

Diplomasi Kopi Indonesia Dalam Kerja Sama Dengan Pemerintah Mesir Tahun 2019 – 2022

Indonesia Coffee Diplomacy in Cooperation with the Egyptian Government of 2019 - 2022

Delicia Graciella^{a,1}, Muhammad Fikri Amra^{b,2}

^{a,b} Program Studi Hubungan Internasional, Universitas Fajar Makassar, Jl. Prof. Abdurahman Basalamah No.101, Karampuang, Kec. Panakkukang, Kota Makassar, Sulawesi Selatan 90231, Indonesia
delicia14graciella@gmail.com¹, fikri.amra@gmail.com²

ABSTRAK

Aliansi kerja sama yang telah lama terjalin antara Mesir dan Indonesia merupakan bukti sejarah kemitraan yang terjalin antar negara. Kedua negara ini telah berkolaborasi secara luas di berbagai bidang. Sehingga melalui bidang diplomasi, kopi telah muncul sebagai komponen penting dalam kerangka hubungan diplomatik yang lebih luas. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi pemanfaatan strategi diplomasi kopi antara Indonesia dan Mesir, serta manfaat yang diperoleh Indonesia pada tahun 2019 hingga 2022. Dengan menerapkan diplomasi kopi yang selaras dengan prinsip diplomasi publik, nation branding, dan kerja sama bilateral, Kita dapat memastikan bahwa industri kopi memiliki potensi yang sangat besar dan menjadi katalisator dalam menjalin hubungan diplomatik dengan negara lain. Dengan demikian penelitian ini, bertujuan untuk memberikan kontribusi tambahan pada studi kasus yang relevan dalam ilmu hubungan internasional, khususnya mengenai diplomasi kopi yang merupakan gaya baru dalam berdiplomasi dengan menggunakan kopi sebagai instrumen utamanya. Diplomasi merupakan bentuk keterlibatan antara praktik negosiasi dan komunikasi dalam hubungan bilateral antar negara yang bertujuan untuk mencapai tujuan politik luar negeri serta kepentingan nasionalnya dalam hal ini, melalui ekspor komoditas biji kopi. Untuk mengkaji hal tersebut, Peneliti menggunakan metode kualitatif dengan metode kepustakaan dan teknik analisis konten.

Kata Kunci : Diplomasi, Kopi, Nation Branding, Publik

ABSTRACT

Indonesia, as a country rich in natural resources, has great potential in contributing to energy security. However, with the dominance of fossil energy use, Indonesia faces challenges in achieving energy independence and reducing greenhouse gas emissions. In response, the Indonesian government is committed to transitioning to renewable energy through various initiatives, including electric vehicle subsidies. This research uses a qualitative approach to analyze Indonesia's foreign policy on energy transition, with a focus on electric vehicle subsidies. By analyzing relevant literature and official documents, this research aims to provide a comprehensive understanding of Indonesia's efforts in facing energy and environmental challenges, particularly in terms of foreign policy and its potential. The research found that the steps taken by Indonesia demonstrate a strong commitment to reducing dependence on fossil fuels and accelerating the adoption of environmentally-friendly electric vehicles. However, there are environmental and policy challenges that need to be addressed, such as responsible nickel mining management and evaluating the effectiveness of subsidies. With collaboration between the government, private sector, and international partners, Indonesia has the potential to become a leader in the energy transition to electric vehicles in the Southeast Asian region, creating a more sustainable and environmentally friendly future.

Keywords : Electric Vehicle Subsidies; Energy Transition; Indonesian Foreign Policy; International Commitments; Renewable Energy

Disubmit: 20 Mei 2024

Info Artikel :
Direview: 10 Juni 2024

Diterima : 08 Juli 2024

1. PENDAHULUAN

Meski Indonesia dan Mesir dianggap sebagai negara kembar, namun keduanya tidak sama. Beberapa penelitian yang dilakukan para pengamat internasional menemukan kesamaan karakteristik nasional antara Indonesia dan Mesir [1]. Hal ini terlihat dari berbagai aspek, seperti dinamika pola sistem pemerintahan, tipologi kelas dan ideologi sosial, hubungan antara negara dan rakyat, hubungan antara sipil dan militer, dan juga dapat diartikan hampir secara stilistika.

Kerja sama antara Indonesia dan Mesir dinilai paling tua dan bersejarah dibandingkan negara lain [2]. Hal ini dibuktikan dengan berkembangnya hubungan baik dengan Mesir pada masa pra-Indonesia yang diperkuat dengan dukungan Mesir terhadap kemerdekaan Indonesia. Terlebih lagi, hubungan kedua negara semakin berkembang dan ditandai dengan tingginya tingkat keterlibatan dalam kerangka Perjuangan Asia-Afrika dan Gerakan Non-Blok [3], sehingga berdampak pada semakin kuatnya hubungan dengan negara-negara Asia-Afrika. Kerja sama intensif sedang terjalin. Mengembangkan berbagai bidang baru. Kerja sama terus dilakukan hingga saat ini tidak hanya pada tingkat politik tinggi, seperti hubungan diplomatik dan ekonomi, namun juga pada tingkat politik yang lebih rendah, seperti promosi kebudayaan antar bangsa. Tren realitas sosial yang sama inilah yang menjadi alasan kuat untuk menjaga kedekatan emosional kedua negara hingga saat ini. Indonesia dan Mesir telah memiliki hubungan diplomatik yang erat selama bertahun-tahun, dan kedua negara memiliki hubungan bilateral yang luas di berbagai bidang, termasuk perdagangan. Diplomasi kopi dengan demikian menjadi salah satu aspek yang akan diperkuat dalam kerangka hubungan diplomatik kedua negara yang lebih luas.

Sebagai warga negara Indonesia, kita tentu sudah sangat paham bahwa Indonesia memiliki banyak sekali ragam sumber daya alam yang jumlahnya sangat melimpah. Tak mengherankan jika pada zaman dahulu banyak negara lain datang mengunjungi Indonesia untuk mengambil kekayaan alam dari negeri ini. Kondisi alam serta letaknya geografis yang sangat strategis dengan iklim tropisnya, membuat sumber daya alam di Indonesia semakin mudah untuk dibudidayakan oleh masyarakat Indonesia itu sendiri.

Dari antara banyak sekali kekayaan alam yang dihasilkan oleh negeri ini, biji kopi menjadi salah satu bahan sumber daya alam di Indonesia yang memiliki kualitas sangat baik dan tak mudah ditemukan dinegara lain [4]. Kopipun menjadi salah satu komoditas unggulan di Indonesia dan menjadi representasi bahwasanya kopi memiliki peluang pasar yang sangat menguntungkan baik dalam lingkup regional maupun internasional. Terbukti dengan adanya catatan, bahwa kopi yang dibudidayakan dan diekspor dari Indonesia saat ini menempati peringkat keempat terbesar di dunia dengan hasil produksi sebanyak 648.000 ton setelah Brazil, Vietnam, dan Kolombia [5].

Terdapat banyak negara tujuan ekspor kopi Indonesia, namun saya memilih mempelajari diplomasi kopi antara Indonesia dan Mesir karena tidak diragukan lagi terdapat hubungan bilateral antara Indonesia dan Mesir. Selain itu, Mesir dan Indonesia memiliki sejarah yang panjang alam hal produksi kopi. Sebagai salah satu negara penghasil kopi terbesar di dunia, Indonesia terkenal dengan kopi Arabika dan Robusta yang berkualitas tinggi. Di sisi lain, Mesir telah menjadi importir kopi selama bertahun-tahun dan terkenal dengan tradisi minum kopinya yang kaya [6].

Dikenalnya kopi Indonesia di Mesir ini berawal pada abad ke-17 ketika Belanda menguasai koloni di Indonesia termasuk wilayah-wilayah di mana kopi Arabika mulai ditanam seperti Jawa, Sumatera, dan Sulawesi lalu mereka mengembangkan produksi kopi di Indonesia dan memperkenalkannya ke pasar internasional termasuk Mesir, yang merupakan negara yang terkenal dengan budaya minum kopinya sehingga menjadikannya tujuan perdagangan penting di Timur Tengah [7]. Oleh sebab itu, kopi Indonesia pun dikenal karena keanekaragaman varietas dan cita rasanya yang kaya seperti kopi arabika khususnya biji kopi Mandheling dari Sumatera dan kopi Toraja dari Sulawesi yang memiliki

reputasi sangat baik di pasar global negara Mesir [8] dan keunggulan kualitas inilah yang memberikan Indonesia posisi menguntungkan dalam menjual kopi kepada konsumen Mesir yang cerdas dan sadar akan kualitas biji kopi.

Bahkan, banyak kedai kopi di Mesir yang menyajikan kopi dengan menggunakan biji kopi dari Indonesia serta menjual juga biji kopi tersebut. Salah satunya adalah Bahnasawy Coffee, sebuah kedai yang terletak di Distrik Nasr City, Kairo, dan telah memiliki lima cabang di kota tersebut. Kedai ini telah menjadi salah satu tujuan favorit penduduk Kairo untuk berkumpul, terutama karena di Bahnasawy menghadirkan kopi asal Indonesia. Selain minuman, Bahnasawy juga menjual bubuk kopi asli dari Indonesia. Dapat dilihat, bahwa ini menjadi bukti bahwa memang biji kopi dari Indonesia memiliki kualitas yang sangat bagus dan sangat digemari oleh masyarakat Mesir [9].

Kopi juga dapat mempengaruhi faktor emosional yang berkaitan dengan sosial budaya suatu negara dalam pengambilan keputusan dan kebijakan. Dalam hal ini, Indonesia melihat peluang dan memanfaatkan kemampuannya sebagai negara dengan volume produksi dan variasi kopi yang tinggi. Selain itu, kita juga melihat budaya di Indonesia dimana orang Mesir memaknai kopi dengan cara yang istimewa dan orang Mesir sangat menikmati minum kopi. Oleh karena itu, tingginya permintaan ekspor kopi ini memberikan peluang bagi Indonesia sebagai salah satu negara produsen kopi terbesar untuk memasok kopi berkualitas tinggi ke pasar Mesir.

Demikianlah diplomasi kopi hadir sebagai bentuk kebaruan dalam diplomasi internasional. Melalui diplomasi kopi, hubungan antar negara dapat ditingkatkan dan masalah-masalah kompleks dapat diselesaikan dengan pendekatan yang lebih santai dan informal serta dapat menunjukkan potensi besar diplomasi kopi dalam menciptakan iklim yang lebih kondusif bagi kerja sama antar negara, menjembatani perbedaan, dan membangun mutual trust di antara berbagai pihak yang terlibat.

Melalui diplomasi kopi dengan Mesir, Indonesia dapat mencapai tujuan politik luar negeri dan kepentingan nasionalnya dengan mengeksport komoditas biji kopi sebagai alat diplomasi yang mana Indonesia juga dapat memperkenalkan produk unggulan kopinya dalam skala internasional serta dapat meningkatkan perekonomian dan berpotensi menjadi peluang bagi Indonesia dan Mesir menciptakan berbagai kerja sama lainnya yang tak hanya dalam bidang ekspor komoditas biji kopi saja. Selain itu, melalui diplomasi kopi Indonesia dapat terus menjaga hubungan bilateralnya dengan Mesir yang telah terjalin sejak lama.

2. TINJAUAN PUSTAKA

A. Diplomasi Publik

Diplomasi publik merupakan alat penting untuk mewujudkan konsep soft power yang telah dikenal dalam praktik diplomasi jauh sebelum perdebatan modern mengenai diplomasi publik dimulai. Menurut Jan Melissen, pakar penelitian diplomasi public menekankan bahwa diplomasi publik adalah praktik yang menghubungkan pemerintah dan masyarakat melalui komunikasi yang terstruktur serta terarah [10].

Bruce Gregory dalam artikelnya "*Public Diplomacy: The Sunrise of an Academic Field*" mengatakan bahwa diplomasi publik juga merupakan alat politik yang dilaksanakan oleh negara untuk berinteraksi dengan aktor hubungan internasional baik negara maupun non- negara yang bertujuan dalam memahami budaya, perilaku serta mengelola hubungan dengan cara memberikan pengaruh, opini dan tindakan sebagai cara dalam mencapai kepentingan tertentu [11].

Lebih lanjut Mr. J. Wang dalam jurnalnya yang berjudul “Public Diplomacy and Global Business” menyatakan bahwa diplomasi publik mempunyai tiga tujuan utama: (1) untuk meningkatkan tujuan dan promosi kebijakan pemerintah, (2) sebagai bentuk komunikasi nilai dan sikap, dan (3) sebagai sarana meningkatkan saling pengertian dan kepercayaan antara negara dan masyarakat [12].

Philippe Fiske de Gouveia dalam artikelnya menyatakan bahwa dalam penerapannya, diplomasi publik mempunyai beberapa dampak, yaitu: (1) diplomasi publik mempunyai dampak jangka panjang terhadap tujuan politik luar negeri; (2) Diplomasi publik dapat meningkatkan ekspor suatu negara dan luar negeri investasi; biasanya terjadi di negara-negara berkembang; (3) menunjukkan adanya negara yang lebih lemah di tingkat global; (4) (5) Tatanan dunia multilateral yang stabil dan damai sebagai bentuk keterlibatan nasional dalam urusan dunia [13].

