

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Hubungan bilateral adalah sebuah kegiatan diplomasi yang dilaksanakan antara satu negara dengan negara lainnya. Suatu negara akan menjalin hubungan bilateral dengan negara lain sebagai sebuah cara untuk membentuk dan mempererat hubungan antara satu sama lain serta untuk menguatkan posisi di dunia internasional yang nantinya dapat berguna untuk mencapai tujuan-tujuan nasional. Fokus utamanya adalah menjalankan aktivitas yang dapat menguntungkan kedua belah pihak, baik dari segi ekonomi, politik, dan lain sebagainya.

Sebagai salah satu negara yang memiliki sumber daya yang melimpah, Indonesia akan selalu melaksanakan hubungan bilateral dengan negara lain melalui jalur perdagangan untuk mencapai tujuan nasionalnya, seperti memperluas pasar serta meningkatkan pertumbuhan ekonomi. Salah satu sumber daya milik Indonesia yang termasuk ke dalam komoditas perdagangan teratas adalah kopi. Menurut data dari FAO (2022), pada tahun 2022, Indonesia termasuk ke dalam salah satu negara penghasil kopi terbanyak nomor 4 di dunia dengan capaian hasil sebesar 761 ribu ton. Dalam dunia perdagangan internasional pun, Indonesia merupakan salah satu eksportir utama kopi yang pada tahun 2022 telah mengekspor kopi sebanyak 434,19 ribu ton ke berbagai negara di dunia (BPS, 2023).

Selanjutnya, berdasarkan pada Peraturan Menteri Perdagangan No. 10 Tahun 2011, komoditas ekspor kopi tersebut diklasifikasikan kembali menjadi dua jenis, yaitu biji kopi dan produk olahan kopi, seperti ekstrak, esens, dan konsentrat

kopi serta kopi instan. Guna semakin memanfaatkan sumber daya kopi yang melimpah serta meningkatkan keuntungan, Indonesia pun mulai berfokus pada ekspor produk olahan kopi. Produk olahan kopi tersebut memiliki daya saing yang tinggi karena adanya peningkatan konsumsi kopi dunia, keragaman jenis kopi, serta popularitas kopi Indonesia di dunia internasional. Walaupun produk olahan kopi milik Indonesia terbilang baru dalam pasar internasional, tetapi produk tersebut sudah menjadi salah satu produk ekspor unggulan yang tiap tahunnya selalu mengalami surplus dan peningkatan yang cukup pesat. Pada tahun 2013, Indonesia hanya dapat mengekspor olahan kopi sebanyak 15.071 kg dengan harga riil produk sebesar US\$24.164, tetapi, pada tahun 2023, ekspor produk tersebut mengalami peningkatan yang signifikan, yaitu sebanyak 189.312.877 kg dengan harga riil produk sebesar US\$582.337.755.

Tabel 1. 1 Perbandingan Ekspor Olahan Kopi Indonesia Secara Keseluruhan di Tahun 2013 dan 2023

	2013	2023
Berat Bersih (Kg)	15.071	189.312.877
Nilai FOB (US \$)	24.164	582.337.755

Sumber: Badan Pusat Statistik – Indonesia

Negara-negara tujuan utama dari ekspor produk olahan kopi sendiri diantaranya adalah kawasan Asia Tenggara, China, dan Uni Emirat Arab. Di kawasan Asia Tenggara, Filipina merupakan negara tujuan ekspor produk olahan kopi Indonesia yang utama. Pada tahun 2016 hingga tahun 2017, Negara Filipina merupakan destinasi pasar ekspor ekstrak kopi dan teh Indonesia dengan pertumbuhan tercepat, yaitu sebesar US\$45,6 juta (OEC, 2023). Bila dibandingkan

dengan negara-negara di kawasan Asia Tenggara lainnya, seperti Thailand, Singapura, Malaysia, Myanmar, Kamboja, Brunei Darussalam, dan Vietnam, volume ekspor komoditas olahan kopi Indonesia di Filipina jumlahnya jauh lebih tinggi dari tahun ke tahun.

