

Diplomasi Kopi: Kebijakan Luar Negeri Indonesia dalam Meningkatkan Kerjasama Ekspor Komoditas Kopi ke Amerika Serikat

Rara Shertina

*Mahasiswa Program Sarjana Hubungan Internasional
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur*

email: shertinarara@gmail.com

ABSTRACT

Indonesia's potential as the top five coffee producers and exporters in the world will create opportunities in order to meet the high demand of US coffee consumption. However, competition for the world coffee export commodity market in the United States is very competitive. Indonesia launched a foreign policy on coffee diplomacy that involved a variety of stakeholders to increase Indonesia's coffee exports to the United States and give branding to Indonesian specialty coffee. The author aims to show the success of coffee diplomacy in the United States-Indonesia coffee commodity export cooperation seen by the increase in exports from year to year. The author uses descriptive-analytical methods to provide an overview of Indonesian coffee exports to the United States. Therefore, it easier for readers to obtain information about coffee diplomacy analysis which is motivated by several determinants of Indonesian foreign policy and national interests contained in legal instruments. Analysis of the coffee diplomacy policy also involves historical, cultural and political aspects to explain the flow of foreign policy formulation from domestic factors.

Keywords: *Coffee, Bilateral Cooperation, Coffee Diplomacy, Indonesia, United States*

Potensi Indonesia sebagai produsen dan eksportir kopi terbesar ke-5 di dunia akan menciptakan peluang untuk memenuhi tingginya permintaan konsumsi kopi Amerika Serikat (AS). Namun, persaingan untuk pasar komoditas ekspor kopi dunia di Amerika Serikat sangat kompetitif. Indonesia meluncurkan kebijakan luar negeri tentang diplomasi kopi yang melibatkan berbagai pemangku kepentingan untuk meningkatkan ekspor kopi Indonesia ke Amerika Serikat dan memberikan branding ke kopi spesial Indonesia. Penulis bertujuan untuk menunjukkan keberhasilan diplomasi kopi dalam kerja sama ekspor komoditas kopi Amerika Serikat-Indonesia dilihat dari peningkatan ekspor dari tahun ke tahun. Penulis menggunakan metode analisis deskriptif untuk memberikan gambaran umum tentang ekspor kopi Indonesia ke Amerika Serikat. Oleh karena itu, lebih mudah bagi pembaca untuk mendapatkan informasi tentang analisis diplomasi kopi yang dimotivasi oleh beberapa penentu kebijakan luar negeri Indonesia dan kepentingan nasional yang terkandung dalam instrumen hukum. Analisis kebijakan diplomasi kopi juga melibatkan aspek historis, budaya dan politik untuk menjelaskan aliran perumusan kebijakan luar negeri dari faktor domestik.

Kata Kunci: *Kopi, Kerjasama Bilateral, Diplomasi Kopi, Indonesia, Amerika Serikat*

Pendahuluan

Kopi merupakan komoditas sektor perkebunan yang merupakan andalan Indonesia dalam meningkatkan pendapatan nasional dan devisa negara. Sebagai negara agraris, komoditas perkebunan tentu menjadi andalan untuk memperkuat ekonomi nasional. Kontribusi sektor perkebunan dapat terlihat dari nilai ekspor komoditas bidang perkebunan di Indonesia yang mencapai Rp. 311,138 triliun pada tahun 2015. Indonesia adalah negara yang memiliki sejarah panjang dengan kopi dan dikenal sebagai salah satu negara tertua penghasil kopi. Tanaman kopi yang tumbuh subur di Indonesia dimanfaatkan sebagai komoditas ekspor dan ikon agribisnis Indonesia yang berdaya saing. Pangsa pasar ekspor kopi terbesar bagi Indonesia adalah Amerika Serikat, Meskipun Indonesia mengekspor kopi ke AS dalam jumlah besar namun, tetap menemui penghambat dalam ekspornya.

