

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Landasan Teori

1. Daya Saing

Menurut Porter dalam (Dian, 2013:12) mendefinisikan daya saing sebagai kemampuan suatu negara untuk menciptakan nilai tambah yang berkelanjutan melalui kegiatan perusahaan-perusahaannya dan untuk mempertahankan kualitas kehidupan yang tinggi bagi warga negaranya. Jadi, dapat dikatakan bahwa daya saing adalah kemampuan suatu komoditi untuk diterima di pasar internasional akibat adanya keunggulan komparatif maupun kompetitif. Selanjutnya menurut Cho dan Moon dalam bukunya *From Adam Smith to Michael Porter: Evolusi Daya Saing*, mengemukakan bahwa konsep daya saing suatu komoditas berawal dari teori keunggulan komparatif yang diutarakan oleh David Ricardo dalam Model Ricardian. Konsep ini muncul untuk menjawab pertanyaan dari teori Adam Smith apabila suatu negara tidak memiliki keunggulan absolut pada dua barang atau lebih. Oleh karena itu, teori keunggulan komparatif menjelaskan bahwa suatu negara tetap akan memperoleh manfaat perdagangan internasional dengan konsentrasi pada komoditas yang memiliki usaha kecil. Ricardo menggunakan faktor produksi tenaga kerja sebagai suatu yang menentukan

nilai dari komoditas yang diusahakan oleh suatu negara. Konsepsi daya saing sampai saat ini masih terus berkembang. Pengertiannya pun sangat tergantung kepada siapa dan dari aspek mana cara memandangnya.

2. Daya Saing Dalam Pandangan Islam

Berdasarkan penjelasan sebelumnya, daya saing dapat disimpulkan memiliki pengertian, sebagai kemampuan suatu negara untuk menciptakan nilai tambah yang berkelanjutan melalui kegiatan perusahaan-perusahaannya dan untuk mempertahankan kualitas kehidupan yang tinggi bagi warga negaranya. Menurut pandangan Islam daya saing, sesuai dengan firman Allah SWT dalam Quran surat al-Baqarah ayat 148 yakni sebagai berikut:¹

إِنَّ جَمِيعًا لِلَّهِ بِكُمْ يَاتٍ تَكُونُوا مَا آتَى الْخَيْرَاتِ فَاسْتَبِقُوا مَوْلِيَهَا هُوَ وَجْهَةٌ وَلِكُلِّ

قَدِيرٌ شَيْءٌ عَلَى اللَّهِ

Bagi umat ada kiblatnya sendiri-sendiri yang ia menghadap kepadanya. Kaum muslimin pun ada kiblatnya, tetapi kiblat kaum muslimin ditetapkan langsung oleh Allah swt. Maka berlomba-lombalah kamu wahai kaum muslimin satu dengan yang lain dalam berbuat kebaikan (Al-Mishbah, 2002:356).

Dalam kehidupan dunia kalian berselisih, tetapi ketahuilah bahwa kamu semua akan mati dan *dimana saja kamu berada pasti Allah akan mengumpulkan kamu sekalian* pada hari kiamat untuk Dia beri putusan.

¹ Artinya: "Dan bagi tiap-tiap umat ada kiblatnya (sendiri) yang ia menghadapkepadanya. Maka berlomba-lombalah (dalam membuat) kebaikan. di mana saja kamu berada pasti Allah akan mengumpulkan kamu sekalian (pada hari kiamat). Sesungguhnya Allah Maha Kuasa atas segala sesuatu." (QS. Al-Baqarah: 148)

Sesungguhnya Allah Maha Kuasa atas segala sesuatu. Ayat 148 ini dapat pula bermakna bahwa memang benar Allah pernah memerintahkan kepada Bani Isroil dan atau selain mereka melalui nabi-nabi yang diutus-Nya untuk mengarah ke arah-arrah tertentu, tapi kali ini perintah Allah SWT untuk mengarah ke Ka'bah adalah perintah-Nya untuk semua. Namun demikian, jika mereka enggan mengikuti tuntunan Allah SWT ini, maka biarkan saja, dan berlomba-lombalah dengan mereka dalam kebaikan, atau bergegaslah kamu hai kaum muslimin mendahului mereka dalam melakukan kebajikan. Apapun dan dimanapun posisi kalian, atau kearah manapun manusia menuju dalam shalatnya. Pada akhirnya Allah akan mengumpulkan semua manusia yang beragam arahnya itu untuk memberi putusan yang hak. karena Allah Maha Kuasa atas segala sesuatu (Al-Mishbah, 2002: 356)

3. Revealed Comparative Advantage (RCA)

Revealed Comparative Advantage (RCA) adalah metode yang digunakan sebagai alat ukur daya saing komoditas ekspor suatu negara dan untuk melihat komoditas mana yang berdaya saing lemah dan komoditas yang berdaya saing kuat. RCA juga merupakan metode dasar pemikiran bahwa kinerja ekspor suatu negara sangat ditentukan tingkat daya saing relatifnya terhadap produk serupa buatan negara lain, metode ini dikenalkan oleh Bela Balassa, yang kemudian dikenal dengan *Balassa RCA indeks* (Sunarti, 2015:3).

Indeks RCA menunjukkan perbandingan pangsa ekspor komoditas di suatu negara yang dibandingkan dengan pangsa ekspor komoditas yang sama dari seluruh dunia. Indeks ini menunjukkan keunggulan komparatif atau daya saing suatu negara tertentu dengan asumsi (*ceteris paribus*) bahwa faktor-faktor lain yang mempengaruhi pertumbuhan ekspor tetap, tidak berubah (Bustami dan Hidayat, 2013:58)

Apabila $RCA > 1$, maka pangsa suatu produk dalam ekspor total negara tertentu relatif lebih besar dibandingkan pangsa komoditas tersebut di pasar dunia. Sebaliknya, jika $RCA < 1$, maka pangsa suatu produk dalam ekspor total negara tertentu relatif lebih kecil pangsa komoditas tersebut di pasar dunia. Oleh Laursen (Prasad, 2004).

Adapun Rumus RCA, yakni sebagai berikut:

$$\text{Indeks } RCA_i = \frac{XO_i / XOt_i}{XWO_i / XWt}$$

keterangan:

RCA = Keunggulan komparatif negara i

XO_i = nilai ekspor kopi digit 6 HS 090111 negara i (US\$)

Xt_i = nilai total ekspor negara i (US\$)

XWO_i = nilai ekspor kopi digit 6 HS 090111 dunia (US\$)

XWt = nilai total ekspor dunia (US\$)

I = Indonesia / Vietnam

1. Revealed Symmetric Comparative Advantage (RSCA)

Untuk menghindari terjadinya masalah *upward-biased* dari nilai indeks RCA, Laursen melakukan penyempurnaan dengan membuat indeks RCA menjadi simetris dengan interval nilai antara -1 dan +1 yang terkenal dengan *Revealed Symmetric Comparative Advantage (RSCA)* (Prasad, 2004). Nilai RSCA positif menunjukkan produk atau komoditas tersebut memiliki keunggulan komparatif yang tinggi di pasar. Sebaliknya apabila nilai RSCA negatif, maka komoditas ini tidak layak untuk bersaing karena tidak efisien dan tidak memiliki keunggulan komparatif (Nihayah, 2012).

Adapun Rumus dari metode RSCA adalah sebagai berikut:

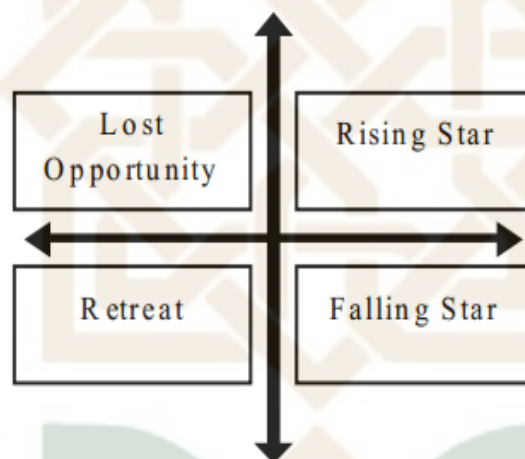
$$RSCA^A_J = (RCA^A_J - 1) / (RCA^A_J + 1)$$

5. *Export Product Dynamics (EPD)*

Analisis *Export Product Dynamics (EPD)* digunakan untuk mengetahui atau mengidentifikasi daya saing suatu produk serta untuk mengetahui apakah suatu produk dalam performa yang dinamis atau tidak. Meskipun tidak semua produk memiliki nilai ekspor yang tinggi, bukan berarti produk tersebut tidak memiliki daya saing (Esterhuizen, 2006)

Suatu produk yang memiliki pertumbuhan nilai ekspor melebihi nilai rata-rata ekspor secara kontinyu, maka produk tersebut bisa menjadi sumber pendapatan yang besar bagi suatu negara sehingga dapat dikatakan bahwa produk tersebut memiliki daya saing. Berdasarkan penelitian Esterhuizen (2006), matriks posisi dikategorikan menjadi empat kategori yaitu *rising star*, *falling star*, *lost opportunity* dan *retreat*.

Gambar 2.1
Daya Tarik Pasar dan Kekuatan Daya Saing EPD
(Esterhuzen,2006)



Gambar 2.1 menggambarkan empat kategori umum dalam ekspor (berdasarkan posisi pangsa pasar). *Rising star* menggambarkan posisi pasar tertinggi atau dapat dikatakan pasar yang paling ideal. *Lost opportunity* merupakan kondisi dimana pasar mengalami penurunan daya saing sehingga produk yang dihasilkan di suatu negara kehilangan kesempatan untuk menjangkau ekspor di pasar internasional. *Falling star* merupakan kondisi yang tidak diharapkan oleh suatu negara (sama dengan kondisi *lost opportunity*), namun kondisi *falling star* tidak seburuk kondisi *lost opportunity* karena pada kondisi ini masih terdapat

peningkatan pangsa pasar meskipun tidak terjadi untuk produk barang yang dinamis. Nilai EPD dirumuskan sebagai berikut:

Sumbu X: Pertumbuhan pangsa pasar ekspor Indonesia =

$$\frac{\sum_{t=1}^t \left(\frac{X_{ij}}{W_{ij}} \right)_t \times 100\% - \sum_{t=1}^t \left(\frac{X_{ij}}{W_{ij}} \right)_{t-1} \times 100\%}{T}$$

Sumbu Y: Pertumbuhan pangsa pasar produk atau komoditas Indonesia =

$$\frac{\sum_{t=1}^t \left(\frac{X_t}{W_t} \right)_t \times 100\% - \sum_{t=1}^t \left(\frac{X_t}{W_t} \right)_{t-1} \times 100\%}{T}$$

Keterangan:

X_{ij} = Nilai ekspor kopi Indonesia ke negara tujuan ekspor

X_{in} = Nilai ekspor total Indonesia ke negara tujuan ekspor

X_{rj} = Nilai ekspor kopi dunia ke negara tujuan ekspor

X_{rn} = Nilai ekspor total dunia ke negara tujuan ekspor

T = Jumlah tahun analisis yang digunakan

6.Keunggulan Komparatif

Perdagangan internasional dapat meningkatkan output dunia karena memungkinkan setiap negara memproduksi sesuatu yang keunggulannya komparatifnya ia kuasai, suatu negara memiliki keunggulan komparatif dalam memproduksi suatu barang kalau biaya pengorbanannya dalam memproduksi barang tersebut lebih rendah dari pada negara-negara lainnya (Mankiw, 2014:48) . Sejak Adam Smith menerbitkan bukunya pada tahun 1776 banyak ekonom yang telah memberikan kontribusi penting pada teori ini. Diantaranya kontribusi

David Ricardo pada teori perdagangan internasional, sehingga teori klasik ini kadang-kadang dikatakan sebagai teori Ricardian (Dong-Sung Cho, 2003:8).

Menurut David Ricardo dalam (Salvatore, 1997:3) meskipun sebuah negara kurang efisien atau tidak unggul secara absolut dalam memproduksi komoditi, namun perdagangan yang saling menguntungkan masih dapat dilakukan. negara yang kurang efisien akan melakukan spesialisasi dalam produksi dan mengekspor komoditi yang mempunyai kerugian komparatif lebih kecil. Negara tersebut memiliki keunggulan komparatif dari komoditi yang mempunyai kerugian komparatif lebih kecil. Negara tersebut sebaliknya mengimpor komoditi yang memiliki kerugian komparatif yang lebih besar.

Heckscher-Ohlin (H-O) dalam (Salvatore, 1997:63) menganggap bahwa setiap negara akan mengekspor komoditi yang secara relatif mempunyai faktor produksi berlimpah dan murah, serta mengimpor komoditi yang faktor produksinya relatif jarang atau langka dan mahal.

7. Peramalan Data (*Forecasting*)

Peramalan adalah prediksi nilai-nilai sebuah peubah berdasarkan kepada nilai yang diketahui dari peubah tersebut atau peubah yang berhubungan dengan cara memproyeksikan nilai-nilai di masa lampau (nilai yang diketahui) ke masa yang akan datang dengan cara menggunakan model matematika maupun perkiraan yang subjektif

meskipun akan terdapat sedikit kesalahan yang disebabkan oleh adanya keterbatasan kemampuan manusia (Makridakis, dkk, 1999)

Adapun Trumus dari metode trend linier sebagai berikut:

$$Y' = a + b x$$

Untuk mencari nilai a dan b menggunakan rumus :

$$a = \frac{\Sigma Y}{n}$$

$$b = \frac{\Sigma XY}{X^2}$$

Keterangan :

Untuk $\Sigma x = 0$

Y' = Ramalan pada periode tertentu

a = *Intercept*

b = Kemiringan garis

x = Kode periode waktu

Σ = Tanda penjumlahan total

n = Jumlah data atau pengamatan

B. Telaah Pustaka

Telaah pustaka merupakan kumpulan dari penelitian yang pernah dilakukan oleh peneliti-peneliti sebelumnya, dimana penelitian ini mempunyai keterkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan oleh penulis Masyitha M Ramadhan (2013). Penelitian ini berjudul: Analisis Daya Saing Dan Prospek Ekspor Kopi Indonesia Dan Vietnam “ (Studi Kasus

Negara Tujuan Utama Ekspor Kopi Di Dunia). Adapun penelitian-penelitian terdahulu yang dijadikan acuan dalam penelitian ini yakni sebagai berikut:

Fadhlan, Zuhdi (2015) dalam penelitiannya yang berjudul “Analisis Daya Saing Ekspor Kopi Indonesia dan Vietnam di Pasar ASEAN 2015” di mana penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan deskriptif metode deskriptif digunakan untuk menganalisis hal-hal yang terkait dengan kinerja perdagangan Indonesia dan potensi negara-negara yang menjadi tujuan ekspor kopi Indonesia. Sedangkan penelitian kuantitatif dengan menggunakan dua alat analisis yaitu, *Revealed Comparative Advantage* (RCA) dan *RSCA (Revealed Symmetric Comparative Advantage)* serta *Eksport Product Dynamics* (EPD). Berdasarkan perhitungan nilai RCA (*Revealed Comparative Advantage*), ekspor kopi Indonesia jenis HS 090111 memiliki daya saing di pasar ASEAN 5 meskipun nilai RCA yang didapat tidak lebih tinggi dari yang dimiliki oleh Vietnam. Dalam kurun waktu 14 tahun terakhir (2001-2014), rata-rata RCA yang diperoleh Indonesia di pasar ASEAN 5 adalah sebesar 10,16 sedangkan Vietnam sebesar 53,44. Adapun analisis matriks dengan menggunakan EPD menunjukkan bahwa perdagangan kopi Indonesia maupun Vietnam berada pada kuadran *rising star* yang berarti bahwa kinerja perdagangan ekspor berjalan cepat dan dinamis dimana tingkat pertumbuhan ekspor Indonesia terus meningkat seiring dengan meningkatnya pangsa ekspor kopi di ASEAN.