Tabel 1. 2 Perbandingan Volume Ekspor Olahan Kopi Indonesia di Kawasan Asia Tenggara Periode Tahun 2014-2017 (kg)

Negara	Tahun (Periode Januari-Oktober)			
	2014	2015	2016	2017
Brunei Darussalam	0	297.805	203.749	219.939
Filipina	0	63.677.060	89.964.238	106.883.787
Kamboja	0	54.907	17.831	16.607
Malaysia	42.875	16.875.840	17.025.939	17.753.875
Myanmar	0	77.708	96.252	119.956
Singapura	0	2.271.913	2.252.503	2.574.958
Thailand	0	2.546.600	5.084.953	1.544.951
Vietnam	0	660.588	779.828	724.960

Sumber: Badan Pusat Statistik - Indonesia

Selain itu, menurut pernyataan Presiden Jokowi pada saat melakukan kunjungan kerja ke Filipina, pada 10 Januari 2024, yaitu investasi perusahaan Indonesia di Filipina, terutama pada perusahaan Kopiko Philippines Corporation (KPC) yang bergerak dibawah PT Mayora Indah Tbk., telah berhasil menguasai kurang lebih 50% pasar kopi di Filipina (Asiatoday, 2024). Budaya konsumsi kopi

masyarakat Filipina lah yang menjadi alasan tingginya angka ekspor komoditas olahan kopi Indonesia. Berdasarkan data dari Kantar Worldpanel (2015), pembelian kopi instan di Filipina telah mengalami peningkatan dari semula 11% di tahun 2014 menjadi 15% di tahun 2015. Selain itu, 93% dari masyarakat Filipina membeli kopi instan setidaknya satu kali dalam seminggu.

Walaupun komoditas kopi Indonesia telah berhasil menembus pasar Filipina dengan hasil yang cukup memuaskan, tetapi ekspornya masih belum dapat termaksimalkan. Sebab, sejak tahun 2018, Filipina telah menetapkan *Special Safeguard (SSG) Duty* sebesar 10-18% untuk beberapa produk ekspor agrikultur termasuk segala jenis produk kopi. Akibatnya, produk kopi Indonesia yang diekspor ke Filipina pun ikut terdampak. PT Mayora Indah Tbk. sebagai salah satu eksportir kopi terbesar ke Filipina menderita kerugian sebesar US\$ 16 Juta yang diakumulasi dari penetapan kebijakan SSG pada bulan Agustus 2018 hingga awal tahun 2019. Oleh sebab itu, pemerintah Indonesia perlu melaksanakan berbagai upaya agar dapat mendorong kembali ekspor olahan kopi Indonesia ke Filipina.

Tabel 1. 3 Volume Ekspor Olahan Kopi Indonesia ke Filipina Periode 2016-2023 (kg)

Negara	Tahun			
	2016	2017	2018	2019
	89.964.238	106.883.787	143.965.854	124.506.419
	Tahun			

Filipina	2020	2021	2022	2023
	181.881.034	147.235.709	133.751.328	106.054.644

Sumber: Badan Pusat Statistik - Indonesia

Terdapat beberapa penelitian terdahulu mengenai upaya diplomasi komersial dan korelasinya terhadap ekspor. Angela & Suryadipura (2023) membahas mengenai upaya diplomasi komersial Indonesia ke Brazil untuk meningkatkan ekspor minyak kelapa sawit pada tahun 2019-2021 dengan menggunakan kerangka kerja *input-throughput-output*. *Input* atau faktor-faktor yang mendasari terjadinya upaya diplomasi komersial tersebut adalah tingginya produksi kelapa sawit Indonesia, peluang pasar yang tinggi di daerah Amerika Latin, serta pandangan positif dari komunitas bisnis Indonesia. Lalu, *throughput* nya adalah upaya-upaya aktual yang dilakukan oleh Indonesia, seperti pelaksanaan kegiatan *joint study*, penginisiasian forum INA-LAC, dan lain sebagainya. Terakhir, *output* atau dampak yang muncul akibat diplomasi komersial yang dijalankan dapat terlihat dari segi ekonomi dan politik, seperti peningkatan ekspor minyak kelapa sawit ke Brazil serta perbaikan citra kelapa sawit.

Kemudian, Wulandari & Suryadipura (2021) membahas mengenai diplomasi komersial yang dilakukan oleh Indonesia dengan Australia melalui IA-CEPA pada masa kepresidenan Joko Widodo di tahun 2014-2019. Penelitian ini mengkaji tentang faktor pembentuk tujuan, tujuan aktivitas, serta hasil dari diplomasi komersial yang dijalankan berdasarkan pada kerangka konversi diplomasi komersial Reuvers dan Ruel. Diplomasi komersial melalui perjanjian IA-CEPA diantaranya dilatarbelakangi oleh pertumbuhan ekspor dan impor pada

pemerintahan Jokowi dan pandangan negatif kelompok bisnis antarnegara dengan tujuan antara lain untuk meningkatkan nilai kompetitif dan *Foreign Direct Investment* (FDI) antara Indonesia dan Australia. Pemerintah Indonesia dalam hal ini berusaha melakukan upaya diplomasi komersial, seperti dengan melaksanakan *joint scientific research*, pengadaan Indonesia Australia Business Summit serta Trade Expo Indonesia, dan lain sebagainya. Hasil yang dapat dilihat dari upaya tersebut adalah peningkatan investasi dalam berbagai sektor, peningkatan perdagangan dari beberapa komoditas tertentu, dan lain sebagainya.

