# BAB II

**TINJAUAN PUSTAKA**

# Literatur Reviu

Penulis membagi penelitian kedalam beberapa pokok pembahasan. Literatur reviu dapat digunakan oleh penulis untuk membantu menjelaskan variabel bebas, variabel terikat, serta keterkaitan keduanya. Pada penelitian kali ini akan lebih difokuskan ke arah pengaruh dari adanya peran lembaga *ITPC (Indonesia Trade Promotion Center)*. Terdapat beberapa tulisan mengenai pengaruh dan dampak dari dibentuknya sebuah lembaga *ITPC (Indonesia Trade Promotion Center)* yang berperan sebagai perwakilan dagang Indonesia dan terdapat pula literatur review yang menulis tentang hubungan perdagangan antara Indonesia dan Jepang dalam memenuhi kepentingan nasional negaranya tersebut.

Beberapa penelitian yang dijadikan sebagai bahan referensi dalam membahas penelitian yang dilakukan oleh penulis diantaranya yaitu:

## Reviu 1: “Peran Indonesia Trade Promotion Center Dalam Meningkatkan Perdagangan Indonesia Di Luar Negeri Tahun (2017)” (Fari, Murod, & Usni, 2017).

Penelitian ini membahas dan menganalisis mengenai sebuah peran lembaga *ITPC* (*Indonesia Trade Promotion Center)* Indonesia dalam meningkatkan perdagangan Indonesia di luar negeri. Penelitian ini melihat bahwa *ITPC* (*Indonesia Trade Promotion Center)* memiliki sebuah peran yang sangat penting dalam mewujudkan kepentingan nasional Indonesia di luar negeri, diantaranya mencakup sebagai salah satu lembaga perwakilan pemerintah dalam penyediaan

informasi dan media promosi, memfasilitasi kerjasama perdagangan, serta membantu menjembatani hubungan dagang antara Indonesia dengan beberapa negara penempatan yang memiliki pasar potensial. Salah satunya bentuk upaya dengan membentuk *ITPC* (*Indonesia Trade Promotion Center)* di Hongaria. Keberadaan *Indonesian Trade Promotion Center* di Hongaria merupakan kebijakan strategis dari Kementerian Perdagangan RI untuk dapat memperluas pasar dan mencapai kepentingan nasional Indonesia di kawasan Uni Eropa.

Menurut Hans J.Morgenthau di dalam bagian buku tentang *"The Concept of Interest defined in Terms of power"* (Morgenthau H. J., 1978), Konsep Kepentingan Nasional (Interest) yang didefiniskan dalam „power‟ dalam hal kemampuan strategis dan ekonomi, karena politik internasional dipandang terutama sebagai perebutan kekuasaan antar negara. Dalam percaturan politik internasional saat ini Indonesia harus dapat memelihara dan meningkatkan power negara nya agar dapat *survive* dalam percaturan politik internasional, hal tersebut dilakukan guna kelangsungan hidup bernegara dan berbangsa dengan memiliki kemampuan strategis untuk meningkatkan taraf ekonomi yang cukup strategis.

Pengertian dari Kepentingan Nasional sendiri merupakan sebuah konsep yang digunakan dalam hubungan internasional setiap negara sebagai tujuan yang hendak dicapai dalam berbagai bidang diantaranya bidang militer, ekonomi maupun budaya. Tujuan tersebut menjadi acuan negara dalam berinteraksi dengan aktor lain. Hal tersebut dapat dilihat dari ketiga perspektif berikut:

* Sebagai alat analisis untuk mengkaji, prefensi politik luar negeri suatu negara
* Sebagai kriteria untuk mengevaluasi kebijakan atau tindakan tertentu
* Sebagai justifikasi terhadap kebijakan luar negeri.

Bagi negara Indonesia sendiri, kepentingan nasional merupakan suatu politik Indonesia yang memiliki tujuan-tujuan dari negara. Dalam penelitian ini konsep kepentingan nasional berhubungan sebagai dasar kebijakan dalam upaya meningkat laju ekspor. Bagaimanapun suatu negara tidak dapat terlepas dari sebuah kepentingan nasional sebagai instrumen guna mencapai tujuan nasional yang di perjuangkan, sehingga kepentingan nasional ini menuntun setiap negara ke dalam suatu kepentingan yang berskala besar yaitu kepentingan internasional dalam memperluas pengaruh politik, ekonomi, sosial-budaya dan bidang lainnya.

Penelitian diatas juga memaparkan bahwasannya lembaga yang dibentuk oleh pemerintah Indonesia yaitu (*Indonesia Trade Promotion Center)* merupakan wujud keseriusan negara Indonesia untuk dapat menguasai dan memperluas pasar dalam melakukan kegiatan ekspor produk dalam negeri, sehingga potensi-potensi perusahaan dalam negeri Indonesia dapat tumbuh dan berkembang.

## Reviu 2: “Kebijakan Pemerintah Indonesia Membentuk Indonesia Trade Promotion Center Terhadap Korea Selatan Tahun 2012” (Oktaviani, 2012).

Penelitian ini merupakan sebuah kajian ekonomi politik internasional yang menganalisis mengenai kebijakan pemerintah Indonesia dalam membentuk *Indonesia Trade Promotion Center (ITPC)* di Korea Selatan pada tahun 2012. Dengan menggunakan Teori analisis kebijakan luar negeri, yang digunakan untuk menjelaskan kebijakan pemerintah Indonesia dalam membentuk *Indonesian Trade Promotion Center (ITPC)* di Korea Selatan merupakan salah satu bentuk dari kebijakan luar negeri Indonesia.

Menurut Paul R.Viotti dan Mark V (Viotti & Kauppi, 2012), Bahwasannya dikeluarkannya sebuah kebijakan atau keputusan sebuah negara dipengaruhi oleh beberapa faktor pendorong. Karena dengan adanya kepentingan saja tidak cukup untuk dapat menuntun suatu negara dalam pembuatan suatu keputusan, tetapi hal ini dapat di dukung dengan adanya tujuan spesifik atau objektivitas. Berdasarkan teori kebijakan diatas yang dikemukakan oleh Viotti dan Kaupi maka analisis kebijakan pemerintah Indonesia dalam membentuk *Indonesia Trade Promotion Center (ITPC)* di Korea Selatan pada tahun 2012 disebabkan karena adanya kepentingan dan peluang yang dinilai berpotensi bagi pemerintah Indonesia untuk membaca dan memperluas pasar ekspor di Korea Selatan.