Devi, Candra (2013), dalam penelitiannya yang berjudul “Prospek Perdagangan Kopi Robusta Indonesia di Pasar Internasional”. Di mana

penelitian ini menggunakan metode ARIMA (Model *Autoregressive Integrated Moving Average*) dengan bantuan *software* statistika yaitu Minitab 16. Berdasarkan hasil analisis peramalan (*forecasting*), disimpulkan bahwa volume ekspor kopi robusta Indonesia pada sepuluh tahun mendatang (2012-2021) memiliki prospek yang baik. Penelitian ini dengan menggunakan data tahun 1975-2011.

Pascucci, Federica (2018), dalam penelitiannya yang berjudul " *The Export Competitiveness Of Italian Coffee Roasting Industry*" Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui posisi daya saing kompetitif perusahaan pemanggangan kopi Italia di pasar Internasional dari tahun 2000 hingga 2015, dengan menggunakan kerangka multidimensi untuk mengukur ekspor daya saing, di mana penulis memilih indikator "positif" dan "ex-post", digabungkan dalam kerangka multidimensi dan kerangka multivariabel. Metode penelitian daya saing menggunakan indeks RSCA untuk mengukur kinerja kompetitif Italia dan ditemukan Swiss sebagai pesaing paling agresif. Potensi kompetitif diukur dengan 3 indeks yakni nilai ekspor relatif yang menghasilkan nilai yang rendah untuk Italia, Jerman dan Amerika Serikat (masing-masing, 2,14, 2,31 dan 1,7), sedangkan pertumbuhan relatif Swiss luar biasa (33,59). Indeks kedua (harga unit ekspor relatif) mengalami penurunan di bagian pertama periode (mulai dari 0,79 ke 0,66) dan meningkat pada yang kedua (dari 0,66 pada 2004 menjadi 1,11 pada 2014) dengan kesimpulan potensi kompetitif perusahaan Italia semakin memburuk. Lain

halnya dengan industri Swiss yang mampu menguasai persaingan. Penelitian ini menunjukkan bahwa Italia kalah dalam hal daya saing dengan Swiss.

Aril, Hidayat (2010) dalam penelitiannya, “Daya Saing Ekspor Kopi Robusta Indonesia di Pasar Internasional”. Penelitian ini menggunakan tiga metode dalam menganalisis daya saing yaitu RCA, RA dan ISP. Indeks RCA digunakan untuk menganalisis keunggulan komparatif ekspor kopi robusta Indonesia di pasar Internasional, Rasio Akselerasi (RA) untuk melihat apakah Indonesia dapat merebut pangsa pasar di luar negeri dan Indeks Spesialisasi Perdagangan (ISP) untuk melihat kecenderungan negara Indonesia sebagai negara eksportir atau importir. Periode penelitian ini yakni dari tahun 2005-2008. Adapun hasil yang diperoleh adalah nilai RCA Indonesia mencapai 2,0968, 1,5375, 1,0545 dan 1,4999 (memiliki keunggulan komparatif) namun masih lebih rendah dari Vietnam yang mencapai 13,1858, 13,3215, 13,2449 dan 12,1979. Hal ini menunjukkan keunggulan komparatif Indonesia tidak lebih baik dari Vietnam, bahkan terlampau jauh selisihnya. Hasil perhitungan RA menunjukkan bahwa posisi Indonesia cenderung kuat namun semakin melemah pada periode 2004-2008 yakni, 1,52, 1,02, 0,82 dan 0,88 dalam artian Indonesia tidak bisa merebut pasar dunia kopi robusta. Namun setelah diambil rata-rata RA Indonesia masih bisa merebut pasar kopi robusta di dunia atau masih kuat dengan nilai RA 1,09. Perhitungan ISP menunjukkan bahwa, kopi robusta untuk negara Indonesia adalah (*forerunner*) dan Vietnam (*latercomer*).

Penelitian selanjutnya oleh Budi Setiawan (2014), melakukan penelitian yang berjudul "*Indonesian Coffee Competitiveness in the International Market: Review from the Demand Side.*" Penelitian ini menggunakan data *time series* sekunder dengan periode 21 tahun, mulai 1990 hingga 2011. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yakni dengan 2 alat analisis. Pertama menggunakan RCA untuk memeriksa daya saing kopi Indonesia di antara beberapa komoditas di pasar domestik. Kedua, model Armington digunakan untuk menentukan daya saing kopi Indonesia di pasar internasional. Adapun hasilnya, komoditas kopi berada di peringkat tujuh, sedangkan untuk analisis Armington Indonesia menghadapi pesaing yang berbeda di setiap negara.

Dalam penelitian ini penulis juga menggunakan teori *Porter Diamond Theory* yang digunakan untuk menganalisis keunggulan kompetitif komoditas kopi Indonesia, seperti penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh Ria Lestari Baso dan Ratya Anindita tahun 2018, dalam jurnalnya yang juga meneliti tentang daya saing kopi Indonesia. Hasil dari penelitiannya menyimpulkan bahwa Indonesia memiliki keunggulan komperatif berdasarkan analisis dengan metode RCA dan Indonesia juga memiliki daya saing kompetitif melalui hasil analisis dengan menggunakan metode Berlian Porter (*Porter Diamond Theory*) dengan keunggulan pada faktor kondisi terkait sumber daya alam dan memiliki kelemahan pada faktor kondisi terkait sumber daya manusia, IPTEK, serta ketersediaan infrastruktur.

Penelitian ini juga menggunakan metode RSCA seperti penelitian yang telah dilakukan oleh Diah Maya Nihayah dalam jurnalnya yang berjudul “Kinerja Daya Saing Komoditas Sektor Agroindustri Indonesia”. Penelitian ini menggunakan metode RCA dan RSCA, adapun hasil dari penelitian tersebut yaitu secara keseluruhan, indeks RCA dan RSCA memperlihatkan komoditas-komoditas sektor agroindustri yang memiliki daya saing yang kuat-lemah, serta pergeseran bentuk dan pola ekspornya dalam perekonomian. Adapun strategi yang dianjurkan dalam penelitian ini yaitu dengan merubah orientasi kebijakan. Sebelumnya memanfaatkan keunggulan komparatif melalui industri yang padat sumber daya alam (*natural resource intensive*) dan tenaga kerja yang tidak terampil (*unskilled labour intensive*), maka harus dialihkan menjadi industri yang berbasis sumber daya alam yang memanfaatkan tenaga kerja yang terampil (*skilled labor*) dengan penguasaan teknologi yang lebih tinggi (Nihayah, 2012:42).

Tabel 2.1

Ringkasan Penelitian Terdahulu

NO.	Penelitian & Tahun	Sumber Referensi	Judul	Vareabel dan Alat Analisis	Ringkasan Hasil Penelitian
1.	Fadhlan zuhdi dan Suhama(Departemen Agrobisnis Fakultas Ekonomi dan Manajemen IPB) 2015	Habitat. Volume 26 No.3, Desember 2015	Analisis Daya Ekspor Kopi Indonesia dan Vietnam di Pasar ASEAN 5 2015	Vareabel: Y(Kopi Jenis HS 090111(<i>Coffee, not roasted, not decaffeinated.</i>) X (Alat analisis: <i>Revealed Comparative Advantage</i> (RCA), dan <i>Export Product Dynamics</i> (EPD)	Pasar ekspor kopi jenis HS 090111 (<i>Coffee, not roasted, not decaffeinated</i>) memiliki potensi yang besar jika di perdagangan di pasar ASEAN 5, walaupun nilai RCA yang didapat tidak lebih tinggi dari yang dimiliki oleh Vietnam. Dalam kurun waktu 15 tahun terakhir (2001-2014), rata-rata RCA yang diperoleh Indonesia di pasar ASEAN 5 adalah sebesar 10,16 sedangkan Vietnam sebesar 53,44. Dan berdasarkan analisis EPD Indonesia dan Vietnam berada di kuadran <i>rising star</i> (perdagangan ekspor berjalan dinamis dan baik)
2.	Devi Chandra, R. Hanung Ismono, Eka	Jurnal Ilmu-Ilmu Agribisnis (JIIA),	Prospek Perdagangan Kopi Robusta Indonesia Di	Varebel: Y (Kopi Robusta X(volume ekspor kopi robusta Indonesia yang	Berdasarkan hasil analisis peramalan (<i>forecasting</i>), disimpulkan bahwa volume ekspor kopi robusta Indonesia pada sepuluh tahun mendatang memiliki prospek yang baik.

	Kasymir(Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Lampung) 2013.	Volume 1 No. 1, Januari 2013	Pasar Internasional	merupakan lag dari residual & eror yang menjelaskan efek dari variabel yang tidak dijelaskan Alat analisis: <i>Model Autoregressive Integreted Moving Averag (ARIMA)</i>	
3.	Ariel Hidayat dan Soetrino(<i>Alumnus PS Agribisnis Pasca Sarjana Universitas Jember .Dosen</i>)	Jurnal Sosial Ekonomi Pembangunan Vol.4 No 2 Juli 2010	Daya Saing Ekspor Kopi Robusta Indonesia Di Pasar Internasional	Vareabel: Y (Kopi robusta) X(Nilai ekspor dan Impor kopi robusta) Alat analisis: <i>Revealed Comparative Advantage (RCA)</i> dan Indeks spesialisasi perdagangan (ISP), Nilai Rasio Akselerasi	Berdasarkan analisis RCA , Indonesia mempunyai keunggulan komparatif di atas rata-rata dunia terhadap komoditas kopi Robusta ISP (Komoditas kopi robusta memiliki daya saing yang kuat dan cenderung sebagai negara pengekspor kopi robusta begitupun dengan Vietnam akan tetapi Indonesia memiliki nilai ISP lebih rendah dari Vietnam. RA (Indonesia mampu merebut pasar kopi robusta dipasar dunia akan tetapi masih tersaingi oleh Vietnam)

	<i>Fakultas Pertanian Universitas Jember)2010</i>			(RA)	
4.	Budi Setiawan, Djoko Koestiono, Nuhfil Hanani dan Istis Baroh 2014	<i>International Journal of Agriculture Innovation and Research</i> Volume 3, Issue 2, ISSN (Online) 2319-1473	<i>Indonesian Coffee Competitiveness in the International Market: Review from the Demand Side</i>	Vareabel: 1. Y(RCA) Daya saing kopi Indonesia di dunia X (ekspor komoditas kopi Indonesia, total ekspor Indonesia, ekspor komoditas kopi didunia dan total ekspor dunia) 2. Aringmaton X (Daya saing ekspor kopi Indonesia) Y (Harga ekspor kopi kelima Negara	Kuantitas produksi kopi fluktuatif dan <i>trend</i> kopi kualitas ekspor cenderung menurun. Begitupun peramalan trend tahun 2013 dan 2014 juga menurun .

				importer yaitu Jepang, Belanda, USA, Jerman dan Australia)	
5.	Mediana Purnamasari, Nuhfil Hanani, Wen-ChinHuang	Journal AGRISE, Vol. 14, No.1, 2014	Analisis daya saing Ekspor Kopi di Pasar Dunia	Alat analisis menggunakan Metode <i>Revealed Comparatif Advantage</i> (RCA), <i>Comparative Export Performance</i> (CEP), dan <i>Market Share Index</i> (MSI)	Indonesia adalah produsen kopi ke-4 terbesar didunia, namun belum memiliki keunggulan komperatif jika dibandingkan dengan Negara lainnya. Penyebab utama rendahnya ekspor Indonesia adalah kualitas kopi itu sendiri
6.	Ni Putu Intan Ayu Indah Permata Sari A.A.I.N.Mar haeni	E- Jurnal EP Unud,4[8] : 998-101	Pengaruh Modal Kerja, Jumlah Tujuan Negara, Jumlah Tenaga Kerja Dan Kurs Dollar Amerika	Variabel Y: Ekspor kerajinan Bali di pasar Internasional X :(Modal kerja, Jumlah Tujuan Negara Ekspor, Jumlah Tenaga Kerja, dan Kurs Dollar Amerika Serikat,	Secara simultan semua vareabel X berpengaruh positif signifikan. Secara persial semua berpengaruh positif signifikan kecuali kurs dolar Amerika Serikat. Jumlah tenaga kerja merupakan variabel yang berpengaruh dominan terhadap ekspor kerajinan Bali di pasar Internasional dengan nilai <i>Standardized</i>

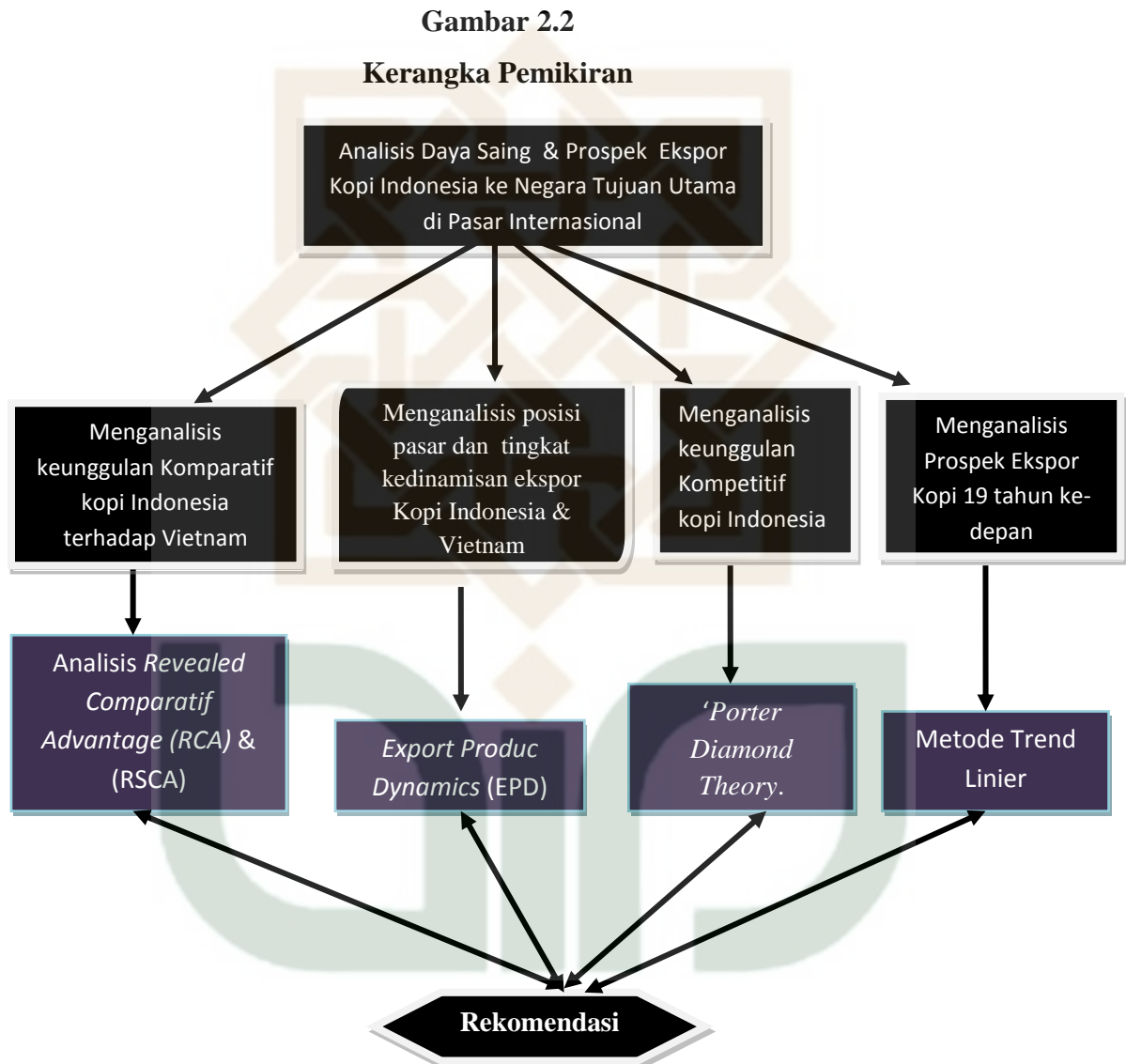
			Terhadap Nilai Ekspor Kerajinan Bali Di Pasar Internasional	Alat Analisi: Regresi Berganda OLS Analisis	<i>Coefficients</i> Beta tertinggi. Saran
7.	Dian Nahro	Skripsi Istitut Pertanian Bogor, Bogor 2014	Daya Saing Ubi Kayu Olahan Kering Indonesia di Pasar Internasional	Alat Anaisis menggunakan metode RCA (<i>Revealed Comparatif Advantage</i>)	Nilai ubi kayu olahan kering Indonesia merupakan yang tertinggi, namun kemampuan ekspor Indonesia lebih rendah dibandingkan Thailand dan Vietnam .Rata-rata pangsa pasar Indonesia di Cina hanya sekitar 3.69 persen pertahun dan memiliki trend yang cenderung menurun. Sehingga, dapat dikatakan bahwa ubi kayu olahan kering Indonesia memiliki daya saing yang rendah.
8.	Hagi, Syaiful Hadi, dan Ermi Tety	Pekbis Jurnal, Vol.4, No.3, November 2012: 180-	Analisis Daya Saing Ekspor Minyak Sawit Indonesia Dan Malaysia Di Pasar	Vareabel Y Ekspor minyak sawit dengan varebel x nilai ekspor minyak sawit berupa nilai ekspor minyak sawit Negara, nilai total	Daya saing Indonesia dan Malaysia meningkat, efek pertumbuhan standar ekspor minyak sawit Indonesia dan Malaiysia bernilai positif kecuali dalam beberapa tahun., minyak sawit Indonesia leih berdaya saing.