Lalu yang terakhir, Rokhaniya et al. (2022) membahas mengenai upaya diplomasi komersial yang dilakukan Konsulat Jenderal Republik Indonesia (KJRI) Kuching untuk mengembangkan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) industri pengolahan Indonesia di Malaysia pada tahun 2018-2019 menggunakan kerangka diplomasi komersial Naray (2014) yang meliputi peran aktor sebagai *facilitation*, *advisory*, *representation*. Sebagai fasilitator, KJRI Kuching membantu mempromosikan UMKM serta menghubungkan dengan mitra. Lalu sebagai *advisor*, KJRI Kuching membantu UMKM melalui pengadaan survey produk serta menjembatani komunikasi dengan pemerintahan setempat. Terakhir, sebagai *representasi*, KJRI Kuching bertindak sebagai perwakilan dan berusaha membangun citra yang baik untuk UMKM Indonesia, baik saat kunjungan, pameran, dan lain sebagainya.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian-penelitian terdahulu adalah hingga saat ini belum ada penelitian yang membahas mengenai upaya diplomasi komersial pemerintah Indonesia, khususnya untuk mendorong ekspor olahan kopi

ke Filipina. Aspek kebaruan dalam penelitian ini adalah dari segi wilayah kajian diplomasi komersial, yaitu Negara Filipina serta fenomena penelitian berupa ekspor olahan kopi Indonesia ke Filipina pada periode 2018-2023.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka muncullah rumusan masalah “*Bagaimana upaya pemerintah Indonesia dalam mendorong ekspor olahan kopi ke Filipina melalui diplomasi komersial?*”

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, penelitian ini memiliki dua tujuan, yaitu tujuan umum dan tujuan khusus. Tujuan umum dan khususnya adalah sebagai berikut:

1.3.1 Tujuan Umum

Secara umum, penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui upaya-upaya yang telah dilakukan oleh Indonesia untuk mendorong ekspor olahan kopi ke Filipina pada periode 2018-2023.

1.3.2 Tujuan Khusus

Untuk mengetahui upaya pendorong ekspor olahan kopi Indonesia ke Filipina pada periode 2018-2023 secara lebih mendalam melalui analisa aktivitas utama dari sudut pandang bisnis dan aktivitas pendukung dari sudut pandang pemerintah berdasarkan pada konsep *value chain of commercial diplomacy* milik Kostecki & Naray.

1.4 Kerangka Pemikiran

Dalam penelitian ini, terdapat dua teori yang digunakan untuk menganalisis rumusan masalah di atas, yaitu teori diplomasi komersial dan konsep *value chain of commercial diplomacy* yang dirumuskan oleh Kostecki & Naray.

1.4.1 Diplomasi Komersial

Diplomasi komersial adalah sebuah aktivitas diplomasi yang ditujukan kepada komunitas bisnis untuk meningkatkan dan mengembangkan aspek-aspek yang dapat menguntungkan dari segi bisnis internasional. Aktivitas diplomasi ini biasanya dilaksanakan oleh diplomat yang diutus oleh sebuah negara untuk melaksanakan berbagai upaya di berbagai aspek, seperti perdagangan, investasi, dan pariwisata yang dapat mendukung kemajuan bisnis negara tersebut di dunia internasional (Kostecki & Naray, 2007). Seringkali, diplomasi komersial dianggap sebagai bagian dari diplomasi ekonomi. Namun, kedua aktivitas diplomasi tersebut merupakan dua hal yang berbeda. Diplomasi ekonomi lebih berfokus pada pertanyaan-pertanyaan perihal kebijakan ekonomi termasuk aktivitas delegasi pada konferensi-konferensi yang diselenggarakan oleh organisasi internasional, misalnya seperti World Trade Organization (WTO). Pada diplomasi ini, suatu negara akan menggunakan sumber daya ekonominya sebagai penghargaan atau sanksi yang ditujukan untuk mencapai tujuan kebijakan luar negeri tertentu (Berridge & James, 2003). Sementara itu, diplomasi komersial lebih berfokus pada peran pemerintah dalam melakukan aktivitas diplomasi yang dapat mendukung

sektor bisnis dan finansial dari negara tersebut untuk mencapai tujuan nasional (Saner & Yiu, 2006).

