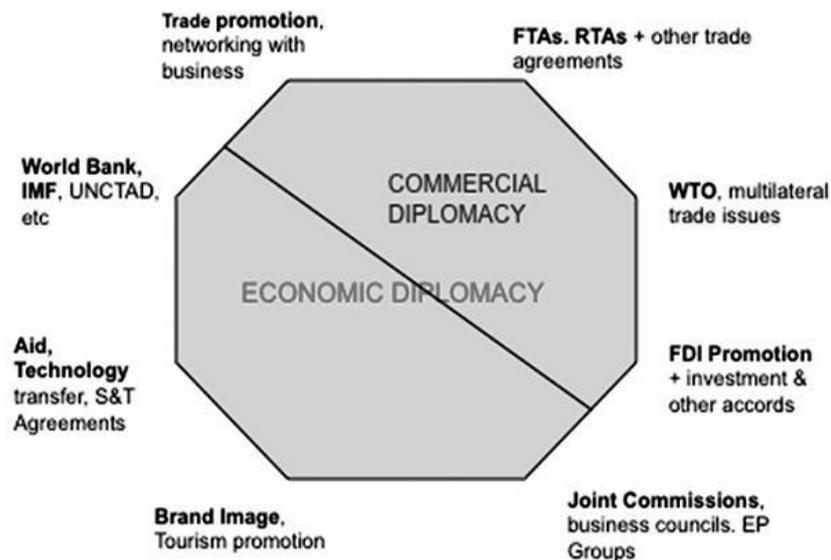
2.2.1 Diplomas Komersial

Diplomasi ekonomi adalah sebuah bagian dari beberapa diplomasi yang ada, diplomasi ekonomi merupakan sebuah diplomasi yang memakai spektrum dari bidang ekonomi pada negara untuk mencapai sebuah kepentingan nasional negara tersebut (Chohan, 2021). Menurut Bayne & Woolcock diplomasi ekonomi memiliki aktivitas yakni *decision making* dan *negotiation* terhadap perekonomian (Woolcock & Bayne, 2013). Diplomasi ekonomi mencakup berbagai kegiatan ekonomi internasional sebuah negara, termasuk pengambilan kebijakan untuk menyebarkan ekspor, impor, investasi, bantuan, perjanjian perdagangan bebas, dan lainnya. Menurut Okano-Heijiman (2013) diplomasi ekonomi dibagi lagi menjadi lima turunan diantaranya adalah diplomasi komersial (*commercial diplomacy*), diplomasi perdagangan (*trade diplomacy*), diplomasi keuangan (*financial diplomacy*), dorongan (*inducement*), dan sanksi (*sanctions*).

Berbagai pandangan muncul mengenai diplomasi komersial ini, ada yang membedakan antara diplomasi komersial dan diplomasi ekonomi ada juga yang mengatakan bahwa diplomasi komersial merupakan nama lain dari diplomasi ekonomi (Bergejik & Selwyn, 2009). Sejalan dengan teorinya Okano-Heijiman, Lee & Hocking (2013) juga membagi diplomasi ekonomi menjadi lima model yaitu diplomasi komersial, diplomasi perdagangan, diplomasi keuangan, imigrasi, dan konsuler. Diplomasi komersial merupakan sebuah kegiatan yang dilakukan oleh perwakilan negara dengan status diplomatik untuk mempromosikan bisnis pada negara satu dan negara lainnya (Naray, 2008). Diplomasi komersial memiliki fokus terhadap pengembangan dan pembangun jaringan dari para diplomat dan juga pelaksana bisnis yang bertujuan untuk mempromosikan perdagangan. Pada negara berkembang seperti Indonesia diplomasi komersial berkembang dengan cara promosi pariwisata. Diplomasi komersial bersatu dengan aktor negara seperti Kementerian Luar Negeri dan Lembaga pemerintah lainnya (Lee & Hocking, 2011).

Menurut Berridge (2015) diplomasi komersial adalah diplomasi yang mempromosikan aktivitas dagang atau bisnis dalam negeri, akses terhadap pasar,

FDI, dan kebijakan yang berkaitan dengan ekonomi lainnya. Diplomasi komersial adalah suatu kegiatan yang dilakukan oleh perwakilan negara dengan status diplomatik dalam rangka promosi bisnis antara negara asal dan negara tuan rumah. Hal ini bertujuan untuk mendorong pengembangan usaha melalui serangkaian kegiatan promosi dan fasilitasi usaha.



Gambar 2. 1 Diplomasi Ekonomi & Diplomasi Komersial berdasarkan pembagiannya
Sumber: (Rana, 2007)

Dilihat dari gambar di atas diplomasi komersial merupakan bagian dari diplomasi ekonomi yang mencakup empat elemen yaitu *trade promotion* (promosi perdagangan), *trade agreements* (kesepakatan dagang), *multilateral trade issues* (pembahasan isu perdagangan multilateral), dan *FDI promotion* (promosi penanaman modal asing). Melalui diplomasi komersial, pemerintah dan pelaku bisnis dapat bekerjasama untuk menghasilkan manfaat yang saling menguntungkan kedua belah pihak (Woolcock & Bayne, 2013).

Aktor yang berperan dalam diplomasi komersial berkisar dari (i) tingkat kebijakan tinggi (presiden, perdana menteri, menteri atau anggota parlemen) hingga (ii) duta besar dan utusan diplomatik khusus tingkat bawah. Diplomasi komersial melakukan kegiatan yang memfasilitasi bisnis di bidang perdagangan, investasi, pariwisata, citra negara, dan promosi sains & teknologi. Pemerintah mendorong daya saing ekonomi mereka untuk menanggapi peluang dan ancaman pasar global

dan tekanan pendirian bisnis untuk orientasi penerima manfaat dan efisiensi layanan pemerintah, seperti diplomasi komersial (Naray, 2008). Studi yang relevan menanggapi diplomasi komersial dalam konteks promosi ekspor didefinisikan bahwa semua tindakan kebijakan yang secara nyata berpotensi meningkatkan kegiatan ekspor baik dari perspektif perusahaan, industri, atau nasional (Seringhaus, 1986).

