

BAB I

PENDAHULUAN

A. Alasan Pemilihan Judul

Dalam periode pasca perang dunia II, kopi telah menjadi komoditas kedua yang paling berharga yang diperdagangkan setelah minyak. Upaya untuk mengontrol perdagangan kopi internasional telah ada sejak awal abad ke-20, yang membuat kopi menjadi salah satu komoditas pertama yang diregulasi secara internasional. Sejumlah negara berkembang, bahkan mereka dengan pangsa ekspor global yang rendah mengandalkan kopi untuk pendapatan devisa. Seperti Indonesia negara produsen kopi yang secara historis memperlakukan kopi sebagai komoditas strategis.

Perasaan negara produsen kopi pun semakin ketat seiring perubahan lingkungan strategis ekonomi global maka negara - negara eksportir kopi dunia terpacu untuk meningkatkan nilai ekspornya. Berbagai upaya telah dilakukan oleh setiap pemerintah negara produsen untuk menunjang pangsa ekspor. Salah satunya adalah pemerintahan Indonesia. Mengingat bahwa perdagangan komoditas yang strategis tentu memiliki pasar yang potensial agar laju perdagangan semakin menguntungkan. Untuk itu penulis terdorong untuk memilih judul “ **Upaya Pemerintah Indonesia dalam Meningkatkan Ekspor Kopi ke Amerika Serikat Tahun 2012 – 2016** “. Mengingat bahwa kemitraan kerjasama perdagangan kopi dengan Amerika Serikat adalah yang terbesar untuk Indonesia.

Sebelum penulis menguraikan lebih lanjut mengenai isi penelitian ini, perlu kiranya dikemukakan alasan – alasan

penulis dalam memilih judul ini berdasarkan pertimbangan – pertimbangan sebagai berikut :

1. Penulis dapat lebih mendalami pengetahuan tentang industri perdagangan kopi internasional khususnya perdagangan kopi Indonesia dengan Amerika Serikat.
2. Perdagangan internasional erat kaitannya dengan eksportir dan importir, penulis memiliki ketertarikan untuk mendalami bidang tentang pelaku usaha perdangan kopi antar negara.
3. Penulis adalah seorang anak petani kopi.

B. Latar Belakang Masalah

Sektor pertanian adalah salah satu sektor non migas yang turut berperan serta dalam memberikan kontribusi devisa bagi negara melalui ekspor produk – produk pertanian. Beberapa komoditi dengan perolehan devisa yang cukup tinggi berasal dari sektor pertanian. Produk perkebunan yang menjadi komoditi utama ekspor antara lain produk kopi, karet, kelapa sawit, teh dan tembakau.

Menurut J. Spillane, kopi sebagai tanaman perkebunan merupakan salah satu komoditas yang menarik bagi banyak negara terutama negara berkembang, karena perkebunan kopi memberi kesempatan kerja yang cukup tinggi dan dapat menghasilkan devisa yang sangat diperlukan bagi pembangunan nasional¹. Di Indonesia komoditas kopi merupakan salah satu sub sektor pertanian yang mempunyai andil cukup penting penghasil devisa ketiga terbesar setelah kayu dan karet.

Dengan iklim yang mendukung, curah hujan yang cukup dan kesuburan tanah yang sangat baik bagi

¹Spillane. James. J. 1990. *Komoditi Kopi: Perannya Dalam Perekonomian Indonesia*. Yogyakarta: Kanisius

pertumbuhan tanaman kopi, saat ini perkebunan kopi Indonesia mencakup total wilayah kira-kira 1,2 juta Ha, 933 ribu Ha perkebunan robusta dan 307 ribu Ha perkebunan Arabika. Lebih dari 96 % dari total perkebunan dibudidayakan oleh petani kecil. Sebagian besar hasil produksi biji kopi Indonesia adalah varietas robusta (83%) yang berkualitas rendah dan jenis arabika (17%)². Biji kopi yang berkualitas lebih tinggi kebanyakan diproduksi oleh negara – negara Amerika Selatan dan Vietnam. Oleh karena itu, sebagian besar ekspor kopi Indonesia (kira- kira 80%) terdiri dari biji robusta berkualitas rendah (Grade V dan VI) dan sisanya adalah jenis arabika³.