Jenis kopi yang diekspor ke Amerika Serikat adalah biji kopi mentah dan kopi serbuk olahan. Ekspor kopi Indonesia yang didominasi produk biji kopi mentah harus berhadapan dengan produk kopi dari Brazil, Kolombia dan Vietnam dalam persaingan dagang yang sangat ketat di pasar AS. Tingginya persaingan dan seleksi kopi berkualitas mengharuskan Indonesia melakukan upaya lebih dalam mempromosikan kopi Indonesia di Amerika Serikat dan memberikan fokus pada nilai tambah kopi Indonesia sebelum diekspor. Peningkatan impor kopi AS dari tahun 2016 ke 2017 meningkat 10% senilai US\$5,6 Miliar menjadi US\$6,1 Miliar. Warga Amerika Serikat merupakan konsumen kopi tertinggi semenjak tahun 2012, 68% warga AS yang berusia 18 tahun keatas meminum kopi setiap hari pada tahun 2018 yang merupakan peningkatan dari tahun 2017 diangka 62% (Asosiasi Kopi Nasional, New Orleans). Konsumsi harian kopi yang terus meningkat di AS merupakan peluang bagi Indonesia sebagai lima besar produsen terbesar kopi.

Gambar 1.1 Lima Negara Produsen dan Eksportir Kopi Terbesar di Dunia

Lima Negara Produsen Kopi Terbesar di Dunia - Musim Tanaman 2016-2017:

| | |
|--------------|------------|
| 1. Brasil | 55,000,000 |
| 2. Vietnam | 25,500,000 |
| 3. Kolombia | 14,500,000 |
| 4. Indonesia | 11,491,000 |
| 5. Etiopia | 6,600,000 |

Lima Negara Eksportir Kopi Terbesar di Dunia pada Musim 2016-2017:

| | |
|--------------|------------|
| 1. Brasil | 34,500,000 |
| 2. Vietnam | 23,200,000 |
| 3. Kolombia | 12,800,000 |
| 4. Indonesia | 6,891,000 |
| 5. Honduras | 5,589,000 |

dalam bungkus 60 kilogram

Sumber: International Coffee Organization

Ketergantungan Indonesia dengan sektor komoditas perkebunan salah satunya kopi untuk memperkuat ekonomi nasional dan penghasilan devisa negara mendorong pemerintah Indonesia mengeluarkan kebijakan yang mendorong keberhasilan kegiatan ekspor kopi. Diplomasi kopi merupakan bentuk kebijakan luar negeri Indonesia dalam menghadapi persaingan pasar ekspor kopi dunia dan media promosi kopi Indonesia di Amerika Serikat. Tulisan ini bertujuan untuk mengkaji kebijakan luar negeri Indonesia yaitu diplomasi kopi di Amerika Serikat berdasarkan faktor-faktor yang memengaruhi perumusannya dan instrumen- instrumen hukum nasional yang menjadi dasar perumusan kebijakan tersebut. Penulis menggunakan metode deskriptif analitis untuk memberikan gambaran mengenai tingkat ekspor kopi Indonesia ke Amerika Serikat sehingga mempermudah pembaca dalam memperoleh informasi mengenai analisis diplomasi kopi yang dilatarbelakangi oleh beberapa faktor penentu politik luar negeri Indonesia dan kepentingan nasional yang tertera dalam instrument hukum.

Perkembangan Tingkat Ekspor Kopi Indonesia ke Amerika Serikat

Kopi merupakan penghasil devisa terbesar keempat untuk Indonesia setelah minyak sawit, karet dan kakao. Hasil produksi kopi Indonesia kebanyakan adalah jenis robusta selain itu, Indonesia juga terkenal dengan kopi luwaknya yang terkenal sebagai kopi termahal di dunia. Tingkat ekspor kopi Indonesia ke Amerika Serikat terus meningkat setiap tahunnya tentu tidak lepas dari pengaruh diplomasi kopi. Keikutsertaan Indonesia dalam *Specialty Coffee Association of America (SCAA)* dari tahun ke tahun menemui puncak kejayaannya tahun 2016 di Atlanta Amerika Serikat. Indonesia dinobatkan sebagai “*Official Portrait Country*” yang menunjukkan keunggulan kopi terbaik dari seluruh daerah penghasil kopi di Indonesia. Amerika Serikat adalah negara dengan tingkat impor kopi terbesar di dunia yaitu sebesar US\$ 5,88 dari 18,9% total impor

