

BAB 1 - PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pengusaha kopi Indonesia merupakan salah satu aktor dengan peranan besar di dalam pasar global, dan memegang sejarah yang kaya serta kontribusi yang signifikan terhadap perekonomian Indonesia. Pada tahun 2023, Indonesia merupakan produsen kopi terbesar kedua di kawasan Asia dan Oceania, satu langkah di bawah Vietnam (International Coffee Organizations, 2023). Gelar tersebut merupakan bukti dari pesatnya perkembangan industri kopi Indonesia yang bertumbuh sejak komoditas kopi dibawa ke Indonesia pada zaman kolonial Belanda.

Sejarah kopi sebagai sebuah komoditas Indonesia merupakan sebuah sejarah yang berlangsung selama ratusan tahun, dimulai dari masuknya tanaman kopi untuk pertama kalinya di Indonesia pada tahun 1696. Charles van Swoll dan W. Van Outhoorn yang pada tahun 1696 menjabat sebagai *Governor of Batavia* menerima hadiah dari Adriaan van Ommen yang menjabat sebagai *Governor of Malabar, India* berupa tanaman kopi (Hoffmann, 2018). Tanaman awal yang dikirim oleh Adriaan van Ommen itu kemudian hilang akibat banjir yang terjadi di Indonesia sehingga sebuah ekspedisi pengiriman kedua dilakukan pada tahun 1699. Pada saat pengiriman kedua tersebut sampai ke Batavia, tanaman kopi kemudian mulai ditanam di Indonesia. Upaya tersebut menjadi pondasi dari berkembangnya komoditas kopi Indonesia hingga menjadi salah satu komoditas andalan Indonesia di level global.

Penanaman dan pengembangan kopi di Indonesia sejak zaman Hindia Belanda kemudian melahirkan sebuah budaya kopi yang unik. Budaya kopi yang terjadi di Indonesia merupakan sebuah budaya yang lahir akibat asimilasi dari berbagai macam budaya dari negara-negara asing yang berinteraksi dengan Indonesia dari zaman ke zaman. Namun, munculnya kopi sebagai

sebuah komoditas konsumsi secara domestik melahirkan pula sebuah metode penyeduhan kopi yang khas, yaitu metode penyeduhan kopi tubruk. Kekhasan metode tersebut menjadi sebuah modal budaya yang luar biasa bagi Indonesia, dan mampu menghasilkan potensi besar dalam pelaksanaan diplomasi budaya antara Indonesia dan negara-negara asing yang tertarik dengan budaya kopi Indonesia. Salah satu contoh adalah diplomasi kopi Indonesia dilaksanakan dengan menonjolkan budaya penyeduhan kopi tubruk pada San Francisco Coffee Festival 2022, di mana Konsulat Jenderal Republik Indonesia bersama dengan sebuah *Roastery* Kopi asal Indonesia, Beaneka Coffee bersama-sama melakukan diplomasi kopi dengan menyediakan kopi tubruk di festival tersebut (Surat Dunia, 2022).

Sebagai sebuah industri, kopi Indonesia telah mengalami sebuah peningkatan yang stabil di tengah berbagai macam tantangan seperti perubahan iklim serta situasi cuaca yang tidak stabil. Di tengah tantangan-tantangan tersebut, sektor produksi kopi Indonesia mengalami peningkatan sebesar 2.4% dan mencapai produksi 12 juta kantong pada tahun produksi 2022-2023 (International Coffee Organizations, 2023). Pertumbuhan ini berdasar pada langkah-langkah strategis yang diambil oleh berbagai aktor di industri kopi Indonesia, seperti ekspansi area penanaman kopi sebesar 71 ribu hektar antara 2018 hingga 2022.

Di antara fluktuasi produksi kopi global, Indonesia merupakan salah satu produsen yang sangat menonjol dan strategis. Hal ini dapat terlihat pada produksi Indonesia yang masih dapat bertumbuh di tengah kondisi cuaca yang tidak stabil dan cenderung merusak produksi beberapa produsen kopi lain di Asia dan Oceania seperti Vietnam yang mengalami penurunan produksi sebesar 9.8 % meskipun merupakan salah satu produsen terbesar di Asia dan Oceania, Timor-Leste yang mengalami penurunan sebesar 7.2%, hingga Yemen yang mengalami penurunan produksi sebesar 1.9% (International Coffee Organizations, 2023).

Kemampuan komoditas kopi Indonesia untuk berkompetisi bukan hanya dapat dinilai dari kemampuan dan kapasitas produksi Indonesia dalam menghasilkan produk kopi yang berkualitas dan tahan banting, tetapi juga berhubungan dengan preferensi dari konsumen serta dinamika pasar yang kian berkembang. Oleh karena itu, kemampuan berkompetisi komoditas kopi Indonesia tidak hanya dapat dinilai dari atribut tersebut, tetapi juga pada atribut-atribut tertentu yang dapat meningkatkan nilai jual komoditas kopi Indonesia. Salah satu dari atribut tersebut adalah sebuah inisiatif yang diambil oleh pemerintah Indonesia pada tahun 2001, yaitu penerapan atribut *Geographical Indication* atau Indikasi Geografis (Adnan et al., 2022). Secara umum, Indikasi Geografis sendiri merupakan sebuah tanda yang digunakan pada sebuah produk yang memiliki asal usul geografis tertentu dan memiliki kualitas dan reputasi spesifik akibat dari asal geografisnya (World Intellectual Property Organization, 2019). Indikasi Geografis dapat menjadi sebuah alat yang sangat penting di dalam memastikan asal usul dari sebuah komoditas pertanian seperti kopi dan memastikan standar kualitas yang tinggi bagi komoditas tersebut.

Pada tahun 2001, Indonesia meluncurkan program indikasi geografis yang dihubungkan dengan standarisasi *fair trade* dengan tujuan untuk meningkatkan kemampuan berkompetisi dari beberapa produk-produk khas Indonesia di panggung perdagangan global, salah satunya adalah komoditas kopi yang dimiliki oleh Indonesia. Pelaksanaan program indikasi geografis di dalam industri kopi Indonesia bertujuan untuk meningkatkan kedudukan kopi Indonesia di pasar internasional dengan cara memanfaatkan keunikan geografis dan atribut kualitas dari kopi Indonesia (Adnan et al., 2022). Pemerintah Indonesia juga menghubungkan program tersebut dengan standarisasi *fair trade* untuk memastikan penggunaan praktik-praktik etis sebagai cara untuk memastikan kualitas produksi yang dihasilkan oleh Indonesia serta untuk menarik hati dari

konsumen-konsumen yang lebih teliti di pasar global, yang dengan demikian meningkatkan kemampkopi Indonesia (Adnan et al., 2022).

Berdasar pada penelitian yang dilakukan oleh Adnan, Alwin Teniro, dan Zainudin, penggunaan sertifikasi *Geographical Indication* merupakan sebuah pencapaian yang sangat penting dalam meningkatkan permintaan konsumen di pasar internasional terhadap produk kopi Indonesia (Adnan et al., 2022). Sertifikasi kualitas dan keaslian yang dihasilkan dari program Indikasi Geografis kemudian meningkatkan ketertarikan konsumen-konsumen luar negeri terhadap produk kopi dari berbagai daerah di Indonesia.

Upaya diplomasi kopi yang dilakukan Indonesia terhadap Amerika Serikat berdasar pada adanya identifikasi terhadap keuntungan potensial serta besarnya pasar potensial yang berada di Amerika Serikat terhadap komoditas kopi Indonesia. Sejauh ini, Amerika Serikat merupakan importir kopi Indonesia terbesar dengan jumlah impor sebesar 36 ribu ton pada tahun 2023, Jumlah yang cukup besar dari ekspor kopi Indonesia dibanding beberapa negara lain seperti Mesir (32 ribu ton) yang menempati posisi kedua, dan Malaysia (22 ribu ton) yang menempati posisi ketiga terbesar (Nurhayati-Wolff, 2024). Posisi Amerika Serikat sebagai importir kopi Indonesia terbesar merupakan bukti kuat terhadap *demand* pasar yang besar di Amerika Serikat terhadap kopi Indonesia, ini menunjukkan seberapa besar potensi komoditas kopi Indonesia apabila dipasarkan dengan cara-cara yang tepat serta diperkenalkan secara luas di pasar Amerika Serikat.

Berdasar pada laporan National Coffee Association di Amerika Serikat, 60% komoditas kopi yang dikonsumsi oleh pasar Amerika Serikat merupakan kopi premium yang diklasifikasikan sebagai kopi *gourmet* dengan kualitas yang tinggi (National Coffee Association USA, 2020). Kebutuhan pasar yang sangat besar ini merupakan sebuah kesempatan yang besar

bagi Indonesia untuk mengirimkan produk kopi berkualitas tinggi untuk memenuhi kebutuhan pasar tersebut, mengingat Indonesia memiliki komoditas kopi dengan keberagaman yang luas serta berkualitas tinggi.

Asumsi mengenai potensi besar yang terkandung di dalam pasar Amerika Serikat juga diperkuat dengan adanya tren konsumsi komoditas kopi yang tinggi dan stabil yang memperlihatkan adanya kebutuhan komoditas tersebut di segala lini usia pada demografi Amerika Serikat. Berdasar pada survei yang dilakukan di Amerika Serikat, 64% dari penduduk Amerika Serikat yang berumur delapan belas tahun ke atas mengonsumsi setidaknya satu gelas kopi tiap harinya, sebuah fakta yang memperlihatkan seberapa penting komoditas kopi sebagai sebuah minuman harian di Amerika Serikat (Rehm et al., 2020). Adanya kebutuhan yang konsisten tersebut menyediakan sebuah pondasi yang kuat bagi eksportir kopi Indonesia untuk memenuhi dan memperluas kebutuhan pasar tersebut di Amerika Serikat.

Usaha diplomasi kopi yang dilaksanakan oleh Indonesia merupakan representasi dari pendekatan multidimensi yang dilakukan oleh Indonesia di dalam upaya diplomasinya. Diplomasi kopi yang dilakukan oleh Indonesia menggabungkan beberapa hal seperti promosi budaya serta upaya pengembangan ekonomi yang dilakukan baik oleh aktor-aktor pemerintahan ataupun aktor-aktor non-pemerintahan. Upaya diplomasi kopi yang dilakukan oleh Indonesia merupakan sebuah upaya yang dipimpin langsung oleh Presiden Republik Indonesia, yaitu Joko Widodo di dalam masa jabatannya. Keterlibatan Presiden Joko Widodo di dalam melaksanakan upaya diplomasi kopi Indonesia menunjukkan signifikansi diplomasi kopi sebagai sebuah metode diplomasi serta menunjukkan komitmen Indonesia dalam menggunakan industri kopi sebagai salah satu alat untuk mendorong pertumbuhan ekonomi Indonesia serta meningkatkan posisi Indonesia secara internasional sebagai sebuah produsen kopi dunia. Salah satu contoh

keterlibatan Presiden Joko Widodo dalam penyelenggaraan upaya diplomasi kopi Indonesia adalah kehadiran Presiden Joko Widodo di dalam sebuah jamuan santap siang kenegaraan di Selandia Baru pada tahun 2018, di mana Presiden Joko Widodo menyatakan bahwa beliau berpikir Indonesia harus bisa mengeksport kopi lebih banyak ke Selandia Baru (Sekretariat Kabinet Republik Indonesia, 2018).

Inisiatif strategis yang dilakukan oleh Indonesia dalam bentuk diplomasi kopi merupakan strategi yang menggunakan daya tarik kopi sebagai komoditas dan minuman yang populer secara global. Diplomasi kopi dijadikan juga sebuah alat untuk meningkatkan keberadaan dan potensi Indonesia sebagai produsen kopi dunia. Dalam suatu kegiatan diplomasi kopi yang dilakukan oleh Indonesia di Malaysia, seorang pejabat negara yang bernama I Gede Pitana yang pada saat itu menjabat sebagai Deputy Pengembangan Pariwisata Asing di Kementerian Luar Negeri menekankan manfaat luar biasa yang dimiliki keberagaman komoditas kopi yang dimiliki oleh Indonesia terhadap perekonomian Indonesia (Jakarta Globe, 2017).

