

**DIPLOMASI EKONOMI INDONESIA DALAM PERDAGANGAN KOPI
DI JERMAN TAHUN 2020-2022**

(Skripsi)

Oleh

OKY PURNAMA PUTRI

NPM: 2016071022



FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS LAMPUNG

BANDAR LAMPUNG

2025

ABSTRAK

DIPLOMASI EKONOMI INDONESIA DALAM PERDAGANGAN KOPI DI JERMAN TAHUN 2020-2022

Oleh

Okky Purnama Putri

Hambatan non-tarif seperti standar kualitas, sertifikasi keberlanjutan, dan regulasi teknis menjadi tantangan utama dalam perdagangan kopi Indonesia ke Jerman, negara dengan aturan impor yang sangat ketat. Permasalahan ini penting dikaji karena berdampak terhadap daya saing kopi Indonesia di pasar global. Sebagai salah satu produsen kopi terbesar di dunia, Indonesia perlu menyesuaikan diri dengan kebijakan lingkungan dan standar keamanan pangan Uni Eropa agar ekspor kopi tetap kompetitif. Penelitian ini bertujuan untuk memahami peran diplomasi ekonomi Indonesia dalam mengatasi hambatan non-tarif dalam perdagangan kopi ke Jerman.

Penelitian ini menggunakan teori diplomasi ekonomi dengan indikator *economic salesmanship*, *economic networking*, *image building*, dan *regulatory management*. Metode yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi literatur dan analisis data sekunder dari laporan pemerintah, jurnal ilmiah, serta data perdagangan internasional.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi diplomasi ekonomi melalui promosi perdagangan, pembangunan jejaring ekonomi, dan pencitraan produk mampu mengurangi dampak hambatan non-tarif terhadap ekspor kopi Indonesia ke Jerman. Selain itu, penerapan *regulatory management* melalui penyesuaian standar mutu dan keamanan pangan berperan penting dalam meningkatkan akses pasar, memperkuat posisi kopi Indonesia, serta mendukung keberlanjutan ekspor di pasar Jerman.

Kata Kunci: Diplomasi ekonomi, hambatan non-tarif, perdagangan kopi.

ABSTRACT

INDONESIA'S ECONOMIC DIPLOMACY IN COFFEE TRADE IN GERMANY 2020-2022

By

Oky Purnama Putri

Non-tariff barriers such as quality standards, sustainability certification, and technical regulations are major challenges in Indonesian coffee trade with Germany, a country with very strict import regulations. This issue is important to examine because it impacts the competitiveness of Indonesian coffee in the global market. As one of the world's largest coffee producers, Indonesia needs to adapt to the European Union's environmental policies and food safety standards to maintain competitive coffee exports. This study aims to understand the role of Indonesian economic diplomacy in overcoming non-tariff barriers in coffee trade with Germany.

This study uses economic diplomacy theory with indicators of economic salesmanship, economic networking, image building, and regulatory management. The method used is descriptive qualitative, using a literature study approach and secondary data analysis from government reports, scientific journals, and international trade data.

The results show that economic diplomacy strategies through trade promotion, economic network building, and product branding can mitigate the impact of non-tariff barriers on Indonesian coffee exports to Germany. Furthermore, the implementation of regulatory management through adjustments to quality and food safety standards plays a crucial role in increasing market access, strengthening the position of Indonesian coffee, and supporting the sustainability of exports in the German market.

Keywords : Economic diplomacy, non-tariff barriers, coffee trade.

**DIPLOMASI EKONOMI INDONESIA DALAM PERDAGANGAN KOPI DI
JERMAN TAHUN 2020-2022**

Oleh

OKY PURNAMA PUTRI

Skripsi

Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar
SARJANA HUBUNGAN INTERNASIONAL

Pada

**Jurusan Hubungan Internasional
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDARLAMPUNG
2025**

Judul Skripsi

: **DIPLOMASI EKONOMI INDONESIA
DALAM PERDAGANGAN KOPI DI JERMAN
TAHUN 2020-2022**

Nama Mahasiswa

: **Oky Purnama Putri**

Nomor Pokok Mahasiswa

: 2016071022

Jurusan

: Hubungan Internasional

Fakultas

: Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

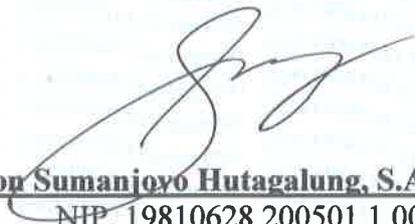


1. **Komisi Pembimbing**


Khairunnisa Simbolon, S.IP., M.A.
NIP. 199209262024092001


Nibras Fadhlilah, S.IP., M.A.
NIP. 199312032022032010

2. **Ketua Jurusan Hubungan Internasional**


Simon Sumanjoyo Hutagalung, S.A.N., M.P.A.
NIP. 19810628 200501 1 003

MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

Ketua : Khairunnisa Simbolon, S.IP., M.A.

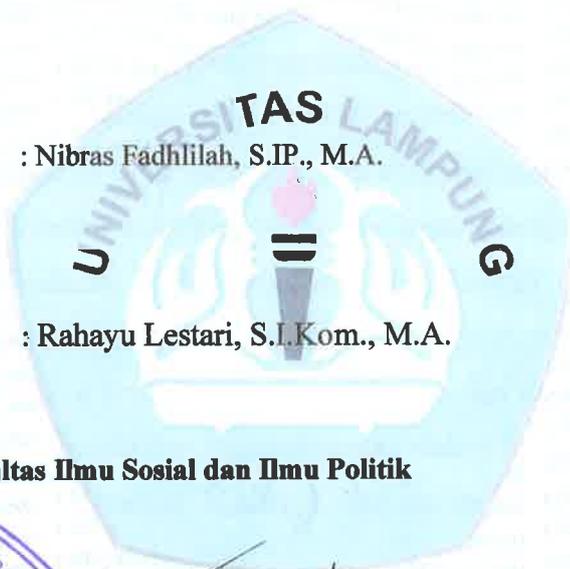
Sekretaris : Nibras Fadhlilah, S.IP., M.A.

Penguji Utama : Rahayu Lestari, S.I.Kom., M.A.

2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik


Prof. Dr. Anna Gustina Zainal., M.Si.
NIP. 19760821 200003 2 001

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 10 Oktober 2025









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 menyebutkan nama pengarang dan mencantumkannya 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, 10 Oktober 2025
Yang membuat pernyataan,



Oky Purnama Putri
NPM. 2016071022

RIWAYAT HIDUP



Peneliti lahir di Muara Wahau pada tanggal 05 Maret 2002, sebagai anak ketiga dari lima bersaudara, dari Bapak Purnomo dan Ibu Turimah Peneliti memulai menempuh pendidikan formal di Tk Melati 2, kemudian melanjutkan pendidikan formalnya ke SD Negeri 2 Penengahan, SMP Negeri 23 Bandar Lampung dan SMA Assafina Bandar Lampung.

Pada tahun 2020, peneliti terdaftar sebagai mahasiswa program studi S1 di Jurusan Hubungan Internasional, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lampung melalui jalur PMPAP. Selama masa perkuliahan, peneliti aktif dalam organisasi kampus yaitu peneliti ikut dalam organisasi DPM U KBM Unila, FSPI Unila, dan KMNU Unila. Selain itu, peneliti juga aktif dalam HMJ pada divisi Socen Himpunan Mahasiswa Jurusan Hubungan Internasional (HMJ-HI). Pada tahun 2024, peneliti memperoleh pengalaman profesional dalam bidang Hubungan Internasional dengan mengikuti Magang di Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Lampung.

MOTTO

fa inna ma 'al- 'usri yusrâ inna ma 'al- 'usri yusrâ

“If the hurt comes, so will the happiness”

(Q.S Al-Insyirah 94 :5-6)

“Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah nasib suatu kaum sampai mereka mengubah apa yang ada pada diri mereka sendiri.”

(QS. Ar-Ra'd [13]: 11)

PERSEMBAHAN

Bismillahirrohmanirrohim

Alhamdulillahirobbil'alamin

Penulis mempersembahkan skripsi ini sebagai tanda cinta dan kasih yang tulus kepada:

Kedua orang tua ku tercinta, Bapak Purnomo dan Ibu Turimah yang telah merawat dan membesarkanku, menjadi saksi dalam perjuanganku dalam menyelesaikan skripsi ini, dan selalu mendukung apapun keputusanku. Terima kasih juga karena tidak pernah henti mendo'akan ku dari kecil hingga sekarang.

Terima kasih untuk semua orang terdekatku yang mendo'akan dan mendukung selesainya skripsi ini, semoga segala kebaikan kalian mendapat balasan dari Allah SWT.

SANWACANA

Puja dan puji Syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT karena atas segala limpahan karunia, taufik, hidayah, serta izin-Nya, penulis bisa menyelesaikan skripsi yang berjudul “Diplomasi Ekonomi Indonesia Mengatasi Hambatan Non-Tarif Dalam Perdagangan Kopi Di Jerman Tahun 2020-2022”. Skripsi ini merupakan salah satu syarat kelulusan, dan untuk memperoleh gelar sarjana Hubungan Internasional, Fakultas Ilmu Sosial, dan Ilmu Politik Universitas Lampung. Penulis menyadari banyak bantuan, doa, dukungan, serta arahan kepada penulis dalam menyelesaikan tugas akhir skripsi ini. Sehingga pada kesempatan ini, penulis mengucapkan rasa syukur dan terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Ana Gustina Zainal, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.
2. Bapak Simon Sumanjoyo Hutagalung, S.A.N., M.PA. selaku Ketua Jurusan Hubungan Internasional, Universitas Lampung.
3. Madam Prof. Dr. Ari Darmastuti, M.A., selaku Ketua Jurusan Hubungan Internasional Universitas Lampung tahun 2018-2022.
4. selaku Dosen Pembimbing Akademik yang senantiasa memberikan arahan, bantuan, serta dukungan selama perkuliahan.
5. Mba Khairunnisa Simbolon, S.IP., M.A., selaku Dosen Pembimbing Utama Skripsi, yang senantiasa selama ini memberikan masukan, motivasi, arahan skripsi, serta konsisten dalam membantu menyelesaikan tugas akhir skripsi. Terima kasih banyak atas ilmu, waktu, serta kesabaran mba dalam membantu saya menyelesaikan skripsi ini, semoga mba dan sekeluarga sehat selalu.
6. Mba Nibras Fadhlilah, S. IP., M.Si. selaku Dosen Pembimbing Pendamping Skripsi, yang selalu membimbing, mengarahkan dan memberikan masukan penulis. Terima kasih banyak atas waktu, tenaga, bimbingan, semoga mba Nibras dan sekeluarga sehat, dan lancar selalu urusannya.
7. Mba Rahayu Lestari, S.I.Kom., M.A selaku Dosen Penguji Skripsi, yang telah memberikan arahan, wawasan baru, nasihat, dan motivasi

agar skripsi penulis lebih baik dan bermanfaat ke depannya.