dunia. Konsumsi kopi Amerika Serikat dan Produksi kopi Indonesia yang berbanding lurus merupakan potensi Indonesia untuk menjadi eksportir kopi utama ke Amerika Serikat. Berikut adalah tingkat produksi dan ekspor kopi Indonesia;

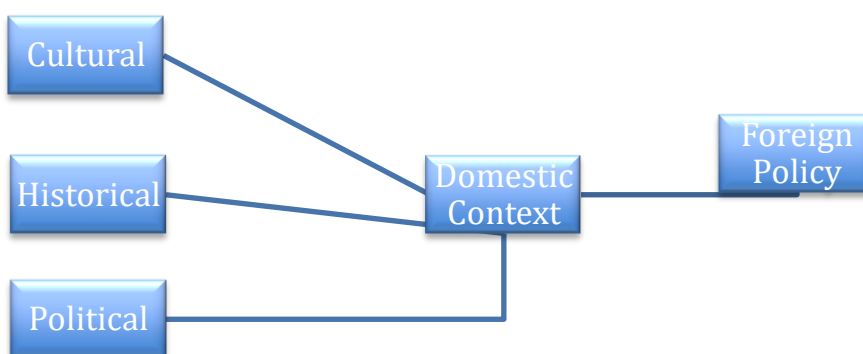
Gambar 2. Produksi dan Ekspor Kopi Indonesia menurut Asosiasi Eksportir dan Industri Kopi Indonesia AEKI

Produksi & Ekspor Kopi Indonesia:

| | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 |
|--|------|------|-------|------|------|
| Produksi (dalam 1,000 ton) | 712 | 550 | 664 | 669 | 674* |
| Ekspor (dalam 1,000 ton) | 383 | 350 | 400* | | |
| Ekspor (dalam milliar dollar AS) | 1.03 | 1.19 | 1.36* | | |

Kopi Indonesia yang diekspor ke Amerika Serikat didominasi biji kopi tidak digongseng dan tidak dihilangkan kafeinya sebesar 99,97% (*HS 090111 coffee, not roasted, not decaffeinated*). Sedangkan ekspor biji kopi digongseng ke AS hanya sebesar 0,03% (*HS 090121 coffee, roasted, not decaffeinated*). Dibandingkan dengan negara lain Amerika Serikat masih menjadi tujuan ekspor pertama Indonesia yang kemudian diikuti oleh Jepang, Jerman, Italia dan Malaysia. Peningkatan ekspor kopi Indonesia ke Amerika Serikat tidak terlepas dari peran pemerintah, petani kopi dan para pengusaha kopi. Banyaknya keterlibatan aktor dalam diplomasi kopi menggambarkan adanya kepentingan dari berbagai pihak yang dapat memengaruhi politik luar negeri Indonesia terhadap Amerika Serikat.

Gambar 3. Faktor-Faktor Pembentuk Politik Luar Negeri (Sukma 1995)



Dalam menganalisis kebijakan luar negeri Indonesia di dalam diplomasi kopi, penulis menganalisis unsur sejarah, budaya dan politik yang ada didalamnya sehingga memengaruhi konteks domestik dan menjadi acuan dalam membentuk kebijakan luar negeri. Dalam sejarahnya, kopi bukan tanaman asli kepulauan nusantara melainkan bawaan dari VOC pada akhir abad ke-16. Pemerintah kolonial Belanda telah melakukan ekspor kopi sejak masa itu dan mendorong pendapatan ekspornya dengan mengekspansi lahan kopi keseluruhan wilayah nusantara. Potensi ekspor kopi memengaruhi kebijakan Belanda dalam mengembangkan infrastruktur di Jawa Tengah

di abad ke-18. Pembangunan infrastruktur jalan dan rek kereta api digunakan untuk mempermudah jalur perdagangan kopi dari pedalaman hingga ke pelabuhan sebelum biji-biji kopi diekspor. Pasca Perang dunia ke-2 perkebunan kopi di Indonesia diambil alih oleh Jepang dan setelah kemerdekaan Indonesia ditinggalkan warisan perkebunan kopi masa kolonial. Sejarah ini era kaitanya dengan peran Indonesia sebagai salah satu produsen dan eksportir kopi terbesar di dunia.