Strategi diplomasi kopi yang dilakukan oleh Indonesia utamanya menggunakan penyatuan antara narasi budaya Indonesia yang dikaitkan pada komoditas kopi dari berbagai macam daerah serta kepentingan ekonomi yang dimiliki oleh Indonesia di dalam pasar kopi dunia. Strategi ini dinilai menekankan pada kegunaan kopi bukan hanya sebagai sebuah komoditas, tetapi juga sebagai sebuah alat untuk melakukan pertukaran budaya serta mendorong pembangunan ekonomi Indonesia (Intentilia, 2020).

Efektivitas diplomasi kopi Indonesia sendiri berdasar pada penggunaan dua pendekatan di dalam upayanya, yaitu pendekatan bilateral dan multilateral. Kedua pendekatan tersebut menyediakan manfaat yang berbeda pula, di mana pendekatan bilateral menyediakan sebuah diskusi yang terfokus serta inisiatif yang disesuaikan dengan pihak lainnya untuk mendukung

agar diplomasi kopi Indonesia terjadi secara maksimal. Sedangkan pendekatan multilateral di panggung-panggung seperti ASEAN dan panggung multilateral lainnya menyediakan kesempatan yang lebih luas untuk Indonesia menunjukkan budaya serta industri kopi yang sedang meningkat di Indonesia, serta memudahkan Indonesia untuk mencari dan membentuk kemitraan bersama aktor-aktor lain secara internasional (Intentilia, 2020).

Pelaksanaan diplomasi kopi yang dilakukan oleh Indonesia tidak hanya sekadar bertujuan untuk memperkenalkan kopi Indonesia ke dunia internasional. Diplomasi kopi dengan berbagai macam bentuknya dilakukan oleh Indonesia dengan satu tujuan konkret, yaitu meningkatkan jumlah kopi Indonesia yang diekspor ke negara-negara asing. Dapat dikatakan bahwa diplomasi kopi Indonesia hanya merupakan sebuah metode yang digunakan oleh Indonesia untuk mendorong kopi Indonesia masuk dan terjual dengan baik di negara-negara lain sehingga mampu menjadi salah satu komoditas penopang ekonomi Indonesia.

Di dalam kerangka yang lebih besar yaitu perdagangan komoditas kopi Indonesia secara internasional, terdapat beberapa aktor kunci yang memainkan peran besar. Beberapa contoh aktor tersebut adalah para petani yang bertanggungjawab untuk menanam dan merawat komoditas kopi hingga panen, selain itu distributor kopi yang bertanggung jawab untuk menyalurkan kopi dari petani sebagai produsen ke berbagai macam bentuk konsumen, negara sebagai regulator yang bertanggungjawab memastikan kelancaran aktivitas yang terjadi di dalam rantai pasokan komoditas kopi, dan banyak lagi aktor-aktor yang memiliki tanggung jawab dan kepentingan masing-masing (Sharma, 2021).

Salah satu aktor dengan peran yang cukup kuat di dalam perdagangan komoditas kopi Indonesia di ranah internasional adalah perusahaan *roastery* yang merupakan bagian hilir di dalam ekosistem perdagangan kopi. Perusahaan *roastery* memiliki peran yang penting di dalam

pengolahan kopi sebagai sebuah komoditas, di mana perusahaan *roastery* bertanggungjawab untuk mengolah kopi dari kopi mentah hasil tanam dari petani kopi menjadi biji kopi yang telah disangrai dan siap untuk diseduh atau disalurkan kepada konsumen bisnis seperti kedai kopi. Kekuatan yang dimiliki oleh perusahaan *roastery* di dalam perdagangan kopi sebagai sebuah komoditas didapatkan dari adanya peningkatan harga yang cukup signifikan antara *green coffee* atau kopi mentah yang baru saja dipetik oleh produsen dengan produk *roasted coffee* yang merupakan hasil proses kopi mentah oleh perusahaan *roastery* (Biotto et al., 2012).

Kekuatan ekonomi yang dihasilkan dari penjualan komoditas *post-process* oleh *roastery* kopi Indonesia pun mengizinkan perusahaan-perusahaan *roastery* kopi Indonesia untuk masuk ke pasar internasional melalui berbagai cara. Kemampuan perusahaan *roastery* kopi Indonesia untuk masuk ke pasar internasional menjadikan mereka sebagai salah satu agen diplomasi Indonesia yang kuat, di mana dengan menggunakan pendekatan *public diplomacy*, perusahaan-perusahaan *roastery* kopi yang berasal dari Indonesia mampu meningkatkan kekuatan diplomatik Indonesia sekaligus mengenalkan kualitas kopi Indonesia sebagai salah satu komoditas unggulan Indonesia.

Penulis memutuskan untuk mengangkat penelitian dengan judul “Analisis Peran Perusahaan *Roastery* Kopi Indonesia sebagai Agen Diplomasi terhadap Ekspor Kopi Indonesia ke Amerika Serikat”. Penelitian ini didasarkan pada fakta bahwa literatur mengenai perusahaan, utamanya di industri kopi sebagai sebuah aktor diplomasi masih minim. Minimnya literatur mengenai perusahaan sebagai aktor diplomasi merupakan sesuatu yang perlu ditindaklanjuti mengingat besarnya potensi sebuah perusahaan, baik perusahaan dengan lingkup yang kecil ataupun besar, untuk menjadi representasi sebuah negara di dalam panggung diplomasi dunia. Penelitian lebih lanjut mengenai aktivitas diplomasi yang dilakukan oleh sebuah perusahaan baik

secara langsung maupun tidak langsung akan mampu membuka pintu pengetahuan lebih lanjut bagi ilmu hubungan internasional yang berkembang dengan kecepatan yang sangat cepat.

Penelitian ini juga akan mampu menguak pengetahuan lebih lanjut tentang bagaimana sebuah aktivitas diplomasi yang dilakukan oleh aktor perusahaan di industri kopi dapat meningkatkan daya ekspor komoditas kopi Indonesia. Selain itu, penelitian ini mampu menjadi referensi lebih lanjut tentang bagaimana diplomasi mampu meningkatkan nilai dan jumlah ekspor Indonesia di industri lain.

1.2. Batasan dan Rumusan Masalah

Penelitian yang menghubungkan antara perdagangan internasional, diplomasi, serta industri kopi di Indonesia merupakan sebuah penelitian yang dipenuhi dengan kompleksitas masalah, dan memiliki potensi untuk menghasilkan penelitian yang terlalu luas. Oleh karena itu, untuk dapat mengeksplorasi jawaban yang lebih tepat sasaran, penulis percaya bahwa menyatakan sebuah pembatasan yang spesifik serta merumuskan sebuah pertanyaan penelitian yang tepat adalah sebuah langkah krusial untuk dilakukan. Oleh karena itu, di dalam sub-bagian ini, penulis akan berupaya menjabarkan perihal batasan-batasan yang digunakan untuk membatasi penelitian ini serta menyatakan rumusan masalah yang spesifik untuk menjadi sebuah pedoman bagi penelitian ini.

Penulis akan menggunakan beberapa pembatasan di dalam merancang penelitian ini. Pembatasan pertama adalah pembatasan aspek geografis dari penelitian ini, di mana penulis akan membatasi penelitian ini untuk fokus pada dua negara saja, yaitu Indonesia dan Amerika Serikat. Keputusan untuk membatasi penelitian ini pada kedua negara tersebut utamanya telah dijabarkan di latar belakang, di mana Indonesia dan Amerika Serikat memiliki hubungan yang erat di dalam industri kopi di mana Amerika Serikat merupakan importir kopi terbesar dari Indonesia dan

Indonesia memiliki potensi *market share* yang sangat besar di Amerika Serikat. Oleh karena itu, sangat menarik untuk mengeksplorasi bagaimana hubungan kuat ini dipererat melalui proses diplomatik yang dilakukan oleh industri kopi Indonesia.

Selanjutnya, penulis akan membatasi penelitian ini secara temporal, di mana penulis akan membatasi penelitian ini akan berfokus pada jangka waktu 2018 hingga 2022. Penulis memilih rangka waktu ini untuk memenuhi aspek kontemporer dari penelitian ini, di mana jangka waktu tersebut dinilai oleh penulis cukup baru dan kontemporer untuk diteliti.

Kemudian, penulis akan melakukan pembatasan dari aspek penggunaan teori *diplomasi multi-jalur*, di mana teori *diplomasi multi-jalur* sendiri mengandung banyak *track* sehingga penulis merasa bahwa penggunaan teori tersebut perlu dibatasi pada satu *track* saja, yaitu *track 3* yang berbicara mengenai *peacemaking through commerce* atau pembentukan perdamaian melalui perdagangan. *Track* ini dipilih oleh penulis dengan pertimbangan bahwa *track 3* merupakan *track* yang paling sesuai dengan penelitian penulis yang berfokus pada aspek bisnis dan akan meneliti aktor yang berasal dari latar belakang bisnis.

Adapun rumusan masalah yang akan digunakan oleh penulis di dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana peran *roastery* kopi Indonesia dalam memengaruhi ekspor kopi Indonesia ke Amerika Serikat?
2. Peluang dan tantangan *roastery* kopi Indonesia dalam memengaruhi ekspor kopi Indonesia ke Amerika Serikat

1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian

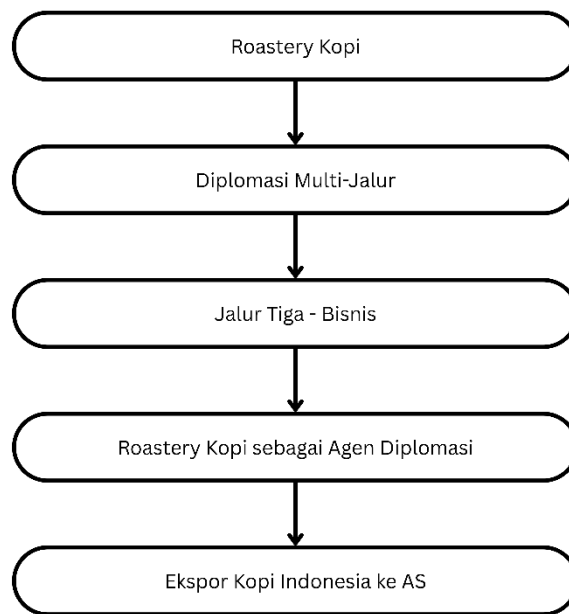
Penelitian dengan judul “Peran Perusahaan Roastery Kopi Indonesia sebagai Agen Paradiplomasi terhadap Peningkatan Ekspor Kopi Indonesia ke Amerika Serikat” ini dibuat

dengan dua tujuan yang jelas, yaitu untuk memperkaya literatur akademik sekaligus membuka pintu pengetahuan mengenai peran sebuah perusahaan sebagai sebuah aktor diplomasi baik secara langsung maupun tidak langsung dan juga untuk menunjukkan implikasi praktikal dari pengetahuan mengenai peran perusahaan publik sebagai sebuah agen di dalam kegiatan diplomasi. Gagasan untuk memperkaya literatur akademik dengan penelitian yang akan membuka pengetahuan mengenai peran perusahaan sebagai aktor diplomasi ini dimulai dengan adanya celah yang cukup besar di literatur mengenai diplomasi serta bagaimana perusahaan dapat menjadi sebuah entitas yang melaksanakan kegiatan tersebut, baik secara mandiri maupun dengan bantuan dan dukungan dari pemerintah. Dengan penelitian ini, penulis berupaya untuk menutup celah tersebut dengan mengajukan sebuah pertanyaan yang akan berusaha untuk dijawab oleh penulis di dalam penelitian ini, yaitu apakah ada peran dari sebuah perusahaan *roaster* kopi Indonesia sebagai sebuah aktor diplomasi terhadap meningkatnya ekspor Indonesia ke Amerika Serikat.

Penelitian ini sekaligus juga diharapkan oleh penulis untuk dapat membuka pengetahuan dan menjadi pedoman bagi perusahaan-perusahaan, baik dari industri kopi maupun dari industri lain, yang ingin berkontribusi kepada Indonesia melalui jalur diplomasi, di mana penelitian ini akan berupaya untuk menunjukkan bagaimana sebuah perusahaan dapat melaksanakan aktivitas diplomasi dan meningkatkan citra bangsa Indonesia di panggung dunia.