		191	Internasional	ekspor dunia,	
9.	Ria Lestari Baso dan Ratya Anindita	Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis (JEPA) Vol. 2 No.1, 2018: 1-9	Analisis Daya Saing Kopi Indonesia	Alat analisis: RCA (<i>Revealed Comparatif Advantage</i>), Berlian Porter (<i>Porter Diamond Theory</i>). X (Komoditas kopi Indonesia)	Hasil analisis <i>Revealed Comparative Advantage</i> (RCA) menunjukkan bahwa kopi dari ke empat negara memiliki keunggulan komparatif di atas rata-rata pasar dunia. Hasil analisis empat atribut Teori Berlian Porter dalam menyusun keunggulan kompetitif kopi Indonesia menunjukkan bahwa Indonesia memiliki keunggulan pada faktor kondisi terkait sumber daya alam dan memiliki kelemahan pada faktor kondisi terkait sumberdaya manusia, IPTEK, serta ketersediaan infrastruktur.
10.	Reni Kustiari	Forum Penelitian Agro Ekonomi Vol. 25, No.1 Juli	Perkembangan PasarKopi Dunia dan Implikasinya Bagi Indonesia	Analisis Deskriptif	Permintaan dan harga kopi olahan cenderung selalu meningkat. Dengan persaingan yang semakin ketat antar negara-negara eksportir, sehingga Indonesia perlu banyak mengusahakan peningkatan pada produktivitasnya, dengan mengoptimalkan biaya produksi. Pangsa pasar kopi Indonesia di Jerman

		2007 :43-56			dan Jepang cenderung menurun. Oleh karenanya Indoneisa dituntut harus lebih opimal dalam berbagai faktor pendukung kopi
11.	DiyahMaya Nihayah	Jurnal Bisnis dan Ekonomi (JBE) Vol. 19, No. 1 Maret 2012, Hal: 37-48	Kinerja Daya Saing Komoditas Sektor Agroindustri Indonesia	Alat analisis RCA (<i>Revealed Comparative Advantage</i>), RSCA (<i>Revealed Symmetric Comparative Advantage</i>) X.(Komoditas – komoditas Agroindustri	Secara keseluruhan, indeks RCA dan RSCA memperlihatkan komoditas- komoditas sektor agroindustri yang memiliki daya saing yang kuatlemah, serta pergeseran bentuk dan pola ekspornya dalam perekonomian.

C. Kerangka Pemikiran

Berdasarkan uraian latar belakang, rumusan masalah, landasan teori dan telaah pustaka maka dapat diketahui kerangka pemikiran dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:



Penelitian ini untuk menganalisa daya saing komparatif ekspor kopi Indonesia dengan Vietnam sebagai negara pembanding, ke Amerika Serikat sebagai negara tujuan ekspor utama. Demikian juga menganalisis tingkat kedinamisan ekspor kopi Indonesia dengan menggunakan EPD, serta untuk mengetahui prospek ekspor kopi Indonesia di dunia internasional.



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup penelitian ini dibatasi oleh ekspor kopi digit 6 HS 090111 (*Coffee, not roasted, not decaffeinated*) ke negara tujuan utama ekspor di dunia, yakni Amerika Serikat sebagai negara importir kopi di dunia dan termasuk negara pengeksportir kedua non migas terbesar setelah Tiongkok (18,5 miliar) yakni mencapai 13,2 miliar. Data penelitian yang digunakan yakni tahun 2000-2016.

B. Jenis dan Sumber Data

Data yang akan digunakan dalam penelitian ini merupakan data sekunder, yaitu data yang sudah tersedia dalam pustaka-pustaka, atau data resmi yang sebagian besar bersumber dari *UN Comtrade*, Badan Pusat Statistik (BPS), *International Coffee Organization (ICO)*, Asosiasi Eksportir Kopi Indonesia (AEKI), *United States Department of Agriculture (USDA)*, dan *Food and Agriculture Organization of The United Nations (FAO)* serta instansi-intansi lainnya. Pengujian pertama tentang keunggulan komparatif dan daya saing kopi digit 6 HS 090111 (*Coffee, not roasted, not decaffeinated*) suatu negara secara relatif terhadap dunia diukur dengan menggunakan *Revealed Coparative Advantage (RCA)*, (Cai, 2005). Data yang digunakan meliputi jumlah produksi kopi Indonesia dan dunia, nilai ekspor kopi Indonesia, negara Vietnam sebagai pembanding,

dan eksportir kopi di dunia, harga, pangsa pasar masing-masing negara, nilai ekspor komoditas Indonesia dan ekspor komoditas dunia, dan total ekspor kopi Indonesia ke Amerika Serikat, serta nilai ekspor komoditas Indonesia

C. Metode Penelitian

Metode analisis yang digunakan adalah metode deskriptif dengan dua pendekatan yaitu kuantitatif dan kualitatif. Metode analisis secara kuantitatif dibagi menjadi tiga yakni analisis kuantitatif untuk mengukur tingkat daya saing secara komparatif yakni dengan menggunakan metode analisis *Revealed Comparative Advantage* (RCA), yang kemudian disempurnakan dengan metode analisis *Revealed Symmetric Comparative Advantage* (RSCA) dan *Eksport Product Dynamic* (EPD) untuk mengetahui keunggulan kompetitif dan tingkat kedinamisan dari suatu komoditas serta melihat prospek ekspor kopi digit 6 HS 090111 (*Coffee, not roasted, not decaffeinated*) Indonesia dan Vietnam ke Amerika Serikat 19 tahun ke depan yakni dengan menggunakan alat analisis Metode Trend Linier. Pengolahan data pada penelitian ini terdiri dari beberapa tahap yaitu tahap pengumpulan data, pengelompokan data berdasarkan negara jenis produk, negara importir dan tahun analisis serta tahap pengolahan data dalam model analisis. Seluruh tahap pengolahan data menggunakan *software Microsoft Excel 2010*.

1. Revealed Comparative Advantage (RCA)

RCA merupakan salah satu metode pengukuran yang berbentuk dinamis. Hal tersebut didukung dengan pernyataan Basri

dan Munandar (2010) yang menyatakan bahwa RCA merupakan salah satu metode yang dinamis dan mampu digunakan untuk melakukan analisis daya saing. Indeks RCA menunjukkan keunggulan komparatif atau keunggulan daya saing ekspor dari suatu negara dalam suatu komoditas tertentu (Rifai dan Tarumun, 2005).

Menurut Wibowo dan Kusrianto (2010) tujuan penggunaan RCA adalah untuk mengukur keunggulan komparatif suatu produk di negara/wilayah tertentu dalam penelitian ini adalah produk kopi. Konsep pengukuran RCA dilakukan dengan menghitung kinerja ekspor suatu produk dari suatu negara diukur dengan menghitung pangsa nilai ekspor suatu produk terhadap total ekspor suatu negara dibandingkan dengan pangsa nilai produk tersebut dalam perdagangan dunia, dengan formulasi sebagai berikut:

$$\text{Indeks RCA}_i = \frac{X_{Oi}/X_{Oti}}{XW_{Oi}/XW_t}$$

keterangan:

RCA = Keunggulan komparatif negara *i*

X_{Oi} = nilai ekspor kopi digit 6 HS 090111 negara *i* (US\$)

X_{ti} = nilai total ekspor negara *i* (US\$)

XW_{Oi} = nilai ekspor kopi digit 6 HS 090111 dunia (US\$)

XW_t = nilai total ekspor dunia (US\$)

I = Indonesia / Vietnam

Adapun kriteria penilainnya yaitu sebagai berikut:

a.1 Apabila indeks RCA ekspor kopi digit 6 HS 090111 (*Coffee, not roasted, not decaffeinated*) lebih dari satu (>1), berarti ekspor kopi digit 6 HS 090111 (*Coffee, not roasted, not decaffeinated*) negara tersebut mempunyai keunggulan komparatif diatas rata-rata dunia.

a.2 Apabila indeks RCA ekspor kopi digit 6 HS 090111 kurang dari satu (<1), berarti ekspor kopi digit 6 HS 090111. negara tersebut mempunyai daya saing yang lebih rendah dari rata-rata dunia.

Semakin besar nilai RCA menunjukkan semakin kuat keunggulan komparatif yang dimiliki. Implikasinya negara tersebut memiliki kemampuan untuk mengekspor komoditi yang dimaksud tanpa meninggalkan prinsip-prinsip efisiensi dalam produksi.

2. *Revealed Symmetric Comparative Advantage (RSCA)*

Metode RCA kemudian disempurnakan oleh Laursen (Prasad, 2004), formula ini disempurnakan menjadi *Revealed Symmetric Comparative Advantage (RSCA)*. Adapun formulanya sebagai berikut:

$$\mathbf{RSCA^A_J = (RCA^A_J - 1) / (RCA^A_J + 1)}$$

Untuk menghindari terjadinya masalah *upward-biased* dari nilai indeks RCA, Laursen melakukan penyempurnaan dengan membuat indeks RCA menjadi simetris dengan interval nilai antara -1 dan +1 yang terkenal dengan *Revealed Symmetric Comparative Advantage (RSCA)* (Prasad, 2004). Nilai RSCA positif menunjukkan produk

atau komoditas tersebut memiliki keunggulan komparatif yang tinggi di pasar. Sebaliknya apabila nilai RSCA negatif, maka komoditas ini tidak layak untuk bersaing karena tidak efisien dan tidak memiliki keunggulan komparatif (Nihayah, 2016).

Nilai indeks RSCA ij bervariasi dari -1 hingga +1 ($-1 \leq RSCA_{ij} \leq +1$). Jika $RSCA_{ij}$ lebih dari 0 artinya negara i memiliki keunggulan komparatif dalam kelompok produk j , sebaliknya, jika $RSCA_{ij}$ kurang dari 0 maka negara i tidak memiliki keunggulan komparatif dalam kelompok produk (Widodo, 2010).

Metode analisis deskriptif dengan pendekatan kualitatif digunakan untuk menganalisis hal-hal yang terkait dengan kinerja perdagangan Indonesia atau keunggulan kompetitifnya yang dianalisis berdasarkan teori *Diamond Porter* yang lazim disebut *Porter Diamond Theory*. Teori Berlian Porter menjelaskan bahwa ada 4 atribut yang berkaitan langsung terhadap keunggulan kompetitif, yaitu kondisi faktor, kondisi permintaan, industri pendukung dan terkait, serta strategi, struktur dan persaingan antar industri. Adapun untuk faktor yang berkaitan tidak langsung dengan keunggulan kompetitif kopi yakni pemerintah (*government*) dan peluang (*chance*). Secara bersama-sama faktor ini membentuk sistem dalam peningkatan keunggulan kompetitif.

3. *Export Product Dynamics (EPD)*

Posisi pasar dari komoditas suatu negara ke tujuan pasar tertentu dapat dihitung menggunakan nilai EPD. Melalui nilai EPD dapat diketahui keunggulan kompetitif suatu komoditas tertentu dari negara pengekspor. Selain itu, nilai EPD juga menentukan gerakan dinamis dari suatu komoditas. Secara khusus, kedinamisan tersebut memperlihatkan tingkat pertumbuhan ekspor suatu komoditas. Apabila suatu komoditas mengalami pertumbuhan di atas rata-rata dalam jangka waktu yang panjang, komoditas tersebut berpeluang menjadi sumber penting pendapatan ekspor suatu negara. Nilai EPD dirumuskan sebagai berikut:

Sumbu X: Pertumbuhan pangsa pasar ekspor Indonesia =

$$\frac{\sum_{t=1}^t \left(\frac{X_{ij}}{W_{ij}} \right)_t \times 100\% - \sum_{t=1}^t \left(\frac{X_{ij}}{W_{ij}} \right)_{t-1} \times 100\%}{T}$$

Sumbu Y: Pertumbuhan pangsa pasar produk atau komoditas Indonesia =

$$\frac{\sum_{t=1}^t \left(\frac{X_t}{W_t} \right)_t \times 100\% - \sum_{t=1}^t \left(\frac{X_t}{W_t} \right)_{t-1} \times 100\%}{T}$$

Keterangan:

X_{ij} = Nilai ekspor kopi Indonesia ke negara tujuan ekspor

X_{in} = Nilai ekspor total Indonesia ke negara tujuan ekspor

X_{rj} = Nilai ekspor kopi dunia ke negara tujuan ekspor

X_{rn} = Nilai ekspor total dunia ke negara tujuan ekspor

T = Jumlah tahun analisis yang digunakan untuk mengetahui perkembangan ekspor dan posisi daya saing ekspor, maka dapat dilihat pada Tabel berikut:

Tabel 3.1 Matriks Posisi Daya Saing Ekspor

Pangsa produk i dalam ekspor negara asal	Sumbu X	Sumbu Y	Keterangan
RCA turun	↓	<	<i>Lagging retreat</i>
	↓	<	<i>Lost Opportunity</i>
	↓	>	<i>Leading Retreat</i>
	↑	>	<i>Lagging Opportunity</i>
RCA naik	↑	>	<i>Rising star</i>
	↑	<	<i>Falling star</i>

Berdasarkan pada tabel 3.1 tersebut dapat dilihat bahwa untuk posisi pasar ideal terbaik berada pada area *rising star* yang berarti suatu negara pengekspor memperoleh tambahan pangsa pasar pada produk yang tumbuh cepat (*fast-growing product*). Posisi *lost opportunity* merujuk pada penurunan pangsa pasar pada produk-produk yang dinamis. Posisi ini merupakan posisi yang tidak diinginkan. Posisi *falling star* tidak lebih baik dibandingkan *lost opportunity* karena memiliki pangsa pasar yang meningkat. Dan yang terakhir posisi *retreat*, dimana posisi ini biasanya tidak diinginkan, tetapi pada kasus tertentu mungkin diinginkan jika pergerakannya menjauhi produk-produk yang stagnan dan menuju produk-produk yang dinamis (Bappenas, 2009).