Dari segi budaya, Masyarakat memiliki budaya unik minum kopi yang berbeda di tiap daerahnya. Budaya minum kopi di angkringan sudah ada sejak tahun 1950-an. Budaya minum kopi angkringan sudah akrab dengan masyarakat Jawa, biasanya angkringan berada di pinggir jalan dengan gerobak sederhana. Orang-orang duduk bercengkrama ditemani kopi dan makanan ringan yang disediakan pedangan. Budaya angkringan ini mengedepankan *tepo sliro* atau toleransi dan *biso rumongso* atau menjaga perasaan orang lain. Secara garis besar budaya minum kopi di berbagai daerah di Indonesia mengedepankan nilai sosialisasi dan kebersamaan. Kebudayaan minum kopi membuat masyarakat Indonesia akrab dengan kopi dan memiliki pandangan positif pada komoditas perkebunan ini.

Dalam konteks politik, Indonesia memiliki kepentingan-kepentingan nasional yang tertuang dalam berbagai instrumen hukum dalam negeri. Secara umum kepentingan itu bertujuan untuk mensejahterakan rakyat sehingga untuk mencapai itu perlu adanya perluasan perdagangan untuk mendapatkan pendapatan negara yang lebih besar. Keinginan Indonesia untuk ikut dalam melaksanakan perdamaian dunia juga memengaruhi kebijakan Indonesia untuk berfokus pada kerjasama perdagangan untuk meraih kepentingannya dari pada berperang. Untuk meraih kepentingan nasional Indonesia melakukan kebijakan nasional yang akan memengaruhi kebijakan luar negerinya.

Kebijakan Indonesia memperluas lahan perkebunan kopi untuk meningkatkan produksi kopi merupakan kebijakan dalam negeri atau domestic context yang mendorong peningkatan ekspor. Namun, persaingan kopi berkualitas dunia menyebabkan peningkatan produksi saja tidak cukup untuk bertahan dalam persaingan pasar AS. Maka dari itu, Indonesia melakukan kebijakan luar negeri dengan melakukan diplomasi kopi sebagai upaya promosi kopi Indonesia ke Amerika dan memberikan nilai tambah dalam produknya

Kepentingan Nasional Indonesia dalam Diplomasi Kopi di Amerika Serikat

Menurut Mark R. Amstutz, kebijakan luar negeri adalah kerangka yang dirancang untuk mempromosikan kepentingan nasional diluar batas territorial suatu negara. Berdasarkan definisi tersebut terdapat tiga hal inti dalam sebuah kebijakan luar negeri yaitu, kebijakan pemerintah, kepentingan nasional dan kebijakan luar negeri. Selain itu, Kebijakan luar negeri selalu menekankan pada kepentingan nasional suatu negara sebagai dasar perumusan kebijakan luar negeri. Kebijakan pemerintah Indonesia untuk melakukan diplomasi kopi ke Amerika Serikat juga didasari oleh seperangkat kepentingan nasional yang tertuang dalam instrument hukum nasional di Indonesia. Kepentingan nasional Indonesia tertera dalam Pembukaan UUD 1945 yang berbunyi; (1) Melindungi segenap bangsa dan seluruh tumpah darah Indonesia; (2) Memajukan kesejahteraan umum; (3) Mencerdaskan kehidupan bangsa; (4) Ikut melaksanakan ketertiban dunia yang berdasarkan kemerdekaan, perdamaian abadi, dan keadilan sosial.