Kemudian, berdasar dari tujuan-tujuan yang telah penulis paparkan di paragraf-paragraf selanjutnya, penelitian ini akan membawa manfaat yang sangat besar bagi bangsa Indonesia utamanya di dalam bidang diplomasi Indonesia. Manfaat pertama adalah terbukanya pintu pengetahuan dengan jauh lebih lebar lagi mengenai bagaimana Indonesia tidak hanya melaksanakan aktivitas diplomasi melalui kanal-kanal resmi seperti kegiatan antar pemerintahan

tetapi juga didukung oleh kegiatan diplomasi yang dilakukan oleh entitas-entitas yang berasal dari Indonesia baik secara sadar maupun tidak sadar. Penelitian ini juga akan membawa manfaat bagi perusahaan-perusahaan *roastery* kopi Indonesia yang ingin mereplikasi kegiatan-kegiatan diplomasi yang telah dilaksanakan oleh berbagai *roastery* kopi Indonesia lainnya untuk meningkatkan jumlah ekspor kopi yang mereka lakukan.



Gambar 1. Kerangka Konseptual Penulisan

1.4. Kerangka Konseptual

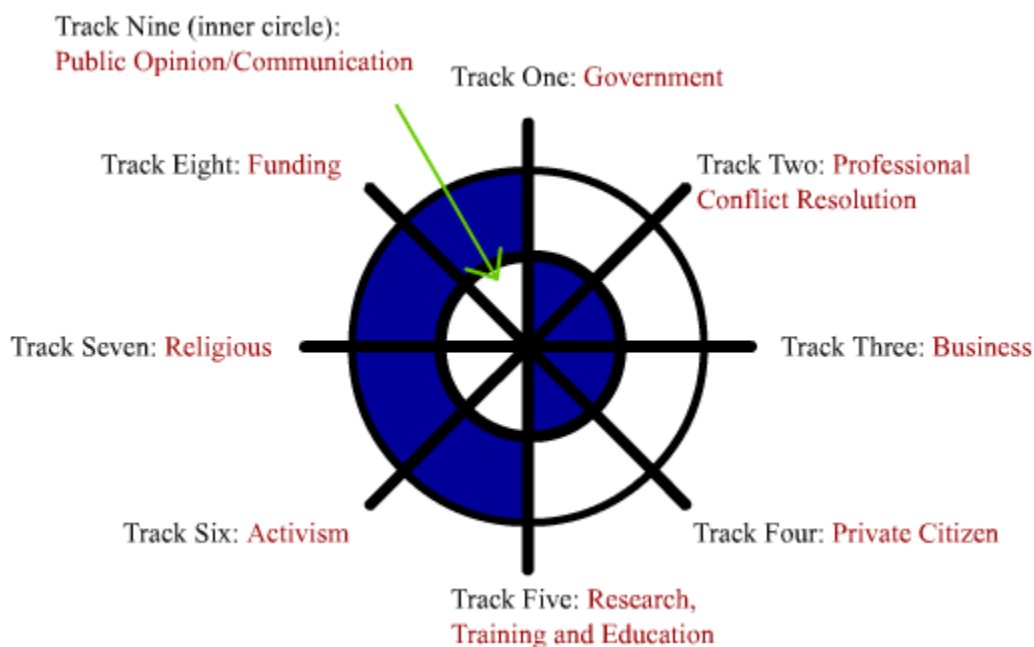
Pondasi dari sebuah penelitian ilmu sosial adalah mengenai lensa apa yang akan digunakan untuk mengamati sebuah fenomena sosial tertentu. Pengamatan sebuah fenomena sosial tertentu yang dilakukan menggunakan dua lensa yang berbeda akan menghasilkan hasil pengamatan yang berbeda pula. Berdasar pada pengetahuan mengenai seberapa penting penentuan sebuah konsep dan teori yang akan digunakan sebagai alat analisis di dalam membedah sebuah fenomena sosial, maka penting pula untuk dibentuk sebuah kerangka

konseptual di dalam sebuah penelitian. Kerangka konseptual akan memainkan peran yang sangat penting di dalam sebuah penelitian, di mana kerangka konseptual akan menyediakan pendekatan terstruktur dalam memahami dan mengeksplorasi sebuah fenomena sosial yang rumit dan berperan sebagai sebuah *roadmap* atau peta jalan dan memandu jalannya sebuah penelitian (Rougas et al., 2022). Kerangka konseptual menjadi sebuah alat yang penting dalam menunjukkan berbagai macam cara pandang dan cara pikir terhadap sebuah pertanyaan penelitian yang rumit (Bordage, 2009).

Di dalam melakukan pengamatan demi menjawab pertanyaan penelitian utama penulis, penulis akan menggunakan beberapa konsep dan teori yang bersifat interdisipliner. Teori utama yang akan digunakan oleh penulis di dalam penelitian ini akan berdasar pada teori yang berasal dari disiplin ilmu utama penulis, Ilmu Hubungan Internasional. Penulis akan menggunakan teori diplomasi multi-jalur. Tak hanya itu, penulis akan menarik beberapa gagasan dari berbagai macam disiplin ilmu lainnya untuk digunakan sebagai pelengkap dari teori yang akan digunakan oleh penulis di dalam penelitian ini. Beberapa di antaranya adalah konsep ekspor-impor yang berasal dari ilmu ekonomi, konsep perusahaan swasta yang berasal dari ilmu bisnis, serta konsep perdagangan internasional yang berasal dari ilmu hubungan internasional.

Teori diplomasi multi-jalur akan menjadi pisau analisis utama yang akan digunakan untuk membedah peran yang dimainkan oleh perusahaan-perusahaan *roastery* kopi Indonesia terhadap ekspor kopi Indonesia ke Amerika Serikat. Teori diplomasi multi-jalur yang dirancang oleh John W. McDonald dan Louise Diamond pada tahun 1991 menyatakan bagaimana diplomasi dan upaya pembangunan perdamaian (*peacebuilding effort*) dapat dilakukan tidak hanya melalui aktivitas resmi yang dilakukan oleh pejabat pemerintahan, tetapi juga melalui beberapa jalur lainnya (McDonald, 2003). John W. McDonald dan Louise Diamond memperluas

teori yang telah sebelumnya dikemukakan oleh Joseph Montville pada tahun 1982, di mana Montville menyatakan bahwa kegiatan diplomasi dilakukan melalui dua jalur, yaitu jalur pertama yang dilakukan melalui tindakan pemerintah secara resmi dan jalur kedua yang dilakukan melalui tindakan nonpemerintah secara tidak resmi. McDonald dan Diamond mengambil konsep tersebut dan memperluasnya, menyatakan bahwa diplomasi dapat dilakukan melalui sembilan jalur, yaitu melalui jalur pertama (pemerintah), jalur kedua (resolusi konflik profesional), jalur ketiga (bisnis), jalur keempat (warga negara pribadi), jalur kelima (riset, pelatihan, dan pendidikan), jalur keenam (aktivisme), jalur ketujuh (agama), jalur kedelapan (pendanaan), dan jalur kesembilan (opini publik) (McDonald, 2003).



Gambar 2. Diagram Diplomasi Multi Jalur

Sumber: (McDonald, 2003)

McDonald dan Diamond memberi landasan lain bagi analisis yang dilakukan terhadap upaya diplomasi secara umum, di mana mereka memperlihatkan keluasan yang dimiliki oleh sektor diplomasi. Diplomasi yang dahulu hanya merupakan ranah politik mengalami perluasan sehingga mencakup banyak aktor dengan berbagai macam kepentingan dan strategi diplomatik.

Analisis yang dilakukan oleh penulis akan menggunakan salah satu konsep yang berada di dalam teori diplomasi multi-jalur tersebut, yaitu konsep diplomasi jalur tiga yang dilakukan melalui bisnis dan perdagangan oleh berbagai macam aktor. Di dalam kasus ini, aktor yang melaksanakan diplomasi jalur ketiga ini adalah perusahaan *roastery* kopi Indonesia yang melaksanakan bisnis secara internasional.

Perusahaan *roastery* kopi Indonesia sebagai salah satu pelaku bisnis internasional yang melakukan pengolahan dan bisnis komoditas kopi kemudian memainkan peran diplomatik di dalam aktivitasnya. Hal ini sejalan dengan apa yang dikemukakan oleh McDonald dan Diamond, di mana mereka menyatakan bahwa bisnis tidak hanya merupakan sebuah fenomena yang terisolir, tetapi juga memainkan peran yang penting di dalam struktur sosial dan politik secara internasional (Diamond & McDonald, 1996).

1.5. Metode Penelitian

Penelitian ini akan menggunakan desain penelitian kualitatif untuk mengeksplorasi jawaban dari pertanyaan utama penelitian, yaitu apa peran yang dimainkan oleh perusahaan *roastery* kopi Indonesia sebagai sebuah agen diplomasi terhadap peningkatan ekspor kopi Indonesia ke Amerika Serikat. Metode penelitian dengan pendekatan kualitatif sendiri merupakan salah satu metode penelitian yang seringkali digunakan di dalam penelitian Ilmu Hubungan Internasional karena memungkinkan peneliti untuk menganalisis berbagai macam data yang seringkali ditemukan di dalam fenomena-fenomena hubungan internasional, seperti kompleksitas dari interaksi global, negosiasi diplomasi, kolaborasi interkultural, dan berbagai macam fenomena-fenomena lain yang tidak mampu untuk dikuantifikasi (Puhakka, 1992).

Pendekatan riset kualitatif dipilih oleh penulis dengan pertimbangan bahwa pendekatan riset kualitatif mampu memberikan penjelasan mengenai beberapa hal yang penulis akan temui

di dalam penelitian ini, utamanya interaksi-interaksi antaraktor yang kompleks, strategi-strategi yang dirancang dan dieksekusi oleh aktor, serta dampak dari perusahaan *roastery* kopi Indonesia dalam domain perdagangan internasional. Metode ini akan memberikan penjelasan komprehensif mengenai pengalaman-pengalaman subjektif serta gagasan-gagasan yang dikumpulkan oleh berbagai macam pemangku kepentingan di dalam proses ekspor kopi.

Untuk memastikan bahwa analisis yang dilakukan di dalam penelitian ini komprehensif dan kuat dalam menopang jawaban-jawaban yang disimpulkan oleh penulis, maka penulis akan melakukan beberapa macam metode pengumpulan data. Metode pertama yang akan digunakan oleh penulis adalah melakukan interview dengan beberapa pemangku kepentingan di dalam proses ekspor kopi Indonesia, utamanya pemangku kepentingan yang berperan banyak di dalam perusahaan *roastery* kopi Indonesia dan ditunjang oleh beberapa aktor lain seperti eksportir kopi yang berpengalaman, pejabat pemerintah (utamanya dari Kementerian Perdagangan Republik Indonesia), dan berbagai macam aktor lainnya. Penulis juga akan menggunakan metode pengumpulan data melalui review literatur, di mana penulis akan melakukan analisa terhadap literatur-literatur terkini mengenai beberapa konsep yang penulis gunakan, yaitu *diplomasi multi-jalur*, perdagangan internasional, serta industri kopi Indonesia. Beberapa jenis literatur yang akan digunakan oleh penulis adalah jurnal akademik, buku, laporan, dan berbagai macam sumber-sumber daring yang kredibel. Review literatur yang dilakukan oleh penulis memiliki tujuan untuk membentuk kerangka teoritis dari penelitian yang dilakukan oleh penulis serta memberikan latar belakang kontekstual terhadap penelitian tersebut.

Pengumpulan data yang dilakukan oleh penulis tidak akan mampu untuk memberikan jawaban terhadap pertanyaan yang diajukan oleh penulis di dalam riset ini. Oleh karena itu, penulis juga akan melakukan analisis menggunakan teori dan konsep yang telah dijelaskan

secara komprehensif di dalam bagian kerangka konseptual riset ini, di mana penulis akan menggunakan teori dan konsep yang berasal dari rumpun keilmuan hubungan internasional untuk menganalisis data-data yang telah dikumpulkan oleh penulis melalui berbagai macam metode.