Volume Ekspor kopi asal Indonesia mencapai 10.620.000 karung (satu karung berisi 60 kg) di tahun 2012, naik 72% dari 2011 sebanyak 6,15 juta kantung. Perolehan ekspor tersebut menempatkan Indonesia sebagai eksportir kopi terbesar ketiga dunia, menurut *International Coffee Organization* (ICO).⁴ Perdagangan ekspor kopi Indonesia pun dijalin dengan berbagai negara pengkonsumsi kopi dunia seperti, Eropa, Jepang, Amerika Serikat dan lain-lain.

Bagi Indonesia, Amerika Serikat merupakan salah satu mitra dagang kopi strategis dimana Amerika Serikat merupakan negara yang menjadi negara tujuan ekspor kopi terbesar. Kerjasama ekspor kopi Indonesia dengan Amerika Serikat sendiri yang sudah berlangsung saat Indonesia resmi bergabung dengan ICO (*International Coffee Organization*) pada tahun 1963. Dari hasil *Global Trade Atlas* tahun 2012, Amerika Serikat mengimpor kopi dari dunia sebesar US\$6,53 miliar atau setara 19,73% dari total impor dunia. Dari nilai

² Statistik Direktorat Jenderal Perkebunan , 2014

³ http://www.academia.edu/25793264/DINAMIKA_EKSPOR_KOPI_I_NDONESIA (diakses November 2016)

⁴ <http://bisnis.liputan6.com/read/508855/indonesia-urutan-ketiga-eksportir-kopi-terbesar-dunia-di-2012> (diakses pada November 2016)

tersebut, AS masih tetap menduduki peringkat pertama negara tujuan ekspor kopi Indonesia dengan nilai US\$399,54 juta (pangsa 29,95%)⁵. Dan menduduki peringkat ke- 7 sebagai negara eksportir produk kopi terbesar ke Amerika Serikat.

Melihat tren impor kopi Amerika Serikat dan pangsa ekspor kopi Indonesia menunjukkan potensi peningkatan ekspor kopi ke Amerika Serikat dalam beberapa tahun mendatang. Hal ini karena nilai tren impor kopi Amerika Serikat dari Indonesia lebih besar dari nilai tren impor kopi Amerika Serikat dari dunia⁶. Dengan memperbaiki kinerja ekspor kopi ke Amerika Serikat Indonesia dapat memperbaiki *bergaining position* sebagai negara produsen kopi terbaik. Dengan pertimbangan bahwa besarnya kontribusi dan hegemoni kopi dari Amerika Serikat yang berupa tren konsumsi dan peran perusahaan waralaba yang membawa perkembangan industri kopi di dunia.

Hambatan ekspor kopi Indonesia adalah dari segi mutu kopi. Data menurut Direktorat Jenderal Perkebunan menyatakan bahwa lebih dari 65% ekspor kopi Indonesia adalah Grade IV keatas dan tergolong mutu kopi rendah.⁷ Hal ini berkaitan dengan sidang Komite ICO (*International Coffee International*) mengenai rekomendasi program peningkatan batas kualitas ekspor kopi minimum yaitu grade V.⁸ Hal ini berarti ekspor kopi Indonesia grade VI terancam tidak dapat diekspor ke Amerika Serikat.

⁵ *Global Trade Atlas* diolah oleh ITPC 2013

⁶ ITPC-Chicago, 2014, *Market Brief Coffee*. Hal. 17

⁷ Ditjenbun, Perbaikan Mutu Kopi Indonesia, 24 Mei 2013, <https://www.google.co.id/search?q=http://ditjenbun.pertanian.go.id/pascapanen/berita-161-perbaikan-mutu-kopi-indonesia.html> (September 2016)

⁸ Bambang Drajat, dkk. *Ekspor dan Daya Saing Kopi Biji Indonesia di Pasar Internasional: Implikasi strategis Bagi Pengembangan Kopi Biji Organik*, Jurnal Pelita Perkebunan. 2007. Hal : 170

Selain itu hambatan ekspor kopi Indonesia adalah ketika berkembang bermacam – macam praktek perdagangan dan sertifikasi yang diinisiasi oleh konsumen kopi di negara-negara maju seperti di Amerika Serikat dan Eropa yang mengacu pada keberlanjutan produksi kopi.⁹ Dengan kata lain, konsumen cenderung meminta kejelasan produk pertanian kopi dengan istilah sertifikasi budidaya berkelanjutan (*Sustainable Agriculture*). Sedangkan Indonesia menurut Inisiatif Perdagangan Berkelanjutan (IDH), hanya 7% kopi ekspor Indonesia yang sudah tersertifikasi atau terbukti berkelanjutan.¹⁰ Indonesia perlu mengembangkan perkopian nasional agar komoditas kopi memiliki daya saing di pasar Internasional.

