

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Ekspor memegang peran penting dalam perekonomian nasional Indonesia. Dilaksakannya kegiatan ekspor di Indonesia memberikan dampak terpacunya pertumbuhan perekonomian Indonesia. Indonesia memiliki dua sector ekspor yaitu migas dan non migas. Ekspor migas memiliki nilai keuntungan jauh lebih besar dibandingkan non migas. Namun, pemerintah Indonesia memiliki focus yang lebih terhadap sector non migas karena ekspor ini memiliki peran yang cukup signifikan terhadap pertumbuhan perekonomian Indonesia. Tujuan pemerintah Indonesia focus terhadap sector non migas agar dapat menciptakan kondisi ekonomi yang berkesinambungan¹. Salah satunya dengan cara melaksanakan ekspor komoditas perkebunan.

Sektor perkebunan ini menjadi salah satu tulang punggung Indonesia dalam menopang perekonomian Indonesia. Jenis tanaman perkebunan sendiri dapat didefinisikan sebagai tanaman semusim dan tanaman perkebunan. Menurut UU no 18 tahun 2004, perkebunan adalah segala jenis kegiatan yang mengusahakan tanaman tertentu pada tanah atau media tumbuh lainnya dalam ekosistem yang sesuai, mengolah dan memasarkan barang dan jasa hasil tanaman tersebut dengan

¹ Putu Cendana Firjionita, Made Antara, I Made Sudarma, *Daya Saing dan Faktor-faktor yang Mempengaruhi Ekspor di Provinsi Bali*. Jurnal Agribisnis dan Agrowisata, vol, 10, No, 1, Denpasar.

bantuan ilmu pengetahuan dan teknologi, permodalan serta manajemen untuk mewujudkan kesejahteraan bagi pelaku usaha perkebunan dan masyarakat. Beberapa komoditas Indonesia yang memiliki daya Tarik di pasar internasional antarlain seperti kopi, kelapasawit, kakao, karet vanili, dan jenis rempah-rempah lainnya².

Vanili sendiri merupakan salah satu jenis rempah yang dikenalkan dari meksiko. Pada tahun 1819 pertamakali ditanam di Indonesia pada kebun raya bogor, dan pada tahun 1950 vanili mulai di budidayakan untuk di jual pada daerah Jawa Barat dan mulai menyebar di beberapa daerah lain³. Vanili adalah salah satu tumbuhan yang buahnya dimanfaatkan sebagai pemeberi rasa dan aroma pada makanan dan minyak ekstraknya digunakan sebagai parfum dan alat kecantikan. Dengan tingginya permintaan vanili pada pasar internasional menyebabkan hasil dari budidaya tanaman ini sebagian besarnya di ekspor ke beberapa negara dan penggunaan di dalam negeri terbilang sedikit.

Indonesia pernah menjadi salah satu negara yang menghasilkan vanili terbesar dan memiliki kualitas baik di dunia. Indonesia mampu memproduksi 41%-43% dari total produksi vanili dunia, dengan jumlah rata-rata 2.060 ton/tahun. Produktivitas Indonesia tergolong tinggi dengan jumlah 0,22 ton/hektar, hal ini tergolong jauh lebih tinggi dari madagaskar yang hanya sebesar 0,06 ton/hektar dan mexico sebagai negara asal dari tanahaman ini hanya berkontribusi 3,43 dari total

² Kementerian Pertanian Direktorat Jendral Perkebunan, [Kementerian Pertanian Direktorat Jenderal Perkebunan » Kawasan Perkebunan](#), Diakses pada: 23 Oktober 2023.

³ Iis Anggraeni, Eko Nurhadi, dan Sri Widayanti, *EKSPOR VANILI DAN PENGARUHNYA TERHADAP PERTUMBUHAN EKONOMI INDONESIA*, Jurnal Berkala Ilmiah Agribisnis, Vol, 8, No, 2, Surabaya.

produksi vanili dunia⁴. Jenis vanili yang dibudidayakan oleh masyarakat Indonesia umumnya varietas Jawa dan Bourbon yang memiliki kualitas tinggi, sedangkan madagaskar membudidayakan vanili berjenis Planifolia yang memiliki kualitas tinggi namun memiliki nilai perdagangan yang berbeda dengan jenis vanili yang ada di Indonesia.

Jenis Java Vanilla Beans milik Indonesia umumnya sudah di kenal lama di pasar Amerika Serikat dimana memiliki peningkatan volume ekspor setiap tahunnya yang cukup pesat. Dengan semakin berkembangnya teknologi dan kebutuhan masyarakat Amerika Serikat di berbagai bidang, permintaan vanili mengalami peningkatan terutama pada industri makanan dan industri kecantikan. Dengan tingginya permintaan kebutuhan vanili tersebut, maka kebutuhan ekspor vanili Indonesia ini mengalami banyak peningkatan. Namun vanili milik Indonesia sering dikeluhkan oleh negara pengimpor, karna vanili yang di ekspor Indonesia memiliki umur petik yang tergolong muda dan memiliki kadar vanili yang rendah, hal ini bias terjadi karna para oknum nakal ingin memperoleh keuntungan cepat dan instan. Hal ini justru berbanding terbalik dengan komoditas vanili milik madagaskar yang memiliki umur petik yang jauh lebih tua dan memiliki kadar vanil yang tinggi yang menjadikanya sangat di minati negara pengimpor⁵.

Vanili dikategorikan sebagai komoditas perdagangan internasional yang memiliki nilai yang tinggi, maka hasil ekspor dari komoditas ini mampu

⁴ *Ibid.*

⁵ Roosgandha Elizabet, *KERAGAAN DAN BUDIDAYA KOMODITAS PANILI DI INDONESIA (Studi Kasus Kabupaten Minahasa)*. Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian, Denpasar.

memberikan dampak yang signifikan terhadap devisa negara dan berdampak terhadap perluasan pasar bagi komoditas vanili ini. Pemerintah Indonesia dan beberapa lembaga terkait di harapkan mampu menjaga kualitas vanili dan memiliki standar tinggi dalam mengkategorikan vanili berdasarkan masa panennya, setidaknya terbagi menjadi 3 kelas, yaitu untuk kelas 1 ukuran vanili sekitar 18 cm yang memiliki warna coklat dan memiliki corak kekuning-kuningan untuk umur panen 7-8 bulan dan memiliki kadar vanili sebesar 19%, untuk kelas 2 ukuranya kurang dari 17 cm memiliki warna hijau kusam dan umur panennya 5 bulan dengan kadar vanili 11,5%, dan kelas 3 memiliki umur panen hanya 2-4 bulan dan memiliki warna kehijau-hijauan dengan kadar vanili hanya 7,5%⁶.

