

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Indonesia adalah negara agraris yang pendapatannya berasal dari hasil ekspor komoditas pertanian dan perkebunan, salah satunya adalah komoditas kelapa. Indonesia merupakan negara yang dapat mengekspor berbagai olahan kelapa dan turunannya. Variasi produk kelapa yang dihasilkan di Indonesia sangat beragam, hal tersebut yang menjadi alasan utama mengapa kelapa olahan dari Indonesia memiliki banyak permintaan impor. Perkembangan nilai ekspor perdagangan kelapa Indonesia memiliki kecenderungan yang meningkat dan positif. Komoditi kelapa ini merupakan salah satu komoditi yang terus dipromosikan di berbagai negara tujuan ekspor, terutama di Eropa (Dwi, 2017).

Namun terdapat tantangan perdagangan lintas batas negara (ekspor) termasuk untuk komoditas pertanian ditetapkan beberapa regulasi yang harus dipenuhi oleh eksportir. Isu lingkungan merupakan aspek yang seringkali masuk dalam regulasi perdagangan lintas batas. Isu lingkungan kadang digunakan sebagai kampanye “hitam” yang dinyatakan oleh pesaing-pesaing produk yang dipasarkan atau juga dijadikan sebagai bentuk proteksi terhadap suatu komoditas. Namun demikian ada aspek manfaat yang bisa diambil, karena dengan adanya tuntutan tersebut diharapkan dapat berdampak terhadap perbaikan pengelolaan sumber daya alam, yakni akan mengarah pada keseimbangan antara kepentingan dagang dan upaya pelestarian lingkungan (Dariah, 2014).

Saat ini tuntutan adanya jaminan terhadap pemeliharaan lingkungan, bukan hanya berlaku untuk produk kehutanan. Karena beberapa negara telah menuntut adanya jaminan ramah lingkungan untuk komoditas lainnya (termasuk untuk komoditas pertanian) dan telah dimasukkan sebagai komponen dalam regulasi perdagangan lintas batas, sehingga label ramah lingkungan pada produk pertanian juga sudah menjadi sebuah tuntutan yang wajib dipenuhi setiap komoditas.

Isu lingkungan sebagai penentu daya saing produk pertanian. Daya saing didefinisikan sebagai kemampuan suatu sektor untuk bersaing dengan sukses untuk mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan di dalam lingkungan global selama biaya imbangannya lebih rendah dari penerimaan sumber daya yang digunakan (Esterhuizen dalam Daryanto, 2010). Selanjutnya menurut Daryanto (2010) menyatakan sejak abad 21, isu lingkungan merupakan salah satu agenda yang mewarnai perubahan lingkungan perdagangan pertanian utamanya perkebunan, sehingga isu lingkungan menjadi salah satu faktor yang menentukan daya saing suatu produk. Beberapa alasan dimasukkannya isu lingkungan dalam regulasi perdagangan lintas batas diantaranya adalah untuk:

1. Menekan negara produsen (umumnya merupakan negara berkembang) agar memperhatikan aspek lingkungan dalam pengelolaan sumber dayanya, terutama yang berdampak negatif terhadap lingkungan global,
2. Meningkatkan atau menjamin keamanan pangan bagi penduduk yang mengkonsumsi produk yang diperdagangkan,
3. Bentuk proteksi terhadap produk yang diekspor, sehingga tidak bersaing dengan produk dalam negerinya.

Beberapa negara Uni Eropa, Amerika Serikat, dan Jepang merupakan negara yang telah memasukkan isu lingkungan sebagai salah satu standar dalam regulasi sistem perdagangan lintas batas negaranya. Adanya regulasi tersebut maka dapat dikatakan bahwa isu lingkungan telah menjadi penentu daya saing produk yang dipasarkan ke negara-negara tersebut (Dariah, 2014).

Dalam regulasi perdagangannya Uni Eropa menetapkan syarat penurunan emisi dari penggunaan bioenergi (termasuk yang bersumber dari kelapa sawit) sekurang-kurangnya adalah 35% dibanding energi dari bahan bakar fosil, selanjutnya standar minimum tersebut akan ditingkatkan menjadi 50% mulai tanggal 1 Januari tahun 2017, selain itu pasar Eropa tidak menerima minyak nabati untuk biosolar jika dihasilkan dari pertanian di lahan gambut atau lahan rawa (Agus et al., 2013b; Saewani et al., 2013).

Peningkatan daya saing komoditas pertanian tidak saja ditentukan oleh mutu produk dan harga produk yang kompetitif, namun juga ramah lingkungan dalam

proses produksinya, penggunaan sumber daya yang efisien dan teknologi yang tepat guna. Kata kunci ramah lingkungan dan penggunaan sumber daya yang efisien jika dapat dipraktekkan secara nyata maka dapat digunakan untuk menepis isu lingkungan yang senantiasa dihubungkan dengan sistem pengelolaan lahan pertanian dan saat ini sudah digunakan untuk menjadi penentu daya saing produk pertanian. Namun demikian, praktek pertanian ramah lingkungan relevan untuk dipraktekkan bukan hanya semata untuk memenuhi permintaan pasar, namun juga untuk menjaga keberlanjutan sumber daya lahan dan lingkungan. Pertanian ramah lingkungan merupakan suatu pertanian alternatif yang lebih memperhatikan kelestarian lingkungan daripada keuntungan jangka pendek, sehingga mempunyai prospek keberlanjutan, baik secara biofisik lingkungan maupun sosial ekonomi (Irawan, 2013; Muir dalam Samekto, 2012). Pertanian ramah lingkungan juga dapat diartikan sebagai pengelolaan sumber daya untuk usaha pertanian guna mendukung kebutuhan manusia yang terus berkembang, sekaligus mempertahankan dan/atau meningkatkan kualitas lingkungan, serta melestarikan sumber daya alam.

Memasuki abad 21, masyarakat dunia mulai sadar bahaya yang ditimbulkan oleh pemakaian bahan kimia sintetis dalam pertanian. Masyarakat semakin arif dalam memilih bahan pangan yang aman bagi kesehatan dan ramah lingkungan. Gaya hidup sehat dengan slogan “Back to Nature” telah menjadi *trend* baru meninggalkan pola hidup lama yang menggunakan bahan kimia non alami, seperti pupuk, pestisida kimia sintetis dalam produksi pertanian. Pangan yang sehat dan bergizi tinggi dapat diproduksi dengan metode baru yang dikenal dengan pertanian organik.

Pertanian organik adalah teknik budidaya pertanian yang mengandalkan bahan-bahan alami tanpa menggunakan bahan-bahan kimia sintetis. Tujuan utama pertanian organik adalah menyediakan produk-produk pertanian, terutama bahan pangan yang aman bagi kesehatan produsen dan konsumennya serta tidak merusak lingkungan. Gaya hidup sehat demikian telah melembaga secara internasional yang mensyaratkan jaminan bahwa produk pertanian harus beratribut aman dikonsumsi (*food safety attributes*), kandungan nutrisi tinggi (*nutritional attributes*) dan ramah lingkungan (*eco-labelling attributes*).

Gambar 1.1 Label Ecolabel Produk Indonesia



Contoh Label yang menunjukkan suatu produk bersifat ramah lingkungan (*ecolabeling*)  
(Gambar: [www.menlh.go.id](http://www.menlh.go.id))

Berdasarkan Peraturan Menteri Lingkungan Hidup Nomor 2 Tahun 2014, tentang pencantuman logo ecolabel, terdapat dua jenis ecolabel yang dapat digunakan sebuah produk, yaitu swadeklarasi dan multikriteria. Ecolabel swadeklarasi adalah klaim awal pengusaha atas sebuah produk yang telah memenuhi aspek lingkungan tertentu. Sedangkan ecolabel multikriteria adalah sertifikasi Kementerian Lingkungan Hidup yang menyatakan bahwa suatu produk ramah terhadap lingkungan. Lembaga Ecolabel Indonesia (LEI) merupakan salah satu contoh lembaga independen, yang tidak terikat dengan lembaga atau instansi pemerintah manapun yang diberikan kewenangan untuk memberikan penilaian terhadap pelaksanaan pengelolaan kelestarian hutan tropis Indonesia. Di bidang pertanian, standarisasi produk sudah dilakukan pada produk pertanian organik yang tertuang dalam SNI 01-6729-2010. Standar ini dijadikan sebagai dasar pemberian sertifikasi pada produk pertanian organik.

Preferensi konsumen menyebabkan permintaan produk pertanian organik dunia meningkat pesat. Indonesia memiliki kekayaan sumber daya hayati tropika yang unik, kelimpahan sinar matahari, air dan tanah, serta budaya masyarakat yang menghormati alam, potensi pertanian organik sangat besar. Pasar produk pertanian organik dunia meningkat 20% per tahun, oleh karena itu pengembangan budidaya

pertanian organik perlu diprioritaskan pada tanaman bernilai ekonomis tinggi untuk memenuhi kebutuhan pasar domestik dan ekspor.