Commercial diplomacy	Trade diplomacy	Financial diplomacy	Inducements	Sanctions
trade promotion	bilateral FTAs, EPAs	currency swap agreements	bilateral assistance: grants, loans	embargo (exports; state)
investment promotion	multilateral: WTO	exchange-rate policy	debt relief	boycott (imports; individuals)
business advocacy	(anti-dumping) tariffs	buying/selling of government bonds	humanitarian aid	suspension of assistance and aid
tourism promotion	export or import licences	freezing assets	granting access to technology	capital controls
promotion of socially responsible investing	import or export quotas, trade and investment barriers	withholding dues or payments	granting membership of international organization	blacklist

Gambar 2.2 Diplomasi ekonomi dan diplomasi komersial berdasarkan pembagiannya

Sumber: (Okano-Heijmans, 2013, p. 32)

Menurut Okano-Heijmans salah satu bagian dari diplomasi ekonomi yaitu diplomasi komersial. Diplomasi komersial terdapat lima ekspresi yaitu mencakup *trade promotion* (promosi perdagangan), *investment promotion* (promosi investasi), *business advocacy* (advokasi bisnis), *tourism promotion* (promosi pariwisata), *promotion of socially responsible investing* (promosi investasi yang bertanggung jawab secara sosial) (Okano-Heijmans, 2013, p. 32). Konsep inilah yang akan penulis gunakan untuk menganalisis strategi pemerintah Indonesia dalam meningkatkan ekspor rempah-rempah ke Amerika Serikat, dengan menganalisis dari aktivitas yang telah dilakukan oleh Indonesia. Diplomasi komersial sangat penting karena dapat memberikan kontribusi bagi perbaikan berkelanjutan

perdagangan internasional, penanaman modal langsung atau *Foreign Direct Investment* (FDI), dan solusi bagi konflik internasional yang sifatnya non-pasar. Terdapat beberapa studi yang menunjukkan pentingnya diplomasi komersial untuk pemerintah dalam mencapai tujuan integrasi ekonomi internasional sehingga dapat meningkatkan pertumbuhan ekspor dan meningkatnya lapangan kerja serta memperluas UKM, yaitu dalam studi oleh Naray (2018) yang menunjukkan bahwa pengembangan ekspor didorong oleh perwakilan diplomatik luar negeri (Naray, 2008). Pada penelitian ini akan menggunakan diplomasi komersial menurut Okano-Hajimans, dimana strategi yang dilakukan oleh pemerintah Indonesia untuk meningkatkan ekspor rempah akan dianalisis melalui lima ekspresi-ekspresi diplomasi komersial yaitu *trade promotion*, *business advocacy*, dan *tourism promotion*, *investment promotion*, dan *promotion of socially responsible investing*.

2.3 Kerangka Konseptual

2.3.1 Perdagangan Internasional

Beberapa tahun terakhir isu-isu ekonomi internasional telah menjadi pusat perhatian, terutama pada ekonomi politik internasional yang merupakan suatu kerjasama luar negeri dalam distribusi, investasi, kerangka produksi, dan lainnya. Studi ekonomi politik internasional fokus terhadap empat struktur utama yang menjadi dasar dari ekonomi politik internasional yaitu perdagangan, keuangan dan moneter, keamanan, serta pengetahuan dan teknologi (Balaam & Dillman, 2016). Dalam studi hubungan internasional, perdagangan internasional merupakan bahasan yang penting dalam studi ilmu ekonomi politik internasional. Seiring berkembangnya teknologi maka kegiatan ekonomi perdagangan internasional pun semakin meningkat.

Robert Gilpin dan Markusen mengatakan bahwa perdagangan merupakan salah satu pusat evolusi dari hubungan internasional selain perang yang menyebabkan perubahan dalam hubungan antar negara. Perdagangan Internasional merupakan kegiatan lintas batas teritorial antar negara terhadap pertukaran barang maupun jasa. Perdagangan Internasional dihasilkan dari interaksi antar individu dengan individu lainnya di berbagai negara. Ekspor dan Impor adalah kegiatan utama dalam perdagangan internasional yang mempunyai kedudukan dan berperan

penting bagi perkembangan perekonomian negara. Dari tahun ke tahun secara global perdagangan internasional telah berkembang secara pesat, tingkat ekspansi ekspor barang pun meningkat (Markusen et al., 1995).

Negara yang memproduksi barang dan dijual belikan di pasar internasional dapat menjadi penghasil ekonomi terbesar bagi negara, maka dari itu hal tersebut merupakan kegiatan bisnis internasional yang dari dulu sudah terjadi sejak adanya konsep negara dan bangsa dan membentuk sejarah dunia. Menurut Krugman dan Obstfeld (1999) perdagangan internasional menjadi kekuatan yang mampu menciptakan kemakmuran yang dapat menjamin dalam jangka panjang akan keberlangsungan hidup. Perdagangan internasional dalam kegiatan ekspor merupakan salah satu upaya untuk terjadinya meningkatkan pendapatan negara, kenaikan devisa, dan memperluas adanya kesempatan kerja. Negara-negara saling melaksanakan perdagangan internasional dikarenakan hakikat bahwa setiap negara tidak mampu menghasilkan semua barang dan jasa atau kebutuhan masyarakatnya (Deliarnov, 1995) hingga terjadinya perdagangan antar negara untuk memenuhi permintaan dan kebutuhan masyarakat.

Steve Suravonic (2010) menjelaskan bahwa terdapat lima dasar alasan mengapa negara melakukan perdagangan internasional yaitu, perbedaan teknologi, perbedaan sumber daya, perbedaan permintaan, terdapatnya skala ekonomis yang di produksi suatu negara, terdapat kebijakan pemerintah (Suranovic, 2010). Konsep Perdagangan internasional membantu menganalisis terhadap dasar-dasar terjadinya perdagangan antara negara satu dengan negara lainnya, terjadinya perputaran barang jasa, dan kebijakan yang mengatur perputaran perdagangan bersama dengan pengaruh yang terjadi terhadap negara yang terlibat dalam melaksanakan kegiatan perdagangan. Terjadinya perdagangan internasional dapat memberikan keuntungan yang diperoleh masing-masing negara terlibat yang dapat ditunjukkan melalui Teori perdagangan internasional. Perdagangan Internasional terjadi untuk bisa mendapatkan barang yang tidak dapat diproduksi sendiri oleh negara tersebut yang disebabkan oleh perbedaan keadaan geografis, iklim, dan teknologi. Perdagangan internasional dapat memperluas pasar dan dapat menambah keuntungan bagi suatu negara yang melakukannya (Tahir, Armansyah, & Hardiansyah, 2022).

Penulis menggunakan teori perdagangan internasional karena adanya relevansi antara teori perdagangan internasional dengan penelitian ini. Teori perdagangan internasional dapat membantu menjelaskan dasar-dasar terjadinya perdagangan, perputaran barang jasa, dan kebijakan yang mengatur perputaran perdagangan dan ekspor komoditi rempah-rempah Indonesia ke Amerika Serikat dengan pengaruh yang terjadi terhadap negara Indonesia dan Amerika Serikat dalam melaksanakan kegiatan perdagangan. Perdagangan internasional juga dapat menjelaskan adanya keuntungan yang didapat dalam adanya kegiatan perdagangan internasional seperti ekspor komoditas rempah-rempah Indonesia ke Amerika Serikat.