8. Seluruh dosen, dan staf Hubungan Internasional yang telah banyak memberikan waktu, ilmu, dan bantuan kepada penulis selama masa perkuliahan hingga penulisan skripsi.
9. Kepada mamak tercinta, Turimah yang selalu berada disamping penulis, selalu menguatkan dan meyakinkan bahwa semua bisa aku capai, terimakasih mak selalu percaya anakmu bisa, terimakasih sudah banyak berjuang, terimakasih telah ada di perjalanan hidupku.
10. Kepada bapak tercinta, Purnomo yang selalu memberiku nasihat agar menjadi pribadi yang baik, terima kasih telah menjadi sosok bapak yang kuat. Yang selalu berusaha apapun demi anaknya, terimakasih sudah berjuang hingga tak kenal lelah demi bisa melihat anakmu bahagia dan cukup. Terima kasih atas semua yang telah engkau perjuangkan buatku.
11. Kepada kakak-kakakku Fajar Anggun Purnomo dan Novanto Wahyu Purnomo yang telah memberikan dukungan dan semangat sehingga aku bisa menyelesaikan skripsi ini, terima kasih atas semuanya, aku sayang kalian.
12. Kepada adikku Ahmad May Affandi dan Fatonah Az- Zahra Purnama yang telah memberikan kehangatan dalam hidupku, terima kasih atas semuanya, aku sayang kalian.
13. Terima kasih untuk mas Ade Arifudin yang telah menjadi rumah kedua bagi penulis, terimakasih sudah bersedia mengantar, menunggu, dan menemani dalam mengurus urusan kuliah, terimakasih juga atas dukungannya sehingga penulis merasa tenang, terimakasih untuk setiap uluran tangannya sehingga aku mampu berdiri lagi, aku sayang mas.
14. Terima kasih kepada sahabat saya Putri Della Maya, Siska Okaviani, dan Adelia Nurhamdiah yang selalu menemani penulis, meluangkan waktu untuk berdiskusi, dan siap sedia ketika penulis membutuhkan pertolongan.
15. Terima kasih kepada teman-teman “Misuh” yang terdiri dari Agung

Darmaji, M. Aji Mahesa Jaya , Rizka Komala Dewi dan Jeni Amilin yang telah menemani dan selalu mendukung saya selama menyusun skripsi.

16. Terimakasih untuk diriku sendiri, yang berhasil melewati banyaknya rintangan dalam penyelesaian skripsi ini, terimakasih sudah menjadi kuat, terimakasih sudah tetap melanjutkan perjuangan walaupun banyak sekali tugas yang harus diselesaikan, aku sayang aku.

Bandar Lampung, 10 Oktober 2025

Okv Purnama Putri
NPM. 2016071022

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK	ii
ABSTRACT	iii
SANWACANA	iv
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah	8
1.3. Tujuan Penelitian.....	9
1.4. Kegunaan Penelitian.....	9
II. TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1. Penelitian Terdahulu	11
2.2. Landasan Teori.....	28
2.2.1. Diplomasi Ekonomi.....	28
2.2.2. Perdagangan Internasional.....	31
2.3. Kerangka Pemikiran	33
III. METODE PENELITIAN	34
3.1. Tipe Penelitian	34
3.2. Fokus Penelitian.....	35
3.3. Jenis dan Sumber Data.....	35
3.4. Teknik pengumpulan Data	36
3.5. Teknik Analisis Data	37
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	39
4.1. Bentuk-Bentuk Hambatan Non-Tarif yang Dihadapi oleh Indonesia dalam Perdagangan Kopi di Jerman Tahun 2020-2022.....	40
4.1.1. Regulasi Standar Kualitas Keamanan Pangan	41
4.1.2. Sertifikasi.....	43
4.2. Diplomasi Ekonomi yang Diterapkan oleh Indonesia untuk Mengatasi Hambatan Non-Tarif dalam Perdagangan Kopi di Jerman Tahun 2020- 2022.....	45
4.2.1. Promosi dan Branding Produk di Pasar Jerman	46
4.2.2. <i>Economic Networking</i>	54

4.2.3. Regulatory Management dalam Diplomasi Ekonomi Indonesia Mengatasi Hambatan Non-Tarif Kopi di Jerman	59
V. KESIMPULAN	69
5.1. Kesimpulan.....	69
5.2. Saran.....	72
VI. DAFTAR PUSTAKA	73

DAFTAR TABEL

Tabel

1.1 Volume Ekspor Kopi Indonesia ke Negara Tujuan Utama Tahun 2020.....	3
1.2 15 Negara Teratas Pengekspor Kopi ke Jerman tahun 2022	4
1.3 Penelitian Terdahulu	17

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar	
1.1 10 Negara Produsen Kopi Teratas tahun 2022/2023	2
1.2 Daftar Negara Pengimpor Utama Kopi Tahun 2022	4
1.3 Data Ekspor Kopi Indonesia ke Jerman tahun 2018-2021	7
2.1 Kerangka Pemikiran	28
4.1 Promosi Kopi Indonesia yang dilakukan oleh KBRI	48

I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perdagangan internasional adalah aktivitas jual beli barang atau jasa yang dilakukan oleh individu atau perusahaan di satu negara dengan individu atau perusahaan di negara lain (Kemendag RI, 2023). Perdagangan ini melibatkan pertukaran barang atau jasa antar negara yang berbeda secara geografis dan teritorial (Malik, 2016). Perdagangan internasional terbagi dalam dua jenis, yaitu ekspor dan impor. Ekspor adalah aktivitas penjualan barang atau jasa yang dihasilkan atau diproduksi oleh suatu negara ke negara yang lain, sementara impor merupakan aktivitas pembelian atau pemasukan barang dan jasa dari negara lain ke suatu negara. Perdagangan internasional adalah kegiatan jual beli barang atau jasa yang dilakukan oleh individu atau perusahaan di satu negara dengan individu atau perusahaan di negara lain (Patone et Al., 2020).

Era globalisasi memungkinkan negara-negara untuk terhubung secara lebih erat dan berinteraksi dalam kegiatan perdagangan. Hal ini membuka peluang bagi negara-negara untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi, memperluas pasar, dan mendapatkan akses ke sumber daya yang tidak tersedia di dalam negeri. Perdagangan internasional dalam era globalisasi memiliki dampak yang signifikan pada berbagai aspek kehidupan, terutama dalam bidang ekonomi, sosial, dan politik. Dari perspektif ekonomi, perdagangan internasional mampu mendorong pertumbuhan ekonomi suatu negara, menciptakan peluang kerja, dan meningkatkan pendapatan penduduk. Selain itu, perdagangan internasional juga dapat memperkaya variasi produk yang tersedia bagi konsumen, meningkatkan kualitas hidup, dan mempercepat inovasi teknologi (Widiastutie, 2022). Komoditas

memainkan peran penting dalam perdagangan internasional, khususnya dalam pertukaran barang dan jasa antarnegara. Beragam jenis komoditas, mulai dari bahan baku seperti minyak bumi, gas alam, dan mineral, hingga produk pertanian seperti kopi, teh, dan beras, diperdagangkan di pasar global. Kopi merupakan salah satu komoditas pertanian unggulan di dunia, dengan peran signifikan dalam ekonomi global dan kehidupan sosial masyarakat. Industri kopi menghasilkan pendapatan dan devisa yang signifikan bagi negara-negara penghasil kopi (Muhamad, 2023). Menurut data yang didapat dari Departemen Pertanian Amerika Serikat (USDA), produksi kopi dunia pada tahun 2022/2023 mencapai 170 juta kantong. Angka ini menunjukkan peningkatan sebesar 2,8% dibandingkan dengan periode sebelumnya, di mana produksi kopi mencapai 165,37 juta kantong pada tahun 2021/2022 (Muhamad, 2023).

Komoditas kopi merupakan salah satu sumber pendapatan utama bagi banyak negara, terutama negara-negara agraris, termasuk Indonesia, pada tahun 2020 komoditas kopi memberikan kontribusi signifikan terhadap penerimaan devisa negara, dengan nilai mencapai USD 821,93 juta dan volume ekspor sebesar 379,35 juta ton pada tahun 2020 (Yani Supriyati, 2021). Berikut negara produsen kopi terbesar pada tahun 2022/2023:

Tabel 1. 10 Negara Produsen Kopi Teratas tahun 2022/2023

Nama Negara	Total Produksi
Brazil	62.6 juta
Vietnam	29.7 juta
Indonesia	11.8 juta
Kolombia	11.3 juta
Ethiopia	8.2 juta
Uganda	6.5 juta

India	6.2 juta
Honduras	5.4 juta
Meksiko	4.08 juta
Peru	3.6 juta

Sumber: Databoks, diolah oleh penulis

Berdasarkan Tabel 1.1, Indonesia menempati posisi ketiga sebagai negara dengan produksi kopi terbesar di dunia setelah Brasil dan Vietnam. Capaian ini menunjukkan bahwa Indonesia memiliki potensi besar sebagai salah satu pemasok utama kopi dunia. Namun, besarnya kapasitas produksi belum sepenuhnya diimbangi dengan peningkatan ekspor, karena sebagian besar hasil produksi masih diserap untuk konsumsi domestik dan keterbatasan dalam memenuhi standar mutu serta sertifikasi ekspor. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa daya saing kopi Indonesia di pasar internasional masih perlu diperkuat, terutama melalui peningkatan kualitas, efisiensi rantai pasok, dan pemenuhan regulasi negara tujuan. Untuk memahami arah dan kinerja ekspor kopi Indonesia secara lebih rinci, perlu dilihat bagaimana distribusi ekspor kopi ke berbagai negara tujuan utama. Berikut beberapa negara tujuan utama ekspor kopi Indonesia pada tahun 2020:

Tabel 1. 2 Volume Ekspor Kopi Indonesia ke Negara Tujuan Utama Tahun 2020

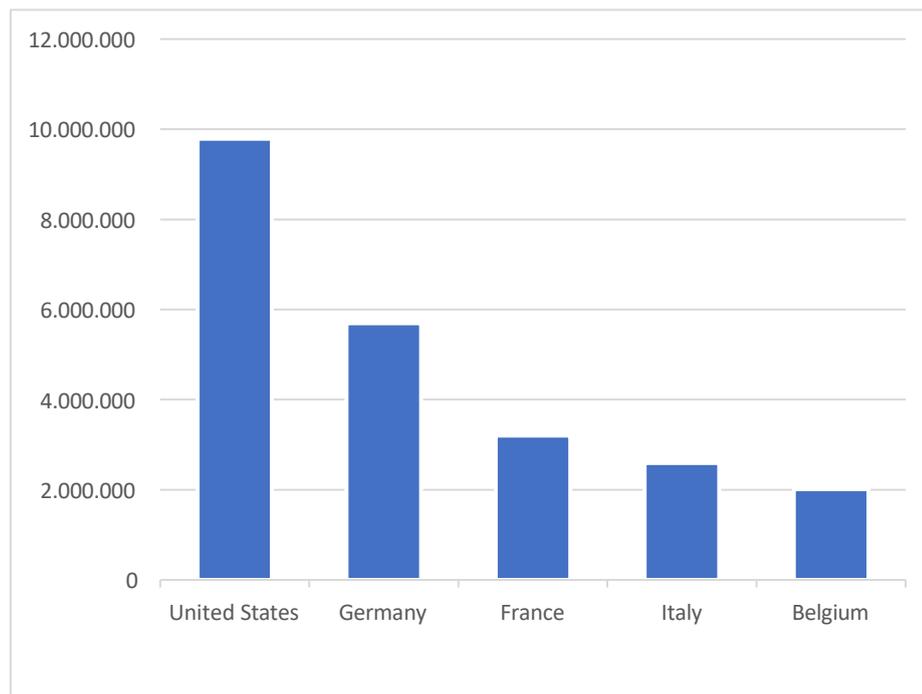
No	Negara	Nilai (US\$)
1.	Amerika Serikat	202.352
2.	Jepang	55.922,9
3.	Malaysia	55.410,3
4.	Mesir	55.023
5.	Jerman	49.533,5
6.	Italia	44.277,3
7.	Inggris	39.780,2

8.	Belgia	38.292,7
9.	India	24.567,9
10.	Georgia	20.073,8

Sumber : Badan Pusat Statistik, diolah oleh penulis

Tabel 1.2 menunjukkan bahwa negara-negara tujuan utama bagi kopi ekspor Indonesia mencakup beberapa negara seperti Amerika Serikat, Jepang, Eropa, dll. (BPS, Ekspor Kopi Menurut Negara Tujuan Utama, 2023). Berdasarkan tabel 1.2 menunjukkan beberapa negara Uni Eropa merupakan pasar potensial dan tujuan utama ekspor kopi Indonesia, dengan Jerman sebagai salah satu negara tujuan utama.

Diagram 1. 1 Daftar Negara Pengimpor Utama Kopi Tahun 2022



Sumber: Badan Pusat Statistik, diolah oleh penulis

Jerman merupakan negara importir kopi terbesar kedua di dunia dan menempati posisi pertama di kawasan Uni Eropa (Workman, 2022). Jerman dikenal sebagai salah satu negara dengan konsumsi kopi tertinggi di dunia, dengan mengonsumsi 8.670.000 kantong kopi (Wisevoter, 2023). Budaya

minum kopi yang kuat telah menjadi bagian penting dari kehidupan sehari-hari masyarakat Jerman. Selain menjadi konsumen besar kopi, Jerman juga berperan sebagai pusat distribusi kopi di Eropa. Banyak perusahaan kopi besar menggunakan Jerman sebagai titik masuk untuk mendistribusikan kopi ke negara-negara Eropa lainnya (Kementerian Perdagangan, 2017).

Tabel 1. 2 15 Negara Teratas Pengekspor Kopi ke Jerman tahun 2022

Negara	Nilai
Brazil	US\$1,9 miliar
Vietnam	\$580 juta
Honduras	\$412 juta
Italia	\$381,6 juta
Peru	\$319,3 juta
Kolombia	\$300,2 juta
Etiopia	\$275,4 juta
Swiss	\$263,4 juta
Uganda	\$145,3 juta
India	\$142 juta
Indonesia	\$88 juta
Prancis	\$76,1 juta
Belanda	\$68,4 juta
Belgia	\$65,3 juta
Polandia	\$61,2 juta

Sumber: Badan Pusat Statistik, diolah oleh penulis

Berdasarkan tabel 1.4 Brazil dan Vietnam merupakan dua negara utama yang mengekspor kopi ke Jerman, sementara Indonesia menduduki peringkat kesebelas sebagai eksportir kopi ke Jerman (Workman, 2022). Kopi yang diekspor oleh Brazil dan Vietnam ke Jerman umumnya termasuk jenis robusta dan arabika, mirip dengan jenis kopi yang diekspor oleh Indonesia, yaitu arabika dan robusta. Di antara jenis kopi arabika yang diekspor oleh

Indonesia adalah yang termasuk dalam kategori *speciality coffee*, seperti Gayo, Lintang, Mandailing, Preanger, Bajawa, dan Bali (Kemenlu, 2020). Dengan adanya kesamaan jenis kopi yang diekspor, Indonesia memiliki potensi untuk meningkatkan eksportnya, mengingat negara-negara pemasok utama juga fokus pada jenis kopi yang sama (Eko Atmadji, 2019). Untuk memasuki pasar kopi Jerman, terdapat beberapa regulasi yang perlu diperhatikan yaitu regulasi kontaminan, pelabelan dan kemasan, persyaratan mutu, dan regulasi organik (Kemendag, 2024). Dengan demikian, Indonesia perlu memperhatikan beberapa hal, seperti kualitas dan keamanan produk, sertifikasi, dan regulasi perdagangan internasional. Pada tanggal 23 Juli 2020, negara-negara anggota Uni Eropa termasuk Jerman menyetujui kesepakatan yang penting tentang ketentuan baru terkait impor bahan makanan (Paramita, 2022). Kesepakatan ini menetapkan bahwa semua bahan makanan yang diimpor harus memenuhi batasan kandungan *chlorpyrifos & chlorpyrifos-methyl* (Paramita, 2022). *Chlorpyrifos & chlorpyrifos-methyl* adalah bahan kimia yang biasa digunakan sebagai pestisida dalam pertanian. Namun, penggunaannya telah menimbulkan kekhawatiran terkait dampaknya pada kesehatan manusia dan lingkungan (Paramita, 2022). Oleh karena itu, Jerman mengambil langkah untuk membatasi kandungan bahan kimia ini dalam bahan makanan yang diimpor.

Jerman merupakan salah satu pasar kopi yang memiliki posisi kuat, dan Indonesia adalah salah satu produsen terbesar komoditi kopi global. Namun, terdapat beberapa hambatan non tarif yang dihadapi oleh eksportir kopi Indonesia dalam memasarkan produk mereka di Jerman. Jerman menerapkan beberapa skema sertifikasi untuk produk kopi, seperti *Fairtrade*, *Rainforest Alliance*, dan *UTZ Certified*. Sertifikasi ini dapat memberikan nilai tambah bagi kopi Indonesia, tetapi juga dapat menjadi hambatan bagi eksportir yang tidak mampu atau tidak ingin mendapatkan sertifikasi (Sevi Oktafiana Fortunika, 2021). Biaya sertifikasi dan proses audit yang rumit dapat menjadi hambatan bagi eksportir kecil dan menengah. (Sevi Oktafiana Fortunika, 2021)

Jerman menerapkan *Non-Tariff Measures* (NTMs), khususnya

Sanitary and Phytosanitary Measures (SPS) dan *Technical Barriers to Trade (TBT)*, untuk melindungi perdagangan mereka. SPS bertujuan agar kesehatan manusia, hewan, tumbuhan, dan lingkungan terlindungi, sementara TBT mengatur standar teknis serta prosedur penilaian kesesuaian produk, termasuk kualitas, pengemasan, pelabelan, dan standar lainnya (UNCTAD, 2013). Penelitian menunjukkan bahwa kebijakan SPS dan TBT masih menjadi hambatan bagi ekspor kopi Indonesia, terutama untuk produk-produk turunannya seperti kopi bubuk (Fortunika, 2021). Hal ini disebabkan oleh persyaratan pemeriksaan dan sertifikasi yang rumit, sehingga meningkatkan biaya bagi produsen. Untuk memahami sejauh mana pengaruh berbagai ketentuan tersebut terhadap kinerja ekspor kopi Indonesia, berikut disajikan Tabel 1.3 yang memperlihatkan perkembangan nilai dan volume ekspor kopi Indonesia ke Jerman dalam beberapa tahun terakhir.

Tabel 1. 3 Data Ekspor Kopi Indonesia ke Jerman tahun 2018-2021

Tahun	Jumlah Ekspor
2018	42.859,5
2019	44.904,9
2020	49.579,5
2021	30.399,5

Sumber: Badan Pusat Statistik, diolah oleh penulis

Merujuk pada data dari Badan Pusat Statistik, jumlah ekspor kopi Indonesia ke Jerman pada tahun 2020 berjumlah 21320,8 dan mengalami penurunan pada tahun 2021 menjadi 13.334,8 ton (BPS, 2023). Penurunan ekspor kopi Indonesia ke Jerman pada tahun 2020-2021 disebabkan oleh dua faktor utama yaitu dampak pandemi COVID-19 dan pengetatan regulasi impor oleh Jerman. Pandemi COVID-19 menyebabkan gangguan signifikan dalam rantai pasokan global dan pembatasan perdagangan. Pada tahun 2020, volume ekspor kopi Indonesia ke Jerman menurun sebesar 9,6% menjadi 47.000 ton, dan nilai ekspor turun 9,0% menjadi USD 142 juta. Penurunan ini terutama disebabkan oleh gangguan rantai pasokan global dan pembatasan perdagangan yang diberlakukan selama pandemi COVID-19 (I.

M. Hidayat, 2024). Dengan adanya covid-19, standar produk impor di Jerman mengalami perubahan yang lebih ketat. Produk kopi harus sesuai dengan regulasi Jerman yang mengutamakan keberlanjutan lingkungan. Penurunan permintaan kopi Indonesia di Jerman juga dapat menyebabkan penurunan harga kopi di tingkat petani, sehingga berdampak negatif pada pendapatan dan kesejahteraan mereka. Industri pendukung sektor kopi, seperti industri pengolahan kopi, logistik, dan pariwisata, juga dapat mengalami dampak negatif dari penurunan ekspor kopi. (Fortunika, 2021)

Jerman merupakan salah satu pasar kopi terbesar di dunia. Kehilangan akses ke pasar ini dapat menghambat peluang Indonesia untuk memperluas pasar ekspor kopinya dan meningkatkan daya saingnya di pasar internasional (Kementerian Perdagangan, 2017). Dalam menghadapi hambatan non-tarif ini, peran diplomasi ekonomi Indonesia menjadi sangat penting (Riska Dwi Maulani, 2020). Diplomasi ekonomi melibatkan upaya diplomasi untuk mempromosikan kepentingan ekonomi negara, termasuk memperkuat hubungan dagang, mengatasi hambatan perdagangan, dan meningkatkan akses pasar.