Negara utama yang menjadi tujuan utama dalam pemasaran vanili di luar negeri adalah Amerika Serikat dan Perancis. Dimana kedua negara ini memiliki sebuah organisasi yang khusus untuk pemasaran vanili impor dari Indonesia dan memiliki jaringan yang luas ke berbagai negara. Organisasi ini bernama “Univanille” dan kedua negara ini juga membentuk wadah yaitu “Asosiasi Pedagang Vanili” yang berada di Amerika Serikat dan Perancis dan “Vanilla Information Bureau” di Madagaskar.

Indonesia merupakan negara kedua terbesar dalam mengekspor vanili ke pasar internasional karna mampu memproduksi 41-43% vanili dunia. Namun untuk pasar komoditas ini masih dikuasai oleh kelompok negara berkembang dan kelompok negara maju yang telah memonopoli pasar hingga 90% dari total ekspor

⁶ *Ibid.*

dunia. Indonesia memiliki pertumbuhan ekspor vanili lebih besar 0,8% dibandingkan Madagaskar yang mengalami penurunan 3,4%. Meskipun Indonesia memiliki nilai pertumbuhan yang tergolong Plus, namun pertumbuhan Indonesia ini tergolong kecil jika dibandingkan dengan pertumbuhan ekspor vanili dunia sebesar 4,2 % pertahun⁷.

Pada 2007, Indonesia pernah menjadi negara pengekspor vanili terbesar di dunia, ekspornya mencapai 540 ton dan pada tahun tahun berikutnya Indonesia terus mengalami penurunan jumlah ekspor, dan pada tahun 2011 ekspor vanili Indonesia jumlahnya sekitar 309 ton⁸. Angka tersebut menunjukkan posisi Indonesia lebih rendah dari Jerman, Perancis, dan Belanda. Karna harganya yang sangat tinggi, vanilli memiliki julukan “ si emas hitam” untuk komoditas rempah, namun tidak semua vanili memiliki nilai jual yang tinggi, untuk vanili yang memiliki kualitas bagus pada pasar global bernilai EUR 270,40/kg untuk vanili ekstrak dan EUR 175,56/kg untuk vanili yang belum di ekstrak atau mentah pada tahun 2022⁹.

Dalam beberapa tahun terakhir ekspor vanili Indonesia terus mengalami peningkatan ke seluruh dunia sebesar USD 59 juta, dengan peningkatan ini peluang Indonesia untuk menyalip posisi Madagaskar akan semakin terbuka. Untuk memperbesar peluang tersebut, Lembaga Ekspor Impor Indonesia (LPEI) bersama Kementerian Keuangan, Direktorat Bea Cukai dan Direktorat Jendral Kekayaan

⁷ *Ibid.*

⁸ Ali Mustofa Nuzula, *PERMINTAAN EKSPOR VANILI INDONESIA KE AMERIK SERIKAT DENGAN PENDEKATAN ERROR CORRECTION MODEL*, Skripsi, Semarang: Jurusan Ekonomi Pembangunan, Universitas Negeri Semarang, Hal, 3.

⁹ *Ini Potensi Ekspor Vanili Indonesia “Si Emas Hitam” yang Menjanjikan*, Kementerian Keuangan Republik Indonesia, [Ini Potensi Ekspor Vanili Indonesia, ##Si Emas Hitam## yang Menjanjikan \(kemenkeu.go.id\)](https://www.kemenkeu.go.id), diakses pada: 24 oktober 2023.

Negara bekerjasama membangun sebuah program “#KemenkeuSatuBersinergi”. Melalui program tersebut, pemerintah berusaha meningkatkan kualitas dari produk, meningkatkan kapasitas produk, dan memperluas pasar ekspor vanili¹⁰.

Amerika Serikat merupakan negara yang konsisten dalam impor vanili dari Indonesia sejak 1977. Pada awal perkembangan ekspor vanili tahun 1977, Indonesia mengekspor vanili ke Amerika Serikat sebanyak 77,35% dari ekspor vanili dan permintaan tersebut berbentuk vanili kering yang memiliki kadar air rendah sebanyak 20-25% karena digunakan untuk memenuhi kebutuhan industri Amerika Serikat. Pada pertengahan 1980-an dan 1990-an merupakan masa kejayaan ekspor vanili Indonesia ke Amerika Serikat dimana rata-rata pertahunnya mampu mencapai 551 ton vanili di ekspor ke Amerika Serikat¹¹. Ekspor vanili ke Amerika Serikat terus mengalami penurunan yang disebabkan peningkatan permintaan terhadap negara kompetitor seperti China, dan Jerman. Namun pada 2016 Indonesia berhasil mengekspor kembali vanili ke Amerika Serikat sebanyak 347 ton. Pada tahun 2019 volume ekspor vanili terus mengalami penurunan, hingga pada tahun 2019 Indonesia hanya mampu mengekspor vanili sebanyak 172 ton¹².

¹⁰ *Ibid.*

¹¹ Ali Mustofa Nuzula, *PERMINTAAN EKSPOR VANILI INDONESIA KE AMERIK SERIKAT DENGAN PENDEKATAN ERROR CORRECTION MODEL*, Skripsi, Semarang: Jurusan Ekonomi Pembangunan, Universitas Negeri Semarang, Hal, 58-59.