Hasil penelitian ini juga memaparkan alasan pemerintah Indonesia membentuk *Indonesia Trade Promotion Center (ITPC)* di Korea Selatan tahun 2012. Hal tersebut karena ekspor produk Indonesia mengalami defisit ke Korea Selatan sehingga, menjadi sebuah upaya pemerintah Indonesia guna menembus pasar ekspor ke Korea Selatan. Pendirian *Indonesia Trade Promotion Center (ITPC)* Korea Selatan berada di Seoul dan Busan. Saat ini nilai impor Korea Selatan terhadap produk dalam negeri Indonesia lebih tinggi, dibandingkan dengan nilai ekpor dari Korea Selatan ke Indonesia, yang dimana sejak tahun 2004 hingga 2008 terus mengalami peningkatan akibat dari pembentukan ITPC.

Akan tetapi pada tahun 2009 nilai impor mengalami defisit sebesar 18.2% dikarenakan krisis ekonomi yang saat itu sedang melanda Korea Selatan. Meskipun demikian tahun 2010 telah terjadi peningkatan bagi pendapatan ekspor Indonesia, yakni sebesar *USSD* 13.986 dengan peningkatan mencapai lebih dari 50%. Oleh karena itu, peluang investasi pasar yang didapatkan oleh Indonesia dari

kebijakan pemerintah Indonesia membentuk *Indonesia Trade Promotion Center (ITPC)* terhadap Korea Selatan pada tahun 2012 adalah sebuah peluang ekspor sepatu fashion dari Indonesia ke Korea Selatan dan peluang ekspor lampu LED hemat energi. Hal ini dikarenakan sepatu dan lampu energi merupakan jenis produk yang memiliki jumlah permintaannya sangat besar di Korea Selatan.

***Reviu 3: “Dampak Keberadaan Perwakilan Perdagangan Luar Negeri Terhadap Kinerja Ekspor Non Migas Indonesia”*** (Saputri, “Dampak Keberadaan Perwakilan Perdagangan Luar Negeri Terhadap Kinerja Ekspor Non Migas Indonesia”, 2016).

Dalam penelitian ini menganalisa tentang dampak adanya pembentukan Atase Perdagangan (Atdag) dan *Indonesia Trade Promotion Center (ITPC)* terhadap kinerja ekspor non migas Indonesia yang ditempatkan di negara-negara yang memiliki nilai-nilai strategis untuk mencapai kepentingan nasional.

Hasil penelitian ini memaparkan bahwa keberadaan perwakilan perdagangan luar negeri baik Atase perdagangan (Atdag) dan *Indonesia Trade Promotion Center (ITPC)* memberikan peran yang cukup penting bagi peningkatan kinerja ekspor Indonesia. Nilai ekspor dan pangsa ekspor non migas Indonesia di negara mitra dagang yang terdapat Atdag dan ITPC lebih tinggi dibandingkan dengan negara mitra yang belum terdapat Atdag dan ITPC. Di samping itu, hasil empiris menunjukkan bahwa besaran anggaran (budget) yang diterima oleh Atdag dan ITPC di luar negeri, terbukti dapat menjadi salah satu fakto yang memengaruhi kinerja para lembaga perwakilan perdagangan Indonesia secara signiftikan dalam upaya meningkatkan laju ekspor Indonesia.

Dengan demikian, penelitian ini memaparkan akan pentingnya sebuah peranan lembaga perwakilan perdagangan Indonesia di luar negeri baik Atase Perdagangan (Atdag) maupun *Indonesia Trade Promotion Center (ITPC),* maka penguatan dan pengembangan lembaga tersebut harus terus dioptimalkan salah satunya dengan melalui peningkatan anggaran operasional lembaga, mengingat anggaran yang diterima oleh perwakilan perdagangan juga memiliki pengaruh cukup besar terhadap peningkatan dan pelakasanaan kinerja ekspor Indonesia.

## Reviu 4: “Kerjasama Indonesia Dan Jepang Melalui Indonesia-Japan Economic Partnership Agreement (Ijepa) Dalam Bidang Ekspor Kopi (2015- 2017)” (Buael, 2018).

Dalam penelitian ini membahas mengenai kerjasama Indonesia dan Jepang khususnya dalam bidang ekspor produk kopi Indonesia, fokus penelitian ini terdapat pada bagaimana proses kerjasama dalam bidang ekspor kopi, kendala apa saja yang di hadapi oleh pemerintah Indonesia dalam proses ekspor kopi ke Jepang.

Selanjutnya penelitian ini memaparkan tentang kendala ekspor kopi Indonesia ke Jepang. kendala yang dialami pemerintah Indonesia selama proses ekspor kopi ke Jepang melalui kerangka *IJEPA* sebagai berikut:

* Hambatan non-tarif, beberapa produk komoditas kopi Indonesia masih mengalami beberapa hambatan non-tarif dalam proses ekspor.
* Meningkatnya demand dalam Negeri, semakin besarnya demand lokal di Indonesia terhadap komoditi kopi.
* Reputasi pesaing, Brazil sebagai pemegang 34% market share untuk komoditi kopi di Jepang sangat sulit untuk ditandingi oleh Negara lain.
* Skala impor dalam ketentuan biaya, untuk menekan biaya, impor green beans perlu dilakukan dalam volume besar, karena biaya karantina dan sebagainya yang tidak murah.
* Harga, produk roasted beans dari Indonesia masih dikenakan tarif bea masuk sebesar 10%. Sementara itu produk yang mengandung gula dikenakan tarif bea masuk sebesar 15%.

Kopi sendiri saat ini merupakan salah satu komoditas unggulan milik Indonesia yang di ekspor ke Jepang, pemerintah Indonesia akan mengupayakan optimalisasi pasar ekspor bagi produk kopi khas Indonesia ke mancanegara dengan memfasilitasi para eksportir kopi di seluruh Nusantara. Khususnya dalam ekspor kopi ke Jepang, dimana permintaan ekspor kopi ke Jepang sangat tinggi dan didasari oleh kerjasama *IJEPA* yang menghasilkan penurunan tarif bea masuk, yang menguntungkan bagi Indonesia dan Jepang. Dengan adanya penurunan tarif bea masuk ini, akses ekspor ke Jepang menjadi sangat mudah untuk mendapatkan keuntungan.