Pasar kopi global sangat kompetitif dengan banyak negara produsen yang berlomba-lomba untuk mengekspor produk mereka. Dengan mengatasi hambatan non-tarif, Indonesia dapat meningkatkan daya saing kopinya di pasar internasional. Penelitian ini penting untuk memahami bagaimana strategi Indonesia dapat meningkatkan ekspor kopinya ke pasar internasional, khususnya Jerman yang merupakan salah satu importir kopi terbesar di Eropa. Penelitian ini juga dapat memberikan informasi terkini tentang perubahan regulasi dan standar internasional yang mempengaruhi perdagangan kopi. Secara keseluruhan, penelitian ini tidak hanya penting untuk mendukung pertumbuhan ekonomi Indonesia melalui sektor kopi, tetapi juga untuk memberikan wawasan yang lebih luas tentang bagaimana negara berkembang dapat mengatasi tantangan dalam perdagangan internasional melalui diplomasi ekonomi.

1.2. Rumusan Masalah

Jerman merupakan pasar yang sangat potensial bagi ekspor kopi Indonesia. Dengan populasi yang besar, tingkat konsumsi kopi yang tinggi, dan semakin meningkatnya minat konsumen terhadap kopi berkualitas, Jerman menjadi target pasar yang menarik bagi produsen kopi Indonesia. Namun, dalam perjalanan ekspor tersebut, Indonesia menghadapi berbagai hambatan non-tarif yang mempengaruhi akses pasar dan kelangsungan bisnis. Uni Eropa termasuk Jerman menerapkan standar ketat terkait keamanan pangan dan kesehatan. Tingginya kesadaran lingkungan di Jerman membuat sertifikasi organik dan berkelanjutan menjadi penting. Meskipun Jerman memiliki potensi besar sebagai pasar ekspor bagi kopi Indonesia, hambatan non-tarif memerlukan strategi dan komitmen yang kuat dari pemerintah dan produsen. Dengan memahami dan mengatasi hambatan ini, Indonesia dapat memaksimalkan potensi pasar Jerman dan memperkuat posisinya dalam perdagangan internasional kopi. Dengan demikian, penulis merumuskan masalah penelitian sebagai berikut **“Bagaimana Diplomasi Ekonomi Indonesia dalam Perdagangan Kopi di Jerman tahun 2020-2022?”**

1.3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian tersebut adalah:

1. Mendeskripsikan bentuk-bentuk hambatan non-tarif yang dihadapi oleh Indonesia dalam perdagangan kopi di Jerman tahun 2020-2022
2. Menganalisis diplomasi ekonomi yang diterapkan oleh Indonesia untuk mengatasi hambatan non-tarif Indonesia dalam perdagangan kopi di Jerman tahun 2020-2022

1.4. Kegunaan Penelitian

Secara teoritis, skripsi ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dalam pemahaman strategi diplomasi ekonomi yang diterapkan oleh Indonesia. Analisis terhadap upaya diplomasi ekonomi dalam mengatasi hambatan non-tarif dapat memberikan wawasan tentang pendekatan yang efektif. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan pemahaman mendalam tentang jenis-jenis hambatan non-

tarif yang dihadapi oleh produk kopi Indonesia di Jerman. Ini dapat membantu merumuskan kebijakan yang lebih baik untuk mengatasi kendala-kendala tersebut. Temuan dari skripsi dapat memberikan masukan berharga untuk pembuat kebijakan terkait dengan bagaimana Indonesia dapat merancang kebijakan perdagangan yang lebih efektif, khususnya terkait dengan perdagangan kopi di Jerman.

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Penelitian Terdahulu

Penulis menggunakan penelitian-penelitian terdahulu yang berkaitan dengan topik penelitian penulis dan menjadi acuan untuk menambah informasi penulis dalam melakukan penelitian ini. Penulis menggunakan lima penelitian terdahulu yang relevan dengan berkaitan tema Strategi Diplomasi Ekonomi Indonesia dalam Menghadapi Hambatan Non- tarif dalam Perdagangan Kopi di Uni Eropa.

Penelitian pertama, menggunakan jurnal yang ditulis oleh (Sudjarmoko et al., 2022), jurnal tersebut membahas potensi peningkatan ekspor kopi Indonesia ke pasar Uni Eropa. Metode yang digunakan dalam jurnal tersebut adalah analisis deskriptif, studi kasus, survei, analisis pasar, dan penelitian lapangan untuk mengumpulkan data tentang potensi ekspor kopi Indonesia ke pasar Uni Eropa, tantangan yang dihadapi, strategi yang diusulkan, serta segmentasi pasar dan konsumen. Dalam jurnal tersebut, konsep atau teori yang digunakan adalah perdagangan internasional dan ekspor. Jurnal tersebut menyoroti tantangan yang dihadapi produsen kopi Indonesia dalam memenuhi standar tinggi dan persyaratan keberlanjutan pasar Uni Eropa, serta mengusulkan strategi untuk meningkatkan pangsa pasar, seperti peningkatan produktivitas, peningkatan kualitas produk, pemilihan saluran distribusi, dan penetapan harga. Jurnal ini juga menekankan pentingnya keberlanjutan dan jejak jejak produk dalam memenuhi persyaratan pasar Uni Eropa.

Tujuan dari jurnal tersebut adalah untuk mengeksplorasi potensi peningkatan ekspor kopi Indonesia ke pasar Uni Eropa. Jurnal tersebut juga bertujuan untuk mengidentifikasi tantangan yang dihadapi oleh produsen kopi Indonesia dalam memenuhi standar tinggi dan persyaratan keberlanjutan pasar Uni Eropa, serta untuk mengusulkan strategi yang dapat membantu meningkatkan pangsa pasar kopi Indonesia di Uni Eropa. Selain itu, jurnal tersebut juga bertujuan untuk menyoroti pentingnya keberlanjutan dan

jejak produk dalam memenuhi persyaratan pasar Uni Eropa.

Penelitian kedua, Jurnal yang ditulis oleh (Izzah, 2020) yang membahas tentang peran Asosiasi Eksportir dan Industri Kopi Indonesia (AEKI) dalam meningkatkan kualitas kopi Indonesia untuk diekspor ke pasar Eropa. Jurnal ini juga membahas tantangan yang dihadapi kopi Indonesia dalam memenuhi standar keberlanjutan dan kualitas Uni Eropa, serta bagaimana AEKI telah memainkan peran penting dalam membantu petani kopi memenuhi persyaratan tersebut dengan menggunakan metode kombinasi pendekatan kualitatif dan kuantitatif, pendekatan kualitatif digunakan untuk mendapatkan wawasan tentang tantangan yang dihadapi oleh industri kopi Indonesia dan peran AEKI dalam meningkatkan kualitas kopi. Pendekatan kuantitatif digunakan untuk menganalisis data produksi kopi, tren ekspor, dan dampak intervensi AEKI terhadap kualitas kopi dan daya saing ekspor. Dalam jurnal tersebut, peneliti menggunakan beberapa teori dan konsep yang relevan. salah satunya adalah teori perdagangan internasional yang menjelaskan bahwa perdagangan terjadi karena adanya perbedaan potensi sumber daya di setiap negara, serta motif untuk memperoleh keuntungan dan mencapai skala ekonomi dalam produksi.

Hasil penelitian dalam jurnal tersebut menunjukkan bahwa Asosiasi Eksportir dan Industri Kopi Indonesia (AEKI) memainkan peran penting dalam meningkatkan kualitas kopi Indonesia untuk diekspor ke pasar Eropa. AEKI membantu petani kopi memenuhi persyaratan mutu dan keberlanjutan Uni Eropa, memberikan bantuan modal, mengatasi permasalahan infrastruktur, dan memasarkan produk kopi Indonesia. Meskipun telah ada peningkatan produksi dan ekspor kopi, masih diperlukan upaya lebih lanjut untuk meningkatkan mutu dan kualitas kopi Indonesia. AEKI juga berperan dalam mengatur ekspor kopi dan meningkatkan kesejahteraan petani kopi. Selain itu, jurnal ini memberikan gambaran tentang tantangan yang dihadapi industri kopi Indonesia, seperti pengelolaan kebun, panen, dan pasca panen yang kurang memadai, serta biaya investasi yang tinggi. Uni Eropa diidentifikasi sebagai pasar potensial untuk kopi, namun menuntut kopi yang berkualitas, aman bagi kesehatan, dan berkelanjutan.

Penelitian ketiga, Jurnal yang ditulis oleh Muhammad Kafi. Jurnal tersebut membahas upaya pemerintah Indonesia dalam meningkatkan nilai ekspor komoditas kopi ke Jepang pada tahun 2016-2020. Penelitian ini menggunakan teori perdagangan bebas dan ekspor. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif. Pembahasan meliputi kondisi pasar kopi di Jepang, potensi kopi Indonesia di pasar Jepang, dan wilayah utama di Indonesia yang banyak menghasilkan komoditas kopi.

Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa pemerintah Indonesia telah melakukan berbagai upaya untuk meningkatkan ekspor komoditas kopi ke Jepang. Strategi internal yang dilakukan termasuk kebijakan peraturan menteri pertanian, standarisasi melalui *Indonesian Sustainable Coffee (IS Coffee)*, dan kebijakan perizinan ekspor. Di sisi eksternal, pemerintah Indonesia melakukan kegiatan promosi ekspor di berbagai acara dan pertemuan diplomatik dengan pemerintah Jepang. Selain itu, kerja sama ekonomi antara Indonesia dan Jepang melalui IJEPA juga menjadi landasan kerjasama bilateral dalam meningkatkan kinerja ekonomi kedua negara. Upaya pemerintah Indonesia juga melibatkan kebijakan penyederhanaan izin ekspor untuk meningkatkan kinerja ekspor dan menjaga stabilitas neraca perdagangan. Meskipun tarif bea masuk sudah diturunkan, masih ada hambatan non-tarif untuk ekspor kopi Indonesia ke Jepang yang perlu diatasi. Dengan demikian, hasil penelitian menunjukkan bahwa pemerintah Indonesia telah melakukan berbagai langkah strategis baik secara internal maupun eksternal untuk meningkatkan nilai ekspor komoditas kopi ke Jepang, dengan harapan dapat memperbaiki sumber daya manusia dalam industri kopi dan memperluas pangsa pasar kopi Indonesia di Jepang.

Penelitian keempat, menggunakan jurnal dengan judul “Diplomasi Kopi Indonesia di Kancah Dunia”, penelitian tersebut menggunakan teori diplomasi ekonomi dan soft power diplomacy serta menggunakan metode analisis deskriptif. Penelitian ini menekankan pentingnya diplomasi kopi sebagai bagian dari gastrodiplomasi dan diplomasi ekonomi untuk mempromosikan budaya Indonesia dan meningkatkan potensi ekonomi negara.

