

BAB IV

KESIMPULAN

Berdasarkan pada pertanyaan penelitian yang dibuat penulis, yaitu **”Bagaimana upaya yang dilakukan Indonesia dalam memanfaatkan kopi sebagai citra negara melalui gastrodiplomasi kopi di Jerman?”**, penulis menganalisis bahwa terdapat berbagai upaya yang telah dilakukan Indonesia dalam memanfaatkan kopi untuk membangun citra negara. Merujuk pada pernyataan kabinet Presiden Jokowi yang masih berlangsung, disebutkan bahwa adanya keinginan untuk memperkenalkan kopi secara nilai, budaya dan ekonomi. Salah satu negara yang menjadi target pasar kopi Indonesia berada di Eropa, yaitu Jerman. Untuk itu, berbagai upaya telah dilakukan untuk memperkenalkan kopi Indonesia di Jerman.

Kepentingan Indonesia terhadap kopi ini didasari akan kopi sebagai kebutuhan konsumsi sehari-hari, mengingat juga adanya transisi budaya kopi atau *wave of coffee culture* secara mendunia. Pada gelombang pertama yang berkembang di Amerika Serikat pada tahun 1800-an dimana inovasi kopi instan terbentuk, sebelum itu kopi hanya diperjualbelikan dalam bentuk biji kopi. Memasuki gelombang kedua, kedai kopi semakin banyak dan membentuk stigma bahwa kopi memiliki proses dan pengalaman yang kompleks untuk sekedar minuman biasa. Pada gelombang ketiga, dengan adanya tingkat keingintahuan yang cukup tinggi, banyak dari kedai kopi yang lebih transparan dan memberikan informasi mengenai proses

pembuatan minuman kopi, proses *roasting*, pemetikan buah ceri pada kopi bahkan dampak sosial dari penjualan kopi terhadap petani-petani kopi yang terlibat.

Kehadiran *wave of coffee culture* secara mendunia, membantu penulis dalam menganalisis negara Jerman sebagai *potential market* untuk Indonesia. Penulis menemukan bahwa Jerman merupakan negara sebagai industri kopi terbesar di Eropa tanpa memiliki kemampuan untuk memproduksi biji kopi atau pohon kopi. Hal ini membuat Jerman memerlukan pasokan biji kopi yang banyak sehingga membuatnya sebagai importir kopi terbesar. Dalam hal itu, Indonesia melihat potensi yang cukup besar dengan berperan sebagai importir kopi, mengingat juga terdapat kopi yang bervariasi dari berbagai wilayah.

Secara budaya, Jerman seringkali digambarkan oleh media betapa eratnya masyarakat Jerman dengan minuman beralkohol. Hal tersebut tidak sepenuhnya salah, namun terdapat kesadaran masyarakat mengenai dampak dari mengonsumsi minuman beralkohol. Kesadaran ini tentunya membuat masyarakat Jerman memerlukan alternatif lain dalam hal konsumsi minuman, diantaranya adalah kopi. Popularitas bir semakin menurun ketika memasuki masa pandemi Covid-19, dikarenakan banyaknya toko yang tutup dan pembatalan acara-acara yang melibatkan minuman alkohol. Selain itu, adanya virus covid-19 juga mendorong masyarakat untuk hidup lebih sehat dengan menghindari konsumsi alkohol yang memungkinkan akan mengurangi kesehatan tubuh.

Menggunakan kopi sebagai *soft power* dan atraksi Indonesia, pemerintah ingin memberikan citra positif terhadap negara lain. Kopi sendiri dipercaya melambangkan keakraban, kekeluargaan dan salah satu bentuk pendekatan yang damai, nilai dan budaya ini merupakan citra yang ingin diberikan kepada negara lain terutama pada negara Jerman. Pada tahun 2019-2021, berbagai agenda kegiatan telah dilakukan untuk memperkenalkan kopi Indonesia. Meskipun, kegiatan yang dilakukan beriringan dengan kepentingan kopi secara ekonomi.

