

**STRATEGI *INDONESIAN TRADE PROMOTION CENTER (ITPC)*
CHICAGO DALAM MENDORONG EKSPOR KOPI INDONESIA KE
AMERIKA SERIKAT**

Oleh: Mentari Hanaya Salu
Pembimbing: Dr. Saiman S.IP , MA
Jurusan Hubungan Internasional
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Riau

Kampus Bina Widya, Jl. H.R. Soebrantas Km 12.5 Simp. Baru, Pekanbaru 28293
Telp/Fax. 0761-63277

ABSTRACT

This study focuses on the economic diplomacy strategy implemented by the Indonesian Trade Promotion Center (ITPC) Chicago as an extension of Indonesian state institutions in the United States, aimed at enhancing the export of Indonesian coffee to the United States. Indonesia is the world's fourth-largest coffee producer, and the United States is the largest destination for Indonesian coffee exports. Indonesian coffee exports to the United States have experienced a decline and various obstacles, necessitating the adoption of an effective strategy to address these challenges.

The research employs a descriptive qualitative methodology, utilizing various data collection techniques, including literature review from books, journals, websites, and related documents. The study adopts the perspectives of liberalism, economic diplomacy theory, and the nation-state analysis level.

The findings of this study indicate that the economic diplomacy strategy executed by ITPC Chicago is carried out through four stages of economic diplomacy: salesmanship economy, the formation of economic networks and advocacy, image building, and regulation management and resource mobilization. As a result, there has been an increase in Indonesian coffee exports to the United States, as ITPC Chicago has contributed to enhancing the coffee export chain to the U.S. through promotional strategies at coffee exhibitions, expanding business networks between exporters and importers in the United States, and providing market information services in the form of coffee market reports.

Keywords: *Economic Diplomacy, Exports, Coffee, ITPC, Indonesia, United States..*

PENDAHULUAN

Indonesia sebagai negara agraris memiliki berbagai sektor pertanian dan perkebunan yang menghasilkan komoditas yang dapat menguntungkan bagi negara dan menjadi jalan untuk mencapai kepentingan nasional, melalui perdagangan internasional seperti ekspor-impor. Pada komoditas kopi, Indonesia merupakan salah satu negara produsen komoditas kopi terbesar di dunia yang menempati posisi ke-4 setelah Brazil, Vietnam, dan Colombia.¹ Pada sektor Perkebunan Indonesia, komoditas kopi merupakan komoditas terbesar yang diperdagangkan di dunia yang menempati posisi ke-2 setelah minyak bumi.² Menyikapi persoalan tersebut, tentunya perlu ada kebijakan, kerjasama, dan dukungan yang jelas dari berbagai *stakeholder*, baik dari pemerintahan maupun swasta.

Industri dan produk kopi di Indonesia sendiri terkenal melalui nama daerahnya masing-masing, seperti kopi Kintamani, Lampung, Toraja, Gayo dan sebagainya, yang mana merupakan nama dari daerah produsen kopi-kopi tersebut. Setiap kopi yang diproduksi daerah-daerah tersebut memiliki keistimewaan dan nilai jual masing-masing, dimana terdapat perbedaan dari segi rasa, proses pengolahan, dan distribusi. Dewasa ini, kopi tidak hanya dinikmati oleh masyarakat sebagai minuman Kesehatan untuk menunjang produktivitas, namun juga sudah menjadi gaya hidup dan kebiasaan.

Dalam melihat fenomena

perkembangan konsumsi kopi yang meningkat, diperlukan strategi ekonomi untuk *'riding the wave'* perkembangan minat kopi yang pesat. Indonesia, yang merupakan salah satu negara produksi kopi terbesar di dunia, aktif melakukan ekspor ke negara-negara luar sebagai strategi perkembangan ekonomi, salah satunya adalah Amerika Serikat. Produk kopi yang diekspor berupa biji kopi baik Green Coffee (kopi mentah) dan biji kopi yang telah dipanggang serta dalam bentuk kopi olahan (serbuk kopi).³ Indonesia sendiri memiliki kebijakan dimana ekspor kopi hanya dapat dilakukan oleh Eksportir Terdaftar Kopi dan Eksportir Kopi Sementara, sebagaimana yang telah diatur dalam Permendag No. 10/M-DAG/PER/5/2011 mengenai ekspor kopi.⁴

Tingkat ekspor biji kopi Indonesia berada di posisi ke-4 setelah Brazil, Vietnam, dan Kolombia. Meskipun pangsa ekspor kopi Indonesia mengalami peningkatan dari waktu ke waktu, pertumbuhannya jauh lebih lambat dibandingkan dengan negara-negara pesaing utamanya. Pertumbuhan pangsa ekspor kopi Brazil dan Vietnam terus meningkat dengan pola non-linier, sementara Indonesia mengikuti pola pertumbuhan yang linier. Dalam menghadapi persaingan pangsa pasar internasional, pemerintah Indonesia perlu serius dalam mengelola perkembangan industri kopi, Posisi Indonesia

³ H. Hervinaldy, "Strategi Pemerintah Indonesia dalam Meningkatkan Ekspor Kopi ke Amerika Serikat". Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau, 2017. Hlm. 1

⁴ Peraturan Ekspor. Gabungan Eksportir Kopi Indonesia (GAEKI). Anggota KADIN INDONESIA No. 20500-12.000098

¹ *International Coffee Organization, World Coffee Statistics Database, 2020.*

² *World Trade Organization, World Trade Statistical Review, 2020.*

sebagai eksportir kopi yang besar, perlu didukung oleh keberagaman produk olahan kopi, untuk meningkatkan daya saing produk kopi Indonesia dalam pangsa pasar perdagangan internasional.