1.6. Sistematika Penulisan

Secara umum, penelitian ini akan berdasar pada struktur lima bab yang akan menguraikan secara komprehensif mengenai penelitian yang dilakukan oleh penulis. Penjelasan mengenai struktur dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Bab 1 - Pendahuluan

Pendahuluan akan membahas mengenai rancangan penelitian ini, di mana akan terdapat beberapa subbab yang menjelaskan perihal latar belakang dari masalah yang akan diangkat, batasan dan rumusan dari masalah tersebut, tujuan dan manfaat yang akan dihasilkan oleh penelitian, kerangka konseptual yang akan dipakai di dalam meneliti, serta metode penelitian yang akan digunakan oleh penulis.

b. Bab 2 - Tinjauan Pustaka

Tinjauan pustaka akan membahas secara komprehensif mengenai beberapa konsep penting yang akan digunakan di dalam penelitian ini, di mana konsep-konsep tersebut akan berperan sebagai pisau analisis dalam membedah fenomena yang sedang diteliti. Peneliti juga akan membahas mengenai literatur-literatur terkini yang membahas mengenai konsep yang akan digunakan, di mana fungsi dari pembahasan literatur tersebut adalah untuk memastikan bahwa kredibilitas dari teori terjamin dan dapat digunakan sebagai pisau analisis yang

baik. Adapun konsep yang akan dibahas di dalam bab tinjauan pustaka adalah diplomasi multi-jalur secara umum, lalu diplomasi jalur ketiga secara spesifik, lalu diakhiri dengan konsep ekspor kopi Indonesia.

c. Bab 3 - Gambaran Umum

Gambaran umum di dalam penelitian ini akan berisi data yang telah dikumpulkan melalui beberapa metode pengumpulan data seperti wawancara dengan pemangku kepentingan yang relevan, serta kajian literatur yang tersedia. Adapun di dalam bagian ini, pembahasan akan berfokus pada status industri kopi Indonesia saat ini serta berbagai macam aktivitas internasional yang dilakukan oleh pelaku industri kopi Indonesia, perkembangan perusahaan-perusahaan *roastery* kopi di Indonesia secara umum, lalu akan dibahas pula mengenai perkembangan dari perusahaan-perusahaan *roastery* kopi Indonesia secara lebih spesifik pada tahun 2018 hingga 2022.

d. Bab 4 - Pembahasan

Pembahasan akan berisi mengenai hasil analisis terhadap fenomena dan data yang telah dikumpulkan oleh penulis, yang digunakan sebagai landasan dalam menjawab pertanyaan penelitian yang telah dibuat oleh penulis. Adapun pembahasan secara lebih rinci adalah pembahasan mengenai peran *roastery* kopi Indonesia di dalam diplomasi perdagangan internasional Indonesia, lalu pengaruhnya terhadap ekspor kopi Indonesia ke Amerika Serikat, lalu kemudian strategi-strategi yang diterapkan oleh perusahaan-perusahaan tersebut.

e. Bab 5 - Penutup

Penutup akan berisi pembahasan mengenai kesimpulan yang dapat ditarik dari hasil penelitian yang telah dilakukan beserta dengan saran-saran lebih lanjut dari penulis mengenai pengembangan penelitian selanjutnya.

BAB 2 - KAJIAN PUSTAKA

2.1. Diplomasi Multi-Jalur

Teori *diplomasi multi-jalur* berhasil mengubah pemahaman tradisional mengenai Diplomasi, di mana diplomasi dulunya dianggap sebagai sebuah aktivitas yang dilakukan hanya oleh aktor-aktor pemerintahan. *Diplomasi multi-jalur* atau Diplomasi Multi-Jalur membuka jalan bagi aktor-aktor negara dan aktor-aktor non-negara untuk menciptakan sebuah pendekatan yang lebih holistik dalam melaksanakan kegiatan diplomasi.

Diplomasi multi-jalur atau Diplomasi multi-jalur merupakan sebuah teori yang dikemukakan oleh John W. McDonald, seorang duta besar Amerika pada tahun 1985. Dia menulis sebuah buku yang berjudul *Conflict Resolution: Track Two Diplomacy*, di mana McDonald mengembangkan bentuk diplomasi resmi yang dilakukan oleh pemerintah menjadi sebuah bentuk diplomasi di mana aktor-aktor non-negara pun mampu masuk di dalam proses penyelesaian konflik secara global. John W. McDonald kemudian melakukan pengembangan lagi pada tahun 1989, di mana dia dan salah seorang peneliti lainnya yang bernama Dr. Louise Diamond merilis sebuah buku dengan judul *Diplomasi multi-jalur, A Systems Approach to Peace*. Buku itu mengembangkan konsep diplomasi jalur dua yang sebelumnya dikemukakan oleh John W. McDonald menjadi sembilan jalur yang menerangkan secara detil bagaimana berbagai macam aktor non-negara dapat masuk ke dalam kerangka upaya diplomasi sebuah negara tanpa harus melewati kanal resmi pemerintahan (McDonald & Diamond, 2012).

McDonald dan Diamond mengajukan beberapa konsep jalur diplomasi yang bermunculan di dalam kegiatan diplomasi kontemporer, lebih tepatnya sembilan jalur. Jalur pertama merupakan jalur resmi yang selama ini menjadi pemahaman umum mengenai diplomasi, yaitu kegiatan diplomasi yang dilakukan melalui kanal pemerintahan. Jalur kedua berbicara mengenai

kegiatan diplomasi yang dilakukan oleh aktor-aktor non-negara. Jalur ketiga adalah jalur bisnis, di mana kegiatan diplomasi dilakukan oleh aktor-aktor pengusaha melalui berbagai macam kegiatan perdagangan. Jalur keempat adalah jalur *private citizen* atau jalur warga negara swasta, di mana kegiatan diplomasi dilakukan oleh individu yang terlibat secara internasional. Jalur kelima berbicara mengenai diplomasi melalui edukasi, di mana kegiatan diplomasi dilaksanakan melalui kerangka pembelajaran dan dilaksanakan oleh tenaga pendidik. Jalur keenam berbicara mengenai diplomasi melalui jalur aktivisme atau advokasi, di mana kegiatan diplomasi dilaksanakan oleh para aktivis yang menyuarakan kepentingan mengenai berbagai isu spesifik di ranah global. Jalur ketujuh adalah jalur agama, di mana kegiatan diplomasi dilaksanakan melalui kegiatan-kegiatan keagamaan internasional (salah satu contoh besar dari diplomasi jalur tujuh adalah kunjungan Paus Fransiskus ke Indonesia beberapa waktu yang lalu). Jalur kedelapan berbicara mengenai diplomasi melalui jalur pendanaan. Jalur terakhir atau jalur kesembilan adalah jalur komunikasi dan media, di mana kegiatan diplomasi dilaksanakan oleh media-media berita dalam menyebarkan informasi secara meluas (McDonald & Diamond, 2012).

Elaborasi mengenai jalur-jalur tersebut menunjukkan bagaimana diplomasi kontemporer di dalam imaji John W. McDonald dan Louise Diamond akan berkembang, di mana aktor-aktor yang melaksanakan kegiatan-kegiatan diplomasi tidak terbatas pada aktor-aktor yang berasal dari aktor pemerintahan, tetapi juga dari berbagai macam aspek sebuah negara. Kemunculan teori Diplomasi Multi-Jalur merupakan sebuah langkah yang besar di dalam penciptaan perdamaian secara global, di mana untuk mampu berkontribusi ke dalam upaya pembangunan perdamaian secara global, orang-orang tidak perlu untuk mengambil jalan panjang untuk masuk ke dalam pemerintahan. Mereka membuka jalan yang sangat besar bagi orang-orang untuk terlibat di dalam upaya tersebut melalui cara-cara lain, dan pada hakikatnya, mereka berhasil membuka

keran bagi diplomasi agar dapat dilakukan melalui berbagai macam metode. Keterlibatan aktor-aktor non-negara di dalam diplomasi internasional juga membuka peluang bagi penyelesaian masalah dengan lebih fleksibel, tanpa harus mengikuti prosedur negara yang kaku dan ketat.

Esensi dari diplomasi multi-jalur ini sendiri adalah munculnya berbagai macam aktor yang beragam di dalam proses diplomasi, di mana aktor-aktor tersebut akan memiliki berbagai macam kepentingan dan metode-metode diplomasi yang berbeda-beda pula. Aktor-aktor tersebut dapat berasal dari pejabat pemerintahan dan diplomat, organisasi masyarakat sipil, perwakilan sektor swasta, hingga gerakan-gerakan akar rumput. Masing-masing dari jalur yang disediakan di dalam teori diplomasi-multi jalur akan memiliki tujuan-tujuan yang unik dan akan mampu berkontribusi secara masif di dalam penyelesaian konflik dan masalah internasional, hingga menyelesaikan masalah yang berasal dari salah satu negara yang melakukan diplomasi (Arrey & Rosa, 2021).

Kehadiran jalur-jalur tersebut juga mampu membawa keuntungan yang signifikan di dalam proses diplomasi, di mana jalur-jalur yang disediakan teori Diplomasi Multi-Jalur mampu memelihara inklusivitas serta partisipasi oleh berbagai macam pemangku kepentingan di dalam sebuah isu internasional. Pendekatan partisipatoris ini kemudian akan sangat-sangat penting di dalam sebuah isu di mana diplomasi tradisional yang dilakukan oleh aktor-aktor pemerintahan memiliki kesulitan atau kegagalan dalam menyelesaikan isu tersebut, atau apabila isu tersebut telah mengakar secara mendalam di dalam sebuah masyarakat. Dengan mengikutsertakan berbagai macam spektrum aktor di dalam masyarakat, diplomasi multi-jalur akan mampu menciptakan pemahaman komprehensif di dalam isu-isu tersebut, utamanya apabila proses diplomasi tersebut melibatkan aktor-aktor masyarakat yang terdampak oleh isu tersebut. Ikut sertanya aktor-aktor tersebut akan memunculkan sebuah solusi inovatif untuk menyelesaikan isu

tersebut yang cukup sulit untuk ditemukan di dalam proses negosiasi formal yang diterapkan oleh diplomasi tradisional (Arrey & Rosa, 2021).

Adanya penekanan terhadap komunikasi dan dialog antar-aktor juga menjadi salah satu alasan mengapa diplomasi multi-jalur sangat efektif dalam menyelesaikan isu-isu spesifik yang menyangkut banyak pemangku kepentingan. Dengan memelihara kanal-kanal komunikasi yang terbuka antara beragam aktor, diplomasi multi-jalur akan mampu untuk memitigasi potensi kesalahpahaman antaraktor serta meningkatkan tingkat kepercayaan masing-masing aktor terhadap satu sama lain. Kepercayaan antaraktor serta kurangnya potensi kesalahpahaman karena terbukanya jalur komunikasi antar satu sama lain menjadi faktor penting dalam menyelesaikan isu-isu spesifik tanpa melakukan kompromi terhadap kepentingan aktor-aktor yang terlibat di dalamnya (Mitchell, 2020).

Diplomasi multi-jalur yang dilakukan oleh aktor-aktor non-negara akan mengalami interaksi dengan aktor diplomasi negara yang melaksanakan upaya diplomasi resmi secara global. Salah satu bentuk utama dari interaksi tersebut adalah adanya dialog dan kerjasama yang terjadi di berbagai macam lapisan masyarakat. Salah satu contohnya adalah melalui diplomasi jalur dua, yaitu diplomasi antar aktor-aktor non-negara secara luas, di mana pembicaraan dan diskusi yang terjadi di lapisan aktor non-negara akan mampu menciptakan sebuah lahan diskusi yang lebih ranum bagi aktor-aktor negara dalam melaksanakan upaya diplomasi secara resmi. Aktor diplomasi non-negara ini akan menciptakan lahan diskusi tersebut dengan cara meningkatkan hubungan dan kesepahaman antara aktor-aktor diplomasi lainnya, di mana hubungan yang telah dipupuk oleh aktor-aktor non-negara tersebut akan mampu untuk digunakan oleh aktor diplomasi resmi dari negara untuk melakukan proses negosiasi formal. Proses ini dapat terjadi karena aktor-aktor non-negara akan menciptakan sebuah lingkungan yang

mendukung terjadinya proses diskusi formal yang dilakukan oleh aktor negara (Chen, 2021). Fungsi pembangunan lingkungan yang mendukung oleh aktor-aktor non-negara ini utamanya penting pada kasus-kasus di mana hubungan antarpihak di dalam sebuah isu merupakan sebuah hubungan yang kurang baik, sehingga membutuhkan upaya dukungan dari aktor-aktor non-negara.