Dengan melihat fenomena secara umum dan mempertimbangkan upaya yang dilakukan pemerintah Indonesia dalam ekspor kopi ke Jepang maka dapat di rekomendasikan bagi dunia usaha Indonesia untuk dapat meningkatkan pangsa pasar untuk komoditi kopi di Jepang. Dalam potensi pasar komoditi kopi di Jepang, dari perbandingan nilai ekspor dan impor di Jepang, dapat terlihat bahwa ada perbedaan yang sangat besar yang menunjukkan bahwa Jepang memiliki potensi pasar impor yang sangat besar.

## Reviu 5: “Analisis Daya Saing Ekspor Kopi Indonesia Di Pasar Dunia”

(Purnamasari, Hanafi, & Huang, 2014)***.***

Dalam penelitian ini memaparkan bahwasanya secara garis besar, Indonesia termasuk dalam negara produsen kopi terbesar di dunia, namun belum memiliki keunggulan kompetitif jika dibandingkan dengan negara-negara lainnya.

Penyebab utama rendahnya nilai ekspor yang diterima Indonesia tidak terlepas dari rendahnya kualitas kopi itu sendiri. Hal ini dapat disebabkan oleh sebagian besar kopi yang di ekspor Indonesia berupa bahan mentah yang belum diproses dan penanganan pasca panen yang cenderung kurang tepat, serta masih menggunakan alat tradisional dalam pengolahannya. Selain itu, pada sisi produksi sendiri, luas area budidaya kopi Indonesia merupakan salah satu yang terbesar setelah Brazil, namun produktifitas nya masih lebih rendah jika dibandingkan Kolombia dan Vietnam. Dalam segi pasar kopi internasional, menilai bahwa negara Jepang merupakan salah satu pasar potensial produk kopi bagi Indonesia.

Dalam penelitian tersebut menghasilkan sebuah solusi bahwa, pemerintah negara Indonesia seharusnya melakukan peninjauan pada peningkatan kualitas dan produktifitas kopi yang ada. Hal ini dikarenakan sebenarnya Indonesia memiliki lahan yang cukup luas, namun produktifitasnya masih jauh lebih rendah dibandingkan Kolombia dan Vietnam. Dalam segi kualitas, kopi yang bermutu rendah akan menjadi lebih baik jika proses penanganan pasca panennya lebih tepat dan baik. Selain itu, untuk meningkatkan nilai ekspor kopi Indonesia sebaiknya dilakukan pengembangan dalam pemprosesan lebih lanjut sehingga kita memiliki nilai tambah daripada hanya mengekspor kopi sebahai bahan baku saja.

# Kerangka Teoritis

Tinjauan pustaka memuat teori-teori yang digunakan untuk membantu penulis dalam menganalisa masalah penelitian untuk mempermudah proses penelitian, tentu diperlukan adanya landasan berpijak guna memperkuat analisa. Maka dari itu, dalam melakukan pengamatan dan analisa masalah yang diangkat, diperlukan landasan teori ataupun kerangka konseptual yang relevan. Dalam menganalisa permasalahan yang diangkat pada penelitian ini, penulis memiliki konsep dasar bagaimana sebuah aktor lembaga promosi negara berperan penting dalam melakukan kegiatan promosi untuk meningkatkan nilai ekspor kopi dalam kegiatan perdagangan internasional. Maka dari itu, dalam penelitian ini penulis menggunakan teori hubungan internasional, teori ekonomi politik internasional, teori perdangangan internasional, teori rezim internasional, konsep peranan, dan faktor-faktor suatu negara membentuk lembaga promosi ekspor.

Dalam menganalisis setiap permasalahan ataupun fenomena yang terjadi dengan melibatkan aktor, aktivitas, dan perangkat dalam hubungan internasional, diperlukan pengertian dari hubungan internasional itu sendiri. Teori Hubungan internasional merupakan disiplin ilmu yang mencakup suatu hubungan atau interaksi, baik dalam hubungan antar negara dengan pemerintah maupun antar organisasi dan hubungan antar individu sebagai salah satu bagian dari masyarakat internasional. Menurut Rosenau (1976), terdapat lima aktor-aktor penting dalam kajian studi hubungan internasional yaitu:

* + - Individu-individu tertentu
    - Kelompok-kelompok dan organisasi swasta
    - Negara
    - Organisasi Internasional
    - Seluruh wilayah geografis dan pengelompokkan-pengelompokkan politik utama dunia, seperti dunia ketiga

Dengam demikian, Hubungan Internasional merupakan hubungan antara suatu negara dengan negara lain yang melewati batas yuridiksi dengan tujuan untuk melakukan kerjasama dalam mencapai kepentingan nasional nya, meliputi berbagai bidang seperti politik, ekonomi, pertahanan, keamanan, sosial dan budaya dengan saling memengaruhi perilaku dan kebijakan suatu negara dengan negara lainnya.

Menurut K.J Holsti (Holsti, 1988), istilah hubungan internasional senantiasa berkaitan dengan segala bentuk interaksi yang terjadi diantara masyarakat internasional, baik itu yang dilakukan oleh pemerintah maupun oleh negara-negara. Oleh sebab itu kajian dalam studi hubungan internasional meliputi segala hubungan diantara berbagai negara di dunia dan meliputi kajian lembaga- lembaga internasional seperti misalnya, *International Red Cross (IRC)*.

Theodore A. Columbis dan James H. Wolfe (Coulombis & Wolfe, 1986) berpendapat, bahwasannya hubungan internasional mencakup masalah-masalah perang, konferensi-konferensi internasional, diplomasi, spionase, perdagangan internasional, bantuan luar negeri, integrasi regionalisme, yang semuanya ini merupakan beberapa aspek yang tercakup di dalam kajian hubungan internasional.