Kopi yang menjadi salah satu komoditas ekspor unggulan Indonesia merupakan jalan untuk memberikan kesejahteraan bagi rakyat Indonesia. Selain memberikan keuntungan bagi penghasilan devisa negara, ekspor kopi juga dapat mensejahterakan petani lokal. Produksi kopi petani lokal saat ini bahkan di serahkan 70% untuk ekspor dan 30% untuk pasar dalam negeri. Produk kopi Indonesia adalah kopi *specialty* yang memiliki penilaian dan pengklasifikasian aroma dan rasa yang istimewa dari sebuah kopi. Perbedaan harga antara kopi Indonesia yang di ekspor dengan kopi luar negeri dan yang diimpor Indonesia menunjukkan kualitas kopi Indonesia dan potensi keuntungannya bagi petani kopi. Harga kopi Indonesia yang diekspor mencapai Rp. 130.000/kg sedangkan kopi impor dari luar negeri hanya Rp. 80.000/kg.

Para *stakeholder* dalam ekspor kopi Indonesia ke Amerika Serikat tidak hanya pemerintah dan petani kopi saja. Para pengusaha kopi Indonesia yang salah satunya bernaung dalam brand *Upnormal Coffee Roaster* juga mendapatkan kesempatan mengekspor biji kopi sebanyak 13 ton ke California, Amerika Serikat. Biji kopi premium ini dapat menembus pasar Amerika Serikat dengan memenuhi syarat penjualan di pasar AS dan memenuhi standar *FDA (Food and Drugs Administration)*. Selain mengedepankan nilai kopi Indonesia yang premium, kopi dari *Upnormal Coffee Roasters* juga menyertakan logo kopi Indonesia yang merupakan media promosi oleh Bekraf (Badan Ekonomi Kreatif).

Ekspor yang dilakukan oleh pengusaha kopi sedikit berbeda dengan ekspor yang dilakukan pemerintah karena pemerintah mengekspor kopi sebagai komoditas. Sedangkan brand *Upnormal* mengekspor biji kopi yang sudah dikemas dan membawa nama brand lokal. Jika Indonesia hanya terus mengekspor biji kopi tanpa memperkenalkan brand ke masyarakat Internasional maka penikmat kopi dunia tidak mengetahui bahwa kopi itu berasal dari Indonesia. Hal yang membedakan promosi Bekraf dengan institusi lain adalah fokusnya melakukan *value added* dalam kopi Indonesia melalui kemasan, barista dan *e-commerce*. Bekraf akan memfasilitasi dan mendukung brand kopi dari Indonesia untuk dipasarkan ke luar negeri.

Perumusan kebijakan luar negeri berdasarkan kepentingan nasional dapat ditemui dalam Undang Undang No.37 Tahun 1999 Pasal 1 ayat 2 yang berbunyi “Kebijakan, sikap, serta langkah Pemerintah Republik Indonesia yang diambil saat melakukan hubungan terhadap negara lain, organisasi internasional lainnya saat menghadapi masalah internasional guna mencapai tujuan nasional yang ada”. Undang-Undang yang mengatur hubungan Luar Negeri ini memperjelas dasar adanya diplomasi kopi yang didasari kepentingan nasional Indonesia yang tertuang dalam pembukaan UUD 1945. Kebijakan ekspor kopi Indonesia juga diperjelas dalam Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 24 Tahun 2015 tentang Penghimpunan Dana Perkebunan Pasal 3 yang berbunyi;

“Komoditas Perkebunan strategis sebagaimana dimaksud pada ayat (1) adalah:

- a. kelapa sawit; b. kelapa; c. karet; d. kopi; e. kakao; f. tebu; dan g. tembakau.”

