

BAB 1

PENDAHULUAN

Penulis memilih judul ini karena penulis menyadari bahwa Indonesia merupakan sebuah negara besar yang mayoritas penduduknya bermata pencaharian bertani dan berdagang. Namun dengan masuknya Indonesia pada era internasional, maka Indonesia pun mulai merambah pasar ekspor ke luar negeri. Banyak komoditi yang dipasarkan ke luar negeri mulai dari tekstil, migas, pertambangan, perkebunan, dan hasil-hasil produksi lainnya yang termasuk dalam UKM (unit kegiatan masyarakat). Namun disini penulis ingin membahas tentang komoditi dari hasil perkebunan khususnya dalam komoditi kakao.

Hal ini dikarenakan pasar ekspor kakao di luar negeri mempunyai cukup potensi dan prospek yang sangat besar, jika dibandingkan dengan ekspor-ekspor Indonesia lainnya. Selain dari pada itu, Indonesia juga mempunyai potensi sumber daya alam yang sangat baik. Tingkat kesuburan tanah Indonesia masih lebih unggul, karena letak geografis Indonesia yang berada pada garis khatulistiwa.

A. Latar Belakang Masalah

Perdagangan antar wilayah dan antar benua adalah suatu kegiatan yang dilakukan oleh umat manusia karena adanya suatu prinsip kemampuan untuk memproduksi barang kebutuhan dan adanya kebutuhan akan barang tersebut. Sehingga terjadi saling memenuhi satu sama lainnya, yang perlu diperhatikan adalah keseimbangan diantara produksi dan konsumsi barang kebutuhan manusia

Apabila terjadi ketimpangan antara produksi dan konsumsi maka akan menimbulkan ketidakseimbangan. Apalagi bila perdagangan yang terjadi adalah perdagangan internasional, maka hal ini juga membangun hubungan baik antara negara yang melakukan perdagangan tersebut.

Terdapat dua hal penting untuk terjadinya perdagangan internasional yakni spesialisasi produk dan informasi akan kebutuhan barang yang akan diperdagangkan. Hal pertama yakni spesialisasi terjadi karena keadaan yang alamiah yakni tumbuhnya atau tersedianya bahan alamiah yang tersedianya berbeda-beda diberbagai tempat dunia. Bahan yang berbeda-beda tersebutlah yang membuat adanya kebutuhan yang saling melengkapi satu sama lain dan adanya ketergantungan antar wilayah dan antar benua. Ketergantungan akan kebutuhan tersebut yang memunculkan hubungan internasional.

Awalnya hubungan internasional dimulai hanya dilakukan oleh *government to government* atau negara ke negara, dewasa ini perkembangan dunia perdagangan semakin mengalami kemajuan yang cukup pesat. Perkembangan teknologi informasi dan transportasi yang didorong oleh tingkat kecerdasan manusia mampu mempermudah hubungan internasional yang berkembang menjadi *society to society* dan *people to people*. Alasan itulah mengapa banyak negara yang menggunakan perdagangan bebas untuk menggerakkan perekonomian negara.

Masyarakat dapat memperoleh berbagai informasi tentang apapun dengan mudah mengenai banyak hal termasuk masalah perdagangan internasional dari berbagai negara, contoh yang bisa kita ambil adalah adanya teknologi informasi

yang bisa kita sebut dengan *international network* (internet), hal ini mendorong perusahaan-perusahaan kecil maupun besar untuk saling bersaing dalam menyebarkan informasi agar produk mereka dapat diketahui oleh masyarakat luas, dan mempermudah konsumen memperoleh informasi produk yang akan mereka beli. Dengan demikian komoditi-komoditi tersebut berusaha untuk lebih maju dibandingkan dengan komoditi yang lain.