Aktor-aktor non-negara juga berperan penting dalam membangun opini publik yang positif terhadap sebuah kebijakan luar negeri, mengingat opini publik merupakan sebuah aspek penting di dalam pengambilan kebijakan di dalam sebuah pemerintahan. Opini publik akan mampu membentuk persepsi serta tindakan-tindakan yang diambil oleh para pengambil kebijakan sebuah negara, di mana tindakan yang diambil oleh sebuah aktor diplomasi di dalam sebuah proses negosiasi akan bergantung pada pandangan publik terhadap isu tersebut (Sanmac et al., 2021). Dengan pertimbangan mengenai opini publik ini, upaya diplomasi tidak hanya merupakan sebatas interaksi antar dua entitas, tetapi mencakup juga upaya pengelolaan pandangan publik domestik dan global mengenai upaya-upaya diplomatik yang dilakukan oleh sebuah entitas. Dengan menggunakan pemahaman tersebut, sebuah negara akan mampu mengubah persepsi masyarakat-masyarakat asing mengenai isu unggulan yang sedang mereka bawa apabila media domestik yang mereka punya mampu membingkai isu unggulan tersebut untuk sejalan dengan tujuan diplomatik mereka (Rhee et al., 2023).

Aktor-aktor non-negara yang berasal dari gerakan akar rumput kemudian akan memainkan peran yang sangat signifikan dalam pembentukan opini publik, di mana aktor-aktor akar rumput akan menjadi sebuah kanal bagi warga sipil dalam mengekspresikan keresahan serta pendapatnya, dan dengan begitu, turut serta dalam upaya-upaya diplomasi sebuah negara (Çuhadar & Dayton, 2012). Gerakan akar rumput akan membangun kanal-kanal informal untuk

memfasilitasi dialog serta mempertemukan suara-suara yang bertabrakan, di mana suara-suara tersebut akan membangun pemahaman yang lebih beragam mengenai sebuah isu yang sedang dibawa di dalam upaya diplomasi sebuah negara. Suara-suara tersebut pula lah yang kemudian akan menjadi dasar argumen yang memengaruhi posisi dan tindakan sebuah negara di dalam sebuah proses diplomasi. Upaya yang dilakukan oleh aktor-aktor akar rumput ini sangat penting dalam memberi pandangan-pandangan yang mungkin saja terabaikan oleh aktor diplomasi resmi oleh negara, sehingga pemahaman mengenai sebuah isu spesifik dapat menjadi penuh.

Interaksi aktor-aktor non-negara melalui proses diplomasi multi-jalur ini juga menjadi semakin luas dengan adanya integrasi teknologi komunikasi massal yang sekarang telah menjadi objek yang dapat diakses oleh masyarakat luas. Teknologi tersebut memungkinkan masyarakat luas untuk menjadi sebuah aktor diplomasi secara langsung, utamanya dalam isu-isu spesifik yang belum menjadi keresahan utama sebuah negara. Masyarakat dapat langsung terjun ke dalam diskusi mengenai isu yang meresahkan untuk mereka secara global, terhubung dengan masyarakat-masyarakat di luar sana tanpa perlu secara langsung mengikuti proses-proses diskusi formal seperti konferensi dan sebagainya. Penggunaan teknologi tersebut telah mendorong masyarakat untuk turut serta menjadi salah satu suara yang memengaruhi pengambilan keputusan sebuah negara mengenai isu-isu spesifik (Lea & Rahman, 2020)

Terdapat beberapa contoh kasus di mana penerapan diplomasi multi-jalur dapat menjadi sebuah jalan yang efektif dalam menyelesaikan sebuah isu tertentu. Transisi pasca-apartheid di Afrika Selatan adalah salah satu dari contoh kasus tersebut. Afrika Selatan yang pada saat itu sedang mengalami transisi dari sistem pemerintahan apartheid menjadi sistem pemerintahan demokrasi penuh dengan konflik antarfaksi, utamanya antara Kongres Nasional Afrika dan Pemerintah Apartheid. Penggunaan jalur diplomasi multi-jalur, utamanya diplomasi jalur dua di

Afrika Selatan kemudian menciptakan landasan untuk terjadinya dialog antara bermacam-macam pihak yang sebelumnya sedang berada dalam situasi konflik. Diplomasi multi-jalur berhasil memfasilitasi diskusi-diskusi nonformal untuk mengeksplor titik tengah di dalam konflik mereka serta membangun kepercayaan di pihak-pihak yang sedang bertikai. Landasan ini kemudian menjadi hal yang sangat penting dalam memastikan keberhasilan negosiasi-negosiasi formal yang kemudian dilakukan untuk menyelesaikan konflik yang sedang terjadi pada saat itu. Hal penting yang perlu diperhatikan di dalam penggunaan diplomasi multi-jalur di dalam kasus ini adalah dilakukannya diskusi-diskusi nonformal ini jauh dari mata publik, sehingga memungkinkan bagi para pihak-pihak yang berdiskusi untuk tidak memikirkan pengawasan media serta postur politik masing-masing pihak. Diskusi nonformal yang terjadi jauh dari mata publik tersebut kemudian memfasilitasi terbentuknya sebuah identitas Afrika Selatan yang diakui oleh masing-masing pihak yang berselisih, dan juga mengurangi perasaan terancam yang dirasakan oleh masing-masing pihak. Hal tersebut kemudian menciptakan sebuah lingkungan yang sangat kondusif untuk proses negosiasi formal, sehingga memudahkan proses penyelesaian isu-isu yang sedang dihadapi (Lieberfeld, 2002).

Contoh selanjutnya adalah penyelesaian konflik yang terjadi antara Israel dan Palestina melalui Oslo Accords pada tahun 1993. Diplomasi multi-jalur memainkan peran yang krusial dalam memfasilitasi terciptanya Oslo Accords untuk mengatasi konflik antara Israel dan Palestina. Sama seperti dalam kasus Afrika Selatan, Oslo Accords mampu menciptakan sebuah landasan bagi pihak Israel dan Palestina dalam memupuk rasa percaya antarpihak yang sedang berselisih. Pertemuan dan diskusi-diskusi yang diadakan secara informal dalam proses penyelesaian konflik antara perwakilan Israel dan Palestina yang kemudian ditengahi oleh aktor-aktor pihak ketiga seperti diplomat-diplomat dari Norwegia mampu menyediakan sebuah ruang

yang aman bagi perwakilan kedua negara tersebut untuk berdiskusi mengenai keresahan dan aspirasi yang mereka miliki. Diskusi informal yang dilakukan melalui mekanisme diplomasi multi-jalur inilah yang membantu kedua pihak untuk mengurangi kebencian dan perselisihan antara satu sama lain sehingga pelaksanaan negosiasi resmi yang konstruktif dapat terbentuk (Chen, 2021). Diplomasi multi-jalur juga memungkinkan terjadinya eksplorasi mengenai titik tengah yang dapat dicapai oleh pihak Israel dan Palestina. Melalui dialog-dialog informal yang terjadi, pihak Israel dan Palestina dapat menemukan kepentingan-kepentingan dan keresahan-keresahan bersama yang dapat melampaui perselisihan bersejarah mereka. Penemuan tersebut mengubah posisi negosiasi kedua pihak yang awalnya berangkat dari posisi konflik menuju posisi negosiasi yang berfokus pada area-area potensial untuk terjadinya kolaborasi (Nohra, 2022). Dialog-dialog informal yang terjadi melalui perwakilan Israel dan Palestina ini mampu menciptakan sebuah pemahaman yang lebih komprehensif bagi kedua pihak dan memperkaya kerangka kerja bagi pembentukan Oslo Accords.

Studi kasus penerapan diplomasi multi-jalur tidak hanya terlihat dalam proses penyelesaian konflik, tetapi juga dapat dilihat melalui partisipasi aktor-aktor non-negara dalam berbagai aspek kebijakan luar negeri yang tercipta melalui berbagai platform. Salah satu contohnya adalah keterlibatan perusahaan atau aktor-aktor usaha lain di dalam proses diplomasi melalui perdagangan. Salah satu contoh paling besar dari keterlibatan perusahaan di dalam proses diplomasi adalah terlibatnya perusahaan-perusahaan teknologi besar di dalam dialog-dialog mengenai privasi data dan regulasi keamanan siber di dalam forum-forum internasional. Keterlibatan perusahaan-perusahaan tersebut memainkan peran yang sangat penting dalam pembentukan kebijakan-kebijakan yang mengatur perdagangan digital serta perlindungan data lintas-negara. Keterlibatan perusahaan-perusahaan teknologi besar seperti Microsoft dan Google

dengan para pembuat kebijakan serta masyarakat sipil, perusahaan-perusahaan tersebut mampu memengaruhi perkembangan kerangka kerja yang mengatur kompleksitas ekonomi digital dan perdagangan internasional (Egea et al., 2020).

Kajian literatur mengenai *Diplomasi multi-jalur* atau Diplomasi Multi-Jalur menunjukkan dasar dan contoh bagaimana sebuah aktor non-negara dengan sumber daya yang terbatas dapat memainkan peran yang cukup besar di dalam panggung diplomasi global. Upaya-upaya yang dilakukan oleh aktor-aktor non-negara ini menggunakan berbagai macam sudut untuk memengaruhi proses diplomasi yang dilakukan oleh aktor-aktor resmi yang berasal dari negara. Pengaruh yang dibawa oleh aktor-aktor non-negara ini bermacam-macam, namun berujung pada satu hal, yaitu perubahan di dalam hubungan dan kebijakan internasional dari negara asal dan negara tujuan. Aksi yang dilakukan oleh aktor non-negara tersebut dapat dilakukan dengan dukungan pemerintah maupun tanpa dukungan pemerintah. Beberapa contoh dari aksi-aksi tersebut adalah upaya diplomasi yang dilakukan oleh pihak Kongres Nasional Afrika yang melaksanakan serangkaian diskusi informal bersama pemerintah Apartheid dari Afrika Selatan yang kemudian membentuk landasan bagi transisi pemerintahan di Afrika Selatan, keterlibatan perusahaan-perusahaan seperti Microsoft dan Google dalam pembentukan kebijakan perdagangan digital dan perlindungan data lintas-negara, dan masih banyak contoh-contoh lain. Pada esensinya, ide yang dijelaskan oleh John W. McDonald dan Louise Diamond ini menjadi landasan bagi kajian-kajian mengenai bagaimana aktor-aktor non-negara memiliki potensi untuk menjadi kekuatan luar biasa di dalam sebuah armada diplomasi sebuah negara.

2.2. Diplomasi Bisnis

Penggunaan konsep diplomasi bisnis pertama kali digunakan oleh Manuel London di dalam penelitiannya yang berjudul “Principled Leadership and Business Diplomacy: A Practical,

Values-based direction for management development” pada tahun 1995. Manuel London di dalam penelitian tersebut memberikan gambaran mengenai konsep diplomasi bisnis sebagai sebuah strategi yang perlu diimplementasikan untuk mencapai *principled leadership* di dalam pengelolaan sebuah perusahaan (London, 1995). Dalam penelitian tersebut, London menggunakan konsep diplomasi bisnis bukan dalam kapasitas internasional, tetapi menggunakan konsep tersebut untuk menjelaskan sebuah strategi yang digunakan secara internal di dalam sebuah perusahaan. Secara sederhana, London mendefinisikan diplomasi bisnis sebagai sebuah cara untuk bekerja dengan orang lain secara efektif untuk menyelesaikan sesuatu (London, 1995). Ia menawarkan konsep tersebut kepada manajer-manajer perusahaan sebagai sebuah strategi untuk memahami sudut pandang pekerjanya dan mencapai titik tengah tanpa perlu mengalami konflik dan agresivitas. Kehadiran pandangan mengenai diplomasi bisnis oleh London ini menunjukkan akar kehadiran konsep bisnis diplomasi yang berasal dari ilmu manajemen.