4. Analisis *Diamond Poerter*

Menurut Porter (1990), suatu negara memperoleh keunggulan daya saing jika perusahaan tersebut kompetitif. Daya saing suatu negara ditentukan oleh kemampuan industri melakukan inovasi dan

meningkatkan kemampuannya. *Diamond Porter* ini digunakan untuk menganalisis keunggulan kompetitif ekspor kopi Indonesia. Terdiri atas 6 poin yang akan dianalisis dalam penelitian ini yaitu:

- a. Faktor produksi kopi yang ada di Indonesia yang meliputi sumber daya manusia, alam, teknologi, modal, dan infrastruktur.
 - b. Kondisi permintaan dalam negeri kopi Indonesia.
 - c. Industri-industri yang berkaitan dan mendukung industri kopi yang ada di Indonesia.
 - d. Strategi, struktur, dan persaingan perusahaan di sebuah negara yang mengatur bagaimana perusahaan-perusahaan dibentuk, diorganisasikan, dan dikelola.
 - e. Kebijakan pemerintah terkait industri kopi Indonesia.
6. Peluang Industri Kopi Indonesia (Burhani dkk, 2017).

5. Metode Trend Linier untuk *forecasting* (Peramalan Data)

Metode trend linier menggunakan garis kecenderungan apabila pola data menunjukkan suatu kecenderungan, baik berpola turun atau naik (Tanaddy dan Andrew, 2013). Metode Trend Linier dirumuskan sebagai berikut:

$$Y' = a + b x$$

Untuk mencari nilai a dan b menggunakan rumus :

$$a = \frac{\Sigma Y}{n}$$

$$b = \frac{\Sigma XY}{X^2}$$

Keterangan :

Untuk $\Sigma x = 0$

Y' = Ramalan pada periode tertentu

a = *Intercept*

b = Kemiringan garis

x = Kode periode waktu

Σ = Tanda penjumlahan total

n = Jumlah data atau pengamatan



BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum

1. Produksi dan Produktivitas Kopi Dunia

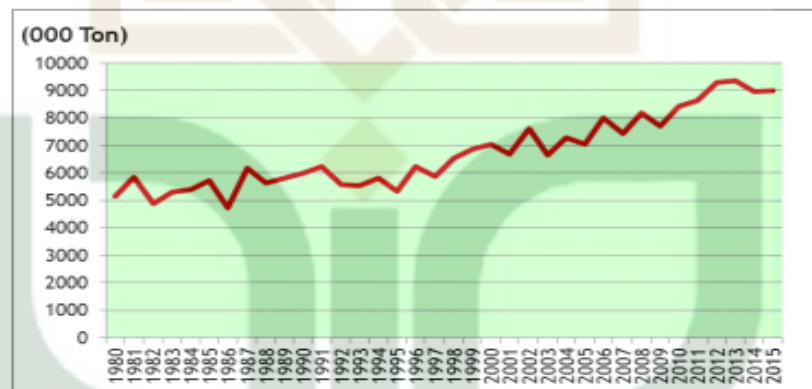
Perkembangan produksi kopi dunia (wujud produksi biji kopi mentah) periode tahun 1980 hingga 2014 berdasarkan data FAO, berfluktuasi dengan trend terus mengalami peningkatan rata-rata 2,22% per tahun yaitu pada tahun 1980, produksi kopi di dunia mencapai 4,84 juta ton dan meningkat di tahun 2014 menjadi 8,79 juta ton. Sementara produksi kopi dunia kondisi lima tahun terakhir mengalami peningkatan cukup signifikan yaitu rata-rata sebesar 2,50% per tahun atau produksi rata-rata sebesar 8,68 juta ton. Peningkatan produksi lima tahun terakhir lebih diakibatkan oleh peningkatan produktivitas yang meningkat rata-rata 2,50% per tahun sedangkan pertumbuhan luas tanaman menghasilkan kopi dunia cenderung melambat yaitu rata-rata sebesar 0,05% per tahun.

Berdasarkan data FAO, laju pertumbuhan produktivitas kopi dunia periode 1980 hingga 2014 secara umum mengalami peningkatan rata-rata 1,99% per tahun dengan rata-rata pertumbuhan sebesar 1,99% atau produksi kopi per hektar rata-rata sebesar 651 kilogram atau produktivitas kopi tahun 1980 sebesar 481 kilogram per hektar, menjadi 838 kg per hektar di tahun 2014. Perkembangan produktivitas kopi periode lima tahun terakhir masih mengalami peningkatan lebih signifikan yaitu sebesar 2,50% per tahun atau produktivitas rata-rata mencapai 836 kg per hektar. Produktivitas tertinggi

dunia tercapai pada tahun 2012 yaitu sebesar 912 kg/ha. Sementara tahun 2014, produktivitas kopi dunia mencapai 838 kg/ha atau lebih rendah 1,40% dibandingkan tahun 2012.

Sementara produksi kopi dunia menurut data dari USDA, periode 1980 hingga 2016 mencapai produksi rata-rata 6,84 juta ton atau meningkat rata-rata 2,18% per tahun yaitu produksi tahun 1980 sebesar 5,17 juta ton tahun 2016 meningkat menjadi 9,55 juta ton. Produksi kopi kondisi lima tahun terakhir masih mengalami peningkatan rata-rata 2,00% per tahun atau produksi rata-rata sebesar 9,41 juta ton. Data secara terinci tersaji pada Berikut adalah kurva perkembangannya:

Grafik 4.1
Volume Produksi Kopi Dunia Periode 1980-2015

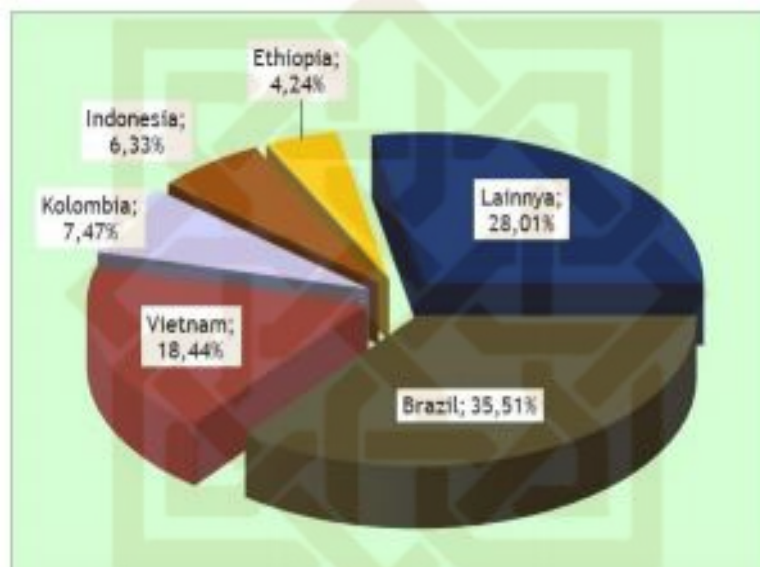


Sumber: USDA, diolah

Produksi kopi dunia sebagian besar dihasilkan oleh negara Brazil dengan rata-rata produksi selama periode 2011-2015 mencapai 3.212.400 ton atau berkontribusi sebesar 35,51% terhadap rata-rata produksi kopi dunia di periode yang sama. Negara-negara penghasil kopi terbesar selanjutnya adalah Vietnam dengan kontribusi 18,44% atau rata-rata menghasilkan

1.758.000 ton, disusul oleh Kolombia dengan rata-rata produksi sebesar 676.284 ton (7,47%), Indonesia dengan rata-rata produksi mencapai 572.460 ton (6,33%), dan Ethiopia dengan rata-rata produksi 383.580 ton (4,24%).

Gambar 4.1
Sentra Produksi Kopi Dunia Rata-Rata Tahun 2011-2015



Sumber: Outlook Kopi 2016, diolah

2. Produksi dan Produktivitas Kopi Indonesia

Indonesia sebagai negara produsen kopi terbesar ke empat di dunia hingga tahun 2017 sebenarnya masih jauh dari potensi yang ada. Mengingat luasnya lahan perkebunan kopi yang ada di Indonesia di tahun 2015 mencapai 1.230.001 ha dengan total produksi sebesar 639.231 ton kemudian di tahun 2016 menjadi 1.228.512 dengan total produksi 639.305 ton, di tahun 2017 luas area total dari perkebunan rakyat, perkebunan negara dan perkebunan swasta mencapai 1.227.787 ha dengan total produksi sebesar 637.539 ton. Dari data tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa terjadi peningkatan baik pada luas area ataupun hasil produksi yang diperoleh oleh Indonesia. Namun

disini timbul pertanyaan seberapa besar peningkatan yang telah dicapai Indonesia, apakah sudah optimal? Pertanyaan-pertanyaan tersebut tentu menjadi problema yang menjadi tugas Indonesia untuk bisa menjadi negara eksportir yang berdaya saing kuat.

Tabel 4.1
Luas Lahan dan Jumlah Produksi Kopi Indonesia
Tahun 2005-2017

No	Tahun	Luas Lahan (ha)	Jumlah Produksi (ton)
1	2015	1.230.001	639.231
2	2016	1.228.512	639.305
3	2017	1.227.787	637.539

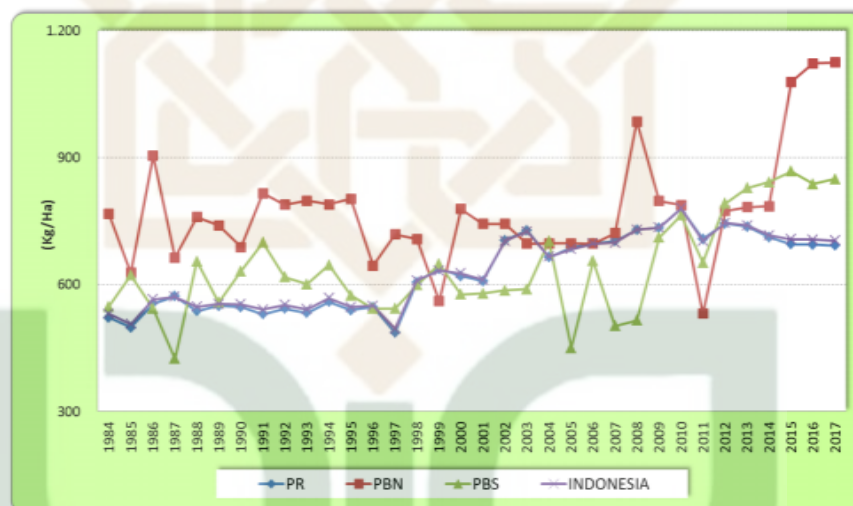
Sumber: Statistik Perkebunan Indonesia 2017

Pertumbuhan produktivitas kopi di Indonesia pada periode 2000-2017 tidak mengalami pertumbuhan yang cukup signifikan yaitu dengan peningkatan rata-rata 1,05% atau produktivitas rata-rata sebesar 633,12 kg/ha. Kecilnya pertumbuhan produktivitas kopi tersebut dan dengan pertumbuhan luas tanaman menghasilkan yang hanya meningkat rata-rata 1,34% per tahun atau rata-rata sebesar 848,04 ribu hektar, mengakibatkan peningkatan produksi kopi yang tidak terlalu signifikan yaitu rata-rata sebesar 543,54 ribu ton kopi beras atau meningkat sebesar 2,33% per tahun (Ditjen Perkebunan, 2017).

Berdasarkan jenis usahanya, produktivitas kopi tertinggi pada usaha perkebunan kopi yang diusahakan oleh negara (PBN) dengan rata-rata produktivitas mencapai 773,7 kg/ha, berikutnya produktivitas kopi yang

diusahakan oleh perkebunan swasta (PBS) dengan rata-rata produktivitas sebesar 633,12 kg/ha, sedangkan terendah pada produktivitas kopi yang diusahakan oleh rakyat (PR) yaitu sebesar 629,01 kg/ha. Namun secara umum peningkatan produktivitas kopi cukup signifikan pada kopi yang diusahakan oleh perkebunan negara dan swasta terutama pada kondisi 5 tahun terakhir, sebaliknya trend pertumbuhan produktivitas kopi rakyat justru mengalami penurunan pada kondisi 5 tahun terakhir.

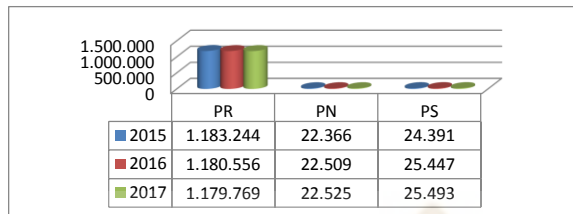
Grafik 4.2
Perkembangan Produktivitas Kopi Indonesia
Tahun 1984-2017



Sumber: Detjen Perkebunan 2017, diolah

Di Indonesia produksi kopi dikuasai oleh tiga kelompok ada Perkebunan Rakyat (PR), Perkebunan Negara (PN) dan Perkebunan Swasta (PS), dari ketika produsen kopi yang ada di Indonesia Kelompok yang paling mendominasi adalah Perkebunan Rakyat (PR). Hal ini dapat dilihat pada grafik berikut:

Grafik 4.3
Luas Lahan perkebunan Kopi Indonesia



Sumber : Statistik Perkebunan Indonesia 2015-2017

Grafik 4.3 tersebut menunjukkan bahwa penguasaan lahan pertanian kopi Indonesia didominasi oleh perkebunan rakyat. Tahun 2015 luas perkebunan rakyat mencapai 1.183.224 ha, kemudian disusul oleh Perkebunan Swasta, dengan luas lahan kopi sebesar 24.391 ha dan Perkebunan Negara sebesar 22.336 ha. Meskipun jika dilihat dari fluktuasinya perkebunan rakyat mengalami penurunan secara normal ditahun 2015 ke tahun 2017, menjadi 1.179.769 ha. Lain halnya dengan perkebunan negara dan perkebunan milik swasta yang mengalami kenaikan, dimana ditahun 2017 PR mencapai 25.525 ha dan PS mencapai 25.493 ha. Fakta ini menunjukkan bahwa besar kecilnya produksi kopi di Indonesia juga sangat dipengaruhi oleh kualitas produksi pada perkebunan rakyat, dimana lahan perkebunan rakyat ini dimiliki oleh para petani yang luas lahan yang dimilikinya pun berbeda-beda. Begitupun dengan kualitas dan kuantitas yang dihasilkan sangat beragam, jika perawatannya sesuai dengan standar dan dengan maksimal maka lahan yang dimiliki akan menghasilkan biji kopi yang berkualitas dan memiliki kuantitas yang tinggi, namun sebaliknya jika

pengelolaannya tidak sesuai standar maka hasil yang akan diperoleh pun tidak akan maksimal.