Dewasa ini hubungan internasional merupakan cabang atau disiplin ilmu pengetahuan yang paling muda dan sedang berkembang. Hubungan internasional

merupakan bentuk interaksi antara aktor atau anggota masyarakat yang satu dengan aktor atau anggota masyarakat lainnya. Terjadinya hubungan internasional merupakan sebuah keharusan sebagai akibat adanya saling ketergantungan dan bertambah kompleksnya kehidupan manusia dalam masyarakat internasional. Sehingga interdepedensi tidak memungkinkan adanya suatu negara yang menutup diri terhadap dunia luar (Perwita & Yani, 2005). Tujuan dasar dari hubungan internasional adalah mempelajari perilaku internasional yaitu perilaku para aktor negara maupun non negara, didalam sistem internasional yang anarki. Perilaku ini dapat berbentuk sebuah kerjasama, konflik, serta interaksi dalam hubungan internasional (Perwita & Yani, 2005).

Berkaitan penelitian yang dilakukan oleh penulis sendiri lembaga *Indonesia Trade Promotion Center (ITPC)* merupakan salah satu aktor politik internasional yang memiliki kegiatan melewati batas yuridiksi dalam melakukan kerjasama dan kegiatan promosi ekspor di negara Jepang. Lembaga *ITPC* tersebut, dapat memengaruhi negara lain yakni negara yang ditempatinya guna memelihara dan mencapai kepentingan nasional negara Indonesia.

Dalam penelitian ini pun menggunakan teori ekonomi politik internasional dalam menganalisis hubungan antara negara dan pasar karena keduanya memiliki keterkaitan dan saling memengaruhi sau sama lain. Ekonomi politik internasional (EPI) merupakan interaksi antara faktor-faktor politik dan faktor-faktor ekonomi pada tingkat internasional yang memengaruhi terhadap pola hubungan antar negara di dunia. Dengan semakin kompleksnya dinamika isu-isu yang terjadi dalam hubungan antar bangsa, ekonomi politik internasional muncul sebagai

upaya untuk memperkaya pendekatan dan perspektif dalam kajian studi hubungan internasional.

Fokus bahasan Ekonomi Politik Internasional terletak pada adanya interkasi pasar dan aktor-aktor politik di dalamnya. Dalam level internasional, negara dan pasar adalah inti dari ekonomi politik internasional (Jackson & Sorensen, 2005). Studi ekonomi saja tidak cukup dalam menjelaskan isu-isu vital di dalam distribusi kekayaan dan aktivitas ekonomi internasional, hingga dampak dari eonomi dunia terhadap kepentingan nasional suatu negara, serta keefektifan rezim-rezim internasional. Maka hal tersebut perlu dilihat dari batas-batas politik suatu negara, yang nantinya akan dapat menggambarkan kebijakan eknomi suatu terhadap negara lainnya.

Menurut (Ravenhill, 2008), studi ekonomi politik internasional muncul sekitar tahun 1970-an akibat adanya perubahan dinamika interaksi negara saat itu merupakan masa-masa dimana konflik dan perang antar negara sering terjadi dan mengakibatkan terjadinya krisis ekonomi yang tidak hanya dialami oleh suatu negara saja tetapi dialami oleh berbagai negara lain. Hal ini menyebabkan munculnya persepsi bahwa isu-isu pereonomian tidak dapat dilepaskan dari isu- isu politik antar negara. Pendapat Ravenhill didukung oleh Cohen (Cohen, 2008), yang menyatakan bahwa perekonomian internasional tidak dapat berjalan sepenuhnya terlepas dari adanya kepentingan-kepentingan politik di dalamnya. Begitu pula sebaliknya, keputusan politik internasional juga didasari dari pertimbangan-pertimbangan ekonomi yang sesuai dengan kepentingan aktor yang bersangkutan.

Menurut Giplin (Giplin, 2001), studi ekonomi politik internasional memiliki cakupan yang lebih luas karena tidak membahas mengenai bagaimana cara menambah kekayaannya, namun juga membahas interaksi-interaksi yang dilakukan antara aktor-aktor politik internasional. Selain itu Giplin menjelaskan bahwa studi ekonomi politik internasional juga membahas metode-metode untuk memperoleh kepentingan nasional suatu negara, relasi interdepedensi antar neagra serta rezim-rezim internasional.

Ekonomi politik internasional sendiri memiliki setidaknya 3 teori yang umumnya dianggap sebagai *grand theories* dalam studi ekonomi politik internasional menurut Giplin (Giplin, 1987).

Teori pertama adalah Liberalisme yang memiliki asumsi dasar bahwa pasar merupakan entitas tersendiri yang tidak dapat diintervensi oleh pemerintah atau politik. Menurut Giplin (Giplin, 1987), pasar yang yang baik dan dapat berkembang adalah pasar yang tidak memiliki nilai-nilai intervensi dari negara. Tanpa adanya intervensi dari negara, maka kerjasama dan interaksi ekonomi dapat berjalan tanpa hambatan, mengingat baik kerjasama maupun transaksi ekonomi hanya akan terlakasana apabila kedua belah pihak mendapatkan keuntungan dari interaksi tersebut. Hal ini didasari oleh asumsi kaum liberalis bahwa individu manusia beserta entitas ekonomi ciptaannya seperti perusahaan dan investor merupakan entitas yang rasional. Maka dari itu, segala tindakan entitas ekonomi merupakan tindakan yang baik guna mendapatkan keuntungan secara maksimal melalui cara-cara yang dianggap efisien.

Teori kedua adalah Merkantilisme yang menitikberatkan pada negara sebagai aktor dominan dalam ekonomi politik internasional. Menurut Giplin (Giplin, 1987), merkantilisme menganggap bahwa negara merupakan aktor utama yang akan selalu berusaha untuk mencapai kepentingan nasionalnya termasuk dengan cara ekonomi. Maka dari itu, ciri khas yang ditonjolkan oleh teori merkantilisme adalah adanya konflik antar negara untuk mendapatkan keuntungan sebanyak-banyaknya di dalam pasar global yang juga memiliki tendensi yang sama. (Giplin, 1987), kemudian membagi merkantilisme ke dalam dua bentuk, yaitu *malevolent mercantilism* dan *benign mercantilism*. *Malevolent mercantilism* memiliki ciri khas yaitu adanya tendensi untuk menguasai tatanan dunia sehingga memiliki orientasi ke luar, sementara *benign mercantilism* memiliki orientasi ke dalam karena lebih menitikberatkan pada terpenuhinya kepentingan nasionalnya itu sendiri.