Raymond Saner dan Lichia Yiu dalam penelitiannya yang berjudul “Swiss Executives as Business Diplomats in the New Europe” kemudian memberikan salah satu definisi awal dari konsep diplomasi bisnis yang menjadi dasar masuknya diplomasi bisnis ke ranah hubungan internasional. Mereka mendefinisikan konsep diplomasi bisnis sebagai sebuah aktivitas yang berkaitan dengan pengelolaan antarmuka antara perusahaan-perusahaan global dengan berbagai mitra non-bisnisnya (Saner & Yiu, 2005). Definisi diplomasi bisnis kemudian mengalami perkembangan di tangan Ruel dan Wolters ketika mereka mendefinisikan diplomasi bisnis sebagai kegiatan yang berkaitan dengan pembangunan dan perawatan hubungan positif (oleh eksekutif atau perwakilan) dengan perwakilan negara asing dan pemangku kepentingan non-pemerintahan (ekonomi dan non-ekonomi) dengan tujuan untuk membangun dan merawat

legitimasi (menjaga citra dan reputasi korporat) dan mendapatkan lisensi untuk beroperasi di dalam lingkungan bisnis asing (Ruël et al., 2013). Ruel dan Wolters melalui penelitiannya yang berjudul “Business Diplomacy in Multinational Corporations” mengenalkan aspek hubungan internasional ke dalam konsep diplomasi bisnis.

Adanya keberagaman definisi yang dikemukakan oleh pemikir seperti Saner & Yiu, Ruel & Wolters, London, dan lainnya menunjukkan bahwa konsep diplomasi bisnis masih belum menemukan satu definisi kuat dan masih mengalami perkembangan secara dinamis. Namun, peneliti menemukan bahwa definisi yang dikemukakan oleh beberapa pemikir tersebut dapat menjadi dasar yang cukup untuk menganalisis fenomena yang penulis kaji pada saat ini. Utamanya definisi yang ditetapkan oleh Ruel & Wolters yang menyatakan bahwa diplomasi bisnis merupakan kegiatan yang berkaitan dengan pembangunan dan perawatan hubungan positif (oleh eksekutif atau perwakilan) dengan perwakilan negara asing dan pemangku kepentingan non-pemerintahan (ekonomi dan non-ekonomi) dengan tujuan untuk membangun dan merawat legitimasi (menjaga citra dan reputasi korporat) dan mendapatkan lisensi untuk beroperasi di dalam lingkungan bisnis asing.

Diplomasi bisnis adalah aktivitas-aktivitas yang dilakukan oleh pelaku bisnis dalam mencapai kepentingan bisnis melalui cara-cara yang diplomatis, utamanya dalam menggunakan prinsip perdagangan internasional dan investasi. Diplomasi bisnis berbicara mengenai upaya yang dilakukan oleh pelaku bisnis terhadap beragam pemangku kepentingan, baik aktor resmi seperti pemerintahan maupun aktor-aktor non-negara untuk memengaruhi lingkungan politik dan ekonomi dari area bisnis mereka. Upaya tersebut dilakukan untuk mencapai kepentingan-kepentingan strategis dari bisnis mereka, seperti eksposur internasional ataupun keuntungan ekonomi. Esensi dari diplomasi bisnis sendiri terdapat pada kemampuan pelaku bisnis untuk

melakukan manajemen pemangku kepentingan serta melaksanakan upaya-upaya untuk memengaruhi para pemangku kepentingan untuk mendorong kepentingan bisnis mereka. Penggunaan diplomasi bisnis sebagai salah satu langkah yang diambil oleh pelaku bisnis sendiri merupakan sebuah respon pelaku bisnis terhadap tantangan-tantangan global yang terjadi, utamanya di dalam ekspansi bisnis (Alammar & Pauleen, 2022). Di dalam sebuah literatur, Pantoja menyatakan bahwa banyak korporasi multinasional yang menggunakan diplomasi bisnis untuk berinteraksi dengan pemangku kepentingan besar seperti negara dan beragam entitas lainnya untuk membentuk regulasi dan lingkungan operasional sebuah industri untuk mendukung kepentingan bisnis mereka (Pantoja, 2018).

Definisi dari diplomasi bisnis pun merupakan sebuah konsep yang memiliki keterkaitan besar dengan diplomasi ekonomi. Diplomasi ekonomi sendiri berbicara mengenai bagaimana negara menggunakan diplomasi dan hubungan internasional sebagai alat untuk mencapai kepentingan ekonomi nasional. Dalam satu literatur dijelaskan bahwa keterkaitan diplomasi bisnis dan diplomasi ekonomi juga terlihat dari bentuk upaya diplomasi yang dilakukan oleh pelaku bisnis, di mana diplomasi bisnis dapat dilaksanakan oleh bisnis dengan cara menyelaraskan kepentingan bisnis mereka dengan kepentingan ekonomi yang telah ditetapkan oleh pemerintah (Jukić, 2023).

Diplomasi bisnis memainkan peran yang sangat penting di dalam ekonomi global, utamanya bagi aktor yang berasal dari korporasi multinasional yang bermain di lingkup global. Diplomasi bisnis menyediakan kemampuan bagi korporasi multinasional untuk memitigasi risiko-risiko yang berasal dari perubahan regulasi internasional serta ketegangan geopolitik (Hartwell, 2024). Pengintegrasian diplomasi bisnis ke dalam strategi perusahaan bukan hanya akan membantu bisnis tersebut untuk meningkatkan reputasinya, tetapi juga memberikan mereka

kemampuan untuk memperkuat legitimasi dan pengaruh mereka ke dalam pasar di negara yang mereka tuju (Egea et al., 2020).

Terdapat beberapa prinsip kunci yang membentuk konsep diplomasi bisnis, di mana prinsip ini memperlihatkan bagaimana diplomasi bisnis bekerja di dalam sebuah sistem ekonomi global. Prinsip utama yang digunakan di dalam diplomasi bisnis sendiri adalah pengelolaan pemangku kepentingan yang sebelumnya telah dibicarakan. Diplomasi bisnis banyak berbicara mengenai pengaplikasian diplomasi bisnis membutuhkan pengelolaan pemangku kepentingan yang efektif serta pembentukan hubungan produktif dengan berbagai macam kelompok pemangku kepentingan yang memiliki kemampuan untuk memengaruhi operasional serta kepentingan dari bisnis yang melaksanakan diplomasi bisnis. Menurut Egea et al., upaya diplomasi bisnis di dalam strategi perusahaan melibatkan pembentukan jaringan yang kuat dengan jejaring pemangku kepentingan eksternal, pengelolaan reputasi perusahaan, dan upaya aktivitas-aktivitas lobi di berbagai pemangku kepentingan (Egea et al., 2020). Argumen yang diajukan oleh Egea et al. ini sejalan juga dengan salah satu literatur yang ditulis oleh Alammar dan Pauleen yang menyatakan bahwa secara fundamental, diplomasi bisnis hanya merupakan upaya bisnis dalam mengelola dan memengaruhi beragam pemangku kepentingan untuk mendorong kepentingan bisnis mereka (Alammar & Pauleen, 2022). Kemampuan untuk mengelola hubungan bisnis dengan beragam pemangku kepentingan yang berpengaruh ini sangat penting bagi korporasi multinasional untuk berusaha di dalam pasar internasional yang luas dan rumit, mengingat kemampuan tersebut memberikan mereka keterampilan dalam memitigasi risiko serta membuka berbagai macam pintu untuk melakukan kapitalisasi terhadap berbagai macam kesempatan baru yang mungkin saja tak terlihat oleh kompetitor mereka (Delgadillo et al., 2022).

Salah satu prinsip kunci lainnya di dalam diplomasi bisnis adalah kompetensi lintas budaya, di mana kompetensi lintas budaya memiliki peran yang penting dalam memastikan terjadinya komunikasi yang efektif antara bisnis dan beragam pemangku kepentingan yang berasal dari latar belakang budaya yang berbeda. Mengingat komunikasi efektif merupakan pondasi penting bagi interaksi diplomatik yang sukses, kemampuan untuk mempertimbangkan dan memahami berbagai macam nilai-nilai serta pola komunikasi dari berbagai macam budaya menjadi sebuah kemampuan dan prinsip yang sangat penting untuk dimiliki oleh pelaku bisnis. Menurut sebuah literatur, kompetensi lintas budaya sendiri merupakan sebuah kapasitas yang dimiliki oleh sebuah entitas untuk berkomunikasi secara tepat (Wan, 2023). Prinsip ini memberikan kemampuan bagi pelaku bisnis untuk mengurangi kesempatan terjadinya miskomunikasi dan konflik yang terjadi berdasar pada perbedaan budaya (Devjak, 2023).

Alasan mengapa prinsip kompetensi lintas budaya merupakan sebuah prinsip mendasar di dalam diplomasi bisnis sangat sederhana, yaitu pondasi upaya diplomasi adalah kepercayaan dan hubungan baik. Oleh karena itu, pemahaman mengenai berbagai macam budaya dan kemampuan untuk menyesuaikan pola komunikasi sesuai dengan nilai-nilai kebudayaan tertentu mampu membangun kepercayaan yang besar bagi pelaku bisnis dengan pemangku kepentingan yang beragam.

Terdapat perbedaan yang mendasar bagi diplomasi resmi yang dilaksanakan oleh aktor negara seperti diplomat resmi dan diplomasi bisnis yang dilakukan oleh pelaku bisnis. Masing-masing diplomasi memainkan peran yang berbeda, serta memiliki tujuan, metodologi, dan hasil yang berbeda di dalam diplomasi global. Diplomasi resmi yang dipimpin oleh aktor pemerintah biasanya memiliki tujuan yang sangat besar, utamanya untuk mendorong pencapaian kepentingan negara seperti keamanan, pengaruh politik, serta kemakmuran ekonomi. Diplomasi

resmi pada esensinya merupakan aktivitas politik yang dilakukan oleh negara untuk menyelaraskan kepentingan yang dimiliki oleh dua negara atau lebih dan bekerja sama untuk mencapai kepentingan tersebut, di mana penyelarasan kepentingan tersebut akan dilakukan oleh hubungan negara yang dibentuk secara resmi oleh aktor-aktor negara (Jukić, 2023). Utamanya, pendekatan diplomasi yang dilakukan secara resmi oleh aktor negara ini memprioritaskan kepentingan sebuah negara secara utuh daripada kepentingan individu ataupun kepentingan korporasi tertentu. Aktor-aktor yang melaksanakan diplomasi resmi pun utamanya merupakan pejabat, diplomat, maupun perwakilan negara di dalam sebuah organisasi internasional. Pelaku diplomasi resmi ini melaksanakan diplomasi melalui protokol dan struktur yang resmi dan kaku, serta berfokus pada penekanan kedaulatan serta otoritas yang dimiliki oleh sebuah negara. Penggunaan aktor yang berasal dari pihak pemerintah suatu negara berasal dari pandangan diplomasi secara tradisional, di mana diplomasi dianggap merupakan ranah yang eksklusif dan hanya dilaksanakan oleh pihak pemerintah negara. Diplomasi resmi oleh negara pun memiliki metodologi pelaksanaan diplomasi yang sangat kaku, utamanya melalui sebuah proses negosiasi formal dan penciptaan perjanjian antarentitas baik bilateral maupun multilateral. Proses diplomasi resmi dilaksanakan melalui praktik-praktik diplomatik serta protokol-protokol yang kaku dan berbentuk beberapa acara resmi seperti *summit*, konferensi, serta kunjungan resmi pejabat negara. Bentuk hasil dari diplomasi resmi ini biasanya dapat terlihat dengan jelas dalam pembentukan perjanjian perdamaian, perjanjian perdagangan, serta peningkatan hubungan bilateral.