Perkembangan teknologi dan preferensi konsumen yang telah mengakomodasi isu lingkungan dan kesehatan, telah mendorong industri kelapa berkembang makin beragam dan mendalam. Industri yang paling jauh berkembang saat ini adalah pengolahan minyak kelapa menjadi senyawa oleokimia dan turunannya yang memiliki khasiat penetral racun dan efek penenang/penyegar. Selain olahan minyak kelapa terdapat pula olahan ke bentuk *cocopeat* yang diperkirakan nantinya dapat digunakan sebagai pengganti penggunaan *topsoil*. *Cocopeat* memiliki kemampuan menyerap air dan menggemburkan tanah dan cocok untuk memperbaiki tanah kritis di iklim kering seperti tanah bauksit setelah penambangan (Shafira et al., 2021).

Kelapa menjadi komoditi yang mulai diminati karena munculnya tren *back to nature* yang karna isu lingkungan dan isu kesehatan. Untuk isu lingkungan itu sendiri tanaman kelapa diyakini ramah lingkungan karena proses tumbuh dan berkembangnya secara alamiah tanpa menggunakan pupuk berbahan kimia. Selain itu tanaman kelapa dapat di regenerasi tanpa harus merusak atau mencari lahan baru, tanaman kelapa relatif dapat tumbuh dengan mudah di pesisir pantai. Sedangkan untuk isu kesehatan tanaman kelapa juga termasuk komoditi yang diminati di pasar Belanda karna kandungan komposisi kelapa tidak memiliki lemak yang tinggi dan mengurangi kolestrol. Manfaat lain yang saat ini di canangkan bahwa kelapa nantinya akan menjadi pengganti energi terbarukan, pemerintah juga sedang melakukan penelitian serius menjadikan minyak kelapa sebagai bahan bakar mesin pesawat terbang (Senuken, 2020).

“Kopra minyak kelapa yang bisa menjadi avtur. Ini sudah hampir selesai (risetnya),” kata Presiden Jokowi (Senuken, 2020)

Munculnya gaya hidup baru dengan tren *back to nature* bagi sektor industri makanan dan kosmetika mempengaruhi impor produk kelapa oleh Belanda. Pertanian merupakan salah satu sektor dimana masyarakat Indonesia banyak mendapatkan sumber penghasilan. Regulasi secara tepat harus terus dikeluarkan pemerintah guna memberi kemudahan kepada masyarakat yang ikut berperan aktif dalam sektor pertanian tersebut. Indonesia yang bebas aktif dalam ke ikutsertaannya

di politik lingkungan internasional. Dalam perkembangan rezim pemerintahan dan sejarah tentu kebijakan pertanian di Indonesia mengalami banyak dinamika perubahan (Sawit, 2003).

Pada tahun 1994 Indonesia telah menandatangani dan meratifikasi perjanjian terkait pembentukan organisasi perdagangan dunia melalui undang-undang nomor 7 tahun 1994 tentang pengesahan *Aggrement Establishing The World Trade Organization* mengacu pada undang-undang tersebut maka Indonesia resmi menjadi anggota dan tunduk pada kesepakatan yang ada pada WTO. Seluruh perjanjian WTO bersifat *single undertaking*. Perjanjian perdagangan bebas di tingkat multilateral dikenal sebagai WTO (*World Trade Organization*), sementara ditingkat bilateral dan kawasan (regional) disebut BFTA (*Bilateral Trade Agreement*) dan RTA (*Regional Trade Agreement*). Keduanya kemudian dikenal sebagai FTA (*Free Trade Area*) atau perjanjian perdagangan bebas saja. Perlu dipahami bahwa aturan-aturan di FTA baik bersifat bilateral maupun regional berpusat kepada perjanjian-perjanjian (*agreements*) di WTO yang bersifat multilateral.

Dalam kerangka WTO banyak sektor perjanjian yang memang harus dilaksanakan. Salah satunya pada bidang pertanian melalui AoA (*Agreement on Agriculture*). AoA mulai berlaku semenjak 1 januari 1995. AoA adalah sebuah perjanjian baru di dalam WTO sebagai hasil dari Uruguay Round, yang merupakan bagian dari ekspansi WTO atas isu-isu diluar perdagangan tradisional. Dengan menempatkan perjanjian pertanian di dalam WTO, maka dengan sendirinya WTO kini mempunyai peran utama sebagai pengendali dan penentu sektor pertanian di negara-negara anggotanya

Dengan AoA ini, maka WTO mewajibkan anggota-anggotanya untuk:

1. Membuka pasar domestiknya bagi masuknya komoditas pertanian dari luar, dan sebaliknya (*market access*);
2. Mengurangi dukungan dan subsidi terhadap petani (*domestic support*); dan
3. Mengurangi dukungan dan subsidi bagi petani untuk mengekspor (*export competition*).

Kebijakan dibidang pertanian diindonesia mengalami perubahan yang cukup signifikan dalam setiap periode kepemimpinan ini juga turut dipengaruhi oleh perjanjian internasional dibidang pertanian. Sebagai negara yang telah meratifikasi pembentukan WTO melalui UU No. 7 tahun 1994 tentang persetujuan pembentukan organisasi perdagangan dunia (*Agreement Establishing the World Trade Organization*), maka Indonesia telah terikat oleh peraturan-peraturan didalam WTO terutama terkait dengan peraturan disektor pertanian (*Agreement on Agriculture/ AoA*).

Isu lingkungan yang digunakan beberapa negara Eropa mengakibatkan permintaan minyak kelapa mengalami penurunan. Penerapan persentasi kandungan nabati dalam BBM akan terus ditingkatkan. pemerintah juga sedang melakukan penelitian serius menjadikan minyak kelapa sebagai bahan bakar mesin pesawat terbang. Presiden Jokowi ingin mengganti seluruh bahan bakar pesawat dengan minyak kelapa dari kopra milik petani kelapa di seluruh Indonesia. Hal ini sebagai bentuk kemandirian ekonomi seperti yang dicita-citakan Presiden Soekarno. Keputusan politik Presiden Jokowi ini jelas menjadi kabar baik bagi komoditas kelapa yang selama ini dinomor duakan setelah sawit. Sedangkan kelapa memiliki begitu banyak produk turunan yang bisa memicu manfaat ekonomi lebih besar. Mengingat produk yang bisa dihasilkan oleh kelapa, petani-petani kelapa dengan besarnya luas lahan yang dimiliki jumlah mendorong kelapa sebagai *alternative* sumber pendapatan karena setiap unsur dari tanaman kelapa bernilai ekonomis.

Sebagai salah satu negara anggota WTO, Indonesia harus menyelaraskan ketentuan-ketentuan yang berlaku dalam WTO. Dalam regulasi perdagangan Uni Eropa menetapkan syarat penurunan emisi dari penggunaan bioenergi sekurang-kurangnya adalah 35% dibanding energi dari bahan bakar fosil, selanjutnya standar minimum tersebut akan ditingkatkan menjadi 50% mulai tanggal 1 Januari tahun 2017, selain itu Pasar Eropa tidak menerima minyak nabati untuk biosolar jika dihasilkan dari pertanian di lahan gambut atau lahan rawa (Agus et al., 2013),

Indonesia mampu menghasilkan produk olahan kelapa dan turunannya yang diolah dilahan luas yaitu daerah pesisir pantai. Sekurangnya ada 7 jenis olahan kelapa unggulan Indonesia yang memiliki daya saing di pasar internasional adalah

kopra, *desiccated coconut*, *coconut charcoal*, gula semut, *cocopeat*, *cocofiber*, santan (Kementerian Perdagangan RI, 2022b). Kelapa memiliki peran di masyarakat luas sebagai tanaman yang multifungsi, karena setiap bagian tanaman mulai dari daun, batang, buah dan akarnya dapat diolah dan dimanfaatkan, sehingga kelapa memberikan nilai sebagai sumber penghasilan (Dwi, 2017).

