

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan negara dengan iklim tropis dan tanah yang sangat subur, dimana kondisi tersebut ideal untuk budidaya kopi. Iklim tropis Indonesia yang ditandai oleh suhu hangat sepanjang tahun dan curah hujan yang tinggi, menciptakan lingkungan yang sempurna bagi tanaman kopi untuk tumbuh. Rata-rata suhu di daerah penghasil kopi berkisar antara 20 hingga 30 derajat Celsius, yang sangat sesuai untuk tanaman kopi. Pola curah hujan yang konsisten juga memastikan tanaman kopi mendapatkan air yang cukup tanpa risiko kekeringan berkepanjangan. (Syakir and Surmaini 2017)

Kesuburan tanah di Indonesia ini memiliki peran penting dalam menjadikan negara ini sebagai salah satu produsen kopi terbesar di dunia. Menurut databoks.katadata.co.id, Indonesia tercatat sebagai negara produsen kopi terbesar ketiga di dunia pada periode 2022-2023 di bawah Brazil di peringkat pertama dan Vietnam di peringkat kedua. Indonesia telah memproduksi kopi sebanyak 11,85 juta kantong, dengan produksi kopi arabika sebanyak 1,3 juta kantong dan kopi robusta sebanyak 10,5 juta kantong. Sebanyak 75% kopi yang dihasilkan Indonesia ini, berasal dari daerah dataran rendah di Sumatra dan Pulau Jawa. (Muhamad 2023)

Salah satu wilayah produsen kopi di Indonesia adalah Berastagi, yang terletak di Sumatera Utara. Berastagi dikenal dengan tanahnya yang subur dan iklimnya

yang sejuk, menjadikannya daerah ideal untuk budidaya kopi. Petani di Berastagi, seperti di banyak daerah penghasil kopi lainnya di Sumatera, memainkan peran penting dalam industri kopi Indonesia. Mereka mengolah kopi dengan metode tradisional yang diwariskan dari generasi ke generasi, sambil mengadopsi teknik-teknik modern untuk meningkatkan hasil panen dan kualitas biji kopi.

Situasi petani kopi di Berastagi mencerminkan tantangan dan peluang yang dihadapi oleh banyak petani kopi di Sumatera. Banyak dari mereka adalah petani kecil dengan lahan yang terbatas. Mereka bergantung pada hasil panen kopi sebagai sumber utama mata pencaharian. Meskipun demikian, mereka sering menghadapi tantangan seperti fluktuasi harga kopi di pasar internasional, perubahan iklim yang mempengaruhi hasil panen, dan akses terbatas ke teknologi dan pendanaan.(Siregar 2021)

Namun, ada berbagai inisiatif yang membantu para petani kopi di Berastagi dan salah satu inisiatif itu adalah *Starbucks Farmer Support Centre* (FSC). *Starbucks Farmer Support Centre* (FSC) adalah inisiatif yang diluncurkan oleh Starbucks sejak tahun 2004 untuk menyediakan pelatihan berkelanjutan bagi komunitas petani kopi di negara-negara pemasok dan produsen kopi. Program ini berfokus pada praktik bertani kopi yang baik dengan tujuan membantu petani mengurangi biaya produksi, mencegah hama dan penyakit, serta menghasilkan kopi premium yang memenuhi standar kualitas Starbucks.(Starbucks Corporation 2019)

Starbucks Coffee adalah salah satu perusahaan kopi terbesar di dunia yang telah berhasil mengekspansi bisnisnya ke berbagai negara, termasuk Indonesia. Sebagai perusahaan multinasional atau *Multinational Corporation* (MNC) atau perusahaan yang beroperasi di lebih dari satu negara, dengan kantor pusat di Amerika Serikat dan cabang-cabang atau anak perusahaan yang tersebar di berbagai negara lain, Starbucks tidak hanya menawarkan produk kopi, tetapi juga membawa budaya minum kopi ala barat ke pasar internasional. Ekspansi ini tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan penjualan, tetapi juga untuk memperkuat merek dan kehadirannya di pasar global. (Nurhasanah and Dewi 2020)

Indonesia, sebagai salah satu produsen kopi terbesar di dunia, menjadi pasar yang sangat strategis bagi Starbucks. Sejak pertama kali masuk ke Indonesia pada tahun 2002, Starbucks telah mengalami pertumbuhan yang signifikan. Namun, ekspansi ini tidak selalu berjalan mulus. Perusahaan harus menghadapi berbagai tantangan, termasuk persaingan dengan merek lokal, adaptasi terhadap preferensi dan budaya lokal, serta regulasi pemerintah yang dapat mempengaruhi operasional bisnis. (Nurhasanah and Dewi 2020)

Starbucks menggunakan strategi diplomasi bisnis untuk mengatasi tantangan-tantangan ini. Diplomasi bisnis di sini merujuk pada upaya perusahaan dalam menjalin hubungan baik dengan berbagai pihak, seperti pemerintah, mitra bisnis, dan konsumen. Salah satu praktik diplomasi dari Starbucks ini adalah menjalin kemitraan dengan PT MAP Boga Adiperkasa, yang membantu dalam distribusi dan operasional di pasar Indonesia. Selain itu, Starbucks juga mengadaptasi menu dan layanannya untuk memenuhi selera dan kebutuhan konsumen Indonesia.