Dari definisi-definisi dari para ahli di atas, terdapat beberapa persamaan dalam konteks diplomasi publik, bahwa diplomasi publik adalah praktik yang menghubungkan pemerintah dengan masyarakat melalui komunikasi yang terstruktur dan tertarget. Ini mencerminkan upaya untuk membangun jembatan antara negara dan warganya dengan mengedepankan komunikasi yang terencana. Diplomasi publik juga berfungsi sebagai instrumen politik bagi negara untuk berinteraksi dengan berbagai aktor, baik domestik maupun internasional. Tujuannya adalah untuk memahami budaya, perilaku, dan hubungan sedemikian rupa sehingga seseorang tidak hanya dapat berkomunikasi tetapi juga mempengaruhi pendapat dan tindakan para aktor tersebut untuk mencapai kepentingan tertentu. Tujuan utama diplomasi publik adalah untuk memajukan tujuan dan kebijakan nasional, merupakan bentuk transmisi nilai dan sikap, serta merupakan sarana untuk meningkatkan saling pengertian dan kepercayaan antara negara dan masyarakat. Hal ini menyoroti bahwa diplomasi publik bukan hanya tentang komunikasi, namun juga tentang membangun hubungan yang berkelanjutan dan mempengaruhi pandangan masyarakat terhadap suatu negara.

Dalam penelitian sebelumnya oleh Anak Agung Mia Intenilia yang berjudul “*Foreign Policy, Public Diplomacy and Social Media: Observing Indonesian Missions Practices*”, partisipasi Indonesia di London Coffee Festival 2022 dengan melibatkan UMKM penghasil kopi seperti Bali Arabika Kintamani, Kopi Kamigayo, dan Kopi Pesantren Darul Mursyid di Tapanuli Selatan adalah sebuah contoh nyata dari diplomasi publik yang melibatkan masyarakat dalam prosesnya. Dalam kasus ini, Indonesia menggunakan kopi sebagai alat untuk memperkenalkan budaya dan kualitas produk Indonesia kepada dunia dan yang lebih penting, melibatkan masyarakat local khususnya UMKM penghasil kopi secara langsung dalam diplomasi publik karena mereka menjadi perwakilan kecil dari Indonesia yang berbicara tentang budaya, tradisi, dan upaya bersama dalam menciptakan produk berkualitas [14]. Dalam penelitian ini pun, pemerintah Indonesia melibatkan diaspora dalam proses diplomasi kopi dengan Mesir. Studi berikutnya yang dilakukan oleh Juyan Zhang, “*Foods of the World: Mapping and Comparing Modern Gastrodiplomacy Campaigns*,” mengeksplorasi pembukaan cabang dan kafe Korea di dalam World Trade Center, sebuah landmark Beijing yang menyajikan kopi khas Korea. Melalui kedai kopi ini, Korea Selatan tidak hanya memperkenalkan produknya, tetapi juga meningkatkan perekonomian negaranya melalui komoditas alam [15]. Selaras dengan yang dilakukan oleh Korea Selatan, Indonesia melalui diplomasi kopi bertujuan untuk meningkatkan perekonomian negara melalui ekspor kopi ke Mesir. Dengan demikian, penerapan diplomasi dalam konteks diplomasi kopi antara Indonesia dengan Mesir ini diharapkan dapat menjadi kebaruan yang menjelaskan bagaimana keterlibatan aktor non-negara yang juga bisa mengambil peran dalam proses diplomasi khususnya melalui diplomasi kopi.

B. Nation Branding

Salah satu konsep yang termasuk dalam diplomasi publik adalah “*nation branding*”. Konsep ini melibatkan pembangunan brand yang kuat untuk mempromosikan persepsi positif terhadap suatu negara di mata masyarakat internasional. Dengan cara ini, suatu negara dapat membangun identitas

nasional yang kuat dan menonjolkan keunggulan serta prestasinya melalui sumber daya alam, teknologi, sumber daya manusia, dan sebagainya, yang memberikan branding positif yang sangat penting dalam diplomasi publik..

Dalam jurnal *Public Diplomacy and Place Branding: Where is the Link?*, Simon Anholt menjelaskan bahwa nation branding merupakan salah satu unsur diplomasi publik. Namun diplomasi publik hanya berfokus pada satu aspek yaitu bagaimana mengkomunikasikan kebijakan pemerintah kepada masyarakat di luar negeri. Saat ini, nation branding berfokus pada bagaimana suatu negara secara keseluruhan tampil di mata negara lain, dan berupaya untuk mengatur berbagai faktor seperti politik, masyarakat, budaya, produk, pariwisata, promosi perdagangan, investasi, dan lain sebagainya yang berkelanjutan dan selaras [16].

Nation branding melibatkan penentuan nilai-nilai, simbol, budaya, sejarah, dan ciri khas lainnya yang mewakili suatu negara. Identitas nasional ini kemudian digunakan untuk membangun pesan dan narasi yang konsisten dalam menjalin komunikasi di lingkup internasional. Melalui nation branding, diplomat, dan perwakilan negara dapat berperan sebagai duta yang mempromosikan citra positif negara mereka melalui pertemuan bilateral, seminar, acara budaya, atau presentasi publik, dan dapat menjadi bagian integral dari misi diplomatik suatu Negara [17].

Nation branding dalam diplomasi publik juga terkait dengan upaya untuk mempromosikan hasil sumber daya alam untuk meningkatkan ekonomi suatu negara dengan cara, mengkomunikasikan keunggulan komoditas yang dimiliki sehingga dapat berpotensi menarik minat dan perhatian masyarakat internasional untuk berinvestasi sehingga dapat meningkatkan perekonomian suatu negara. Juga dengan membangun citra positif, negara dapat memperoleh kepercayaan dan keinginan untuk menjalin kemitraan dengan negara lain dalam berbagai bidang, seperti perdagangan, budaya, pendidikan, dan melalui nation branding suatu negara dapat mendukung upaya membangun hubungan dan kerja sama antara negara dengan masyarakat internasional [18].

Selanjutnya, dalam jurnal “*Nation Branding Effects on Retrospective Global Evaluation of Past Travel Experiences*”, Nikolva dan Hassan mengemukakan bahwa nation branding juga adalah tentang membangun keunggulan berkelanjutan [19]. Adapun tujuan dari nation branding menurut Lianti Rahardjo dalam artikelnya “*Do We Need Nation Branding?*” berpendapat bahwa tujuan dari nation branding adalah untuk meningkatkan ataupun membentuk citra sebuah negara di mata masyarakat global. Ini melibatkan upaya untuk mempromosikan citra positif negara tersebut, mengkomunikasikan nilai-nilai budaya, prestasi, dan sumber daya yang dimilikinya kepada dunia luar. Dengan cara ini, negara dapat menciptakan banyak manfaat, termasuk peningkatan investasi, peningkatan jumlah turis yang datang, penciptaan lapangan kerja bagi warganya, serta peningkatan volume ekspor produk dan jasa nasional [20].

Berdasarkan definisi dari para ahli di atas, bahwa walaupun *nation branding* adalah komponen dari diplomasi publik, namun dalam cakupannya diplomasi publik berfokus pada proses komunikasi sedangkan nation branding cakupannya lebih luas karena berfokus pada bagaimana membangun citra positif dan identitas yang kuat untuk sebuah negara di mata masyarakat internasional. Ini melibatkan lebih dari sekadar komunikasi kebijakan; melibatkan berbagai elemen, termasuk budaya, produk, pariwisata, promosi perdagangan, investasi, dan faktor-faktor lain yang menciptakan citra dan identitas negara tersebut. *Nation branding* adalah upaya jangka panjang untuk menciptakan citra yang kuat dan positif tentang negara tersebut.

Dalam penelitian sebelumnya “*Nation Branding Kopi Arabika Kintamani, Studi Kasus: Kopi Gunung Catur, Desa Catur, Kintamani, Bangli*” ditulis oleh Ni Wayan Rainy Priadarsini Sukiada dan Anak Agung Ayu Intan Parameswari, membahas upaya ekspor ke Jepang menjadi salah satu strategi penting dalam mempromosikan citra positif Indonesia di mata dunia yang memperlihatkan bagaimana

kopi Arabika Kintamani dengan keunikan dan kualitasnya yang istimewa menjadi jembatan untuk membangun hubungan erat antara kedua Negara [21]. Demikian juga dalam diplomasi kopi antara Indonesia dan Mesir, ekspor kopi menjadi alat yang efektif untuk memperkuat citra positif Indonesia di mata dunia dan membangun hubungan bilateral erat dengan negara yang menjadi mitra.

Penelitian selanjutnya oleh Desy Fatma Sari dengan judul “Upaya Pemerintah Dalam Membangun *Brand Image* Indonesia Melalui Kopi”, Indonesia mempromosikan Kopi Nusantara di Amerika Serikat dengan menggelar pameran Asosiasi Kopi Spesial Amerika (SCAA) dalam tema kopi [22]. Penelitian ini juga turut membahas mengenai strategi promosi kopi melalui pameran yang berkaitan dengan kopi.

Dalam artikel “Diplomasi Kopi Indonesia di Panggung Dunia” yang ditulis oleh Sophiana Widiastutie, Chusnu Syarifa Diah Kusuma, Ari Pradhanawati dan Mustofa Agung Sardjon, diplomasi kopi Indonesia merupakan kegiatan nation branding yang bertujuan untuk menciptakan citra nasional Indonesia yang positif dan membawa manfaat bagi masyarakat Indonesia baik dalam aspek ekonomi, politik, sosial dan budaya [23]. Dengan demikian, diplomasi kopi antara Indonesia dan Mesir juga akan memberikan manfaat bagi aspek ekonomi, politik, dan sosial budaya Indonesia.

Demi menciptakan citra positif, negara-negara berupaya memaksimalkan potensi pertumbuhan ekonomi bahkan meningkatkan hubungan kemitraan dengan negara lain. Selain menarik wisatawan, menggairahkan investasi asing, dan meningkatkan ekspor, beragam potensi manfaat lain juga bisa diraih melalui nation branding. Namun, tujuan lebih lanjut dari nation branding adalah untuk meningkatkan stabilitas mata uang negara, membantu memulihkan kredibilitas internasional dan kepercayaan investor yang berinvestasi di negara tersebut, meningkatkan pengaruh politik internasional, dan menciptakan kekuatan yang lebih kuat. Hal ini dapat berlaku untuk mempromosikan kemitraan internasional dan membina bangsa dengan meningkatkan kepercayaan diri nasional, kebanggaan, harmoni, ambisi serta tekad [24].

Meskipun secara historis nation branding dikaitkan dengan produk dan perusahaan, namun teknik-teknik branding dapat diterapkan pada setiap bidang komunikasi massa maupun melalui para pemimpin politik²⁵, dalam hal ini hubungan diplomatik yang terjalin antar Indonesia dan Mesir memainkan peran penting dalam menciptakan hubungan diplomatik yang baik. Selain itu, negara yang tidak membangun reputasi mereka cenderung sulit untuk menarik perhatian ekonomi dan politik dari publik internasional. Adapun negara yang membangun reputasinya dengan bijaksana dapat membuat negara tersebut memiliki keunggulan kompetitif dibandingkan negara lain yang tidak memperdulikan reputasi atau branding dari negaranya. Nation branding juga memungkinkan negara tersebut untuk memposisikan diri secara lebih baik di mata publik internasional terlebih dimata negara yang telah menjadi target [26].

C. Kerja Sama Bilateral

Hubungan bilateral serngkali dipahami sebagai hubungan antar dua negara. Hal ini juga di sepakati oleh Ally Ritchie, hubungan bilateral biasanya digunakan untuk hubungan yang hanya melibatkan dua negara dan dapat memperkuat hubungan politik, ekonomi, sosial, dan budaya kedua negara.[27] Sebagian besar hubungan internasional dilaksanakan bilateral, termasuk perjanjian politik dan ekonomi, negosiasi dan kunjungan antar negara [28].

Menurut Julia Kagan dalam artikelnya yang berjudul “*Bilateral Trade Definition and Pros and Cons of Agreements*” berpendapat bahwa kerja sama b terlibat dalam kerja sama atau perjanjian yang melibatkan kedua belah pihak. Dalam konteks ini, kedua negara berusaha untuk mencapai tujuan bersama yang saling menguntungkan, yang dapat mencakup berbagai aspek seperti perdagangan, ekonomi, budaya, hingga politik [29].

Thompson dan Vandier juga menegaskan dalam artikelnya bahwa dalam kerja sama bilateral, perhatian utama tertuju pada hubungan yang terjalin antara dua negara. Kedua negara tersebut bekerja sama secara langsung dan mendalam satu sama lain, tanpa melibatkan negara-negara lain sebagai pihak ketiga dalam perjanjian atau aktivitas kerja sama sehingga negara-negara berfokus pada kepentingan bersama mereka, berbagi sumber daya, dan menjalin hubungan yang lebih erat tanpa campur tangan dari pihak luar sehingga kerja sama bilateral lebih dapat menciptakan hubungan yang lebih kuat dan lebih fokus antara dua Negara [30].

Menurut para ahli yang telah dikemukakan sebelumnya, hubungan bilateral terjadi antara dua negara dan dapat memperkuat hubungan politik, ekonomi, sosial, dan budaya mereka. Hubungan ini melibatkan berbagai aktivitas seperti kesepahaman politik, ekonomi, interaksi yang saling menguntungkan serta kunjungan antar negara. Hal ini mencerminkan bagaimana negara-negara secara langsung berinteraksi satu sama lain dalam kerangka kerja bilateral. Kerja sama bilateral merupakan pendekatan dalam hubungan internasional di mana dua negara bekerja sama atau membuat perjanjian yang melibatkan keduanya. Dalam hal ini, penting untuk memahami bahwa kerja sama bilateral adalah alat yang digunakan oleh negara-negara untuk mencapai tujuan bersama mereka. Serta fokus utama kerja sama bilateral adalah hubungan yang terjalin antara dua negara tersebut. Mereka bekerja secara mendalam satu sama lain tanpa melibatkan negara-negara lain sebagai pihak ketiga. Ini memungkinkan negara-negara tersebut untuk berfokus pada kepentingan bersama, berbagi sumber daya, dan menjalin hubungan yang lebih erat. Pendekatan ini sering kali menciptakan hubungan yang lebih kuat dan lebih fokus antara dua negara yang terlibat.