Menurut Kostecki & Naray (2007), dalam menjalankan aktivitas diplomasi komersial, diplomat yang ditugaskan oleh suatu negara akan melaksanakan dua bentuk kegiatan, yaitu kegiatan utama (*promotion of Foreign Direct Investments (FDIs), trade, and tourism*, kerja sama di bidang riset dan teknologi, serta advokasi bagi komunitas bisnis nasional) dan pendukung (*intelligence, networking, kampanye untuk meningkatkan citra, dukungan dalam negosiasi bisnis, implementasi kontrak, dan pemecahan masalah*). Nantinya, diplomat yang diutus akan terlibat dalam kegiatan-kegiatan utama yang berhubungan dengan pemasaran, misalnya seperti promosi perdagangan pada pameran atau konferensi. Kemudian, untuk melancarkan upaya kegiatan-kegiatan utama tersebut, diplomat diharuskan untuk melakukan kegiatan pendukung. Diantara seluruh kegiatan pendukung yang telah disebutkan, kegiatan terpenting pada diplomasi komersial adalah *intelligence* atau proses pengumpulan informasi serta pengelolaan pertanyaan terkait bisnis dengan berbagai pihak dari negara asal dan negara tujuan. Nantinya, selain melaporkan informasi yang telah dikumpulkan kepada negara asal, diplomat juga akan menyalurkan informasi tersebut kepada perusahaan yang membutuhkan.

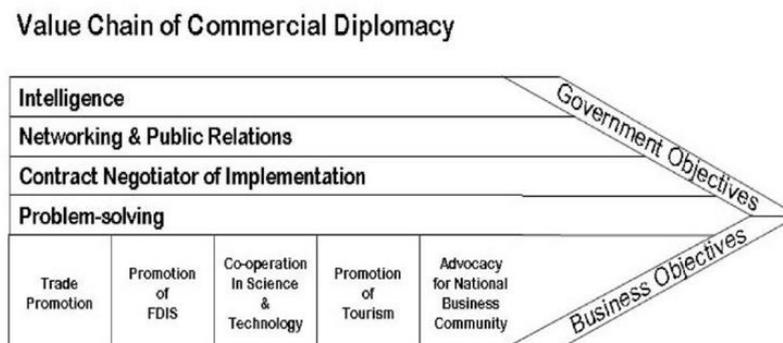
Seringkali para ahli mengkritik pelaksanaan diplomasi komersial karena persepsi buruk terhadap pemerintah ataupun ditakutkan hasilnya nanti tidak akan sesuai dengan harapan. Namun, bila dibandingkan dengan lembaga swasta, upaya diplomasi komersial oleh pemerintah yang dilaksanakan akan lebih menguntungkan bagi pihak perusahaan maupun komunitas bisnis. Sebab, dengan

adanya peran dari pemerintah yang dapat mengurangi atau bahkan menghilangkan hambatan non-tarif dari perdagangan, perusahaan akan lebih mudah untuk menembus pasar (Yakop & van Bergeijk, 2009). Lalu, pemerintahan juga memiliki kuasa serta kedudukan yang lebih tinggi dibandingkan lembaga swasta sehingga akan lebih mudah dalam hal pengumpulan data dan dalam berkoneksi dengan pejabat berwenang di negara yang dituju. Kemudian, sistem diplomasi komersial oleh pemerintah yang tersentralisasi dapat mengurangi pengeluaran biaya untuk promosi yang tidak dapat dilakukan apabila diplomasi komersial tersebut dijalankan oleh lembaga swasta (Kostecki & Naray, 2007). Selain itu bagi pemerintah, dengan menjalin hubungan dengan pihak-pihak berwenang di negara lain juga dapat meningkatkan kualitas hubungan bilateral antar negara dan menguntungkan negara terlibat dari segi politik. Lalu, apabila perusahaan-perusahaan yang mengikuti proses diplomasi komersial dapat meningkatkan keuntungannya, maka nantinya akan dapat menguntungkan negara asalnya juga karena nantinya dapat membantu meningkatkan pertumbuhan perekonomian negara.