Sehingga untuk menembus pasar internasional strategi ekspor yang dilakukan adalah politik perdagangan internasional, yaitu kualitas dan mutu hasil produk tersebut berusaha untuk lebih baik dibandingkan dengan negara-negara lain. Yaitu cara-cara strategi yang akan dilakukan untuk memasuki dan mengembangkan perdagangan internasional. Didalam hubungan internasional dijabarkan bahwa, pengetahuan tentang suatu wilayah baik secara regional maupun secara individu negara. Dengan demikian, dapat diketahui politik luar negeri suatu bangsa pada umumnya dan politik perdagangan internasional pada khususnya. Dalam ilmu hubungan internasional terdapat pengetahuan ide-ide politik yang dari pengetahuan itu dapat mengetahui ide politik suatu negara mitra usaha perdagangan negara.

Masyarakat dapat memperoleh berbagai informasi tentang apapun dengan mudah mengenai banyak hal termasuk masalah perdagangan internasional dari berbagai negara, contoh yang bisa kita ambil adalah adanya teknologi informasi yang bisa kita sebut dengan *international network* (internet). Hal ini mendorong perusahaan-perusahaan kecil maupun besar untuk saling bersaing dalam

menyebarkan informasi agar produk mereka dapat diketahui oleh masyarakat luas

dan mempermudah konsumen memperoleh informasi produk yang akan mereka beli. Dengan demikian komoditi-komoditi tersebut berusaha untuk lebih maju dibandingkan dengan komoditi yang lain, yaitu kualitas dan mutu hasil produk tersebut berusaha untuk lebih baik dibandingkan dengan negara-negara lain

Oleh karena itu untuk menembus pasar internasional strategi ekspor yang dilakukan adalah politik perdagangan internasional. Yaitu cara-cara strategi yang akan dilakukan untuk memasuki dan mengembangkan perdagangan internasional. Didalam hubungan internasional dijabarkan bahwa, pengetahuan tentang suatu wilayah baik secara regional maupun secara individu negara. Dengan demikian, dapat diketahui politik luar negeri suatu bangsa pada umumnya dan politik perdagangan internasional pada khususnya. Dalam ilmu hubungan internasional terdapat pengetahuan ide-ide politik yang dari pengetahuan itu dapat mengetahui ide politik suatu negara mitra usaha perdagangan negara.

Dari pengetahuan ide politik umum ini akan dapat memahami tentang politik suatu negara. Dengan demikian, menyiapkan diri kita untuk berkomunikasi internasional dengan lebih baik. Dalam ilmu hubungan internasional yang juga berpengaruh terhadap perdagangan internasional dan perdagangan bilateral.

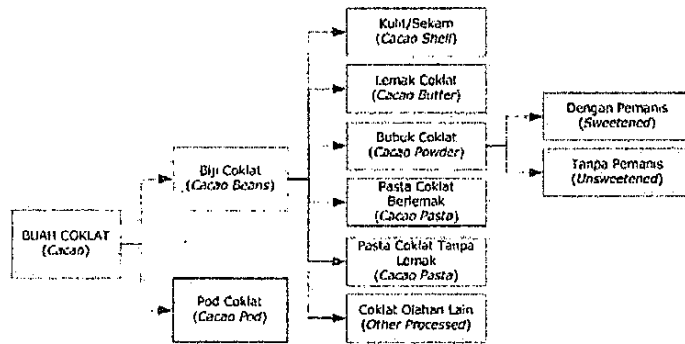
Pengetahuan ilmu hubungan internasional yang telah berkembang begitu pesatnya, oleh karena itu dapat digunakan untuk mengetahui perdagangan Indonesia ke luar negeri. Indonesia sebagai sebuah negara yang memiliki iklim tropis, hal ini sangat mendukung Indonesia akan hasil yang baik dalam sumber daya alam, sehingga tanaman yang di tanam di tanah Indonesia akan tumbuh dengan subur. Hal ini membuat negara-negara lain tertarik akan hasil perkebunan

Indonesia dan hasil rempah-rempah Indonesia yang dianggap mereka mempunyai suatu nilai kualitas yang baik. Apalagi bila pengetahuan tersebut sudah bukan satu wilayah negara saja, tapi sudah lebih mendalam lagi ke pengetahuan tentang tingkat kesuburan masing-masing provinsi di Indonesia khususnya terhadap tanaman kakao.