Kopi yang termasuk dari salah satu komoditas perkebunan strategis didukung oleh pemerintah sebagai upaya optimalisasi penggunaan hasil Perkebunan untuk bahan baku industri, energi terbarukan, dan ekspor. Penyediaan dana untuk pengembangan usaha perkebunan kopi yang berkelanjutan juga termasuk dukungan pemerintah dalam kebijakan ekspor kopi. Dasar hukum ekspor kopi juga diatur dengan Peraturan Menteri Perdagangan RI seperti:

- Permendag No. 10/M-DAG/PER/5/2011 Tentang ketentuan ekspor kopi yang

mana ekspor kopi di Indonesia hanya dapat dilakukan oleh eksportir kopi terdaftar.

- Undang-undang No.17 Tahun 2006 tentang Perubahan Undang- Undang No.10 Tahun 1995 tentang Kepabeanan
- Peraturan Direktur Jenderal Bea dan Cukai Nomor P- 18/BC/2012 tentang Pemberitahuan Pabean Ekspor.
- Peraturan Direktur Jenderal Bea dan Cukai Nomor P-27/BC/2010 tentang Tata Laksana Kepabeanan di Bidang Ekspor

Instrumen-instrumen hukum tersebut adalah dasar hukum dari dilakukannya kebijakan luar negeri untuk mempromosikan kopi Indonesia. Diplomasi kopi merupakan langkah yang dilakukan pemerintah Indonesia untuk mempromosikan kopi di Amerika Serikat. Banyaknya aktor diplomasi kopi Indonesia di AS dapat dianalisis dengan teori *multi-track diplomacy*. Sederhananya, diplomasi adalah cara para aktor diplomasi untuk mengejar kepentingannya melalui negosiasi atau komunikasi tanpa paksaan. Kegiatan diplomasi pada dasarnya mencakup kegiatan komunikasi yang bertujuan untuk mencapai kepentingan lewat adanya itikat baik. Tingkatan dalam diplomasi ini dibagi dalam 9 track (McDonald, 2012) dan Indonesia menggunakan dua track dalam *multi-track diplomacy*.

Diplomasi kopi Indonesia tidak mengabaikan peran pemerintah sebagai track pertama dalam multitrack diplomacy. Pemerintah sebagai aktor utama dalam diplomasi melakukan diplomasi melalui Kementerian Pertanian dan berhasil menembus pasar dunia untuk perdagangan *specialty coffee* dalam acara *Global Coffee Specialty Expo* selama tiga hari di Boston, Amerika Serikat. Keberhasilan ini bukan hal yang main-main karena Indonesia berhasil mencapai transaksi sebesar USD 26,3 juta. Pameran *Specialty Coffee Association of America (SCAA)* 2016 di Atlanta, Georgia, Amerika Serikat juga menunjukkan peran Kementerian Perindustrian, Kementerian Pariwisata, Kementerian Luar Negeri.

Peran aktor non negara seperti Gabungan Eksportir kopi Indonesia (GAEKI), Asosiasi Eksportir Kopi Indonesia (AEKI), *Specialty Coffee Association of Indonesia (SCAI)*, *Sustainable Coffee Platform of Indonesia (SCOPI)*, dan semua media yang ikut meliput dan menyebarkan luaskan mengenai kopi Indonesia merupakan bentuk dari track ketiga dalam multitrack diplomacy. Dalam *track* ketiga diplomasi aktor-aktor bisnis lah yang mengambil peran penting dalam mencapai kepentingan nasional suatu negara. Keberhasilan dari track pertama dan ketiga diplomacy ini ditunjukkan oleh kesepakatan perusahaan Amerika Serikat yang menandatangani nota kesepakatan untuk mengimpor kopi Indonesia dengan pembelian sebesar USD 18 juta. MoU tersebut akan ditandatangani oleh *Royal Coffee USA* dan beberapa eksportir kopi Indonesia, yaitu PT.Indokom Citra Persada, PT. Mandago, PT. Ihtiyeri Keti Ara, dan CV. Yudiputra di pameran SCAA 2016 Atlanta, Amerika Serikat.