2.4 Kerangka Pemikiran

Ekspor komoditas rempah-rempah Indonesia merupakan penyumbang sebagian besar devisa negara. Sejak dahulu sebelum Indonesia merdeka, ekspor komoditas rempah-rempah adalah komoditas utama pengeksporan hasil pertanian, kekayaan rempah Indonesia inilah yang menarik para penjajah berdatangan ke Indonesia. Namun saat ini komoditas rempah menurun sehingga tidak lagi menjadi komoditas ekspor utama. Penggunaan rempah yang meningkat karena adanya perkembangan industri makanan, obat-obatan, dan kosmetik membuat negara-negara lain juga mulai mengembangkan komoditas rempah-rempah baru (Kristiningrum & Lukiawan, 2011).

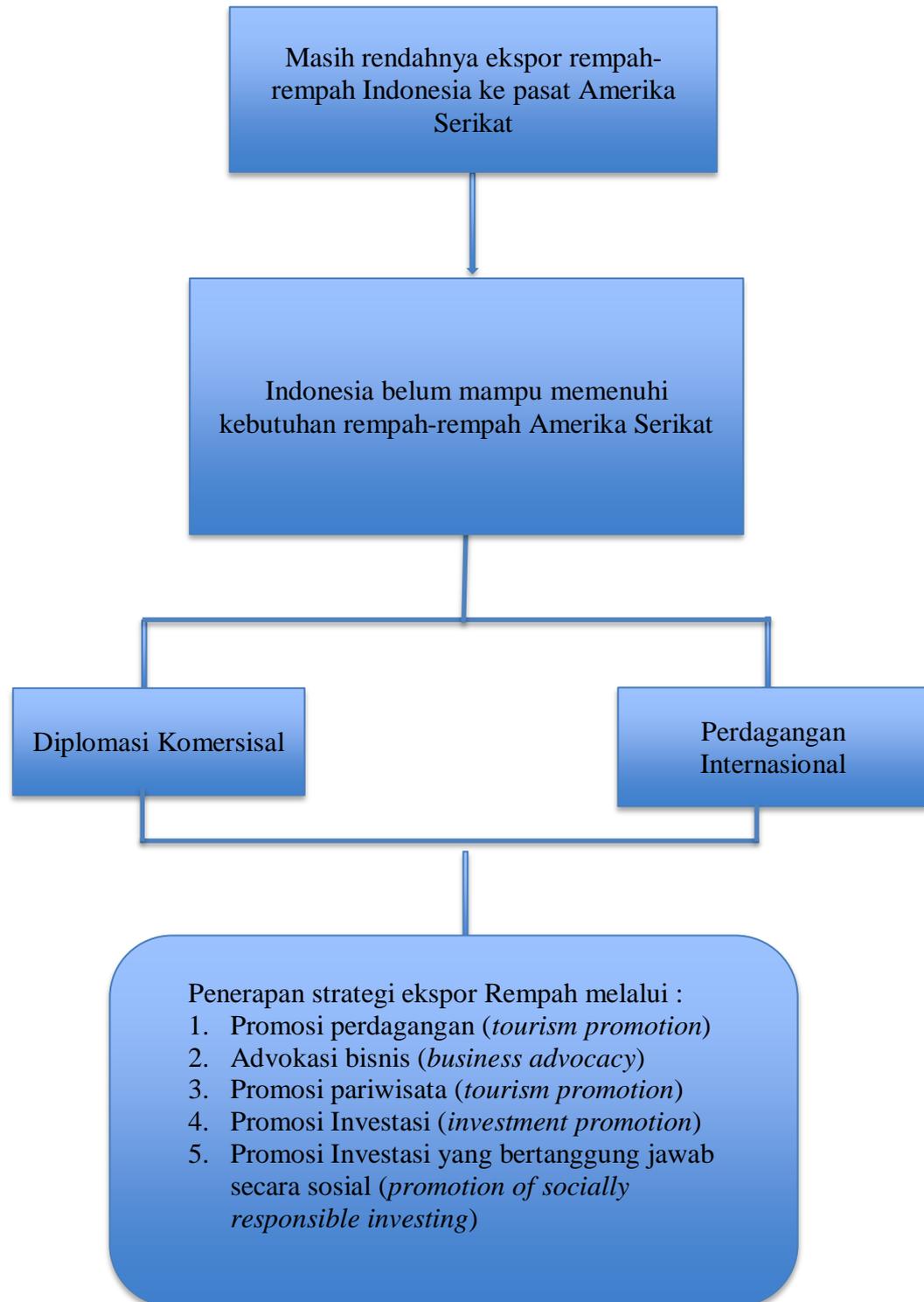
Rempah-rempah yang merupakan sektor pertanian yang dapat subur di negara dengan letak geografis tertentu maka tidak semua negara dapat mengembangkan pertanian rempah-rempah tersebut, termasuk pada negara Amerika Serikat. Amerika Serikat adalah negara dengan memiliki empat musim dimana hal tersebut tidak mudah untuk mengembangkan pertanian komoditas rempah-rempah, akan tetapi karena semakin meningkatnya permintaan akan ketersediaan rempah-rempah Amerika Serikat menjadi tujuan ekspor utama pada komoditas rempah Indonesia.

Amerika Serikat merupakan tujuan utama ekspor rempah Indonesia karena Amerika Serikat sendiri merupakan negara adidaya nomor satu dan merupakan negara yang memiliki pangsa pasar besar untuk produk rempah-rempah dari Indonesia. Dilihat dari data yang ada bahwa nilai ekspor komoditas rempah

Indonesia ke Amerika Serikat mencapai US\$175 juta pada tahun 2020 dan angka tersebut naik pada tahun selanjutnya. Angka yang masih belum stabil pada pencapaian ekspor ini menjadi tantangan bagi pemerintah Indonesia untuk memperluas strategi agar dapat menembus Pasar Global khususnya pada pasar Amerika Serikat yang mana Amerika Serikat adalah pasar yang kompetitif dan juga sangat ketat.