Dalam penelitian *“Coffee Diplomacy in Jokowi’s Era: The Strategy of Cultural and Economic Diplomacy of Indonesia’s Foreign Policy”* oleh Anak Agung Mia Intenilia, pendekatan bilateral dalam diplomasi kopi memiliki pengaruh yang signifikan dalam ekonomi, dengan menciptakan peluang untuk memperluas jaringan perdagangan, meningkatkan volume ekspor produk kopi, dan memperkuat kerja sama antara negara-negara produsen dan konsumen kopi, yang pada memberikan dampak positif dalam hal pertumbuhan ekonomi [31]. Penelitian ini pun membahas keuntungan yang didapat Indonesia melalui kerja sama nya dengan pemerintah Mesir.

Selanjutnya, Hendra Manurung dalam artikelnya *“Enhancing Bilateral Cooperation: Indonesia-Russia Defense Relations”*, kerja sama bilateral antara Indonesia dan Rusia memiliki dampak politik yang signifikan melalui ekspor yang dilakukan Indonesia dan salah satunya adalah ekspor komoditas biji kopi yang melalui hal ini, dapat memperkuat hubungan kedua negara, juga mempengaruhi hubungan politik, serta menciptakan peluang kerja sama lainnya [32]. Dalam penelitian ini, terdapat juga keuntungan politik dan peluang kerja sama lainnya yang diperoleh Indonesia melalui diplomasi kopi dengan Mesir.

Dalam diplomasi kopi Indonesia dan Mesir, pemahaman tentang hubungan bilateral adalah kunci. Bagaimana kedua negara ini menjalin kerja sama dan interaksi secara langsung dalam hal ekspor kopi, promosi kopi, dan kerja sama lainnya, akan memengaruhi hasil dari diplomasi kopi kedua negara ini. Adapun juga relasi yang terjadi antara Indonesia dan Mesir merupakan hubungan antar dua negara terlama yang pernah dibangun oleh Indonesia. Jika dilihat dari historis bilateralisme yang terjadi, hubungan Indonesia dan Mesir telah berdiri sejak sebelum merdeka kedua negara bahkan sebelum hubungan diplomasi antara kedua Negara [33].

Hubungan bilateral ini saling menguntungkan oleh kedua negara karena kerja sama ini didasari dengan kesamaan tujuan strategis yang mendorong intensitas korelasi yang mendalam, yang mana hal inilah yang mendorong implementasi kerja sama jangka panjang. Kerja sama bilateral dapat terjadi karena beberapa faktor yang mendorong terjadinya suatu hubungan kerja sama bilateral. Dapat dilihat dari hubungan antara Indonesia dan Mesir terkait diplomasi kopi yaitu karena ketidakmampuan Mesir

dalam memenuhi kebutuhan masyarakat dengan mendistribusikan biji kopi yang disukai oleh masyarakat dalam negerinya.

Karena keterbatasan sumber daya alam inilah yang akhirnya mengharuskan pemerintah Mesir melakukan kerja sama dengan Indonesia untuk mengekspor biji kopi dari Indonesia yang mana, dengan melakukan ekspor biji kopi dari Indonesia, pemerintah Mesir dapat meningkatkan kemakmuran dan juga kesejahteraan masyarakatnya [34]. Selain itu jika melihat hubungan bilateral, Mesir adalah negara paling awal mengakui kemerdekaan Indonesia pada tahun 1946. Tak sampai sebatas Mesir mengakui kedaulatan Indonesia sebagai negara yang berdaulat dan merdeka, kedua negara ini juga melanjutkan relasi dengan menjalin hubungan diplomatik yang ditandai dengan *Treaty of Friendship and Cordiality* pada 10 Juni 1947, yang kemudian disusul dengan diadakannya pembukaan Perwakilan KBRI di Kairo pada tahun 1949. Hubungan serta kerja sama bilateral tersebut terbentuk harmonis, terbukti pada saat Indonesia menghadapi masalah Timor Timur, Mesir adalah negara yang abstain selalu mendukung posisi Indonesia dalam sidang Majelis Umum PBB sejak tahun 1977. Selain itu, Indonesia dan Mesir juga saling menawarkan dukungan timbal balik sesuai dengan prinsip timbal balik untuk pencalonan keanggotaan atau partisipan dalam organisasi dan forum internasional [35].

Selain itu, kerja sama dalam bidang ekonomi antara Indonesia dan Mesir telah meningkat secara signifikan baik karena jumlah pertemuan, maupun peningkatan hubungan bilateral yang difasilitasi oleh berbagai kerja sama ekonomi multilateral seperti G-15, D-8 dan Organisasi Kerja sama Islam (OKI) [36], pertumbuhan bilateral dalam volume juga nilai perdagangan, dan dalam kuantitas pertemuan yang dilakukan kedua negara ini.

Pada bidang media dan informasi, Mesir juga lebih sering meliput Indonesia dibandingkan dengan negara kawasan Asia Tenggara lainnya. Berbagai perkembangan dan konflik di Indonesia, seperti pemilu, bencana alam, kegiatan politik luar negeri Indonesia, dan kegiatan perwakilan, cukup mendapat sorotan dalam media Mesir. Begitupun sebaliknya, media Indonesia meliput berbagai kegiatan KBRI Kairo dan mengambil foto pariwisata Mesir. Pemerintah Mesir melalui pusat persnya secara konstruktif mendukung upaya peningkatan liputan Mesir di Indonesia, termasuk dengan mengizinkan jurnalis Indonesia untuk meliput serta melaksanakan kegiatan produksi film [37].

Kerja sama bilateral Indonesia - Mesir juga berlanjut pada protokol kerja sama dalam bidang Komunikasi dan Informasi. Dimana terdapat interaksi harmonis antara Departemen komunikasi dan informasi Indonesia dan Kementerian komunikasi dan informasi Mesir pada tahun 1984. Selaprotokol tersebut berlanjut dan mengalami perbaharuan serta disepakati pada tahun 2003. Kerjasama antar Media atau perusahaan media di mulai pada 12 Oktober 1977 di Kairo antara kantor berita ANTARA dan *Middle East News* (MENA) yang disetujui melalui persetujuan LKBN ANTARA-MENA. Namun, penempatan koresponden ANTARA yang berlokasi di Mesir sempat tidak berjalan selama beberapa tahun hingga pada bulan Desember 2010. Kantor Antara Mesir kembali di buka dan beroperasi hingga kini [38].

Di bidang pendidikan, pemerintah Mesir melalui Universitas Al-Azhar setiap tahunnya memberikan beasiswa kepada pelajar Indonesia yang melanjutkan studi di Universitas Al-Azhar Kairo. Beasiswa telah diberikan sejak tahun 1960-an. Selain itu, Egyptian International Agriculture Center (EICA) merupakan program pelatihan yang diluncurkan oleh Menteri Pertanian dan Menteri Luar Negeri Mesir, yang telah memberikan lima beasiswa kepada pemerintah Indonesia [39].

3. METODE

Penelitian yang digunakan peneliti mengenai topik diplomasi kopi adalah jenis deskriptif kualitatif dan penelitiannya menggunakan pola-pola yang menggambarkan keadaan fakta empiris dengan argumen-argumen yang terkait. Jenis penelitian deskriptif analitis digunakan untuk menganalisis daya saing kopi Indonesia yang diekspor ke Mesir dengan menggunakan teknik penelitian kepustakaan yaitu teori-teori yang dapat dijadikan alat untuk menganalisis data yang tersedia [42]. Mengenai metode ini, penulis mengulas berbagai literatur mengenai diplomasi kopi yang telah dibahas atau dipelajari baik dalam bentuk buku, jurnal, dokumen, maupun artikel.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Strategi Diplomasi Kopi Indonesia dan Mesir

Sejarah kopi Indonesia bagi masyarakat Mesir berperan penting dalam masuknya dan penyebaran kopi ke wilayah Mesir. Semuanya bermula pada abad ke-15, ketika biji kopi pertama kali ditanam di wilayah Yaman, dan pada abad-abad berikutnya juga mulai dikenal di Persia, Suriah, Mesir, dan Turki. Kopi merupakan minuman sederhana yang biasanya hanya dinikmati di rumah. Namun seiring berjalannya waktu, kopi tidak lagi sekedar minuman untuk dinikmati di rumah, dan kedai kopi umum bernama Qahveh Khaneh dan banyak kedai kopi bermunculan di kota-kota bagian timur. Popularitas kedai kopi tidak tertandingi dan orang-orang sering mengunjungi kedai kopi untuk berbagai jenis kegiatan sosial. Setelah itu, kafe berkembang pesat sebagai pusat pertukaran informasi, sehingga sering disebut sebagai “sekolah orang bijak” [46].

Bagi masyarakat Mesir, minum kopi merupakan acara sosial yang melibatkan seluruh lapisan masyarakat setempat. Kafe di sana sering digunakan sebagai tempat pertemuan acara sastra atau politik ataupun acara bisnis [47]. Sama halnya dengan Mesir, Indonesia juga merupakan negara yang menyukai kopi dan senang berkumpul. Oleh karena itu, gambaran budaya minum kopi Indonesia dikenal dengan nilai-nilai persatuan, dialog, dan berbagi dengan negara lain. Indonesia terkenal dengan budaya minum kopi sambil berdiskusi untuk menggalang persatuan. Keakraban dan keramahan yang hadir dari suasana tersebut terkesan sangat erat dan harmonis layaknya berkumpul bersama keluarga [48].

Indonesia merupakan salah satu negara penghasil kopi terkemuka di dunia dan telah beroperasi sejak lama dalam mengeksport kopi ke berbagai negara, dan Mesir menjadi salah satu negara penerima ekspor kopi dari Indonesia. Secara historis, biji kopi yang dikonsumsi masyarakat Mesir dahulunya didatangkan dari Yaman yang secara geografis dekat dengan Mesir. Belakangan, dengan meluasnya pasar akibat globalisasi dan perdagangan bebas, negara-negara mulai memilih biji kopi dari seluruh benua yang dinilai berkualitas tinggi, dan Mesir juga sangat menyukai biji kopi Robusta dari Indonesia [49].

Pada abad ke-17, Belanda memiliki kekuasaan kolonial yang luas di Indonesia, termasuk di wilayah-wilayah di mana kopi ditanam dan diproduksi. Kala itu, kopi Arabika mulai diperkenalkan di pulau-pulau Jawa, Sumatera, dan Sulawesi. Selama periode ini, Belanda secara intensif mengembangkan produksi kopi di Indonesia dan memperkenalkannya ke pasar internasional, termasuk di Mesir. Produksi kopi yang meningkat di Indonesia membuka peluang bagi Belanda untuk mengimpor kopi ke berbagai negara, termasuk Mesir yang menjadi tujuan perdagangan penting di wilayah Timur Tengah [50].

Kehadiran kopi Indonesia di Mesir semakin kuat seiring berjalannya waktu. Meskipun asal-usulnya dari Indonesia, kopi Arabika Indonesia pada awalnya disebut dengan sebutan "Mocha" karena jalur perdagangan utama yang digunakan untuk mengirim kopi dari pelabuhan Mocha di Yaman ke Mesir adalah jalur yang sama yang digunakan untuk mengirim kopi dari Indonesia [51]. Dalam budaya Mesir, minum kopi telah menjadi ritual sosial yang populer, mirip dengan tradisi minum kopi di banyak negara lain. Kopi di Mesir sering disajikan dengan gaya Turki, yaitu diseduh dengan bubuk kopi yang dimasak bersama air dan gula, tanpa disaring, sehingga menghasilkan kopi yang kental dan aromatic [52].

Kopi telah menjadi budaya yang signifikan bagi kehidupan masyarakat Mesir, baik sebagai minuman sehari-hari maupun dalam acara sosial. Berbagai kedai kopi dan kafe - kafe di Mesir menyajikan berbagai jenis kopi, termasuk kopi yang berasal dari Indonesia. Secara keseluruhan, sejarah kopi Indonesia bagi masyarakat Mesir menunjukkan pentingnya kopi dalam mempengaruhi budaya dan kebiasaan minum kopi di negara tersebut. Sejauh ini, Indonesia telah menjadi salah satu produsen kopi terbesar di dunia yang memberikan kontribusi penting dalam memperkenalkan dan mempopulerkan kopi di Mesir. Hal ini membuat minuman ini terus menjadi bagian yang tak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari masyarakat Mesir.

Diplomasi adalah praktik mengarahkan aktivitas dan tindakan suatu negara melalui komunikasi dan negosiasi untuk mencapai tujuan kebijakan luar negeri. Tentunya untuk menjalankan diplomasi tersebut harus ada landasan rasa saling percaya antar negara, apalagi jika diplomasi dilakukan secara bilateral. Diplomasi adalah suatu bentuk manajemen hubungan internasional melalui perundingan, duta besar, utusan dan layanan diplomatik lainnya [53]. Melalui diplomasi, suatu negara dapat mempengaruhi pembuatan keputusan dari tindakan negara lain, bekerja sama dalam berbagai bidang serta dapat lebih leluasa menjaga hubungan dengan negara lain.

Diplomasi kopi adalah diplomasi dengan menggunakan kopi sebagai instrument utamanya yang menjadi bentuk pelaksanaan soft power suatu negara yang dapat menjembatani suatu negara untuk melakukan ekspor biji kopi berkualitasnya kepada negara lain serta kerja sama dalam bidang lainnya [54]. Sederhananya, diplomasi kopi menunjukkan bagaimana praktik sederhana seperti minum kopi dapat memiliki implikasi yang lebih dalam terhadap hubungan kerja sama ekonomi, politik, dan sosial budaya suatu negara.

Diplomasi kopi juga berarti praktik negosiasi atau komunikasi yang terjalin antara dua negara yang bertujuan untuk meningkatkan perekonomian dan mencapai tujuan politik luar negeri dan kepentingan nasional suatu negara melalui ekspor komoditas biji kopi sebagai media diplomasi yang menguntungkan, dan melalui diplomasi kopi ini juga dapat terjalinnya hubungan erat dan saling ketergantungan antara kedua negara dalam kasus ini Indonesia dan Mesir, sehingga bisa menciptakan berbagai kerja sama lainnya yang tak hanya dalam bidang ekspor komoditas biji kopi, namun juga bisa membuka peluang kerja sama dan bisnis dalam bidang – bidang lainnya [55].