Penulis juga menganalisis terdapat keselarasan antara komponen diplomasi publik yang dipaparkan oleh Nicholas J. Cull dengan agenda gastrodiplomasi kopi Indonesia di Jerman. Pada tahun 2019, kegiatan pengiriman delegasi dari FKDB dan mengadakan *booth* pada pameran *World Coffee 2019* merupakan bentuk nyata dari komponen *listening* untuk mengumpulkan data mengenai pasar dan permintaan kopi di Jerman, *advocacy* sebagai upaya mempromosikan keunggulan kopi Indonesia di pasar Jerman. Memasuki tahun 2020, pembukaan kedai kopi My Bali Coffee dan pengadaan *booth* dalam toko swalayan EDEKA dan REWE merupakan perwujudan dari *listening* untuk mengumpulkan respon mengenai kopi Indonesia, *advocacy* dalam promosi kopi Indonesia yang berlanjut, *cultural diplomacy* melalui seni tari dan budaya pada kopi secara simbolis, dan *exchange diplomacy* dimana My Bali Coffee mewakili Indonesia untuk mempelajari minat masyarakat dan membentuk hubungan yang bersifat resiprokal. Pada tahun 2021, kegiatan yang dilakukan lebih

banyak dibandingkan dua tahun sebelumnya diantaranya adalah kerja sama antara My Bali Coffee dengan KOPIRA dan pengadaan *booth* pada *Frankfurt Coffee Festival 2021*. Kedua kegiatan ini meliputi komponen *listening* dalam bentuk respon memenuhi permintaan kopi Indonesia di Jerman, *advocacy*, *cultural diplomacy* dan *exchange diplomacy* dalam bentuk mempromosikan kopi secara ekonomi, nilai dan budaya.

Selain itu, terdapat keselarasan juga dengan komponen *international broadcasting*, dimana pemerintah Indonesia menggunakan media seperti radio dan internet, untuk mempromosikan kegiatan yang sudah berlangsung seperti bentuk kerjasama dengan Jazz Radio dan penggunaan internet dalam *virtual cupping* dan pelepasan formal 1,5 ton kopi antara My Bali Coffee dengan KOPIRA. Penulis merasa bahwa terdapat *overlapping* antar komponen pada kegiatan yang dilakukan oleh Indonesia, maka disimpulkan juga bahwa komponen-komponen dalam diplomasi publik tidak dapat berdiri sendiri. Namun, penulis juga melihat bahwa tidak semua komponen selaras dengan kegiatan yang telah dilakukan, yaitu *psychological warfare* (PW), dimana PW didefinisikan sebagai penggunaan komunikasi untuk mencapai suatu objektif di masa perang.

Kemudian, penulis tidak dapat menemukan bahwa *nation brand* yang dibawakan oleh Indonesia melalui nilai dan budaya kopi diterima atau tidak oleh masyarakat Jerman. Mengingat juga, bahwa penggunaan sumber budaya dan penggambaran citra suatu negara memerlukan respon jangka waktu yang panjang. Sejauh analisis berlangsung, penulis menemukan

bahwa masyarakat Jerman menilai kopi Indonesia dengan rasa yang berbeda dan bervariasi dibandingkan produk kopi negara lain. Meskipun demikian, upaya membentuk citra melalui kopi cukup berhasil dalam memenuhi kepentingan Indonesia pada bidang ekonomi. Keberhasilan ini dapat terlihat dengan banyaknya agenda gastrodipomasi kopi Indonesia di Jerman yang melibatkan kegiatan ekspor-impor antara aktor pemerintah dan non-pemerintah Indonesia-Jerman.

Sejauh penelitian ini dilakukan, penulis menemukan bahwa kopi telah digunakan sebagai alat kepentingan negara Indonesia dengan banyaknya agenda yang telah dilakukan dalam jenjang tahun 2019-2021. Namun, nampaknya hal ini tidak dapat perhatian banyak dari masyarakat Indonesia sendiri. Hal ini dikarenakan minimnya data yang dapat diakses oleh masyarakat umum yang juga mempengaruhi keterbatasan penulis dalam menganalisis penelitian ini. Maka dari itu, penulis menyarankan adanya penggunaan metode pengumpulan data primer melalui wawancara untuk mendapatkan sumber yang lebih mendetail.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

Melissen, Jan, and Wally Olins. "Making a National Brand." Essay. In *The New Public Diplomacy: Soft Power in International Relations*, Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2008.

Rancangan Strategis Kementerian Luar Negeri 2020-2024. Jakarta: Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia, 2020.