Dari hal tersebut, penerapan strategi yang terus diperluas, diperbaharui dan tetap patuh pada regulasi yang dibuat oleh negara tersebut mengenai hubungan dagang Indonesia dan Amerika Serikat merupakan salah satu kunci utama untuk dapat menembus pasar Amerika Serikat. Melalui teori perdagangan internasional penulis akan menganalisis faktor-faktor keunggulan negara Indonesia sehingga dapat merumuskan strategi-strategi yang bisa diimplementasikan oleh pemerintah Indonesia guna mengembangkan ekspor rempah dan dapat mencapai kepentingan nasional terutama kepentingan ekonomi antara kedua negara Indonesia dan Amerika Serikat.

Tabel 2. Bagan Kerangka Pemikiran



III. METODE PENELITIAN

3.1 Tipe Penelitian

Pada penelitian ini penulis menerapkan model penelitian deskriptif-kualitatif. Penelitian deskriptif kualitatif berkaitan dengan suatu ciri dari model kualitatif yang melibatkan kualitas. Penelitian ini non-numerik, deskriptif, menerapkan penalaran dan lebih menggunakan kata daripada angka. Tipe penelitian ini umumnya dikaitkan dengan evaluasi dimensi sosial, dengan memberikan hasil yang terperinci. Tujuannya adalah untuk mendapatkan makna, perasaan dan juga menggambarkan situasi. Menurut Sugiyono, tipe penelitian kualitatif merupakan penelitian dilandasi oleh perspektif *post-positivisme*, tipe penelitian kualitatif digunakan untuk penelitian dengan kondisi objek yang alami (Sugiyono, 2014).

Peneliti menggunakan teknik dengan mengumpulkan data yang dilakukan dengan cara disatukan (*triangulasi*), lalu dengan menganalisis data yang memiliki sifat induktif atau kualitatif, dan akhir dari penelitian kualitatif akan lebih menghasilkan suatu makna dibanding generalisasi (Sugiyono, 2014). Adapun menurut tulisan Moleong, penelitian kualitatif merupakan penelitian yang memiliki makna untuk mengerti sebuah kejadian mengenai suatu hal yang dialami oleh subjek penelitian seperti perbuatan, pandangan, tindakan, dan lain-lain secara keseluruhan, dan mendeskripsikan dengan bentuk perkataan serta bahasa, sesuai dengan konteks khusus yang sederhana dan menggunakan berbagai metode alamiah (Moleong & J, 2013).

Pada penelitian kualitatif teori dihasilkan secara bebas dari hasil observasi objek penelitian dan analisis hasil observasi, dengan pengumpulan data menggunakan observasi naturalistik dikumpulkan dan didokumentasikan dalam bentuk deskripsi. Penulis menggunakan penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan diplomasi komersial yang dilakukan negara Indonesia dalam mendorong ekspor komoditas rempah-rempah ke Amerika Serikat. Dengan tipe

penelitian ini penulis berusaha mengumpulkan, menyusun, dan menginterpretasikan data kemudian menganalisis data-data yang diperoleh ataupun fenomena dengan tujuan mendeskripsikan dan menjelaskan keadaan dan kondisi perdagangan dalam ekspor rempah-rempah di masa sekarang.

3.2 Fokus Penelitian

Fokus penelitian merupakan sebuah batasan pada penelitian kualitatif berdasarkan pada tingkatan kepentingan dan kredibilitas permasalahan yang nantinya akan diteliti. Fokus penelitian ini mengenai diplomasi komersial pemerintah Indonesia dalam mendorong ekspor rempah penting untuk diteliti karena terdapatnya kesenjangan nilai ekspor rempah Indonesia ke Amerika Serikat yang kecil, dimana Indonesia sebagai negara dengan penghasil rempah terbesar nomor 4 didunia tidak mampu memenuhi kebutuhan rempah-rempah Amerika Serikat yang merupakan negara dengan permintaan impor rempah terbesar didunia. Hal tersebut seharusnya menjadi perhatian pemerintah Indonesia untuk mengetahui bagaimana aspek dari diplomasi komersial yang sudah dilakukan dan yang akan dilakukan untuk mendorong nilai ekspor tersebut.

Secara lebih khusus penelitian ini akan berfokus pada bagaimana penerapan aspek dari diplomasi komersial yang digunakan oleh pemerintah Indonesia untuk mendorong ekspor komoditas rempah-rempah yang akan diteliti dengan menganalisis lima aspek berdasarkan aktivitas-aktivitas atau lima ekspresi atau aspek yang terdapat dalam diplomasi komersial menurut Okano-Heijmans yaitu, promosi perdagangan (*trade promotion*), advokasi bisnis (*business advocacy*), promosi pariwisata (*tourism promotion*), promosi investasi (*investment promotion*), dan promosi investasi yang bertanggung jawab secara sosial (*promotion of socially responsible investing*). Peneliti juga berfokus pada tahun 2017 hingga 2021, rentang waktu ini menyediakan data yang relatif terbaru dan relevan untuk analisis serta mulai aktifnya pemerintah Indonesia dalam mengadakan kegiatan-kegiatan promosi untuk mendorong ekspor komoditas rempah – rempah Indonesia ke Amerika Serikat. Selain itu dalam rentang waktu tersebut juga untuk mendapatkan gambaran yang akurat tentang situasi perdagangan terkini karena pemilihan periode

lima tahun memberikan cakupan waktu yang memadai untuk melihat kinerja ekspor secara komprehensif, mengidentifikasi pola dan tren.

3.3 Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini menerapkan jenis data kualitatif dimana dapat diperoleh dari teknik pengumpulan data studi pustaka. Peneliti menggunakan salah satu sumber data yaitu, sumber data sekunder. Sumber data sekunder merupakan data yang bersumber dari penelitian sebelumnya atau penelitian yang sudah ada. Data sekunder biasanya diambil dari jurnal, buku, dan (Siyoto & Sodik, 2015). Pada penelitian ini peneliti mengumpulkan data dari berbagai jurnal, buku seperti buku Okano-Heijmans (2013) dan data yang diambil dari website pengumpulan data CEPII.fr.