Kopi sebagai objek komunikasi dalam diplomasi kopi mencerminkan jalinan hubungan yang kompleks antara negara-negara penghasil dan negara yang menjadi konsumen kopi di seluruh dunia yang mana melalui kopi, dapat menjadi saran penting untuk membangun dan memperkuat ikatan diplomatik serta perdagangan internasional. Ditengah-tengah negosiasi perdagangan dan kerja sama lintas batas, kopi sering kali menjadi bahasa universal yang memudahkan interaksi dan menghubungkan aktor-aktor yang memiliki dari berbagai latar belakang karena menginspirasi dialog yang lebih dalam dan harmonis antara negara-negara yang menjalin kerja sama.

Pemerintah dan sektor swasta merupakan subjek yang memainkan peran penting dalam mengelola industri kopi dalam diplomasi kopi ini [56]. Pemerintah memiliki kapasitas sebagai regulator dan pemangku kepentingan ekonomi dan bertanggung jawab untuk menjaga stabilitas pasar kopi.

Pemerintah juga berperan dalam mengadakan perundingan perjanjian internasional yang mempengaruhi harga dan indikator jumlah ekspor kopi. Dalam hal ini, kopi berfungsi sebagai alat diplomatik untuk menjalin hubungan antar negara penghasil kopi dan negara yang menjadi konsumen kopi.

Di sisi lain, sektor swasta yang mencakup produsen, eksportir, pemasok, dan perusahaan-perusahaan kopi yang besar, memainkan peran penting dalam menjalankan operasi bisnis yang luas dalam mengekspor komoditas biji kopi ini. Mereka memiliki kepentingan bisnis yang kuat dalam menjaga pasokan kopi yang stabil, menghasilkan produk berkualitas tinggi, dan memasarkannya secara efektif di pasar global. Perusahaan kopi besar sering kali berkolaborasi dengan pemerintah dan produsen lokal untuk mengembangkan rantai pasokan yang berkelanjutan. Sehingga melalui diplomasi kopi, tidak hanya menciptakan hubungan yang erat antara negara-negara produsen dan konsumen, tetapi juga membangun jaringan kerja sama yang melibatkan pemerintah dan sektor swasta untuk mencapai tujuan bersama dalam industri kopi global.

Dalam diplomasi kopi ini, KBRI di Mesir memiliki peran besar sebagai saluran komunikasi yang memiliki tanggung jawab untuk mempromosikan budaya, meningkatkan perekonomian, menjaga hubungan diplomatik dan politik, serta melaksanakan hubungan sosial yang erat dengan masyarakat di Mesir. Dalam upayanya untuk memanfaatkan kopi dengan praktik diplomasi publik, KBRI Mesir telah mengorganisir beberapa kegiatan yang telah dirancang khusus untuk memperkenalkan dan mempromosikan kopi Indonesia kepada masyarakat Mesir. Kegiatan ini mencakup perdagangan kopi Indonesia yang dilakukan oleh para diaspora di Mesir. Selain itu diselenggarakan juga kegiatan pelatihan atau diskursus yang bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan dalam dunia kopi, serta festival kopi, yang mengundang masyarakat Mesir menjadi partisipan dalam kegiatan-kegiatan ini. Melalui kegiatan-kegiatan ini, KBRI Mesir berupaya untuk meningkatkan kesadaran masyarakat Mesir tentang kopi Indonesia, menjelaskan proses produksi kopi, serta mempromosikan nilai-nilai keberlanjutan dan keadilan sosial yang terkait dengan industri kopi. KBRI juga berperan sebagai perantara antara pelaku industri kopi Indonesia dan pihak-pihak yang berpotensi berinvestasi atau berkolaborasi dalam bisnis kopi di Mesir [57]. Dalam hal ini, KBRI Mesir bukan hanya menjadi perwakilan diplomatik, tetapi juga menjadi pusat budaya dan informasi yang memfasilitasi pertukaran antara dua negara dalam konteks kopi. Diplomasi publik yang dilakukan oleh KBRI ini menciptakan kesempatan untuk membangun jembatan antara Indonesia dan Mesir melalui minuman kopi yang menjadi simbol kearifan budaya, kerja sama ekonomi, dan pertukaran budaya yang kaya. Dengan demikian, KBRI Mesir menjalankan peran yang kritis dalam memperkuat hubungan bilateral sambil mempromosikan kopi Indonesia secara global.

Kopi sebagai sarana komunikasi memiliki tujuan dalam mencapai politik luar negeri Indonesia yang mana, melalui aktivitas dan kesepakatan serta negosiasi kopi dengan Mesir dapat meningkatkan volume ekspor kopi Indonesia ke Mesir dan memperkuat hubungan bilateral antara kedua negara. Dalam upaya diplomasi kopi, Indonesia berusaha membangun rasa saling percaya antara kedua negara dan meningkatkan kerja sama dalam bidang kopi. Dampak dari diplomasi kopi ini adalah meningkatnya volume ekspor kopi Indonesia ke Mesir dan memperkuat hubungan persahabatan antara Indonesia dan Mesir. Melalui pendekatan ini, Indonesia berupaya memanfaatkan kopi sebagai alat untuk membangun jaringan diplomatik yang erat dengan Mesir, dengan fokus pada industri kopi yang menjadi salah satu aspek penting dalam hubungan ekonomi bilateral.

Kopi sebagai sarana komunikasi, juga memiliki tujuan yang mendalam dalam mencapai kepentingan nasional Indonesia terutama dalam hal memperlihatkan citra positif negara Indonesia di tingkat internasional dan memperkenalkan produk unggulan kopi arabika di Mesir. Dalam konteks ini, kopi menjadi jembatan bagi Indonesia untuk merancang citra positif dan membangun identitas nasional yang kuat dan menonjolkan keunggulan biji kopi, sebagai komoditas alam unggulan Indonesia yang

juga dapat menjadi simbol keberhasilan dalam menghasilkan produk berkualitas tinggi yang memenangkan hati para penikmat kopi di Mesir.

Mempromosikan produk kopi, dapat membuka peluang bagi Indonesia untuk memasarkan produk unggulannya kepada pasar internasional seperti Mesir. Hal ini dapat membantu memperkuat hubungan dagang antara Indonesia dan Mesir, menciptakan peluang kerja, dan meningkatkan kontribusi ekonomi kedua negara. Dengan demikian, tujuan diplomatik kopi dalam mencapai citra positif Indonesia dan memperkenalkan produk unggulan kopi arabika di Mesir mencerminkan pendekatan holistik yang menggabungkan aspek ekonomi, budaya, dan politik. Ini adalah upaya yang penting dalam memperluas jangkauan ekonomi Indonesia di tingkat internasional sembari memperkenalkan nilai-nilai atau karakteristik negara Indonesia, menciptakan hubungan yang kuat antara kedua negara, dan membangun pengertian yang lebih baik tentang kekayaan budaya serta alam Indonesia di mata dunia.

Diplomasi publik dengan konsep nation branding menjadi strategi penting untuk memperkenalkan kopi Indonesia ke Mesir. Diplomasi publik merupakan alat penting untuk mencapai soft power. Diplomasi publik ini dilakukan dengan tujuan untuk menciptakan identitas positif suatu negara di mata dunia internasional dengan menarik warga negara negara lain dan meningkatkan profilnya melalui pendekatan sosial dan budaya [58].

Melalui diplomasi publik, negara yang berpartisipasi dapat membangun jaringan dan kemitraan dengan negara lain pada tingkat internasional, baik itu dengan pemerintah, organisasi non-pemerintah, lembaga kebudayaan ataupun masyarakat sipil. Pendekatan ini merupakan sarana yang sangat bermanfaat dalam bertukar informasi, gagasan dan kesepakatan kerja sama yang saling menguntungkan bagi negara partisipan. Selain itu, diplomasi publik juga memainkan peran penting dalam memperluas diplomasi tradisional melalui kerja sama dengan aktor non-negara seperti media, organisasi masyarakat sipil, dan perusahaan swasta [59].

Nation branding ini melibatkan upaya pembentukan branding yang kuat untuk mempromosikan persepsi positif mengenai suatu negara kepada masyarakat internasional. Dengan melakukan ini, negara dapat membangun identitas nasional yang kuat dan menonjolkan keunggulan serta prestasi dalam berbagai bidang seperti komoditas alam, teknologi, sumber daya manusia, dan lainnya. Tujuan utama dari konsep ini adalah untuk menciptakan citra positif yang berkelanjutan, sehingga menjadi aspek yang sangat penting dalam menjalankan diplomasi publik.

Nation branding juga merupakan proses penentuan nilai-nilai, simbol, budaya, sejarah, dan ciri khas lain yang mewakili suatu negara. Identitas nasional ini digunakan untuk membangun pesan dan narasi yang konsisten dalam komunikasi internasional. Melalui nation branding, para diplomat dan perwakilan negara berperan sebagai duta yang mempromosikan citra positif negara mereka melalui pertemuan bilateral, seminar, acara budaya, dan presentasi publik, serta menjadi bagian integral dari misi diplomatik negara tersebut [60].

Dalam diplomasi publik, nation branding juga terkait dengan upaya mempromosikan hasil sumber daya alam untuk meningkatkan ekonomi suatu negara. Hal ini dilakukan dengan mengkomunikasikan keunggulan komoditas yang dimiliki untuk menarik minat dan perhatian masyarakat internasional untuk berinvestasi, yang pada gilirannya akan meningkatkan perekonomian negara. Dengan membangun citra positif, negara dapat memperoleh kepercayaan dan keinginan untuk menjalin kemitraan dengan negara lain dalam berbagai bidang, seperti perdagangan, budaya, pendidikan, dan lainnya. Melalui nation branding, suatu negara dapat mendukung hubungan bilateral yang lebih baik antara negara maupun masyarakat internasional. Adapun upaya-upaya strategi nation branding yang dilakukan oleh Kedutaan Besar Republik Indonesia (KBRI) di Mesir antara lain :

- a) Pada tanggal 8 Mei 2019 di Balai Budaya, KBRI Kairo, pelatihan kopi Indonesia telah dilaksanakan yang mencakup seminar dan pelatihan kopi bagi pelajar Indonesia yang tinggal di Mesir. Dalam kegiatan ini, ditampilkan berbagai keanekaragaman dan kekayaan biji kopi yang dimiliki oleh Nusantara, yang menjadikan biji-biji kopi yang dihasilkan memiliki potensi besar untuk dipasarkan di pasar internasional. Para peserta diajarkan tentang cara pengenalan dan uji cita rasa kopi serta teknik menyangrai kopi, juga diberikan informasi tentang berbagai teknik yang digunakan untuk menyeduh kopi dan bagaimana cara mengembangkan usaha dan bisnis dalam bidang kopi.
- b) Pemerintah Indonesia menyelenggarakan lomba yang dikenal sebagai "Top Barista" pada festival kopi Mesir Pada tanggal 5 hingga 7 Agustus 2021 yang diselenggarakan oleh KBRI Kairo.
- c) Kedutaan Besar Republik Indonesia (KBRI) berkomitmen untuk memaksimalkan perdagangan ekspor kopi Indonesia ke Mesir melalui program promosi inovatif yang disebut 'Diplomasi Kopi' di Kairo pada tahun 2021.
- d) Kedutaan Besar Republik Indonesia (KBRI) di Kairo juga mengambil inisiatif inovatif dengan mendirikan kafe yang menawarkan pilihan kopi Arabika nusantara yang dipilih dengan cermat.
- e) KBRI juga resmi membuka Kedai Kopi El Omda yang dikelola oleh Haji Emad Attia di Kota Tua Mataria, Distrik Ain Shams, Kairo pada 7 Februari 2022.
- f) Selain kedai kopi yang didirikan KBRI, banyak juga kedai lokal Mesir yang mengimpor langsung kopi Indonesia, khususnya varietas Robusta yang bisa menghasilkan kopi ala Turki. Belakangan, pabrik kopi Mesir juga menjadi importir setia Indonesia. Misalnya, 70 persen biji kopi olahan di pabrik Zareto El Bon Brazil diimpor dari Indonesia. Pabrik tersebut memproses rata-rata 9 hingga 11 kontainer biji kopi Indonesia per bulan.
- g) KBRI juga memberikan pendampingan intensif kepada perusahaan kopi Mesir untuk memperkuat kerja sama dengan eksportir kopi Indonesia. Tentunya hal ini juga mempengaruhi keputusan untuk terus mengimpor kopi dari Indonesia. Dilihat dari ekspor kopi Indonesia ke Mesir yang menduduki peringkat pertama pada tahun 2021, diplomasi kopi Indonesia efektif secara ekonomi dan politik dalam mencapai tujuan eksternalnya. Indonesia berhasil meningkatkan ekspor kopi sekaligus memperkuat hubungan diplomatik dengan Mesir [67]. Kopi Indonesia mempunyai potensi besar untuk bersaing dengan varietas kopi negara lain di kancah dunia, khususnya dalam penyediaan minuman kopi.
- h) Di tahun selanjutnya, pada tanggal 24 hingga 31 Maret 2022, Indonesia kembali berpartisipasi dalam acara *Cairo Supermarket Expo* yang diadakan di *Cairo International Convention & Exhibition Centre (CICC) 2022*, tepatnya di Nasr City, Kairo.