Rockower, Paul S. "Recipes for Gastrodiplomacy." *Place Branding and Public Diplomacy* 8, no. 3 (September 25, 2012): 235–46. <https://doi.org/10.1057/pb.2012.17>.

Jurnal

"Gastrodiplomacy as a Soft Power Tool to Enhance Nation Brand." <https://jmiw.uitm.edu.my/images/Journal/v7c5.pdf>.

Intentilia, Anak Agung. "Coffee Diplomacy in Jokowi's Era: the Strategy of Cultural and Economic Diplomacy of Indonesia's Foreign Policy." *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial* 4, no. 1 (2020), <https://doi.org/10.38043/jids.v4i1.2273>.

Luthfi, Athilla Muhammad. "INDONESIAN'S EFFORTS TO INCREASE COFFEE EXPORTS TO JAPAN IN THE PERIOD 2013-2017 ." *JOM FISIP VOL.8*, n.d.

“Peran Komoditas Kopi Bagi Perekonomian Indonesia - Sustainability IPB.”

<https://sustainability.ipb.ac.id/wp-content/uploads/2019/01/13.PERAN-KOMODITAS-KOPI-BAGI-PEREKONOMIAN-INDONESIA.pdf>.

Rockower, Paul S. “Recipes for Gastrodiplomacy.” *Place Branding and Public*

Diplomacy 8, no. 3 (September 25, 2012): 235–46.

<https://doi.org/10.1057/pb.2012.17>.

Szondi, Gyorgy. “Public Diplomacy and Nation Branding: Conceptual Similarities

and Differences.” *Discussion Papers In Diplomacy*, Oktober 2008.

White, Wajeana, Albert Barreda, and Stephanie Hein. “Gastrodiplomacy:

Captivating a Global Audience Through Cultural Cuisine-A Systematic

Review of the Literature.” bearworks.missouristate.edu.

<https://bearworks.missouristate.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=4519&context=articles-cnas>.

Laporan dan Dokumen Pemerintah

“Bidik Pasar Kopi Indonesia Di Jerman Lewat Uji Cocok Rasa Kopi.” Portal

Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia, Januari 28, 2021.

<https://kemlu.go.id/portal/id/read/2108/berita/bidik-pasar-kopi-indonesia-di-jerman-lewat-uji-cocok-rasa-kopi>.

“Beranda | Portal Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia.”

<https://www.kemlu.go.id/download/L3NpdGVzL3B1c2F0L0RvY3VtZW50cy9BS0lQL0tlbWVudGVyaWFuJTlwTHVhciUyME5lZ2VyaS9UYWh1biUyMDIwMjAvUmVuc3RyYSUyMETlbWVubHUIMjAyMDIwLTIwMjQu>

[cGRm](https://www.kemlu.go.id/download/L3NpdGVzL3B1c2F0L0RvY3VtZW50cy9BS0lQL0tlbWVudGVyaWFuJTlwTHVhciUyME5lZ2VyaS9UYWh1biUyMDIwMjAvUmVuc3RyYSUyMETlbWVubHUIMjAyMDIwLTIwMjQu).

“Daglu - Kementerian Perdagangan” inatrade.kemendag.go.id.
<http://ditjendaglu.kemendag.go.id/files/regulasi/uraian-tugas-pusat-promosi-perdagangan-indonesia-di-luar-negeri-id-1390394434.pdf>.

“Ekspor Kopi Menurut Negara Tujuan Utama, 2000-2020.” Badan Pusat Statistik, Juli 21, 2020. <https://www.bps.go.id/statictable/2014/09/08/1014/ekspor-kopi-menurut-negara-tujuan-utama-2000-2020.html>.

“Entering the German Coffee Market2.” CBI, <https://www.cbi.eu/market-information/coffee/germany/market-entry>.

“Export News Indonesia: Indonesian Spices.” Direktorat Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional, April 2018. http://djpen.kemendag.go.id/app_frontend/admin/docs/publication/3661548063433.pdf.

“History.” The Embassy of The Republic of Indonesia in Berlin, November 12, 2019. <https://indonesianembassy.de/history/>.