Perdagangan internasional merupakan bentuk perdagangan yang dilakukan oleh warga suatu negara dengan warga negara lainnya, didasarkan pada kesepakatan bersama. Warga yang dimaksud bisa melibatkan individu dengan individu, individu dengan pemerintah suatu negara, atau pemerintah suatu negara dengan pemerintah negara lain. Di banyak negara, perdagangan internasional menjadi salah satu faktor utama yang berkontribusi pada peningkatan *Gross Domestic Product* (GDP).⁵ Meskipun perdagangan internasional sudah berlangsung selama ribuan tahun, dampaknya terhadap aspek ekonomi, sosial, dan politik baru berdampak beberapa abad belakangan. Selain itu, perdagangan internasional juga memacu proses industrialisasi, perkembangan sektor transportasi, globalisasi, dan keberadaan perusahaan multinasional. Pada hakikatnya, tidak ada negara yang dapat memenuhi seluruh kebutuhannya sendiri. Hal ini disebabkan oleh beragam sumber daya yang berbeda-beda, maka diperlukan pertukaran barang antar negara melalui perdagangan untuk memenuhi kebutuhan dari setiap negara tersebut.⁶

⁵ Jimmy Hasoloan, "Peranan Perdagangan Internasional dalam Produktifitas dan Perekonomian" *Edunomic, Jurnal Ilmiah Pendidikan Ekonomi*, Volume 1 Nomor 2, September 2013. Hlm 1-2.

⁶ Karina Nilu Fari, Ma'mun Murod, "Peran Indonesia Trade Promotion Centre Dalam Meningkatkan Perdagangan Indonesia di Luar Negeri". *Jurnal Politik Indonesia dan*

Amerika Serikat menyukai kopi Indonesia yang memiliki rasa unik, variasi yang beragam, dan kualitas yang tinggi. Saat ini, Indonesia menyumbangkan nilai ekspor kopi sebesar USD 842.500.000 dengan volume 380.200 kg. Pada tahun 2020, nilai ekspor kopi sedikit lebih rendah dibandingkan tahun 2021, yakni sebesar USD 809.200.000 dengan volume 375.600 kg. Kontribusi nilai ekspor kopi Indonesia ke Amerika Serikat pada tahun 2021 mencapai USD 194.769,10, sementara pada tahun 2020, nilai ekspornya lebih tinggi yaitu USD 202.352,00. Fluktuasi ini terjadi karena beberapa faktor, termasuk dampak virus covid-19 yang memengaruhi nilai tukar rupiah terhadap dolar AS, perubahan harga kopi dunia, produksi, dan perubahan GDP Amerika Serikat.⁷

Dalam proses perdagangan ekspor Indonesia ke Amerika Serikat, terdapat peran perwakilan dagang Kementerian Perdagangan Indonesia, yaitu *Indonesia Trade Promotion Center* (ITPC), termasuk pada komoditi kopi yang hingga saat ini Amerika Serikat merupakan importir terbesar Indonesia. ITPC bergerak pada saat krisis ekonomi di Amerika Serikat melanda, yang berefek pada krisis ekonomi global, Perannya adalah menstabilkan kuota ekspor Indonesia ke Amerika Serikat, dimana Amerika Serikat

Global Program Studi Ilmu Politik, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Jakarta, Vol. 1 No. 1 April 2020. hlm. 58.

⁷ Suhela Putri Nasution, Tavi Supriana, Iskandarini, Rulianda Purnomo Wibowo. "Faktor-faktor yang Mempengaruhi Ekspor Kopi Indonesia di Pasar Amerika Serikat". *Seminar Nasional dalam Rangka Dies Natalis ke-47 UNS Tahun 2023*, p-ISSN: 2620-8512. hlm. 70

merupakan pangsa pasar yang sangat menguntungkan bagi Indonesia karena kurs dollarnya yang tinggi.⁸ ITPC sendiri didirikan pada tanggal 29 Juli 1982 dengan perjanjian antara Menteri Luar Negeri dan Menteri Perdagangan dengan surat Keputusan nomor SKB 1016/OR/VII/82/01 tentang “Organisasi dan Manajemen Pusat Promosi Perdagangan Indonesia pada perwakilan Indonesia di luar negeri”.⁹ Dalam fungsinya, ITPC memiliki tugas untuk melakukan pengembangan pasar dan melakukan promosi perdagangan di luar negeri serta membangun dan meningkatkan komunikasi bisnis dan kerja sama antara para pemangku kepentingan. Umumnya, hanya ada 1 ITPC di tiap-tiap negara, tetapi di 1 negara-negara yang memiliki wilayah besar seperti Amerika Serikat terdapat dua yaitu ITPC Chicago dan ITPC Los Angeles.

Tugas utama ITPC adalah melakukan hubungan masyarakat, pemasaran, dan mempromosikan merek bangsa dengan label “*made in Indonesia*” untuk mendorong distribusi pengetahuan negara-negara luar terhadap produk komoditas Indonesia. Promosi ini dilakukan melalui publikasi, iklan, dan Kerjasama dengan potensial pasar

yang tertarik dengan produk tersebut. Dibandingkan dengan Atase Perdagangan, ITPC lebih berfokus pada fasilitator eksportir dan Sebagian besar ditempatkan di kota-kota perdagangan selain dari kedutaan atau konsulat.¹⁰ Fungsi lainnya adalah ITPC juga dapat mengarahkan dan membimbing eksportir baru maupun potensial eksportir dengan menyediakan informasi yang diperlukan tentang persyaratan ekspor, potensi pasar, serta persoalan hukum dan kebijakan.

Upaya untuk mendorong daya saing Indonesia dalam pasar perdagangan kopi internasional sangat memerlukan peran dari badan yang melakukan promosi produk dan komoditas seperti ITPC. Nilai jual dari produk kopi Indonesia sendiri terdapat pada kopi yang memiliki karakteristik rasa yang unik, yang merupakan hasil penanaman daerah tertentu yang dikenal dengan *Specialty Coffee*. Agar peningkatan ekspor kopi ke negara-negara lainnya dapat berkembang, Indonesia tentu perlu memperkenalkan produk kopi berkualitas yang “Istimewa” yang hanya bisa didapati dari daerah-daerah tertentu di Indonesia. ITPC dalam hal ini berperan dengan sangat penting dalam penetrasi ke dalam pasar luar negeri dan melakukan pemasaran serta menemukan potensi pasar penikmat kopi khususnya *Specialty Coffee* yang dimiliki Indonesia.

⁸ Athfinda Widis Hapsari. Halifa Haqqi. “Peran Promosi Ekspor Indonesia Trade Promotion Center (ITPC) Chicago dalam Perdagangan Bilateral Indonesia-Amerika Serikat Tahun 2009-2014”. Jurnal Transformasi No. 28 Tahun 2015, Vol. II. Hlm. 206

⁹ Karina Nilu Fari, Ma'mun Murod, Usni, “Peran Indonesia Trade Promotion Centre Dalam Meningkatkan Perdagangan Indonesia di Luar Negeri”. Jurnal Politik Indonesia dan Global Program Studi Ilmu Politik, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Jakarta, Vol. 1 No. 1 April 2020. hlm. 59.