Penelitian kelima, menggunakan jurnal yang ditulis oleh H. Hervinaldy dengan judul “Diplomasi Ekonomi Indonesia Dalam Meningkatkan Ekspor Dan Pasngsa Pasar Kopi di Amerika Serikat 2012-2017”. Penelitian tersebut menggunakan teori diplomasi ekonomi dan metode penelitian kualitatif. Hasil penelitian jurnal tersebut adalah strategi diplomasi Indonesia diharapkan akan membuka lebih banyak peluang bagi para penghasil devisa dan mem-perkenalkan karakteristik unik kopi Indonesia. Produksi kopi di Indonesia diperkirakan akan tetap stabil dan mengalami peningkatan, mengingat tingginya permintaan kopi dari masyarakat Amerika Serikat serta posisi Amerika Serikat sebagai importir terbesar kopi Indonesia. Pada tahun 2013, Indonesia berada di peringkat ketiga sebagai produsen kopi terbesar di dunia sebelum posisinya digantikan oleh Kolombia pada tahun 2015. Saat ini, Brazil tetap menjadi raksasa kopi dunia, diikuti oleh Vietnam di peringkat kedua, Kolombia di peringkat ketiga, dan Indonesia di peringkat keempat. Hal ini disebabkan oleh dua faktor utama, produksi kopi nasional yang tidak stabil dan peningkatan konsumsi kopi dalam negeri.

Penelitian keenam, menggunakan jurnal yang ditulis oleh (Arifin & Darmawan, 2023) dengan judul “Perdagangan Kopi Indonesia-Malaysia: Kajian Pengaruh Kebijakan Tarif dan Non-tarif dalam Meningkatkan Ekspor”, penelitian yang dilakukan menggunakan teori perdagangan internasional, teori ekonomi internasional, dan teori kebijakan perdagangan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda dengan metode Ordinary Least Squares (OLS). Jurnal tersebut membahas faktor- faktor yang mempengaruhi ekspor kopi Indonesia ke Malaysia, dengan fokus pada analisis dampak *Non-Tariff Measures* (NTM) seperti SPS (*Sanitary and Phytosanitary Measures*) dan TBT (*Technical Barriers to Trade*) terhadap ekspor kopi Indonesia ke Malaysia. Penelitian ini juga menyoroti pentingnya faktor ekonomi, demografi, dan kebijakan perdagangan dalam meningkatkan ekspor kopi Indonesia ke Malaysia. Selain itu, jurnal tersebut juga menekankan perlunya upaya untuk mengatasi hambatan perdagangan seperti tarif dan NTMs guna meningkatkan ekspor

kopi Indonesia ke Malaysia, yang merupakan mitra dagang utama Indonesia dalam komoditas kopi.

Secara umum, keenam penelitian sebelumnya memiliki kaitan dengan topik penelitian yang penulis bahas, seperti bahasan dan metode yang digunakan sama- sama kualitatif. Sehingga bisa dijadikan sebagai referensi penelitian karena berkaitan dengan strategi dalam meningkatkan ekspor kopi. Selain itu, perbedaan penelitian atau pembaharuan penelitian yang penulis bahas akan berfokus pada hambatan non-tarif dan diplomasi ekonomi Indonesia secara khusus.

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

Indikator	Topik Penelitian	Teori Dan Konsep	Metode Penelitian	Fokus Inti	Kesimpulan
Abdul Muis Hasibuan	Strategy for Developing Indonesian Coffee Export to the European Union Market	Perdagangan Internasional dan Ekspor	Analisis deskriptif, studi kasus, survei, analisis pasar, dan penelitian lapangan	Fokus penelitian jurnal tersebut adalah potensi peningkatan ekspor kopi Indonesia ke pasar Uni Eropa. Jurnal tersebut membahas tantangan yang dihadapi oleh produsen kopi Indonesia dalam memenuhi standar tinggi dan persyaratan keberlanjutan pasar Uni Eropa, serta mengusulkan strategi untuk meningkatkan pangsa pasar, seperti peningkatan produktivitas, peningkatan kualitas produk, pemilihan saluran distribusi, dan penetapan harga. Jurnal ini juga menekankan pentingnya keberlanjutan dan jejak produk dalam	Dari kutipan yang diberikan, hasil penelitian jurnal tersebut mencakup beberapa aspek: 1.Potensi Ekspor Kopi Indonesia ke Uni Eropa 2.Tantangan dan Strategi: 3.Segmentasi Pasar dan Konsumen 4. Regulasi dan Persyaratan Ekspor. 5. Produksi dan Regulasi Kopi di Indonesia Dengan demikian, jurnal tersebut memberikan wawasan yang komprehensif tentang potensi ekspor kopi

				Memenuhi persyaratan pasar Uni Eropa.	Indonesia ke pasar Uni Eropa, serta tantangan, strategi, dan persyaratan yang terkait dengan hal tersebut.
Shera Nur Izzah	Peran Asosiasi Eksportir Dan Industri Kopi Indonesia (Aeki) Dalam Meningkatkan Standar Mutu Dan Daya Saing Ekspor Kopi Indonesia Di Pasar Eropa	Perdagangan Internasional dan daya saing ekspor	Metode kualitatif dan kuantitatif	Fokus penelitian tersebut adalah peran Asosiasi Eksportir dan Industri Kopi Indonesia (AEKI) dalam meningkatkan kualitas kopi Indonesia untuk diekspor ke pasar Eropa. Penelitian juga membahas tantangan yang dihadapi industri kopi Indonesia dalam	Dari kutipan yang diberikan, hasil penelitian jurnal tersebut mencakup beberapa aspek: 1.Potensi Ekspor Kopi Indonesia ke Uni Eropa 2.Tantangan dan Strategi 3.Segmentas

				memenuhi standar keberlanjutan dan kualitas Uni Eropa, serta bagaimana AEKI telah memainkan peran penting dalam membantu petani kopi memenuhi persyaratan tersebut.	Pasar dan Konsumen 4.Regulasi dan Persyaratan Eksporyang dikonsumsi. 5.Produksi dan Regulasi Kopi di Indonesia
Muhammad Kafi	Upaya Pemerintah Indonesia Dalam Meningkatkan Nilai Ekspor Komoditas Kopi Ke Jepang Pada Tahun 2016- 2020	Perdagangan Internasional	Metode Analisis Deskriptif	Fokus penelitian tersebut adalah upaya pemerintah Indonesia dalam Meningkatkan nilai ekspor komoditas kopi ke Jepang pada periode 2016-2020. Penelitian ini membahas strategi internal dan eksternal yang dilakukan pemerintah Indonesia, termasuk kebijakan	Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa pemerintah Indonesia telah melakukan berbagai upaya untuk meningkatkan ekspor komoditas kopi ke Jepang. Strategi internal yang dilakukan

				Peraturan menteri pertanian, standarisasi melalui Indonesian Sustainable Coffee (ISCoffee), kebijakan perizinan ekspor, dan kegiatan promosi ekspor di berbagai acara dan pertemuan diplomatik Dengan pemerintah Jepang.	termasuk kebijakan peraturan Menteri pertanian, standarisasi melalui Indonesian Sustainable Coffee (ISCoffee), dan kebijakan perizinan ekspor.
Sophiana Widiastutie, Chusnu Syarifah Diah Kusuma, Ari Pradhanawati, dan Mustofa Agung Sardjono	Diplomasi Kopi Indonesia di Kancah Dunia	Diplomasi Ekonomi dan Soft Power Diplomacy	Metode Analisis Deskriptif	Penelitian ini menekankan pentingnya diplomasi kopi sebagai bagian dari gastrodiplomasi dan diplomasi ekonomi untuk mempromosikan budaya Indonesia dan meningkatkan potensi ekonomi	Hasil penelitian menunjukkan bahwa diplomasi kopi Indonesia merupakan strategi baru dalam diplomasi budaya dan ekonomi yang menggunakan kopi sebagai alat

				negara.	untuk mempererat hubungan bilateral dan multilateral dengan negara lain.
H. Hervinaldy	Diplomasi Ekonomi Indonesia Dalam Meningkatkan Ekspor Dan Pasngsa Pasar Kopi Di Amerika Serikat 2012- 2017	Diplomasi Ekonomi	Metode penelitian kualitatif	Fokus penelitian tersebut adalah perkembangan industri kopi di Indonesia, seperti Upaya mempopulerkan kopi Indonesia di pasar global dan strategi diplomasi Indonesia untuk meningkatkan ekspor kopi	Hasil penelitian jurnal tersebut adalah strategi diplomasi Indonesia diharapkan akan membuka lebih banyak peluang bagi para penghasil devisa dan memperkenalkan karakteristik unik kopi Indonesia.

M. Muhlis Darmawan dan Jauhary Arifin	Perdagangan Kopi Indonesia-Malaysia: Kajian Pengaruh Kebijakan Tarif Dan Non-Tarif Dalam Meningkatkan Ekspor	Teori perdagangan internasional, teori ekonomi internasional, dan teori kebijakan perdagangan	Analisis regresi linier berganda dengan metode Ordinary Least Squares (OLS).	Penelitian ini difokuskan pada analisa faktor yang berpengaruh terhadap ekspor kopi Indonesia ke Malaysia, dengan penekanan pada dampak Non-Tariff Measures (NTM) seperti SPS dan TBT, serta faktor ekonomi, demografi, dan kebijakan perdagangan dalam meningkatkan ekspor kopi Indonesia ke Malaysia.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kebijakan Non-Tariff Measures (NTM) Seperti TBT berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai ekspor kopi Indonesia ke Malaysia.
---------------------------------------	--	---	--	---	---

2.2. Landasan Teori

2.2.1. Diplomasi Ekonomi

Diplomasi ekonomi merupakan salah satu instrumen utama dalam hubungan internasional yang digunakan negara untuk mencapai kepentingan ekonomi di tingkat global. Menurut Berridge & James (2005), diplomasi ekonomi adalah strategi di mana pemerintah memanfaatkan kekuatan ekonomi untuk memajukan tujuan nasional di luar negeri. Hal ini melibatkan berbagai aktivitas seperti perundingan perdagangan, promosi investasi, serta peningkatan akses pasar bagi produk dan jasa domestik.

Sejalan dengan itu, Kishan Rana (2007) mendefinisikan diplomasi ekonomi sebagai proses yang digunakan negara dalam berinteraksi dengan dunia luar guna memaksimalkan keuntungan nasional di berbagai sektor, termasuk perdagangan dan investasi. Diplomasi ekonomi tidak hanya beroperasi pada tingkat bilateral, tetapi juga memiliki dimensi regional dan multilateral yang berperan dalam membentuk kebijakan ekonomi global.

Diplomasi ekonomi tidak hanya melibatkan aktor negara, tetapi juga melibatkan berbagai pemangku kepentingan seperti sektor swasta, organisasi internasional, serta komunitas bisnis. Hal ini sejalan dengan pandangan Ezra (2012) yang menekankan bahwa diplomasi ekonomi bersifat multi-aktor, di mana aktor non-negara seperti perusahaan, asosiasi bisnis, dan organisasi internasional turut berkontribusi dalam mendukung tujuan ekonomi nasional. Selain itu, diplomasi ekonomi juga bersifat multi-level, karena dapat diterapkan dalam kerangka hubungan bilateral, regional, dan multilateral yang mencakup berbagai sektor seperti perdagangan, investasi, dan regulasi ekonomi.