Tak hanya melalui Kedutaan Besar Republik Indonesia (KBRI), masyarakat juga adalah aktor yang memiliki peran utama dalam proses diplomasi publik, dan dalam diplomasi kopi antara Indonesia dan Mesir, diaspora serta para profesional bisnis Indonesia juga memiliki kontribusi penting dalam upaya dari strategi diplomasi publik untuk memperkenalkan kopi Indonesia di Mesir, diantaranya adalah :

- a) KBRI Kairo mengadakan suatu seminar daring dengan topik "Peningkatan Potensi Wirausaha Berorientasi Ekspor bagi Mahasiswa dan Warga Indonesia di Mesir".
- b) Diaspora di Mesir juga terlibat secara aktif dalam memperkenalkan biji kopi, mengisahkan tentang sejarah kopi di Indonesia, bahkan sampai memberikan atau menjual kopi asli Indonesia di Mesir sebagai upaya untuk mempromosikan kopi Nusantara. Selain itu, mereka tidak hanya berfokus pada promosi kopi semata, tapi juga berupaya

memperkenalkan ragam budaya Indonesia kepada masyarakat luar negeri melalui kegiatan yang beragam [71].

- c) Diaspora Indonesia mendirikan perkumpulan yang mencapai 70 kelompok di Qatar saat ini. Dalam kelompok-kelompok tersebut, mereka secara aktif mengenalkan tarian tradisional seperti tari angklung serta mendirikan rumah seni sebagai wadah untuk mengekspresikan seni dan budaya Indonesia secara luas kepada masyarakat setempat maupun internasional. Melalui keseriusan dan dedikasi diaspora tersebut, harapannya adalah dapat meningkatkan pemahaman lintas budaya serta memperkuat ikatan antara kedua negara dalam hal apresiasi atas warisan budaya yang dimiliki oleh bangsa-bangsa tersebut [72].

B. Keuntungan Diplomasi Kopi Dengan Mesir Bagi Indonesia

Diplomasi kopi yang terjalin antara Indonesia dan Mesir bukan hanya sebatas bisnis belaka. Namun, juga dilatar belakangi oleh meningkatnya minat masyarakat Mesir terhadap produk kopi Nusantara [73]. Sehingga, karena hal inilah membuat Indonesia melihat bahwa ada peluang pasar ke Mesir sehingga mulai dari situlah Indonesia terus melakukan upaya diplomasi kopinya dan tak hanya itu, Indonesia dan Mesir juga merupakan negara yang sama – sama sangat suka dengan kopi. Diplomasi kopi akan menjadi alat baru untuk mempererat hubungan bilateral Indonesia dengan berbagai negara.

Hubungan diplomatik yang terjalin telah sangat lama antar Indonesia dan Mesir juga merupakan hal signifikan yang sangat mempengaruhi diplomasi kopi ini. Tak seperti diplomasi kopi yang Indonesia jalin dengan negara lain seperti Jepang, Amerika, bahkan Belanda, hubungan Indonesia dan Mesir ini tak hanya sekedar bisnis belaka namun kedua negara ini memiliki banyak sejarah panjang mengenai persamaan budaya serta warisan budaya yang sangat kaya karena kedua negara ini memiliki sumbangsi besar bagi dunia seperti piramida di Mesir serta candi-candi yang terdapat di Indonesia, lalu adanya persamaan agama yang mana kedua negara ini memiliki mayoritas penduduk menganut agama Islam yang tercatat pada tahun 2022 sebanyak 99,91 juta jiwa [74] masyarakat Mesir pengikut ajaran Islam dari total populasi penduduknya sebanyak 110.132.806 juta jiwa [75] tidak jauh beda dengan Indonesia dengan penganut agama islam sebanyak 229,62 juta jiwa yaitu sekitar 87,2% dari jumlah penduduk 269,6 juta [76], serta dalam bidang pendidikan kedua negara ini memiliki kerja sama yang baik dan saling membantu dalam memberi beasiswa serta melakukan pertukaran pelajar sehingga dengan adanya persamaan antara Indonesia dan Mesir ini makin menciptakan ikatan emosional yang terjalin antara kedua negara.

Tanpa diplomasi kopi, hubungan bilateral antara Indonesia dan Mesir mungkin tidak akan sekuat saat ini. Diplomasi kopi telah membantu meningkatkan volume ekspor kopi Indonesia ke Mesir dan memperkuat hubungan persahabatan antara kedua negara. Diplomasi kopi juga membawa dampak positif bagi industri kopi dan kesejahteraan petani kopi Indonesia. Dalam konteks perdagangan internasional, diplomasi kopi telah menjadi alat yang efektif dalam mengamankan pangsa pasar yang lebih besar untuk produk kopi Indonesia di Mesir. Jika upaya diplomatik ini tidak dilakukan, Indonesia mungkin akan kesulitan dalam mempromosikan kopi Indonesia di pasar internasional dan meningkatkan citra Indonesia sebagai produsen kopi berkualitas [77].

Diplomasi kopi juga memberikan dorongan positif untuk pengembangan sektor pertanian di Indonesia dan meningkatkan taraf hidup petani. Selain itu, diplomasi kopi memungkinkan Indonesia untuk membangun hubungan yang lebih kuat dengan para importir kopi di Mesir. Ini menciptakan loyalitas yang lebih besar terhadap kopi Indonesia, membuka peluang bagi peningkatan bisnis jangka panjang, dan menciptakan hubungan yang lebih solid antara pemangku kepentingan di kedua negara. Dengan demikian, diplomasi kopi dapat menjadi sebagai salah satu strategi penting dalam mencapai tujuan politik luar negeri dan kepentingan nasional Indonesia dengan Mesir dan meningkatkan kerja

sama dalam bidang kopi. Dalam konteks ini, kopi tidak hanya menjadi produk dagang, tetapi juga alat yang efektif dalam mempromosikan nilai-nilai, kepentingan ekonomi, dan menjaga hubungan bilateral yang kokoh antara Indonesia dan Mesir.

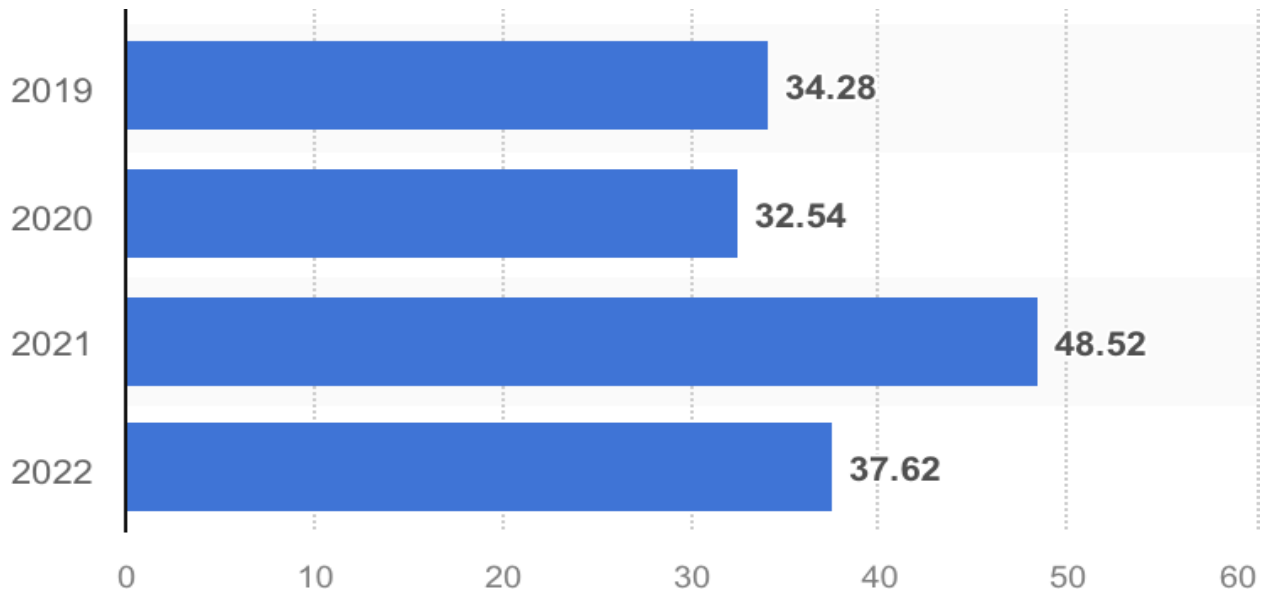
Diplomasi kopi mencerminkan kesadaran bahwa kedua negara memiliki potensi untuk saling menguntungkan dalam perdagangan kopi, dengan Mesir sebagai pasar yang menjanjikan bagi produk kopi Indonesia. Diplomasi kopi juga memberikan kesempatan bagi kedua negara untuk menjalankan kerjasama yang lebih luas dalam berbagai bidang terkait kopi, termasuk peningkatan kualitas produk dan peluang investasi di sektor kopi. Hal ini menciptakan hubungan yang lebih kuat antara kedua negara, bukan hanya dalam konteks bisnis, tetapi juga dalam hal pertukaran informasi yang terkait dengan kopi. Dengan berhasilnya diplomasi kopi, volume ekspor kopi Indonesia ke Mesir meningkat, menciptakan manfaat ekonomi bagi kedua negara. Selain itu, diplomasi ini juga berdampak positif pada hubungan politik dan diplomatik antara Indonesia dan Mesir, karena memperkuat hubungan persahabatan yang lebih dalam dan melalui diplomasi kopi, terdapat keuntungan-keuntungan yang diperoleh bagi Indonesia dalam bidang ekonomi, politik, sosial dan budaya.

1. Bidang Ekonomi

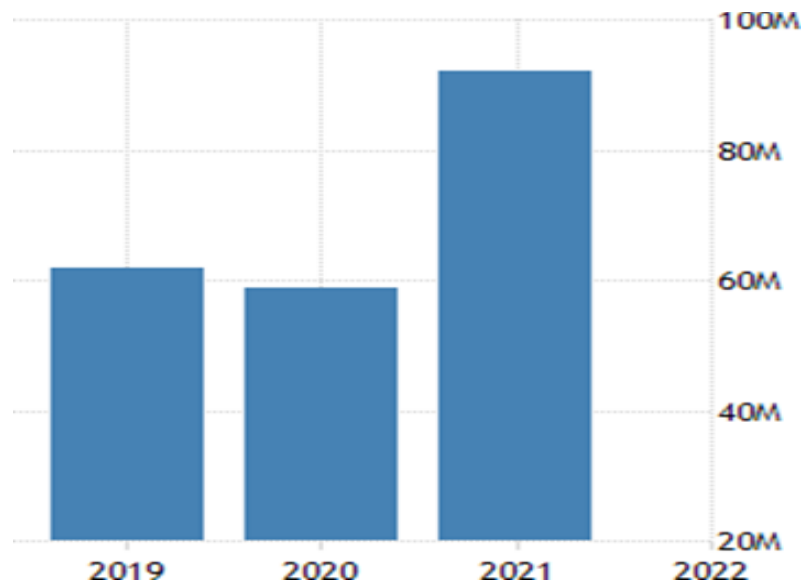
Dengan semakin meningkatnya permintaan kopi di Mesir dan besarnya minat masyarakat Mesir terhadap kopi Indonesia karena aroma dan rasanya yang unik, maka permintaan produk kopi Indonesia di Mesir pun semakin meningkat. Banyak perusahaan pengolahan di Mesir yang bekerja sama dengan Indonesia dalam pengolahan biji kopi Indonesia, dan Indonesia merupakan pemasok kopi terbesar di Mesir, menyumbang 48% dari total ekspor kopi ke Mesir. Peningkatan ekspor kopi Indonesia ke Mesir tidak terlepas dari peran pemerintah dalam menjalin kerja sama di bidang perdagangan dengan pemerintah Mesir, yang juga berdampak positif terhadap peningkatan ekspor kopi Indonesia ke Mesir.

Indonesia merupakan salah satu pasar ritel kopi terbesar di dunia dalam hal volume penjualan, didorong oleh meningkatnya permintaan domestik. Fakta ini juga menunjukkan bahwa rata-rata tingkat pertumbuhan tahunan pasar kopi Indonesia meningkat sebesar 11,4% antara tahun 2017 dan 2021. Hal ini menjadikan Indonesia sebagai pasar ritel kopi dengan pertumbuhan tercepat di dunia, termasuk Vietnam di peringkat kedua dengan 9,2%. Kemudian diikuti oleh Turki (6,8%), Filipina (6,7%), dan Meksiko (6,1%).].

Diplomasi kopi dengan Mesir dapat memberikan keuntungan yang signifikan bagi Indonesia dalam bidang ekonomi. Dapat dilihat dari tabel indikator jumlah dan pendapatan Indonesia dari ekspor kopi ke Mesir, yaitu:



Gambar 1. Indikator volume ekspor
(Sumber : statista)



Gambar 2. Indikator Pendapatan Ekspor
(Sumber : The Observatory of Economic)

Pada tahun 2019, Indonesia berhasil meraih pencapaian luar biasa dalam sektor ekspor kopi, khususnya dalam hubungannya dengan negara Mesir. Pendapatan yang dihasilkan dari ekspor kopi Indonesia ke Mesir mencapai angka yang mengesankan, yaitu sebesar 58.9 juta USD, dengan jumlah total ekspor kopi mencapai 34.280 ton dan mengalami peningkatan sebesar 5.26% jika dibandingkan dengan data pendapatan pada tahun sebelumnya. Pangsa pasar yang berhasil diakumulasi oleh Indonesia mencapai proporsi yang mencengangkan, yaitu 61,74% dari total impor biji kopi Mesir.

Dapat dilihat bahwa pencapaian ini tidak hanya mencerminkan kesuksesan Indonesia dalam memenuhi permintaan global akan biji kopi berkualitas, tetapi juga mengindikasikan pertumbuhan yang menggembirakan, Indonesia bukan hanya sekadar negara pengeksport kopi ke Mesir, tetapi juga menempati posisi puncak sebagai negara pemasok utama biji kopi untuk Mesir. Kesuksesan ini menggaris bawahi peran penting Indonesia dalam memenuhi kebutuhan biji kopi Mesir, serta mengukuhkan posisinya sebagai mitra perdagangan yang vital dalam industri kopi internasional.