¹⁰ Karina Nilu Fari, Ma'mun Murod, Usni, “Peran Indonesia Trade Promotion Centre Dalam Meningkatkan Perdagangan Indonesia di Luar Negeri”. Jurnal Politik Indonesia dan Global Program Studi Ilmu Politik, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Jakarta, Vol. 1 No. 1 April 2020. hlm. 59.

KERANGKA TEORI

Perspektif Liberalisme

Liberalisme klasik pada dasarnya memandang hubungan internasional sebagai kebijakan yang berkembang secara eksternal yang sebelumnya dimulai di ranah politik dalam negeri. Penekanan perspektif ini adalah pada kebebasan, Kerjasama, perdamaian dan kemajuan. Bahwa dalam dinamika internasional, negara-negara saling memiliki ketergantungan yang bersifat memajukan negara.

Salah satu tokoh liberalisme, Adam Smith, memiliki pemikiran dasar yaitu adanya saling ketergantungan masyarakat antar masyarakat, antara negara dengan negara sebagai bagian dari sifat alamiah manusia. Hubungan ekonomi antara manusia sifatnya menyatukan, kekuatan pendamai dalam hubungan internasional.¹¹ Harmoni kepentingan menjadi dasar yang mendorong negara untuk saling bekerjasama, sekaligus menjadi mekanisme pencegahan atas terjadinya perang yang dianggap Tindakan irasional.¹²

Asumsi dasar dari perspektif liberalisme sebagaimana yang diuraikan oleh Jackson & Sorensen adalah kemajuan merupakan salah satu asumsi kunci kaum liberalis dimana kemajuan disini berhubungan dengan kemajuan individu. Perdamaian abadi sebagaimana yang pernah dikemukakan Immanuel Kant

bukanlah merupakan suatu keinginan yang utopis, tetapi kenyataan yang mungkin dicapai melalui kolaborasi antar-negara, dan melalui Kerjasama ini kemajuan Sebagian besar komunitas dapat terealisasi. Institusi-institusi internasional dibutuhkan sebagai fasilitator mencapai kemajuan yang diinginkan.¹³ Dalam perspektif liberalisme, menggambarkan hubungan internasional sebagai arena negara-negara dan aktor-aktor non-negara lainnya saling berinteraksi, yang berbeda dengan perspektif realisme yang memandang negara sebagai aktor utama. Penulis menggunakan perspektif liberalisme dalam melihat peran ITPC dalam meningkatkan ekspor kopi Indonesia ke Amerika Serikat yang juga melibatkan aktor-aktor non negara seperti individu atau organisasi eksportir kopi dalam memajukan ekonomi negara.

Tingkat Analisa: Negara-Bangsa

Level analisa yang akan penulis gunakan adalah Negara-bangsa. Pada level analisa Negara-bangsa, penjelasan tentang perilaku negara ditentukan oleh factor-faktor internal dari negara tersebut. Tingkat analisis Negara-bangsa akan menghasilkan penjelasan yang tidak terlalu makro seperti yang dihasilkan pada tingkat analisis system.¹⁴ Penelitian ini menggunakan level analisis Negara-bangsa karena dalam penelitian ini yang akan dianalisis adalah bagaimana strategi ITPC

¹¹ Vinsensio Dugis. 2016. *Teori Hubungan Internasional Perspektif-Perspektif Klasik*. Diterbitkan oleh Cakra Studi Global Strategis (CSGS) Gedung B FISIP Unair. hlm. 61.

¹² *Ibid*, hlm. 62

¹³ *Ibid*, hlm. 64

¹⁴ Yessi Olivia, "Level Analisis Sistem dan Teori Hubungan Internasional". Jurnal Transnasional, Vol. 5, No. 1, 2013. Hlm. 899

yang merupakan perwakilan dagang Indonesia dalam meningkatkan ekspor kopi Indonesia ke Amerika Serikat.

Teori Diplomasi Ekonomi

Teori Diplomasi Ekonomi sebagaimana yang dijelaskan oleh Bayne dan Woolcock (1988) merupakan proses pengambilan keputusan dalam dinamika ekonomi internasional, yang berakar dari kajian ekonomi, hubungan internasional, dan administrasi publik.¹⁵ Praktisi diplomasi ekonomi, Kishan S. Rana (2004)¹⁶ juga menjelaskan bahwa diplomasi ekonomi adalah sebuah proses Ketika negara masuk ke dalam system internasional, untuk memaksimalkan pendapatan nasional pada segala aktivitas lapangan, termasuk pertukaran dagang, investasi, dan bentuk lain dari pertukaran yang menguntungkan secara ekonomi; pada dimensi Kerjasama bilateral, regional dan multilateral, yang masing-masing penting.¹⁷ Dengan kata lain, dapat dipahami bahwa diplomasi ekonomi pada dasarnya memperkuat negaranya melalui kegiatan seperti perdagangan.

¹⁵ Nicholas Bayne & Stephen Woolcock. 1988. *The New Economic Diplomacy: What is Economic Diplomacy?*. Published by Routledge, 1st edition.

¹⁶ Kishan S. Rana, "Economic Diplomacy in India: A Practitioner's Perspective". *International Studies Perspectives*, Vol. 5, pp 66-70.

¹⁷ Asep Setiawan, Endang Sulastrri, Eka Aprianto, Iqbal Maulana, "Analisis Diplomasi Ekonomi Indonesia ke Asia Tengah". *Jurnal Universitas Muhammadiyah Jakarta*. E-ISSN: 2745-6080, 2020. Hlm. 4.

Dalam definisi yang lebih lanjut, Kishan S. Rana menjelaskan konsep diplomasi ekonomi adalah diplomasi yang dilaksanakan pemerintah ini juga membantu sektor swasta. Rana membagi konsep diplomasi ekonomi dalam beberapa tahap. Pertama, *Salesmanship Economy*. Pada tahap ini, pemerintah berperan sebagai penjual karena ada peluang yang terbuka di negara tujuan. Kegiatan penjualan ini muncul karena Rana melihat peluang dan memiliki jaringan dengan negara-negara yang sedang mengembangkan ekonominya. Dalam tahap ini, perwakilan pemerintah bertugas melayani perusahaan swasta dan badan usaha negara untuk mendapatkan proyek atau kesepakatan perdagangan.¹⁸

Tahap kedua, Jaringan ekonomi dan advokasi. Tahap ini berjalan berkat konsep Rana yang telah membangun kontak melalui peran pemerintah sebagai penjual. Jaringan yang dibangun oleh diplomat di negara tujuan memungkinkan perdagangan dan meningkatkan kunjungan wisatawan ke negara diplomat. Efektivitas tahap ini didukung oleh kamar dagang industri, lembaga pemikiran, dan organisasi non-pemerintah.