Kelapa dikenal dengan istilah *the tree of life*, karena hampir seluruh bagian kelapa diolah dan dapat dimanfaatkan untuk kebutuhan sehari-hari. Pemanfaatan kelapa secara maksimal dengan tujuan yang berbeda-beda menjadi alasan mengapa kelapa memiliki fungsi sebagai komoditi pertanian yang berfungsi secara komersial (Dwi, 2017). *Desiccated coconut* salah satu olahan kelapa yang berasal dari olahan daging buah kelapa sebagai bahan baku. *Desiccated coconut* merupakan salah satu turunan olahan kelapa yang memiliki pasar yang besar untuk pasar skala domestik maupun pasar ekspor. Di pasar internasional, diantara produk-produk terkait kelapa, konsumsi olahan kelapa yang tumbuh cepat yaitu olahan *desiccated coconut* sebesar 3.36% per tahun (Karouw et al., 2017). Selain *desiccated coconut* olahan kelapa yang juga menjadi komoditi ekspor adalah kopra atau daging kelapa yang dikeringkan digunakan untuk membuat minyak kelapa (*coconut oil*) dan produk turunan lainnya (Kementerian Perdagangan RI, 2013a). *coconut oil* yaitu minyak kelapa dan turunannya baik itu yang dimurnikan yaitu minyak kelapa mentah (*crude coconut oil*) dan minyak kelapa yang dimurnikan (*virgin coconut oil*) (Kementerian Perdagangan RI, 2013b). Olahan kelapa lainnya yaitu *coconut charcoal* banyak dimanfaatkan selain untuk bahan obat dan farmasi, juga digunakan sebagai bahan bakar shisha/hookah atau rokok arab di kawasan timur tengah, sedangkan di kawasan Eropa digunakan sebagai bahan bakar BBQ/barbaque.

Ditjen. Perkebunan (2019) menyatakan bahwa ekspor arang kelapa Indonesia termasuk didalamnya *coconut charcoal* sebesar 188,05 ribu ton dengan nilai ekspor mencapai USD 145,09 juta. Produk arang kelapa Indonesia paling banyak diekspor ke negara China, Brazil, Jerman, Lebanon, Malaysia, Belanda, Rusia, Saudi Arabia, Sri Lanka dan Vietnam (Kementerian Pertanian, 2022). Seluruh aspek kelapa memiliki nilai tinggi, hal ini yang menjadikan produk kelapa sebagai produk ekspor unggulan Indonesia.

Kelapa merupakan salah satu roda penggerak perekonomian Indonesia dengan menjadi komoditas global yang diekspor ke banyak negara lain termasuk Belanda. Pada 2018, Belanda adalah mitra dagang terbesar ke-15 dan investor terbesar ke-9 bagi Indonesia, Belanda juga merupakan negara tujuan ekspor terbesar ke-11 bagi Indonesia (Setyowati, 2020). Belanda juga merupakan mitra dagang, investor, dan ekspor terbesar Indonesia selama abad ke-20 (Ximenes et al., 2022). Konsumsi kelapa Belanda yang begitu besar menjadi peluang bagi Indonesia untuk melakukan ekspor ke pasar Belanda. Jenis olahan kelapa yaitu *coconut oil*, *crude coconut oil*, dan *desiccated coconut* merupakan salah satu primadona ekspor olahan kelapa Indonesia di Belanda. Ekspor olahan kelapa ini masih ke negara-negara Eropa, Amerika Serikat (AS) dan negara-negara Asia seperti Malaysia, sementara pada tahun 2016 Belanda tercatat sebagai negara pengimpor produk kelapa terbesar dari Indonesia (Jefriando, 2016).

Pembahasan dalam penelitian ini akan dibatasi pada produk kelapa dan turunannya yang sebagian besar diimpor oleh Belanda dari Indonesia yaitu *virgin coconut oil* kode Hs 151319, *crude coconut oil* kode Hs 151311 dan *desiccated coconut* kode Hs 080111 yang terurai menjadi produk yang diolah untuk pemenuhan kebutuhan peralatan teknis dan industri seperti farmasi, deterjen, kosmetik, biodiesel dan lain-lain. Hs merupakan singkatan dari kata *Harmonized System* adalah suatu daftar penggolongan barang yang dibuat secara sistematis dengan tujuan mempermudah penarifan, transaksi perdagangan, pengangkutan dan statistik yang telah diperbaiki dari sistem klasifikasi sebelumnya (Kementerian Perdagangan RI, 1993). Penetrasi pasar kelapa Indonesia di tiga negara pengimpor terbesar dunia untuk produk minyak kelapa mentah ke Cina dan Belanda mengalami peningkatan begitu juga penetrasi pasar kelapa Indonesia untuk produk minyak kelapa dan fraksinya dimurnikan maupun tidak ke Cina dan Amerika Serikat mengalami penurunan, sedangkan ke Belanda terjadi peningkatan (Kementerian Pertanian, 2021a).

Pada tahun 2014-2018, Indonesia menduduki peringkat pertama sebagai penghasil kelapa dunia, disusul Filipina, India, Sri Lanka dan Brazil. Dari pusat-pusat produksi tersebut, Indonesia menduduki urutan pertama negara penghasil

kelapa terbanyak di dunia dengan rata-rata produksi 18,04 juta ton kelapa butir (Anwar, 2021). Produksi kelapa Indonesia mencapai 2,81 juta ton dalam bentuk kopra tahun 2020 (Kementerian Pertanian, 2021a). Jika melihat nilai rata-rata produksi kelapa setiap tahunnya, Indonesia harus mulai fokus pada pengembangan produk kelapa karena keberhasilan ekspor kelapa dengan jumlah yang besar akan membawa keuntungan yang secara bertahap akan meningkat.

Diharapkan produksi kelapa di Indonesia akan stabil dan meningkat setiap tahun karena permintaan kelapa di Belanda yang telah menjadi negara tujuan ekspor Indonesia, Belanda merupakan negara dengan 16.8 juta jiwa penduduk (Ehef.id, 2022). Apabila 10 juta penduduk Belanda mengonsumsi kelapa dan olahan turunan lainnya maka Belanda merupakan tujuan yang potensial untuk ekspor kelapa Indonesia. Konsumen di Belanda lebih memilih olahan kelapa jenis minyak mentah kelapa karena masalah kesehatan dan lingkungan (Ximenes et al., 2022). Belanda merupakan negara pengimpor minyak kelapa mentah terbesar secara global, dengan rata-rata 333.213 ton per tahun (ITC Trade map, 2021c). Belanda, walaupun secara geografis jauh lebih kecil dibandingkan dengan Indonesia, tetapi menjadi penting karena Belanda merupakan salah satu negara anggota Uni Eropa yang menjadi pintu masuknya komoditas ekspor di Eropa (Kementerian Pertanian, 2016).

Berdasarkan kode Hs, data ekspor kelapa tahun 2020 sebagian besar adalah dalam wujud minyak kelapa mentah dan minyak kelapa setengah jadi (lain-lain dari minyak kelapa/kopra) Jika dilihat dari kode Hs 151311 daftar negara yang mengimpor olahan kelapa ini adalah Belanda, Amerika Serikat, Malaysia, Jerman dan Italia. kelima negara ini berkontribusi sebesar 72,73% terhadap total nilai perdagangan impor produk minyak kelapa mentah di pasar dunia. Belanda menempati urutan pertama sebagai negara yang mengimpor olahan kelapa jenis minyak kelapa mentah terbesar dengan realisasi impor mencapai 24,06% tahun 2020 berdasarkan total impor skala dunia senilai USD 274,70 juta per tahun, kemudian urutan kedua oleh Amerika Serikat sebesar 17,21% atau setara USD 196,54 juta dan Malaysia sebesar 17,40% atau senilai USD 198,73 juta (Kementerian Pertanian, 2021a). Permintaan impor produk kelapa olahan Indonesia untuk ekspor ke Belanda sangat tinggi, namun untuk memenuhi permintaan kelapa

di negaranya, Belanda juga mengimpor kelapa dari negara penghasil kelapa lainnya.

Perkembangan ekspor kelapa dan olahan milik Indonesia ke Belanda mengalami fluktuasi volume dan nilai perdagangan sejak tahun 2017-2021. Indonesia tidak hanya menjadi pengeksportir komoditas kelapa satu-satunya ke Belanda, melainkan terdapat beberapa negara lain yang menjadi pesaing ekspor salah satunya yaitu Filipina. Pada tahun 2017, Indonesia menjadi negara penghasil kelapa nomor satu di dunia karena besarnya kemampuan produksi kelapa Indonesia. Kemampuan produksi kelapa dan olahan Indonesia mencapai sebesar 18,9 juta ton dan menempati urutan pertama di dunia, disusul Filipina mencapai 14,05 juta ton dan India sebesar 11,5 juta ton (FAOSTAT, 2017).

Menjadi negara produsen terbesar minyak kelapa dunia, seharusnya Indonesia mampu mendominasi ekspor minyak kelapa di pasar internasional, namun eksportir terbesar minyak kelapa dunia sampai saat ini didominasi oleh Filipina (Dewanti et al., 2020). Filipina berhasil menempati posisi pertama sebagai pengeksportir minyak kelapa terbesar di dunia dengan pangsa ekspor mencapai 41,55%, kemudian disusul oleh Indonesia dengan pangsa ekspor mencapai 35,31% kemudian Malaysia pangsa ekspor 8,59% (UN comtrade, 2018). Di pasar Belanda sendiri Filipina masih mendominasi sebagai urutan pertama nilai ekspor terbesar dibanding Indonesia yang menempati urutan kedua. Selain adanya negara pesaing terdapat pula permasalahan yang cukup berpengaruh yaitu terjadi penurunan nilai perdagangan antara Indonesia dan Belanda dimana Pada 2014, nilai perdagangan mencapai USD 4,89 miliar, sementara pada 2015 nilai perdagangan sebesar USD 4,22 miliar (Rully, 2016).