Teori ketiga adalah Marxisme yang menganggap bahwa terdapat segregasi kelas antara kaum borjuis dan proletar dalam kepentingan ekonomi politik internasional dan kebijakan politik mengikuti kepentingan ekonomi (Giplin, 1987). Dalam konteks ekonomi politik internasional, sistem kapitalisme sangat menguntungkan para kaum kelas borjuis dengan tetap dipertahankan melalui lobi-lobi politik dan serta kelas proletar akan terus berupaya dalam melakukan perlawanan untuk mengganti sistem kapitalis yang terus berlangsung.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan teori Perdagangan Internasional untuk menjelaskan kegiatan perdagangan antara Indonesia dan Jepang, yang merupakan bagian dari kegiatan ekonomi politik internasional yang dilakukan oleh Indonesia melalui lembaga *Indonesia Trade Promotion Center*

(ITPC) untuk memelihara dan mencapai kepentingan nasional Indonesia. Yang dimana perdagangan internasional merupakan perdagangan yang dilakukan oleh penduduk suatu negara dengan penduduk negara lain atas dasar kesepakatan bersama antara negara-negara maju dan berkembang. Penduduk yang dimaksud dapat berupa antar perorangan (individu-individu), antara individu dengan pemerintah suatu negara dan pemerintah suatu negara dengan pemerintah negara lain. Di berbagai negara, pedagangan internasional menjadi salah satu faktor utama untuk meningkatkan GDP. Menurut Salvatore dan Krugman (Salvatore & Krugman, 2006), ada beberapa faktor yang mendorong semua negara di dunia melakukan perdagangan luar negeri. Faktor-faktor pendorong tersebut terdiri atas hal-hal berikut yaitu perbedaan sumber daya alam yang dimiliki oleh suatu negara, kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi, penghematan biaya produksi dan perbedaan selera.

Sehingga dengan adanya perdagangan Internasional dapat mendorong industrialisasi, *transfer of technology and knowleges*, globalisasi, dan melahirkan perusahaan-perusahan multinasional. Kegiatan perdagangan internasional yang dilakukan oleh antar negara sendiri berupa ekspor dan impor. Dengan melakukan perdagangan internasional melalui kegiatan ekspor dan impor, maka suatu negara memperoleh bahan-bahan baku yang dibutuhkan oleh industri dalam negerinya dan sekaligus negara tersebut dapat menjual hasil-hasil produksi dalam negeri nya kepada negara lain untuk mendapatkan pendapatan nasional atau devisa negara.

Teori perdagangan internasional pada prinsipnya dapat dibagi menjadi dua bagian aliran, aliran yang pertama merupakan aliran klasik yang dikemukakan oleh Adam Smith dan David Ricardo. Lalu aliran yang kedua merupakan aliran

neo-klasik yang merupkan pembaruan daripada aliran yang pertama oleh Adam Smith dan David Ricardo. Tokoh-tokoh neo-klasik yaitu Samuelson dan Paul Krugman. Tokoh aliran liberal menyatakan gagasannya mengenai keunggulan absolut *(absolut advantage),* yang dimana kunci dari kekuatan dan kekayaan suatu negara adalah pertumbuhan ekonomi dan saran untuk terciptanya pertumbuhan ekonomi itu adalah perdagangan internasional. Menurut pandangan beliau, dalam perdagangan internasional harus diciptakan sebuah pembagian kerja *(division of labor)* atau spesialisasi, yang dimana setiap negara membangun dan menciptakan produksinya sesuai dengan kemampuannya masing-masing (Giplin, 1987).

Dengan pembagian kerja atau spesialisasi ini dimaksudakan agar negara- negara yang menghasilkan sejumlah produk berpeluang mencapai pertumbuhan ekonomi dan pendapatan nasional yang lebih tinggi daripada negara-negara lain yang memiliki sedikit produk. Ininlah yang dimaksudkan dengan keunggulan absolut. Doktrin lain dari teori ini juga menyatakan bahwa perdagangan internasional harus berdasarkan persaingan bebas *(fair competition)* atau pasar bebas *(free market)*. Dalam pengertian ini, arus barang dari suatu negara ke negara lain harus bebas dari hambatan-hambatan politik *(political barriers)*, sehingga pergerakan barang lintas negara berlangsung bebas dan alamiah bedasarkan hukum pasar.

Teori ini menegaskan bahwasannya pembatasan arus barang dari suatu negara ke negara lain akan menyebabkan terjadinya penurunan pertumbuhan ekonomi yang menggerogoti seluruh kegiatan negara. langkah-langkah seperti: proteksi, dumping dan lain-lain dianggap sebagai hal buruk yang harus dihindari. Interasiksi campur tangan negara yang terlalu besar terhadap bidang perdagangan

internasional akan mendistorsi pasar dan bisa jadi menyebabkan terjadinya kekacauan ekonomi.

Tokoh lain yang mengemukakan aspek keunggulan komparatif adalah David Ricardo. Dalam pandangan beliau, perdagangan internasional yang seimbang dan berkeadilan akan terwujud jika masing-masing negara menekankan pada dimensi keunggulan komparatif. Hal ini bermakna bahwa negara-negara yang menghasilkan produk tertentu dengan biaya relatif rendah akan memiliki keunggulan atas produk tersebut dalam perdagangan internasional. Melalui cara ini akan terjadi efisiensi dimana setiap negara akan berpartisipasi dalam aktifitas perdagangan intenasional sesuai dengan kemampuan terbaiknya dalam produk- produk tertentu. Selanjutnya David Ricardo menyatakan bahwa, negara-negara menspesialisasikan terhadap produk tertentu terutama karena pertimbangan biaya komparatifnya paling rendah, bukan karena keunggulan absolut atas negara lain (Brown, Understanding International Relations, 2001).