Tahap ketiga, pembangunan citra. Rana menekankan pentingnya tahap ini untuk membangun citra bangsa di mata negara tujuan. Pembangunan citra ini krusial dalam sektor pariwisata untuk menarik wisatawan dan meningkatkan

¹⁸ Kishan S. Rana, "Economic Diplomacy in India: A Practitioner's Perspective". *International Studies Perspectives*, Vol. 5, pp 66-70.

pengeluaran liburan. Pemasaran pariwisata melibatkan berbagai kegiatan untuk menciptakan citra pelayanan dan infrastruktur yang menarik bagi calon wisatawan. Salah satu kegiatan dalam tahap Pembangunan Citra ini adalah menciptakan slogan-slogan yang mengundang minat publik untuk berkunjung.

Tahap keempat adalah manajemen regulasi dan mobilisasi sumber daya. Sejumlah aktivitas dilakukan dalam tahap ini antara lain perundingan perjanjian perdagangan, kesepakatan akses untuk energi dan diplomasi kawan baik dengan cara ikut organisasi Kawasan yang ada atau membuat kelompok baru.¹⁹

Dari penjelasan diatas, penulis menggunakan Teori Diplomasi Ekonomi dalam menjelaskan peran ITPC dalam meningkatkan ekspor kopi dari Indonesia ke Amerika Serikat. Konsep diplomasi ekonomi dan tahapan-tahapan sebagaimana yang telah dijelaskan diatas merupakan Langkah-langkah dan fungsi ITPC sebagai perwakilan dagang dibawah Lembaga negara Indonesia dalam mendongkrak kepentingan nasional Indonesia yaitu ekspor kopi, sebagai Upaya untuk meningkatkan ekonomi Indonesia. Dengan teori Diplomasi Ekonomi, penulis akan menjelaskan peran dan langkah ITPC dalam Upaya meningkatkan ekspor kopi Indonesia ke Amerika Serikat sesuai tahapan-tahapan yang dijelaskan Kishan S. Rana dalam diplomasi ekonomi.

METODE PENELITIAN

Metode yang penulis gunakan dalam menyusun penelitian ini adalah menggunakan metode kualitatif yang bersifat deskriptif. Metode yang digunakan dengan cara memaparkan, menjelaskan, serta menganalisa data-data yang telah dikumpulkan dari berbagai sumber dengan sumber data sekunder yaitu data yang diambil dari literatur seperti jurnal dan *website* resmi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pasar Kopi Indonesia di Amerika Serikat

Amerika Serikat merupakan salah satu negara dengan tingkat impor kopi terbesar di dunia, yaitu dengan nilai US\$ 5,88 dari 18,9% total impor komoditas kopi di dunia. Kultur konsumsi kopi pada masyarakat di Amerika Serikat menyebabkan tingginya angka permintaan komoditas kopi di negara tersebut. Indonesia sebagai salah satu negara produsen kopi terbesar di dunia, memiliki potensi yang besar untuk menjadi eksportir kopi utama ke Amerika Serikat.²⁰

Ekspor kopi Indonesia ke Amerika Serikat didominasi oleh biji kopi yang tidak digongseng dan tidak dihilangkan kafeinnya, dengan kontribusi mencapai 99,97% (HS 090111 kopi, tidak dipanggang, tidak dekafeinasi). Sementara itu, ekspor biji kopi yang digongseng ke AS hanya sebesar 0,03% (HS 090121 kopi, dipanggang, tidak dekafeinasi). Jika dibandingkan dengan negara tujuan ekspor lainnya, Amerika Serikat masih menjadi negara tujuan

¹⁹ *Op Cit*, hlm. 5-6.

²⁰ Shertina, R. 2019. Diplomasi Kopi: Kebijakan Luar Negeri Indonesia dalam Meningkatkan Kerjasama Ekspor Komoditas Kopi ke Amerika Serikat. *Journal Global & Policy*, Vol. 7, No. 2.

utama ekspor kopi Indonesia, diikuti oleh Jepang, Jerman, Italia, dan Malaysia. Peningkatan ekspor kopi Indonesia ke Amerika Serikat tidak terlepas dari peran pemerintah, petani kopi, serta para pelaku usaha kopi. Banyaknya pihak yang terlibat dalam diplomasi kopi menunjukkan adanya kepentingan berbagai pihak yang dapat memengaruhi kebijakan politik luar negeri Indonesia terhadap Amerika Serikat.²¹

Volume ekspor kopi Indonesia ke Amerika Serikat berfluktuasi setiap tahun dengan rata-rata antara 50.000 hingga 70.000 ton per tahun. Produk kopi Indonesia yang diimpor oleh Amerika Serikat meliputi biji kopi mentah atau green beans, biji kopi panggang (*roasted coffee*), dan kopi olahan. Komoditas kopi Indonesia yang diekspor ke Amerika Serikat sebagian besar berupa biji kopi robusta dan arabika yang akan diproses kembali di Amerika Serikat untuk digunakan sebagai kopi bubuk yang tersedia di outlet kopi. Konsumen Amerika Serikat menyukai kopi Indonesia karena berbagai jenisnya, aroma yang unik, serta rasa yang khas. Beberapa jenis kopi yang diminati di pasar Amerika Serikat antara lain kopi Aceh Gayo, Sumatra Mandheling, Java Estate, Sulawesi Toraja, Bali Kintamani, Flores Bajawa, dan Papua Wamena.²²

²¹ Shertina, R. 2019. Diplomasi Kopi: Kebijakan Luar Negeri Indonesia dalam Meningkatkan Kerjasama Ekspor Komoditas Kopi ke Amerika Serikat. *Journal Global & Policy*, Vol. 7, No. 2.

²² Muis, A. R. C. & Amalia, L. F. 2023. Indonesian Trade Promotion Center (ITPC) Diplomacy in Encouraging Coffee Exports to the United State as Economic Recovery for 2021-2022. *Mediasi Journal of International Relations*, Vol. 4, No. 2.