Akan tetapi, Indonesia berpotensi untuk meningkatkan ekspor kopi ke Amerika Serikat dalam segmentasi produk kopi *Specialty*. Menurut *National Coffee Association's* (NCA), konsumsi kopi spesial meningkat tiga kali lipat antara tahun 2000 dan 2015.¹¹ Dalam beberapa tahun terakhir kemunculan era *the Third Wave Coffee* dikalangan penikmat kopi di Amerika Serikat yang sangat mendukung iklim perdagangan kopi Indonesia yang memiliki keunggulan kompetitif dari jumlah varian *Specialty Coffee*

⁹ <http://www.metrotvnews.com/read/analisdetail/2011/05/24/166/Inisiatif-Korporasi-Global-dalam-Perdagangan-Kopi> diakses pada Mei 2017

¹⁰ Josephus Primus, Kamis, 24 April 2014, Sosial Kopi, Vietnam Unggul Tiga Kali, *Kompas*, <http://internasional.kompas.com/read/2014/04/24/1827294/Soal.Kopi.Vietnam.Unggul.Tiga.Kali> (diakses pada Desember 2017)

¹¹ Michael L. Vallucci, "*The Continued Rise of Premium Coffee in the U.S.: Will It De-Commoditize Coffee?*", Brown Brothers Harriman & Co. (US), 1 Desember 2015. Diakses melalui <https://www.bbh.com/en-us/insights/the-continued-rise-of-premium-coffee-in-the-u-s---will-it-de-commoditize-coffee-10966> pada 2 Nov 2017

yang lebih beragam di banding dengan negara pesaing lainnya. Namun kurangnya pengetahuan konsumen atas kredibilitas produk *Specialty* kopi Indonesia, ini disebabkan karena konsumen Amerika Serikat lebih memilih produk kopi asal negara lain seperti Brazil, Kolombia yang dikenal penghasil kopi berkualitas.

C. Rumusan Masalah

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

Bagaimana upaya Pemerintah dalam meningkatkan perdagangan Ekspor kopi Indonesia ke Amerika Serikat dalam kurun waktu 2012 - 2016 ?

D. Landasan Teori

Landasan teori pada prinsipnya bertujuan untuk membantu penulis menentukan tujuan dan arah penulisan, serta memilih konsep maupun teori untuk menyusun hipotesa. Dengan melihat dari latar belakang sementara pokok permasalahan yang ada, maka untuk mempermudah menjawab Rumusan masalah penulis menggunakan konsep *Sustainable Agriculture* dan konsep **Diplomasi publik**.

1. Konsep *Sustainable Agriculture*

Konsep Pertanian Berkelanjutan (*Sustainable Agriculture*) pertama kali dirmuskan dalam laporan Bruntland (*Bruntland Report*) yang merupakan hasil kongres komisi Dunia mengenai Lingkungan dan Pembangunan (*World Commision on Enviroment and Development*) Perserikatan bangsa – bangsa (PBB) pada tahun 1987 yang menyatakan bahwa pembangunan berkelanjutan ialah pembangunan yang mewujudkan kebutuhan saat ini tanpa mengurangi

kemampuan generasi mendatang untuk mewujudkan kebutuhan mereka.¹²

Menurut Pujiyanto, sistem produksi berkelanjutan memiliki 4 dimensi yang saling berkaitan satu sama lain, yaitu : (1)dimensi lingkungan fisik, yang meliputi kelestarian lahan, (2) dimensi ekonomi, yaitu saling ketergantungan antar pelaku agribisnis, (3) dimensi sosial, yaitu dampak kesejahteraan petani atau karyawan yang terlibat dalam agribisnis, dan (4) adalah dimensi kesehatan, yaitu tidak berdampak negatif terhadap kesehatan pengguna produk.¹³

Persoalan yang sering dihadapi dalam mewujudkan pertanian berkelanjutan adalah adanya tarik – menarik antara berbagai kepentingan pembangunan. Bagaimanakah upaya untuk menyalurkan berbagai aspek kepentingan dengan tetap menjaga kelestarian lingkungan merupakan tantangan dalam mewujudkan pembangunan pertanian berkelanjutan.