Oleh karena itu, meskipun suatu negara memiliki keunggulan absolut atas suatu produk, bisa saja tidak menjadi eksportir produk tersebut, sejauh biaya komparatifnya lebih mahal daripada bila diproduksi negara lain. Hal ini bisa saja berasal dari faktor produksi tertentu misalnya; negara mencapai tahap efisiensi yang lebih, ketimbang yang lain. Secara ringkas David Ricardo menyatakan bahwa aktifitas perdagangan bebas akan memabwa keuntungan bagi semua partisipan, sebab perdagangan internasional ini akan menjadikan terjadinya spesialisasi dan spesialisasi akan meningkatkan efisiensi dan secara otomatis juga meningkatkan produktifitas (Jackson & Sorensen, 2005).

Pandagan yang dikemukakan oleh David Ricardo tersebut direvisi oleh Eli

F. Heckscher dan Bertil Ohlin. Melalui teori-teorinya, Heckscher berpendapat bahwa, perdagangan internasional telah mengubah faktor harga seperti tanah, tenaga kerja, dan modal, dan karenanya mendistribusikan pendapatan dalam suatu negara. faktor harga ini menyebabkan perubahan-perubahan fundamental yang memunculkan pergeseran-pergeseran yang berpengaruh pada produksi suatu negara (Frieden & Lake, 1991, hal. 73). Hal tersebut pada gilirannya akan mencetuskan terjadinya ketimpangan kekayaan diantara negara-negara. sementara itu menurut Ohlin, negara-negara teretntu tidak didukung secara tidak sebanding oleh faktor-faktor tertentu sehingga memungkinkan mereka dapat memproduksi komoditas yang paling menguntungkan. Karena itu, tidak mungkin setiap negara bisa memproduksi suatu abrang yang sama, karena nilai efisiensi yang akan didapatkan berbeda. Dalam hal ini Ohlin menyatakan bahwa, spesialisasi produksi yang dilakukan suatu negara pada tigkatan tertentu akan memberikan nilai maksimum sesuai dengan kemampuannya dibandingkan dengan negara lain.

Pada prinsipnya, Heckscher dan Ohlin (H-O) menyatakan bahwa perbedaan relatif faktor-faktor pemberian alam *(endowments factor)* dan harga faktor produksi antarnegara sebagai determinan perdagangan yang paling penting (dengan asumsi bahwa teknologi dan citarasa negara sama). Teori H-O berpendapat bahwa setiap negara akan melakukan ekspor komomditas yang secara relatif memliki faktor produksi yang berlimpah dan murah serta melakukan impor komoditi yang faktor produksinya relatif langka dan mahal. Teori H-O menganggap bahwa perdagangan akan menghapuskan atau mengurangi perbedaan harga absolut dan harga relatif faktor produksi sebeulm perdagangan antar negara.

Lembaga *Indonesia Trade Promotion Center (ITPC*) termasuk kedalam sebuah rezim internasional. Karena menurut Stephen D. Krasner, rezim internasional merupakan suatu tatanan yang berisi kumpulan prinsip-prinsip, norma, aturan proses pembuatan keputusan baik bersifat eksplisit maupun implisit yang berkaitan dengan ekspektasi atau pengharapan aktor-aktor dan memuat kepentingan aktor itu sendiri dalam hubungan internasional (Krasner, 1983). Selain itu Kresner juga menyatakan bahwa rezim tidak hanya memiliki implikasi terhadap norma-norma yang memfasilitasi teriptanya kerjasama semata, melainkan suatu bentuk kerjasama yang juga lebih dari sekedar kepentingan internal dalam jangka pendek. Peran rezim internasional sangat penting dalam percaturan politik internasional guna menciptakan kerjasama diantara negara- negara internasional.

Rezim Internasional mulai berkembang semenjak pada masa *World War II*, dimana terjadinya sebuah pertemuan Bretton-Woods yang digelar pada pertengahan tahun 1944, yang merupakan cikal bakal terbentuknya sebuah rezim internasional, khususnya dibidang ekonomi. Hingga saat ini rezim internasional sudah berkembang pesat dan meliputi hampir seluruh aspek dalam kajian hubungan internasional yang membutuhkan koordinasi antar negara atau *state*, mulai dari isu pertahanan (misalnya pembatasan pengembangan senjata atau pertahanan kolektif), perdagangan, keuangan dan investasi, informasi dan komunikasi, hak asasi manusia, dan lingkungan; merupakan contoh dari sekian banyak urusan dalam rezim internasional.

Oran R. Young (Young, 1982) berpendapat bahwa rezim internasional merupkan sebuah seperangkat aturan, prosedur pembuatan keputusan, dan atau

program yang membutuhkan praktek sosial, menetapkan peranan bagi partisipan dalam praktek tersebut dan kemudian mengelola interaksi-interaksi mereka. Jadi menurut Young bahwasannya tidak ada yang dapat membuat sebuah negara dapat bertahan selama waktu tertentu jika tidak didukung oleh keberadaan sebuah rezim. Artinya rezim mutlak diperlukan bagi negara-negara sebagai wadah lalu lintas komunikasi negara-negara dalam menyelesaikan masalahnya bersama.

Selanjutnya menurut Robert O Keohane, bahwasannnya Rezim internasional dapat dipandang sebagai bentuk kerjasama antara negara negara di dunia (Keohane R. O., 1998). Rezim merupakan instrumen kerjasama yang dipergunakan oleh negara negara untuk mendapatkan tujuannya masing-masing. Keohane menambahkan bahwasannya tidak semua rezim dapat dikatakan sebagai bentuk kerjasama antara negara negara di dunia, melainkan kerjasama dapat terjadi tanpa harus dilandasi oleh rezim internasional.

Rezim internasional hadir sebagai wadah yang menaungi para negara dan berjalan bersama melewati konstelasi politik internasional yang tidak menentu dan sampai kepada tempat tujuan yang disebut sebagai pemecahan masalah bersama yang dialami oleh negara negara yang terlibat dalam rezim internasional. Rezim internasional dapat berdiri tanpa adanya organisasi internasional, namun juga dapat berdiri bersamaaan dengan organisasi internasional. Rezim internasional berfungsi sebagai norma yang mengatur segala jenis interaksi negara yang terlibat sesuai dengan kesepakatan sebelumnya. Rezim melihat pada perilaku negara yang memengaruhi norma serta aturan yang dianut yang pada akhirnya menciptakan suatu perilaku negara. Perilaku ini dapat menghasilkan kerjasama dan melalui institusi lah rezim bisa berjalan.