¹² Humairo Shidiq Abdat, Siswanto Imam Santoso, Suryani Nurfadilah, *DAYA SAING KOMODITAS VANILI INDONESIA DI PASAR INTERNASIONAL*, Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis, Vol, 6, No, 3, Semarang.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan yang paparkan oleh penulis pada bagian latar belakang, maka rumusan masalah yang akan dibahas adalah “*Bagaimana upaya Pemerintah Indonesia meningkatkan ekspor vanili ke Amerika Serikat?*”

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang di jelaskan di atas, maka penulis akan merumuskan beberapa tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Mengetahui peran pemerintah dalam meningkatkan kualitas dan volume ekspor vanili ke nagara utama
2. Mengetahui perkembangan permintaan ekspor vanili Indonesia ke Amerika Serikat.
3. Mengetahui faktor yang mempengaruhi permintaan pasar Amerika serikat terhadap Komoditas Vanili Indonesia

1.3.2 Manfaat Penelitian

Berdasarkan pemaparan dari tujuan di atas, ada dua jenis manfaat yang didapatkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1.3.2.1 Manfaat Akademis

Diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat menambah wawasan terhadap pembaca mengenai kebijakan ekspor vanili Indonesia yang tergolong masih jarang di ketahui, dengan adanya tulisan ini juga di harapkan mampu membantu dalam penelitian selanjutnya dan mampu memberikan informasi yang

relevan pada dunia internasional bahwa Indonesia memiliki vanili dengan kualitas yang sangat baik dan siap bersaing dengan negara kompetitor lainnya.

1.3.2.2 Manfaat praktis

Diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat memberikan sumbangan pemikiran dan solusi untuk membantu meningkatkan volume ekspor vanili Indonesia terhadap pasar Amerika Serikat.

1.4 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu digunakan untuk menganalisis penelitian sebelumnya terkait kebijakan ekspor Vanilli Indonesia ke beberapa negara, dengan demikian mencegah kesamaan dengan penelitian sebelumnya. Penelitian terdahulu juga mampu memperkaya informasi yang ingin diteliti karena memiliki kesamaan dan kemiripan topik yang dijadikan sumber referensi bagi penulis. Berikut adalah beberapa penelitian terdahulu sebagai berikut:

Penelitian pertama dari Eka Purna Yudha dan Vanya Almeira Rizkika yang berjudul “Posisi dan Daya Saing Vanili Indonesia di Pasar Amerika Serikat”. Tujuan dari penelitian untuk mengetahui kemampuan daya saing vanili Indonesia di pasar Amerika Serikat. Vanili Indonesia memiliki nilai keunggulan komparatif dengan nilai rata rata *Revealed Comparative Advantage* (RCA) lebih dari satu ($RCA > 1$) dari tahun 2014-2018 yang berdayasaing tinggi. Meskipun vanili memiliki nilai RCA yang tinggi, namun masih tergolong rendah jika dibandingkan dengan komoditas rempah ekspor lainnya karena kualitas vanili Indonesia masih

rendah¹³. Diperlukan peningkatan mutu melalui penanganan pasca panen yang harus di dampingi pemerintah untuk lebih meningkatkan kualitas daya saing vanili. Kualitas dan mutu yang baik akan memberikan pengaruh harga yang baik bagi petani dan eksportir. Diperlukan dukungan sarana dan prasarana pengembangan budidaya vanili seperti pendampingan pengelolaan bibit unggul, metode penanaman yang tepat dan efisien dan bantuan vasilites teknologi pengelolaan yang lebih modern. Untuk meningkatkan kualitas mutu vanili, pemerintah harus ikut andil secara nyata dalam budidaya vanili karena vanili sendiri masih jarang dibudidayakan di Indonesia.

Penelitian yang kedua dari Iis Anggraeni, Eko Nurhadi dan Sri Widayanti yang berjudul “Ekspor Vanili dan Pengaruhnya Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia”. Tulisan ini membahas mengenai ekspor vanili Indonesia, dipengaruhi oleh produksi dan permintaan vanili dalam negeri dipengaruhi oleh volume ekspor vanili sendiri. Luas area perkebunan dan produksi vanili Indonesia dari tahun ke tahun terus mengalami penurunan dengan demikian jumlah vanili yang ada di Indonesia ketersediaannya semakin berkurang. Penurunan produksi terjadi karna pohon vanili pada daerah perkebunan tergantikan dengan tanaman jenis semusim seperti jagung dan singkong. Ekspor memiliki tujuan untuk memperbesar pasar bagi produk Indonesia, meningkatkan pendapatan negara, meningkatkan dan memperluas lapangan pekerjaan. Dalam penelitian ini juga menjelaskan bahwa tertinggalnya ekspor vanili dengan negara competitor di sebabkan oleh rendahnya produktifitas

¹³ Eka Purna Yudha, Vanya Almeira Rizkika, *Posisi Dan Daya Saing Vanili Indonesia di Pasar Amerika Serikat*, Vol, 2, Sumedang: Universitas Padjadjaran, Hal, 134.

dimana petani kurang minat terhadap vanili karena budidayanya perawatannya tergolong sulit dan membutuhkan biaya yang cukup besar. perkebunan vanili di Indonesia juga didominasi oleh rakyat yang belum mampu menerapkan standar *Good Agriculture and Good Manufacture Practies*.

Penelitian yang ketiga dari Humairo Shidiq Abdat, Siswanto Imam Santoso dan Suryani Nurfadila yang berjudul “Daya Saing Komoditas Vanili Indonesia di Pasar Internasional”. Dalam penelitian ini menjelaskan mengenai kemampuan daya saing komparatif vanili Indonesia untuk ekspor ke negara Amerika Serikat, Jerman, Perancis, dan lain lain. Dalam penelitian ini menjelaskan mengenai posisi daya saing kompetitif dalam dunia ekspor vanili di dunia internasional terjadi pada 2010-2019 pada negara tujuan ekspor vanili Indonesia. Selain memiliki kualitas yang baik, vanili milik Indonesia memiliki nilai analisis *Acceleration Ratio (AR)* sebesar 18.98, dari analisis AR ini dapat dikatakan vanili Indonesia mampu bersaing dengan vanili dari negara lain yang memiliki nilai AR yang lebih kecil seperti Belgia, Kanada, dan turki. Meskipun analisis nilai AR Indonesia tergolong tinggi, angka tersebut belum mampu mengalahkan competitor utama yaitu Madagaskar yang memiliki nilai analisis AR yang jauh di atas Indonesia dengan nilai 1,560.61¹⁴. Dari analisis nilai AR dapat dikatakan vanili Madagaskar memiliki potensi jauh lebih besar untuk menguasai pasar ekspor vanili karna memiliki nilai AR yang lebih besar dari negara-negara lain.