1.4.2 Value Chain of Commercial Diplomacy

Menurut KostECKI & Naray (2007), diplomasi komersial merupakan aktivitas yang dapat menghasilkan nilai (*value*). Dalam hal ini, *value* diartikan sebagai gabungan dari keuntungan yang disalurkan kepada para penerima manfaat yang dikurangi dengan biaya keuntungan tersebut kepada bisnis dan pemerintah (Porter, 1980, as cited in KostECKI & Naray, 2007). Sebab itu, nantinya diplomasi komersial tersebut dapat disajikan dalam bentuk *value chain* yang dibagi berdasarkan aktivitas-aktivitas terkait, yaitu aktivitas utama dari sudut pandang bisnis yang berkaitan dengan pemasaran dan aktivitas pendukung dari sudut pandang pemerintah yang dapat memberikan input-input yang dibutuhkan agar aktivitas utama tersebut dapat berlangsung.

Gambar 1. 1 Value Chain of Commercial Diplomacy



Sumber: KostECKI & Naray (2007)

Dalam diplomasi komersial, diplomat akan membantu komunitas bisnis dalam menjaga hubungan antara pembeli dan penjual melalui beberapa aktivitas, yaitu *trade promotion*, *promotion of FDIS*, *co-operation in science & technology*, *promotion of tourism*, dan *advocacy for national business community* yang dalam hal ini termasuk kedalam bagian dari aktivitas utama diplomasi komersial. *Trade*

promotion dan *promotion of tourism* merupakan kegiatan yang dilakukan oleh pebisnis yang bekerja sama dengan pemerintah negara asal atau diplomat dengan tujuan memperkenalkan bisnis kepada eksportir yang potensial melalui pengadaan konferensi atau pameran. Lalu, *co-operation in science & technology* adalah bentuk kerja sama yang dilakukan untuk mengembangkan komoditas ekspor terkait melalui kegiatan *scientific*, misalnya seperti pelaksanaan riset ataupun pengadaan seminar gabungan dengan negara tujuan. Selanjutnya, bagi komunitas bisnis yang telah berhasil mengembangkan pasarnya di negara tujuan dan ingin semakin meningkatkan keuntungan bisnisnya, diperlukan adanya kegiatan *promotion of FDI*s yang bertujuan untuk mempromosikan komoditas ekspor kepada calon investor. Nantinya, diplomat akan membantu mencari serta mengirimkan proposal kepada calon investor yang sesuai dan apabila calon investor tersebut tertarik, maka diplomat akan mengadakan pertemuan antara kedua belah pihak untuk berdiskusi lebih lanjut. Lalu yang terakhir, pemerintah negara asal akan berupaya kuat untuk menjaga citra komunitas bisnis di negara tujuan sebagai bentuk dari kegiatan *advocacy for national business community*, misalnya melalui perlindungan terhadap perusahaan nasional dari kebijakan-kebijakan pemerintah negara tujuan yang merugikan (Naray, 2008)

Kemudian, guna mewujudkan aktivitas utama tersebut, dilakukanlah aktivitas-aktivitas pendukung, yaitu *intelligence, networking & public relations, contract negotiator of implementation, dan problem-solving*. Aktivitas pendukung yang paling utama adalah *intelligence*, yang meliputi pencarian informasi dan dukungan dalam menghadapi ketentuan bisnis, baik dari lembaga negara asal