Volume ekspor kopi Indonesia ke Amerika Serikat pada tahun 2020 hanya mencapai 54.473,7 ton, yang menunjukkan penurunan dibandingkan dengan tahun 2019. Hal ini menunjukkan penurunan harga kopi di pasar internasional pada tahun 2020, dari IDR 68.000/kg sebelum pandemi menjadi IDR 32.000/kg selama pandemi. Selain itu, konsumsi kopi domestik di Amerika Serikat juga menurun karena masyarakat Amerika tidak mengonsumsi kopi sebanyak sebelumnya selama pandemi.²³ Dalam hal ini, pemerintah menetapkan agenda dalam mewujudkan pemulihan ekonomi, yaitu serangkaian kegiatan untuk mendorong pemulihan ekonomi yang terpuruk akibat pandemi Covid-19. Komoditas kopi telah menjadi produk andalan selama krisis ekonomi akibat pandemi Covid-19. Meskipun perdagangan kopi Indonesia ke Amerika Serikat mengalami penurunan selama pandemi, ekspor kopi masih dapat diandalkan karena Amerika Serikat membutuhkan impor kopi untuk memenuhi kebutuhan konsumsi domestiknya.

Peran Indonesian Trade Promotion Center Chicago

Dalam menjalankan fungsi dan tugasnya sebagai perpanjangan tangan Indonesia untuk melakukan kegiatan promosi dan penetrasi pada pasar di Amerika Serikat, ITPC Chicago melakukan serangkaian acara atau program kerja. Sejatinya,

²³ Muis, A. R. C. & Amalia, L. F. 2023. Indonesian Trade Promotion Center (ITPC) Diplomacy in Encouraging Coffee Exports to the United State as Economic Recovery for 2021-2022. *Mediasi Journal of International Relations*, Vol. 4, No. 2.

ITPC Chicago berperan untuk melakukan promosi pada komoditas-komoditas non-migas Indonesia melalui kunjungan, pameran, kegiatan promosi, dan lain-lain. Pada komoditas kopi, terdapat beberapa peran yang dilakukan ITPC Chicago untuk melakukan promosinya.

Dalam menanggapi krisis harga dan keberadaan kopi Indonesia di masa depan, ITPC Chicago memulai inisiatif untuk membangun kemitraan yang saling menguntungkan antara para pemanggang kopi, kafe, pelaku kopi, aktor terkait Indonesia, serta pihak-pihak yang melihat keuntungan bersama dalam bisnis kopi. Sebagai latar belakang, Chicago yang sebelumnya kurang mengenal kopi Indonesia bahkan tidak memiliki pengalaman, ITPC Chicago telah mengimplementasikan strategi yang tidak statis dengan memperkenalkan kopi Indonesia lebih dekat kepada pembeli potensial. Pembeli potensial tersebut meliputi importir untuk komersial dalam jumlah besar (*Full Container Loaded*), sertifikasi komersial dan specialty (*Less/Full Container Loaded-L/FCL*); kafe dan pemanggang kopi untuk kualitas lebih kecil dengan harga lebih tinggi (*Micro Lot*); pedagang untuk distribusi, dan pihak-pihak yang mungkin tertarik dalam bisnis kopi. Warga Amerika, Indonesia, atau keluarga dengan koneksi Indonesia dipersilakan untuk berpartisipasi sebagai diaspora Indonesia.²⁴

Strategi ITPC Chicago menjadi strategi yang dinamis dan fleksibel untuk kopi Indonesia di pasar AS. Acara Indonesia Coffee Diaspora telah membawa Asal Usul

Kopi Indonesia ke meja para pelaku di Chicago dalam format Mini Expo dan seminar karena pembatasan situasi pandemi, serta sebagai pilot project. Acara ini dihadiri oleh 27 peserta dari roastery, kafe, dan perusahaan, yang pasti akan memberikan masukan berharga untuk kopi Indonesia dalam hal Promosi (paparan publik tentang profil asal usul kopi Indonesia), Penyaluran (*Micro Roaster & Café* ke asal usul kopi), Agregasi Kopi (Micro lot atau banyak asal usul dalam satu lot), yang akan membawa harga yang kompetitif atau harga yang diterima dan wajar di pasar.²⁵

Melalui acara Diaspora Coffee Indonesia-Chicago, terdapat beberapa sesi yang bertujuan untuk memperkenalkan masyarakat Chicago dengan kopi, khususnya kopi-kopi spesialti Indonesia. Hal tersebut dilakukan dengan sesi *cupping* atau testimoni aroma dan rasa dari suatu biji kopi, hingga diskusi mengenai originalitas kopi Indonesia dan karakteristiknya.

Sampel kopi telah dikurasi oleh Tim *Gayo Cuppers*, sebuah Tim Kontrol Kualitas Independen yang berbasis di Gayo, Aceh Tengah, pada bulan April 2021. Sampel-sampel tersebut berasal dari Koperasi dan Pemasok Individu yang bersedia untuk berpartisipasi. Sampel yang berhasil adalah kopi dengan skor di atas 80, tanpa cacat mayor maupun minor. ITPC Chicago telah merancang sebuah selebaran sebagai alat pemasaran yang memuat informasi tentang Agri-klimatologi asal usul, jejak *traceability*, dan profil masing-masing kopi.²⁶

²⁵ *Ibid.*

²⁶ ITPC Chicago. 2021. *Indonesia Coffee Diaspora: From Origins to Global Market; from Farmer to Cup.*

²⁴ ITPC Chicago. 2021. *Indonesia Coffee Diaspora: From Origins to Global Market; from Farmer to Cup.*

Sebagian besar peserta lokal belum pernah mengunjungi Indonesia atau mengalami kopi Indonesia secara langsung sebelumnya, sehingga untuk mendekatkan Indonesia, selebaran ini dirancang untuk membawa nuansa Indonesia; alam, masyarakat, budaya, petani, proses, makanan, transportasi, dan aktivitas yang ada di setiap asal usul kopi Indonesia. Didukung oleh spesialis Rantai Nilai Kopi Indonesia dan QGrader bersertifikat, petani, serta pengolah kopi sebagai narasumber untuk mengonfirmasi dan berbagi pengetahuan tentang kopi Indonesia.²⁷

Strategi Diplomasi Ekonomi Indonesian Trade Promotion Center Chicago Dalam Meningkatkan Ekspor Kopi Indonesia

Diplomasi ekonomi sebagaimana yang dijelaskan oleh Kishan S. Rana, merupakan sebuah proses ketika negara masuk ke dalam sistem internasional, untuk memaksimalkan pendapatan nasional pada segala aktivitas lapangan, termasuk pertukaran dagang, investasi, dan bentuk lain dari pertukaran yang menguntungkan secara ekonomi; pada dimensi kerjasama bilateral, regional dan multilateral, yang masing-masing penting. ITPC Chicago dalam hal ini menjalankan peran, fungsi dan tugasnya sebagai lembaga dibawah Kementerian Perdagangan Republik Indonesia untuk melakukan penetrasi pasar internasional dan promosi komoditas non-migas milik Indonesia.