Isdarmadji, Ngungrum Qurani. “Kjri San Francisco Bawa Pengusaha Kopi Amerika Serikat Ke Tana Toraja Untuk Tingkatkan Ekspor Kopi Indonesia.” Kementerian Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi, November 1, 2019. <https://www.menpan.go.id/site/berita-terkini/berita-daerah/kjri-san-francisco-bawa-pengusaha-kopi-amerika-serikat-ke-tana-toraja-untuk-tingkatkan-ekspor-kopi-indonesia>.

“Kedutaan Besar Republik Indonesia Di Berlin, Republik Federal Jerman.” Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia. <https://kemlu.go.id/berlin/id/read/sekilas-hubungan-bilateral-indonesia-dan-jerman/1287/etc-menu>.

“Konsulat Jenderal Republik Indonesia Di Hamburg, Republik Federal Jerman.” Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia, Februari 16, 2021.

<https://kemlu.go.id/hamburg/id/news/11165/siaran-pers-kjri-hamburg-dorong-ekspor-kopi-boyolali-ke-pasar-jerman-sebagai-upaya-diplomasi-ekonomi-di-saat-pandemi-covid-19>.

“Konsulat Jenderal Republik Indonesia Di Hamburg, Republik Federal Jerman.” Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia, Februari 16, 2021. <https://kemlu.go.id/hamburg/id/news/11165/siaran-pers-kjri-hamburg-dorong-ekspor-kopi-boyolali-ke-pasar-jerman-sebagai-upaya-diplomasi-ekonomi-di-saat-pandemi-covid-19>.

“Kopi Boyolali Kopi Toraja Dan Kopi Flores-Bajawa Terbang Perdana Ke Jerman.” Portal Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia, Maret 4, 2021. <https://kemlu.go.id/portal/i/read/2219/view/kopi-boyolali-kopi-toraja-dan-kopi-flores-bajawa-terbang-perdana-ke-jerman>.

“KOPI INDONESIA DI PASAR JERMAN: FAKTA DAN STRATEGI.” Badan Kebijakan Perdagangan (BKPERDAG). <http://bkperdag.kemendag.go.id/>.

“Kopi Indonesia Dominasi Frankfurt Coffee Festival 2021.” Portal Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia, Oktober 1, 2021. <https://kemlu.go.id/frankfurt/id/news/16436/kopi-indonesia-dominasi-frankfurt-coffee-festival-2021>.

“Luas Areal Kopi Menurut Provinsi Di Indonesia, 2017-2021.” Kementerian Pertanian Republik Indonesia. <https://www.pertanian.go.id/home/index.php?show=repo&fileNum=227>.

“My Bali Coffee Kedai Kopi: Portal Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia.” My Bali Coffee Kedai Kopi | Portal Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia, Oktober 14, 2020. <https://kemlu.go.id/portal/id/read/1792/berita/my-bali-coffee-kedai-kopi->

“Promosi Agresif Kopi Indonesia Di Jerman .” Portal Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia, November 9, 2020. <https://kemlu.go.id/portal/i/read/1859/berita/promosi-agresif-kopi-indonesia-di-jerman>.

Sanjaya, Deddy. “Market Brief Kopi Di Jerman - Pdf Free Download.” adoc.pub. ADOC.PUB. <https://adoc.pub/market-brief-kopi-di-jerman.html>.

“Siaran Pers ‘KJRI Hamburg Dorong Ekspor Kopi Boyolali Ke Pasar Jerman Sebagai Upaya Diplomasi Ekonomi Di Saat Covid-19 .” Portal Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia, Februari 16, 2021. <https://kemlu.go.id/hamburg/id/news/11165/siaran-pers-kjri-hamburg-dorong-ekspor-kopi-boyolali-ke-pasar-jerman-sebagai-upaya-diplomasi-ekonomi-di-saat-pandemi-covid-19>.

“Spektakuler, Promosi Kopi Indonesia Di Jerman Catat Potensi Transaksi USD 60 Juta21.” RSS, Oktober 21, 2021. <https://www.kemendag.go.id/berita/perdagangan/spektakuler-promosi-kopi-indonesia-di-jerman-catat-potensi-transaksi-usd-60-juta>.

“The German Market Potential for Coffee.” CBI, <https://www.cbi.eu/market-information/coffee/germany/market-potential>.