Pengaruh keberhasilan diplomasi kopi tidak hanya berimbas pada pendapatan devisa negara, pengusaha kopi dan petani kopi tetapi ada pengaruh peningkatan hubungan bilateral antara Indonesia dan Amerika. Memasuki hubungan diplomatic yang ke-70 tahun, Indonesia dan Amerika semakin memupuk kerjasama perdagangan yang lebih luas. Amerika sebagai negara tujuan ekspor dan sumber investasi asing Indonesia membuat Indonesia terus menjalin hubungan baik dengan Amerika Serikat.

Menurut pandangan liberalis, kerjasama ekonomi antara Indonesia-AS adalah bentuk interdependensi yang akan mencegah negara-negara tersebut masuk kedalam konflik atau perang. Kalangan liberal kuat meyakini bahwa perubahan-perubahan kualitatif

telah terjadi dalam sistem internasional yang secara substansial memodifikasi dampak dari anarki, kemandirian dan dilemma keamanan, menciptakan sebuah kecenderungan kearah perdamaian, kerjasama dan integrasi (Burton, 1972; Rosenau, 1990).

Kesimpulan

Sejarah panjang penanaman kopi di lahan petani sejak jaman kolonialisme telah melatar belakangi sejarah ekspor kopi sebagai komoditas di Indonesia. Momentum Indonesia sebagai produsen dan eksportir kopi terbesar kelima di dunia dan Amerika sebagai kosumen kopi tertinggi di dunia dimanfaatkan Indonesia untuk mencapai kepentingan nasionalnya. Diplomasi kopi menjadi upaya Indonesia dalam mempromosikan *specialty coffeenya* di Amerika Serikat. Langkah ini diambil untuk meningkatkan ekspor komoditas kopi Indonesia ke AS dan mempererat hubungan bilateral Indonesia-Amerika Serikat. Hal menarik dalam diplomasi kopi Indonesia di Amerika Serikat adalah perluasan promosi kopi Indonesia tidak sekedar pada upaya peningkatan ekspor melainkan promosi *brand* kopi lokal sehingga meningkatkan nilai dan kualitas dalam kopi Indonesia.

Kepentingan nasional menjadi kunci dasar dari dilaksanakannya diplomasi kopi yang sebelumnya sudah dirumuskan dalam instrumen-instrumen hukum nasional. Hukum nasional ini memengaruhi tindakan Indonesia terhadap Amerika Serikat dalam hubungan perdagangan. Indonesia menggunakan metode multi-track diplomasi. Selain pemerintah dan kementerian-kementerian di Indonesia sebagai aktor utama dalam diplomasi kopi, adanya peran pengusaha kopi lokal dan asosiasi kopi merupakan bentuk implementasi track ketiga dari multi-track diplomasi. Pada akhirnya diplomasi kopi dapat menjadi cara untuk mencapai kepentingan Indonesia dalam mensejahterakan masyarakatnya dengan pendapatan ekspor yang semakin meningkat setiap tahunnya. Kerjasama ekspor Indonesia-AS juga merupakan realisasi dari kepentingan nasional Indonesia dalam menjaga perdamaian dunia dengan melakukan kerjasama perdangan.

Referensi

- Abraham, M. Francis. 1991. *Modernisasi Di Dunia Ketiga : Suatu Teori Umum Pembangunan*. Yogyakarta : Tiara Wacana Yogya.
- Ayeln, A., K. Sabally. 2013. Determination of Chlorogenic Acids (CGA) in Coffee Beans Using HPLC. *American Journal of Research Communication*. Vol 1 (2), halaman 78-91.
- Badan Pusat Statistik. 2018. *Statistik Kopi Indonesia 2017*. ISSN: 978-602-438-247-6
- Barston, RP. 2014. *Modern Diplomacy*. New York: Routledge.
- Burton, J. 1972. *World Society*. London and New York: Penguin Books.
- Eksplorasi.id. *Jelang SCAA Expo 2016, Kemendag Gelar Apresiasi Kopi Indonesia*. Published on 1 April 2016. Accessed on 28 September 2019. <https://eksplorasi.id/jelang-scaa-expo-2016-kemendag-gelar-apresiasi-kopi-indonesia/2027>
- Gumulya, Devvany & Helmi, Ivana. 2017. *Kajian Budaya Minum Kopi Indonesia*. Dimensi, Vol. 13-No. 2, Februari 2017. Pp 153-172