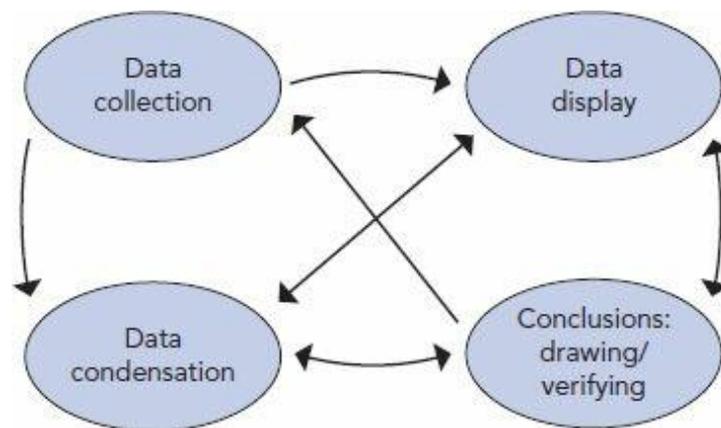
3.4 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan tahapan strategis pada suatu penelitian guna menghasilkan sebuah output dari penelitian yang akurat. Peneliti memakai teknik pengumpulan data seperti studi pustaka (*library research*) dan studi dokumentasi di dalam penelitian ini. Pada studi pustaka, peneliti akan melakukan pengumpulan data yang berasal dari beberapa sumber literatur seperti jurnal ilmiah, buku, dan data kualitatif. Pada studi dokumentasi peneliti akan mengumpulkan data yang bersumber dari artikel atau website yang kredibel seperti website kementerian luar negeri, website yang menampilkan data seperti katadata.com, website resmi Badan Pusat Statistik (BPS), dan cepii.fr serta buku yang ditulis oleh Okano-Heijmans (2013) sebagai rujukan utama, serta dokumen dalam bentuk foto yang berkaitan dengan tema penelitian.

3.5 Teknik Analisis Data

Penulis melakukan proses analisis data dengan teknik deskriptif kualitatif. Analisis deskriptif kualitatif yaitu mengumpulkan data dan juga sumber informasi yang berkaitan dengan sumber data yang berkaitan pada penelitian yang nantinya

akan penulis lakukan. Analisis data deskriptif kualitatif digunakan oleh penulis guna mengembangkan data yang telah penulis dapatkan sebelumnya. Miles dan Huberman mengemukakan beberapa tahapan analisis data yang dapat dilihat dari skema sebagai berikut: (Miles et al., 2014)



Gambar 3. 1 Model Analisis Data Miles & Huberman
Sumber: Miles and Huberman, 2014

1. *Data Condensation*

Kondensasi data (*data condensation*) merupakan sebuah tahap pemilihan, penyederhanaan dan mengubah atau mentransformasi fokus penelitian yang timbul dari dokumen tertulis. Pada tahap ini peneliti mereduksi data dengan dilakukannya pengumpulan data dengan memilih, menajamkan, mengelompokkan, dan merangkum data-data krusial dari topik dan pola penelitian ini. Dalam proses kondensasi data pada penelitian ini, peneliti mengumpulkan data-data seperti, data penjualan, data produksi, volume ekspor melalui website resmi BPS serta cepii.fr, peneliti mereduksi data untuk melibatkan pemilihan data yang paling relevan untuk mengidentifikasi tren dan peluang.

2. *Data Display*

Setelah data dilakukan pada tahap reduksi maka data dilanjutkan pada penyajian data (*data display*). Pada tahap ini Miles & Huberman memfokuskan penyajian data susunan informasi yang dapat

mempermudah pemahaman sehingga terdapat penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Setelah peneliti melakukan kondensasi data, data yang sudah dikumpulkan disajikan agar dapat melihat gambaran keseluruhan data penelitian yang diambil. Menyajikan data ekspor rempah-rempah ke Amerika Serikat dengan cara yang jelas dan terstruktur dituangkan melalui grafi dan tabel agar dapat mempermudah pemahaman.

3. Conclusion Drawing and Verification

Setelah dilakukannya kedua langkah diatas yaitu kondensasi data dan menyajikan data maka penulis melakukan langkah menarik kesimpulan dan verifikasi. Tahap ini merupakan tahap terakhir dari teknik pengumpulan data. Dengan data yang telah direduksi dan disajikan, penulis menarik kesimpulan mengenai performa ekspor rempah-rempah. Ini termasuk evaluasi keberhasilan strategi ekspor, identifikasi tren pasar, dan potensi perbaikan atau pengembangan lebih lanjut.

V. PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Realitas perdagangan ekspor komoditas rempah-rempah Indonesia ke Amerika Serikat menunjukkan bahwa sektor ini memiliki prospek yang cerah meskipun menghadapi sejumlah tantangan. Indonesia adalah produsen utama berbagai rempah berkualitas seperti pala, cengkeh, lada, kayu manis, dan jahe yang banyak diminati di pasar Amerika Serikat. Berdasarkan penelitian mengenai diplomasi komersial dalam mendorong ekspor komoditas rempah-rempah Indonesia ke Amerika Serikat terdapat kegiatan atau aktivitas yang telah dilakukan oleh pemerintahan Indonesia. Dalam menganalisis aktivitas yang dilakukan oleh negara Indonesia dalam mendorong ekspor komoditas rempah-rempah ke Amerika Serikat peneliti menggunakan konsep diplomasi komersial dengan melihat aktor dan aktivitas diplomasi yang telah dilakukan. Peneliti mengumpulkan kegiatan diplomasi komersial oleh pemerintah Indonesia dalam mendorong ekspor rempah-rempah Indonesia ke Amerika Serikat yaitu melalui aktivitas promosi perdagangan, advokasi bisnis, promosi pariwisata, promosi investasi, dan promosi investasi yang bertanggung jawab secara sosial.

Dengan memanfaatkan kegiatan diplomasi komersial, Indonesia berusaha memperluas pasar, membangun citra positif, dan mempromosikan produknya di tingkat global. Berdasarkan analisis menggunakan konseptual diplomasi komersial, dapat ditarik kesimpulan bahwa aspek yang diterapkan pemerintah Indonesia telah memenuhi indikator dari kelima ekspresi didalamnya sebagai upaya mendorong nilai ekspor rempah-rempah walaupun terdapat beberapa kegiatan yang belum banyak dilakukan seperti advokasi bisnis, promosi investasi, dan promosi investasi yang bertanggung jawab secara sosial. Meskipun pemerintah telah mengimplementasikan berbagai ekspresi atau aspek dari diplomasi komersial, seperti promosi perdagangan, promosi investasi, advokasi bisnis, promosi

pariwisata, dan promosi investasi yang bertanggung jawab secara sosial, upaya ini masih belum sepenuhnya fokus pada penguatan ekspor. Di antara lima aspek tersebut, perhatian khusus terhadap kegiatan advokasi bisnis, promosi investasi, dan promosi investasi yang bertanggung jawab secara sosial yang mendukung peningkatan ekspor komoditas rempah-rempah Indonesia ke Amerika Serikat masih kurang terlihat