Pada tahun 2020, sektor ekspor kopi Indonesia mengalami penurunan sekitar 4.73% dari tahun sebelumnya. Jumlah pendapatan tersebut telah termasuk dengan pencapaian pendapatan ekspor kopi Indonesia ke Mesir sekitar 54.9 juta USD dengan total pengiriman mencapai 32.540 ribu ton. Adanya keterbatasan akibat pandemi Covid-19 telah memberikan dampak signifikan pada industri ekspor kopi ke Mesir. Pandemi ini telah menghambat produksi dan membatasi akses pasar internasional bagi produsen kopi.

Pada tahun 2021, ekspor kopi ke Mesir mencapai angka yang mengesankan, yaitu sebesar 87.6 juta USD dengan total volume ekspor kopi mencapai 48.520 ton. Walaupun pada tahun sebelumnya sempat terjadi penurunan dari ekspor kopi yang dilakukan Indonesia ke Mesir. Namun tahun 2021 menjadi tahun dengan pencapaian luar biasa dalam sektor ekspor kopi terutama dengan Mesir. Tidak hanya pendapatan yang menunjukkan pertumbuhan yang menggembirakan, tetapi jumlah ekspor kopi Indonesia ke Mesir juga mencatatkan prestasi yang mengesankan. Kuantitas ini menunjukkan upaya keras dan komitmen yang kuat dari para pelaku industri kopi di Indonesia dalam memenuhi permintaan pasar internasional, serta memberikan kontribusi yang semakin besar terhadap pertumbuhan ekonomi negara dan sebagai bukti bahwa memang kopi Indonesia menjadi produk unggulan di Mesir.

Pada tahun 2022, ekspor kopi Indonesia ke Mesir mencapai 82.17 juta USD [81] dengan total volume ekspor mencapai 37.620 ton. Meskipun terjadi penurunan di tahun sebelumnya. Namun, jika dibandingkan dengan tahun 2019 – 2020, angka pendapatan ini jauh lebih tinggi. Sehingga dapat dikatakan bahwa hingga tahun 2022 pun kopi Indonesia masih terus diminati oleh masyarakat Mesir dan mengeratkan hubungan perdagangan dengan Mesir.

Dari hasil pendapatan ini, dapat kita lihat bahwa kopi Indonesia memiliki daya tarik yang sangat khusus bagi Mesir. Meskipun pada tahun 2020 sempat mengalami penurunan yang cukup signifikan karena terbatasnya kegiatan promosi dan ekspor ke Mesir akibat pandemi Covid-19. Tidak mengurangi kepopuleran kopi Indonesia di negara Mesir. Terbukti ekspor Kopi Indonesia kembali berhasil mendapatkan perhatian di pasar Mesir pada tahun 2021. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas dan cita rasa unik kopi Indonesia memang spesial bagi masyarakat Mesir. Ini semua juga tak luput karena dipengaruhi oleh upaya promosi yang lebih intensif, inovasi dalam produk-produk kopi Indonesia, dan adanya kesadaran masyarakat Mesir akan produk-produk kopi berkualitas dari Indonesia.

Proses ekspor kopi Indonesia ke Mesir ini pun melibatkan kerja sama antara perusahaan swasta lokal dan pemerintah Indonesia yang juga memegang peranan penting dalam mengupayakan ekspor ke Mesir. Perusahaan swasta yang berperan dalam ekspor kopi menjadi agen utama dalam

menggerakkan ekonomi dan memperluas jaringan lapangan pekerja di dalam negeri. Di sisi lain, pemerintah Indonesia memiliki peran penting dalam memberikan dukungan kebijakan, infrastruktur, serta menjaga kualitas dan keamanan produk ekspor. Kerja sama ini bukan hanya menguntungkan dalam hal ekonomi, tetapi juga sebagai bukti dari praktek diplomasi publik yang mana, tidak hanya negara saja yang dapat menjadi aktor dari diplomasi, melainkan aktor-aktor non negara khususnya masyarakat, dapat menjadi bagian dari proses diplomasi.

Selain itu, terdapat pula prestasi yang diraih kopi Indonesia melalui diplomasi kopi ini melalui Bapak Imam Panbagyo yang dipilih oleh Dewan Direksi *International Coffee Organization* (ICO) sebagai Direktur Perundingan Perdagangan Internasional Kementerian Perdagangan. Ia akan menjabat sebagai Ketua Dewan ICO untuk periode 2019-2020. Keberhasilan ini membuktikan bahwa Indonesia telah mendapatkan kepercayaan dunia internasional melalui produk kopinya. Indonesia akan terus memperkuat keberlanjutan kemitraan antara pemerintah, petani dan sektor industri melalui kepemimpinannya di Dewan ICO. Hal ini dibuktikan dengan promosi kopi sebagai bagian dari menampilkan keanekaragaman budaya Indonesia dan penguatan kerja sama di bidang ekonomi melalui ekspor kopi, yang dapat meningkatkan volume perdagangan luar negeri Indonesia [82].

Melihat peristiwa tersebut, permintaan dan minat Mesir terhadap produk kopi Indonesia masih tinggi dan tidak terdapat kendala yang berarti. Eksportir kopi Indonesia optimis akan terus mengapalkan/mengekspor kopi dari Indonesia sesuai dengan perjanjian perdagangan yang ditandatangani oleh pembeli Mesir di Trade Expo Indonesia (TEI) 2019, dan kesepakatan perdagangan Seluruh Mesir juga akan tetap berada pada jalurnya. Berkat kerja sama yang erat ini. Melalui diplomasi kopi, Indonesia menciptakan citra nasional yang positif terhadap budaya Indonesia, menciptakan peluang kerja sama ekonomi untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat Indonesia, dan menggunakannya sebagai alat diplomasi untuk mencapai tujuan politik luar negeri Indonesia, khususnya di Mesir.

2. Bidang Politik

Pengembangan ekspor kopi Indonesia ke Mesir tidak hanya memberikan manfaat ekonomi semata, namun juga membawa dampak positif dalam ranah politik, terutama dalam memperkuat hubungan diplomatik yang kokoh antara kedua negara. Indonesia telah berhasil menggunakan kopi sebagai alat diplomasi yang memiliki potensi besar dalam mempengaruhi faktor-faktor emosional yang terkait dengan aspek sosial budaya suatu negara serta proses pengambilan keputusan dan pembuatan kebijakan.

Pada tahun 2019, Kedutaan Besar Indonesia di Kairo, Iwa Mulyana, bersama atase perdagangan KBRI Kairo, Irman Adi Purwanto Moefthi, melakukan kunjungan diplomatik untuk meresmikan pabrik pengolahan kopi Ahmed Al Sheikh yang merupakan salah satu penyuplai biji kopi Indonesia terbanyak di Mesir di Distrik Borg Arab, Alexandria, Mesir. Peresmian pabrik kopi ini juga disaksikan pejabat teras pabrik kopi Ahmed Al Sheikh [83].

Kunjungan diplomatik dan peresmian pabrik pengolahan kopi di Mesir ini menciptakan beberapa keuntungan dalam bidang politik antara Indonesia dan Mesir antara lain, dari kunjungan diplomatik ini menggambarkan keseriusan Indonesia dalam menjalin hubungan yang kuat dengan Mesir. Tindakan ini dapat memperkuat hubungan bilateral antara kedua negara dan memperlihatkan komitmen politik Indonesia terhadap kerja sama dengan Mesir, dan kunjungan diplomatik yang disaksikan oleh pejabat pabrik kopi Ahmed Al Sheikh dapat memberikan pengakuan politik atas peran penting Indonesia dalam menyediakan biji kopi bagi industri Mesir. Ini dapat membuka pintu untuk dukungan politik lebih lanjut di tingkat regional atau internasional.

Meskipun adanya keterbatasan ekspor pada tahun 2020 akibat pandemi Covid-19. Namun, melalui diplomasi kopi di tengah pandemi dapat dianggap sebagai simbol kerja sama dan kekuatan resiliensi dalam menghadapi tantangan global. Negara-negara yang tetap menjalin kerja sama dalam kondisi sulit dapat memberikan pesan positif tentang komitmen politik mereka terhadap hubungan bilateral yang kuat. Ini dibuktikan oleh Indonesia dan Mesir yang masih terus melakukan ekspor kopi walaupun dalam angka yang sedikit dibanding tahun-tahun yang lain namun solidaritas politik antara Indonesia dan Mesir memperlihatkan bahwa Indonesia tetap berusaha menyuplai kopi ke Mesir dan Mesir juga terus berusaha menyediakan kebutuhan masyarakatnya.

Melalui kebijakan diplomasi kopi ini, Indonesia telah berhasil menjaga hubungan yang baik dengan Mesir, memberikan sumbangan positif dalam menjaga stabilitas regional, serta berkontribusi dalam upaya menjaga perdamaian dan kerjasama lintas batas. Keberhasilan diplomasi kopi menjadi contoh nyata tentang bagaimana ekonomi dan budaya dapat menjadi jembatan untuk membangun hubungan diplomatik yang kuat dan berkelanjutan antara dua Negara [84].

Pentingnya ekspor kopi Indonesia ke Mesir dalam konteks politik terutama dalam upaya pembentukan kemitraan strategis. Indonesia memiliki peranan penting sebagai mitra dagang terbesar Mesir di Asia Tenggara, sementara Mesir juga menjadi mitra dagang utama Indonesia di wilayah Afrika [85]. Dengan demikian, dinamika ini menciptakan dasar yang kokoh untuk memperluas kolaborasi yang bermanfaat di berbagai sektor, serta memperdalam kerja sama yang saling menguntungkan bagi kedua negara.

Terkait dengan hal ini, pada saat penelitian ini dilakukan, Indonesia dan Mesir telah menyepakati sebuah forum Komisi Dagang Bersama (*Joint Trade Committee*) dengan Mesir pada tahun 2021, dengan tujuan menjadi platform yang memfasilitasi berbagai potensi kerja sama kemitraan antara Indonesia dan Mesir. Komisi ini akan memiliki peran yang signifikan dalam menjelajahi isu-isu strategis yang terkait dengan perdagangan, investasi, industri, pertanian, energi, pariwisata, serta beragam aspek lainnya. Terlebih, Indonesia mengundang Mesir untuk memperkuat kolaborasi di bidang pendidikan, budaya, sosial, dan agama guna memperluas dimensi kerja sama kedua Negara [86]. Lalu pada 15 Mei 2023, kerja sama ini telah berhasil ditandatangani oleh Menteri Perdagangan RI, Zulkifli Hasan dan Menteri Perdagangan dan Industri Mesir, Ahmed Samir Saleh di Kairo, Mesir [87].

3. Bidang Sosial dan Budaya

Melalui ekspor komoditas biji kopi ke Mesir, Indonesia memiliki kesempatan untuk mempromosikan kekayaan serta keragaman budaya yang dimiliki oleh bangsa ini. Sebagai negara dengan warisan seni dan budaya yang sangat beragam, termasuk tari, musik, sastra, seni rupa, dan kuliner yang menggugah selera masyarakat di seluruh dunia, Indonesia dapat menarik minat serta mendapat simpati dari masyarakat Mesir melalui produk unggulan seperti kopi. Pemanfaatan peluang ekspor kopi ke Mesir juga menjadi medium bagi Indonesia untuk secara efektif mengenalkan kebudayaannya kepada masyarakat lokal maupun internasional. Dengan demikian, ekspor biji kopi menjadi tidak hanya sekadar perdagangan komoditas tetapi juga sebuah sarana strategis dalam diplomasi budaya [88].

Seperti pada perayaan ‘Hari Indonesia-Mesir’ yang diadakan di Luxor. Berjarak sekitar 650 kilometer dari Kairo, penduduk setempat antusias mengantri untuk mencicipi cita rasa kopi Indonesia. Kegiatan budaya dan komersial ini dilaksanakan pada siang hingga malam hari pada 19 Februari 2019 di dua lokasi berbeda yaitu perpustakaan umum dan Luxor Conference Hall. Acara ini terselenggara atas kerja sama Kedutaan Besar Republik Indonesia (KBRI) di Kairo dan

Pemerintah Provinsi Luxor. Ratusan warga Luxor yang mengikuti acara persahabatan RI-Mesir antusias mengikuti berbagai kegiatan yang diumumkan.

Selain pertunjukan seni, juga terdapat berbagai *stand* yang memajang kerajinan tangan dan produk dari kedua negara. Dalam acara ini, Indonesia menampilkan produk-produk domestiknya berupa kopi, rempah-rempah, mie instan, dan *cookies*. Sedangkan, Mesir menampilkan beragam kerajinan tangan khas warga Luxor. Untuk lebih mengenalkan produk Indonesia, KBRI Kairo juga menyediakan air panas untuk membuat kopi instan Indonesia dan mie instan kepada pengunjung. Alhasil, banyak warga yang antusias mengantri untuk mencoba produk Indonesia, khususnya kopi, selama acara berlangsung.

Helmy Fauzi, Duta Besar RI untuk Mesir menyebutkan acara tersebut merupakan langkah penguatan kerja sama Mesir dan Indonesia dibidang perdagangan dan kebudayaan. Selain menampilkan pertunjukan tari Indonesia seperti tari Rangkong, tari Pailin, Batin Kemnin, tari Onder Onder dan tari Dara Juanti. Para pengisi acarapun diundang secara khusus oleh Kementerian Pariwisata dari tim tari Pusat Kebudayaan Indonesia (Puskin) dan KBRI Kairo yaitu tim tari Gayatari Nusantara. Peragaan busana yang menampilkan kostum khas Indonesia juga digelar, membuat acara semakin meriah. Sekretaris Pendidikan dan Kebudayaan Dr. Usman Shihab juga memberikan penekanan tentang pentingnya program-program tersebut dalam mempromosikan sikap toleransi dan menghormati perbedaan budaya, yang merupakan prinsip mendasar dalam membangun buadya damai dan perdamaian [89].