Dalam praktiknya, Kishan S. Rana juga menjelaskan diplomasi ekonomi melewati serangkaian

tahapan atau proses. Kontekstualisasi strategi diplomasi ekonomi ITPC Chicago sebagaimana konsep diplomasi ekonomi yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Salesmanship Economy

Pada tahap ini, pemerintah berperan sebagai penjual karena ada peluang yang terbuka di negara tujuan. Dalam tahap ini, perwakilan pemerintah bertugas melayani perusahaan swasta dan badan usaha negara untuk mendapatkan proyek atau kesepakatan perdagangan. ITPC Chicago pada tahun 2022 mengikuti sebuah pameran kopi terbesar di Amerika Serikat yang bernama *Specialty Coffee Expo* (SCE). Peserta pameran yang terdiri dari sekitar 406 stan melibatkan pemasok biji kopi hijau, pengolah kopi, produsen kopi olahan, dan produsen peralatan penyeduh kopi dari berbagai negara. Paviliun Indonesia, yang bernama "Remarkable Indonesia Coffee", didukung oleh Kedutaan Besar Republik Indonesia (KBRI) di New York, KBRI di Washington DC, ITPC Los Angeles, dan ITPC Chicago. Selain itu, lembaga perbankan Indonesia seperti BRI, BNI, dan Mandiri juga berpartisipasi dalam fasilitasi bisnis dengan memasukkan UMKM Muniru Coffee Gayo dalam pameran ini. Di antara 6 pelaku bisnis yang menerima fasilitasi dari pemerintah adalah Java Halu Coffee, PT Sanika Indonesia Sukses, Caldera Coffee, Cokelatin Indonesia, Hiro, dan Cocotree, serta PT Delifru Utama Indonesia. Varian kopi spesialti yang dipamerkan mencakup kopi Gayo, Lintong, Solok, Toraja, Java Preanger, Flores, dan Kintamani. Pada hari pertama, jumlah transaksi perdagangan kopi di paviliun Indonesia mencapai nilai

²⁷ *Ibid.*

Rp.17,2 miliar. Hal ini menunjukkan bahwa produk kopi Indonesia cukup diminati di Amerika Serikat. Kontribusi ITPC dalam fasilitasi bisnis di pameran kopi ini memiliki implikasi terhadap rantai pasokan ekspor kopi ke Amerika Serikat.²⁸

Jaringan Ekonomi dan Advokasi

Jaringan yang dibangun oleh diplomat di negara tujuan memungkinkan perdagangan dan meningkatkan kunjungan wisatawan ke negara diplomat. Efektivitas tahap ini didukung oleh kamar dagang industri, lembaga pemikiran, dan organisasi non-pemerintah. ITPC berperan dalam advokasi bisnis melalui layanan konsultasi bisnis dan bantuan negosiasi. Sebagai upaya untuk mendorong ekspor kopi, ITPC berperan dalam melindungi kepentingan bisnis Indonesia guna mendorong ekspor kopi melalui dukungan layanan konsultasi dalam proses legislasi yang berlaku di Amerika Serikat. ITPC Chicago mengadakan webinar yang berisikan sosialisasi kepada jaringan ekonomi eksportir kopi Indonesia mengenai hal-hal yang perlu diperhatikan dalam proses ekspor kopi ke Amerika Serikat. Dalam hal ini, ITPC terlibat dalam upaya advokasi bisnis yang berperan sebagai penasihat dengan memberikan informasi produk di pasar Amerika Serikat kepada peserta webinar yang terdiri dari UMKM. Layanan advokasi bisnis yang disediakan oleh ITPC dalam acara webinar ini dapat dimanfaatkan oleh UMKM di sektor kopi Indonesia untuk memberikan

informasi mengenai prosedur ekspor serta memberikan konsultasi tentang kemasan produk dan standar pelabelan yang sesuai dengan standar yang diterapkan di Amerika Serikat. Dalam hal ini, ITPC berperan sebagai penyedia layanan konsultasi bagi pelaku bisnis Indonesia sebagai upaya untuk mendorong ekspor kopi guna menciptakan daya saing di pasar Amerika Serikat.²⁹

Pembangunan Citra

Pembangunan citra ini krusial dalam untuk membentuk persepsi atau citra yang baik terhadap komoditas yang ingin dipromosikan, sehingga meningkatkan minat beli dari importir maupun masyarakat di negara tujuan. ITPC Chicago menerbitkan *market brief* atau ringkasan berupa leaflet infografis pasar kopi sebagai bentuk layanan informasi pasar kopi di Amerika Serikat, khususnya di wilayah Chicago. Data yang disajikan berupa kondisi pasar kopi di Amerika Serikat untuk produk kopi asal Indonesia. Chicago merupakan wilayah strategis bagi perdagangan kopi Indonesia karena kawasan ini memiliki tingkat konsumsi kopi yang tinggi. Sebagian besar konsumsi kopi di Amerika Serikat adalah jenis arabika berkualitas tinggi hingga jenis kopi spesialti. Posisi Indonesia sebagai produsen kopi spesialti memberikan peluang untuk meningkatkan daya saing ekspor di pasar kopi Amerika Serikat, karena Indonesia dikenal sebagai produsen kopi spesialti terkemuka di dunia. Upaya ITPC dalam menerbitkan laporan ringkasan pasar kopi bertujuan untuk memberikan

²⁸ Muis, A. R. C. & Amalia, L. F. 2023. Indonesian Trade Promotion Center (ITPC) Diplomacy in Encouraging Coffee Exports to the United State as Economic Recovery for 2021-2022. *Mediasi Journal of International Relations*, Vol. 4, No. 2.