Menurut Hao (2014), diplomasi ekonomi juga berfungsi untuk menjaga stabilitas kerja sama ekonomi internasional serta memperkuat posisi perusahaan domestik di pasar global melalui mekanisme lobi,

dukungan politik, dan bantuan perdagangan. Dengan meningkatnya pengaruh faktor ekonomi terhadap politik, diplomasi ekonomi menjadi semakin penting dalam upaya negara untuk memperkuat daya saing ekonomi dan meningkatkan kesejahteraan nasional.

Berdasarkan konsep yang dikemukakan oleh Kishan Rana, diplomasi ekonomi dapat dianalisis melalui beberapa elemen utama, yang mencerminkan strategi yang diterapkan oleh Indonesia dalam mengatasi hambatan non-tarif perdagangan kopi di Jerman:

1. *Economic Salesmanship* (Promosi Ekonomi dan Perdagangan)

Economic Salesmanship merupakan salah satu indikator utama dalam diplomasi ekonomi yang mengutamakan promosi dan penjualan produk melalui strategi pemasaran yang intensif dan terarah. *Economic Salesmanship* merujuk pada upaya sistematis untuk mempromosikan produk nasional dengan tujuan meningkatkan penjualan dan menarik minat pembeli asing. Menurut Kishan Rana, strategi ini melibatkan kombinasi dari kegiatan promosi, presentasi produk, serta komunikasi yang efektif untuk membangun kepercayaan dan minat pasar luar negeri. Dalam ranah diplomasi ekonomi, *economic salesmanship* tidak hanya mencakup aspek pemasaran konvensional, melainkan juga melibatkan peran pemerintah dan lembaga pendukung untuk menciptakan lingkungan yang kondusif bagi ekspor. Dengan pendekatan personal, eksportir dapat memberikan penjelasan rinci tentang keunggulan produk, menjawab pertanyaan teknis, serta menyesuaikan penawaran dengan kebutuhan spesifik pasar Jerman. Hal ini penting untuk membangun kepercayaan dan meminimalisir hambatan informasi yang seringkali menjadi kendala dalam perdagangan internasional. Dengan demikian, *economic salesmanship* tidak hanya berfokus pada penjualan semata, tetapi juga membangun fondasi yang kuat bagi kepercayaan internasional terhadap produk kopi Indonesia. Upaya promosi yang terintegrasi dan dukungan pemerintah

menjadi kunci utama

dalam mengoptimalkan strategi ini guna mengatasi hambatan non-tarif yang ada di pasar Jerman.

2. *Economic Networking* (Jaringan Ekonomi dan Diplomasi Bisnis)

Economic Networking adalah proses membangun, memelihara, dan memanfaatkan hubungan strategis antara berbagai aktor, baik di dalam negeri maupun di pasar internasional untuk mendukung perdagangan dan investasi. Dalam konteks diplomasi ekonomi, *economic networking* menjadi kunci untuk menciptakan iklim perdagangan yang kondusif melalui kolaborasi antara pemerintah, pelaku usaha, asosiasi industri, dan mitra luar negeri. *Economic networking* melibatkan pembentukan dan pengelolaan jaringan hubungan yang strategis, yang mencakup pertukaran informasi, pengetahuan pasar, dan kerja sama dalam

mengatasi hambatan perdagangan. Teori diplomasi ekonomi menyatakan bahwa jaringan yang kuat dapat memperkuat posisi negosiasi suatu negara di pasar global, mengurangi ketidakpastian, serta membuka peluang kolaborasi lintas sektoral.

3. *Image Building* (Pembangunan Citra dan Branding Produk Kopi Indonesia)

Image Building adalah proses strategis untuk membentuk dan mempertahankan citra positif suatu negara, produk, atau entitas bisnis di mata publik internasional. Dalam konteks diplomasi ekonomi, *image building* menjadi komponen penting karena menciptakan persepsi positif yang dapat meningkatkan kepercayaan investor, mitra dagang, dan konsumen global. *Image building* melibatkan upaya sistematis untuk mengkomunikasikan nilai-nilai, keunggulan, dan identitas suatu negara atau produk. Dalam teori diplomasi ekonomi, *image building* sering dianggap sebagai strategi *soft power* yang memungkinkan negara untuk membangun reputasi yang

mendukung tujuan ekonominya. Konsep ini tidak hanya terbatas pada promosi visual atau kampanye pemasaran, tetapi juga mencakup aspek hubungan masyarakat, komunikasi strategis, dan pengelolaan informasi yang konsisten.

4. *Regulatory Management* (Manajemen Regulasi dan Harmonisasi Standar)

Regulatory Management merupakan upaya strategis dalam mengelola dan menyesuaikan regulasi domestik agar selaras dengan standar internasional. Dalam konteks ekspor kopi Indonesia ke Jerman, pengelolaan regulasi ini sangat penting guna memastikan produk yang dihasilkan memenuhi persyaratan ketat terkait keamanan pangan, mutu, dan standar lingkungan yang diberlakukan oleh Uni Eropa dan Jerman. *Regulatory Management* mengacu pada proses penyesuaian, harmonisasi, dan penerapan regulasi sehingga produk domestik dapat diterima di pasar global. Teori dalam diplomasi ekonomi menyatakan bahwa penyesuaian regulasi merupakan elemen kunci yang membantu menurunkan hambatan non-tarif dalam perdagangan internasional. Proses ini tidak hanya melibatkan pihak pemerintah, tetapi juga sektor swasta dan lembaga pendukung yang bekerja sama untuk mengadaptasi standar yang berlaku di pasar tujuan.

2.2.2. Perdagangan Internasional

Perdagangan internasional adalah kegiatan transaksi dagang barang dan jasa antara entitas ekonomi dari suatu negara dengan entitas ekonomi dari negara lain. Subjek ekonomi tersebut mencakup seluruh masyarakat, termasuk warga negara biasa, perusahaan ekspor, perusahaan impor, perusahaan industri, dan perusahaan negara. Perbedaan dalam keunggulan sumber daya alam, sumber daya manusia, modal, dan teknologi antar negara menjadi dasar terjadinya perdagangan

internasional (Halwani, 2005).

Konsep perdagangan internasional menganalisis faktor-faktor yang menjadi penyebab perdagangan internasional dan keuntungan yang dihasilkan. Kebijakan perdagangan internasional melibatkan pembatasan perdagangan dan proteksionisme baru. Teori perdagangan internasional, sebagai bagian dari mikroekonomi ilmu ekonomi internasional, berkaitan dengan suatu negara sebagai individu dan harga relatif suatu komoditas (Salvatore, 1997:6).

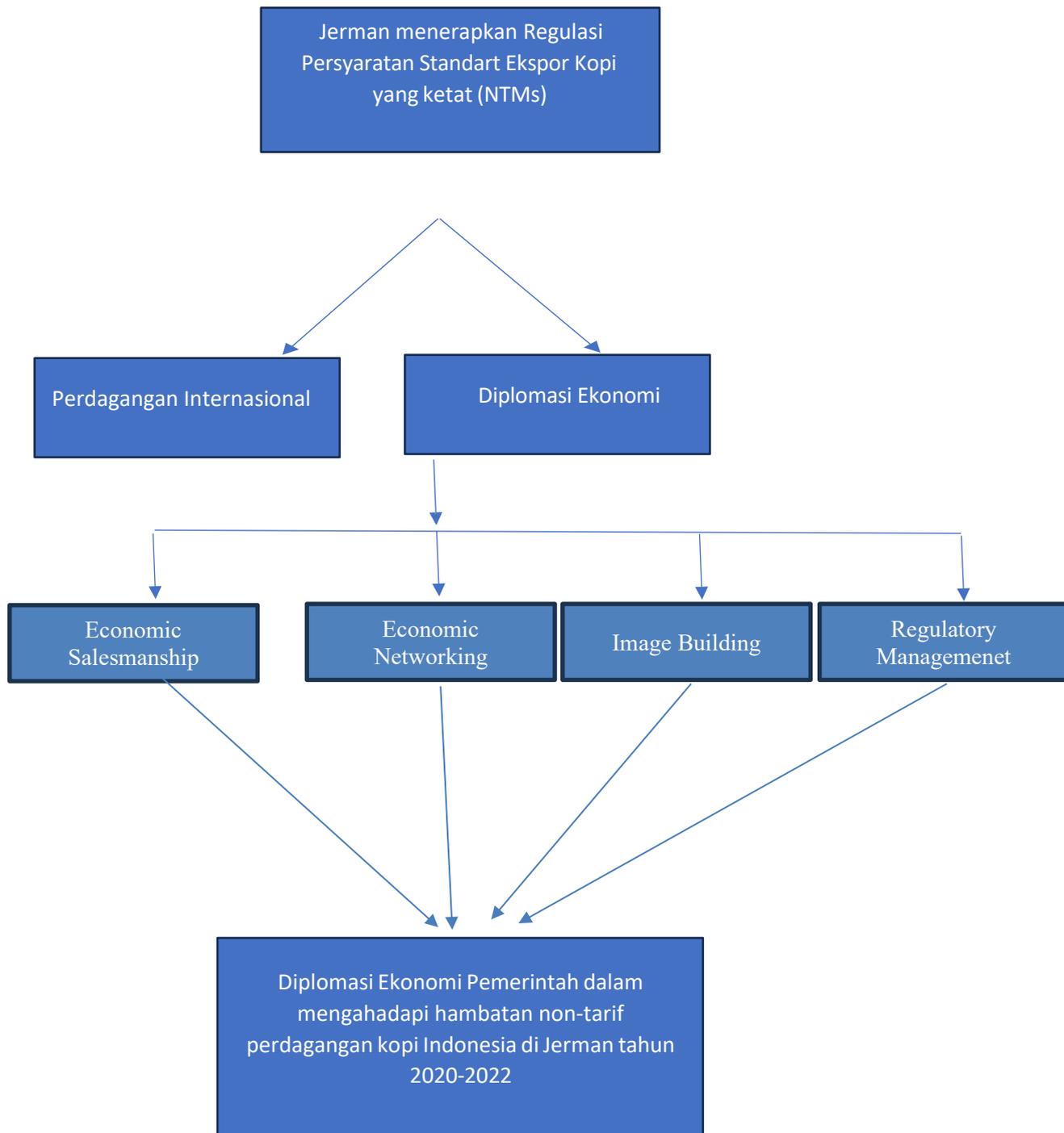
Teori perdagangan internasional membantu dalam mengidentifikasi dan memahami berbagai bentuk hambatan non-tarif yang dihadapi oleh produk kopi Indonesia di pasar Jerman. Ini mencakup regulasi teknis, standar kesehatan dan keselamatan, prosedur bea cukai, dan persyaratan sertifikasi. Teori ini memberikan kerangka kerja untuk menganalisis bagaimana hambatan-hambatan ini mempengaruhi aliran perdagangan.