Diplomasi resmi yang bersifat kaku dan eksklusif dilaksanakan oleh aktor-aktor negara merupakan sebuah bentuk diplomasi yang sangat berbeda dari diplomasi bisnis di berbagai aspek. Dimulai dari tujuan, di mana tujuan dari diplomasi bisnis berfokus pada pencapaian

kepentingan-kepentingan usaha seperti akses pasar, kesempatan investasi, serta pembentukan regulasi-regulasi yang mendukung usaha tersebut. Fokus utama diplomasi bisnis tidak terpaku pada apa kepentingan yang dimiliki oleh negara, tetapi didorong oleh maksimalisasi keuntungan serta pencapaian keunggulan kompetitif. Aktor yang bermain di dalam diplomasi bisnis pun mencakup pemangku kepentingan dalam bentuk yang jauh lebih luas, seperti perusahaan multinasional, kelompok-kelompok industri, hingga organisasi-organisasi non-pemerintah. Aktor-aktor ini akan melaksanakan kegiatan diplomasi dengan cara mengadvokasi kepentingan yang mereka miliki serta melaksanakan kegiatan yang dapat memengaruhi kebijakan yang berpengaruh terhadap ranah usaha mereka. Hal ini dapat berujung pada sebuah dinamika yang menarik di mana pengusaha akan berusaha untuk menggunakan dukungan dari pemerintah tempat mereka berasal untuk mencapai tujuan mereka, tetapi tetap mempertahankan beberapa bagian dari kebebasan mereka sebagai sebuah usaha dalam mencapai kepentingan-kepentingan mereka (Ban & Dutta, 2012). Salah satu cara mereka melakukan hal tersebut adalah dengan cara menyelaraskan sebagian dari kepentingan bisnis mereka kepada kepentingan-kepentingan nasional yang didorong oleh negara mereka berasal. Cara pelaku usaha dalam melaksanakan diplomasi bisnis sangat berbeda dengan pelaku diplomasi resmi. Aktor diplomasi bisnis banyak menggunakan kanal-kanal informal untuk mencapai kepentingan mereka, lalu terdapat juga penggunaan strategi-strategi hubungan masyarakat yang kuat, serta penerapan interaksi pemangku kepentingan yang banyak. Pelaku bisnis ini kemudian akan melaksanakan beberapa kegiatan untuk memengaruhi kebijakan di dalam ranah usaha mereka, utamanya seperti lobi, advokasi, serta inisiatif CSR atau *Corporate Social Responsibility*. Diplomasi bisnis pun menghasilkan sebuah hasil yang jauh berbeda dari diplomasi resmi. Hasil dari upaya diplomasi bisnis biasanya terlihat melalui lensa performa bisnis, yaitu pangsa pasar, profitabilitas, serta

reputasi usaha di mata publik. Terdapat satu fenomena menarik di dalam diplomasi bisnis, sesuai dengan literatur yang ditulis oleh Alun Jones dan Julian Clark, di mana mereka berdua menyatakan bahwa upaya diplomasi bisnis yang dilaksanakan dengan fokus pada kepentingan pasar dan menggunakan metode diplomasi yang selaras dengan diplomasi resmi pemerintah akan menghasilkan sebuah fenomena di mana batasan antara diplomasi dan bisnis akan semakin kabur (Jones & Clark, 2017). Penyelarasan antara kepentingan usaha, kepentingan pasar, dan kepentingan nasional ini akan memperlihatkan bagaimana hubungan antara kegiatan diplomasi yang dilakukan oleh negara dan kegiatan diplomasi yang dilakukan oleh bisnis akan semakin terkait dan sulit untuk dibedakan sehingga kedua belah diplomasi akan saling melebur untuk mencapai tujuan yang sama. Salah satu literatur lain yang ditulis oleh Eleni Georgiadou menjelaskan lebih lanjut mengenai fenomena tersebut di mana Georgiadou menyatakan bahwa terjadinya integrasi antara kegiatan-kegiatan bisnis dan komersil ke dalam ranah kebijakan luar negeri telah menghasilkan inovasi baru di mana beberapa pemerintahan mulai mengadaptasi strategi-strategi diplomasi mereka untuk mengakomodasi pengaruh perusahaan multinasional terhadap kebijakan luar negeri sebuah pemerintahan (Georgiadou, 2018).

Perbedaan yang dimiliki oleh kedua jenis diplomasi tersebut tidak menutup kemungkinan untuk kedua belah aktor untuk bekerja sama dalam melaksanakan upaya diplomasi. Sebaliknya, kekuatan masing-masing jenis diplomasi membuka kesempatan yang luar biasa untuk melakukan upaya diplomasi yang sangat efektif. Kerjasama antara diplomasi bisnis dan diplomasi resmi yang dilakukan oleh pihak pemerintah terbukti melalui upaya diplomasi ekonomi yang dilaksanakan oleh pihak bisnis dan pihak pemerintah. Dalam satu literatur, Svitlana Naumkina menyatakan bahwa pelaksanaan diplomasi ekonomi yang mengikutsertakan upaya diplomasi bisnis di dalamnya mampu menjadi sebuah faktor pendorong yang sangat efektif untuk

mendorong daya saing dan potensi masuknya investasi asing ke sebuah negara (Naumkina, 2023). Dalam upaya diplomasi ekonomi, pihak bisnis kerap bekerja sama dengan pihak pemerintah untuk mempromosikan kepentingan nasional negara asalnya di luar negeri, di mana upaya yang dilakukan oleh pihak bisnis ini dapat menciptakan sebuah simbiosis mutualisme di mana pihak pemerintahan dan pihak bisnis mendapatkan keuntungan dari upaya diplomasi tersebut, utamanya dari terjadinya peningkatan perdagangan dan terbukanya kesempatan investasi. Bahkan, kolaborasi antara kedua jenis aktor diplomasi merupakan sebuah upaya yang sangat penting, utamanya bagi pihak bisnis yang berasal dari UMKM yang memiliki niatan untuk terjun ke dalam pasar luar negeri (Hajdukiewicz, 2019). Kolaborasi kedua pihak ini akan membuka jalan bagi pihak bisnis UMKM untuk terjun ke dalam pasar internasional dengan menggunakan sumber daya yang berasal dari pihak pemerintah, sedangkan pemerintah akan mendapatkan keuntungan dalam bentuk terbukanya akses pasar negara tersebut ke pasar internasional, di mana akses tersebut akan membawa kesempatan besar bagi perusahaan-perusahaan di luar negeri untuk memberikan investasi bagi usaha yang terdapat di negara tersebut.

Kolaborasi antara pemerintah dan pihak bisnis di dalam upaya diplomasi bisnis mengambil beberapa bentuk. Bentuk pertama telah dijelaskan sebelumnya, yaitu upaya kolaborasi pemerintah dan bisnis melalui diplomasi ekonomi. Bentuk kedua adalah melalui kerjasama publik dan swasta, di mana kerangka kerja ini merupakan sebuah kerangka kerja yang sangat krusial bagi kerjasama bisnis dan pemerintah. Kolaborasi dalam bentuk kerjasama antara bisnis dan pemerintah ini menjadi landasan terjadinya pembagian sumber daya dan keahlian di dalam penyelesaian sebuah masalah bersama, seperti dalam pembentukan infrastruktur dan inisiatif-inisiatif publik lainnya. Salah satu contoh dari bentuk kolaborasi ini adalah penerapan

kerjasama ini di dalam konsep diplomasi vaksin dalam menyelesaikan masalah bersama dalam bentuk wabah penyakit. Penyelesaian masalah bersama itu menuntut terjadinya kerjasama antara bisnis dan pemerintah, di mana pemerintah menyediakan sumber daya dan bisnis berperan sebagai produsen yang memproduksi solusi dari permasalahan tersebut (Shakeel et al., 2019).

Bentuk kolaborasi selanjutnya adalah penyelarasan kepentingan bisnis terhadap kepentingan negara dan sebaliknya, di mana kolaborasi tersebut terjadi dengan adanya peran dan upaya fasilitas dari diplomat komersil. Diplomat komersil tersebut akan menjadi perantara dari bisnis kepada pemerintah di mana diplomat komersil tersebut akan memastikan bahwa terjadi interaksi antara pihak bisnis dan pemerintah dan kepentingan masing-masing pihak dapat terwakili di dalam diskusi-diskusi diplomatik yang bersifat resmi. Dengan adanya upaya fasilitas dari diplomat komersil tersebut, maka akan terjadi penyelarasan strategi-strategi bisnis terhadap kepentingan kebijakan luar negeri nasional dari pihak pemerintah. Penyelarasan ini sangat penting mengingat adanya prioritas bagi negara untuk mendukung bisnis-bisnis nasional yang mereka miliki untuk bersaing di dalam panggung internasional (Zuidema & Ruel, 2012). Peran diplomat komersil ini dapat membawa beberapa manfaat bagi upaya diplomasi tersebut, utamanya adalah terjadinya peningkatan perdagangan, terbukanya kesempatan-kesempatan investasi, serta terpenuhinya perlindungan dari properti intelektual (Naray, 2011).

2.3. Literatur Terdahulu

Penelusuran lebih lanjut mengenai literatur-literatur yang berbicara mengenai isu yang dibahas oleh penulis adalah sebuah hal yang penting untuk dilakukan. Penelusuran mengenai isu tersebut melalui berbagai macam literatur serupa yang telah ditulis menunjukkan pengetahuan-pengetahuan yang telah dibangun mengenai isu tersebut, siapa yang telah membangun pengetahuan-pengetahuan tersebut, serta menunjukkan seberapa jauh pengetahuan mengenai isu

tersebut telah dibangun hingga saat ini. Literatur-literatur yang telah ditulis akan menunjukkan seberapa jauh bangunan pengetahuan mengenai isu tersebut, dan yang paling penting adalah literatur-literatur tersebut akan menunjukkan apa saja yang belum dibangun di dalam pengetahuan tersebut. Penelusuran tersebut kemudian akan menunjukkan urgensi dari penelitian yang dilakukan oleh penulis, serta apakah upaya penulisan dan penelitian yang dilakukan oleh penulis belum dilakukan oleh penulis lain sebelumnya. Di dalam bagian ini, penulis akan mencoba mencari tahu mengenai apa saja literatur yang telah ditulis mengenai isu ini melalui tiga kategorisasi berdasar pada kata kunci yang terdapat di dalam judul yang diajukan oleh penulis, yaitu: *Roastery* Kopi Indonesia, Agen Diplomasi, serta Ekspor Kopi Indonesia ke Amerika Serikat. Lalu, setelah mencari tahu mengenai literatur yang telah ditulis dalam kategorisasi tersebut, penulis akan berusaha mencari tahu literatur-literatur yang lebih spesifik berbicara mengenai isu utama yang dibahas oleh penulis yaitu peran *roastery* kopi Indonesia sebagai agen diplomasi terhadap ekspor kopi Indonesia ke Amerika Serikat.

Roastery Kopi Indonesia

Secara umum, literatur yang berbicara mengenai *roastery* kopi di Indonesia masih minim dan berasal sepenuhnya dari bidang ilmu yang terpisah dari bidang ilmu Hubungan Internasional. Beberapa bidang ilmu yang membahas tentang *roastery* kopi di Indonesia contohnya adalah bidang ilmu komunikasi, ilmu pemasaran, ilmu bisnis, dan berbagai macam bidang ilmu lainnya. Melalui penelusuran dan kajian literatur yang dilakukan oleh penulis, penulis mampu mendapatkan beberapa literatur yang penting untuk menunjang pengetahuan yang akan dibentuk oleh penulis, meskipun literatur-literatur yang didapatkan oleh penulis bukan berasal dari lingkup ilmu hubungan internasional.