Laporan Penelitian

Hermawan, Yulius Purwadi (Ed.), dkk. “Arah, Strategi Dan Kebijakan Diplomasi Soft Power Indonesia .” Essay. In *Grand Strategy Diplomasi Soft Power Indonesia*. Tim Kajian Akademik Grand Strategy Diplomasi Soft Power Indonesia, 2020.

Situs Web

“2021, Konsumsi Kopi Indonesia Diprediksi Mencapai 370 Ribu Ton: Databoks.”

Pusat Data Ekonomi dan Bisnis Indonesia.
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/07/31/2021-konsumsi-kopi-indonesia-diprediksi-mencapai-370-ribu-ton>.

A Coffee Story - A Piece of Indonesia in Berlin. YouTube, 2021.
<https://www.youtube.com/watch?v=WuZn0PMfZmc>.

Adhitia, Fitang Budhi. “Diplomasi Kopi Ala Jokowi: Bangun Kebersamaan Hingga Promosi Di Negeri Orang.” IDN Times. IDN Times, Maret 25, 2018.
<https://www.idntimes.com/news/indonesia/fitang-adhitia/diplomasi-kopi-ala-jokowi/full?page=all>.

Aisyah, Yuharrani. “Sejarah Masuknya Kopi Di Indonesia, Belanda Bawa Benih Arabika Ke Jawa Halaman All.” KOMPAS.com. Kompas.com, Oktober 1, 2020. <https://www.kompas.com/food/read/2020/10/01/170700475/sejarah-masuknya-kopi-di-indonesia-belanda-bawa-benih-arabika-ke-jawa?page=all>.

Alamsyah, Ichsan Emerald. “Kemenperin: Ekspor Kopi Terhambat Di Beberapa Negara.” Republika Online. Republika Online, Juli 22, 2020.
<https://republika.co.id/berita/qdv792349/kemenperin-ekspor-kopiterhambat-di-beberapa-negara>.

Anggita, Vina. “Diaspora Dalam Gastrodiplomasi Indonesia | Swa.co.id,” Februari 26, 2022. <https://swa.co.id/swa/trends/diaspora-dalam-gastrodiplomasi-indonesia>.

Annur, Cindy Mutia. “Produksi Kopi Indonesia Naik Jadi 774,60 Ribu Ton Pada 2021: Databoks.” Pusat Data Ekonomi dan Bisnis Indonesia, Maret 9, 2022.

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/03/09/produksi-kopi-indonesia-naik-jadi-77460-ribu-ton-pada-2021>.

Annur, Cindy Mutia. “Peluang Wanginya Industri Kopi Indonesia USAI PANDEMI.” Berita Terkini Ekonomi dan Bisnis Indonesia - Katadata.co.id, Desember 5, 2020. <https://katadata.co.id/muhammadridhoi/analisisdata/5fca6227da8b9/peluang-wanginya-industri-kopi-indonesia-usai-pandemi..>

Bestari, Novina Putri. “76,8% Warga Ri Sudah Pakai Internet, Tapi Banyak PR-Nya.” CNBC Indonesia, Januari 20, 2022. <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20220120142249-37-309046/768-warga-ri-sudah-pakai-internet-tapi-banyak-pr-nya>.

“Coffee Diplomacy.” JazzRadio, Juni 19, 2021. <https://jazzradio.net/coffee-diplomacy/#>.

Fer. “Aroma Kopi Indonesia Pikat Pengunjung World of Coffee 2019.” beritasatu.com, Juni 9, 2019. <https://www.beritasatu.com/gaya-hidup/558464/aroma-kopi-indonesia-pikat-pengunjung-world-of-coffee-2019>.

“Germany Is Threatened with Beer Shortages.” inside.beer - International beverage news from Munich. INSIDE Getränke Verlags-GmbH, Mei 17, 2022. <https://www.inside.beer/news/detail/germany-is-threatened-with-beer-shortages/>.

“Germany Is Threatened with Beer Shortages.” inside.beer - International beverage news from Munich. INSIDE Getränke Verlags-GmbH, Mei 17, 2022. <https://www.inside.beer/news/detail/germany-is-threatened-with-beer-shortages/>.

“Germany: Beer Consumption Keeps Falling.” Movendi International, Agustus 2, 2021. <https://movendi.ngo/news/2021/08/30/germany-beer-consumption-keeps-falling/>.