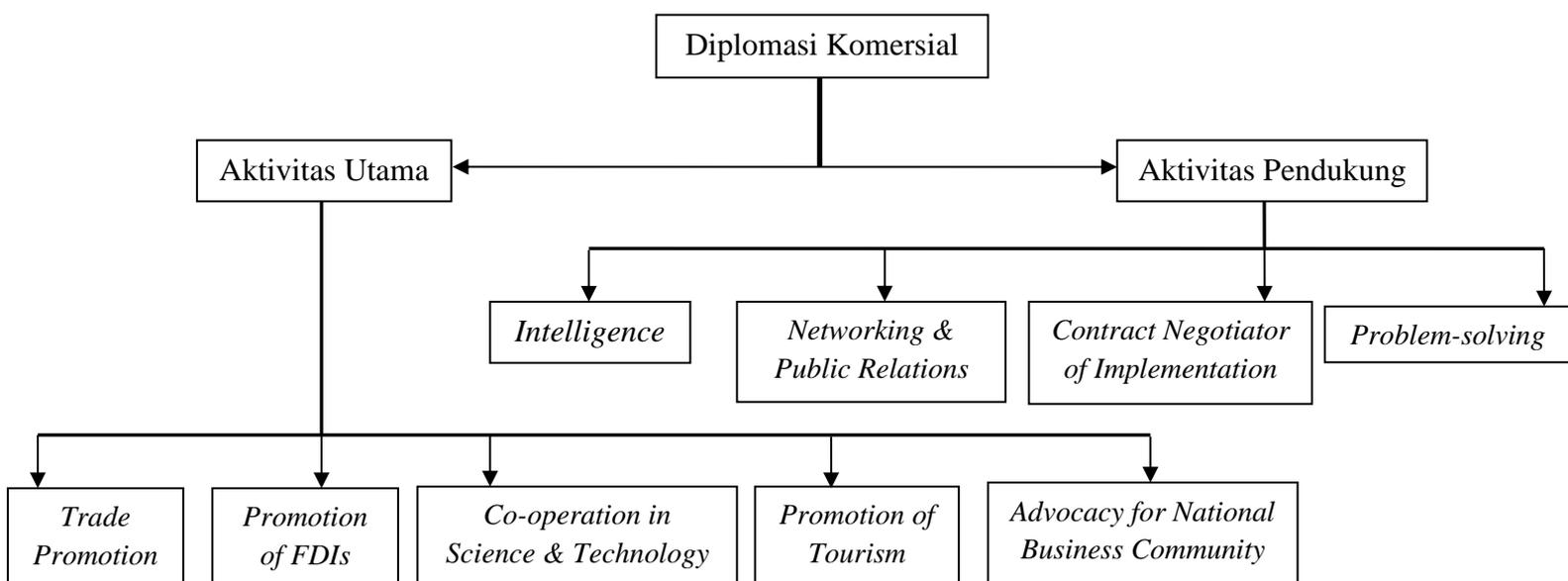
maupun negara tujuan. Kemudian, *networking* dalam diplomasi komersial sangat dibutuhkan untuk mendekatkan komunitas bisnis dengan pemodal atau *partner* lainnya. Diplomat nantinya akan berkomunikasi dengan direktur dari berbagai perusahaan besar serta berpartisipasi dalam kegiatan bisnis di negara tujuan sebagai bentuk dari *public relations* yang penting dilaksanakan dalam promosi *Foreign Direct Investment (FDI)*. Selain itu, kegiatan lainnya yang seringkali dilakukan oleh diplomat adalah pendampingan '*match making*' yang melibatkan pebisnis dari negara asal dan tujuan.

Selanjutnya, dukungan dari negara, dalam hal ini diplomat, terhadap perusahaan dalam negeri terkait negosiasi dengan pemangku kebijakan atau perusahaan lainnya dari negara tujuan merupakan salah satu bentuk aktivitas pendukung, yaitu *contract negotiator of implementation*. Tujuan utamanya adalah untuk menjaga hubungan baik dengan pemimpin perusahaan dan pemangku kebijakan serta pelaksanaan upaya advokasi yang ditujukan untuk melindungi kepentingan komunitas bisnis dari negara asal saat pelaksanaan sidang terbuka atau konsultasi dalam proses legislatif dengan negara tujuan. Lalu yang terakhir, diplomat juga berperan aktif memberikan dukungan dalam kegiatan *problem-solving*, baik dalam bisnis atau hubungan antara perusahaan dan pemerintah, juga terlibat dalam penyelesaian sengketa. Seringkali, kegiatan *problem-solving* ini merujuk pada perlindungan terhadap hak kekayaan intelektual, permasalahan pajak, pendampingan terhadap perusahaan dari negara asal yang mengalami kerugian dan mengharapkan kompensasi, dan sebagainya (Kostecki & Naray, 2007)

Secara keseluruhan, aktivitas utama merupakan aktivitas yang ditinjau dari sudut pandang bisnis dan merupakan tujuan utama dari komunitas bisnis. Sedangkan aktivitas pendukung merupakan aktivitas yang ditinjau dari sudut pandang pemerintah dan merupakan tujuan utama dari pemerintah. Dalam diplomasi komersial tersebut, nantinya komunitas bisnis dan pemerintah akan bekerja sama dengan satu sama lain, baik dalam aktivitas utama maupun pendukung, agar hasil akhir dari diplomasi komersial dapat tercapai dengan sempurna.

1.5 Sintesa Teori

Bagan 1. 1 Sintesa Teori



Sintesa teori di atas merupakan sebuah penjelasan yang dapat ditarik berdasarkan pada kerangka pemikiran dan konsep yang telah dipaparkan sebelumnya untuk menjawab rumusan masalah penelitian mengenai bagaimana upaya pemerintah Indonesia dalam mendorong ekspor olahan kopi ke Filipina

melalui diplomasi komersial. Diplomasi komersial yang dilakukan memiliki dua tahapan penting, yaitu aktivitas utama dan aktivitas pendukung, dimana agar aktivitas utama tersebut dapat dilaksanakan diperlukan adanya aktivitas pendukung. Selanjutnya, aktivitas utama tersebut akan dibagi lagi menjadi lima, yaitu *trade promotion*, *promotion of FDI*s, *promotion of tourism*, *co-operation in science & technology*, dan *advocacy for national business community*. Lalu, aktivitas pendukungnya dibagi menjadi empat, yaitu *intelligence*, *networking & public relations*, *contract negotiator of implementation*, dan *problem-solving*. Namun, bagian dari aktivitas utama yang akan digunakan dalam penelitian ini hanyalah bagian *trade promotion*, *promotion of FDI*s, *co-operation in science & technology*, dan *advocacy for national business community* saja karena penelitian ini berfokus pada ekspor olahan kopi Indonesia ke Filipina yang tidak termasuk ke dalam kategori pariwisata atau *promotion of tourism*.