Salah satu contoh pengetahuan yang telah dibangun mengenai *roastery* kopi Indonesia adalah mengenai bagaimana teknik pemasaran yang digunakan oleh sebuah *roastery*. Dalam kasus ini adalah teknik pemasaran yang digunakan oleh Dharma Boutique Roastery, salah satu *roastery* kopi tertua di Semarang agar tetap relevan dengan konsumen-konsumen baru. Di dalam literatur yang ditulis oleh Arni Ernawati, Erna Zuni Astuti, dan Diah Soelistyowati dengan judul “Menjaga Eksistensi Dharma Boutique Roastery: Eksplorasi Strategi Komunikasi Pemasaran Pabrik Kopi Tertua di Semarang pada tahun 2023, mereka menjabarkan bahwa Dharma Boutique Roastery adalah sebuah perusahaan asal Indonesia yang berfokus pada penyangraian biji kopi menjadi sebuah biji kopi siap seduh (Ernawati et al., 2023). Dalam literatur tersebut, Arni Ernawati berbicara mengenai strategi apa yang sebaiknya diterapkan oleh Dharma Boutique Roastery untuk bersaing di dalam pasar kopi yang semakin kompetitif. Literatur tersebut cukup penting bagi penelitian yang penulis lakukan mengingat literatur ini mampu memberikan gambaran mengenai definisi dari entitas yang penulis kaji, yaitu *roastery* kopi Indonesia. Melalui literatur tersebut, dapat disimpulkan bahwa *roastery* kopi Indonesia adalah entitas perusahaan atau individu yang melaksanakan proses penyangraian yang mengubah biji kopi hijau/mentah menjadi sebuah kopi siap seduh. Definisi tersebut memberikan penulis pengetahuan lebih mengenai entitas yang akan dikaji dan entitas mana saja yang masuk ke dalam kategori tersebut.

Selaras dengan literatur mengenai pemasaran yang membahas mengenai *roastery* kopi Indonesia, ada pula salah satu literatur yang menyediakan definisi dan pemahaman lebih mendalam mengenai *roastery* kopi Indonesia. Literatur yang ditulis oleh Archie Gredyon dan Wulan Purnama Sari dengan judul “Kopi dan Bauran Pemasaran (Studi Fenomenologi Kedai 9 *Cups Coffee and Roastery*)”. Secara umum, literatur yang ditulis oleh Archie Gredyon dan Wulan Purnama Sari tersebut berupaya mencari tahu mengenai strategi pemasaran yang

digunakan oleh kedai 9 *Cups Coffee and Roastery* untuk meningkatkan kualitas bisnis mereka (Gredyon & Sari, 2018). Namun satu hal yang dapat diambil dari literatur tersebut adalah pemahaman lebih dalam mengenai bentuk dari *roastery* kopi Indonesia, di mana literatur tersebut memberikan pemahaman bahwa *roastery* kopi Indonesia adalah sebuah perusahaan yang berfokus pada penyangraian biji kopi asal Indonesia yang beragam dan berkualitas tinggi, di mana terkadang perusahaan tersebut tidak hanya melakukan penyangraian tetapi juga melakukan proses edukasi kepada konsumen serta melakukan penjualan kopi secara langsung kepada konsumen melalui kedai kopi yang mereka miliki.

Penulis menemukan beberapa literatur yang membahas *roastery* kopi Indonesia dari sudut pandang diplomasi dengan menggunakan kerangka diplomasi kopi. Salah satu dari literatur tersebut ditulis oleh Henike Primawanti, Azizah Tinakusumahnita, dan Diyat Nurrahman dengan judul literatur berupa “Indonesian Coffee Diplomacy Towards the United States Through Indonesian Coffee Cupping”. Literatur tersebut melakukan kajian dari implementasi diplomasi kopi Indonesia terhadap Amerika Serikat melalui proses kegiatan *Coffee Cupping* serta bagaimana kegiatan tersebut memainkan peran sebagai sebuah alat diplomatik untuk mendorong efektifitas dari hubungan bilateral dan juga untuk merespon tantangan yang timbul di dalam proses ekspor kopi Indonesia ke pasar Amerika Serikat (Primawanti et al., 2023). Literatur ini membuka pandangan penulis lebih jauh mengenai posibilitas serta proses yang dilakukan dalam menghubungkan antara industri kopi (*Roastery* kopi Indonesia secara spesifik) dan dunia diplomasi, di mana literatur ini memberikan contoh nyata mengenai peran yang dimainkan oleh *roastery* kopi sebagai alat diplomatik Indonesia dalam meningkatkan hubungan bilateral.

Lalu, ada pula literatur yang membahas mengenai kebijakan luar negeri yang Indonesia terapkan dalam rangka meningkatkan kerjasama ekspor kopi ke Amerika Serikat melalui

kerangka pikir diplomasi kopi. Literatur tersebut ditulis oleh Rara Shertina dengan judul “Diplomasi Kopi: Kebijakan Luar Negeri Indonesia dalam Meningkatkan Kerja Sama Ekspor Komoditas Kopi ke Amerika Serikat” yang dirilis pada Februari 2020. Literatur tersebut membahas mengenai kesuksesan yang dialami oleh Indonesia dalam melaksanakan diplomasi kopi yang ditandai dengan adanya peningkatan angka ekspor kopi Indonesia ke Amerika Serikat setiap tahunnya (Shertina, 2019).

Agen Diplomasi

Perihal literatur yang membahas mengenai agen diplomasi secara spesifik, penulis menemukan beberapa literatur yang relevan dengan pembahasan tersebut. Literatur pertama yang penulis temukan adalah sebuah literatur yang ditulis oleh David Lindsey dengan judul “Diplomacy Through Agents” di mana David Lindsey membahas perihal bagaimana diplomasi dilaksanakan melalui agen diplomasi berupa diplomat yang mewakili sebuah negara tertentu (Lindsey, 2017). Literatur tersebut memberi argumen bahwa menyerahkan proses diplomasi kepada delegasi yang mewakili negara dapat meningkatkan kredibilitas komunikasi sebuah negara. Literatur yang ditulis oleh Lindsey ini memberikan penulis dasar definisi dari apa yang dimaksud dengan sebuah agen diplomasi, yaitu sebuah individu atau entitas yang diberikan otoritas oleh negara untuk mewakili kepentingannya di negara lain, di mana mereka bertugas untuk memfasilitasi terjadinya komunikasi dan negosiasi antarpemerintah (Lindsey, 2017). Agen diplomasi tersebut biasanya berupa duta besar dari sebuah negara yang memiliki tugas untuk membawa dan menyampaikan pesan kepada negara tempat mereka ditugaskan, mengadvokasi kebijakan-kebijakan yang dibuat oleh negara asal mereka, serta memupuk hubungan antara negara asal mereka dengan negara tempat mereka ditugaskan.

Selaras dengan pertanyaan yang diajukan oleh penulis, yaitu mengenai peran *roastery* kopi sebagai agen diplomasi, maka literatur mengenai agen diplomasi non-tradisional diperlukan sebagai dasar literatur. Oleh karena itu, penulis menemukan salah satu literatur yang ditulis oleh Anca Anton dengan judul “Profiling a Niche Actor of Civil Society Diplomacy: The Unattached Diplomat” Yang berbicara mengenai aktor-aktor diplomasi yang berasal dari masyarakat sipil dan bekerja secara independen dari agenda negara (Anton, 2023). Anton berbicara mengenai sebuah konsep bernama “Unattached Diplomats” atau diplomat yang tak terikat yang muncul dari masyarakat sipil dan bergerak secara independen tanpa campur tangan negara. Aktor-aktor tersebut mobilitas organisasional dan biasanya bergerak untuk mengadvokasi suatu isu spesifik. Aktor-aktor tersebut memiliki perbedaan yang mendasar dari aktor diplomat tradisional, di mana aktor diplomat tradisional terikat pada agenda yang dimiliki oleh pemerintah sedangkan aktor diplomat non-tradisional tersebut terikat pada isu yang mereka advokasi atau organisasi yang mereka wakili di kancah global (Anton, 2023). Diplomat tak terikat ini menggunakan posisi mereka di masyarakat sipil serta sumber daya yang mereka miliki untuk mengadvokasi isu yang mereka anggap penting, di mana mereka melakukan pergerakan dan advokasi secara global menggunakan pembiayaan secara mandiri serta kapital sosial yang mereka miliki tanpa harus terikat dan menggunakan sumber daya yang diberikan oleh pemerintah negara yang mereka wakili. Hal ini memberikan mereka keleluasaan untuk bergerak tanpa perlu khawatir untuk terikat pada kerangka kerja diplomasi resmi negara mereka.

Lalu, ada pula sebuah literatur yang ditulis oleh Auriane Guilbaud yang berjudul “Diplomacy by Non-State Actors” yang memberikan gambaran dari dinamika diplomasi yang dilakukan oleh aktor-aktor non-negara (Guilbaud, 2019). Melalui literatur ini, Guilbaud mendiskusikan perkara peran aktor non-negara seperti NGO, perusahaan, serta yayasan filantropi

di dalam aktivitas diplomasi. Melalui literatur ini, Guilbaud memperlihatkan dinamika dari aktivitas diplomasi yang dilakukan oleh aktor-aktor non-negara serta mendiskusikan perihal bagaimana aktor-aktor tersebut terkadang melaksanakan kegiatan diplomasi yang berkompetisi atau bahkan bertentangan dengan agenda diplomasi yang berusaha dilakukan oleh negara. Literatur ini juga mendiskusikan perkara respon yang dilakukan oleh negara serta apa saja batasan dan tantangan-tantangan yang dihadapi oleh sistem diplomasi yang mengikutsertakan entitas non-negara ini sebagai sebuah aktor (Guilbaud, 2019).

Ekspor Kopi Indonesia ke Amerika Serikat

Terdapat cukup banyak literatur yang berbicara mengenai ekspor kopi Indonesia ke Amerika Serikat. Literatur tersebut menganalisis topik ekspor kopi Indonesia ke Amerika Serikat melalui banyak lensa, dimulai dari prediksi jumlah ekspor kopi Indonesia ke Amerika Serikat, kebijakan yang diambil oleh negara dalam meningkatkan ekspor, kajian hal-hal yang berpengaruh pada ekspor kopi Indonesia ke Amerika Serikat, dan masih banyak lagi.

Literatur pertama yang relevan untuk mencari tahu mengenai pertanyaan yang diajukan oleh penulis adalah literatur yang dibuat oleh W. N. Achmadin dengan judul “Forecasting Coffee Exports to the United States Using the Holt-Winters Exponential Method” yang membahas perihal prediksi jumlah ekspor kopi yang akan dilakukan Indonesia ke Amerika Serikat. Pada literatur ini, Achmadin dkk. berbicara mengenai prediksi angka ekspor kopi Indonesia ke Amerika Serikat yang akan mencapai angka sekitar 60,661.50 ton kopi pada tahun 2024 dan 61,563.27 ton pada tahun 2025 (Achmadin et al., 2024). Riset ini juga menunjukkan pola fluktuasi yang tidak stabil pada data ekspor kopi Indonesia mulai dari tahun 2000 hingga tahun 2022, di mana pola ekspor tersebut terjadi karena dipengaruhi oleh beberapa faktor musiman.

Melalui riset ini, Achmadin dkk. Berusaha untuk menunjukkan pentingnya peramalan yang akurat mengenai dinamika perdagangan kopi dan tren-tren perdagangan kopi di masa depan untuk membantu pemangku kepentingan di dalam industri kopi dalam membuat keputusan yang akurat sesuai dengan kepentingannya.

Literatur kedua yang penting untuk dikaji adalah sebuah literatur yang ditulis oleh Hilmy Priliadi dan Avni Birinci yang berjudul “A Study on Determinants of Coffee Export from Indonesia to the United States of America”. Literatur ini berupaya mencari tahu mengenai faktor apa saja yang berpengaruh pada ekspor kopi Indonesia ke Amerika Serikat serta menunjukkan seberapa penting area penanaman kopi yang dimiliki oleh Indonesia terhadap nilai ekspor kopi yang dimiliki oleh Indonesia (Priliadi & Birinci, 2023). Hasil dari penelitian yang dilakukan oleh Hilmy Priliady dan Avni Birinci menunjukkan mengenai bagaimana ekspor kopi Indonesia ke Amerika Serikat dipengaruhi sangat besar oleh banyak faktor, seperti harga kopi dunia, konsumsi kopi Amerika Serikat, harga teh dunia, dan masih banyak lagi faktor. Priliadi dan Birinci juga menunjukkan bahwa meskipun konsumsi kopi Amerika dan harga kopi Indonesia memiliki efek yang positif terhadap ekspor kopi Indonesia ke Amerika Serikat, tetapi kedua faktor tersebut memiliki dampak yang buruk secara jangka panjang. Mereka menunjukkan bahwa faktor penentu terbesar dalam nilai ekspor kopi Indonesia adalah area penanaman kopi Indonesia.