Berbicara mengenai hasil berarti tidak bisa lepas dari masalah produktivitas biji kopi ini. Jika dilihat dari dominasi kepemilikan lahan maka produktivitas terbesar akan mampu diusahakan oleh rakyat, dengan berbagai faktor pendukung, seperti bantuan pemerintah berupa subsidi pupuk atau bibit, kebijakan pemerintah dan lain-lain. Adapun produktivitas ketiga kelompok pemilik perkebunan kopi di Indonesia dapat dilihat dari grafik berikut:

Tabel 4.2
Produksi PR, PN, dan PS tahun 2015-2017

Tahun	PR	PN	PS
2015	602.428	19.703	17.281
2016	602.160	19.838	17.306
2017	599.602	19.922	17.715

Sumber: Statistik Perkebunan Indonesia 2017

Pada tabel tersebut juga sejalan dengan data perkembangan luas lahan biji kopi. Tahun 2015 perkebunan rakyat mampu memproduksi kopi sebesar 602.428 ton akan tetapi mengalami penurunan yang ini juga di pengaruhi oleh menurunnya lahan pertanian kopi milik rakyat, dimana di tahun 2017 menjadi 599.602 ton. Lain halnya dengan perkebunan milik negara dan perkebunan milik swasta yang berbanding terbalik, yakni mengalami peningkatan secara normal yakni PN di tahun 2015 mampu memproduksi biji kopi sebesar 19.703 ton dan di tahun 2017 mampu

memproduksi sebesar 19.922 ton. Begitupun juga dengan perkebunan swasta di tahun 2015 mampu memproduksi biji kopi sebesar 17.281 ton dan mengalami kenaikan dalam tingkat produksi di tahun 2017 menjadi 17.715 ton.

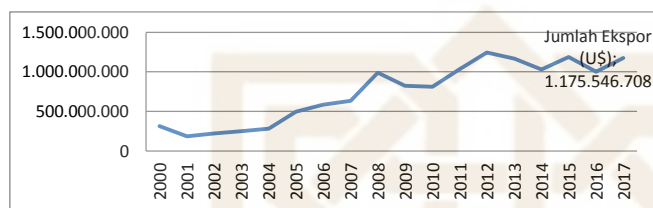
Dari Luas area dan produksi kopi yang telah dipaparkan, 1,2 hektar perkebunan kopi yang dimiliki Indonesia 96% merupakan kopi areal perkebunan rakyat dan sisanya 4% milik perkebunan swasta dan pemerintah (PTP Nusantara). Oleh karena itu produksi kopi Indonesia sangat tergantung pada perkebunan rakyat (AEKI, 2017).

3. Perkembangan Volume Ekspor Komoditas Kopi Indonesia

Kopi merupakan minuman yang tetap diminati oleh masyarakat di seluruh dunia. Data *Internasional Coffe Organization* (ICO) menunjukkan bahwa konsumsi kopi dunia pada periode 2016/2017 tumbuh 1,9% menjadi 157,38 juta karung berisi 60 kg dari periode sebelumnya. Tumbuhnya konsumsi kopi global tentunya memberikan dampak positif bagi Indonesia yang merupakan negara eksportir kopi terbesar ke empat di dunia. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) ekspor kopi nasional pada 2017 tumbuh 12,56 % menjadi 464 ribu ton dari tahun sebelumnya. Demikian pula nilai ekspornya naik 17,48% menjadi US\$ 1,18 miliar atau sekitar Rp. 15,9 triliun. Dari grafik di bawah ini, terlihat bahwa ekspor kopi Indonesia terbesar tercatat pada tahun 2013, yakni mencapai 532 ribu ton. Amerika Serikat (AS) merupakan pasar kopi terbesar bagi Indonesia. Tidak kurang dari 63 ribu ton tau sebesar 13% dari total ekspor kopi nasional dikirim ke Amerika Serikat

dengan nilai mencapai US\$ 256 juta. Negara tujuan ekspor kopi Indonesia lainnya adalah Malaysia, Jerman, Italia, Rusia dan Jepang.

Grafik 4.4
Total Ekspor Kopi Indonesia Ke Dunia
Tahun 2000-2016 (US\$)



Sumber: UN Comtrade 2016 diolah

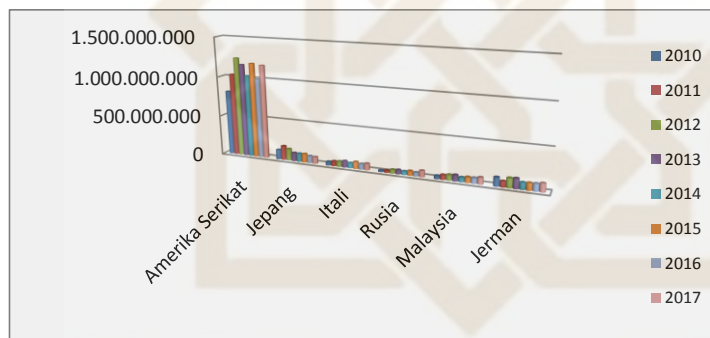
4. Perkembangan Volume Ekspor Kopi Indonesia di Beberapa Negara Importir Utama dan Dunia

Hubungan luar negeri Indonesia dengan negara-negara di dunia sudah terjalin sejak awal diproklamasikannya kemerdekaan Indonesia 17 Agustus 1945. Indonesia juga telah menjalin berbagai kerjasama dalam banyak hal, baik yang bersifat bilateral, regional maupun multilateral yang menjunjung tinggi nilai-nilai saling menghormati, tidak mencampuri urusan dalam negeri negara lain, penolakan penggunaan kekerasan serta konsultasi dan mengutamakan konsensus dalam proses pengambilan keputusan. Berdasarkan data kementerian luar negeri saat ini Indonesia telah menjalin kerjasama bilateral dengan 162 negara serta satu teritori khusus yang berupa *non-self governing territory*. Negara-negara mitra kerjasama Indonesia ini terbagi dalam delapan kawasan (Afrika, Timur Tengah, Asia Timur dan Pasifik, Asia

Selatan dan Tengah, Amerika Utara dan Tengah, Amerika Selatan dan Karibia, Eropa Barat, serta Eropa Tengah dan Timur).

Adapun dalam masalah ekspor biji kopi Indonesia dengan digit 6 HS 090111(*Coffee, not roasted, not decaffeinated*), Indonesia merupakan eksportir ke empat terbesar di dunia. Negara importir kopi terbesar di dunia adalah Amerika Serikat, adapun perkembangan ekspor ke negara tujuan ekspor terbesar lainnya yakni seperti yang dipaparkan pada grafik berikut:

Grafik 4.5 Volume Ekspor Kopi Indonesia ke negara Importir Utama 2010-2017 (US\$)



Sumber: UN Comtraed, 2017 diolah

Grafik 4.5 tersebut menunjukkan bahwa Amerika Serikat adalah negara importir terbesar dari total ekspor kopi Indonesia di dunia dari tahun 2010-2017 tetap lebih unggul jika dibandingkan dengan negara-negara importir terbesar dari ekspor kopi Indonesia di dunia. Pada tahun 2010 nilai ekspor kopi Indonesia ke Amerika Serikat mencapai US\$ 812.360.014 dan kemudian ditahun 2017 ini sudah mencapai US\$ 1.175.546.708, perkembangannyapun fluktuatif walaupun kenaikan atau penurunnya tidak drastis, yang kemudian disusul oleh Jepang, dimana di tahun 2010 nilai

ekspor kopi Indonesia yakni US\$ 118.889.822 dan di tahun 2017 mengalami penurunan menjadi US\$ 82.401.249. Adapun dengan Itali mengalami peningkatan yakni di tahun 2017 menjadi US\$ 79.664.898 yang di tahun 2010 senilai US\$ 43.225.743. Ekspor Rusia pun juga mengalami peningkatan dalam nilai impor kopinya dari Indonesia, sama halnya dengan Malaysia dan Jerman.

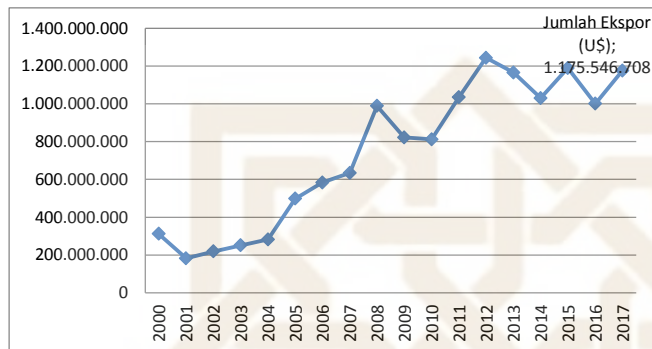
B. Perkembangan Nilai Ekspor Kopi Indonesia dan Vietnam di Dunia dan Amerika Serikat

1. Perkembangan Nilai Ekspor Biji Kopi Indonesia dan Vietnam di Dunia

Perkembangan volume ekspor kopi Indonesia ke dunia selama periode tahun 2000-2017 menunjukkan trend peningkatan yang fluktuatif. Hal ini akibat besarnya penawaran kopi di pasar dunia pada tahun 2009 dan semakin bertambahnya jumlah konsumsi kopi di seluruh dunia serta banyaknya industri pengolahan kopi raksasa dunia yang menguasai pangsa pasar siap saji dengan produk yang diselaraskan dengan lidah para konsumen peminat kopi. Selain itu, meningkatnya volume ekspor kopi juga berpengaruh terhadap laju pertumbuhan ekonomi dunia dan semakin bersaingnya negara-negara eksportir kopi di pasar dunia. Sedangkan, perkembangan nilai ekspor kopi Indonesia selama periode tahun 2001-2012 menunjukkan trend peningkatan yang fluktuasi meskipun terjadi penurunan yang signifikan pada tahun 2009-2010. Penurunan ini disebabkan oleh menurunnya permintaan dari negara importir, harga lokal yang lebih tinggi dari harga ekspor, berkurangnya lahan

karena cuaca ekstrim, krisis yang melanda Amerika dan Eropa sebagai tujuan utama ekspor (Ratnasari dkk, 2016).

Grafik 4.6
Ekspor Kopi Indonesia Ke Dunia



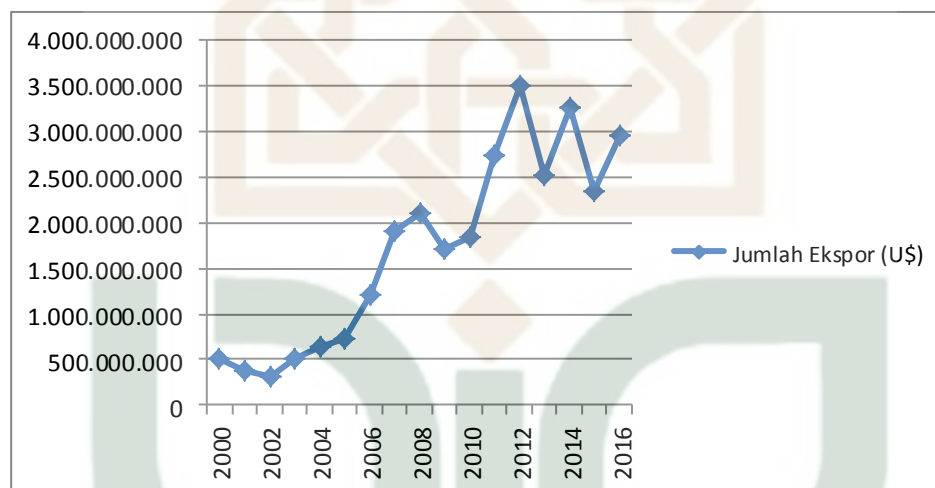
Sumber: UN Comtrade 2017, diolah

Perkembangan volume ekspor kopi Indonesia pada tahun 1980–2016 berfluktuasi dengan kecenderungan meningkat rata-rata sebesar 2017 3,80% per tahun yaitu ekspor kopi Indonesia tahun 1980 sebesar 238,68 ribu ton dengan nilai ekspor sebesar US\$ 656 juta dan tahun 2016 volume ekspor kopi menjadi 414,65 ribu ton atau senilai US\$ 1.008,55 juta. Perkembangan volume dan nilai ekspor kopi kondisi 5 tahun (2012 hingga 2016) secara volume mengalami pertumbuhan yang melambat yaitu sebesar 1,04% per tahun dengan nilai ekspor yang mengalami penurunan sebesar 4,52% per tahun atau nilai ekspor sebesar \$US 1.133,84 juta. Penurunan volume ekspor kopi Indonesia paling tinggi terjadi pada tahun 2014 sebesar 27,94% atau mencapai 384,82 ribu ton, sehingga mengakibatkan nilai ekspor kopi Indonesia juga mengalami penurunan sebesar 11,47% atau mencapai nilai

ekspor \$US 1.039,34 juta. Penurunan ekspor kopi pada tahun tersebut diduga dipicu oleh penurunan produksi kopi pada tahun yang sama yaitu secara total sebesar 5,40% terutama pada penurunan produksi kopi di perkebunan rakyat yang mengalami penurunan hingga 5,03% atau produksi mencapai 612,88 ribu ton kopi berasan.

Adapun perkembangan ekspor biji kopi Vietnam sebagai negara eksportir terbesar ke tiga jika dibandingkan Indonesia, dapat dilihat pada grafik berikut:

Grafik 4.7
Ekspor Biji Kopi Vietnam di Dunia tahun 2000-2017



Sumber: UN Comtrade, 2017 diolah

Perkembangan nilai ekspor biji kopi Vietnam di dunia dari tahun 2000-2017 secara umum mengalami peningkatan dari tahun ke tahun, namun juga berfluktuatif. Tahun 2000 nilai ekspor biji kopi mencapai US\$ 501.436.000 dan di tahun 2016 meningkat menjadi US\$ 2.967.118.223. Jika dibandingkan dengan jumlah nilai ekspor biji kopi Indonesia ke dunia sebagai

negara eksportir terbesar ke empat di dunia setelah Vietnam, masih lebih unggul Vietnam dengan perkembangan yang cepat.

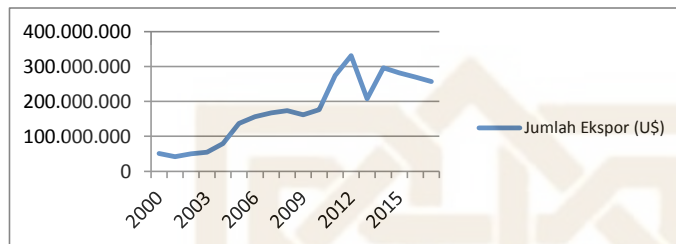
2. Perkembangan Nilai Ekspor Biji kopi Indonesia dan Vietnam ke Amerika Serikat

Hubungan perdagangan antara Amerika Serikat dan Indonesia hingga saat ini masih merupakan kekuatan utama dunia, baik dari sisi politik, militer dan ekonomi. Bagi Indonesia, AS merupakan mitra dagang utama yakni setelah Republik Rakyat Cina dan Jepang. Total nilai ekspor Indonesia ke Amerika Serikat mencapai \$1,56 miliar, yang terdiri dari \$56 juta ekspor migas dan \$1.5 juta ekspor nonmigas. Nilai ekspor nonmigas Indonesia secara keseluruhan mengalami tren yang meningkat, kecuali tahun 2009 sebagai dampak dari krisis global. Angka ekspor Indonesia terhadap Amerika Serikat juga memiliki pola serupa, yakni meningkat sebesar 12,25% pada 2008, lalu turun sebesar 16,77% pada 2009; namun disusul kemudian dengan kenaikan pada 2010 dan 2011, masing-masing sebesar 31,49% dan 15,37%. (Kementerian Perdagangan, 2012).