¹⁴ Humairo Shidiq Abdat, Siswanto Imam Santoso, Suryani Nurfadilah, *DAYA SAING KOMODITAS VANILI INDONESIA DI PASAR INTERNASIONAL*, Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis, Vol, 6, No, 3, Semarang

Penelitian keempat ditulis oleh Ade Baharudin, Muhammad Dzaki, Reza Erlangga dan Ernah yang berjudul “Kajian Potensi Komoditas Vanilla Indonesia di Pasar Internasional”. Dalam penelitian ini menjelaskan potensi yang dimiliki vanili Indonesia di pasar internasional Khususnya Amerika Serikat. RCA merupakan metode yang digunakan untuk menganalisis kekuatan komoditas suatu negara agar mampu diterima di pasar internasional, berdasarkan hasil RCA vanili Indonesia memiliki peluang diterima oleh pasar internasional. Vanili yang diekspor Indonesia sesuai dengan regulasi dari Amerika Serikat, salah satunya regulasi mengenai kandungan air dalam ekstrak vanili. Jurnal ini juga menjelaskan mengenai aspek dinamika sosial budaya yang mempengaruhi permintaan impor vanili dari Indonesia, yang dimana masyarakat Amerika Serikat gemar mengonsumsi Es krim dan makanan yang berasa vanilla¹⁵. Selain menjelaskan aspek sosial budaya, dalam jurnal ini juga menjelaskan mengenai dinamika perilaku konsumen di Amerika Serikat yang menganggap rasa vanilla merupakan rasa yang bersifat Universal dan bermakna klasik yang memiliki simbol kesederhanaan. Untuk menunjang kebutuhan masyarakatnya terhadap vanila, pemerintah Amerika Serikat memiliki kebijakan yang relevan terkait kebijakan pertanian yang semakin memperbesar potensi vanili Indonesia agar diterima di negaranya.

Penelitian yang kelima dari Ali Mustofa Nuzula berjudul “Permintaan Ekspor Vanili Indonesia Ke Amerika Serikat Dengan Pendekatan Error Correction Model”. Dalam penelitian ini menjelaskan mengenai harga riil ekspor vanili

¹⁵ Ade Baharudin, Muhammad Dzaki, Reza Erlangga dan Ernah, *Kajian Potensi Komoditas Vanilla Indonesia di Pasar Internasional*, Jurnal Unpad Prospek Agribisnis, Vol, 2, Sumedang: Universitas Padjadjaran, Hal, 112

Indonesia ke Amerika Serikat memiliki pengaruh yang dimana permintaan ekspor vanili Indonesia ke amerika serikat baik jangka panjang atau jangka pendek. Hubungan antara harga riil ekspor terhadap permintaan ekspor adalah negatif dan inelstis. Hubungan negatif ini disebabkan oleh ketika harga riil ekspor vanili Indonesia terjadi peningkatan maka akan terjadi efek substitusi. Hal tersebut akan mengakibatkan konsumen akan mencari barang pengganti yang harganya jauh lebih murah untuk menggantikan barang yang nilainya mengalami kenaikan. Harga riil ekspor vanili Indonesia dapat mengakibatkan efek pendapatan yang dimana pendapatan riil konsumen terlihat seperti mengalami penurunan. Dari penurunan ini dapat mengakibatkan menurunnya garis anggaran konsumen sehingga konsumen akan mengurangi belanjanya. Tidak hanya itu, harga riil ekspor vanili Madagaskar ke Amerika Serikat juga akan memberikan pengaruh terhadap permintaan ekspor vanili Indonesia baik itu jangka panjang ataupun jangka pendek. Hal ini dapat terjadi karna Madagaskar merupakan negara kompetitor Indonesia dalam mengekspor vanili. Nilai tukar juga memberikan pengaruh terhadap persaingan ekspor karna produk akan lebih murah jika di ekspor. Dalam ekspor vanili ke amerika serikat, efek dari melemahnya nilai tukar akan memberikan dampak dari penurunan permintaan nilai ekspor. Hal tersebut disebabkan oleh ekspor vanili Indonesia ke Amerika Serikat tidak hanya berasal dari dalam negeri, Indonesia juga membeli vanili dari negara lain dan menjualnya kembali ke negara

lain¹⁶. Dengan melemahnya nilai tukar tersebut akan meningkatkan nilai impor dari negara lain dan melemahkan daya beli untuk melaksanakan impor.

Penelitian yang keenam dari Andika Gifari Dwitama, Darsono, dan Rhina Uchyani Fajarningsih yang berjudul “Analisis Kinerja Perdagangan dan Daya Saing Komoditas Vanili Indonesia Periode 2010-2019”. Dalam penelitian ini menjelaskan ekspor vanili Indonesia pada pasar internasional memiliki nilai positif dan surplus karena nilai ekspor vanili sendiri lebih tinggi dibandingkan dengan nilai impor vanili dari negara lain. Hal tersebut berdasarkan analisis yang dilakukan dalam penelitian ini berdasarkan analisis indeks spesialisasi perdagangan (ISP) yang memiliki nilai sebesar 0,79 dan memenuhi syarat $0 < ISP < 1$ ¹⁷. Dengan demikian Indonesia dapat dikatakan sebagai negara pengekspor vanili. Berdasarkan analisis menggunakan *Revealed Comparative Advantage* (RCA), Indonesia memiliki nilai 5,71 dan nilai tersebut melebihi standarisasi yang menunjukkan Indonesia memiliki nilai keunggulan comparative di atas rata-rata negara lainnya¹⁸. Dengan demikian Indonesia menempati negara pengekspor vanili terbesar kedua setelah madagaskar. Untuk daya saing vanili Indonesia memiliki keunggulan kompetitif dan tres daya saing yang meningkat yang menduduki peringkat pertama di dunia mengalahkan competitor utama yaitu madagaskar. Hal ini berdasarkan analisis *Export*

¹⁶ Ali Mustofa Nuzula, *PERMINTAAN EKSPOR VANILI INDONESIA KE AMERIK SERIKAT DENGAN PENDEKATAN ERROR CORRECTION MODEL*, Skripsi, Semarang: Jurusan Ekonomi Pembangunan, Universitas Negeri Semarang, Hal, 110.

¹⁷ Andhika Gifari Dwitama, Darsono, dan Rhina Uchyani Fajarningsih, *ANALISIS KINERJA PERDAGANGAN DAN DAYA SAING KOMODITAS VANILI INDONESIA DI PASAR INTERNASIONAL PERIODE 2010-2019*, Jurnal AGRISTA, Vol, 10, No, 2, Surakarta.