Pengetahuan akan produksi dari setiap provinsi ini juga membantu dalam pemasaran yang bisa dilakukan oleh para petani dan eksportir kakao Indonesia di pasar internasional khususnya di Amerika Serikat. Karena selama ini komoditi kakao Indonesia mempunyai pangsa pasar tersendiri yaitu di pasar New York, Amerika Serikat. Namun pada tahun 2010 ini pangsa pasar kakao Indonesia juga telah merambah ke beberapa negara Eropa, Amerika Selatan dan Asia, diantaranya adalah Brasil, Bolivia, Jerman, Prancis, Inggris, Belanda, China, Jepang, Malaysia, Afrika Selatan, Australia, dan Selandia Baru. Volume ekspor ke negara-negara tersebut masih sangat sedikit, karena pangsa Eropa sudah memilih produksi kakao dari Afrika.

Sebagai sebuah negara yang maju tentu Amerika Serikat mempunyai standar tersendiri dalam mengimpor barang dari luar negeri, termasuk juga produksi kakao dari Indonesia. Karena banyak terjadi kerusakan barang produksi ketika barang sampai ke negara tujuan, hal ini dikarenakan pengepakan yang kurang bagus dari negara pengeksport sehingga terjadilah kerusakan diperjalanan. Hasil kakao Indonesia memang mempunyai keunggulan, yaitu tidak mudah meleleh bila biji kakao dari Indonesia tersebut diolah menjadi barang akhir berupa

Diagram 1 Jenis produksi kakao Indonesia



Sumber : Badan Pusat Statistik (BPS)

Dalam perdagangan dan ekspor kakao yang selama ini dilakukan oleh Indonesia dan Amerika Serikat, produk kakao yang diperjualbelikan adalah kakao yang berupa biji dan ada yang sudah diproses seperti cocoa powder/cocoa cake, cocoa butter, dan cocoa liquor. Namun kakao yang telah diproses ini jumlahnya masih sangat sedikit sekali dipasar Amerika Serikat. Kakao yang banyak diekspor Indonesia ke Amerika Serikat adalah berupa biji kakao yang menjadi bahan baku pembuatan cokelat sebagai produk akhir.¹

Teknologi yang dimiliki oleh Amerika Serikat dalam pengolahan biji kakao ini menjadi cokelat memang sudah sangat canggih. Teknologi ini yang belum dimiliki oleh Indonesia dalam memproduksi kakao sebagai produksi akhir atau produk jadi berupa cokelat yang harganya bisa lebih tinggi daripada mengekspor biji kakao ke negara-negara tujuan ekspor sebagai barang mentah yang dijadikan bahan baku pabrik-pabrik dalam membuat cokelat. Namun ketiadaan modal oleh pemerintah maupun swasta menjadikan Indonesia hanya

¹ Biji kakao: yaitu berupa produksi kakao yang diperdagangkan dalam bentuk biji kakao
Cokelat: yaitu berupa produk akhir setelah biji kakao tersebut diolah
Sumber: <http://Wikipedia.com>

sebagai pengeksport biji kakao saja dan bukan sebagai produsen cokelat berskala besar. Namun sebagai produsen biji kakao yang mayoritas hasilnya diekspor ke Amerika Serikat, ternyata masih dibawah Pantai Gading dan Ghana dalam hal produksi.

B. Tujuan Penulisan

1. Penulisan ini bertujuan memberikan penjelasan atas permasalahan yang ada guna memperoleh jawaban dan sekaligus membuktikan hipotesa yang disusun oleh penulis.
2. Penulisan ini bertujuan agar dapat mengidentifikasi dan lebih mengenalkan jenis-jenis kakao ke masyarakat.
3. Penulisan ini bertujuan juga dimaksudkan sebagai manifestasi dari penerapan teori yang pernah di peroleh semasa kuliah.