Kegiatan yang menonjol dari lima ekspresi tersebut adalah pada kegiatan promosi perdagangan dan promosi pariwisata. Kurangnya kegiatan pada promosi investasi, terutama yang bertanggung jawab secara sosial, menjadi salah satu faktor yang menghambat ekspor rempah-rempah. Investasi yang bertanggung jawab secara sosial dapat menarik investor yang peduli dengan praktik pertanian berkelanjutan, yang tidak hanya meningkatkan kualitas produk tetapi juga memperkuat daya saing rempah-rempah Indonesia di pasar internasional. Selain itu, promosi investasi yang lebih kuat di sektor agribisnis dapat menarik lebih banyak modal dan teknologi untuk meningkatkan produktivitas dan kualitas rempah-rempah. Di sisi lain, advokasi bisnis yang kurang optimal juga berperan dalam kurang berkembangnya nilai ekspor rempah ke Amerika Serikat ini. Advokasi yang efektif dapat membantu menciptakan lingkungan regulasi yang mendukung ekspor, memperbaiki infrastruktur logistik, dan membuka akses pasar yang lebih luas. Kurangnya advokasi bisnis yang kuat berarti bahwa isu-isu ini tidak mendapatkan perhatian yang cukup, menghambat kemampuan Indonesia untuk meningkatkan ekspor rempah-rempahnya. Dengan meningkatkan promosi investasi, investasi yang bertanggung jawab secara sosial, dan advokasi bisnis, pemerintah dapat lebih efektif mendorong ekspor rempah-rempah Indonesia ke Amerika Serikat dan pasar global lainnya.

Kegiatan dari kelima ekspresi diplomasi komersial yang dilakukan masih kurang sehingga belum dapat menutupi faktor-faktor penghambat lainnya yaitu hambatan non-tarif lebih spesifik lagi standar mutu pertanian Indonesia yang belum dapat memenuhi standar mutu dan regulasi masuknya komoditas rempah di Amerika Serikat, kemudian persaingan dari negara lain, ketidakcocokan dengan selera pasar, ketidakstabilan pasar seperti faktor-faktor eksternal, kurangnya infrastruktur, dan sulitnya mendapatkan akses langsung ke pasar atau jaringan

distribusi yang efisien juga dapat mengurangi efektivitas diplomasi komersial. Maka dari itu, terus berlanjutnya upaya kolaboratif antara pemerintah, sektor swasta, dan lembaga internasional menjadi kunci dalam meraih keberhasilan strategi ini.

5.2 Saran

Tantangan kegiatan diplomasi komersial dalam mendorong ekspor rempah ke Amerika Serikat yaitu adalah faktor-faktor lainnya, sehingga pentingnya pemerintah Indonesia yang tidak hanya mempromosikan komoditas ekspor rempah-rempah ke Amerika saja tetapi pemerintah juga harus memperhatikan faktor-faktor seperti regulasi kesehatan pangan, kebijakan perdagangan, isu lingkungan, proteksionisme, kondisi ekonomi global, teknologi, dan inovasi sebagai bagian dari upaya terdorongnya nilai ekspor komoditas rempah-rempah. Pemerintah perlu menangani perbedaan regulasi, membuka akses pasar, menghadapi proteksionisme, memperhatikan keberlanjutan, dan mempertimbangkan kondisi ekonomi dan Kesehatan. Kedepannya peneliti berharap kepada pemerintahan Indonesia agar dapat melakukan lebih aktif dalam mengadakan kegiatan diplomasi komersial melalui seminar, pameran, dan pertemuan untuk memperkuat diplomasi komersial kedutaan. Kegiatan diplomasi dalam rangka memperkuat jaringan diplomatik melalui pertemuan tingkat tinggi, forum ekonomi, dan peristiwa bisnis tersebut diperlukannya kedutaan dan konsulat serta Lembaga pemerintah dari kedua negara aktif dalam memfasilitasi pertemuan dan mendukung upaya tersebut. Membangun dan memperkuat kemitraan strategis dengan Amerika Serikat dan berfokus kepada negosiasi perjanjian perdagangan juga harus ditingkatkan.

Tidak hanya mempromosikan produk rempah-rempah Indonesia tetapi pemerintah di harapkan dapat menarik investor dari Amerika Serikat sehingga petani – petani di Indonesia mendapatkan teknologi terbaru dan mengerti akan standar yang ditetapkan oleh Amerika Serikat. Memberikan perhatian pada aturan dan regulasi terhadap perdagangan internasional terutama dalam pelabelan produk, hal ini diharapkan pemerintah dapat memberikan panduan yang jelas dan mendukung eksportir dalam memenuhi persyaratan pasar di Amerika Serikat. Hal

tersebut juga termasuk dalam pemberian Pendidikan dan pelatihan kepada eksportir. Misalnya yaitu Amerika Serikat merupakan negara dengan permintaan ekspor rempah-rempah terbesar di dunia sehingga pemerintah Indonesia perlu memberikan dukungan maupun bantuan agar pengusaha rempah Indonesia dapat memenuhi kriteria produk rempah yang ditetapkan di Amerika Serikat. Selain itu, menjamin kelangsungan program seperti *Sustainable Cooperative Agribusiness Alliance* (SCAA) dengan memastikan adanya dukungan dan partisipasi yang berkelanjutan dari semua pihak yang terlibat.

Bagi akademisi, eksplorasi topik ini menjadi sesuatu yang menarik untuk diselidiki. Namun, penelitian ini belum sepenuhnya memenuhi standar kesempurnaan dalam penyajiannya. Fokus penelitian ini terbatas pada periode relatif singkat, yakni tahun 2017-2021, sementara terdapat program yang diperbincangkan di dalam penelitian ini yang masih berlangsung hingga 2024. Oleh karena itu, penulis berharap agar dilakukan penelitian lebih lanjut yang merambah topik ini, membawa informasi yang lebih terkini dan mutakhir. Tujuannya adalah untuk mendapatkan hasil penelitian yang lebih relevan dan sesuai dengan kondisi terkini