Melalui strategi ini, Starbucks berupaya membangun citra positif dan memperoleh dukungan yang diperlukan untuk ekspansi bisnisnya.

Dengan dukungan FSC ini, petani kopi di Berastagi dapat meningkatkan produktivitas dan kualitas kopi mereka secara signifikan. Program pelatihan dan bimbingan yang diberikan oleh FSC mencakup berbagai aspek, mulai dari teknik budidaya kopi yang lebih efisien hingga manajemen hama dan penyakit. Petani dilatih untuk menerapkan praktik pertanian yang berkelanjutan, yang tidak hanya meningkatkan hasil panen tetapi juga menjaga kesehatan lingkungan dan kesuburan tanah jangka panjang. Ini memberikan manfaat ganda bagi para petani, yaitu peningkatan hasil panen dan perlindungan lingkungan tempat mereka hidup dan bekerja. (Pakpahan 2022)

Kopi Berastagi, dengan rasa yang khas dan berkualitas tinggi, telah berhasil memenuhi kebutuhan pasar domestik yang semakin meningkat serta menembus pasar internasional. Biji kopi yang dihasilkan di Berastagi dikenal memiliki karakteristik unik yang menarik minat konsumen dari berbagai negara. Kopi ini diekspor ke berbagai penjuru dunia, memperkuat posisi Indonesia sebagai salah satu produsen kopi terkemuka di dunia. Ekspor kopi dari Berastagi tidak hanya membawa keuntungan ekonomi bagi petani lokal tetapi juga membantu memperkenalkan kekayaan cita rasa kopi Indonesia kepada masyarakat global. (Siregar 2021)

Petani kopi di Berastagi ini terus beradaptasi dan berinovasi dalam menghadapi tantangan masa depan. Mereka mengintegrasikan pengetahuan

tradisional dengan teknologi modern untuk meningkatkan efisiensi dan kualitas produksi. Di tengah perubahan iklim dan fluktuasi pasar global, mereka tetap optimis dan terus mencari cara untuk meningkatkan kesejahteraan mereka. Dukungan dari berbagai program seperti FSC memberikan mereka alat dan pengetahuan yang diperlukan untuk bertahan dan berkembang. Dengan adanya pelatihan yang difasilitasi oleh program tersebut, para petani kini lebih mampu mengelola lahan mereka secara berkelanjutan, menggunakan teknik pertanian yang ramah lingkungan, dan memanfaatkan sistem irigasi yang efisien. Para petani ini juga diberdayakan untuk memahami dinamika pasar internasional, yang membantu mereka menyesuaikan produk mereka agar sesuai dengan permintaan global. Dengan semangat yang tak kenal menyerah, petani kopi di Berastagi menjaga tradisi mereka sambil terus berinovasi, memastikan bahwa kopi Berastagi tetap menjadi simbol kualitas dan keunggulan di pasar global. Inovasi-inovasi ini tidak hanya meningkatkan produksi dan pendapatan, tetapi juga memperkuat posisi mereka sebagai produsen kopi yang kompetitif di kancah internasional.

Melihat fenomena yang telah diuraikan, penulis tertarik melakukan penelitian terhadap strategi yang dilakukan oleh Starbucks sebagai salah satu MNC yang masuk ke Indonesia dalam menjalankan aktivitasnya melalui diplomasi sebagai metode ekspansi kapitalnya. Starbucks telah berhasil memanfaatkan berbagai strategi diplomasi untuk memperluas jangkauan dan pengaruhnya di pasar Indonesia, yang merupakan salah satu pasar berkembang dengan potensi besar di Asia Tenggara.

Dengan demikian, penulis tertarik untuk mengeksplorasi lebih dalam mengenai bagaimana strategi diplomasi ini dijalankan oleh Starbucks dan bagaimana hal tersebut berkontribusi pada keberhasilan ekspansi kapital perusahaan di Indonesia. Oleh sebab itu, penulis tertarik membuat penelitian dengan judul “**Strategi Diplomasi Starbucks Sebagai Metode Ekspansi Kapital Dalam Aktivasnya di Indonesia**”. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang komprehensif mengenai pendekatan yang digunakan oleh perusahaan multinasional dalam memasuki dan mengembangkan pasar di negara berkembang, serta dampaknya terhadap ekonomi dan masyarakat setempat.

1.2 Rumusan Masalah

Mengacu pada latar belakang yang telah diuraikan diatas, penelitian ini menghasilkan rumusan masalah yang relevan dengan tujuan analisis strategi diplomasi Starbucks sebagai metode ekspansi kapital dalam aktivasnya di Indonesia. Rumusan masalah yang dirumuskan adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana metode strategi diplomasi Starbucks sebagai ekspansi kapital dalam aktivasnya di Indonesia?