Ananda dan Herath menyimpulkan beberapa faktor yang mempengaruhi keberhasilan pertanian berkelanjutan¹⁴, antara lain :

- (1) Faktor kelembagaan
- (2) Faktor Kebijakan Pemerintah
- (3) Faktor perubahan teknologi

Sehubungan dengan faktor diatas, penelitian oleh Sangsoko Putra dkk mengenai prioritas alternatif dengan metode *Analytical Hierarchy Process* (AHP) terhadap

¹²<https://eprints.uns.ac.id/364/1/150211808201010381.pdf>

(Diakses pada 21 Des 2017 : 23.51 Wib)

¹³ Pujiyanto. 2007. *Arah Menuju Produksi Kopi Berkelanjutan*. Pusat Penelitian Kakao dan Kopi Indonesia. Vol. 23. No 1 hal : 1

¹⁴ Sasongko Putra, dkk. 2013. *Perencanaan Pertanian Berkelanjutan di Kecamatan Selo. Prosiding Seminar Nasional Pengolahan Sumberdaya Alam dan Lingkungan*. Hlm : 34

penilaian pengambil keputusan dalam keberhasilan pembangunan pertanian berkelanjutan¹⁵ adalah :

- Penguatan Kelembagaan petani
- Pengembangan pengkaderan petani/ kelompok tani sadar pertanian berkelanjutan
- Peningkatan kegiatan domplet teknologi pertanian berkelanjutan.

Sehubungan dengan permintaan pasar internasional, Pemerintah telah mengarahkan pertanian Indonesia pada prinsip – prinsip pertanian berkelanjutan. Terkait dengan hal tersebut, Pemerintah Indonesia telah menerapkan kebijakan pengembangan kopi Nasional berupa program kebijakan *ISCOffee* yang tertulis dalam Peraturan Menteri Pertanian RI nomor 52/Permentan/OT.140/9/2012. Pada *ISCOffee* terdapat peraturan mengenai legalitas dan sertifikasi kopi termasuk standar mutu dan pedoman teknis teknologi pasca panen dan budidaya kopi berkelanjutan.¹⁶

Kebijakan umum ini didukung dengan kebijakan teknis yaitu pengembangan kopi, peningkatan SDM, pengembangan kemitraan dan kelembagaan, permodalan usaha serta pengembangan sistem informasi manajemen. Kebijakan tersebut diatas dijabarkan dalam program dan strategi pengembangan kopi yang relevansinya menyangkut resolusi terhadap permasalahan dalam kondisi – kondisi perdagangan kopi dengan Amerika Serikat. Secara intensif Programnya adalah pemberdayaan, fasilitasi para lembaga Gakpotan petani daerah.

2. Konsep Diplomasi Publik

¹⁵ Ibid.,Hlm : 39

¹⁶ Siti Kurnia. 2014. *Peluang, Hambatan dan Kebijakan Ekspor Kopi Indonesia Ke Pasar Amerika*. eJurnal Ilmu Hubungan Internasional Fisip Universitas Mulawarman. Hal. 766

Istilah diplomasi publik pertama kali diperkenalkan oleh Edmund Gullion pada tahun 1965. Menurut Edmund, diplomasi publik adalah diplomasi yang dilancarkan tokoh atau kelompok masyarakat untuk mempengaruhi opini publik dalam rangka menimbulkan kesadaran (*awareness*) atau membentuk citra positif tentang diri atau lembaga yang menaunginya dengan menggunakan cara-cara yang menyenangkan dan dapat diterima.¹⁷

Menurut Benny Susetyo, diplomasi publik adalah komunikasi antar masyarakat agar mereka mengetahui, memahami, dan kemudian menyetujui pesan yang akan disampaikan oleh negaranya. Dengan kata lain, diplomasi publik dilancarkan dengan tujuan agar masyarakat domestik dan internasional mempunyai persepsi yang baik tentang kegiatan atau tindakan negara, sebagai landasan sosial bagi hubungan dan pencapaian kepentingan yang lebih luas.¹⁸

Berbedaan antara diplomasi tradisional dan diplomasi publik terletak pada komponen pelaku (komunikator) dan tujuan yang hendak dicapai (*feedback*). Ditinjau dari komunikator diplomasi tradisional dilakukan sesama pemerintah negara, namun pada diplomasi publik aktor non-negara yang memiliki peran penting yang terdiri dari kalangan bisnis, kalangan profesional, kaum kademis, LSM, perusahaan MNC, lembaga keagamaan, lembaga ekonomi dan keuangan, warga negara biasa, serta media masa. peran aktor diluar negara dalam diplomasi sangat penting mengingat negara tidak bisa menangani semua urusan hubungan internasional yang semakin kompleks dan tidak terbatas.