¹⁸ *Ibid.*

Competitive Index (ECI) yang memiliki nilai rata-rata 1,109 yang melebihi angka 1 sebagai standarisasi¹⁹.

Tabel 1.1 Posisi Penelitian Terdahulu

no	Judul dan Nama Penelitian	Jenis Penelitian dan Alat Analisa	Hasil
1.	Posisi dan Daya Saing Vanili Indonesia di Pasar Amerika Serikat (2023) Penulis: Eka Purna Yudha, dan Vanya Almeira Rizkika	Kuantitatif Analisa: RCA	Kemampuan daya saing vanili Indonesia di pasar Amerika Serikat tergolong tinggi dimana Vanili Indonesia memiliki nilai keunggulan komparatif dengan nilai rata rata RCA lebih dari sat (RCA>1) dari tahun 2014-2018 yang berdayasaing tinggi.
2.	Ekspor Vanili dan Pengaruhnya terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia. (2019)	Kuantitatif Pendekatan:	Produksi, nilai tukar rupiah, harga ekspor, dan konsumsi dalam negeri memberikan pengaruh terhadap ekspor vanili Indonesia. Hasil uji parsial bahwa produksi dan konsumsi vanili dalam negeri

¹⁹ *Ibid.*

no	Judul dan Nama Penelitian	Jenis Penelitian dan Alat Analisa	Hasil
	Penulis: Iis Anggraeni, Eko Nurhadi, dan Sri Widayanti.		memberikan pengaruh positif dan signifikan kepada volume ekspor vanili Indonesia dan nilai tukar rupiah dan harga ekspor hanya memberikan sedikit pengaruh terhadap volume ekspor.
3.	<p>Daya Saing Komoditas Vanili Indonesia di Pasar Internasional. (2022).</p> <p>Penulis: Humairo Shidiq Abdat, Siswanto Imam Santoso, dan Suryani Nurfadillah</p>	<p>Kualitatif, Deskriptif</p> <p>Pendekatan:</p>	<p>Ekspor vanili Indonesia dapat menguasai pasar internasional karna memiliki nilai yang tinggi pada Analisis <i>Acceleration Ratio</i> (AR) lebih dari satu yang mampu mengalahkan negara lain seperti Kanada, Belgia, Turki. Namun dari analisis AR itu Indonesia belum mampu mengalahkan competitor utama dalam dunia vanili yaitu Madagaskar karna memiliki selisih nilai yang cukup jauh</p>

no	Judul dan Nama Penelitian	Jenis Penelitian dan Alat Analisa	Hasil
			dengan Indonesia. Daya saing yang kompetitif dalam ekspor vanili pada pasar internasional terjadi pada tahun 2010-2019.
4.	Kajian Potensi Komoditas Vanilla Indonesia di Pasar Internasional. (2023) Penulis : Ade Baharudin, Muhammad Dzaki, Reza Erlangga, dan Ernah	Kualitatif dan Kuantitatif Pendekatan:	Berdasarkan hasil RCA vanili Indonesia memiliki peluang diterima oleh pasar internasional. Vanili yang diekspor Indonesia sesuai dengan regulasi dari Amerika Serikat, salah satunya regulasi mengenai kandungan air dalam ekstrak vanili.
5.	Permintaan Ekspor Vanili Indonesia Ke Amerika Serikat Dengan Pendekatan <i>Error Connection</i> . (2013)	Kuantitatif. Pendekatan: <i>Error Connection</i>	Harga riil ekspor memiliki pengaruh cukup besar terhadap ekspor vanili Indonesia ke amerika serikat baik jangka panjang maupun jangka pendek, hubungan harga riil dan permintaan ekspor dikategorikan negative

no	Judul dan Nama Penelitian	Jenis Penelitian dan Alat Analisa	Hasil
	Penulis: Ali Mustofa Nuzula		dan inelastic.harga riil ekspor madagaskar juga memberikan pengaruh terhadap permintaan ekspor vanili Indonesia baik itu jangka panjang dan jangka pendek. Hubungan harga riil ekspor madagaskar dan permintaan riil ekspor Indonesia ke amerika serikat dikategorikan positif dan saling menggantikan.
6.	Analisis Kinerja Perdagangan dan Daya Saing Komoditas vanili Indonesia di Pasar Internasional Periode 2010-2019. (2022) Penulis: Andhika Gifari Dwitama, Darsono, dan	Deskriptif.	Kinerja perdagangan ekspor Indonesia pada pasar internasional memiliki nilai plus yang dimana nilai ekspor Indonesia lebih besar dibandingkan dengan nilai impor vanili Indonesia. Indonesia memiliki daya saing pada pasar internasional dan memiliki peluang besar untuk

no	Judul dan Nama Penelitian	Jenis Penelitian dan Alat Analisa	Hasil
	Rhina Uchyani Fajarningsih		bersaing karna memiliki keunggulan komparatif berdasarkan analisis RCA dengan nilai 5,71.

1.5 Landasan Teoritik

1.5.1 Pendekatan Diplomasi Ekonomi

Diplomasi ekonomi merupakan kebijakan suatu negara terkait produksi barang dan jasa, tenaga kerja, hingga investasi. Diplomasi ekonomi merupakan sebuah usaha yang dijalankan oleh sebuah negara untuk mengelola sumberdaya ekonomi, untuk mencapai kebijakan luar negeri tertentu²⁰. Teori Diplomasi Ekonomi ini memiliki cakupan yang jauh lebih luas dari pada perdagangan. Diplomasi Ekonomi mencakup kerjasama perdagangan, investasi hingga promosi SDA suatu negara. Diplomasi ekonomi menjadi salah satu kunci penting suatu negara dalam mencapai kepentingan luar negerinya dan menjadi kunci penting dalam perekonomian dalam mencapai tujuan kepentingan luar negeri suatu negara.