“Get the Facts! Learn More about German Foods.” Germanfoods.org, Maret 5, 2020. <https://germanfoods.org/german-food-facts/>.

Gibbons, Zeynita. “Aroma Kopi Indonesia Magnet Di Pameran Kopi Dunia Jerman.” Antara News. ANTARA, Juni 9, 2019. <https://www.antarane.ws.com/berita/907015/aroma-kopi-indonesia-magnet-di-pameran-kopi-dunia-jerman>.

“Govt Aims to Open 4,000 Indonesian Restaurants Overseas by 2024.” MSN, November 9, 2022. <https://www.msn.com/id-id/berita/other/govt-aims-to-open-4-000-indonesian-restaurants-overseas-by-2024/ar-AA13UUT1>.

Guevara, Julio. “What Is ‘Third Wave Coffee’, & How Is It Different to Specialty?” Perfect Daily Grind. Perfect Daily Grind, Agustus 7, 2020. <https://perfectdailygrind.com/2017/04/what-is-third-wave-coffee-how-is-it-different-to-specialty/>.

“Hambatan Logistik Pengaruhi Kinerja Ekspor Biji Kopi Di Tengah Pandemi: His Consulting.” HIS Consulting - Your Partner Business, Juli 22, 2021. <https://hisconsulting.co.id/en/hambatan-logistik-pengaruhi-kinerja-ekspor-biji-kopi-di-tengah-pandemi-2>.

“Happy International Coffee Day!” Happy International Coffee Day! - Products Eurostat News - Eurostat, Oktober 1, 2021. [https://ec.europa.eu/eurostat/web/products-eurostat-news/-/edn-20211001-1#:~:text=Italy%20and%20Germany%2C%20top%20coffee%20producers&text=Among%20the%20EU%20Member%20States,\(88%20000%2C%205%25\)](https://ec.europa.eu/eurostat/web/products-eurostat-news/-/edn-20211001-1#:~:text=Italy%20and%20Germany%2C%20top%20coffee%20producers&text=Among%20the%20EU%20Member%20States,(88%20000%2C%205%25)).

- Investments, Indonesia. “Kopi.” Kopi | Indonesia Investments, November 13, 2017.
<https://www.indonesia-investments.com/id/bisnis/komoditas/kopi/item186>.
- Kurniawan, Rendika Ferri. “5 Negara Penghasil Kopi Terbesar Di Dunia, Indonesia Peringkat Berapa? .” KOMPAS.com. Kompas.com, Mei 5, 2022.
<https://www.kompas.com/tren/read/2022/05/05/210000165/5-negara-penghasil-kopi-terbesar-di-dunia-indonesia-peringkat-berapa-?page=all>.
- “Menparekraf Dorong Kopi Nusantara Jadi Nation Branding Yang Kuat.” Media Informatif, Kreatif, dan Edukatif, Juni 10, 2021.
<http://www.redaksi9.com/read/4664/Menparekraf-Dorong-Kopi-Nusantara-Jadi-Nation-Branding-yang-Kuat#!>
- Movanita, Ambaranie Nadia Kemala. “Indonesia Produsen Kopi Terbesar Ke-4 Di Dunia, Tetapi Ekspornya Kalah Dari Swiss Halaman All.” KOMPAS.com. Kompas.com, Januari 28, 2021.
<https://money.kompas.com/read/2021/01/28/190949926/indonesia-produsen-kopi-terbesar-ke-4-di-dunia-tetapi-ekspornya-kalah-dari?page=all>.
- Manalu, Doni Sahat Tua, Harianto, Suharno, and Sri. “Posisi Daya Saing Dan Kinerja Ekspor Kopi Indonesia Di Pasar Global.” Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis. <https://jepa.ub.ac.id/index.php/jepa/article/view/295>.
- Parwitasari, Wienda. “On-Demand Delivery Keeps Indonesia's Coffee Business Brewing during Pandemic.” The Jakarta Post, Oktober 7, 2020.
<https://www.thejakartapost.com/life/2020/10/07/on-demand-delivery-keeps-indonesias-coffee-business-brewing-during-pandemic.htm>.
- Pramudyani, Yashinta Difa. “KBRI Kairo ‘Diplomasi’ Kopi Indonesia Di Mesir.” Antara News. ANTARA, Juli 31, 2021.
<https://www.antaranews.com/berita/2299702/kbri-kairo-diplomasi-kopi-indonesia-di-mesir>.