Penulisan ini tujuan yang utama adalah bahwa penulisan ini akan dijadikan skripsi syarat utama guna memperoleh gelar S-1 pada jurusan Ilmu Hubungan Internasional, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

C. Pokok Permasalahan

Berdasarkan dari uraian latar belakang masalah yang ada diatas, maka dapat dirumuskan pokok permasalahan sebagai berikut: **Mengapa kakao Indonesia kalah bersaing dengan negara-negara lain dipasar Amerika**

D. Karangka Teori

Perspektif strategis adalah asumsi bahwa perilaku pembuat keputusan politik luar negeri bersifat rasional, yaitu bahwa pemilihan suatu strategi sungguh-sungguh yang didasarkan pada pertimbangan untung-rugi dalam pencapaian suatu tujuan yang jelas. Umumnya perancangan strategis politik luar negeri tidak didasarkan pertimbangan moral, keyakinan, atau hal-hal emosional. Juga perancangan strategis adalah tindakan yang penuh perhitungan; bukan tindakan untung-untungan².

Untuk dapat menembus pasar internasional, strategi ekspor yang dilakukan adalah strategi internasional, yaitu cara-cara dan strategi yang akan dilakukan perusahaan kakao membuat pilihan-pilihan fundamental mengenai pengembangan dan penggunaan sumber daya yang langka secara internasional.

Strategi internasional melibatkan keputusan-keputusan yang berkaitan dengan berbagai fungsi dan aktifitas dari suatu perusahaan³. Untuk menjelaskan Politik Perdagangan Antara Indonesia-Amerika Serikat, yang pada khususnya dalam hal ekspor-import kakao, maka dalam penulisan skripsi ini akan menggunakan strategi keuntungan kompetitif, merkantilisme dan strategi pemasaran internasional, karena dengan demikian pesan yang ingin digali dapat tersampaikan kepada para pembaca secara lebih dapat dipertanggungjawabkan tentang data dan keilmiahannya dengan tujuan agar dapat menggambarkan secara teoritis penulisan ini.

² Mas'ood, Mohtar. Studi Hubungan Internasional. Studi social Universitas Gadjah Mada Yogyakarta, 1989, hal 90

³ Mas'ood, Mohtar. Studi Hubungan Internasional. Studi social Universitas Gadjah Mada Yogyakarta, 1989, hal 90

1. Teori Keunggulan Kompetitif

Oleh Michael Porter teori diusulkan pada tahun 1990. Keunggulan kompetitif adalah teori yang berusaha untuk mengatasi beberapa kritik dari keunggulan komparatif. Teori Keunggulan kompetitif menunjukkan bahwa negara-negara dan bisnis harus mengejar kebijakan yang membuat barang-barang berkualitas tinggi untuk menjual dengan harga tinggi di pasar. Porter menekankan pertumbuhan produktivitas sebagai fokus strategi nasional. Keunggulan kompetitif bersandar pada gagasan bahwa tenaga kerja murah dan sumber daya alam di mana-mana tidak diperlukan bagi ekonomi yang baik.

Teori lain, keunggulan komparatif, dapat menyebabkan negara-negara untuk mengkhususkan diri dalam mengekspor barang primer dan bahan baku yang menjebak negara dalam ekonomi upah rendah karena hal perdagangan. Keunggulan kompetitif adalah upaya untuk mengoreksi masalah ini dengan menekankan skala ekonomi memaksimalkan dalam *good services* yang mengumpulkan harga premium (Stutz dan Warf 2009).

Keunggulan kompetitif adalah kelayakan finansial dari suatu aktivitas. Kelayakan finansial melihat manfaat proyek atau aktivitas ekonomi dari sudut lembaga atau individu yang terlibat dalam aktivitas tersebut, sedangkan analisa ekonomi menilai suatu aktivitas atas manfaat bagi masyarakat secara keseluruhan (Kadariah dkk, 1978).