Secara umum Diplomasi Ekonomi mengkaji mengenai hubungan diplomasi dan perdagangan yang rumit dan mempengaruhi kebijakan ekonomi negara lain atau eksternal. Diplomasi ekonomi memiliki kesamaan dimana merupakan salah satu

²⁰ Danang Suryo Muahammad & Resa Rasyidah, *Diplomasi Ekonomi Kreatif Indonesia-Turki Sub-Sektor Fashion Muslim Melalui Kerjasama IT-CEPA Tahun 2016-2020*, Global and Policy Journal of Internasional Relation, Surabaya: UPN Veteran Jawa Timur, Hal, 47.

komponen dari kebijakan luar negeri suatu negara yang berbentuk aktivitas internasional negara, yang pada akhirnya kebijakan luar negeri mencerminkan aktivitas, bentuk, tujuan, dan metode yang digunakan untuk menjalankan kebijakan luar negeri tersebut²¹. Dalam Pendekatan diplomasi ekonomi terdapat 2 elemen penting yaitu²²:

1. Elemen penggunaan pengaruh

Merupakan proses penggunaan kekuatan politik dan hubungan antara negara untuk mempromosikan dan mempengaruhi perdagangan hingga mempengaruhi jalannya kerjasama internasional.

2. Penggunaan aset dan hubungan ekonomi

Bertujuan memperkuat manfaat bersama dari kerjasama dan hubungan politik yang stabil, dengan tujuan untuk meningkatkan keamanan ekonomi. Pada bagian lemen ini berisi mengenai kebijakna struktural dan perjanjian perdagangan beserta investasi bilateral dan kondisi politik perdagangan.

Model diplomasi ekonomi memiliki perkembangan yang berda-beda disetiap negara yang berkembang berdasarkan karakter negaranya dan menyesuaikan berdasarkan setiap kebutuhan suatu negara. Dalam teori diplomasi

²¹ Pavol Banaran, 2009, *Modern Economic Diplomacy*, Latvia: Publication of Diplomatic Economic Club.

²² Yayan Kurniawan & Denada Faraswacyen L. Gaol, *Diplomasi Ekonomi Tiongkok Melalui Belt and Road Initiative (BRI) di Asia Tenggara (2013-2018) Studi Kasus: Pembangunan Infrastruktur Melalui BRI di Vietnam*, Budi Luhur Journal of Contemporary Diplomacy, Vol, 5, No, 1, Jakarta: Universitas Budi Luhur, Hal, 4

ekonomi ini memiliki 4 pilat utama yaitu promosi perdagangan, promosi peluang investasi, menarik masuknya teknologi dan pengelolaan bantuan perekonomian²³.

Promosi perdagangan memiliki perbedaan kontkes dalam promosi perdagangan pada umumnya, dimana promosi perdagangan dalam diplomasi ekonomi mempromosikan perdagangan suatu negara beserta usaha promosi. Usaha promosi ini bertujuan untuk membangun citra sebuah negara agar baik di dalam maupun di luar negeri. Promosi yang dilaksanakan tentunya berupa ekspor dan impor dengan negara lain. Promosi perdagangan dilaksnakan dengan tujuan untuk memasarkan produk suatu negara agar dapat diterima di dalam maupun di luar negerinya.

Promosi peluang investasi bertujuan menarik masuknya para investor asing untuk masuk ke dalam suatu negara untuk menanamkan modalnya pada berbagai bidang pada suatu negara. Selain menarik investor, terdapat usaha untuk menarik masuknya teknologi dari luar yang lebih berkembang dan maju untuk diimplementasikan ke dalam suatu negara. Hal ini dapat terlaksana karena suatu negara memiliki usaha untuk meningkatkan kualitas kerjasamanya dan sumberdaya bagi negara terkait. Bentuk teknologi ini seperti teknologi industri dan teknologi pertanian.

Pemerintah Indonesia harus mampu memperkuat kemampuan dan mempertajam arah dan strategi Diplomasi Eknomi untuk mencapai tujuan Diplomasi ekonomi di engah ketatnya persaingan dengan negara pesaing.

²³ Sukawarsini Djelantik, 2008, *Diplomasi: Antara Teori dan Praktik*, Yogyakarta: Graha Ilmu.

Diplomasi ekonomi didefinisikan sebagai sebuah upaya pemerintah yang sistematis dengan memanfaatkan sumberdaya ekonomi dan beberapa instrumen ekonomi untuk mencapai tujuan politik luar negerinya²⁴. Dengan tujuan sebagai sebuah sarana mencapai peningkatan pembangunan ekonomi nasional yang sebagai bentuk implementasi salah satu tujuan politik luar negeri Indonesia. Diplomasi ekonomi menjadi prioritas kebijakan luar negeri Indonesia di bawah kepemimpinan Presiden Joko Widodo dengan fokus penguatan kerjasama ekonomi dengan pasar tradisional dan pasar Non-Tradisional

Dalam kerjasama ekspor vanili Indonesia dengan Amerika Serikat, dibutuhkan Diplomasi ekonomi. Diplomasi Ekonomi dibutuhkan untuk menjaga jalannya kerjasama ekspor ini dan meningkatkan kualitas sumberdaya untuk keberlangsungan kerjasama kedua belah pihak. Diplomasi Ekonomi mempermudah terjadinya jalannya negosiasi ekspor vanili dimana melalui Diplomasi Ekonomi ini mempermudah proses pematokan standarisasi yang dibutuhkan oleh Petani dan Eksportir untuk menyesuaikan dengan standar negara Pembeli. Diplomasi Ekonomi digunakan untuk menjelaskan upaya pemerintah Indonesia dalam meningkatkan volume ekspornya yang dilakukan dengan berdiplomasi dengan Amerika Serikat dengan menerapkan beberapa program dan kebijakan untuk menambah minat permintaan vanili Indonesia.

²⁴ Sulthon Sjahril Sabaruddin, *GRAND DESIGN DIPLOMASI EKONOMI INDONESIA: SEBUAH PENDEKATAN INDEKS DIPLOMASI EKONOMI*, Jurnal Ilmiah Hubungan Internasional, Vol, 12, No, 1

1.5.2 Teori Keunggulan Komparatif

Perdagangan internasional memberikan banyak manfaat bagi negara pelakunya. Dengan adanya perdagangan internasional suatu negara mendapatkan banyak keuntungan baik secara langsung maupun tidak langsung, manfaat langsung yang dapat dirasakan negara yaitu terjadinya spesialisasi komoditi ekspor yang dapat ditukar atau di perdagangkan dengan negara lain dengan biaya yang jauh lebih murah. Untuk keuntungan secara tidak langsung, suatu negara mendapatkan kenaikan jumlah pendapatan nasional yang berdampak pada kenaikan pertumbuhan ekonomi.