Tahun 2013 ekspor nonmigas Indonesia ke Amerika Serikat sebesar \$15.081,9 juta dimana di tahun 2014 mengalami peningkatan menjadi \$15.857,0 juta, namun di tahun 2015 mengalami penurunan yaitu \$15.308,2 juta kemudian ditahun 2016 sampai tahun 2017 sebesar \$17.134,4 juta secara umum trend ekspor nonmigas Indonesia ke Amerika Serikat tahun 2013-2017 mengalami kenaikan sebesar 2,7 % ((Kementerian Perdagangan, 2018).

Sementara untuk perkembangan ekspor biji kopi dengan digit 6 HS 090111 Indonesia ke Amerika Serikat dapat dilihat pada grafik berikut ini

Grafik 4.8 Perkembangan Ekspor Biji Kopi Indonesia ke Amerika Serikat 2000-2017



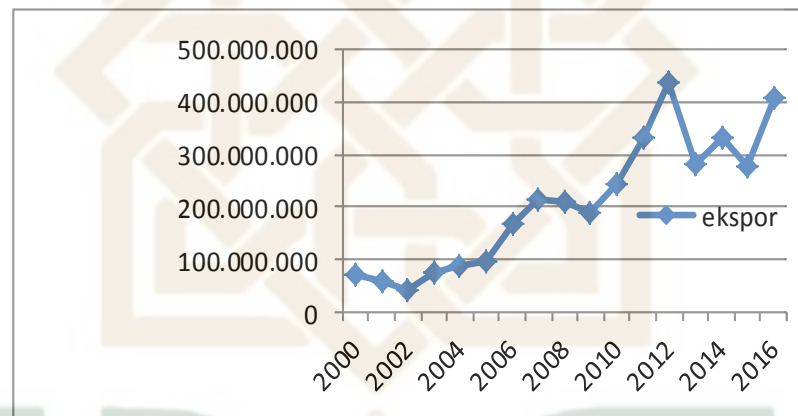
Sumber: UN Comtrade, 2017 diolah

Grafik 4.8 tersebut menjelaskan bahwa ekspor biji kopi digit 6 HS 090111 (*Coffee, not roasted, not decaffeinated*) pertumbuhannya mengalami fluktuasi. Secara umum, ekspor biji kopi Indonesia ke Amerika Serikat terus mengalami peningkatan, hal ini dapat dilihat di tahun 2000 dengan nilai ekspor US\$50.980.971 dan terus meningkat sampai 2008 mencapai US\$173.404.177, akan tetapi mengalami penurunan di 2009, hal ini juga dipengaruhi oleh adanya krisis global, menjadi US\$ 161.240.191. Kemudian kembali mengalami peningkatan secara signifikan dan mencapai puncaknya pada tahun 2012 senilai US\$ 330.814.725, namun di tahun 2013 ekspor biji kopi ke Amerika Serikat mengalami penurunan yang cukup signifikan yaitu menjadi US\$207.037.614. Hal ini disebabkan oleh turunnya dari harga biji kopi dunia yang disebabkan oleh banyaknya produksi kopi yang melebihi permintaan kopi itu sendiri. akan tetapi di tahun 2014 ekspor biji kopi Indonesia kembali mengalami kenaikan yakni sebesar US\$ 295.903.080 dan

kembali mengalami penurunan di empat tahun terakhir yakni US\$ 281.079.057 di tahun 2015 dan pada tahun 2016 menjadi US\$ 269.895.569 dan kemudian di tahun 2017 mencapai US\$ 256.395.558.

Jika dibandingkan dengan perkembangan nilai ekspor biji kopi Vietnam Indonesia mengalami trend yang lebih baik, hal ini dapat dilihat pada grafik berikut:

Grafik 4.9
Ekspor Vietnam ke Amerika Serikat tahun 2000-2016



Sumber: UN Comtrade, 2017 diolah

Secara umum tren nilai ekspor kopi Vietnam ke Amerika Serikat sebagai salah satu negara importir terbesar dunia mengalami peningkatan, akan tetapi terjadi fluktuasi dimana pada tahun 2000 ekspor biji kopi Vietnam ke Amerika Serikat sebesar US\$ 70.917.000, kemudian dua tahun berikutnya mengalami penurunan tidak signifikan,. Tahun 2003 kembali naik menjadi US\$ 74.053.468, dan terus mengalami kenaikan kembali hingga tahun 2006 mencapai US\$ 166.503.654. dan mengalami penurunan akibat adanya krisis ekonomi global, yang mana juga berdampak pada ekspor kopi Vietnam ke

USA di tahun 2007-2009 hingga mencapai nilai ekspor sebesar US\$ 189.961.769. Setelah stabil, ekspor biji kopi kembali membaik, dimana di tahun 2010-2012 mencapai US\$ 436.806.331 dan kembali turun pada tahun 2013 menjadi US\$ 279.561.566, sama halnya dengan Indonesia di tahun 2013 ekspor biji kopi ke Amerika Serikat juga mengalami penurunan, hal ini disebabkan oleh semakin banyaknya produsen kopi dunia dan tidak seimbang nya permintaan kopi di dunia tahun 2014 kembali naik menjadi US\$ 329.923.106, 2015 turun kembali dan di tahun 2016 mengalami kenaikan mencapai US\$ 407.889.415.

Secara umum trend ekspor biji kopi Indonesia dan Vietnam ke Amerika Serikat tidak jauh beda, kedua negara tersebut sama-sama mengalami fluktuatif, walaupun berdasarkan analisis perkembangan nilai ekspor biji kopi Indonesia dan Vietnam, nilai masih lebih unggul Vietnam.

C. Strategi Perkopian Negara Pesaing Utama Indonesia di USA dan Dunia

Secara keseluruhan pesaing utama ekspor perkopian Indonesia di negara importir utama dan dunia dapat menjadi salah satu hambatan pada tingkat daya saing maupun posisi daya saing produk Indonesia di pasar tertentu. Oleh karena itu menjadi penting untuk melihat apa saja strategi pesaing utama dalam bidang perkopian agar dapat menjadi bahan pertimbangan dalam perumusan kebijakan bidang perkopian Indonesia di tahun mendatang. Dalam penelitian ini negara pesaing utama ekspor biji kopi ke Amerika Serikat adalah Vietnam, yang juga termasuk negara Asia Tenggara.

Vietnam merupakan negara berkembang, sama seperti Indonesia dalam bidang perkopian Vietnam tidak kalah unggul dengan Indonesia yang notabene luas negaranya lebih kecil dibanding Indonesia, akan tetapi memiliki daya produksi yang lebih tinggi. Berdasarkan kementerian perindustrian Indonesia luas lahan kopi Indonesia mencapai 1,3 juta hektar, di tahun 2013 mampu menghasilkan kopi sebesar 534.000 ton kopi. Jumlah tersebut menghasilkan 1,1 miliar AS. Sedangkan Vietnam dengan luas lahan perkopian mencapai 550.000 hektar. Akan tetapi menurut Asosiasi kopi kakao Vietnam (Vicova), ekspor kopi negara itu sampai dengan akhir 2014 sudah mencapai 1,7 juta ton. Hasil penjualan kopi sebanyak itu mendatangkan uang hingga 3 miliar dollar AS. Hal inilah yang menyebabkan *Global Sustainability Manager for Coffee Mondelez International Geraldine O'Grady* di Jakarta pada Kamis (24/4/2014) lalu, pada lahan pertanian kopi yang rerata setara luasnya dengan di Indonesia, Vietnam bisa menghasilkan kopi tiga kali lebih banyak ketimbang Indonesia. "Petani kopi Vietnam sudah belajar mengenai penanaman kopi berkelanjutan.

Jika dilihat dari luas lahan Indonesia tidak kalah luas dengan Brazil yang merupakan negara eksportir biji kopi di dunia. Begitupun juga Vietnam yang menjadi negara eksportir terbesar kedua di dunia, namun pada kenyataan rillnya produksi kopi Inoedia masih kalah jauh dengan negara-negara pesaing utama tersebut. Produktivitas lahannya kurang optimal dimana Vietnam dengan luas lahan satu hektar mampu menghasilkan biji kopi sebanyak 3 ton per hektar sedangkan Indonesia hanya mampu menghasilkan

600kgperhektar. Kisah sukses menjadi eksportir terbesar ke dua di dunia bagi Vietnam bukanlah hal yang mudah melainkan didukung oleh banyak faktor baik dari kondisi alam maupun strategi-strategi yang diterapkan negara tersebut.

a. Kondisi alam

Kondisi alam yang sangat menguntungkan untuk budidaya tanaman kopi, baik kopi jenis robusta ataupun arabika, dimana iklim negara Vietnam terbagi atas dua zona yang mampu beradaptasi dengan masing-masing jenis kopi. Diwilayah bagian utara cocok untuk kopi jenis arabika dengan kondisi iklim yang curah hujannya tinggi dengan musim dingin yang berada pada ketinggian lebih dari 1000 meter daridiatas permukaan laut . Pada tahun 2014, total areal kopi Vietnam mencapai sekitar 653.000 hektar, yang merupakan negara yang memiliki lahan kopi terluas ke-4 di dunia. tanah telah mencapai nilai ekonomi tinggi seperti tanah basal membentang dari Dataran Tinggi Tengah ke Tenggara. Berkat kondisi alam ini yang telah membantu kopi Vietnam mencapai kapasitas produksi tinggi di dunia dan telah menjadi ciri khas rasa alami (Viettrade, 2014).

b. Sumber Daya Manusia

Dari segi sumber daya manusia Vietnam merupakan negara berkembang yang memiliki tenaga kerja yang melimpah, terbukti pada tahun 2014, dengan populasi seluruh penduduk sebesar 90 juta jiwa sehingga mengantarkan Vietnam menjadi negara berpenduduk terbesar ke-13 di dunia dan ke-3 se Asia Tenggara, tenaga kerjanya juga dikenal pekerja

keras dan penuh antusias (GSO,2015). Khususnya jumlah penduduk diusia kerja meningkat dengan cepat dan menyumbang proporsi tinggi sekitar 67% dari populasi nasional. Ini merupakan keuntungan bagi sektor perkopian di Vietnam (Pusat Pelatihan dan Sumber Daya Manusia, 2014).

Usaha untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia, Vietnam mengadakan pengembangan secara bertahap. Menurut kementerian Pertanian dan Perkembangan Pedesaan, saat ini sudah memiliki 13 universitas dan perguruan tinggi yang memiliki jurusan dibidang pertanian dan kehutanan, dan juga Universitas Pertanian di *Ha Noi* dan Universitas Pertanian dan Kehutanan di Kota *Ho Chi Minh*. Menuju perguruan tinggi kejuruan, sekolah menengah kejuruan profesional, dan pusat-pusat kejuruan, sekitar 60% dari mereka memiliki program kejuruan pertanian dan kehutanan. Kemudian terdapat 28 lembaga dan pusat penelitian milik Kementerian Pertanian dan Pembangunan Pedesaan. Asosiasi VICOFA dan lembaga terkait juga secara aktif menyebarluaskan pengetahuan dan teknik budidaya kopi untuk petani melalui program penyuluhan, seminar atau lokakarya pertanian (Mendukung pusat pelatihan dan dukungan sumber daya manusia, 2014)

c. Strategi

Perusahaan kopi di Vietnam hampir mencapai 200 perusahaan dan bekerjasama lebih dari 140 eksportir di dunia. Dalam mengoptimalkan komoditas dibidang perkopian, pemerintah Vietnam telah menerapkan beberapa kebijakan diantaranya yakni undang-undang tahun 2003 yang pada

awalnya melarang penggunaan hutan sebagai lahan pertanian yang menghambat kelompok imigran sehingga tidak dapat mendaftar secara resmi ketika mereka menggunakan lahan hutan untuk menanam pohon kopi. Kondisi ini mempengaruhi kemampuan untuk mengakses modal dengan pinjaman minimum petani karena mereka harus memiliki hak penggunaan lahan yang valid. Namun, UU Pertanahan 2003 mengizinkan pengalihan lahan hutan, yang digunakan, dalam produksi dan lahan, yang tidak digunakan menjadi lahan pertanian, asalkan petani telah mendaftarkan konversi ini ke pemerintah.

Kebijakan kredit juga dijalankan sebagai usaha dalam membantu dibidang permodalan untuk para kelompok petani kopi dengan tujuan agar lebih cepat dan efisien dalam memperoleh modal yang dibutuhkan. Asosiasi kopi dan kakao Vietnam telah menandatangani perjanjian untuk mengerahkan 4 ton benih hibrida dan lebih dari 360.000 benih hibrida kopi, merenovasi pabrik dan juga memerrkenalkan kebijakan untuk merestrukturisasi pabrik pabrik, meningkatkan area yang di tanami kopi arabika. Dalam menjaga dan mengembangkan hubungan Internasional khususnya di bidang perdagangan ekspor-impor Vietnam sebagai negara utama pesaing juga memiliki strategi yang di lakukan dengan mengikuti berbagai organisasi perkopian regional.

D. Daya Saing Ekspor Kopi Indonesia dan Vietnam ke Amerika Serikat

Daya saing ekspor suatu negara dapat dilihat dari sejauh mana negara tersebut memiliki keunggulan komparatif terhadap suatu produk dimana

keunggulan komparatif itu merupakan kemampuan suatu negara untuk memproduksi suatu produk dengan harga yang lebih rendah dibandingkan dengan negara lain. Keunggulan komparatif akan mempengaruhi faktor produksi sehingga akan membuat produksi yang dihasilkan melimpah. Produksi yang berlebih terhadap suatu produk disuatu negara akan menstimulus sebuah negara melakukan ekspor, terlebih jika harga dunia produk tersebut lebih mahal daripada harga di dalam negeri dan konsumsi domestik yang cenderung tetap. Berdasarkan yang diperoleh dari *International Coffee Organization* (2016), konsumsi domestik terhadap kopi Indonesia memiliki trend yang meningkat, namun dengan persentase setiap tahunnya yang tidak menentu. Sejak tahun 2007 hingga tahun 2011, peningkatan konsumsi domestik kopi Indonesia cenderung stagnan namun pada tahun 2012 dan tahun 2013, konsumsi domestik kopi Indonesia meningkat masing-masing sebesar 10,02 % dan 13,63 % dan pada tahun 2014 hingga tahun 2015 kembali stagnan dengan persentase mencapai 0% (Fadhlan: 2015).

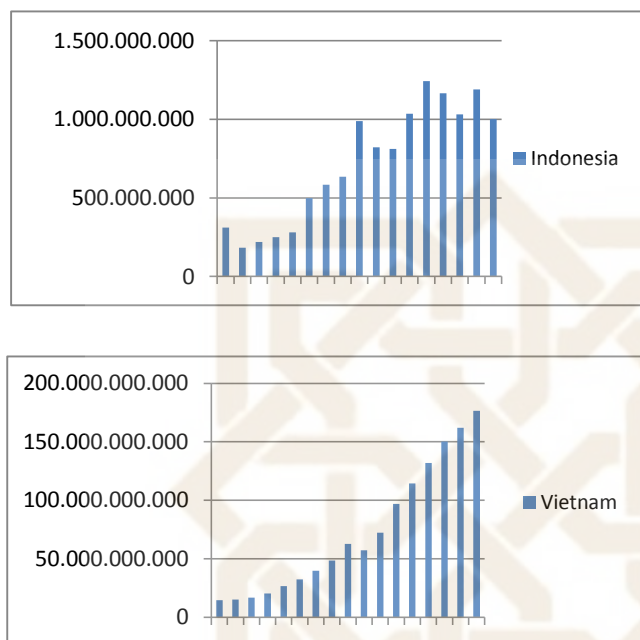
Semakin besar suatu negara dapat memproduksi kopi maka besar pula ekspor yang bisa dilakukan. Namun, hal tersebut tidaklah berlaku bagi seluruh negara yang ada di dunia ini melainkan ekspor ke negara tertentu dapat menurun walaupun tingkat produksi suatu negara eksportir mengalami peningkatan, karena juga bisa dipengaruhi oleh tinggi rendahnya permintaan suatu negara importir pada waktu tertentu (Fadhlan, 2015). Sejauh ini Indonesia dan Vietnam merupakan negara yang memiliki keunggulan

komparatif terhadap produk kopi. Hal inilah yang menjadi sebab Indonesia dan Vietnam menjadi negara pengekspor kopi, masuk pada empat besar pengekspor kopi terbesar di dunia.