Sebagai respon terhadap adanya daya saing ekspor dan penurunan nilai perdagangan, pemerintah Indonesia merumuskan dan mengambil kebijakan untuk meningkatkan perdagangan dengan strategi diplomasi ekonomi, antara lain dengan meningkatkan kemampuan ekspor Indonesia dan menentukan rasio sumber daya yang sesuai dengan kebutuhan di luar negeri. Menlu RI menyampaikan hal penting dalam siaran pers tanggal 29 Oktober tahun 2014, Menlu menekankan pentingnya empat pilar diplomasi ekonomi dan komersial, terutama sebagai upaya untuk

memperluas dan meningkatkan peluang dalam mengakses pasar produk Indonesia. Salah satunya dengan mendorong perubahan *mindset* diplomat Indonesia untuk aktif dalam melaksanakan diplomasi ekonomi dan membangun penguatan kapasitas serta sumber daya perwakilan RI khususnya di pasar tradisional. Belanda merupakan salah satu negara tujuan pasar tradisional Indonesia yang telah berlangsung lama. Hubungan panjang antara Indonesia-Belanda mendorong terwujudnya pertemuan bilateral antara kedua negara. Salah satunya yaitu kunjungan presiden Jokowi ke Belanda tahun 2016. Jokowi menyampaikan sulit memilih prioritas kerja sama saat berbicara mengenai hubungan Indonesia dan Belanda. Hal ini dikarenakan hubungan Indonesia dan Belanda sangat intensif hampir di semua sektor (Rully, 2016).

*"Namun, pada kesempatan ini, saya ingin memfokuskan pada tiga prioritas pengelolaan air, maritim, serta perdagangan dan investasi," ucap presiden Jokowi (Rully, 2016).*

Selain kunjungan presiden Jokowi disisi lain upaya peningkatan ekspor juga dilakukan oleh Menteri Koordinator Bidang Perekonomian Indonesia Republik Indonesia Airlangga Hartarto yang menggelar pertemuan bilateral dengan Menteri Perdagangan Luar Negeri dan Kerja Sama Pembangunan Kerajaan Belanda Sigrid Kaag untuk membahas potensi kerja sama dalam bidang perdagangan, investasi dan pariwisata. Dalam pertemuan tersebut disebutkan bahwa Belanda merupakan negara tujuan ekspor terbesar ke-11 bagi Indonesia, dengan komoditas utama (berdasarkan Hs4) antara lain minyak sawit (19,16%), kopra (11,31%), dll. Dalam portofolio yang diawasi Kemenko Perekonomian, Presiden RI juga mengarahkan fokus perekonomian kedepan untuk meningkatkan ekspor dan investasi (Setyowati, 2020).

*"Kami juga memperluas pasar ekspor melalui perjanjian perdagangan (dengan Eropa, Afrika, ASEAN, dan 6 negara lainnya yaitu Tiongkok, Jepang, India, Australia dan Selandia Baru), serta mendukung transformasi ekonomi melalui reformasi struktural," ucap Menko Airlangga (Setyowati, 2020).*

Tidak hanya sampai disitu, Perwakilan RI juga melakukan upaya peningkatan ekspor disela-sela agenda *World Economic Forum Annual Meeting* (WEFAM) di Davos-Swiss, Menteri Koordinator Bidang Perekonomian Indonesia Airlangga Hartarto melakukan pertemuan bilateral dengan Perdana Menteri Belanda Mark

Rutte. Pertemuan ini digelar untuk membahas hubungan kerja sama ekonomi kedua negara dan situasi global saat ini. Menyoal perdagangan bilateral, Belanda merupakan negara tujuan ekspor terbesar ke-11 bagi Indonesia, dengan komoditas utama antara lain minyak kelapa sawit (14%), produk kimia (12%), kopra dan produk turunannya (6%), minyak nabati atau hewani dan produk turunannya (6%), dll (Haryo, 2022). Selain itu upaya lainnya yaitu Kementerian Perdagangan memfasilitasi penandatanganan nota kesepahaman (MoU) imbal dagang bisnis ke bisnis (*business to business/B2B*) antara perusahaan Indonesia dengan Belanda. Penandatanganan dilaksanakan secara virtual di sela gelaran *Trade Expo Indonesia Digital Edition*. Direktur Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional Didi Sumedi mengatakan penandatanganan MoU imbal dagang merupakan batu loncatan sekaligus tonggak untuk kerja sama yang lebih baik antara Indonesia dan Belanda di masa mendatang (Wahyudi, 2021).

Komitmen Indonesia meningkatkan jumlah ekspor kelapa ke Belanda karna Belanda menjadi negara mitra dagang dan pengimpor terbesar dapat terlihat dengan bagaimana pemerintah Indonesia dan Belanda sepakat untuk meningkatkan kerja sama diberbagai bidang. Mulai dari perdagangan, pariwisata, hingga peningkatan kualitas sumber daya manusia (Rusiana, 2019). Komoditas kelapa beberapa kali disebutkan dalam pertemuan bilateral yang telah dilakukan oleh pemerintah Indonesia-Belanda, selain itu ekspor menjadi hal yang *urgent* melihat bagaimana Presiden Jokowi menekankan pentingnya diplomasi ekonomi untuk meningkatkan ekspor Indonesia ke pasar internasional. Bagaimana pendekatan Indonesia Untuk mewujudkan hal tersebut yaitu melalui diplomasi ekonomi. Diplomasi ekonomi dilakukan berbagai negara di dunia ini untuk meningkatkan kekuatan nasional termasuk dibidang ekonomi dan perdagangan yang akan memberikan kesejahteraan kepada masyarakat. Indonesia juga melakukan diplomasi ekonomi tidak lain untuk memperkuat ekonomi dalam negeri melalui peningkatan ekspor. Diplomasi ekonomi meliputi berbagai aspek yang terkait dengan kegiatan pemerintah dalam memajukan ekonomi secara bilateral maupun multilateral (Setiawan et al., 2020).

Pertemuan bilateral antara Presiden Joko Widodo dengan Perdana Menteri Belanda Mark Rutte membahas sejumlah kerja sama (Kuwado, 2016). Pertemuan

bilateral banyak membahas kerja sama ekonomi dan fokus pada perdagangan, investasi, pengelolaan air dan pembangunan infrastruktur maritim. Soal perdagangan, Belanda merupakan salah satu mitra utama Indonesia di Eropa. Buktinya, angka perdagangan, investasi dan turis dari Belanda termasuk yang tertinggi dibandingkan negara-negara Eropa lain (Kuwado, 2016).

Belanda merupakan salah satu mitra penting Indonesia di Eropa. Baik di bidang perdagangan, investasi, maupun pariwisata. Dimana Belanda merupakan mitra perdagangan nomor dua, mitra investasi nomor satu dan mendatangkan wisatawan nomor empat terbesar dari Eropa (Rusiana, 2019). Oleh karena itu Indonesia melakukan beberapa upaya untuk meningkatkan ekspor kelapa ke Belanda dengan strategi diplomasi ekonomi ditingkat bilateral. Upaya meningkatkan ekspor Indonesia sebesar-besarnya untuk meningkatkan devisa negara, mendorong pertumbuhan ekonomi dan demi kemajuan kesejahteraan bangsa dan negara (Sabaruddin, 2017b).

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, dapat dikembangkan rumusan masalah penelitian, yaitu :

Bagaimana strategi diplomasi Indonesia dalam penguatan ekspor kelapa ke Belanda?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Tesis ini memiliki tujuan sebagai berikut :

1. Untuk menjelaskan strategi yang diterapkan pemerintah Indonesia mempromosikan kelapa Indonesia dengan tujuan meningkatkan ekspor kelapa ke Belanda.
2. Untuk mendeskripsikan upaya pemerintah Indonesia dan instansi yang memiliki keterkaitan dalam upaya penguatan ekspor dari produk kelapa Indonesia ke Belanda.

## **1.4 Kontribusi Penelitian**

Penelitian ini berkontribusi untuk :

1. Upaya peningkatan penelitian dan kajian ilmu hubungan internasional dilakukan penelitian yang terkait dengan kesiapan pemerintah, lembaga, pelaku usaha untuk mendukung produk pertanian dan citra suatu merek sebagai produk ekspor khususnya kelapa.
2. Sebagai acuan dalam kebijakan Lembaga pemerintah Indonesia dan instansi yang berkaitan dalam mengambil serta penetapan keputusan terkait ekspor kelapa.
3. Sebagai dasar pertimbangan bagi pihak lain dan kebutuhan seperti mitra pelaku usaha dalam komoditi kelapa, terutama pada instansi yang terkait mengenai diplomasi ekonomi dalam penguatan ekspor kelapa ke Belanda.