Namun disisi lain negara tidak harus membentuk rezim atau hubungan yang terinsitusional untuk melakukan kerjasama, oleh karena itu tidak semua rezim dapat digolongkan sebagai bentuk kerjasama antara negara di dunia. Ada sebuah perbedaan antara rezim internasional dan organisasi internasional, bahwasannya tidak semua rezim internasional merupakan sebuah organisasi internasional sedangkan semua organisasi internasional sudah pasti terdapat sebuah rezim internasional yang mengatur negara-negara anggota yang terlibat dalam sebuah organisasi internasional tersebut. Setiap langkah dan kebijakan yang diambil oleh setiap pemerintahan suatu negara mencerminkan sebuah perilaku untuk memengaruhi negara lain dan negara lain pun akan terpengaruhi akan hal tersebut. Dengan menjadikan kerjasama antara negara dapat terjadi karena asas saling butuh atau kepentingan yang sama.

Untuk dapat menganalisa lebih dalam terkait peran sebuah lembaga *Indonesia Trade Promotion Center* (ITPC), maka penulis menggunakan konsep peranan sebagai pembanding. Peranan merupakan seperangkat perilaku yang diharapkan dari seseorang atau dari struktur yang menduduki suatu posisi dalam sistem. Peranan dari struktur tunggal, maupun bersusun, ditentukan oleh harapan orang lain atau perilaku peran itu sendiri, juga ditentukan oleh pemegang peran terhadap tuntutan dan situasi yang mendorong dijalankannya peran tadi. Peranan merupakan aspek dinamis kedudukan. Apabila seseorang melaksanakan hak dan kewajibannya sesuai dengan kedudukannya, maka ia telah menjalankan suatu peranan (Soekanto, 2012).

Teori peranan menegaskan bahwa, perilaku politik adalah perilaku dalam menjalankan peranan politik. Teori ini berasumsi bahwa sebagian besar perilaku

politik adalah akibat dari tuntutan atau harapan terhadap peran yang kebetulan dipegang aktor politik. Seseorang yang menduduki posisi tertentu diharapkan atau diduga akan berperilaku tertentu pula. Harapan atau dugaan itulah yang membentuk peranan (Mas'oed, 1990).

Munculnya suatu harapan, bisa ditelaah dari dua sumber. Pertama, harapan yang dimiliki orang lain terhadap aktor politik; kedua, harapan juga bisa muncul dari cara si pemegang peran menafsirkan peranan yang dipegangnya, yaitu harapannya sendiri tentang apa yang harus dan yang tidak boleh dilakukan. Sedangkan kegunaan teori peranan ini, sebagai alat analisis, yang paling penting adalah untuk menjelaskan dan meramalkan perilaku politik (Mas'oed, 1990).

Selanjutnya dalam penelitian ini, penulis menambahkan faktor-faktor suatu negara berkembang membentuk dan mengimplementasikan sebuah lembaga promosi ekspor dagang guna meningkatkan pendapatan devisa negara dalam mencapai kepentingan nasionalnya. Menurut Rachbini, terdapat beberapa alasan pokok mengapa cukup banyak negara yang sedang berkembang mengimplementasikan kebijakan promosi ekspor tersebut (Rachbini, 2004).

Pertama, dengan dibentuknya lembaga promosi ekspor dagang untuk memperkuat posisi atau kedudukan suatu negara di sistem internasional. Negara yang memiliki ekonomi yang baik dapat meningkatkan ketahanannya dengan melakukan ekspor sebanyak mungkin agar kebutuhan impor di negara tersebut dapat terpenuhi. Dengan begitu negara eksportir akan mendapatkan pertumbuhan devisa negara yang akan memperkuat keuangan negaranya. Selain itu negara yang

memiliki devisa negara yang besar dapat meredam dampak gejolak ekonomi internasional dan keuangan internasional dalam percaturan sistem internasional.

Kedua, dengan dibentuknya lembaga promosi ekspor dagang untuk memacu peningkatan pertumbuhan laju industri dalam negeri untuk tujuan ekspor ke negara lain. Syarat utama suatu negara dapat melakukan penetrasi pasar internasional adalah efisiensi dan mampu bersaing dari segi kualitas dan harga. Strategi promosi ekspor mendorong insdutri dalam negeri ke dalam persaingan pasar internasional, sehingga industri dalam negeri yang dipilih bersifat kompetitif dan memiliki keunggulan komparatif yang jelas. Selain itu, peran pemerintah negara juga diperlukan seperti dalam mencari peluang pasar yang luas di berbagai negara, lal meningkatkan efisiensi biaya transaksi dengan efisiensi pelayanan, perbaikan perijinan.

Ketiga, dengan dibentuknya lembaga promosi ekspor dagang untuk meningkatkan dinamika ekspor dari komoditas tradisional suatu negara yang telah dikembangkan oleh negara bersangkutan. Dalam hal ini suatu negara dapat mengembangkan kemampuan dalam mengolah suatu bahan mentah menjadi bahan jadi dengan memanfaatkan kemajuan teknologi dan pengolahan komoditas tradisional tersebut melalui proses pewarisan dari generasi ke generasi dalam masa yang cukup panjang untuk menjaga kemurnian khas komoditas suatu negara.

Keempat, dengan dibentuknya lembaga promosi ekspor dagang untuk meningkatkan intensitasi produsen selaku pelaku eksportir negara tersebut. Karena kegiatan ekspor banyak memebrikan dampak yang positif, diantaranya

yaitu peningkatan pendapatan dari produsen komoditas tersebut dan mendorong pertumbuhan produksi bahan baku, terutama kegiatan ekspor dari komoditas berbasis sumber daya lokal. Pasar internasional menciptakan pertumbuhan produksi dalam negeri dan meningkatkan pendapatan pelaku-pelakunya.

Kelima, dengan dibentuknya lembaga promosi ekspor dagang untuk mempertinggi tingkat kepastian usaha bagi produsen dan eksportir melalui pencarian pasar yang tidak terbatas di luar negeri. Jika peluang pasar di berbagai negara bervariasi, maka resesi di suatu negara tidak mengancam produsen atau eksportir karena banyak alternatif pasar yang lebih luas.