Dengan dirumuskannya masalah ini, diharapkan penelitian ini menuju pemahaman yang lebih mendalam tentang strategi dan tantangan yang dihadapi Starbucks dalam ekspansi kapital aktivasnya di Indonesia.

1.3 Tujuan Penelitian

Mengacu pada rumusan masalah yang telah dirumuskan sebelumnya, tujuan dari penelitian ini adalah untuk:

1. Untuk mengetahui metode strategi diplomasi Starbucks dalam ekspansi kapital dalam aktivitasnya di Indonesia.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Akademis

Adanya penelitian ini memiliki harapan akan bermanfaat untuk perkembangan ilmu pengetahuan dan penelitian ini juga diharapkan akan dapat digunakan untuk dasar acuan bagi penelitian lainnya yang memiliki tema sama yakni strategi diplomasi Starbucks sebagai metode ekspansi kapital dalam aktivitasnya di Indonesia.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Bagi peneliti: Bermanfaat untuk mengaplikasikan ilmu pengetahuan, terutama dalam ilmu Hubungan Internasional yang diperoleh selama masa perkuliahan di Universitas Kristen Indonesia terhadap permasalahan yang ada, serta mengasah pola pemikiran sebagai seorang akademisi yang bertujuan pada kebijakan yang tepat dan bermartabat di ruang lingkup Hubungan Internasional, guna memberikan kontribusi yang berarti bagi pihak lain di

masa mendatang. Hal ini juga bertujuan untuk memperluas wawasan dan pengalaman dalam penelitian lapangan.

2. Bagi MNC: Diharapkan bahwa hasil analisis yang diperoleh dari penelitian ini dapat menjadi pedoman bagi perusahaan MNC lainnya dalam melakukan aktivitas ekspansi kapital di suatu negara. Dengan mempertimbangkan hasil penelitian ini, perusahaan MNC lain dapat mengadopsi praktik-praktik terbaik yang telah terbukti efektif dalam meningkatkan strategi diplomasinya.
3. Bagi pembaca: Diharapkan bahwa hasil analisis yang diperoleh dari penelitian ini akan memberikan manfaat yang signifikan sebagai tambahan ilmu dan wawasan mengenai strategi diplomasi Starbucks sebagai metode ekspansi kapital dalam aktivitasnya di Indonesia, yang dapat membantu dalam pengambilan keputusan dan perencanaan strategis di masa depan.

1.5 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Dalam BAB I akan membahas mengenai latar belakang permasalahan yang mendasari penelitian ini, termasuk konteks dan signifikansi topik yang diteliti. Rumusan masalah akan diidentifikasi secara jelas untuk menetapkan fokus penelitian. Tujuan penelitian akan dirumuskan untuk mengarahkan upaya penelitian ini menuju hasil yang diharapkan. Manfaat penelitian akan dijelaskan, baik secara teoritis maupun praktis, untuk

menunjukkan kontribusi yang diharapkan dari penelitian ini. Terakhir, sistematika pembahasan akan disajikan untuk memberikan gambaran struktur dan alur dari keseluruhan isi skripsi ini.

BAB II LANDASAN TEORI DAN METODE PENELITIAN

Dalam BAB II akan membahas mengenai landasan teori yang mencakup teori-teori dan konsep-konsep yang mendasari penelitian strategi diplomasi starbucks sebagai metode ekspansi kapital dalam aktivitasnya di Indonesia. Teori dan konsep ini akan membantu menjawab permasalahan penelitian dan memberikan perspektif yang diperlukan untuk analisis. Metode penelitian yang digunakan akan dijelaskan secara rinci, mencakup jenis penelitian, pendekatan, teknik pengumpulan data, dan metode analisis data. Penjelasan ini bertujuan untuk memastikan bahwa penelitian dilakukan dengan cara yang sistematis dan ilmiah.

BAB III PEMBAHASAN

Dalam BAB III akan membahas mengenai penyajian materi yang diperoleh selama penelitian. Bab ini akan memaparkan strategi starbucks dalam menjalankan aktivitasnya sebagai *multinational corporation*. Analisis data akan dilakukan untuk menginterpretasikan temuan penelitian, mengidentifikasi pola, hubungan, dan implikasi dari data yang ada. Pembahasan ini akan memberikan wawasan mendalam mengenai hasil penelitian dan bagaimana hasil

tersebut menjawab rumusan masalah yang telah ditetapkan.

BAB IV PENUTUP

Dalam BAB IV akan membahas mengenai kesimpulan berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan. Kesimpulan ini akan merangkum temuan utama penelitian dan menjawab rumusan masalah yang telah ditetapkan. Selain itu, saran yang diperoleh dari hasil penelitian akan disampaikan, memberikan rekomendasi praktis atau arah penelitian lebih lanjut yang relevan. Bab ini akan menutup skripsi dengan menegaskan kontribusi penelitian terhadap bidang studi yang relevan dan implikasinya bagi praktek atau kebijakan.