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, S. R. (2018). Hubungan Ekonomi Indonesia-Amerika Serikat dalam Bidang Impor Hasil Pertanian Pada Masa Demokrasi Terpimpin. *e-Journal Pendidikan Sejarah*.
- Anastasya, A. (2022, 12 11). *Potensi dan Kendala Ekspor Rempah dan Jamu*. Retrieved from ukmindonesia.id: <https://ukmindonesia.id/baca-deskripsi-posts/potensi-dan-kendala-ekspor-rempah-dan-jamu>
- Annur, Cindy Mutiara;. (2023, Juli 28). *10 Negara dengan Jumlah Penduduk Terbanyak di Dunia Pertengahan 2023*. Retrieved from databoks: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/07/28/10-negara-dengan-jumlah-penduduk-terbanyak-di-dunia-pertengahan-2023>
- ARISE+ Indonesia. (2022, 08 18]. *Peluang, Tantangan, dan Persyaratan Ekspor Rempah-rempah ke Uni Eropa*. Retrieved from ARISE+ Indonesia: <https://ariseplus-indonesia.org/id/kegiatan/peluang-tantangan-dan-persyaratan-ekspor-rempah-rempah-ke-uni-eropa.html>
- Bagas, K. (2019). Sejarah Hubungan Kerjasama Indonesia dan Amerika.
- Bappenas. (2019, Maret 05). *Menteri Bambang Dorong Daerah Perkuat Ekonomi Lokal Dengan Replikasi Model Kemitraan Pemerintah-Swasta di Pertanian Rempah*. Retrieved from Bappenas Kementerian Perencanaan Pembangunan Nasional: <https://www.bappenas.go.id/index.php/berita/menteri-bambang-dorong-daerah-perkuat-ekonomi-lokal-dengan-replikasi-model-kemitraan-pemerintah-swasta-di-pertanian-rempah>
- Berridge, G. (2015). *Diplomacy: Theory and Prctice*. UK: Palgrave Macmillan.
- Burchill, S. (2005). *In The National Interest in Intrenational Relations Theory*. UK: Palgrave Macmillan.

- Buzzanell, P. J., Gray, F., & Dull, R. (1995). The Spices Market in the United States-Recent Developments and Prospects. *Agriculture Inforation Bulletin Number 709*, 4.
- Chohan, D. U. (2021). Economic Diplomacy: A Review, Strategy & Macroeconomic Policy eJournal. *Social Science Research Network (SSRN)*.
- CNN Travel Staff. (2021). *The World's 50 Best Foods*. Retrieved from CNN: <https://edition.cnn.com/travel/article/world-bestfooddishes/index.html>
- Direktorat Statistik Distribusi. (2022). *Analisis Komoditas Ekspor, 2017-2021, Sektor Pertanian, Kehutanan, dan Perikanan; Sektor Industri Pengolahan; Dan Sektor Pertambangan dan Lainnya* . Jakarta: BPS RI.
- ditjenbun. (2019, Oktober 18). *Forum Bussiness on Agriculture di Trade Expo Indonesia 2019 sebagai Sarana Komunikasi Goverment to Bussiness dalam Perluasan Akses Pasar Komoditas Pertanian Indonesia*. Retrieved from Kementerian Pertanian dan Direktorat Jendral Perkebunan: <https://ditjenbun.pertanian.go.id/2019/10/>
- FDA. (2022, 05 16). *Importing Food Products into the United States*. Retrieved from FDA: Food Imports & Exports: <https://www.fda.gov/food/food-imports-exports/importing-food-products-united-states>
- FDAbasics. (2023). *What Are The FDA Requirements For Food- USA Food Regulations*. Retrieved from FDAbasics: <https://www.fdabasics.com/our-faq/fda-requirements-for-food/>
- Gischa, S. (2023). *Kebijakan Pemerintah untuk Mendorong Ekspor* . Retrieved from Kompas.com: <https://www.kompas.com/skola/read/2023/02/02/220000369/kebijakan-pemerintah-untuk-mendorong-ekspor-?page=all>
- Global Business Guide Indonesia. (2017). *Indonesia's Spice, Seasoning and Condiment Sectors: Limited by Poor Supply Chains*. Retrieved from Global Business Guide Indonesia: http://www.gbgingonesia.com/en/manufacturing/article/2017/indonesia_s_spice_seasoning_and_condiment_sectors_limited_by_poor_supply_chains_11706.php

- Hartke, K. (2017, 12 26). *Americans Love Spices. So Why Don't We Grow Them?* Retrieved from NPR : <https://www.npr.org/sections/thesalt/2017/12/26/572100613/americans-love-spices-so-why-don-t-we-grow-them>
- Helgi Library. (2023). *Spice Consumption Per Capita in USA*. Retrieved from Helgi Librart: <https://www.helgilibrary.com/indicators/spice-consumption-per-capita/usa/#:~:text=Spice%20consumption%20per%20capita%20reached,of%200.250%20kg%20in%201966.>
- INATRIMS. (2023). *Ekspor Rempah-Rempah ke Amerika Serikat*. Retrieved from INATRIMS Kemendag: <https://inatrim.kemendag.go.id/content/persyaratan-mutu-rempah-rempah-amerika-serikat>
- Indonesia, G. B. (2017). *Global Business Guide Indonesia*. Retrieved from Indonesia's Spice, Seasoning and Condiment Sectors: Limited by Poor Supply Chains: http://www.gbgindonesia.com/en/manufacturing/article/2017/indonesia_s_spice_seasoning_and_condiment_sectors_limited_by_poor_supply_chains_11706.php
- K, M. (2023). *Corporate Communications Specialist at MareksandMareks*.
- kamlu.go.id. (2021). *KBRI WASHINGTON, D.C. Dorong Industrialisasi Makanan dan Bumbu Indonesia di Amerika Serikat*. Retrieved from KEDUTAAN BESAR REPUBLIK INDONESIA DI WASHINGTON D.C. AMERIKA SERIKAT: <https://kemlu.go.id/washington/id/news/15766/kbri-washington-dc-dorong-industrialisasi-makanan-dan-bumbu-indonesia-di-amerika-serikat>
- Kemenparekraf. (2023). *Indonesia Spice Up The World: Kenalkan Rempah Nusantara ke Mancanegara*. Retrieved from Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif: <https://www.kemenparekraf.go.id/hasil-pencarian/indonesia-spice-up-the-world-kenalkan-rempah-nusantara-ke-mancanegara>
- Kementerian Perdagangan RI. (2019, 11 9). *Pertemuan Wamendag RI dengan Diaspora Indonesia di Amerika Serikat*. Retrieved from kemendag.go.id:

<https://www.kemendag.go.id/berita/foto/pertemuan-wamendag-ri-dengan-diaspora-indonesia-di-amerika-serikat>