Terjadinya perdagangan internasional karna dipengaruhi oleh perbedaan hasil produksi dan perbedaan harga barang. Adanya perbedaan hasil produksi ini dapat terjadi karna adanya perbedaan kekayaan SDA, SDM, modal, teknologi pengolahan dan kebudayaan yang berbeda. Adanya perbedaan tersebut menciptakan kemampuan suatu negara memproduksi barang yang melimpah dibandingkan dengan negara lain. Perbedaan harga barang juga yang melatarbelakangi adanya perdagangan internasional, hal ini dapat terjadi dimana suatu negara membeli suatu barang yang memiliki harga lebih murah dibandingkan dengan memproduksinya sendiri.

Teori perdagangan internasional mampu menjelaskan mengenai perdagangan dunia yang bebas dan dapat memberikan kesejahteraan pada negara yang terlibat. Teori ini memiliki dasar argument dasar yang mengatakan bahwa setiap negara mempunyai keunggulan komparatif absolut dan keunggulan relative dalam menghasilkan komoditas tertentu dibandingkan dengan negara lain. Dengan

adanya perdagangan internasional dapat menciptakan penggunaan sumberdaya alam secara lebih efisien dan setiap negara dapat melakukan perdagangan bebas yang memberikan keuntungan dengan melakukan spesialisasi produk.

Teori keunggulan komparatif merupakan teori yang melengkapi teori keunggulan mutlak yang dimana suatu negara yang tidak memiliki keunggulan absolut dapat melakukan perdagangan. Sehingga dalam teori ini menyatakan bahwa suatu negara yang memiliki keunggulan dapat melaksanakan perdagangan yang bersifat relative yang artinya negara yang tidak memiliki keunggulan mutlak dapat melaksanakan perdagangan internasional²⁵. Dalam teori ini suatu negara dapat melaksanakan perdagangan dengan catatan negara- negara tersebut memiliki keunggulan komparatif dalam menghasilkan barang. Negara yang memiliki tingkat efisiensi yang rendah dalam memproduksi barang harus melakukan spesialisasi yang memiliki nilai kerugian mutlak yang kecil. Dengan demikian negara masih memiliki keunggulan relative untuk memproduksi suatu barang²⁶.

Keunggulan komparatif memiliki faktor yang mempengaruhinya, yaitu: faktor produksi, Kuantitas dan kualitas factor produksi suatu negara menjadi factor utama yang mempengaruhi keunggulan komparatif secara signifikan²⁷. Nilai tukar, memiliki ketidakstabilan dan pergerakan cepat yang dipengaruhi beberapa factor yang mampu memberikan dampak terhadap harga barang impor dan ekspor. Inflasi,

²⁵ *Ibid.*

²⁶ Ali Mustofa Nuzula, *PERMINTAAN EKSPOR VANILI INDONESIA KE AMERIK SERIKAT DENGAN PENDEKATAN ERROR CORRECTION MODEL*, Skripsi, Semarang: Jurusan Ekonomi Pembangunan, Universitas Negeri Semarang, Hal, 16.

²⁷ Yusmichad Yusdja, *TINJAUAN TEORI PERDAGANGAN INTERNASIONAL DAN KEUNGGULAN KOOPERATIF*, Forum Penelitian Agro Ekonomi, Vol, 22, No, 2, Bogor: Pusat Penelitian dan Pengembangan Sosial Ekonomi.

terjadinya inflasi menciptakan kondisi yang menjadikan nilai barang impor semakin mahal dan harga barang yang di ekspor akan semakin murah. Hambatan perdagangan, pada konteks ini subsidi dan pajak menjadi factor utama yang dimana pemberian subsidi pada komoditas yang akan diekspor suatu negara akan menciptakan keunggulan komparatif buatan dan meningkatkan nilai persaingan bagi komoditas yang akan diekspor.

Keunggulan komparatif dapat digunakan untuk menunjukkan potensi keberhasilan suatu negara dalam persaingan dengan negara kompetitor. Untuk menganalisa daya saing ekspor vanili dapat menggunakan teori keunggulan komparatif dengan menggunakan metode RCA (*Revealed Comparative Advatage*) atau bisa juga disebut dengan indeks Balassa. RCA dapat menunjukkan kemampuan ekspor vanili Indonesia terhadap Amerika Serikat sebagai negara tujuan ekspor.

Suatu negara memiliki kemampuan daya saing jika terjadinya peningkatan pangsa pasar. Peningkatan tersebut berasal dari mutu produk, diferensiasi produk, *economic of scale*, biaya input, teknologi, dan faktor lainnya. Selain RCA untuk menganalisa kemampuan komoditas vanili Indonesia untuk merebut pangsa pasar Amerika Serikat dapat menggunakan metode *Acceleration Ratio* (AR). Metode ini digunakan sebagai indikator posisi komoditas vanili Indonesia semakin Kuat atau Semakin lemah di Pasar Amerika Serikat. Kedua motode ini digunakan sebagai tolak ukur upaya Pemerintah Indonesia dalam meningkatkan kualitas dan nilai vanili mengingat faktor utama yang menyebabkan tingginya nilai RCA dan AR adalah faktor produksi dalam negeri.

1.6 Metode Penelitian

1.6.1 Jenis Penelitian

Jenis pengumpulan data yang digunakan dalam menulis penelitian ini adalah penelitian kualitatif yang dimana pengumpulan berbagai data-data empiris dalam penulisan penelitian yang menggunakan teks sejarah maupun interaksional yang sudah ada sebelumnya dengan maksud untuk menggambarkan perkembangan dan makna dari kasus ini sendiri²⁸. Penelitian ini akan dijelaskan secara *Deskriptif* yang dilaksanakan dengan memberikan penjelasan terkait pertanyaan apa, siapa, kapan, berapa, dan dimana dengan menunjukkan fakta upaya atas hal yang terjadi.

1.6.2 Metode Analisis Data

Metode yang digunakan untuk menganalisa data pada penelitian ini adalah metode kualitatif dimana pada dasarnya metode ini merupakan salah satu cara untuk mengetahui, mendapatkan dan membuktikan data yang ingin dikemukakan, dikembangkan serta juga dibuktikan oleh suatu pengetahuan yang bias digunakan dalam memahami, mengantisipasi masalah serta memecahkan masalah dalam suatu bidang tertentu²⁹.