### **1.5 Studi Pustaka**

Dalam upaya menjawab rumusan masalah pada tesis ini mengenai bagaimana strategi diplomasi Indonesia dalam penguatan ekspor kelapa ke Belanda, penulis melakukan analisis terhadap kajian pustaka pada beberapa penelitian yang berkaitan dengan pertanyaan pada rumusan masalah terkait strategi yang ditempuh negara untuk penguatan ekspor komoditas melalui diplomasi ekonomi.

Karna keterbatasan literatur dan minimnya artikel yang membahas mengenai diplomasi ekonomi Indonesia dalam penguatan ekspor kelapa ke Belanda, maka dalam penelitian ini penulis menganalisis artikel yang relevan membahas mengenai diplomasi ekonomi dan menganalisis peluang yang dimiliki oleh kelapa sebagai komoditas ekspor.

Diplomasi ekonomi sering digunakan dalam berbagai penelitian dalam penguatan ekspor komoditas suatu negara. Awalnya Kishan S rana mengembangkan tiga fase yang perlu dilakukan negara berkembang untuk meningkatkan penguatan ekspor negaranya. Model ini menampilkan bagaimana negara melakukan strategi dan upaya-upaya untuk melakukan ekspor ke negara lain. Beberapa penelitian dengan menggunakan diplomasi ekonomi termasuk analisis terhadap permintaan akan suatu komoditas misalnya oleh pada penelitian Ardini (2018) yang membahas mengenai diplomasi ekonomi Indonesia dengan studi kasus yang berbeda yaitu mengenai upaya peningkatan ekspor biji kakao

Indonesia di Belanda periode 2012-2015, penelitian ini menganalisis upaya Indonesia dalam menghadapi penurunan ekspor biji kakao Indonesia di Belanda, serta menjelaskan diplomasi ekonomi yang dilakukan oleh Indonesia terhadap Belanda. Menganalisa bentuk-bentuk diplomasi ekonomi yang dilakukan Indonesia antara lain melalui kerjasama *Indonesia-Uni Eropa Comprehensive Economic Partnership Agreement (CEPA)* dan melalui *The 16th Working Group on Agriculture, Fisheries and Forestry Between Indonesia and the Netherlands* dengan tujuan untuk meningkatkan nilai ekspor biji kakao Indonesia terutama di Belanda (Ardini, 2018).

Pembahasan mengenai diplomasi ekonomi juga ditulis oleh Jemadu, Limenta, Tekunan, Candra, dan Fernando (2015). Pada penelitian ini membahas kinerja diplomasi ekonomi : evaluasi atas perjanjian perdagangan dan investasi, penelitian ini terkait dengan prioritas pemerintahan Presiden Joko Widodo dan Menteri Luar Negeri Retno L.P. Marsudi yang menekankan pentingnya diplomasi ekonomi dalam kebijakan Iuar negeri Indonesia demi mendukung pembangunan ekonomi nasional. Sejalan dengan semakin kompleksnya tantangan yang dihadapi Indonesia dalam menyikapi berbagai isu perdagangan dan investasi di forum internasional ada kebutuhan mendesak untuk meninjau kembali tidak hanya substansi diplomasi ekonomi Indonesia tetapi juga mekanisme penataan kelembagaan serta keterkaitan antara berbagai sektor kebijakan pemerintah demi menjamin koherensi dan konsistensi kebijakan perdagangan internasional dan investasi dalam rangka mewujudkan kepentingan nasional Indonesia (Jemadu et al., 2015)

Pembahasan mengenai diplomasi ekonomi juga ditulis oleh Andi Kurniawan (2016) membahas tentang diplomasi ekonomi yang dilakukan oleh Indonesia dan Thailand dalam strategi penguatan pasar di Timur Tengah. Thailand telah menggunakan diplomasi ekonomi sebagai alat untuk meningkatkan kinerja ekspornya di negara mitra, termasuk salah satunya yaitu kawasan Timur Tengah. Berbeda dengan Thailand untuk peningkatan perdagangan luar negeri, Indonesia sebagai negara dengan penduduk muslim terbesar belum bisa menjalin hubungan yang baik dengan kawasan timur tengah. Pertanyaan dalam penelitian ini diangkat dalam sebuah studi yang dirancang untuk meningkatkan literatur tentang hubungan

ekonomi antara Indonesia dan Timur Tengah. Hasil penelitian tersebut yaitu Thailand relatif berhasil memanfaatkan pendekatan diplomasi ekonomi untuk kepentingan ekspornya di pasar Timur Tengah, Indonesia perlu belajar dari pengalaman Thailand dalam menggunakan pendekatan ini (Kurniawan, 2016).

Perspektif lainnya mengenai diplomasi ekonomi juga ditulis oleh P.M. Erza Killian (2012). Dalam artikel Killian menganalisis perubahan politik dan ekonomi dunia menuntut setiap negara untuk secara aktif dan mawas dalam mengelola dan menjaga hubungan ekonominya dengan aktor-aktor lain dalam sistem internasional khususnya ekonomi. Diplomasi ekonomi merupakan salah satu alat terpenting bagi negara dalam mengembangkan diplomasi ekonomi menjadi sangat krusial untuk pengembangan ekonomi suatu negara. Pada artikel ini, terlihat analisis yang menjelaskan diplomasi ekonomi pemerintah Indonesia belum berubah dan masih tradisional, meskipun beberapa kegiatan pemerintahan digolongkan tergolong ke *niche-focused* dan *evolving*. Meskipun ada beberapa pergeseran dan perubahan paradigma, namun pergeseran belum begitu signifikan dan masuk kategori bersifat sporadis. Oleh karena itu, perubahan harus dilakukan pada lima elemen diplomasi ekonomi Indonesia, yaitu manajemen ekonomi eksternal, manajemen kebijakan, peran aktor non-nasional, dan bantuan ekonomi. Perubahan ini diperlukan untuk mencapai strategi diplomasi ekonomi yang komprehensif dan inklusif (Killian, 2012).

Literatur terakhir yang terkait dengan diplomasi ekonomi ditulis oleh Endi Haryono (2018). Artikel ini menjelaskan tentang diplomasi ekonomi dalam politik luar negeri Republik Indonesia di bawah Presiden Joko Widodo pada tahun 2015-2018 sebagai sebuah konsep dan kebijakan. Diplomasi ekonomi bukan sekadar satu dari arah kebijakan luar negeri tetapi lebih daripada itu diplomasi ekonomi telah menjadi corak dan gaya diplomasi Indonesia pada periode yang sama. Artikel ini mendapati bahwa politik luar negeri Indonesia di bawah Presiden Joko Widodo dilaksanakan untuk mendukung program pembangunan nasional. Dengan kata lain, politik luar negeri Presiden Joko Widodo adalah politik luar negeri untuk mengejar keperluan-keperluan dalam negeri. Oleh karenanya, corak diplomasi yang diterapkan adalah diplomasi ekonomi yang memang dibutuhkan untuk mendukung

agenda pembangunan nasional, terutama penyelesaian program infrastruktur dan lainnya. Diplomasi ekonomi baru dalam terminologi tetapi sesungguhnya adalah revitalisasi diplomasi non politik yang pernah dilaksanakan oleh Indonesia sebelumnya (Haryono, 2018).

Selain meninjau bentuk diplomasi ekonomi, penulis juga melakukan tinjauan pustaka pada peluang kelapa dan olahannya sebagai komoditas ekspor Indonesia. Misalnya oleh penelitian Ximenes, Nurmalina, Rifin (2022) yang membahas permintaan minyak mentah kelapa Indonesia di Belanda: penerapan model LA/AIDS. Dalam penelitian ini dijelaskan bahwa selain Filipina, Indonesia merupakan negara pengeksportir minyak mentah kelapa terbesar kedua di Belanda. penelitian ini mengkaji peringkat daya saing minyak kelapa mentah Indonesia di Belanda, penelitian ini menggunakan model *linear approximate AIDS*. Data tersebut menggunakan deret waktu bulanan pada nilai dan kuantitas impor dari 2004 hingga 2019 oleh Belanda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa posisi Indonesia di Belanda lebih rendah dibandingkan dengan Filipina. Elastisitas harga sendiri dari minyak mentah kelapa Indonesia tidak sensitif terhadap perubahan harga. Apalagi Indonesia dan Filipina saling bersaing. Dengan demikian, meningkatkan ekspor minyak mentah kelapa dan meningkatkan ukuran kualitas adalah salah satu strategi alternatif untuk mengejar persaingan di Belanda (Ximenes et al., 2022).