1.6 Argumen Utama

Berdasarkan kerangka pemikiran dan sintesa teori di atas, bahwa hingga saat ini pemerintah telah berupaya untuk mendorong ekspor olahan kopi ke Filipina dengan cara melaksanakan diplomasi komersial. Dalam prosesnya, kegiatan-kegiatan yang selama ini telah dilakukan oleh pemerintah Indonesia terbagi menjadi dua, yaitu aktivitas utama dan pendukung, dimana aktivitas pendukung tersebut harus dilakukan agar aktivitas utama dapat dilaksanakan dengan penuh. Aktivitas utama tersebut mencakup empat kategori, yaitu, (1) *Trade promotion* yang merupakan kegiatan promosi perdagangan, misalnya seperti penyelenggaraan

Indonesia Expo 2023; (2) *Promotion of FDI*s yang merupakan kegiatan yang dilakukan untuk mempromosikan komoditas ekspor kepada investor asing, misalnya seperti penyelenggaraan FGD dengan *potential investor* di Kawasan Filipina Selatan; (3) *Co-operation in science & technology* yang merupakan kerja sama yang berhubungan dengan penelitian dan pengembangan, misalnya seperti inisiasi kerja sama terkait penelitian dan pengembangan *value chain* kelapa dan kopi oleh Kementerian Pertanian Republik Indonesia pada pertemuan Joint Agriculture Working Group (JAWG) yang ketiga; dan (4) *Advocacy for national business community* yang merupakan upaya pemerintah untuk melindungi kepentingan komunitas bisnis saat berurusan dengan pemerintah dan khalayak umum, misalnya seperti negosiasi yang dilakukan oleh pemerintah Indonesia dan Filipina terkait bea tarif yang dikenakan terhadap produk olahan kopi milik Indonesia.

Kemudian, aktivitas pendukungnya sendiri dibagi menjadi empat bagian, yaitu (1) *Intelligence* yang berkaitan dengan pengumpulan data, misalnya seperti pengiriman laporan terkait *potential buyer* kepada pihak eksportir; (2) *Networking & public relations* yang merupakan kegiatan yang dilakukan untuk menghubungkan perusahaan atau komunitas bisnis dari negara asal dengan negara tujuan, misalnya seperti pertemuan antara eksportir dan calon pembeli (*matchmaking*) melalui acara “Boyolali in your Cup for Filipina Buyer.”; (3) *Contract negotiator of implementation* yang merupakan pendampingan yang dilakukan oleh pemerintah negara asal kepada perusahaan saat melaksanakan negosiasi kontrak, misalnya seperti pendampingan KBRI Manila saat

penandatanganan MoU di Trade Expo Indonesia ke-38; dan (4) *Problem solving* yang merupakan dukungan yang dilakukan oleh pemerintah negara asal terhadap komunitas bisnis yang terlibat dalam sebuah permasalahan, misalnya dukungan pemerintah Indonesia dalam penyelesaian masalah bea tarif yang diterapkan oleh pemerintah Filipina.

1.7 Metode Penelitian

1.7.1 Tipe Penelitian

Tipe penelitian yang digunakan untuk menganalisis data pada penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Metode penelitian kualitatif adalah sebuah metode yang melibatkan pendekatan interpretatif dan naturalistik terhadap subjek. Pada metode ini, peneliti mempelajari suatu hal dalam situasi alaminya, dengan tujuan untuk memahami atau menginterpretasi makna dari fenomena tersebut. Metode kualitatif meliputi sekumpulan bahan empiris, seperti studi kasus, pengalaman pribadi, cerita hidup, wawancara, observasi, dan lain sebagainya, yang dapat menjelaskan rutinitas dan pengalaman bermasalah serta makna kehidupan dari seseorang (Denzin et.al., 2017). Berbeda dengan metode kuantitatif, penelitian yang menggunakan metode kualitatif adalah penelitian yang menggunakan data berbentuk kata dibandingkan angka (Busetto et.al., 2020).