Hubungan diplomasi publik dengan citra suatu negara adalah, bahwa citra dibangun berdasarkan pengalaman yang dialami suatu bangsa. Citra dapat berubah setiap waktu setiap

¹⁷ Shoelhi . M. 2011. *Diplomasi : Praktik Komunikasi Internasional*. Bandung : Simbiosis Rekatama Media, hlm : 157

¹⁸ Ibid., hlm. 158

orang menerima pesan baru. Citra adalah sebuah kesatuan mental atau interpretasi sensual dari suatu bangsa di dasarkan pada bukti yang tersedia, dikondisikan oleh adanya kesan, kepercayaan, gagasan, dan emosi. Dengan demikian citra yang baik dapat menumbuhkan opini publik yang menguntungkan yang akan menjadi modal utama untuk melaksanakan diplomasi publik yang menguntungkan pula.

Seiring dengan semakin kompleksnya isu – isu dalam hubungan internasional, aktifitas diplomasi publik pun menunjukkan peningkatan peran yang sangat signifikan, tidak terpaku dengan isu keamanan dan politik semata namun bisa beradaptasi juga pada isu ekonomi dan perdagangan. Oleh karena itu pencitraan akan sangat penting dilakukan oleh sebuah negara untuk mengundang investor dari negara lain agar menanamkan modalnya. Sedangkan berkaitan dengan industrialisasi untuk menunjang pertumbuhan ekonomi, setiap negara berusaha untuk memasarkan produk-produknya ke seluruh dunia. dalam hal ini, citra negara atau *state branding* menjadi hal yang penting untuk memupuk kepercayaan.

Kegiatan diplomasi publik bentuknya beragam, dan semuanya ditunjukkan untuk mendukung kepentingan nasional dan memenuhi kewajiban internasional suatu negara. Untuk itu harus dipastikan terlebih dahulu bahwa publik manca negara memahami betul kebijakan yang diambil. Harus dipastikan pula bahwa sumbernya berasal dari pemerintah, bukan yang lain. Diplomasi publik pada tataran nasional perlu koordinasi pada tataran pemerintah mengingat beragamnya jenis pesan, bahasa, kelompok sasaran, format dan media. Adapun bentuk diplomasi publik ini adalah :

- Pertukaran budaya
- Pertukaran pelajar
- Kesenian, musik, tarian, dan sebagainya

- Bentuk diplomasi publik juga bisa bersifar *marketing* seperti halnya pameran atau promosi.¹⁹

Hubungan antara industri perdagangan ekspor kopi Indonesia dengan *state branding* adalah berdasarkan dari aspek mutu Indonesia lebih dikenal sebagai sumber kopi yang murah. Harga yang murah tersebut berhubungan dengan citra negatif dari kopi Indonesia yang bermutu rendah dibawah mutu kopi dari negara – negara lain terutama Brazil dan Kolombia. Selama ini Indonesia dominan memproduksi dan mengekspor kopi grade V dan VI (kopi mutu rendah).

Indonesia sebagai salah satu negara penghasil komoditi terbesar di dunia memiliki peran penting dalam aktifitas perdagangan global tersebut. Diantaranya perdagangan *specialty coffee*. Perdagangan kopi Indonesia memiliki sejarah kolonial dimana negara – negara konsumen memiliki *bargainig power* lebih tinggi. Fenomena ini menjadi ironi karena Indonesia negara sebagai produsen belum mampu menjadi *market leader* dalam perdagangan *specialty coffee* karena hingga saat ini yang menjadi *Market leader* adalah negara- negara yang bukan produsen *specialty coffee*. Hal ini terjadi karena adanya *structural power* yang menyebabkan *specialty coffee* Indonesia belum bisa menjadi kiblat kopi dunia. faktor ini di akibatkan karena produk *specialty coffee* Indonesia belum terlalu dikenal oleh masyarakat dunia secara luas, secara umum konsumen kopi seperti di Amerika Serikat lebih memilih untuk membeli kopi yang berasal dari negara – negar alain seperti Brazil, Kolombia yang telah teruji kredibilitasnya.