²⁹ ITPC Chicago. News. Dilansir dari [ITPC | Indonesian Trade Promotion Center](https://www.itpc.org/) diakses pada 28 Januari 2025.

gambaran makro mengenai pasar kopi di Amerika Serikat.³⁰

Manajemen Regulasi dan Mobilisasi Sumber Daya

Sejumlah aktivitas dilakukan dalam tahap ini antara lain perundingan perjanjian perdagangan, kesepakatan akses dan diplomasi dengan cara ikut organisasi pada kawasan yang ada atau membuat kelompok baru. Dalam hal ini ITPC Chicago melalui acara *Indonesia Coffee Diaspora* membangun hubungan koperatif antara pelaku bisnis Indonesia dan mitra dagang di Amerika Serikat, komunikasi yang baik sangat diperlukan untuk menjaga kepercayaan antara kedua belah pihak. Dalam hal ini, ITPC Chicago memperkuat eksistensi kopi Indonesia melalui pendekatan dialog pada acara *Indonesia Coffee Diaspora* yang diselenggarakan pada 15 Juli 2021. Acara tersebut merupakan kolaborasi dengan komunitas diaspora kopi Indonesia yang berada di Chicago, Amerika Serikat, untuk memperkuat kehadiran produk kopi Indonesia di pasar Amerika Serikat. Selama acara tersebut, terdapat 27 peserta yang terdiri dari importir kopi dalam jumlah besar (komersial), manajer kedai kopi dan pemanggang kopi, pedagang untuk distribusi, serta aktor lain yang tertarik pada bisnis kopi.³¹

Dampak Diplomasi Ekonomi Indonesian Trade Promotion Center Chicago Terhadap Ekspor Kopi Indonesia ke Amerika Serikat

³⁰ ITPC Chicago. News. Dilansir dari [ITPC | Indonesian Trade Promotion Center](https://www.itpc-chicago.org/) diakses pada 28 Januari 2025.

³¹ ITPC Chicago. 2021. *Indonesia Coffee Diaspora: From Origins to Global Market; from Farmer to Cup*.

Perkembangan ekspor kopi Indonesia ke Amerika Serikat mengalami hambatan pada masa pandemi Covid-19. Ekspor kopi Indonesia mengalami perkembangan pada tahun 2021 pada masa transisi, salah satu yang signifikan adalah ke Amerika Serikat. Produksi kopi Indonesia pada tahun 2022 mencapai 786,19 ribu ton, yang menunjukkan peningkatan sebesar 1,31% dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Dalam hal ekspor kopi, Indonesia mengalami kenaikan sebesar 40% dengan Amerika Serikat sebagai tujuan utama ekspor kopi. Pada tahun 2021, ekspor kopi Indonesia ke Amerika Serikat tercatat sebanyak 57.694 ton dengan nilai ekspor sebesar 194.769 USD. Meskipun nilai transaksi mengalami penurunan sekitar 3,75% dibandingkan dengan tahun 2020, peningkatan produksi kopi Indonesia berhasil mendukung volume ekspor kopi.³²

Pertumbuhan volume ekspor kopi dipicu oleh meningkatnya permintaan kopi dari Amerika Serikat, karena produksi kopi di negara-negara besar seperti Brasil dan Kolombia, yang merupakan pemasok kopi terbesar ke Amerika Serikat, mengalami penurunan akibat cuaca buruk. Kelangkaan kopi akibat penurunan produksi di negara-negara tersebut menyebabkan harga kopi dunia meningkat pada tahun 2021.³³

³² Muis, A. R. C. & Amalia, L. F. 2023. Indonesian Trade Promotion Center (ITPC) Diplomacy in Encouraging Coffee Exports to the United State as Economic Recovery for 2021-2022. *Mediasi Journal of International Relations*, Vol. 4, No. 2.

³³ Kementerian Pertanian. 2023. Buku Outlook Komoditas Perkebunan Kopi. *Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian, Sekretariat Jenderal Kementerian Pertanian*.

Pada tahun 2022, ekspor kopi ke Amerika Serikat menunjukkan penurunan volume dibandingkan dengan tahun 2021. Hal ini disebabkan oleh penurunan permintaan kopi dari Amerika Serikat terhadap negara-negara penghasil kopi dunia, termasuk Indonesia. Namun, dari segi nilai ekspor kopi, terjadi peningkatan sebesar 37,62% dengan nilai perolehan sebesar 268,46 juta USD.³⁴ Peningkatan ekspor kopi ke Amerika Serikat yang menghasilkan transaksi potensial tidak terlepas dari hasil kinerja ITPC Los Angeles dan ITPC Chicago dalam mendorong ekspor nasional. ITPC berkontribusi dalam mendorong rantai ekspor kopi ke Amerika Serikat melalui strategi promosi ekspor dalam acara pameran kopi, memperluas jaringan bisnis antara eksportir dan importir di Amerika Serikat, serta memberikan layanan informasi pasar berupa laporan pasar kopi.

Pada tahun 2022, kinerja ekspor kopi Indonesia secara keseluruhan mengalami peningkatan yang cukup signifikan dengan kenaikan sebesar 12,92% dibandingkan tahun sebelumnya, dengan nilai ekspor kopi Indonesia mencapai 1.136.296,3 USD yang meningkat sebesar 33,78% dibandingkan dengan tahun 2021. Negara tujuan ekspor kopi pertama bagi Indonesia adalah Amerika Serikat. Dalam hal ini, Amerika Serikat sebagai negara pengimpor kopi terbesar, Indonesia berkontribusi sebagai penyumbang surplus perdagangan komoditas non-migas terbesar yang menyumbang 9,14% dari total perdagangan kedua

negara.³⁵ Upaya yang dilakukan oleh ITPC dalam mendorong ekspor kopi ke Amerika Serikat menunjukkan tren positif, seperti yang terlihat dari peningkatan ekspor kopi ke Amerika Serikat pada tahun 2021-2022.

SIMPULAN

Komoditas kopi di Indonesia merupakan salah satu komoditas unggulan yang banyak di ekspor ke negara-negara luar. Indonesia merupakan produsen kopi terbesar di dunia ke-4. Salah satu negara tujuan ekspor kopi Indonesia adalah Amerika Serikat, dengan tingkat impor kopi Indonesia yang fluktuatif namun tetap tinggi setiap tahunnya. Hal ini dikarenakan pasar domestik Amerika Serikat yang secara rutin mengkonsumsi kopi, menyebabkan tingginya permintaan terhadap biji kopi. Kopi dari Indonesia pun, yang tergolong kopi spesialti, banyak diminati oleh masyarakat di Amerika Serikat.