Walaupun ekspor kopi dari Indonesia ke Mesir tidak mencapai tingkat yang sama seperti sebelumnya karena dampak pandemi covid-19. Namun, pada tahun 2020 penting untuk diakui bahwa diplomasi kopi tetap memiliki keuntungan yang signifikan. Diplomasi kopi terus berfungsi sebagai jembatan yang penting dalam mendukung petani kopi Indonesia yang dapat membantu mereka menjaga pendapatan dan keberlanjutan usaha pertanian mereka serta memelihara hubungan positif antara kedua Negara [90].

Melalui reputasi kualitas dan cita rasa unik biji kopi Indonesia, banyak pecinta kopi Indonesia yang menjadi terlibat aktif dalam komunitas- komunitas pecinta kopi lokal di Mesir, baik sebagai anggota maupun pengelola kedai atau bisnis kopinya sendiri. Peran diaspora juga sangat besar dalam mempromosikan kopi dan kebudayaan Indonesia. Diaspora ini tidak hanya ikut serta dalam menjual produk-produk kopi asli dari Indonesia, tetapi juga turut berperan dalam menyebarkan pengetahuan tentang cara menikmati dan menyeduh kopi secara optimal. Mereka sering kali mengadakan workshop atau sesi edukasi tentang teknik roasting (panggang) biji kopi, metode penyeduhan yang tepat, dan bahkan membagikan cerita inspiratif seputar industri kopi di tanah air.

Selanjutnya, pada rentang tanggal 5 hingga 7 Agustus 2021, melalui peran aktif KBRI di Kairo, pemerintah Indonesia menggelar lomba bergengsi yang dikenal sebagai "Top Barista" dalam rangka perhelatan festival kopi di Mesir yang berlangsung di Hotel Tulip Al Nagres, New Cairo, selama tiga hari beruntun. Acara ini dengan tekun diorganisir sebagai bagian penting dari strategi pemerintah Indonesia untuk memperkuat citra positif seputar biji kopi asal Indonesia di pasar Mesir. Lomba "Top Barista" ini diikuti oleh peserta-peserta terbaik di ranah barista dari beragam perusahaan kopi ternama di Mesir, dan mereka memperoleh kesempatan untuk mengolah biji kopi Indonesia yang telah dikirimkan secara eksklusif dari Indonesia untuk menunjang kesuksesan acara ini. Ragam biji kopi yang dikompetisikan berasal dari berbagai wilayah di Indonesia yang dipilih dengan teliti, termasuk biji kopi yang tumbuh subur di Sumatera, Temanggung, Malang, serta Flores, menghadirkan kekayaan cita rasa dan aroma dari beragam sudut Indonesia [91].

Lomba barista ini tidak hanya tentang pengolahan dan minum kopi, tetapi juga tentang seni dan budaya di baliknya. Ini mencakup cara penyajian kopi yang indah dan cerita di balik setiap cangkir kopi dan melalui acara ini menjadi kesempatan untuk memperkenalkan elemen-elemen budaya Indonesia yang terkait dengan kopi, seperti cara tumbuhnya, metode pengolahan khas, dan budaya seputar kopi, dapat meningkatkan pemahaman tentang kebudayaan Indonesia. Festival internasional seperti ini adalah kesempatan baik untuk membangun hubungan diplomatik dan budaya antara Indonesia dan Mesir. Ini bisa menjadi jembatan untuk pertukaran budaya, pengetahuan, dan kerja sama di bidang lain. Pengenalan kebudayaan Indonesia melalui festival kopi dapat menjadi daya tarik tambahan bagi wisatawan Mesir yang ingin mengenal lebih dekat budaya dan kopi Indonesia sehingga ini dapat memberikan dorongan tambahan untuk pariwisata Indonesia.

Ekspor kopi ke Mesir memiliki dampak yang sangat signifikan terhadap para petani kopi di Indonesia, contohnya para petani kopi di Lampung, Sumatra Selatan. Mereka merupakan salah satu pelaku dalam pengekspor kopi ke Mesir yang berhasil menghasilkan sekitar Rp3,5 miliar selama tahun 2022 dengan berpartisipasi aktif dalam mengirimkan sebanyak 3.000 ton kopi robusta ke pasar Mesir. Keberhasilan ini bukan hanya mencerminkan prestasi individu, melainkan juga menjadi bukti nyata dari kerja sama sinergis yang terjalin di berbagai tingkatan, termasuk diantaranya peran pemerintah pusat dan pemerintah daerah, Badan Usaha Milik Negara (BUMN) dan pelaku usaha di sektor kopi, serta pemangku kepentingan terkait lainnya [92].

Kemudian ada kopi Gayo yang tumbuh subur di lereng-lereng pegunungan Aceh dan adalah salah satu varietas kopi Arabika yang paling dihargai, bukan hanya oleh masyarakat Indonesia tetapi juga mencuri perhatian pecinta kopi di berbagai belahan dunia khususnya Mesir. Dibalik kopi Gayo, ada jerih payah serta komitmen yang tak terelakkan dari para petani yang mengabdikan pada tanaman kopi mereka. Mereka dengan tekun merawat tanaman kopi tersebut dan mengolahnya hingga menjadi biji kopi berkualitas tinggi yang dapat dinikmati oleh masyarakat global.

Petani-petani ini terhimpun dalam Koperasi Panca Gayo Coffee. Bukan hanya menjadi bagian penting dalam rantai pasok ekspor Indonesia. Tetapi, juga mendapatkan pendampingan dan dukungan intensif dari kantor wilayah Direktorat Jenderal Kekayaan Negara (DJKN) wilayah Aceh serta Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Bener Meriah. Inisiatif ini menitikberatkan pada konsep sentralisasi produksi kopi, yang menjadi komponen integral dalam kerangka Klaster Kopi di desa devisi, provinsi Aceh. Di dalamnya, tergabung lebih dari 250 petani kopi yang tersebar di sepuluh desa di Kabupaten Bener Meriah, Aceh, dan mereka berperan sebagai tulang punggung dalam mencapai pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan di desa devisi [93]. Kolaborasi kuat ini, melibatkan pemerintah, para petani, serta berbagai pemangku kepentingan lainnya, tidak hanya mendorong promosi kualitas unggul kopi Gayo, tetapi juga secara positif memperkuat kesejahteraan petani kopi Indonesia. Dengan demikian, cerita di balik kopi Gayo menjadi salah satu contoh nyata tentang bagaimana peran aktif dan sinergi semua pihak dapat menciptakan dampak positif yang berkelanjutan dalam perkembangan industri kopi di Indonesia.

Diplomasi kopi ini tidak hanya berupaya meningkatkan kinerja ekspor kopi Indonesia ke Mesir. Tetapi, juga memiliki dampak yang signifikan terhadap meningkatnya kesejahteraan dan ekonomi para petani kopi di seluruh Indonesia. Melalui pengembangan dan keterampilan pasar ekspor yang kuat dan strategis seperti Mesir, para petani kopi di berbagai wilayah Indonesia dapat merasakan manfaat positif dari hasil panen mereka, meningkatkan pendapatan, dan pada akhirnya, mencapai taraf hidup yang lebih baik. Dengan demikian, ekspor kopi ke Mesir bukan hanya sekadar transaksi bisnis, melainkan juga merupakan bagian dari sebuah perjalanan yang lebih besar untuk mendukung petani-petani Indonesia dalam mencapai keberlanjutan ekonomi dan sosial yang lebih baik.

5. KESIMPULAN

Diplomasi kopi Indonesia dalam kerja sama dengan pemerintah Mesir merupakan implementasi dari diplomasi publik yang memanfaatkan konsep *nation branding*. Dalam konteks ini, kopi menjadi alat untuk mempromosikan citra positif Indonesia dan memperkuat hubungan bilateral dengan Mesir. Kopi juga menjadi simbol dari kekayaan budaya dan potensi ekonomi Indonesia, serta menjadi jembatan untuk membangun pemahaman dan koneksi antar bangsa.

Perhelatan seperti pameran dan seminar tentang kopi Indonesia telah memiliki dampak yang sangat signifikan dalam diplomasi kopi antara Indonesia dan Mesir. Melalui strategi ini yang merupakan salah satu pelaksanaan dari diplomasi publik dan *nation branding*, kopi Indonesia telah berhasil membuktikan eksistensinya di Mesir dan memperkuat citranya sebagai produsen kopi di Mesir, yang dengan memanfaatkan strategi ini Indonesia telah berhasil memperkuat kerja sama dengan Mesir dan dapat memberikan keuntungan bagi Indonesia dalam bidang ekonomi yang mana Indonesia merupakan pemasok kopi terbesar di Mesir yang memegang sebesar 48% dari total ekspor kopi ke Mesir. Sehingga dapat membantu Indonesia meningkatkan pendapatan Negara.

Dalam bidang politik, diplomasi kopi ini berhasil menjaga hubungan bilateral antara Indonesia dengan Mesir. Melalui kerja sama dalam bidang kopi, Indonesia dan Mesir berhasil membentuk Komisi Dagang Bersama untuk memfasilitasi eksplorasi berbagai potensi kerja sama antara kedua negara ini. Selanjutnya dalam bidang sosial dan budaya, diplomasi kopi pun memberikan keuntungan yaitu budaya Indonesia pun dapat dikenal di negara lain dan melalui ekspor kopi para petani kopi di Indonesia dapat terus memiliki mata pencaharian.

Melalui keberhasilan strategi dan upaya kerja sama yang kuat dalam industri kopi di Mesir, pemerintah Indonesia dapat terus mengembangkan upaya-upaya seperti melakukan pameran kopi serta lomba untuk para barista dengan menggunakan biji kopi dari Indonesia, untuk memperkenalkan kopi Nusantara secara konsisten di Mesir dan juga pemerintah Indonesia dapat menerapkan strategi yang telah berhasil ini dalam kerja sama nya dengan negara-negara lain. Tak hanya itu, keberhasilan diplomasi kopi ini mampu membuat Indonesia dan Mesir membuka jalan pertumbuhan kerja sama lintas sektor yang bermanfaat bagi kedua negara

REFERENSI

- [1] Arikunto, S. (2013). *Research Procedure: A Practical Approach*. Jakarta: Rineka Cipta
- [2] Djelantik, S. (2018). *Diplomasi: Antara Teori & Praktik*. Graha Ilmu.
- Emilia, R. (2013). *Praktek Diplomasi*. Baduouse Media.
- [3] Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2000)
- [4] Melissen, J..(2005). *The New Public Diplomacy : Soft Power In International Relations* (Palgrave Macmillan, Basingstoke,)
- [5] Matutina, T. G. C. (2020). *Diplomasi Publik Korea Selatan Pasca Pencabutan Larangan Hallyu Di Tiongkok (2017-2019)* (Doctoral Dissertation, Universitas Komputer Indonesia).
- [6] Olins, W. (2005). *Wally Olins On Brand*. Thames & Hudson.

- [7] Setiawan, R., & Herawati, A. (2019). "Enhancing The Competitiveness Of Indonesian Coffee In The Egyptian Market." *Journal Of Management And Business Innovation*.
- [8] Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian:Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*.
- [9] Supranto, J. (2003). *Metode Penelitian Hukum Dan Statistik / J. Supranto*. Jakarta Rineka Cipta.
- [10] Temporal, P. (2014). *Branding For The Public Sector: Creating, Building And Managing Brands People Will Value*.
- [11] Wiersma, W. (1986). *Research Methods In Education: An Introduction*
- [12] Anholt, S. (2006) Public Diplomacy and Place Branding: Where's the Link. *Journal of Communication Management* 2 (4), p. 271-276. <http://proquest.umi.com>
- [13] Candra, G. A. E. Perspektif Hukum Internasional Mengenai Kerja Sama Bilateral, 2022. <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/JJPP/article/view/52033>
- [14] De Gouveia, P.F. (2006) The Future of Public Diplomacy. In: J. Noya (ed). *The Present and Future of Public Diplomacy: A European Perspective*, 6/.../2006, Working Paper 2006/6 from The 2006 Madrid Conference on Public Diplomacy
- [15] Gregory, Bruce, 2008, Public Diplomacy : The Sunrise of an Academic Field, *The ANNALS of The American Academy of Political and Social Science*. <http://ann.sagepub.com/cgi/content/abstract/616/1/274>
- [16] Intenilia. A. A. M. Coffee Diplomacy In Jokowi's Era: The Strategy Of Cultural And Economic Diplomacy Of Indonesia's Foreign Policy
- [17] Intenilia, A. A. M. (2022). Foreign Policy, Public Diplomacy, and Social Media: Observing
- [18] Indonesian Missions Practices. *Nation State: Journal of International Studies*, Vol. 6(1), 11. https://www.researchgate.net/publication/371988546_Foreign_Policy_Public_Diplomacy_and_Social_Media_Observing_Indonesian_Missions_Practices
- [19] Kagan, J. (2021). *Bilateral Trade Definition and Pros & Cons of Agreements*.
- [20] Government and Policy. <https://www.investopedia.com/terms/b/bilateral-trade.asp>
- [21] KBRI Kairo. Laporan Kinerja Tahun 2022 Kedutaan Besar Republik Indonesia Kairo. Ma'mun, A. S. (2012). Diplomasi Publik dalam Membangun Citra Negara. *KOMUNIKOLOGI: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 9(2). <https://www.esaunggul.ac.id/diplomasi-publik-dalam-membangun-citra-negara/>
- [22] Manurung, H. (2021). Enhancing Bilateral Cooperation: Indonesia-Russia Defense Relations. *Journal of Advance in Social Sciences and Policy*, 1 (1), 1–16. <https://jassp.lppm.unila.ac.id/index.php/jassp/article/view/28>
- [23] Nikolova, M.S. and Hassan, S.S. (2013), "Nation Branding Effects On Retrospective Global Evaluation Of Past Travel Experiences", *Journal of Business Research*, Vol. 66 No. 6, pp. 752-758.
- [24] Ni Wayan Rainy Priadarsini Sukiada, A. A. A. I. P. (2020). NATION BRANDING KOPI Arabika Kintamani (Studi Kasus: Kopi Gunung Catur, Desa Catur, Kintamani, Bangli). *Soca: Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, 14 (1), 180–193. <https://doaj.org/article/52ea92fac9b64021a1e67ee71011354b>