1.6.3 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penulisan ini adalah teknik *Library Research*. Teknik ini menggunakan cara pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mendapatkan kajian data yang memiliki kesinambungan

²⁸ Mohtar Mas' oed, 1990, *Ilmu Hubungan Internasional: Disiplin dan Metodologi*, Jakarta: LP3ES

²⁹ M. Sugiyono, 2011, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi (Mixed Methods)*, Bandung: Alfabeta.

dengan topik yang diteliti³⁰. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menelaah dari berbagai sumber seperti Jurnal, buku, skripsi, dan website yang sesuai dengan ketentuan yang berkaitan dengan masalah yang ingin dipecahkan.

1.6.4 Ruang Lingkup Penelitian

1.6.4.1 Batasan Materi Penelitian

Batasan materi yang digunakan untuk menulis penelitian ini bertujuan untuk mengarahkan penulisan penelitian ini agar tidak melebar, tetap konsisten dan tidak keluar dari topik pembahasan. Sehingga batasan yang ditetapkan oleh penulis adalah “ekspor vanili di Indonesia dan upaya pemerintah Indonesia untuk meningkatkan nilai dan mutu yang dijelaskan melalui Teori Keunggulan Komparatif dan teori Diplomasi Ekonomi”.

1.6.4.2 Batasan Waktu Penelitian

Batasan waktu yang digunakan dalam penelitian ini adalah dari 2018 hingga tahun 2022. Penggunaan dari tahun 2018 dikarenakan pada tahun tersebut komoditas Vanilli Indonesia sudah kembali dilirik oleh Amerika Serikat dan permintaan eksportnya semakin tinggi dan berkembang, kemudian pada penggunaan tahun 2023 dikarenakan beberapa perusahaan eksportir yang ada di Indonesia sudah menjalankan kerjasama berkelanjutan dengan negara Amerika Serikat dengan kualitas dan mutu vanili Indonesia sudah semakin baik.

³⁰ Sutrisno Hadi, 1982, *Metodologi Research*, Yogyakarta: Yayasan Penerbitan Fakultas Psikologi Universitas Gadjah Mada.

1.7 Argumen Pokok

Teori Keunggulan Komparatif memiliki faktor-faktor yang mempengaruhi yaitu factor produksi, nilai tukar, inflasi, dan hambatan dagang. Pada factor produksi sangat dipengaruhi oleh kualitas dan kuantitas suatu komoditas yang menyebabkan memiliki nilai keunggulan komparatif. Indonesia memiliki nilai keunggulan komparatif yang tinggi dalam komoditas vanili pada pasar internasional berdasarkan penelitian Analisis Kinerja Perdagangan dan Daya Saing Komoditas Vanili Indonesia Periode 2010-2019, Indonesia memiliki nilai keunggulan komparatif sebesar 5,71 yang menjadikannya negara pengeksport terbesar kedua dalam ekspor vanili setelah madagaskar³¹. Namun tingginya nilai komparatif, komoditas vanili Indonesia mengalami penurunan volume dan kualitas ekspor dari waktu ke waktu. Demikian, apakah peran pemerintah Indonesia dalam meningkatkan kualitas dan volume ekspor masih kurang konsisten dalam menjaga, memberdayakan factor produksi dan melakukan promosi terkait komoditas vanilinya.

1.8 Sistematika Penulisan

Tabel 1.2 Tabel Penulisan

Bab	Bahasan Pokok
BAB 1 Pendahuluan	Latar Belakang Rumusan Masalah Tujuan dan Manfaat Penelitian

³¹ Andhika Gifari Dwitama, Darsono, dan Rhina Uchyani Fajarningsih, *ANALISIS KINERJA PERDAGANGAN DAN SAYA SAING KOMODITAS VANILI INDONESIA DI PASAR INTERNASIONAL PERIODE 2010-2019*, Jurnal AGRISTA, Vol, 10, No, 2, Surakarta.

Bab	Bahasan Pokok
	<p>1.3.1. Tujuan Penelitian</p> <p>1.3.2 Manfaat Penelitian</p> <p style="padding-left: 40px;">a. Manfaat Akademis</p> <p style="padding-left: 40px;">b. Manfaat Praktis</p> <p>1.4 Penelitian Terdahulu</p> <p>1.5 Kajian Teori</p> <p>1.6 Metode Penelitian</p> <p style="padding-left: 40px;">1.6.1 Jenis Penelitian</p> <p style="padding-left: 40px;">1.6.2 Metode Analisis Data</p> <p style="padding-left: 40px;">1.6.3 Teknik Pengumpulan Data</p> <p style="padding-left: 40px;">1.6.4 Ruang Lingkup Penelitian</p> <p style="padding-left: 80px;">1. Batasan Materi Penelitian</p> <p style="padding-left: 80px;">2. Batasan Waktu Penelitian</p> <p>1.7 Hipotesis</p> <p>1.8 Sistematika Penulisan</p>
<p>BAB II</p> <p>Ekspor Vanili Indonesia</p> <p>Diantara Penurunan Dan</p> <p>Upaya Peningkatan</p> <p>Pemerintah Dalam Negeri</p>	<p>Vanili sebagai komoditas ekspor alternative</p> <p>Indonesia</p> <p>Persaingan Dengan Negara Kompetitor</p> <p>Analisa Daya Saing Keunggulan Komparatif</p> <p>Vanili Indonesia</p>

Bab	Bahasan Pokok
	Analisa Potensi Indonesia Dengan Negara Kompetitor Dalam Merebut Pasar Amerika Serikat.
BAB III Upaya Pemerintah Indonesia Dalam Meningkatkan Ekspor Vanili Ke Amerika Serikat	Kebutuhan dan Perkembangan Permintaan Vanili di Pasar Amerika Serikat Faktor yang Mempengaruhi Permintaan Ekspor Vanili Indonesia ke Amerika Serikat. Upaya Pemerintah Indonesia Dalam Meningkatkan Kualitas dan Nilai Vanili Indonesia Upaya Diplomasi yang Dilakukan Oleh Pemerintah Indonesia Terhadap Amerika Serikat.
BAB IV Kesimpulan dan Saran	4.1 Kesimpulan 4.2 Saran
Daftar Pustaka	