- Kementerian Perdagangan RI. (2019). *Trade Expo Indonesia 2019: Ajang Promosi Produk Indonesia Berkualitas ke Pasar Global*. Retrieved from Siaran Pers Kemendag RI: <https://www.kemendag.go.id/public/files/2019/09/18/trade-expo-indonesia-2019-ajang-promosi-produk-indonesia-berkualitas-ke-pasar-global-id0-1568780937.pdf>
- Kementerian Perdagangan. (2017). *Potensi Ekspor Rempah-Rempah Indonesia*. Retrieved from Badan Penkajian dan Pengembangan Perdagangan: [https://bkperdag.kemendag.go.id/media_content/2017/08/Leaflet-Potensi Ekspor Rempah-Rempah Indonesia.pdf](https://bkperdag.kemendag.go.id/media_content/2017/08/Leaflet-Potensi_Ekspor_Rempah-Rempah_Indonesia.pdf)
- Keuangan, O. J. (2018, 12 21). *Di G20, Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Salah Satu yang Tertinggi*. Retrieved from databoks katadata: Di G20, Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Salah Satu yang Tertinggi
- Kholisdinuka, A. (2019, September 13). *Indonesia Bidik Pasar Rempah-rempah Amerika Baca artikel detikfinance, "Indonesia Bidik Pasar Rempah-rempah Amerika" selengkapnya https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-4705841/indonesia-bidik-pasar-rempah-rempah-amerika*. Download Apps Detikc. Retrieved from detikFinance: Indonesia Bidik Pasar Rempah-rempah Amerika Baca artikel detikfinance, "Indonesia Bidik Pasar Rempah-rempah Amerika" selengkapnya <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-4705841/indonesia-bidik-pasar-rempah-rempah-amerika>. Download Apps Detikc
- Lanka, E. o. (2018). US Market Analysis on Spices. *Commercial section*.
- Lee, D., & Hocking, B. (2011). *Diplomacy*. Sage: Bertrand Bardie, Dirk-Berg Schlosser & Leonardo Morlino (eds.) International Encyclopaedia of Political Science.
- Maharani, P. (2015). Commercial Diplomacy on Export Performance, Case Study of Indonesian Trade Promotion Centre (ITPC). *ISS*.
- Mahendra, A. (2011). Dampak Hubungan Indonesia dan Amerika Serikat Terhadap Stabilitas Keamanan di Indonesia.

- Mazrieva, E. (2015, 10 26). *Kemitraan Komprehensif Indonesia-Amerika*. Retrieved from VOA Indonesia: <https://www.voaindonesia.com/a/kemitraan-komprehensif-indonesia-amerika-/3022841.html>
- Naray, O. (2008). *Commercial Diplomacy: A Conceptual Overview. 7th World Conference of TPOs*.
- Nguyen, L., Duong, L., & Mentreddt, R. (2019). The U.S. import demand for spices and herbs by differentiated sources. *Journal of Applied Research on Medicinal and Aromatic Plants*, 19-20.
- Nuryaman, H. (2016). MENYELAMI POTENSI EKSPOR REMPAH – REMPAH INDONESIA KE PASAR AMERIKA DAN EROPA. *PROGRAM PASCA SARJANA MAGISTER MANAJEMEN UNIVERSITAS PAMULANG*, 3.
- Okano-Heijmans, M. (2013). *Economic Diplomacy, Japan and the Balance of National Interest*. Boston: Martinus Nijhoff Publisher.
- Peter A. G. van Bergeijk, S. M. (2009). Economic Diplomacy and Economic Security. *NEW FRONTIERS FOR ECONOMIC DIPLOMACY*, 37-54.
- Purba, F. A. (2020). Spices. *Director General of National Export development*, 4.
- Pusat Kebijakan Regional dan Bilateral. (2013). *Kajian Kerjasama Bilateral Indonesia Amerika Serikat di Bidang Ekonomi dan Keuangan*. Retrieved from Badan Kebijakan Fiskal Kementerian Keuangan RI: <https://fiskal.kemenkeu.go.id/kajian/2013/03/29/213715757537435-kajian-kerja->
- Rafani, I., Sudaryanto, T., & Andoko, E. (2021). Development of Indonesia's Spice Commodities Historical Value and Future Perspective. *FFTC Agricultural Policy Platform*.
- Rahman, D. F. (2022, July 26). *Ekspor Tanaman Obat RI Meningkat, Cetak Rekor pada 2021*. Retrieved from data boks kata data: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/07/26/ekspor-tanaman-obat-ri-meningkat-cetak-rekor-pada-2021>
- Rana, K. (2007). *Economic Diplomacy Negotiations*.
- Romana, S. F. (2021). Upaya Indonesia dalam Meningkatkan Ekspor Kopi ke Jerman Periode 2018-2021.

- Saputro, W. A., & Anggrasari, H. (2021). The Role, Development and Opportunities of Spice Commodities for International Relations between Indonesia and Other Countries in the International Market. *JASSP*.
- Seringhaus. (1986). *The impact of government export marketing assistance, International Marketing Review*.
- Sindo, K. (2015, Juni 10). *Potensi Indonesia Menjadi Kekuatan Ekonomi Global* Artikel ini telah diterbitkan di halaman *SINDOnews.com* pada Rabu, 10 Juni 2015 - 08:22 WIB oleh Koran Sindo dengan judul "Potensi Indonesia Menjadi Kekuatan Ekonomi Global". Untuk selengkapnya kunjungi: h. Retrieved from Sindonews: <https://nasional.sindonews.com/berita/1010858/18/potensi-indonesia-menjadi-kekuatan-ekonomi-global>
- subadmin. (2021). *Hambatan Ekspor Produk Indonesia*. Retrieved from <https://disdagin.kulonprogokab.go.id/detil/505/hambatan-ekspor-produk-indonesia>
- SUTW. (2021). *About Indonesia Spice Up the World*. Retrieved from Indonesia Spice Up the World: <https://sutw.gapmmi.id/about-us/>
- Tahir, D. B., Armansyah, E., & Hardiansyah, R. (2022). *Ekonomi Makro*. Sumatra Barat: Cv. Azka Pustaka.
- technavio. (2017, 08). *Spices and Seasoning Market in the US 2017-2021*. Retrieved from Technavio: <https://www.technavio.com/report/spices-and-seasonings-market-in-the-us>
- USAID. (2020). *FEED THE FUTURE (FTF) INDONESIA SUSTAINABLE COOPERATIVE AGRIBUSINESS ALLIANCE (SCAA)*. USAID.
- usembassy. (2019, November 14). *USAID and Partners in Indonesia Expand Market Access for Small-Scale Spice Farmers*. Retrieved from U.S Embassy & Consulates in Indonesia: <https://id.usembassy.gov/usaids-and-partners-in-indonesia-expand-market-access-for-small-scale-spice-farmers/>
- Woolcock, S., & Bayne, N. (2013). *Economic Diplomacy*. United Kingdom: Oxford University Press.

wowshack. (2021). *Rendang and Nasi Goreng Were Voted the World Best Foods*.
Retrieved from www.wowshack.com:
<https://www.wowshake.com/rendang-nasi-goreng-best-foods/>