- [25] Rahardjo, L. 2010. Do we really need nation branding. <http://the-marketeers.com/> Reich, A. (2010). BILATERALISM VERSUS MULTILATERALISM I INTERNATIONAL ECONOMIC LAW: APPLYING THE PRINCIPLE OF SUBSIDIARITY. The University of Toronto Law Journal, 60(2), 263–287. <http://www.jstor.org/stable/40801406>
- [26] Sari, D. F. (2021). Upaya Pemerintah Dalam Membangun Brand Image Indonesia Melalui Kopi. Hlm 5-7. <https://dspace.uui.ac.id/bitstream/handle/123456789/34038/14323092%20Desy%20Fatma%20Sari.pdf>
- [27] Suryana, A., M.Pd. Tahap-Tahapan Penelitian Kualitatif. http://file.upi.edu/Direktori/FIP/JUR._ADMINISTRASI_PENDIDIKAN/197203211999031ASEP_SURYANA/Copy_%285%29_of_LANGKAH_PENELITIAN_KUALITATIF.pdf
- [28] Sophiana Widiastutie, Chusnu Syarifa Diah Kusuma, Ari Pradhanawati, M. A. S. 2022). Diplomasi Kopi Indonesia di Kancan Dunia. Indonesian Perspective, 7(2), 180–204. <https://ejournal.undip.ac.id/index.php/ip/article/view/50778>
- [29] Thompson, A., & Verdier, D. (2014). Multilateralism, Bilateralism, and Regime Design. International Studies Quarterly, 58(1), 15–28. <http://www.jstor.org/stable/24017843>
- [30] Universitas Medan Area. Pengertian Serta Contoh Hubungan Bilateral Unilateral, Multilateral <https://barki.uma.ac.id/2021/11/29/pengertian-serta-contoh-hubungan-bilateral-unilateral-multilateral/#:~:text=Hubungan%20bilateral%20merupakan%20suatu%20jenis,budaya%20di%20antara%20dua%20negara>
- [31] Wang, J. (2006) Public Diplomacy and Global Business. The Journal of Business Strategy 27(3), hlm 43-58. https://www.jura.fu-berlin.de/fachbereich/einrichtungen/oeffentliches-recht/lehrende/bolewski/dokumente/4Governance_and_sovereignty/Wang_public_diplomacy_and_global_business.pdf
- [32] Wicaksono, D. P. Faktor - Faktor Peningkatan Ekspor Kopi Indonesia Ke Mesir Tahun 2015 – 2020 Oleh Dicky Prayoga Wicaksono https://repository.unsri.ac.id/61137/6/RAMA_84201_07041181621178_0001057901_0008109301_01_front_ref.pdf
- [33] Widiastutie, S. Diplomasi Kopi Indonesia di Kancan Dunia oleh Sophiana Widiastutie <https://ejournal.undip.ac.id/index.php/ip/article/view/50778>
- [34] Zhang, J. (2015). The Foods of the Worlds: Mapping and Comparing Contemporary Gastrodiplomacy Campaigns. International Journal of Communication, 9(2015), 15. <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/2847/1316>
- [35] Kemlu. (2019). Indonesia dan Mesir Sepakati Tingkatkan Kerja Sama Ekonomi dan Konsuler. <https://kemlu.go.id/portal/id/read/406/berita/indonesia-mesir-sepakati-tingkatkan-kerja-sama-ekonomi-dan-kekonsuleran>
- [36] Andryanto, S. D. (2021). 6 Varian Kopi Indonesia Legenda di Pasar Dunia, Kopi Gayo Sampai Kopi Kintamani. Tempo. <https://travel.tempo.co/read/1451033/6-varian-kopi-indonesia-legenda-di-pasar-dunia-kopi-gayo-sampai-kopi-kintamani>
- [37] Annur, C. M. (2022). 10 Negara Tujuan Utama Ekspor Kopi Indonesia (2022). <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/03/16/dari-as-sampai-rusia-ini-negara-tujuan-ekspor-kopi-indonesia-pada-2022>

- [38] Awali Tahun 2022, Kedai Kopi Asal Indonesia Kembali Diresmikan di Mesir. (2022). Kemlu. <https://kemlu.go.id/portal/id/read/3335/berita/awali-tahun-2022-kedai-kopi-asal-indonesia-kembali-diresmikan-di-mesir>
- [39] Apa Itu Kopi Moka Yuk, Cari Tahu!. (2020). Nescafe. <https://www.nescafe.com/id/artikel/mengenal-kopi-moka#:~:text=Menurut%20sejarah%2C%20kopi%20mocha%20berasal,dengan%20rasanya%20yang%20kecokelat%2Dcokelatan>
- [40] Banteninfo. (2016). Analisa Dinamika Hubungan Indonesia dan mesir dan Prospek Kepentingan Nasional Indonesia. <https://banteninfo.com/analisa-dinamika-hubungan-indonesia-mesir-dan-prospek-kepentingan-nasional-indonesia/>
- [41] (BPS), B. P. S. (2022). Ekspor Kopi Menurut Negara Tujuan Utama, 2000-2022. <https://www.bps.go.id/statictable/2014/09/08/1014/ekspor-kopi-menurut-negara-tujuan-utama-2000-2022.html>
- [42] Cindyara, A. (2021). Indonesia Dorong Pembentukan Komisi Dagang Bersama Dengan Mesir. Antara News. <https://www.antaranews.com/berita/2471873/indonesia-dorong-pembentukan-komisi-dagang-bersama-dengan-mesir>
- [43] Diplomasi Kopi Indonesia ke Mesir: Strategi Peningkatan Volume Ekspor Kopi. Kumparan. <https://kumparan.com/ria-agustina-larasati/diplomasi-kopi-indonesia-ke-mesir-strategi-peningkatan-volume-ekspor-kopi-1x1HlnUf4SR>
- [44] DiplomaticCorner. (2021). RRI Voice Of Indonesia. <https://voionews.id/index.php/international-news/item/13994-diplomatic-corner>
- [45] Export Volume Of Coffee From Indonesia To Egypt From 2014 To 2022. (2023). <https://www.statista.com/statistics/1037584/indonesia-coffee-export-volume-to-egypt/> Hari Kopi Sedunia, Penemu Kopi dan Sejarah Masuk ke Indonesia. 2021. Detik. <https://www.detik.com/edu/detikpedia/d-5747324/hari-kopi-sedunia-penemu-kopi-dan-sejarah-masuk-ke-indonesia>
- [46] Hestyarini, F. (2021). Diplomasi Kopi Bikin Lengket Persahabatan Indonesia-Mesir. Rakyat Merdeka. <https://rm.id/baca-berita/internasional/89877/diplomasi-kopi-bikin-lengket-persahabatan-indonesiamesir>
- [47] Indonesia Adakan Lomba Barista Pada Festival Kopi Mesir. (2021). Antara News. <https://www.antaranews.com/berita/2313966/indonesia-adakan-lomba-barista-pada-festival-kopi-mesir>
- [48] Indonesia Dorong Pembentukan Komisi Dagang Bersama Dengan Mesir. (2021). Antara News. <https://www.antaranews.com/berita/2471873/indonesia-dorong-pembentukan-komisi-dagang-bersama-dengan-mesir>
- [49] Indonesian Embassy in Cairo actively promotes country's coffee exports. (2022). International Comunicaffe. <https://www.comunicaffe.com/indonesian-embassy-in-cairo-promotes-indonesias-coffee-exports-to-egypt/>
- [50] Indonesia Exports Of Coffee, Coffee Husks, Substitutes With Coffee To Egypt. (2023). <https://tradingeconomics.com/indonesia/exports/egypt/coffee-coffee-husks-substitutes-coffee>
- [51] Indonesia Mendorong Sinergi Diplomasi Kopi Berkelanjutan dan Berdaya Saing untuk Peningkatan Ekspor di Pasar Global. (2022). Kemlu. <https://kemlu.go.id/portal/id/read/3722/berita/indonesia-mendorong-sinergi-diplomasi-kopi-berkelanjutan-dan-berdaya-saing-untuk-peningkatan-ekspor-di-pasar-global>

- [52] Instagram. @indonesianincairo. (2022, Maret 26). Potensi Transaksi Indonesia Cairo Supermarket Expo 2022 Miliaran Rupiah. https://www.instagram.com/p/CbkhlRHDgW9/?img_index=3
- [53] KBRI Kairo Fasilitas Ekspor Kopi Antara Pebisnis Indonesia-Mesir. (2022). Antara News. <https://www.antaranews.com/berita/2624725/kbri-kairo-fasilitas-ekspor-kopi-antara-pebisnis-indonesia-mesir>
- [54] KBRI Kairo "Diplomasi" Kopi Indonesia di Mesir. (2021). Antara News. KBRI Kairo "diplomasi" kopi Indonesia di Mesir - ANTARA News Kekuatan Diaspora dalam Relasi Dagang RI-Mesir. Kompas. <https://www.kompas.id/baca/internasional/2021/02/10/kekuatan-diaspora-dalam-relasi-dagang-ri-mesir/>
- [55] Kopi Keliling. Mesir : Tradisional dan Cinta Kopi <https://kopikeliling.com/lifestyle/mesir-yang-tradisional-cinta-kopi-itu.html>
- [56] Lawan Covid-19: Mendag: Ekspor Produk Kopi Indonesia Ke Mesir Tetap Jalan. (2020). Kementerian Perdagangan RI. <https://www.kemendag.go.id/berita/siaran-pers/lawan-covid-19-mendag-ekspor-produk-kopi-indonesia-ke-mesir-tetap-jalan>
- [57] Mendag Tegaskan Komitmen Perkuat Kemitraan Pengusaha Indonesia-Mesir. (2022). Antara News.
- [58] Mendag Zulkifli Hasan Tanda Tangan MoU Pembentukan Joint Trade Committee Indonesia-Mesir. (2023). Kemendag. <https://www.kemendag.go.id/berita/siaran-pers/mendag-zulkifli-hasan-tanda-tangani-mou-pembentukan-joint-trade-committee-indonesia-mesir>
- [59] Muhaimin. (2019). Para Warga Luxor Mesir Antre Cicipi Kopi Indonesia. Sindo News. <https://international.sindonews.com/berita/1380574/44/para-warga-luxor-mesir-antre-cicipi-kopi-indonesia>
- [60] Nasional Tempo. Pengusaha Indonesia dan Mesir Komitmen Perkuat Kemitraan Pengusaha Indonesia dan Mesir Komitmen Perkuat Kemitraan - Nasional Tempo.co
- [61] Menjadi Islam, Menjadi Indonesia. (2022). Kemenag RI. <https://kemenag.go.id/opini/menjadi-muslim-menjadi-indonesia-kilas-balik-indonesia-menjadi-bangsa-muslim-terbesar-03w0yt#:~:text=daripada%20Indonesia%3F%22,Mengacu%20data%20demografis%2C%20meng%20benar%20bahwa%20penduduk%20muslim%20Indonesia%20saat,berjumlah%20269%2C6%20juta%20jiwa.>
- [62] Peluang Peningkatan Ekspor Mesir Minati Cocoa Powder Kopi Indonesia. (2019). Ditjenbun. Kementerian Pertanian Direktorat Jenderal Perkebunan » PELUANG PENINGKATAN EKSPOR : MESIR MINATI COCOA POWDER & KOPI INDONESIA
- [63] Populasi Mesir. (2023). Population Today. <https://populationtoday.com/id/egypt/#:~:text=Populasi%20Mesir%20saat%20ini%20112.976.368%20Mingg u%2C%2027%20Agustus,1%2C542%25.%20Mesir%20memiliki%20populasi%201%2C397%25%20dari%20populasi%20dunia.>
- [64] RI Gunakan Kopi Sebagai Alat Diplomasi Budaya Dengan Qatar. (2022). Antara News. <https://www.antaranews.com/berita/3550143/ri-gunakan-kopi-sebagai-alat-diplomasi-budaya-dengan-qatar>
- [65] Rahman, M. A. (2019). Berkat Kopi Indonesia, Orang Mesir Kini Bisa "Ngopi" Lima Kali Sehari. Kompas. <https://www.kompas.id/baca/utama/2019/09/01/pabrik-kopi-indonesia-diresmikan-di-mesir>
- [66] Rizaty, M. A. (2022). 8 Negara dengan Populasi Muslim Terbanyak 2022. <https://dataindonesia.id/varia/detail/8-negara-dengan-populasi-muslim-terbesar-ada-indonesia>

- [67] Sandy, F. (2022). Laris Manis! RI Ekspor 3.000 Ton Kopi Robusta ke Mesir. CNBC Indonesia. <https://www.cnbcindonesia.com/news/20220202081302-4-312163/laris-manis-ri-ekspor-3000-ton-kopi-robusta-ke-mesir>
- [68] Sejarah Hubungan Indonesia Mesir. Kemlu. <https://kemlu.go.id/cairo/id/read/sejarah-hubungan-indonesia-mesir/1900/etc-menu>
- [69] Specialty Coffee Indonesia Diperkenalkan di Kairo. (2019). Kemlu. <https://kemlu.go.id/portal/id/read/256/view/specialty-coffee-indonesia-diperkenalkan-di-kairo>
- [70] Trade Minister leaves for Egypt to explore potential export market. (2022). Antara News. <https://en.antaranews.com/news/281595/trade-minister-leaves-for-egypt-to-explore-potential-export-market>
- [71] Yehia, A. (2022). Indonesia and Egypt forge ahead as close partners in diplomacy, trade, culture: Ambassador. Ahram Online. <https://english.ahram.org.eg/News/504971>