Moderenisasi serta perkembangan teknologi informasi membuat Indonesia mencoba melawan stagnasi dalam perkembangan perdagangan *specialty coffee*. Ada strategi yang dapat digunakan untuk memacu industrialisasi. Dengan

¹⁹ Henida C. Diplomasi Publik dalam Kebijakan Luar Negeri. Jurnal Departemen Hubungan Internasional, FISIP, Universitas Airlangga, Surabaya. Hlm : 9(03)

strategi yang berfokus berfokus keluar (*ourward looking strategy*) Indonesia berusaha keluar dari stagnasi dan menghadapi *structural power*. Hal ini dapat dilakukan melalui kegiatan yang mendorong kesadaran (*awareness*) para konsumen kopi masyarakat di negara – negara tujuan ekspor terutama di pasar Amerika Serikat yang dikenal sebagai negara yang membangun perkembangan konsumsi kopi dunia. yaitu dengan mengikuti exhibisi atau pameran, dalam hal ini Indonesia berpartisipasi dalam ajang exhibisi tahunan SCAA (*Specialty Coffee Assosiation of America*) ke- 28 tahun 2016.

Peran pemerintah dalam menjalankan exhibisi ini diwakilkan oleh Direktorat Pengembangan Promosi dan Citra dalam pelaksanaan tujuan strategi upaya pencitraan produk ekspor Indonesia sebagai salah satu dimensi pencitraan Indonesia, yang pada gilirannya meningkatkan *awareness* (kesadaran) serta prefrensi masyarakat global terhadap produk kopi Indonesia dibawah koordinator Organisasi Direktorat Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional (Ditjen PEN) dalam mandat Kementerian Perdagangan. Aktivasinya meliputi kegiatan partisipasi pada event internasional. Dalam hal ini pemerintah sebagai pihak yang mengadakan keiutsertaan Indonesia dalam ajang pameran SCAA tahun 2016 di Atlanta, Amerika Serikat dan pemantauan serta evaluasi kegiatan. Selain itu Ditjen PEN juga memfasilitasi kegiatan dan merangkul lembaga – lemabaga NGO industri perkopian Indonesia seperti AEKI, SCOPI, GAEKI dan beberapa *stakeholders* untuk bersinergi bersama dalam membangun branding kopi nasional khususnya ITPC Chicago (*Indonesia Trade Promotion Center*) sebagai pihak penghubung dengan para *buyer* di Amerika Serikat.

D. Hipotesa

Dari pemaparan latar belakang dan rumusan masalah serta teori yang digunakan maka disimpulkan upaya pemerintah Indonesia dalam meningkatkan ekspor kopi ke Amerika Serikat adalah melalui :

1. Upaya Pengembangan kopi nasional melalui kebijakan ISCOffee
(*Indonesia Sustainable Coffee Platform*)
2. Strategi pengembangan promosi kopi dan pencitraan kopi *specialty* Indonesia di pasar Amerika Serikat.

E. Tujuan dan manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian , Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :
 - a) Menganalisis potensi ekspor kopi di pasar Amerika Serikat
 - b) Menganalisis peluang dan hambatan ekspor kopi ke Amerika Serikat
 - c) Menganalisis upaya pemerintah Indonesia dalam meningkatkan perdagangan Ekspor kopi Indonesia ke Amerika Serikat
2. Manfaat penelitian, Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :
 - a) Bagi periset sebagai penerapan dari teori dan ilmu yang diperoleh selama ini.
 - b) Bagi pemerintah dapat dijadikan sebagai bahan informasi dalam pengambilan kebijakan guna terwujudnya kemajuan bagi pengembangan kopi robusta, arabika dan *specialty* yang efektif dan dayasaing.
 - c) Bagi masyarakat akademik dapat digunakan sebagai sumber inspirasi dan bahan refrensi bagi penelitian kopi selanjutnya.

F. Jangkauan penelitian

Jangkauan Penelitian ini hanya menganalisis tentang daya saing Indonesia dalam kanca pasar global khususnya pasar Amerika Serikat dan upaya Pemerintah Indonesia dan lembaga – lembaga terkait yang mengakomodir kegiatan ekportir kopi Indonesia dalam meningkatkan perdagangan ekspor kopi Indonesia ke Amerika Serikat. Selain itu ruang lingkup waktu dalam pembahasan penelitian ini di fokuskan pada tahun 2012 - 2016. Karena dalam kurun waktu tersebut pemerintah melakukan setidaknya 2 upaya intensif dalam meningkatkan ekspor kopi ke Amerika Serikat. Terlebih pada tahun 2016 sebagai tahun momentum pemerintah meningkatkan *nation branding* termasuk *branding* kopi dikanca Internasional.