Sudaryanto dan Simatupang (1993) mengemukakan bahwa konsep yang lebih cocok untuk mengukur kelayakan finansial adalah keunggulan kompetitif atau *revealed competitive advantage* yang merupakan pengukur daya saing suatu

kegiatan pada kondisi perekonomian aktual. Keunggulan komparatif berubah karena faktor yang mempengaruhinya. Scydowsky (1984) dalam Zulaiha (1996) mengatakan bahwa faktor-faktor yang berubah adalah ekonomi dunia, lingkungan domestik dan teknologi.

Alat untuk mengukur kalayakan aktivitas atau keuntungan privat yang dihitung berdasarkan harga pasar nilai uang resmi yang berlaku (berdasar analisis finansial). Komoditi yang memiliki keunggulan kompetitif dikatakan juga memiliki efisiensi secara finansial.

Para ekonom kelembagaan berpendapat bahwa kekayaan (*wealth*) berarti kesejahteraan manusia yang tidak hanya berarti materiil lahiriah semata-mata, tetapi mengandung aspek non materiil. Mereka tidak yakin akan kebenaran teori klasik dari Adam Smith yang mengatakan bahwa asal setiap unit ekonomi melakukan tindakan rasional, mengusahakan posisi optimalnya, maka mekanisme pasar akan menghasilkan keadaan yang seimbang, pada posisi optimal, yang sama dengan *full employment*.

Pada dasarnya setiap negara akan menghadapi keterbatasan wilayah, karena setiap negara mempunyai batas-batas geografis yang diakui oleh dunia (Samuelson dan Nordhaus, 1993 dan Yusdja, 2004). Artinya tata hubungan antar bangsa, tidak dibenarkan satu negara dengan semena-mena menguasai wilayah negara lain. Selanjutnya dikatakan bahwa keterbatasan wilayah menyebabkan setiap negara berusaha menggunakan sumberdaya yang dikuasai secara optimum untuk meningkatkan kesejahteraan penduduk.

Setiap negara cenderung memperkuat diri sendiri baik secara ekonomi, politik maupun militer, karena anggapan bahwa negara lain setiap saat bisa menjadi ancaman terhadap perekonomian mereka. Penduduk suatu negara tidak dapat dengan bebas melakukan perpindahan dari satu negara ke negara lain, yang berarti akumulasi keunggulan daya kerja yang dimiliki suatu negara hanya dapat dikembangkan secara dominan di negaranya sendiri. Itu juga berarti bahwa negara menghadapi keterbatasan daya kerja manusia. Karena itu dengan memaksimalkan potensi dalam negeri menjadi solusi permasalahan ruang lingkup daya kerja manusia ini.

Tidak ada kegiatan antarbangsa di dunia yang lebih sering atau lebih permanen dari pada perdagangan internasional. Perdagangan internasional adalah hal yang paling mencerminkan interdependensi antar negara tanpa banyak menghiraukan perbedaan politik di antara mereka. Interpendensia lingkungan perdagangan jauh dari hanya sekedar pertukaran barang dan jasa, karena adanya sejumlah unit yang diperdagangkan bila pihak-pihak yang terkait menyepakati nilai relatif dari kedua komoditi tersebut.

Seperti halnya Indonesia dan Amerika, adanya suatu kesepakatan bersama tentang pertukaran barang dan jasa. Dalam hal ini Indonesia melakukan hubungan bilateral dengan Amerika, salah satunya adalah melalui ekspor kakao seperti yang dilakukan oleh beberapa perkebunan pemerintah yang ada di daerah. Karena dengan menjalin hubungan bilateral dengan Amerika Serikat Indonesia akan mendapatkan kemitraan dalam berbagai bidang dan aspek. Seperti halnya dengan perdagangan ekspor kakao dari Indonesia ke Amerika Serikat bisa dibidang

2. Merkantilisme

Merkantilisme adalah suatu teori ekonomi yang menyatakan bahwa kesejahteraan suatu negara hanya ditentukan oleh banyaknya aset atau modal yang disimpan oleh negara yang bersangkutan, dan bahwa besarnya volume perdagangan global teramat sangat penting.