2.3. Kerangka Pemikiran

Dalam penelitian ini, teori-teori yang telah dijelaskan sebelumnya menjadi landasan untuk memahami bagaimana diplomasi ekonomi Indonesia berperan dalam menghadapi hambatan non-tarif dalam perdagangan kopi di Jerman. Fenomena perdagangan internasional antara Indonesia dan Jerman menunjukkan bahwa tantangan yang dihadapi bukan lagi berupa tarif bea masuk, melainkan hambatan non-tarif seperti standar kualitas, regulasi teknis, serta sertifikasi keberlanjutan yang ditetapkan oleh Uni Eropa. Kondisi tersebut menuntut Indonesia untuk mengoptimalkan diplomasi ekonomi dalam memperluas akses pasar dan memastikan produk kopi nasional mampu memenuhi regulasi yang berlaku di Jerman.

Diplomasi ekonomi digunakan sebagai alat untuk mencapai kepentingan nasional di bidang perdagangan melalui promosi, kerja sama, negosiasi, dan pencitraan produk unggulan. Melalui teori diplomasi ekonomi, penelitian ini menekankan empat indikator utama yaitu economic salesmanship, economic networking, image building, dan regulatory management yang menggambarkan bentuk strategi yang dijalankan pemerintah Indonesia. Selain itu, teori perdagangan internasional memberikan kerangka analitis untuk melihat hubungan antara kebijakan ekspor, regulasi negara mitra, serta dampaknya terhadap arus perdagangan kopi Indonesia.

Keterpaduan antara kedua teori ini menjadi dasar dalam membangun pola berpikir ilmiah yang menjelaskan hubungan antara fenomena empiris dan kerangka konseptual penelitian. Diplomasi ekonomi berperan sebagai variabel yang menjembatani upaya Indonesia dalam menyesuaikan diri terhadap kebijakan non-tarif Jerman, sementara teori perdagangan internasional membantu menjelaskan konteks global dan implikasi kebijakan tersebut terhadap daya saing kopi Indonesia. Oleh karena itu, pemahaman atas teori dan fenomena tersebut kemudian dirumuskan dalam kerangka pemikiran berikut.



Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran

III. METODE PENELITIAN

3.1. Tipe Penelitian

Penelitian kualitatif deskriptif adalah suatu jenis penelitian yang menggunakan pendekatan kualitatif untuk mendeskripsikan dan memahami suatu fenomena atau konteks tanpa melakukan manipulasi variabel atau mengukur secara kuantitatif (Creswell, J. W. 2013). Fokus utama dari penelitian kualitatif deskriptif adalah memberikan gambaran yang mendalam dan kontekstual tentang suatu situasi atau fenomena. Penelitian ini menggunakan metode-metode kualitatif seperti wawancara, observasi partisipan, analisis konten, atau studi kasus untuk mengumpulkan dan menganalisis data. Data yang dikumpulkan cenderung berupa teks, citra, atau materi non-angka.

Penelitian kualitatif deskriptif berusaha untuk memberikan deskripsi yang mendalam dan detail tentang suatu fenomena (Bryman, 2012). Peneliti lebih fokus pada pemahaman makna dan konteks daripada sekadar pengukuran kuantitatif. Serupa dengan penelitian deskriptif secara umum, penelitian kualitatif deskriptif tidak melibatkan manipulasi variabel. Peneliti berinteraksi dengan fenomena yang diamati secara alamiah. Penelitian kualitatif mengakui bahwa interpretasi peneliti dan subjektivitasnya dapat mempengaruhi analisis. Oleh karena itu, peneliti sering menciptakan refleksi dan transparansi dalam proses penelitian. Pemahaman konteks dan keseluruhan fenomena menjadi fokus penting. Peneliti mencari untuk memahami bagaimana suatu fenomena terjadi dalam konteks yang lebih luas. Metode studi kasus sering digunakan dalam penelitian kualitatif redeskriptif, dimana peneliti memfokuskan perhatian pada satu situasi atau kasus dengan mendalam. Dalam konteks penelitian ini, melibatkan analisis kebijakan dan deskripsi mendalam tentang implementasi strategi tersebut serta bagaimana hambatan non- tarif diidentifikasi dan diatasi.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif untuk

menganalisis strategi diplomasi ekonomi Indonesia dalam menghadapi hambatan non-tarif perdagangan kopi di Jerman pada periode 2020-2022. Metode kualitatif deskriptif digunakan untuk memahami dan menjelaskan fenomena yang terjadi secara mendalam tanpa melakukan pengukuran kuantitatif (Creswell, 2013).

Pendekatan ini bertujuan untuk menggambarkan dan menganalisis strategi diplomasi ekonomi yang diterapkan oleh pemerintah Indonesia dalam mengatasi hambatan perdagangan di Jerman. Dengan menggunakan data dari berbagai sumber, penelitian ini mengidentifikasi bagaimana kebijakan diplomasi ekonomi berkontribusi dalam membuka akses pasar kopi Indonesia dan mengatasi kendala non-tarif yang dihadapi eksportir.

3.2. Fokus Penelitian

Fokus penelitian dalam penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk membatasi objek penelitian agar tidak terjadi perluasan. Selain itu, fokus penelitian dapat mempermudah penulis dalam menentukan data yang berkaitan dengan tema penelitian penulis. Fokus penelitian ini adalah strategi diplomasi ekonomi Indonesia dalam menghadapi hambatan non-tarif dalam perdagangan kopi Indonesia di Jerman tahun 2020-2022. Adapun pemilihan tahun dimulai dari 2020 karena pada tahun 2020, Jerman mulai menerapkan regulasi baru mengenai batas penggunaan *chlorpyrifos* & *chlorpyrifos-methyl*, kemudian pada tahun berikutnya Ekspor Kopi Indonesia ke Jerman mengalami penurunan yang cukup signifikan.

3.3. Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang telah digunakan dalam penelitian ini adalah jenis data sekunder. Data sekunder adalah data yang telah dikumpulkan, diolah, atau dipublikasikan sebelumnya oleh pihak lain untuk tujuan tertentu, dan data ini dapat digunakan oleh peneliti untuk analisis atau pemahaman lebih lanjut. Data sekunder dapat berasal dari berbagai sumber dan umumnya tidak dikumpulkan langsung oleh peneliti yang sedang melakukan penelitian tertentu. Data sekunder berasal dari sumber eksternal, seperti lembaga

pemerintah, organisasi internasional, perusahaan, jurnal ilmiah, atau data publik lainnya. Sumber-sumber data sekunder yang digunakan penulis, yaitu dokumen, jurnal, berita internasional, dan website resmi organisasi (Hardani et al., 2020). Data sekunder digunakan untuk memahami dinamika diplomasi ekonomi Indonesia dalam perdagangan kopi di Jerman serta hambatan non-tarif yang dihadapi eksportir kopi. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi: Dokumen Pemerintah (Laporan dari Kementerian Perdagangan, Kementerian Luar Negeri, dan KBRI Berlin terkait kebijakan perdagangan dan diplomasi ekonomi., Peraturan Uni Eropa mengenai standar impor kopi, seperti Regulation (EC) No. 396/2005 tentang batas residu pestisida) , Jurnal Ilmiah dan Laporan Penelitian (Artikel akademik yang membahas hambatan non- tarif dalam perdagangan internasional dan diplomasi ekonomi Indonesia, dan Berita dan Laporan Media.

3.4. Teknik pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara yang dilakukan untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan dalam penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan data skunder utama untuk mengumpulkan data, yaitu :

1. Studi literatur adalah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan meninjau berbagai referensi yang relevan, seperti penelitian terdahulu, buku, dan artikel jurnal ilmiah (Rakhmadi et al., 2022). Dalam penelitian ini, salah satu sumber yang digunakan adalah buku yang berjudul Pengantar Diplomasi oleh Frisca Alexandra dan Dadang Ilham K. Mujiono r, memberikan wawasan terkait konteks penelitian. Teknik ini bertujuan untuk menganalisis upaya diplomasi yang dilakukan Indonesia.
2. Studi dokumentasi adalah metode pengumpulan data yang menggunakan laporan, dokumen resmi, atau artikel yang diterbitkan oleh pemerintah, lembaga internasional, atau organisasi yang terkait. Sumber data ini dapat diakses melalui

situs web resmi, seperti <https://www.kemendag.go.id>, <https://www.kemlu.go.id>, dan <https://www.bps.go.id>. Metode ini digunakan untuk mendapatkan data awal yang akurat dan relevan dengan topik penelitian.

3.5. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah tahap pengolahan informasi dari berbagai sumber penelitian. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan model analisis kualitatif yang dikembangkan oleh Miles dan Huberman, model ini mencakup tiga tahap utama yaitu kondensasi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan (Miles, 2014).

1. Kondensasi Data

Kondensasi data adalah proses merangkum data untuk tujuan penelitian melalui seleksi, penyederhanaan, pemfokusan, dan abstraksi. Proses ini dilakukan selama penelitian dengan menggunakan sumber data seperti artikel, jurnal, laporan, dan situs web yang relevan. Peneliti mengkategorikan dan menyusun data untuk membuatnya lebih mudah dianalisis dan digunakan untuk menjawab pertanyaan penelitian atau mendukung argumen. Tahapan kondensasi data yang dilakukan peneliti adalah sebagai berikut :

- a. Peneliti melakukan proses seleksi data dengan mengumpulkan dari berbagai sumber, seperti dokumen, atau literatur, disaring kembali untuk memilih informasi yang sesuai dengan topik penelitian.
- b. Peneliti melakukan penyederhanaan data dan informasi yang kompleks diringkas tanpa menghilangkan makna utamanya.
- c. Peneliti juga mengelompokkan data sesuai dengan kategori berdasarkan tema atau variabel tertentu agar lebih terstruktur dan mudah dianalisis.

2. Penyajian Data

Selanjutnya menyajikan data dengan mengumpulkan informasi secara terstruktur yang dapat memberikan kesimpulan dari peneliti. Penyajian data dapat berbentuk narasi, grafik, diagram, tabel atau jaringan. Tujuan penyajian data adalah untuk menampilkan informasi secara sistematis sehingga lebih mudah untuk dianalisis dan membantu pembaca memahami hubungan antar data yang dikumpulkan. Proses penyajian data dilakukan oleh peneliti sebagai berikut :

- a. Peneliti mengelompokkan dan menyusun data berdasarkan jenis diplomasi ekonomi, terutama yang berkaitan dengan perdagangan kopi. Data ini kemudian dapat disajikan dalam berbagai format, seperti uraian naratif yang memberikan penjelasan mendalam, tabel yang merangkum data secara terstruktur, diagram dan bagan untuk menunjukkan pola data, dan foto dokumentasi untuk menunjukkan bukti konkrit.
- b. Peneliti menyaring data secara menyeluruh untuk memastikan bahwa hanya informasi yang relevan dan akurat yang dipilih, dan untuk menjaga kualitas dan akurasi analisis.