G. Metode Penelitian

1. Metode Dasar

Metode penelitian dasar yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif analitis. Pendekatan ini bertujuan memaparkan (mendeskripsikan) berbagai hal. Penelitian deskriptif bertujuan untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara otomatis, faktual dan akurat mengenai sifat – sifat serta hubungan fenomena yang diselidiki.²⁰ Metode deskriptif analitis merupakan metode penelitian dengan mengumpulkan data - data sesuai dengan yang sebenarnya, kemudia data – data tersebut disusun, diolah, dan dianalisis.²¹

2. Jenis dan sumber data

²⁰ Nazir, M.1983. *Metode Penelitian*. (Jakarta : Ghalia Indonesia)

²¹ Sugiyono, 2008, *Metode Pnelitian Kualitatif Kuantitatif dan R & D*. (Bandung : Alfabeta)

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Pengumpulan data ini melalui sejumlah literatur, lembaga riset, surat kabar, maupun dokumen-dokumen dan laporan-laporan baik yang diterbitkan maupun tidak dan juga bahan-bahan lain yang dapat dijadikan acuan dalam penulisan. Data sekunder diperoleh dari Badan Pusat Statistik, Kementerian Perdagangan Kementerian Luar Negeri, Departemen Pertanian, Departemen perdagangan, *International Coffee Organization (ICO)*, Asosiasi Eksportir dan Industri Kopi Indonesia (AEKI), dan beberapa lembaga lainnya. serta informasi – informasi lainnya yang berkaitan dengan penelitian yang diperoleh dari buku – buku literatur, perpustakaan LSI, dan internet. kurun waktu yang menjadi patokan dalam pemenuhan data dari penelitian ini berkisar antara kurun waktu tahun (2000 – 2016). Data yang digunakan meliputi :

- a. Luas area perkebunan kopi Indonesia
- b. Volume produksi kopi Indonesia
- c. Volume dan nilai ekspor kopi Indonesia di pasar Internasional
- d. Volume dan nilai ekspor kopi Indonesia di pasar Amerika Serikat
- e. Volume dan nilai konsumsi kopi Nasional Amerika Serikat
- f. Volume dan nilai Impor kopi Amerika Serikat
- g. Data data pendukung lainnya.

3. Asumsi dan batasan masalah

Asumsi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu :

- a. data yang diperoleh diasumsikan valid dan dapat menggambarkan keadaan sebenarnya.
- b. Faktor – faktor lain diluar penelitian diasumsikan tetap
Pembatasan masalah dalam penelitian ini, yaitu :
 1. komoditas yang diteliti hanyalah pada komoditas kopi
 2. komoditas kopi yang diteliti adalah kopi biji (*coffee green*)
 3. penelitian ini menggunakan data kurun waktu tahun (2010 – 2016)

4. negara pengekspor kopi utama (Brasil, Vietnam, Colombia, Indonesia dan Jerman) dipilih karena rata – rata nilai ekspor kopi terbesar selama 2009 – 2013.
5. Analisis faktor – faktor yang mempengaruhi penawaran ekspor menggunakan data total ekspor kopi.

H. Rencana Sistematika Penelitian

Skripsi ini disusun dengan sistematika penulisan yang terdiri dari 5 Bab yang terdiri dari:

BAB I : Mengemukakan Pendahuluan yang terdiri dari Latar belakang masalah, Rumusan masalah, landasana teori, hipotesa, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II : Mengemukakan pembahasan tentang perkembangan komoditas kopi Indonesia dan *specialty coffee* Indonesia dan Peranan industri kopi bagi perekonomian Indonesia

BAB III: Mengemukakan pembahasan tentang kondisi pasar kopi Amerika Serikat, hambatan dan peluang bagi Indonesia.

BAB IV: Mengemukakan Upaya pemerintah Indonesia dalam meningkatkan ekspor kopi ke Amerika Serikat pada tahun 2012 - 2016.

BAB V: Menunjukkan kesimpulan serta saran yang dapat diperoleh dari penelitian ini.