- Hervianaldy, H. 2017. Strategi Pemerintah Indonesia dalam Meningkatkan Ekspor Kopi ke Amerika Serikat. JOM FISIP Vol. 4 No. 2 – Oktober 2017
- Heywood, Andrew. 2017. Politik Global. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Indonesia-Investments. Kopi. Updated on 13 November 2017. Accessed on 28 September 2019. <https://www.indonesia-investments.com/id/bisnis/komoditas/kopi/item186>
- Kementrian Luar Negeri. Undang Undang Republik Indonesia Nomor 37 Tahun 1999 Tentang Hubungan Luar Negeri. Accessed on 4 October 2019. https://pustakahpi.kemlu.go.id/dir_dok/UU-No.37.1999%20-tentang-Hubungan-Luar-Negeri.pdf
- Kementrian Perdagangan RI. 17 Specialty Coffees Ready to Take Center Stage at the SCAA Expo. Published on 8 April 2016. Accessed on 4 Oktober 2019. <https://www.kemendag.go.id/files/pdf/2016/04/13/tujuh-belas-specialty-coffee-siap-jadi-primadona-di-scaa-expo-eno-1460520007.pdf>
- Kementrian Perdagangan RI. 70 Tahun Hubungan Indonesia-Amerika Serikat: Memupuk Kerja Sama Perdagangan Lebih Luas. Published on 16 January 2019. Accessed on 4 October 2019. <https://pressrelease.kontan.co.id/release/70-tahun-hubungan-indonesia-amerika-serikatmemupuk-kerja-sama-perdagangan-lebih-luas>
- Kementrian Perdagangan RI. Peraturan Menteri Perdagangan No. 41/M-DAG/PER/9/2009 tentang Ketentuan Ekspor Kopi. Accessed on 4 October 2019. <http://jdih.kemendag.go.id/backendx/image/old/2011/05/05/ketentuan-ekspor-kopi-id-1390402104.pdf>
- Kontan.co.id. Harum Kopi Indonesia Kian Semerbak di Amerika. Published on 26 April 2018. Accessed on 28 September 2019. <https://industri.kontan.co.id/news/harum-kopi-indonesia-kian-semerbak-di-amerika>
- Perundangan Pertanian. Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 24 Tahun 2015 Tentang Penghimpunan Dana Perkebunan. Accessed on 4 Oktober 2019. http://perundangan.pertanian.go.id/admin/p_pemerintah/PP%20No.%2024%20oTh%202015%20Penghimpunan%20Dana%20Perkebunan.pdf
- Rosenau, J. 1990. Turbulence in World Politics: A Theory of Change and Continuity. Princeton: Princeton University Press.
- Solikatun & Kartono, Drajat et.al. 2015. Perilaku Konsumsi Kopi Sebagai Budaya Masyarakat Konsumsi: Studi Fenomenologi Pada Peminum Kopi di Kedai Kopi Kota Semarang
- Sukma, Rizal. 1995. The Evolution of Indonesia's Foreign Policy: An Indonesian View. Vol. 35, No. 3 (Mar., 1995), pp. 304-315. University of California Press. 10.2307/2645547
- Tribun Jabar. Tembus Pasar Dunia, Biji Kopi Indonesi diekspor ke Amerika Serikat. Published on 17 December 2018. Accessed on 28 September 2019. <https://jabar.tribunnews.com/2018/12/17/tembus-pasar-dunia-bubuk-kopi-indonesia-diekspor-ke-amerika-serikat>

VOA Indonesia. Survei: Jumlah Peminum Kopi AS Tertinggi dalam 6 Tahun. Published on 19 March 2019. Accessed on 28 September 2019. <https://www.voaindonesia.com/a/survei-jumlah-peminum-kopi-as-tertinggi-dalam-6-tahun/4304944.html>