3. Penarikan Kesimpulan

Pada tahap penarikan kesimpulan, peneliti menyusun hasil akhir berdasarkan data yang telah dianalisis dengan mengacu pada teori dan konsep yang relevan. Proses ini mencakup identifikasi pola dan hubungan dalam data untuk memastikan bahwa kesimpulan yang dibuat sesuai dengan tujuan penelitian dan memberikan gambaran yang akurat tentang temuan.

V. KESIMPULAN

5.1. Kesimpulan

Penelitian ini menganalisis peran diplomasi ekonomi Indonesia dalam menghadapi hambatan non-tarif yang diterapkan dalam perdagangan kopi ke Jerman pada periode 2020 hingga 2022. Dalam konteks perdagangan internasional, hambatan non-tarif sering kali menjadi tantangan yang lebih kompleks dibandingkan dengan tarif perdagangan konvensional. Regulasi ketat yang diterapkan oleh Jerman, seperti standar kualitas, keberlanjutan, serta ketertelusuran produk, menjadi faktor penghambat signifikan bagi ekspor kopi Indonesia. Oleh karena itu, diplomasi ekonomi Indonesia melalui peran aktif Kedutaan Besar Republik Indonesia (KBRI) dan lembaga terkait lainnya berperan penting dalam mengatasi hambatan tersebut guna meningkatkan daya saing kopi Indonesia di pasar global.

Sebagai salah satu importir kopi terbesar di dunia, Jerman menerapkan berbagai ketentuan yang mencakup batasan residu pestisida, sertifikasi keberlanjutan, serta persyaratan ketertelusuran produk yang ketat. Indonesia menghadapi tantangan untuk menyesuaikan produk kopinya agar sesuai dengan regulasi tersebut. Untuk menjawab tantangan ini, diplomasi ekonomi Indonesia mengadopsi strategi yang terpadu melalui pendekatan economic salesmanship, economic networking, dan regulatory management dalam memperkuat posisi kopi Indonesia di pasar Eropa.

Strategi economic salesmanship terlihat dari partisipasi Indonesia dalam berbagai pameran internasional seperti World of Coffee dan Frankfurt Coffee Festival. Kegiatan tersebut menjadi wadah penting bagi Indonesia untuk mempromosikan kopi spesialti berkualitas tinggi dari berbagai daerah seperti Gayo, Toraja, dan Mandailing. Promosi tersebut tidak hanya menonjolkan cita rasa, tetapi juga menekankan aspek keberlanjutan melalui sertifikasi internasional seperti Rainforest Alliance, Fair Trade, dan EU Organic Certification, yang menegaskan kepatuhan kopi Indonesia terhadap

standar kualitas dan keberlanjutan yang berlaku di Eropa.

Sementara itu, strategi economic networking diwujudkan melalui kerja sama antara KBRI Berlin dan berbagai pelaku industri, termasuk REWE Group, salah satu jaringan ritel terbesar di Jerman. Kolaborasi ini membuka akses bagi kopi Indonesia ke jaringan distribusi ritel Jerman dan memperluas penetrasi pasar. KBRI berperan sebagai jembatan antara eksportir Indonesia dan importir Eropa, memastikan produk yang masuk memenuhi standar yang ditetapkan, baik dari segi mutu, keberlanjutan, maupun keamanan pangan. Hubungan yang dibangun melalui jejaring ekonomi ini turut memperkuat posisi Indonesia dalam rantai nilai global industri kopi.

Selain dua strategi tersebut, penelitian ini juga menyoroti pentingnya penerapan regulatory management dalam diplomasi ekonomi Indonesia. Regulatory management berfungsi sebagai upaya penyesuaian kebijakan domestik dengan regulasi negara mitra dagang, dalam hal ini Jerman dan Uni Eropa. Melalui mekanisme ini, pemerintah Indonesia berupaya memperkuat penerapan Good Agricultural Practices (GAP), meningkatkan pengawasan mutu pascapanen, serta mendorong sertifikasi keberlanjutan bagi petani dan eksportir kopi. Pendekatan ini sejalan dengan Peraturan Presiden Nomor 18 Tahun 2020 tentang RPJMN 2020–2024, yang menargetkan peningkatan produktivitas dan kualitas ekspor komoditas unggulan, termasuk kopi. Upaya regulatory management tersebut memperkuat efektivitas diplomasi ekonomi Indonesia karena membangun dasar teknis dan legal yang dibutuhkan untuk memenuhi standar internasional sekaligus mengurangi risiko penolakan produk di pasar tujuan ekspor.

Sinergi antara diplomasi ekonomi dan regulatory management menjadi kunci keberhasilan Indonesia dalam menghadapi hambatan non-tarif di pasar Jerman. Melalui kombinasi pendekatan promosi, jejaring, dan penguatan kebijakan regulatif, Indonesia mampu meningkatkan kemampuan adaptasi terhadap regulasi Eropa sekaligus memperkuat reputasi kopi nasional sebagai produk yang unggul dari segi kualitas, keberlanjutan, dan tanggung jawab sosial. Dengan strategi yang konsisten dan berkelanjutan, diplomasi ekonomi Indonesia berhasil memperkokoh posisi kopi Indonesia di pasar global serta

mendukung penguatan citra Indonesia sebagai negara penghasil kopi berkualitas tinggi. Ke depan, integrasi yang lebih kuat antara diplomasi ekonomi, kebijakan perdagangan, dan manajemen regulasi diharapkan dapat memperluas akses pasar serta meningkatkan daya saing komoditas ekspor Indonesia di tingkat internasional.

5.2. Saran

Penelitian ini dapat dikembangkan lebih lanjut dengan menambahkan analisis tentang hambatan non-tarif lainnya yang dihadapi oleh komoditas ekspor selain kopi, seperti produk agrikultur atau perikanan, untuk mendapatkan gambaran yang lebih luas tentang diplomasi ekonomi Indonesia. Saran berikutnya adalah melakukan penelitian untuk mengevaluasi dampak jangka panjang dari strategi diplomasi ekonomi Indonesia, baik terhadap peningkatan nilai ekspor maupun kesejahteraan petani kopi di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, J., & Darmawan, M. M. (2023). Perdagangan Kopi Indonesia-Malaysia: Kajian Pengaruh Kebijakan Tarif dan Non-Tarif dalam Meningkatkan Ekspor. *Journal of Economics and Business UBS*, 12(6), 3931–3946.
<https://doi.org/10.52644/joeb.v12i6.1344>
- Badan Standar Nasional. (2008). Standar Nasional Indonesia Biji Kopi. *Sni 01-2907- 2008*, 4.
- CBI, & Affairs, M. of F. (2022). Diakses pada 25 Februari 2024, dari <https://www.cbi.eu/market-information/coffee/germany/market-potential?utm>
- F. I. (2019). Diakses pada 25 Februari 2024, dari <https://www.beritasatu.com/news/558464/aroma-kopi-indonesia-pikat-pengunjung-world-of-coffee-2019>
- Hidayat, I. M. (2024). Fluktuasi Perdagangan Komoditi Kopi Indonesia-Jerman 2019-. *Jurnal Ilmu Hukum, Humaniora Dan Politik (JIHHP)*, 4(5), 1271–1279.
- Husen Miftahudin. (2021). *Promosi Kopi RI di Jerman Catat Potensi Transaksi Rp846 Miliar*. Diakses pada 26 Februari 2024, dari <https://www.medcom.id/ekonomi/bisnis/IKYrjYJN-jos-promosi-kopi-ri-di-jerman-catat-potensi-transaksi-rp846-miliar?>
- International Coffee Organization. (2022). Annual review 2014 / 15 A message from the Chair. *ANNUAL REVIEW*.
- JASMINE, K. (2014). *Penambahan Natrium Benzoat Dan Kalium Sorbat (Antiinversi) Dan Kecepatan Pengadukan Sebagai Upaya Penghambatan Reaksi Inversi Pada Nira Tebu*, 1–50.
- Kemendag.(2024). Inatrim. Diakses pada 05 Maret 2024, dari <https://inatrim.kemendag.go.id/content/persyaratan-mutu-kopi-jerman>
- Kementrian Perdagangan. (2021). Berita perdagangan. *Berita Perdagangan*, 5, 20–21.
- Komaling. (2013). ANALISIS DETERMINAN EKSPOR KOPI INDONESIA KE JERMAN PERIODE 1993-2011 . *Jurnal EMBA*.
- Maulani, Rizki Dwi ett all (2020). Analisis Ekspor Kopi Indonesia pada Pasar Internasional. *Jurnal Pamator*.

- Muhamad, N. (2023). Indonesia Jadi Produsen Kopi Terbesar Ketiga di Dunia pada 2022/2023. Databoks.
- Oktafiana, Selfi et al. (2021). *The Effect of Trade Policy on The Position of Indonesian Coffee Market among The Major Importing Countries*.
- Paramita, R. (2022). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI KINERJA EKSPOR KOPI INDONESIA KE AMERIKA SERIKAT . *Jurnal Budget Vol. 7 Edisi 1*, 1.
- Sevi Oktafiana Fortunika. (2021). POSISI KOPI ROBUSTA INDONESIA DI PASAR JERMAN MENGGUNAKAN METODE LINEAR APPROXIMATE ALMOST IDEAL DEMAND SYSTEM. *Jurnal Agribisnis Indonesia (Journal of Indonesian Agribusiness)*, 29-42.
- Sudjarmoko, B., Hasibuan, A. M., & Risfaheri, R. (2022). STRATEGI MENINGKATKAN EKSPOR KOPI INDONESIA KE PASAR UNI EROPA / Strategy for Developing Indonesian Coffee Export to the European Union Market. *Perspektif*, 20(2), 63. <https://doi.org/10.21082/psp.v20n2.2021.63-79>
- Timorria (2020). Uni Eropa Buat Regulasi Baru, Ekspor Kopi Indonesia Terancam Mandek.
- UNCTAD. (2013). *Non Tariff Measures to Trade: Economic and Policy Issues for Developing Countries*. UNCTAD.
- Widiastutie, S. (2022). Diplomasi Kopi Indonesia di Kancah Dunia. *Indonesian Perspective*.
- Widiastutie, S., Kusuma, C. S. D., Pradhanawati, A., & Sardjono, M. A. (2022). Diplomasi Kopi Indonesia di Kancah Dunia. *Indonesian Perspective*, 7(2), 180– <https://doi.org/10.14710/ip.v7i2.50778>
- Yani Supriyati, S. (2021). ANALISIS KINERJA PERDAGANGAN KOPI Volume 11 Nomor 2D Tahun 2021. Jakarta: Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian Sekretariat Jenderal, Kementerian Pertanian 2021.