Peluang kelapa dan olahannya sebagai komoditas ekspor Indonesia juga ditulis pada penelitian Rizki Puspita Dewanti, Harianto, dan Rita Nurmalina (2020) membahas analisis pada persaingan dan permintaan produk minyak kelapa mentah (*crude coconut oil*) olahan dari Indonesia di pasar internasional. Penelitian ini menjelaskan Indonesia sebagai negara produksi kelapa terbesar di dunia, hal ini memberikan peluang bagi Indonesia untuk menjadi pengeksportir produk kelapa dan turunannya. Minyak kelapa merupakan salah satu produk olahan kelapa yang banyak diminati saat ini. Ekspor produk minyak kelapa mentah ke pasar internasional, untuk Indonesia sendiri terjadi persaingan yang ketat dari negara eksportir minyak kelapa lainnya. artikel ini mengkaji tingkat persaingan antara minyak kelapa Indonesia dengan eksportir minyak kelapa lainnya di pasar

internasional. Penelitian ini menggunakan metode analisis *Almost Ideal Demand System* (AIDS). Hasil penelitian menunjukkan faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan minyak kelapa Indonesia di pasar internasional dan minyak kelapa Indonesia yang bersaing dengan produk minyak kelapa milik Filipina di pasar Amerika Serikat dan Jerman. Hal ini dijelaskan dengan nilai elastisitas harga silang yang positif. Apabila terjadi penurunan harga pada minyak kelapa Filipina, maka akan berpengaruh pada pangsa pasar Indonesia. Oleh karena itu, Indonesia harus meningkatkan produksi dan rencana pemasaran minyak kelapa untuk meningkatkan ekspor minyak kelapa Indonesia ke pasar internasional (Dewanti et al., 2020).

Status dan pandangan perkembangan kelapa di Indonesia ditulis oleh J C Alouw dan S Wulandari (2020). Kelapa (*Cocos nucifera* L.) adalah komoditi yang penting secara sosial ekonomi di Indonesia, sebagian besar dimiliki oleh petani kecil. Indonesia memiliki daerah penghasil kelapa terbesar di dunia, diikuti oleh Filipina dan India. Rata-rata produktivitas kelapa nasional masih lebih rendah dari potensi produksi varietas unggul. Indonesia dan Filipina menyumbang sekitar 67% ekspor minyak kelapa mentah (*crude coconut oil*) ke pasar global. Saat ini, permintaan pasar global minyak kelapa berfluktuasi menyebabkan rendahnya harga *crude coconut oil*, sementara permintaan untuk produk kelapa tertentu seperti air kelapa, susu dan tepung berkembang pesat. Ulasan ini memberikan gambaran tentang status perkembangan kelapa di Indonesia saat ini, kemajuan teknologi terkini untuk perbaikan kelapa dan prospek pengembangan kelapa menuju tahun 2045. Masalah teknologi, politik dan sosial ekonomi termasuk hama dan penyakit, varietas inferior, praktik agronomi yang buruk, konversi lahan mempengaruhi produksi kelapa yang rendah, sementara rantai pasokan yang tidak menguntungkan, lini produk yang sempit, kualitas produk yang rendah, sistem penanaman monokultur dapat mempengaruhi kesejahteraan ekonomi petani. Sekitar 6,6 juta petani mengandalkan sumber pendapatan utama mereka pada produk berbasis kelapa dan kelapa, yang sebagian besar adalah kopra dan *crude coconut oil*. Inovasi teknologi dan kelembagaan bagi petani kecil dalam pengembangan kelapa menjadi strategi penting. Menghasilkan produk kelapa bernilai tinggi, pendirian peternakan benih, penanaman kembali, pengelolaan hama dan penyakit, sinergi antar industri, petani,

dan pemerintah serta penelitian untuk menemukan teknologi yang lebih inovatif dan transfer teknologi untuk menyelesaikan masalah yang ada diperlukan untuk memastikan keberlanjutan sektor kelapa (Alouw & Wulandari, 2020).

Selain itu dari instansi pemerintah Indonesia yaitu Ditjen Pengembangan Ekspor Nasional Kemendag RI juga menganalisis mengenai peluang kelapa Indonesia yang ditulis oleh Yuliana Maria Dwi Pb (2017) dalam tulisannya Dwi menganalisis Indonesia yang berhasil mengekspor kelapa dan berbagai produk olahan turunannya. Kelapa yang di produksi Indonesia memiliki kualitas baik. hal tersebut menjadi salah satu alasan negara lain mengimpor produk kelapa Indonesia. Perkembangan ekspor produk kelapa Indonesia memiliki nilai positif dan jangkauan pasar yang luas. Kelapa menjadi produk yang terus dipromosikan di negara-negara tujuan ekspor, terutama di Eropa. Warta Ekspor Kementerian Perdagangan edisi September bertujuan untuk mengulas optimalisasi bahan baku kelapa dan olahan turunannya yang bernilai ekspor. kelapa yang telah dikenal dengan istilah *the tree of life*, setiap bagian dari pohon kelapa memiliki banyak kegunaan. Dikalangan masyarakat kelapa dikenal sebagai tanaman yang multifungsi karena mengingat hampir seluruh bagian tanaman mulai dari akar, batang, daun hingga buahnya dapat dimanfaatkan, sehingga kelapa memberikan banyak manfaat sebagai salah satu sumber penghasilan masyarakat. Semua bagian kelapa memiliki manfaat yang tinggi. Hal utama yang menjadikan kelapa sebagai produk komersial adalah semua bagian kelapa dapat digunakan untuk pemenuhan kebutuhan masyarakat dan industri (Dwi, 2017).

Tinjauan pustaka yang terakhir mengenai potensi kelapa dan olahannya yaitu ditulis oleh ITPC Osaka dalam laporan informasi intelijen bisnis tahun 2019, *coconut oil* Hs 151311. Produk lemak dan minyak hewani dan nabati memiliki peran yang besar terutama di negara-negara dengan industri pengolahan makanan yang tinggi dan memperhatikan kualitas makanan yang dikonsumsi, seperti Jepang. Jepang merupakan pasar terbesar kesebelas di dunia untuk produk minyak nabati pada tahun 2016. Harga penjualan minyak nabati meningkat sebesar 2%. Ekspor terbesar minyak kelapa dan produk minyak palm kernel Indonesia ke pasar internasional adalah produk *Palm kernel or babassu oil and fractions thereof*:

*others* (Hs 151329) senilai USD 1,4 miliar pada tahun 2018. Saat ini, ekspor produk *Coconut (copra) oil and its fractions : others* (Hs 151319), *Coconut (copra) oil and its fractions : crude oil* (Hs 151311), dan *Palm kernel or babassu oil and fractions thereof: crude oil* (Hs 151321) pada tahun yang sama masing-masing mencapai sebesar USD 368,12 juta, USD 354,76 juta, dan USD 332,97 juta. Pasar tujuan ekspor Indonesia untuk produk *Palm kernel or babassu oil and fractions thereof: others* (Hs 151329) adalah Amerika Serikat, Cina, Malaysia, Brazil dan Jepang. Sedangkan untuk produk olahan Indonesia jenis *coconut (copra) oil and its fractions : others* (Hs 151319) adalah Amerika Serikat, Cina, Singapura, Korea Selatan, dan Malaysia. Saat ini pangsa ekspor produk tersebut di Jepang hanya 0,58%. Pasar tujuan ekspor Indonesia untuk produk *coconut (copra) oil and its fractions: crude oil* (Hs 151311) adalah Belanda, Amerika Serikat, Malaysia, Thailand, dan Ukraina. Pangsa ekspor produk tersebut di Jepang sangat kecil dan hanya sebesar 0,003% pada tahun 2018. Sedangkan, negara-negara yang menjadi tujuan ekspor untuk produk *Palm kernel or babassu oil and fractions thereof: crude oil* (Hs 151321) Indonesia adalah Belanda, India, Malaysia, Arab Saudi, dan Cina (Kementerian Perdagangan RI, 2019).

### **Perbedaan tesis ini dengan penelitian terdahulu**

Hasil dari kajian pustaka yang dilakukan dari penelitian sebelumnya, penulis melihat peluang yang sama pada konsep strategi diplomasi ekonomi Indonesia untuk mendorong ekspor kelapa ke Belanda. Beberapa literatur memberikan gambaran secara rinci terkait diplomasi ekonomi, peluang pemanfaatan komoditi kelapa, hingga peluang nilai perdagangan kelapa sebagai komoditi ekspor yang menyumbang pada devisa negara. Namun dari beberapa penelitian belum ada yang secara spesifik melakukan analisis terkait diplomasi ekonomi yang didefinisikan oleh Kishan S Rana sebagai upaya yang digunakan pemerintah untuk memperkuat ekspor kelapa ke Belanda. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu hal yang dapat diterapkan dalam mencapai diplomasi ekonomi untuk penguatan ekspor bagi negara berkembang setidaknya harus memenuhi tiga fase yang ditulis dan direkomendasikan oleh Kishan S Rana. Karena adanya perbedaan

analisis pada penelitian ini dengan penelitian sebelumnya, maka nantinya penulis akan membuat gagasan baru diakhir penelitian ini.