E. Analisis Daya Saing komoditi Kopi

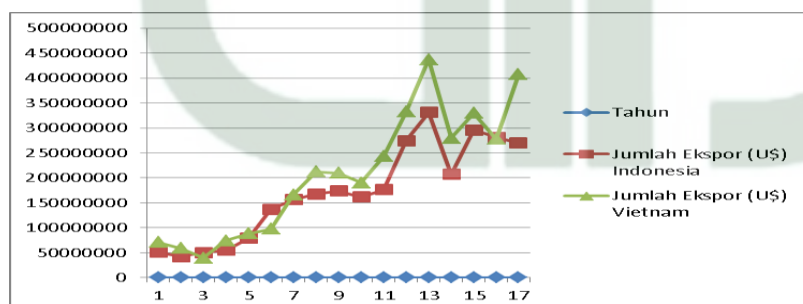
Dalam perhitungan daya saing secara komparatif, penulis menggunakan beberapa metode yang terkenal untuk mengetahui berdaya saing atau tidakkah suatu komoditi dalam perdagangan, yakni dengan menggunakan RCA untuk mengetahui daya saing komparatif kemudian untuk mendapatkan hasil yang lebih relevan penulis selanjutnya menggunakan RSCA (*Revealed Symmetric Comparative Advantage*) yang merupakan penyempurnaan dari metode RCA (*Revealed Comparative Advantage*) yang sudah ada sebelumnya. Selain itu penulis juga menggunakan EPD (*Export Product Dynamics*) untuk menganalisis tingkat kedinamisan dan posisi daya saing produk ekspor kopi Indonesia, adapun teori Berlian Porter, untuk menganalisis keunggulan kompetitif, serta metode Trend Linier sebagai metode untuk mengetahui bagaimana tingkat perkembangan ekspor dimasa mendatang dengan metode *forecasting*. Berdasarkan grafik berikut ini adalah bukti bahwa jenis kopi digit 6 HS 090111 (*Coffee, not roasted, not decaffeinated*) yang mendominasi ekspor kopi, Indonesia dan Vietnam baik di dunia maupun di Amerika Serikat sendiri sebagai negara tujuan utama ekspor kopi digit 6 HS 090111 (*Coffee, not roasted, not decaffeinated*). Berikut adalah grafik total ekspor kopi Indonesia dan Vietnam.

Grafik 4.10 total nilai ekspor Kopi Jenis HS 090111 Indonesia dan Vietnam (US\$) di dunia Tahun 2000-2016



Sumber :UN Comtrade 2018, diolah

Grafik 4.11 Total Nilai Ekspor Kopi Jenis HS 090111 Indonesia dan Vietnam (US\$) di Amerika Serikat Tahun 2000-2016



Sumber:UN Comtrade 2016, diolah

Tingginya nilai ekspor kopi Indonesia dan Vietnam didominasi oleh ekspor kopi digit 6 HS 090111 (*Coffee, not roasted, not decaffeinated*), di

Indonesia di tahun 2016 telah mencapai US\$ 1.000.620.065 sedangkan Vietnam telah mencapai US\$ 176.580.786.634. Trend ekspor kopi HS 090111 baik di Indonesia maupun di Vietnam secara umum mengalami kenaikan, khusus untuk Indonesia lebih berfluktuatif. Dilihat dari nilainya Indonesia masih lebih rendah jika dibandingkan dengan Vietnam. Adapun hasil dari perhitungan daya saing secara kooperatif dan kompetitif adalah sebagai berikut:

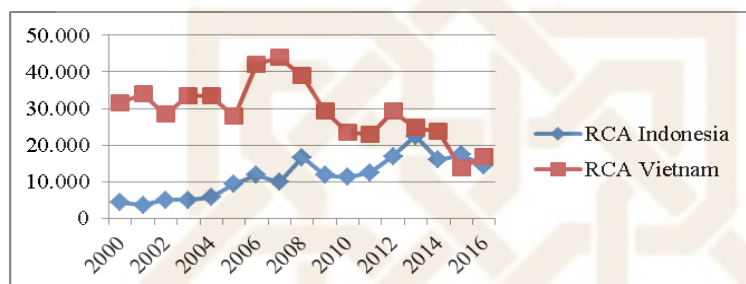
1. Analisis Keunggulan Komparatif Indonesia dan Vietnam di Dunia dan Amerika Serikat.

Tingkat daya saing ekspor kopi Indonesia secara komparatif dapat dilihat dengan menganalisis nilai RCA (*Revealed Comparative Advantage*), dan yang kemudian dibandingkan dengan nilai RCA Vietnam sebagai negara pembanding, baik nilai ekspor kopi jenis HS 090111 ke dunia maupun ke Amerika Serikat sebagai salah satu negara tujuan utama ekspor kopi Indonesia. Dalam hal ini RCA dianggap sebagai metode yang masih memiliki kelemahan berupa nilainya tidak terbatas dan untuk masalah *upward-biased* dari nilai indeks RCA, oleh karenanya Laursen melakukan penyempurnaan dengan membuat indeks RCA menjadi simetris dengan interval nilai antara -1 dan +1 yang terkenal dengan RSCA (*Revealed Symmetric Comparative Advantage*). Jika $RSCA_{ij}$ lebih dari 0 artinya negara *i* memiliki keunggulan komparatif dalam kelompok produk *j*, sebaliknya, jika $RSCA_{ij}$ kurang dari 0 maka negara *i* tidak memiliki keunggulan komparatif dalam kelompok

produk j. Berikut ini adalah tabel indeks RCA dan RSCA Indonesia dan Vietnam pada Ekspor kopi ke dunia dan Amerika Serikat:

Grafik 4.12

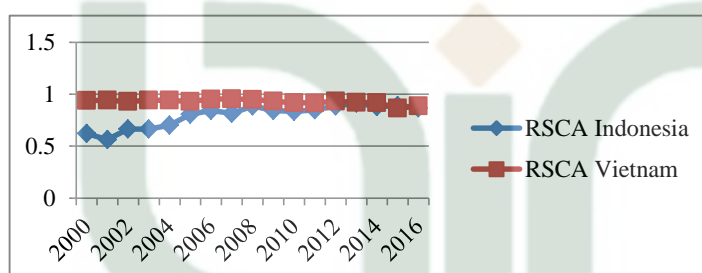
Indeks RCA Ekspor Kopi Digit 6 HS 090111 Indonesia dan Vietnam di Dunia tahun 2000-2016



Sumber :Data diolah dari UN Comtrade,2018

Grafik 4.13

Indeks RSCA Ekspor Kopi Digit 6 HS 090111 Indonesia dan Vietnam di Dunia tahun 2000-2016



Sumber: UN Comtrade 2017, diolah

Berdasarkan grafik 4.12 tersebut, dapat diketahui secara spesifik bagaimana perbandingan tingkat kekuatan daya saing ekspor kopi digit 6 HS 090111 antara Indonesia dan Vietnam di dunia. Nilai indeks RCA Indonesia dari tahun 2000 hingga 2016 secara umum mengalami kenaikan, akan tetapi

cenderung berfluktuasi, walaupun pada beberapa periode mengalami penurunan, hal ini diakibatkan oleh beberapa faktor, diantaranya yakni jumlah produksi kopi yang mengalami peningkatan akan tetapi tidak diimbangi dengan jumlah permintaan yang sebanding pula. Nilai rata-rata RCA ekspor kopi Indonesia ke dunia menunjukkan bahwa Indonesia memiliki tingkat daya saing yang kuat dalam masalah perdagangan ekspor kopi di dunia, hal ini di buktikan dengan nilai rata-rata RCA Indonesia yang lebih dari satu $RCA > 1$ yaitu 11,408 > 1. Nilai rata-rata RSCA (*Revealed Symmetric Comparative Advantage*) ekspor kopi Indonesia ke dunia mencapai 0,838 atau lebih dari 0, artinya Indonesia memiliki daya saing yang kuat dan memiliki keunggulan dalam ekspor komoditas kopi, khususnya dalam penelitian ini yakni kopi digit 6 HS 090111 (*Coffee, not roasted, not decaffeinated*).

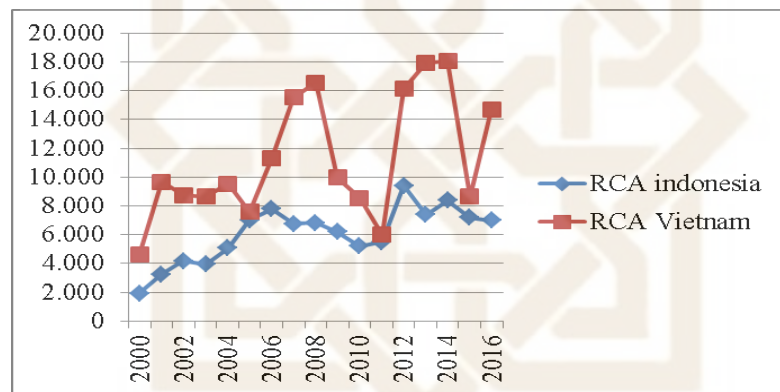
Sedangkan untuk Vietnam yang menjadi negara pembanding dalam penelitian ini juga memiliki daya saing komparatif yang kuat. Hal ini dibuktikan dengan nilai rata-rata RCA Vietnam dari tahun 2000 hingga 2016 juga lebih dari satu $RCA > 1$ yakni 29,290, masih lebih unggul jika dibandingkan Indonesia. Begitupun dengan nilai rata-rata RSCA Vietnam mencapai 0,933 > 0 yang lebih kuat dari Indonesia.

Jika dilihat secara umum, kekuatan daya saing ekspor kopi Indonesia jika dibandingkan dengan Vietnam masih jauh tertinggal, atau dalam artian Vietnam masih jauh lebih unggul jika dibandingkan Indonesia, hal ini bisa dipastikan karena ditingkat dunia Vietnam merupakan negara pengeksport

kopi terbesar ke-2 di dunia sedangkan Indonesia berada pada posisi negara eksportir terbesar ke-4 di dunia. Adapun tabel berikut ini menunjukkan bagaimana tingkat kekuatan daya saing ekspor kopi jenis HS 090111 di Amerika Serikat sebagai salah satu negara tujuan utama ekspor kopi Indonesia.

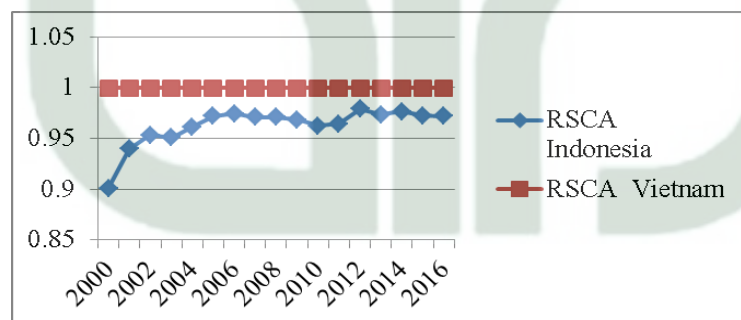
Grafik 4.14

Indeks RCA Kopi Indonesia dan Vietnam jenis HS 090111 di Amerika Serikat tahun 2000-2016.



Sumber: Data diolah dari UN Comtrade, 2018

Grafik 4.15 Indeks RSCA Ekspor Kopi Indonesia dan Vietnam Jenis HS 090111 di Amerika Serikat tahun 2000-2016



Sumber: Data diolah dari UN Comtrade, 2018

Berdasarkan grafik 4.14 dan 4.15 tersebut dapat diketahui bagaimana kekuatan daya saing ekspor kopi digit 6 HS 090111 Indonesia ke Amerika Serikat sebagai negara importir terbesar Indonesia. Nilai RCA ekspor kopi

Indonesia dari tahun 2000 hingga 2016 berfluktuasi, namun secara umum mengalami kenaikan, pada tahun 2000 nilai RCA Indonesia adalah 1.924 dan pada tahun 2016 sudah mencapai 7.385 dari nilai tersebut dapat diketahui bahwa daya saing Indonesia secara umum telah mengalami penguatan dalam setiap tahunnya, kecuali beberapa tahun saja yang mengalami penurunan tingkat daya saing seperti di tahun 2007 hingga 2009 terjadi penurunan walaupun tidak signifikan, yang merupakan dampak dari krisis global yang melanda pada waktu itu. Namun nilai RCA tersebut kemudian disempurnakan dengan perhitungan RSCA nya dan nilai dari RSCA secara keseluruhan lebih dari 0 artinya Indonesia memiliki daya saing komparatif yang kuat dalam hal ekspor kopi ke Amerika Serikat. Tahun 2000 RSCA Indonesia sebesar $0.901 > 0$ dan di tahun 2016 sudah mencapai $0.971 > 0$ artinya Indonesia memiliki daya saing kuat. Rata-rata RCA ekspor kopi Indonesia dari tahun 2000 hingga 2016 yaitu $7,385 > 1$ sedangkan rata-rata RSCA mencapai $0.967 > 0$ berada pada posisi yang kuat.

Adapun nilai RCA Vietnam sebagai negara pembanding yang juga merupakan negara berkembang dan sudah mampu menjadi negara eksportir kopi terbesar ke-2 di dunia, tahun 2000 nilai RCA Vietnam adalah 4.621 adapun nilai RSCA nya adalah $0.9995 > 0$ sudah lebih unggul jika dibandingkan dengan Indonesia dan tahun 2016 RCA sudah mencapai 14,697 dan RSCA Vietnam mencapai $0.9997 > 0$, dua kali lipat lebih besar perkembangan kekuatan daya saingnya jika di bandingkan Indonesia. Adapun rata-rata RCA Vietnam yaitu $11.303 > 1$ dan RSCA Vietnam dari

tahun 2000 hingga 2016 mencapai $0.9997 > 0$ lebih kuat jika dibandingkan Indonesia. Secara umum kekuatan daya saing ekspor kopi Vietnam mengalami kenaikan yang lebih cepat jika dibandingkan dengan perkembangan ekspor kopi Indonesia. Hal ini banyak dipengaruhi oleh beberapa faktor yakni masih rendahnya mutu biji kopi yang selanjutnya akan mempengaruhi pengembangan produksi akhir biji kopi. Oleh karenanya perlu adanya gebrakan untuk memperbaiki kualitas keunggulan daya saing kopi agar bisa tetap bersaing dengan negara-negara eksportir kopi lainnya.