Peran Diaspora Dalam Gastrodiplomasi Indonesia - Dialog Interaktif Diaspora Seri Gastrodiplomasi. YouTube, 2022.

<https://www.youtube.com/watch?v=6-1OJxXFikg>.

Rohimah, Siti. "Bidik Pasar Kopi Di Jerman, FKDB Kirimkan Delegasi Ke ITPC Hamburg." *Forum Komunikasi Doa Bangsa*, Agustus 27, 2019. <https://fkdb.or.id/2019/08/bidik-pasar-kopi-di-jerman-fkdb-kirimkan-delegasi-ke-itpc-hamburg/>.

Rusdayanti, Nurul. "Tantangan Dan Strategi Budidaya Kopi Dalam Menghadapi Perubahan Iklim." *LCDI*, Agustus 29, 2022. <https://lcdi-indonesia.id/2022/08/29/tantangan-dan-strategi-budidaya-kopi-dalam-menghadapi-perubahan-iklim/>.

Safitri, Kiki. "Aeki Sebut Tiga Faktor Penyebab Ekspor Kopi Turun Signifikan Hingga 23%." *kontan.co.id*. *Kontan*, Desember 18, 2018. <https://industri.kontan.co.id/news/aeki-sebut-tiga-faktor-penyebab-ekspor-kopi-turun-signifikan-hingga-23>.

Sufianita, Dilla. "Kopi Indonesia Laris Manis Di World of Coffee 2019 Di Jerman." *UrbanAsia.com*. <https://www.urbanasia.com/entertainment/kopi-indonesia-laris-manis-di-world-of-coffee-2019-di-jerman-U2218>.

Sugianto, Danang. "Hasil Riset: Kedai Kopi Di Ri Bertambah 2.000 Dalam 3 Tahun." *detikfinance*, Desember 17, 2019. <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-4826275/hasil-riset-kedai-kopi-di-ri-bertambah-2000-dalam-3-tahun>.

Seymour, Margaret. "The Problem with Soft Power." *Foreign Policy Research Institute*, Februari 24, 2021. <https://www.fpri.org/article/2020/09/the-problem-with-soft-power/>.

Tambunan, Patricia. “Dubes Oegroseno Genjot Promosi Kopi Indonesia Di Jerman.” IKA Undip Beranda, Januari 30, 2021. <https://www.ikaundip.org/readmore/18695-dubes-oegroseno-genjot-promosi-kopi-indonesia-di-jerman>.

“Tiga Varian Kopi Indonesia Ramaikan Pasar Kopi Jerman – DW – 05.03.2021.” dw.com. Deutsche Welle, Maret 5, 2021. <https://www.dw.com/id/tiga-varian-kopi-indonesia-ramaikan-pasar-kopi-jerman/a-56777904>.

“Toffin Indonesia Merilis Riset ‘2020 Brewing in Indonesia.’” Toffin Insight, November 12, 2020. <https://insight.toffin.id/toffin-stories/toffin-indonesia-merilis-riset-2020-brewing-in-indonesia/>.

“Upaya Populerkan Kopi Indonesia Di Jerman .” dw.com. Deutsche Welle, November 9, 2020. <https://www.dw.com/id/upaya-populerkan-kopi-indonesia-di-jerman/a-55540128>.

“What Is Specialty Coffee - The Specialty Coffee Company.” What Is Specialty Coffee. <https://www.thespecialtycoffeecompany.com/resources/specialty-coffee/>.

“World Coffee Consumption.” <https://ico.org/prices/new-consumption-table.pdf>.

Yolanda, Friska. “Kemendag Dukung Penyederhanaan Prosedur Izin Ekspor Kopi.” Republika Online. Republika Online, Oktober 20, 2019. <https://www.republika.co.id/berita/pznys8370/kemendag-dukung-penyederhanaan-prosedur-izin-ekspor-kopi>.

Zakaria, Ismail. “Panggung Kopi Lokal Di Ajang Balap Motogp Mandalika.” kompas.id. Harian Kompas, April 3, 2022. https://www.kompas.id/baca/nusantara/2022/04/01/panggung-kopi-lokal-di-ajang-balap-motogp-e-paper?status=sukses_login&status_login=login.