## **1.6 Kerangka Teori**

Kerangka teori sangat dibutuhkan untuk melakukan sebuah penelitian dengan menggunakan teori, model dan konsep, terstruktur dan jelas. Untuk lebih memahami tulisan ini sangat penting mengetahui teori diplomasi ekonomi yang akan menjadi kaca mata penulis untuk melihat fenomena penguatan ekspor kelapa Indonesia ke Belanda.

### **Diplomasi Ekonomi**

Untuk menjelaskan topik sentral dari penelitian ini maka penulis melakukan riset pada beberapa buku, artikel, dan publikasi yang ditulis oleh beberapa peneliti dalam mendefinisikan teori diplomasi ekonomi. Namun penelitian ini lebih cocok menerapkan pendekatan menggunakan teori diplomasi ekonomi yang didefinisikan oleh Kishan S. Rana. Diplomasi ekonomi adalah proses dimana negara memaksimalkan kepentingan nasionalnya disemua bidang kegiatan seperti perdagangan, investasi dan bentuk keuntungan ekonomi lainnya. Untuk mencapai hal tersebut dapat dilakukan secara bilateral, regional dan multilateral yang memiliki peran yang berbeda-beda (Rana, 2007). Menuntut keterlibatan aktif tidak hanya dari aktor negara yang terlibat tetapi juga melibatkan berbagai kemitraan dengan aktor non negara (Rana, 2007).

Berdasarkan buku yang ditulis oleh Rana menjelaskan bahwa terdapat tiga fase yang harus dilakukan oleh negara berkembang untuk mencapai kepentingan nasionalnya melalui diplomasi ekonomi. Ketiga fase tersebut yaitu (Rana, 2007):

1. *Economic salesmanship* adalah fase penjualan ekonomi. Fase ini memanfaatkan hubungan politik dengan negara-negara untuk mencapai kepentingan nasional. Hal ini dilakukan oleh kedutaan suatu negara dengan mengirim tenaga teknis yang terampil dalam mempromosikan keunggulan negaranya di negara tujuan. Realisasi *economic salesmanship* di Indonesia didukung dengan adanya pidato Presiden RI Joko Widodo (Jokowi) yang menyatakan pengembangan peran Perwakilan RI sebagai *salesperson* yang

akan mempromosikan keunggulan Indonesia. Perwakilan RI di luar negeri dituntut untuk memahami dengan baik setiap kebutuhan di negara tujuan dan proaktif dalam memasarkan produk Indonesia untuk memenuhi permintaan negara tujuan tersebut. Permintaan Presiden Jokowi agar tugas Duta Besar Indonesia dan Kepala Perwakilan RI disampaikan dalam acara rapat kerja di kantor Kementerian Luar Negeri RI. Menurut Presiden Jokowi, diplomasi yang fokus pada ekonomi tidak lepas dari situasi neraca perdagangan Indonesia yang saat itu masih defisit khususnya di Belanda. *Jobdesk* pada penunjukkan Duta Besar ataupun Perwakilan RI sebagai *sales* di luar negeri ditargetkan akan meningkatkan surplus pada neraca perdagangan dan dapat menarik investasi masuk ke tanah air (Akhir, 2015).

2. *Economic networking and advocacy* adalah fase jaringan ekonomi dan advokasi. Fase kedua memberikan perhatian besar pada upaya untuk memaksimalkan ekspor dan membantu perusahaan untuk mengakses pasar. Hal ini melibatkan menjangkau aktor diplomasi baru baik lembaga pemerintah maupun aktor non negara (pelaku usaha). Diplomasi ekonomi lebih baik dalam koordinasinya dengan agen non-negara, organisasi bisnis utama, para pemikir ekonomi, LSM yang aktif dalam isu-isu ekonomi internasional, dan media. Kementerian Luar Negeri adalah koordinator utama pada kerjasama dengan negara, lembaga lain, lembaga non-negara. Di Indonesia, strategi *networking* yang direalisasikan pemerintah dalam hal perluasan pasar tujuan ekspor salah satunya dengan melibatkan beberapa lembaga seperti Lembaga Pembiayaan Ekspor Indonesia (LPEI) dan Kamar Dagang dan Industri (KADIN) (Nabilla, 2021). *Networking* didalam negeri dilakukan dengan cara melibatkan beberapa kementerian seperti Kementerian Perekonomian, Timnas PEPI (Peningkatan Ekspor dan Peningkatan Investasi), Kementerian Perdagangan dan Kementerian Keuangan (Kurniawan, 2016). Di luar negeri, *networking* juga dilakukan Indonesia melalui *Trade Expo* dan *Indonesia Fair*.
3. *Regulatory management and resource mobilization* adalah manajemen regulasi dan mobilisasi sumber daya. Fase ketiga prioritasnya yaitu

negosiasi, perjanjian, dan diplomasi regional melalui pengelompokan baru yang inovatif. Salah satu karakteristik dari fase ini adalah kesadaran akan merek negara yang mengarah pada upaya untuk membangun citra modernitas. Tugas-tugas ini membutuhkan pembangunan koalisi domestik, dimana kompetensi masing-masing lembaga, resmi dan swasta, untuk bekerja sama memajukan kepentingan ekonomi di luar negeri. Kementerian Luar Negeri memimpin dalam menyarankan tindakan terpadu kepada badan-badan otonom, seperti yang meliputi media publik, budaya, pendidikan, dan pariwisata. Tugas utamanya adalah menjangkau berbagai mitra, dan menyelaraskan kepentingan sektoral mereka dengan prioritas nasional. Keahlian Kementerian Luar Negeri adalah kontrolnya atas totalitas dialog antar negara eksternal, tentu saja dibawah pengawasan kepala pemerintahan dan stafnya. Di luar negeri, Pemerintah Indonesia memiliki 133 Perwakilan RI, atase perdagangan di 24 kota besar dunia untuk turut mendukung pelaksanaan diplomasi ekonomi Indonesia (Sabaruddin, 2017a). Perwakilan Indonesia yaitu Kedutaan Besar Republik Indonesia (KBRI), Konsulat Jenderal Republik Indonesia (KJRI), Konsulat Republik Indonesia (KRI), dan Perwakilan Tetap Republik Indonesia (PTRI) (Kementerian Luar Negeri, 2014). Selain itu, Indonesia mendirikan Perwakilan Perdagangan RI yaitu Indonesian Trade Promotion Center (ITPC) yang tersebar di beberapa negara potensial termasuk Kamar Dagang, serta Kantor Dagang dan Ekonomi Indonesia (KDEI) fasilitasi ekspor dimasa pandemi salah satunya dengan memfasilitasi kegiatan *business matching* secara virtual (Kementerian Perdagangan RI, 2020).

Menurut Rana, negara akan relatif sulit untuk mencapai sasaran dalam hubungan ekonomi luar negerinya jika harmonisasi antara urusan luar negeri dan perdagangan tidak dilakukan. Kondisi ini akan menyebabkan aset jaringan luar negeri pemerintah, seperti perwakilan diplomatik, tidak dapat berfungsi optimal untuk meningkatkan kinerja perdagangan dan investasi (Rana, 2007). Pemerintah harus mempercepat kegiatan promosi ekspor dalam upaya mendorong lebih banyak investasi. Promosi ekspor seringkali dalam bentuk bantuan kepada perusahaan lokal

yang mencari peluang pasar ekspor. Misalnya, dalam bentuk riset pasar, kunjungan antara delegasi bisnis Indonesia dan delegasi bisnis negara lain dan *one-on-one business meeting*, atau keikutsertaan dalam pameran perdagangan internasional.

Kishan S. Rana secara khusus menekankan keterlibatan aktor-aktor penting dari sektor bisnis dalam pertemuan yang membahas diplomasi ekonomi. Aktor-aktor tersebut juga harus dilibatkan dalam pertemuan dengan negara lain ketika membahas diplomasi ekonomi (Rana, 2013). Dari perspektif aktor, temuan awal dari telaah dokumen dan media menunjukkan bahwa sesuai dengan definisi diplomasi ekonomi yang melibatkan aktor yang luas, diplomasi ekonomi Indonesia juga memiliki pemangku kepentingan yang beragam. Dari perspektif instrumen, diplomasi ekonomi Indonesia menggunakan instrumen yang cukup beragam, mulai dari perjanjian internasional, keterlibatan di berbagai forum internasional dan kegiatan lain seperti pameran dan bursa, dan penempatan atase perdagangan di sejumlah misi diplomatik yang dinilai penting (Jemadu et al., 2015).