Ekspor kopi Indonesia mengalami beberapa hambatan seperti pandemi Covid-19, perubahan harga kopi di pasar Indonesia yang dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti reformasi pasar lokal, keberadaan agen perluasan publik, harga internasional yang tinggi, dan tuntutan sertifikasi dari pembeli internasional. Namun, produksi kopi terkendala oleh masalah seperti kurangnya bibit unggul, cuaca buruk, dan serangan penyakit. Selain itu, masalah institusional seperti keterbatasan tabungan serta kurangnya integrasi vertikal dan

³⁴ *Ibid.*

³⁵ Ananda, A. N., Azzahra, T. A., Susanti, W., Wikansari, R. 2023. Analisis Daya Saing Ekspor Kopi Indonesia pada Pasar Internasional. *Jurnal Agrodix*, Vol. 7, No. 1.

pelacakan juga turut menjadi hambatan.

Indonesian Trade Promotion Center (ITPC) dalam hal ini bertugas sebagai lembaga resmi Indonesia untuk melakukan penetrasi ke dalam pasar negara tujuan dan melakukan kegiatan-kegiatan promosional yang dapat meningkatkan minat dan pengetahuan terhadap komoditas Indonesia. Dalam hal ini, ITPC Chicago berperan untuk mempromosikan dan menembus pasar kopi di Amerika Serikat, dengan serangkaian tahapan diplomasi ekonomi yang dilakukan seperti *salesmanship economy*, membentuk jaringan ekonomi dan advokasi, pembentukan citra, serta manajemen regulasi dan mobilisasi sumber daya. Hasilnya, terdapat peningkatan terhadap ekspor kopi Indonesia ke Amerika Serikat, karena ITPC Chicago dalam hal ini berkontribusi dalam mendorong rantai ekspor kopi ke Amerika Serikat melalui strategi promosi ekspor dalam acara pameran kopi, memperluas jaringan bisnis antara eksportir dan importir di Amerika Serikat, serta memberikan layanan informasi pasar berupa laporan pasar kopi.

DAFTAR PUSTAKA

Athfinda Widis Hapsari. Halifa Haqqi. "Peran Promosi Ekspor Indonesia Trade Promotion Center (ITPC) Chicago dalam Perdagangan Bilateral Indonesia-Amerika Serikat Tahun 2009-2014". *Jurnal Transformasi* No. 28 Tahun 2015, Vol. II. Hlm. 206

Ananda, A. N., Azzahra, T. A., Susanti, W., Wikansari, R. 2023. Analisis Daya Saing Ekspor Kopi Indonesia pada

Pasar Internasional. *Jurnal Agrogadix*, Vol. 7, No. 1.

Asep Setiawan, Endang Sulastri, Eka Aprianto, Iqbal Maulana, "Analisis Diplomasi Ekonomi Indonesia ke Asia Tengah". *Jurnal Universitas Muhammadiyah Jakarta*. E-ISSN: 2745-6080, 2020. Hlm. 4.

H. Hervinaldy, "Strategi Pemerintah Indonesia dalam Meningkatkan Ekspor Kopi ke Amerika Serikat". *Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau*, 2017. Hlm. 1

International Coffee Organization, World Coffee Statistics Database, 2020.

ITPC Chicago. *News*. Dilansir dari [ITPC | Indonesian Trade Promotion Center](#) diakses pada 28 Januari 2025.

ITPC Chicago. 2021. *Indonesia Coffee Diaspora: From Origins to Global Market; from Farmer to Cup*.

Jimmy Hasoloan, "Peranan Perdagangan Internasional dalam Produktifitas dan Perekonomian" *Edunomic, Jurnal Ilmiah Pendidikan Ekonomi*, Volume 1 Nomor 2, September 2013. Hlm 1-2.

Karina Nilu Fari, Ma'mun Murod, "Peran Indonesia Trade Promotion Centre Dalam Meningkatkan Perdagangan Indonesia di Luar Negeri". *Jurnal Politik Indonesia dan Global Program Studi Ilmu Politik, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Jakarta*, Vol. 1 No. 1 April 2020. hlm. 58.

- Kementerian Pertanian. 2023. Buku Outlook Komoditas Perkebunan Kopi. *Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian, Sekretariat Jenderal Kementerian Pertanian*.
- Kishan S. Rana, "Economic Diplomacy in India: A Practitioner's Perspective". *International Studies Perspectives*, Vol. 5, pp 66-70.
- Muis, A. R. C. & Amalia, L. F. 2023. Indonesian Trade Promotion Center (ITPC) Diplomacy in Encouraging Coffee Exports to the United State as Economic Recovery for 2021-2022. *Mediasi Journal of International Relations*, Vol. 4, No. 2.
- Nicholas Bayne & Stephen Woolcock. 1988. *The New Economic Diplomacy: What is Economic Diplomacy?*. Published by Routledge, 1st edition.
- Peraturan Ekspor. Gabungan Eksportir Kopi Indonesia (GAEKI). Anggota KADIN INDONESIA No. 20500-12.000098
- Shertina, R. 2019. Diplomasi Kopi: Kebijakan Luar Negeri Indonesia dalam Meningkatkan Kerjasama Ekspor Komoditas Kopi ke Amerika Serikat. *Journal Global & Policy*, Vol. 7, No. 2.
- Suhela Putri Nasution, Tavi Supriana, Iskandarini, Rulianda Purnomo Wibowo. "Faktor-faktor yang Mempengaruhi Ekspor Kopi Indonesia di Pasar Amerika Serikat". Seminar Nasional dalam Rangka Dies Natalis ke-47 UNS Tahun 2023, p-ISSN: 2620-8512. hlm. 70
- Vinsensio Dugis. 2016. *Teori Hubungan Internasional Perspektif-Perspektif Klasik*. Diterbitkan oleh Cakra Studi Global Strategis (CSGS) Gedung B FISIP Unair. hlm. 61.
- World Trade Organization, World Trade Statistical Review*, 2020.
- Yessi Olivia, "Level Analisis Sistem dan Teori Hubungan Internasional". *Jurnal Transnasional*, Vol. 5, No. 1, 2013. Hlm. 899