Ajaran merkantilisme dominan sekali diajarkan di seluruh sekolah Eropa pada awal periode modern (dari abad ke-16 sampai ke-18, era dimana kesadaran bernegara sudah mulai timbul). Peristiwa ini memicu, untuk pertama kalinya, intervensi suatu negara dalam mengatur perekonomiannya yang akhirnya pada zaman ini pula sistem kapitalisme mulai lahir. Kebutuhan akan pasar yang diajarkan oleh teori merkantilisme akhirnya mendorong terjadinya banyak peperangan dikalangan negara Eropa dan era imperialisme Eropa akhirnya dimulai. Sistem ekonomi merkantilisme mulai menghilang pada akhir abad ke-18, seiring dengan munculnya teori ekonomi baru yang diajukan oleh Adam Smith dalam bukunya *The Wealth of Nations*, ketika sistem ekonomi baru diadopsi oleh Inggris, yang notabene saat itu adalah negara industri terbesar di dunia. Pemerintah negara mendukung ekspor dengan insentif dan menghadang import dengan tarif.

Kekayaan dan kemakmuran suatu negara diukur dari perbandingan ekspor impornya yang digambarkan dengan jumlah kapital dari logam mulia, mineral berharga dan komoditas lainnya. Seolah-olah ekspor dan impor berada dalam suatu timbangan dimana jika ekspor lebih maka negara perdagangan dianggap

untung. Dengan adanya keuntungan maka terjadi peningkatan pendapatan negara yang harus dibayar & diimbangi secara tunai dengan emas.

Aspek-Aspek Politik Merkantilisme:

1. Ekonomi: Berupaya mendapatkan emas sebanyak-banyaknya.
2. Tarif: pembatasan impor dengan tarif tinggi untuk barang dari negara lain.
3. Industri: Menggalakkan industri barang jadi untuk meningkatkan ekspor.
4. Perkapalan: *Act of Navigation* sangat membantu perkapalan Inggris.
5. Penduduk: Meningkatkan jumlah penduduk agar bisa meningkatkan jumlah output produk Industri.
6. Kolonial: Negara daerah jajahan dipergunakan sebagai penjual hasil dan *laveransi* bahan dasar.

3. Konsep Strategi Pemasaran Internasional

Strategi pemasaran yang dapat diterapkan oleh pemerintah yang telah memasuki pasar internasional pada prinsipnya tidak berbeda dengan yang diterapkan untuk pasar domestik. Strategi tersebut tidak lain adalah bauran pemasaran yang terdiri dari produk, harga, promosi serta distribusi. Hanya saja dalam pemasaran internasional pengusaha harus berhadapan dengan pasar dunia⁵. Yang masing-masing negara punya standard an aturan yang berbeda-beda, oleh karena itu setiap negara yang bertujuan untuk mengekspor wajib tahu aturan dan standar yang diterapkan oleh negara tujuan ekspor tersebut. Supaya barang ekspor tidak terkena larangan dari negara tujuan.

Sehingga kerjasama pemasaran internasional tersebut terdiri dari :

1. Kerjasama di bidang produk internasional
2. Kerjasama di bidang harga internasional
3. Kerjasama di bidang promosi internasional
4. Kerjasama di bidang distribusi internasional

Perkebunan-perkebunan yang ada di Indonesia mencoba menggunakan strategi ini dalam memasuki pasar impor di Amerika Serikat dan Eropa, tentunya strategi pemasaran perkebunan kakao jika diterapkan di setiap perusahaan hasilnya akan berbeda, walaupun mempunyai tujuan dan dasar yang sama.

Strategi pemasaran internasional ini sangat penting karena disetiap negara menerapkan perbedaan standarisasi dalam mengimpor barang. Sementara itu persaingan didalam perdagangan internasional juga mengharuskan untuk terus meningkatkan mutu dan kualitas agar produk yang dihasilkan memenuhi standar yang ditetapkan.

Perbedaan standarisasi produk dalam setiap negara yang bertujuan untuk melindungi produk-produk hasil dalam negeri masing-masing negara. Karena bila tidak ada aturan mengenai standar produk, maka pasar domestik akan dibanjiri dengan produk-produk impor dari luar negeri yang menyebabkan produk domestik akan terpinggirkan.