Ada beberapa peristilahan yang terkait dengan diplomasi yang dilakukan untuk mencapai tujuan ekonomi. Misalnya adalah *Economic Diplomacy*, *Commercial Diplomacy*, *Trade Diplomacy*, *Financial Diplomacy*, dan lain sebagainya (Kosteck & Naray, 2015). Diplomasi ekonomi dipahami sebagai suatu faktor yang mendukung meningkatnya perdagangan bilateral dan investasi antara dua negara, dalam hal ini Indonesia dan Belanda. Bila diplomasi ekonomi dapat dioptimalkan, maka perdagangan dan investasi antar negara dapat ditingkatkan. Hal ini berarti bahwa akan lebih banyak barang yang dapat menjadi pilihan konsumen di kedua negara, Namun diplomasi ekonomi masa kini, dimana peran serta masyarakat disertakan didalamnya, juga akan memasukkan asosiasi bisnis. Namun, karena adanya perubahan-perubahan sebagaimana yang telah disebutkan sebelumnya, definisi ini menjadi tidak memadai lagi. Akibatnya, diplomasi perlu didefinisikan ulang, antara lain sebagaimana yang disampaikan oleh Melissen.

Melissen mendefinisikan diplomasi masa kini sebagai “*Diplomacy is defined as the mechanism of representation, communication and negotiation through which states and other international actors conduct their business*” Diplomasi ekonomi yang dilakukan negara ditujukan untuk meraih pencapaian-pencapaian dibidang

investasi asing langsung dan perdagangan (teks aslinya adalah “FDI and Economic Multilateralism”). Pelaku bisnis domestik dan internasional akan menargetkan “*transnational business development*”. Sedangkan NGOs akan sangat hirau kepada “*socio-economical/ecological development policies*” Diplomasi Ekonomi penting untuk menjaga agar hubungan ekonomi yang dilakukan antara pelaku antar negara dapat dilakukan secara benar.

Setiap negara memiliki karakteristik perekonomian yang mempunyai sensitifitas dalam hal-hal yang sama maupun berbeda. Diplomasi ekonomi menjadi semakin penting karena adanya beberapa faktor:

1. Proses internasionalisasi yang ditandai oleh merebaknya integrasi regional dan global.
2. Menguatnya liberalisasi ekonomi domestik sehingga interaksi melalui perdagangan dan investasi internasional menjadi semakin intens.
3. Menguatnya keinginan perusahaan domestik untuk melebarkan aktivitasnya menjadi MNCs.
4. Melemahnya *autarchy* disatu pihak dan menguatnya keterbukaan ekonomi, dimana keduanya dibarengi dengan ketersediaan metode baru dalam manajemen dan teknologi yang mendorong pada peningkatan hubungan antar negara dan organisasi internasional(Irawan & Kertasmita, 2015).

Menurut argumen penulis tiga fase yang didefinisikan oleh Kishan S Rana yang akan digunakan untuk menjelaskan pertanyaan pada rumusan masalah penelitian. Dimana konsep tiga fase yang perlu diterapkan negara berkembang yaitu *economic salesmanship, economic networking and advocacy, regulatory management and resource mobilization*. Gagasan yang diberikan oleh diplomasi ekonomi ini sangat bermanfaat untuk rencana yang diimplementasikan karena hubungan antar negara disegala bidang akan mencakup banyak aspek untuk mencapai kerjasama ekspor dan impor. Dalam hal ini industri hilir Indonesia bertugas memperkenalkan citra ataupun merek dagang dari karakteristik olahan kelapa yang dimiliki Indonesia, sehingga kelapa yang diekspor Indonesia akan menunjukkan perbedaan. Hal ini mendorong komoditi kelapa akan lebih diminati oleh negara lain. Hasil dari ekspor komoditas ini akan mendapatkan dampak positif terhadap penambahan devisa

negara serta agar karakteristik komoditi produksi dari Indonesia lebih dikenal dunia khususnya kelapa.

### **1.7 Hipotesa**

Sesuai dengan problematika masalah dan teori yang dijelaskan diatas maka ada tiga hipotesa yang menjadi argumen utama penulis. Bahwa Indonesia menggunakan tiga fase dalam diplomasi ekonomi yang diterapkan oleh negara berkembang. Bagaimana strategi yang diterapkan pada diplomasi ekonomi Indonesia dalam rencana penguatan ekspor komoditi kelapa ke Belanda, sebagai berikut:

1. Pemerintah Indonesia mengirimkan diplomat sebagai *salesperson* dalam mempromosikan komoditas kelapa di Belanda, serta mengadakan dan mengikuti pameran dagang berskala internasional dengan merujuk pada komoditas pertanian melalui sosialisasi informasi terkait karakteristik komoditas pertanian khususnya kelapa
2. Pemerintah Indonesia mengadakan *Trade Expo* Indonesia dan *Indonesia Fair* untuk membangun *networking* dengan negara tujuan ekspor. Pemerintah Indonesia menjadi fasilitator untuk menyediakan pasar ekspor kelapa di Belanda dengan mengadakan *event* dan pameran mempromosikan kelapa Indonesia ke Belanda.
3. Pemerintah Indonesia dan Perwakilan Indonesia di luar negeri menetapkan standar kualitas sesuai permintaan negara tujuan ekspor untuk komoditi yang diekspor dan bekerjasama dengan pelaku usaha di Indonesia serta menjadi fasilitator produk yang berkualitas dengan membangun *citra/branding* produk kelapa yang diekspor ke Belanda.

### **1.8 Metodologi Penelitian**

#### **1. Jenis Penelitian**

Tesis ini menggunakan metode penelitian kualitatif yang sering digunakan dengan cara pengumpulan data-data atau teknik analisis data yang bersifat non numerik (Shidiq & Choiri, 2019). Penelitian dengan metode kualitatif dianggap mampu menerangkan gejala atau fenomena secara lengkap dan menyeluruh (Rahmat, 2009). Metode kualitatif digunakan oleh penulis untuk memahami

bagaimana memahami peristiwa, fenomena, wilayah, negara, kelompok atau individu tertentu (Salim & Sahrum, 2012). Namun tidak dapat dipungkiri apabila pada penelitian ini akan mencari data kuantitatif (numerik) karena penelitian ini akan mengkaji strategi diplomasi ekonomi Indonesia untuk mendorong ekspor kelapa ke Belanda dan bagaimana pemerintah Indonesia mampu meningkatkan ekspor kelapa Indonesia. Landasan teori dimanfaatkan sebagai pemandu agar fokus penelitian sesuai dengan fakta dilapangan. Selain itu landasan teori juga bermanfaat untuk memberikan gambaran umum tentang latar penelitian dan sebagai bahan pembahasan hasil penelitian (Rahmat, 2009).

## 2. Lokasi Dan Jangkauan Penelitian

Untuk mendapatkan data pada penelitian ini dilakukan di beberapa tempat. Lokasi penelitian yaitu kota Yogyakarta. Untuk mendapatkan data sekunder untuk penelitian ini maka penulis melakukan penelitian di Perpustakaan Pusat Universitas Muhammadiyah Yogyakarta dan Perpustakaan Pasca Sarjana Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Untuk mempersempit batasan kajian yang akan diteliti, penulis akan memfokuskan pertanyaan tentang strategi diplomasi ekonomi Indonesia dalam memperkuat ekspor komoditi kelapa ke Belanda. Selain membatasi ruang lingkup kajian yang akan dianalisis, penulis juga membatasi periode penelitian dari tahun 2017 sampai dengan tahun 2021. Artinya, penelitian ini mengarah pada hasil yang sesuai dengan rumusan masalah.

## 3. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan secara tidak langsung. Secara spesifik, penelitian secara tidak langsung dilakukan melalui studi kepustakaan dan *internet based research* adalah metode pengumpulan data dengan cara mengumpulkan data-data yang relevan yang terkait dengan penelitian ini. Penelitian kepustakaan mengumpulkan data melalui buku-buku, jurnal ilmiah dan hasil penelitian, dokumen kebijakan serta jurnal, majalah, surat kabar, internet dan media lainnya yang terkait dengan penelitian.

## **1.9 Sistematika Penulisan**

Tesis ini akan terdiri dari lima bab yang akan dijelaskan dengan secara detail sesuai dengan rumusan masalah penelitian yang akan dianalisis dan dikaji, susunanya sebagai berikut:

### **BAB I**

Menjelaskan rencana penelitian yang meliputi latar belakang, kemudian rumusan masalah, tujuan penelitian, kontribusi penelitian, kajian pustaka, kerangka teori, hipotesa, metode peneltian, dan sistematika penulisan.

### **BAB II**

Membahas perkembangan dan persebaran kelapa Indonesia sebagai komoditas ekspor

### **BAB III**

Mendeskripsikan dinamika hubungan Indonesia-Belanda dalam ekspor komoditas kelapa

### **BAB IV**

Menjabarkan strategi dan faktor pendukung penguatan ekspor kelapa Indonesia ke Belanda

### **BAB V**

Berisi temuan-temuan penelitian tesis tentang strategi diplomasi ekonomi Indonesia untuk memperkuat ekspor kelapa ke Belanda.