Keenam, dengan dibentuknya lembaga promosi ekspor dagang untuk mempertinggi tingkat penyerapan tenaga kerja lewat berbagai kegiatan ekonomi yang ditujukan untuk kespor. Komoditas ekspor tradisional maupun komoditas industri yang ditujukan untuk ekspor biasanya merupakan industri yang dapat menyerap tenaga kerja dalam jumlah besar.

Ketujuh, dengan dibentuknya lembaga promosi ekspor dagang untuk melakukan substitusi barang-barang manufaktur. Jika suatu negara berhasil melakasanakan strategi promosi ekspor, maka secara otomatis dapat mensubstitusikan komomditas impor yang dipasarkan di dalam negeri.

Menurut (Rachbini, 2004) terdapat hal pokok yang dapat mengahambat suatu negara yang sedang berkembang untuk dapat menerobos pasar internasional adalah kendala kelembagaan, yang menyebabkan produk yang dihasilkan kurang bisa bersaing di pasar internasional. Kendala kelembagaan ini biasanya diatasi dengan kebijakan ekonomi dalam negeri melalui kebijaksanaan deregulasi dan

debirokratisasi. Agar suatu negara dapat melakukan penetrasi pasar internasional yaitu dengan cara memanfaatkan potensi sumber daya alam dan manusia yang melimpah untuk mencapat tingkat persaingan yang baik dan kompetitif. Pada tahap selanjutnya efisiensi dan daya saing dapat dikejar dengan meningkatkan kualitas sumber daya alam dan sumber daya manusia yang ada dengan secara bersamaan.

# Hipotesis Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah, identifikasi masalah serta rumusan masalah, maka penulis membuat hipotesis penelitian berupa; ***“Apabila Indonesia Trade Promotion Center (ITPC) Osaka menjalankan peran dan langkah strategis sebagai lembaga promosi ekspor komoditi kopi Indonesia melalui penyediaan informasi, memfasilitasi kerjasama, market brief dan market intelligence, maka akan berdampak pada terjadinya sebuah peningkatan dan perkembangan ekspor kopi Indonesia ke negara Jepang”.***

# Operasional Variabel

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Variabel Dalam Hipotesis (Teoritik) | Indikator (Empirik) | Verifikasi (Analisis) |
| Variabel Bebas: | 1. Menjalankan | 1. Data dan fakta dalam |
|  | kegiatan | menjalankan kegiatan promosi |
| Apabila *Indonesia* | promosi dalam | dalam penyediaan informasi dan |
| *Trade Promotion* | penyediaan | memfasilitasi kerjasama. |
| *Center (ITPC)* | informasi dan | Sumber: (*ITPC*-Osaka) |
| Osaka menjalankan | memfasilitasi | <http://itpc.or.jp/about/> |
| peran dan langkah | kerjasama. |  |
| strategis sebagai |  |  |
| lembaga promosi | 2. Melaksanakan | 2. Data dan fakta dalam |
| ekspor komoditi | kegiatan *Market* | menjalankan kegiatan *Market* |
| kopi Indonesia | *Brief* dan *Market* | *Brief*. |
| melalui penyediaan | *Intelligent.* | Sumber: (*ITPC*-Osaka) |
| informasi,  memfasilitasi |  | [http://itpc.or.jp/wp-](http://itpc.or.jp/wp-content/uploads/2018/10/2.-MB-Coffee-HS-0901-web.pdf) [content/uploads/2018/10/2.-MB-](http://itpc.or.jp/wp-content/uploads/2018/10/2.-MB-Coffee-HS-0901-web.pdf)  [Coffee-HS-0901-web.pdf](http://itpc.or.jp/wp-content/uploads/2018/10/2.-MB-Coffee-HS-0901-web.pdf) |
| kerjasama, *market* |  |  |
| *brief* dan *market intelligent.* |  | https://docs.google.com/viewern g/viewer?ur[l=http:](http://itpc.or.jp/wp-)//[itpc.or.jp/wp-](http://itpc.or.jp/wp-) content/uploads/2017/01/Market- Intelligence-2015-Kopi-dan- Produk-Kopi.pdf&hl=in |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Variabel Terikat: | 1. Meningkatknya kinerja ekspor kopi Indonesia (HS 0901) ke Jepang pada tahun 2016 – 2020. | Data dan fakta meningkatnya |
|  | kinerja ekspor kopi Indonesia |
| Maka akan | (HS 0901) ke Jepang pada tahun |
| berdampak pada | 2016 – 2020. |
| terjadinya sebuah peningkatan dan perkembangan ekspor kopi  Indonesia ke | Sumber: [https://www.trademap.org/Bilate](https://www.trademap.org/Bilateral_TS.aspx?nvpm=1%7c392%7c%7c360%7c%7c0901%7c%7c%7c4%7c1%7c1%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1%7c1%7c1) [ral\_TS.aspx?nvpm=1%7c392%7](https://www.trademap.org/Bilateral_TS.aspx?nvpm=1%7c392%7c%7c360%7c%7c0901%7c%7c%7c4%7c1%7c1%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1%7c1%7c1) [c%7c360%7c%7c0901%7c%7c](https://www.trademap.org/Bilateral_TS.aspx?nvpm=1%7c392%7c%7c360%7c%7c0901%7c%7c%7c4%7c1%7c1%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1%7c1%7c1)  [%7c4%7c1%7c1%7c1%7c2%7c](https://www.trademap.org/Bilateral_TS.aspx?nvpm=1%7c392%7c%7c360%7c%7c0901%7c%7c%7c4%7c1%7c1%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1%7c1%7c1) [1%7c1%7c1%7c1%7c1](https://www.trademap.org/Bilateral_TS.aspx?nvpm=1%7c392%7c%7c360%7c%7c0901%7c%7c%7c4%7c1%7c1%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1%7c1%7c1) |
| negara Jepang. |  |

* 1. **Skema dan Alur Penelitian**



Berdampak pada terjadinya ekspor kopi khas Indonesia ke Jepang dan terjadinya kenaikan nilai ekspor komoditas kopi ke Jepang.

Importir kopi dari jepang

Eksportir kopi dalam negeri

Peran lembaga *ITPC* dalam kegiatan promosi dagang melalui penyediaan informasi, memfasilitasi kerjasama, *market brief* dan *market intelligent*.