Akibatnya juga akan mematikan pabrik-pabrik yang akan sangat berpengaruh terhadap perekonomian dalam negeri karena akan timbul banyak pengangguran. Oleh karena itu perlindungan yang digunakan oleh setiap negara hieranya dicantumkan dalam undang-undang yang disahkan oleh legislatif

Karena dengan adanya undang-undang yang sah, maka dapat digunakan untuk melegalkan setiap kebijakan yang diambil, terutama melindungi konsumen dalam negeri agar membeli produk-produk buatan dalam negeri. Dengan membeli produk buatan dalam negeri maka akan menghidupkan sentra-sentra usaha kecil menengah ke bawah. Setiap negara yang menginginkan perekonomiannya maju yaitu dengan cara menghidupkan ekonomi menengah kebawah tersebut. Sehingga akan tercipta keseimbangan antara ekonomi atas dan ekonomi bawah yang serba kekurangan.

E. Hipotesis

Berdasarkan berbagai uraian yang ada diatas dan studi kasus pada hasil kakao para petani di Indonesia maka dapat ditarik kesimpulan bahwa produksi kakao di Indonesia mempunyai kendala dalam perdagangan atau mengekspor ke Amerika Serikat hal ini dikarenakan:

- 1) Dukungan sumber daya manusia yang kurang memadai
- 2) Mutu kakao yang rendah
- 3) Besarnya Cukai di Amerika Terhadap Kakao Indonesia

G. Jangkauan Penelitian

Agar lebih terfokus, penelitian ini akan mengambil data dari tahun 2008 sampai 2010. Penulis juga akan membahas hubungan bilateral khususnya perdagangan internasional Indonesia dan Amerika Serikat dengan studi kasus terhadap produk perkebunan yang berupa kakao dari Indonesia yang sedang

diajukan sebagai produk unggulan Indonesia, kakao adalah salah satu keunggulan kompetitif yang dimiliki oleh Indonesia dalam perdagangan internasional di pasar Amerika Serikat. Walaupun masih mengalami kendala dalam berbagai bidang pada saat ini. Karena itu penelitian juga didukung data yang ada dan dapat dipertanggungjawabkan sebagai sebuah karya ilmiah.

H. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang dipakai peneliti yang dilakukan dalam menyusun penelitian untuk menyelesaikan skripsi ini adalah menggunakan metode :

1. Pengumpulan data primer, yaitu dengan metode wawancara secara eksklusif dengan instansi yang terdapat di dalam perkebunan-perkebunan kakao agar mendapatkan data yang dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.
2. Pengumpulan data sekunder, yaitu dengan pengumpulan data melalui studi kepustakaan, artikel, studi literatur laporan penelitian, sumber-sumber internet, dan bahan-bahan kajian lainnya yang berhubungan dengan pokok pembahasan penelitian.
3. Pengumpulan data dari berbagai sumber yang bersangkutan yaitu dengan cara bertemu langsung dengan petani yang sedang bekerja di perkebunan dan melalui wawancara langsung dengan petani.

1. Sistematika Penulisan

Bab 1 PENDAHULUAN

Alasan Pemilihan judul, latar belakang masalah, tujuan penelitian, pokok permasalahan, kerangka dasar teori, hipotesa, jangkauan penelitian, metode pengumpulan data, serta sistematika penulisan.

Bab II Membahas tentang bagaimana produksi kakao yang ada di Indonesia secara keseluruhan dan pembentukan kemitraan komprehensif.

Bab III Tingkat produksi kakao dunia serta konsumsi dunia akan komoditi kakao yang di perdagangan, kebutuhan Amerika akan produksi kakao dan negara mana saja yang menjadi pengekspor kakao ke Amerika Serikat dari yang terbesar sampai yang paling sedikit mengekspor kakaonya ke negara adidaya tersebut.

Bab IV Membahas mengenai beberapa kendala yang dialami dalam hubungan dagang antara Indonesia Amerika terutama dalam