Menurut Gall et.al. (2007), penelitian dengan pendekatan deskriptif memiliki tujuan untuk mendeskripsikan sebuah fenomena dan karakteristiknya.

Pendekatan ini berfokus pada pertanyaan ‘apa?’ dibandingkan ‘bagaimana?’ dan ‘mengapa?’ suatu hal bisa terjadi.

Dapat disimpulkan bahwa penelitian kualitatif deskriptif merupakan bentuk penelitian yang berusaha memahami dan mendeskripsikan suatu fenomena yang selanjutnya akan dianalisis menggunakan data berbentuk kata yang sifatnya naturalistik dan interpretatif.

1.7.2 Jangkauan Penelitian

Jangkauan penelitian ini adalah periode tahun 2018-2023. Dalam penelitian ini, penulis akan menganalisis upaya-upaya yang telah dilakukan oleh Indonesia untuk mendorong ekspor olahan kopi ke Filipina. Penulis memfokuskan jangkauan penelitiannya pada periode tahun 2018-2023 karena ekspor olahan kopi Indonesia ke Filipina mulai terdampak semenjak diresmikannya *Special Safeguard (SSG) Duty* oleh Filipina untuk beberapa produk impor agrikultur pada tahun 2018.

1.7.3 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Vianitati (2021), sumber data yang berdasarkan pada bagaimana peneliti memperolehnya terbagi menjadi dua, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diambil oleh peneliti langsung melalui sumbernya menggunakan bantuan dari pertanyaan-pertanyaan penelitian (Mishra et. al., 2023) Terdapat beberapa metode pengumpulan data primer, yaitu melalui wawancara, angket, pengukuran, dan observasi (Vianitati, 2021). Sementara itu, data sekunder adalah data yang dikumpulkan oleh pihak lain selain peneliti sehingga dianggap sebagai data yang didapatkan secara tidak langsung, misalnya melalui *website*,

jurnal, survey, buku, dan lain sebagainya (Sindin, 2017). Dalam penelitian ini, peneliti akan menggunakan dua sumber data, yaitu data primer melalui metode wawancara atau memberikan beberapa pertanyaan terkait penelitian kepada sumber penelitian secara langsung, yaitu Atase Perdagangan Kedutaan Besar Republik Indonesia (KBRI) di Manila dan data sekunder yang diperoleh melalui beberapa sumber sekunder.

1.7.4 Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan teknik analisis data kualitatif. Teknik analisis data kualitatif meliputi identifikasi, penyelidikan, dan interpretasi dari pola dan tema suatu data serta menentukan bagaimana pola dan tema ini dapat membantu menjawab pertanyaan penelitian tersebut (NSW Government, n.d.). Menurut Miles et.al. (2014), terdapat tiga proses dalam menganalisis data kualitatif, yaitu reduksi data, tampilan data, dan kesimpulan. Langkah pertama yang harus diambil oleh seorang peneliti adalah reduksi data. Reduksi data sendiri adalah proses pemilihan, simplifikasi, dan perubahan data yang tertulis. Penulis dituntut untuk membuang data-data yang tidak dibutuhkan dan mengambil bagian pentingnya saja. Kemudian, langkah kedua adalah tampilan data. Data-data yang sebelumnya telah direduksi, dikumpulkan dan digabungkan menjadi satu kesatuan yang utuh dan terorganisir. Terakhir, langkah ketiga adalah kesimpulan. Peneliti kemudian mengambil kesimpulan dari penelitian data-data yang telah dikumpulkan (Miles et.al., 1994)

1.7.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dari penelitian ini terdiri dari empat bab yang pembagiannya adalah sebagai berikut:

BAB I Merupakan bagian pembuka yang memuat latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kerangka teori, sintesa teori, argumen utama, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II Berisi tentang perkembangan hubungan bilateral Indonesia dan Filipina terkait ekspor olahan kopi Indonesia serta analisa diplomasi komersial Indonesia untuk mendorong ekspor olahan kopi ke Filipina melalui aktivitas utama, yaitu *trade promotion, promotion of FDI's, co-operation in science & technology,* dan *advocacy for national business community.*

BAB III Berisi tentang analisa diplomasi komersial Indonesia untuk mendorong ekspor olahan kopi ke Filipina melalui aktivitas pendukung, yaitu *intelligence, networking & public relations, contract negotiator of implementation,* dan *problem-solving.*

BAB IV Merupakan bagian penutup yang memuat kesimpulan serta pembahasan berdasarkan hasil penelitian yang telah disebutkan pada bab sebelumnya.