F. Analisis Posisi Pasar dan Kedinamisan Ekspor Kopi Indonesia dan Vietnam di Amerika Serikat

Analisis EPD (*Export Product Dynamics*) juga merupakan alat analisis yang digunakan untuk mengukur tingkat kedinamisan pertumbuhan ekspor suatu komoditi pada periode tertentu dan untuk mengetahui posisi pasar ekspor kopi di Amerika Serikat sebagai negara importir kopi utama Indonesia. Hasil dari analisis ini kemudian akan diklasifikasikan menjadi empat indikator yaitu *rising star*, *falling star*, *lost opportunity* dan *retreat*. Ke empat Indikator pengelompokan tersebut dapat diketahui dengan cara menghitung besarnya rata-rata pertumbuhan ekspor produk atau komoditas. Berikut adalah hasil dari analisis EPD:

Tabel 4.3
Nilai EPD (*Export Product Dynamic*) Kopi Indonesia dan
Vietnam ke Amerika Serikat Tahun 2000-2016

No	Negara	Rata-Rata Pertumbuhan Ekspor Total	Rata-Rata Pertumbuhan ekspor kopi	Keterangan (Hasil EPD)
1.	Indonesia	0,997	0,175	<i>Rissing Star</i>
2.	Vietnam	1,193	0,192	<i>Rissing Star</i>

Sumber: data diolah dari UN Comtrade, 2018

Berdasarkan tabel 4.3 hasil perhitungan daya saing komoditas kopi Indonesia di negara tujuan utama yaitu Amerika Serikat pada ekspor kopi jenis HS 090111 periode 2000 hingga 2016 dengan metode EPD menunjukkan bahwa komoditas kopi berada pada posisi "*Rissing Star*". Posisi ini merupakan posisi yang ideal dan mempunyai posisi tertinggi pada pangsa pasar ekspornya. Hal ini menunjukkan bahwa ekspor komoditas kopi Indonesia di Amerika Serikat memperoleh tambahan pangsa pasar pada komoditas yang memiliki pertumbuhan dinamis atau *fast growing product*. Hal ini dikarenakan pertumbuhan komoditas kopi yang bernilai positif lebih dari nol (<0) yaitu 0,175, sedangkan pangsa pasar ekspor totalnya juga mengalami pertumbuhan mengalami pertumbuhan yang positif lebih dari nol (>0) yaitu 0,997, yang artinya Indonesia memiliki daya saing kompetitif yang kuat untuk ekspor komoditas kopi digit 6 HS 090111 di Amerika Serikat sebagai negara importir utama kopi Indonesia.

Sedangkan untuk Vietnam sebagai negara pembanding dalam hal ekspor komoditas kopi digit 6 HS 090111 di Amerika Serikat, melalui metode *export product dynamic* (EPD) berdasarkan tabel 4.3 diperoleh hasil bahwa Vietnam

pun juga memiliki tingkat daya saing kompetitif yang lebih kuat. Hal ini dapat dibuktikan dari pangsa pasar ekspor Vietnam yang positif dan permintaan kopi yang berada pada keadaan yang dinamis di pasar Amerika Serikat, dikarenakan pertumbuhan komoditas kopi yang bernilai positif lebih dari nol (>0) yaitu 0,192, begitupun juga dengan pangsa pasar ekspor totalnya yang bernilai positif lebih dari nol (>0) yaitu 1,193. Dari hasil perhitungan dengan menggunakan EPD dapat diperoleh bahwa Vietnam dalam hal daya saing secara kompetitif di Amerika Serikat untuk komoditas kopi di negara Amerika Serikat memperoleh tambahan pangsa pasar pada komoditas yang memiliki pertumbuhan yang dinamis atau *fast growing product*.

Secara keseluruhan, hasil dari perhitungan menggunakan EPD untuk mengetahui kedinamisan daya saing dan posisi ekspor komoditas kopi digit 6 HS 090111 Indonesia di negara Amerika Serikat dengan Vietnam sebagai negara pembanding yang juga merupakan negara pesaing utama Indonesia pada pangsa pasar ekspor kopi di dunia adalah berada pada posisi "*Rising Star*" untuk keduanya. Hal ini menunjukkan bahwa keduanya memiliki tambahan pangsa pasar pada ekspor kopi digit 6 HS 090111 di negara Amerika Serikat, karena baik pertumbuhan ekspor kopi maupun pertumbuhan ekspor total keduanya bernilai positif, walaupun dalam hal ini Indonesia masih lebih rendah jika dibandingkan dengan Vietnam baik pada pertumbuhan ekspor kopi sendiri ataupun pada pertumbuhan ekspor totalnya. Lebih besarnya nilai EPD yang diperoleh oleh Vietnam juga menunjukkan bahwa kedinamisan ekspor kopi Indonesia di negara Amerika Serikat sebagai negara tujuan utama

masih terlampau jauh dengan tingkat kedinamisan Vietnam, artinya tambahan pangsa pasar yang diperoleh Vietnam dalam periode 2000 hingga 2016 lebih besar, dan lebih dinamis jika dibandingkan Indonesia. Namun hal ini bukan berarti Indonesia tidak bisa tetap bersaing dengan Vietnam dan negara-negara eskportir kopi terbesar dunia melainkan menjadi modal untuk selalu optimis karena walaupun dalam keadaan yang masih lemah jika dibandingkan Vietnam namun secara normalitas perhitungan EPD Indonesia memiliki daya saing kompetitif yang kuat dan tingkat kedinamisan yang positif artinya pertumbuhan ekspor Indonesia, khususnya di negara Amerika Serikat tidak stagnan.

G. Analisis Keunggulan Kompetitif Kopi Indonesia : Analisis Teori Berlian Porter

Teori *Berlian Porter* atau yang lebih dikenal dengan *Porter's* menyatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi daya saing nasional atau suatu produk yaitu kondisi faktor (*factor condition*), industri penunjang dan terkait (*related supporting industries*), serta strategi perusahaan (*firm strategi structure and rivalry*, struktur dan persaingan). Dengan adanya dukungan faktor-faktor tersebut yang kemudian didukung dengan kecermatan dalam memetakan konstelasi (kelompok) industri, pemerintah, dan perusahaan dipandang akan mampu menetapkan posisi dan strategi bersaing untuk menjadi terunggul. Kemampuan untuk menganalisa faktor-faktor yang berkaitan dengan perkopian Indonesia mampu menjadikan Indonesia sebagai negara ekportir kopi yang berdaya saing kuat di dunia (Dian, 2012).

1. **Kondisi Faktor (*Factor Condition*)**

Faktor-faktor tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Sumber Daya Alam

Sebagai negara yang beriklim tropis, Indonesia merupakan salah satu negara yang sangat cocok untuk di budidayakan tanaman kopi, sehingga jika optimal pengelolaannya maka akan menghasilkan kopi dengan kualitas dan cita rasa yang tinggi. Pada tahun 2017 luas area tanaman kopi mencapai 1.228.512 ha yang masing-masing terdiri dari luas perkebunan rakyat sebesar 1.180.556 ha atau mencapai 96%, perkebunan milik negara 22.509 ha atau 2% sedangkan milik swasta sebesar 25.447 ha atau 2% dari luas keseluruhan lahan tanaman budidaya kopi Indonesia (Ditjen Perkebunan, 2017). Berdasarkan data Ditjenbun (2015), provinsi yang memiliki areal tanam kopi terluas yaitu provinsi Sumatera Selatan, Aceh, Lampung, Jawa Timur dan Sulawesi Selatan. Dengan luas lahan yang cukup besar, secara produksi bisa di tingkatkan lagi.

b. Tenaga Kerja (Sumber Daya Manusia)

Berdasarkan data yang diperoleh dari Ditjenbun (2015), mayoritas tenaga kerja di perkebunan kopi terserap melalui perkebunan rakyat. penyerapan Sumber daya manusia untuk perkebunan kopi tahun 2014 mampu menyerap hingga 1.765.401 orang petani kopi yang tersebar di 34 provinsi di Indonesia. Berdasarkan data yang ada jumlah tenaga kerja pada komoditas kopi Indonesia secara kuantitatif sudah memadai namun yang disayangkan masih rendah pada sisi kualitatifnya atau kualitas sumber daya manusianya,

khususnya dalam hal pemetikan dan proses penanganan pascapanen lainnya (Baso: 2018).

c. Sumber Daya Ilmu Pengetahuan dan Teknologi

Kopi Indonesia dikelompokkan menjadi 6 kelas yang berbeda berdasarkan nilai individu cacat kopi, sebagai standarisasi mutu berdasarkan kebijakan pemerintah, baik pada pengelolaan kering ataupun basah. Kebijakan ini di terapkan sejak tahun 1984/1985 untuk menggantikan system triase, yang kemudian kembali diperbaharui dengan SNI 01-2007-2008 (GAEKI, 2016). Harga yang hampir setara antara kopi yang bermutu rendah dengan kopi yang bermutu tinggi yang kemudian penjualan akan berorientasi pada pasar lokal. Hal tersebut merupakan salah satu sebab sulitnya penanganan pascapanen perkopian di Indonesia.

Masih perlu adanya usaha penyamarataan dalam hal penanganan hama pada komoditas kopi pada 3 macam kepemilikan kebun kopi yakni perkebunan milik rakyat, milik swasta dan milik negara. Sehingga hasil yang di peroleh pun bisa seimbang, baik secara kualitas ataupun kuantitas.

d. Sumber Daya Modal

Perkebunan kopi Indonesia yang masih didominasi oleh perkebunan milik rakyat, menyebabkan penghasilan kopi yang lebih dominan berasal dari petani kopi. Dalam hal mendapatkan akses sumber daya modal, petani masih cenderung kesulitan baik untuk peningkatan produktivitas ataupun pembelian alat mesin pertanian yang akan membantu pascapanen. Dalam upaya untuk meningkatkan produktivitas lahan kopi yang masih sangat rendah, pemerintah

mengalokasikan Rp.5,9 triliun dari Kredit Usaha Rakyat (KUR) tahun ini untuk petani kopi, yang hanya akan diintensifkan pada lahan kopi petani (Baso: 2018).

Sumber daya modal yang ada saat ini berasal dari investasi oleh lembaga yang berbadan hukum seperti Badan Usaha Milik Negara (BUMN), BUMD, koperasi dan PMA, PMDN, dan tidak berbadan hukum (perorangan atau kelompok).

e. **Sumber Daya Infrastruktur**

Sarana prasarana infrastruktur merupakan salah satu sarana yang paling penting. Hal ini berkaitan dengan telekomunikasi, penyediaan benih yang berkualitas, prasarana penyimpanan dan transportasi (jalan). Indonesia dalam hal infrastruktur masih kalah jauh dengan negara-negara eksportir terbesar lainnya salah satunya yakni Vietnam yang di tahun 2011 produksi kopi arabika Vietnam sekitar 5%, tetapi Vietnam telah melakukan program yang agresif dan terarah dalam konversi tanaman kopi robusta ke kopi arabika. Berdasarkan penjelasan di atas bahwa harus adanya peningkatan dalam hal *fasilitasi research and development* (R&D). Begitupun Indonesia sudah mulai berupaya mengembangkan infrastruktur yang telah ada dalam mendukung peningkatan produktivitas, yang dilakukan secara menyeluruh mulai dari penyediaan hingga ekspor kopi di pasar dunia.

2. Kondisi Permintaan (*Demand Condition*)

Konsumsi kopi domestik masyarakat Indonesia cenderung meningkat. Berdasarkan data *International Coffee Organization* (ICO) menunjukkan

bahwa konsumsi kopi Indonesia pada periode 2000-2016 mengalami tren kenaikan. Tahun 2000, konsumsi kopi Indonesia baru mencapai 1,68 juta bags (bungkus) atau 60 kg, namun pada 2016 telah mencapai 4,6 juta bags @60 kg, atau melonjak lebih dari 174 persen. Bahkan sejak 2011, konsumsi kopi selalu mengalami pertumbuhan hingga 2016. Namun, konsumsi Indonesia masih kalah jauh apabila di dibandingkan dengan beberapa negara lain seperti Brazil konsumsi kopi telah mencapai 9 kg/kapita/tahun, Finlandia bahkan sudah mencapai 11,4 kg/kapita/tahun, Belanda dan Norwegia yang rata-rata konsumsi kopi mencapai 16 kg/kapita/tahun. Tingginya tingkat konsumsi kopi di negara lain tentu menjadi peluang ekspor yang harus dimanfaatkan oleh Indonesia. Meskipun demikian, berkaitan dengan adanya gaya hidup, trend dan kepraktisan yang menyertai konsumsi kopi, maka munculah beragam jenis kopi instan yang berpeluang akan meningkatkan konsumsi kopi domestik.

3. Industri Inti, Pendukung dan Terkait (*Related and Supporting Industries*)

Untuk industri inti utama perkebunan kopi adalah PT Perkebunan Nusantara II (PTPN) dan perusahaan swasta yang dibantu juga oleh para petani kopi. Adapun industri pendukung, yakni terkait dengan benih merupakan sarana produksi utama dalam budidaya tanaman, yang berarti penggunaan benih unggul mempunyai peranan yang menentukan dalam usaha meningkatkan produksi dan mutu hasil. Dalam hal ini, Unit Pengelola Benih Sumber (UPBS) Balitri dan Pusat Penelitian Kopi dan Kakao Indonesia (Puslikoka) yang menyediakan benih unggul yang telah bersertifikat. Adapun

dari pihak swasta bisa diperoleh melalui CV. Kelola Bumi Nusantara (Baso, 2018).

Berdasarkan direktori bisnis *online* Indonesia yaitu Indotrading, terdapat 30 perusahaan industri pengolahan kopi arabika dan 54 industri pengelolaan kopi robusta, hasil dari kedua jenis industri tersebut berupa biji kopi dan kopi bubuk.

4. Strategi Perusahaan, Struktur, dan Pesaing (*Firm Strategy, Structure, and Rivalry*)

Struktur pasar kopi di pasar adalah oligopoli, yang mana di dalamnya terdapat beberapa penjual dan banyak pembeli. Terdapat lima kombinasi (*five forces*) dari konsep kekuatan dalam persaingan industri atau perusahaan yang akan menentukan intensitas persaingan pasar dan menganalisis strategi bersaing yang telah digunakan (Baso, 2018). Ke lima kombinasi tersebut yaitu:

1. Ancaman Masuknya Pendatang Baru

Industri kopi di Indonesia didominasi oleh *brand* besar yaitu Kapal Api. Perusahaan yang mampu menyaingi kesuksesan PT. Santos Jaya Abadi berusaha melakukan inovasi produk kopi dalam bentuk lainnya yang belum dikenal masyarakat. PT. Mayora Indah Tbk (Mayora) merilis Kopiko yang juga merupakan permen kopi pertama di Indonesia. Pada tahun 2013, industri kopi dikejutkan dengan hadirnya *Luwak White Koffie* diproduksi oleh PT. Javaprima Abadi. Brand ini berhasil menghapus paradigma bahwa kopi itu harus berwarna hitam. Pasar kopi kemasan di

Indonesia di dominasi oleh perusahaan bermodal besar dengan dana pemasaran dan jaringan distribusi yang tentunya tersebar di seluruh Indonesia, namun dengan hadirnya inovasi dan memiliki keunikan produk mampu menjadi perusahaan raksasa yang memiliki daya saing kuat seperti yang dilakukan oleh PT. Mayora Indah Tbk (Mayora) serta PT. Javaprima Abadi.

2. Barang Substitusi atau Pengganti

Kopi sebagai minuman berkesan mewah dan mahal tentu selalu bisa diganti oleh minuman lain secara psikologis oleh konsumen karena mereka tidak hanya bisa minum kopi saja. Beberapa contoh minuman substitusi bagi kopi adalah minuman berkarbonasi dan teh, dimana minuman berkarbonasi adalah produk paling mengancam untuk mengganti posisi kopi sebagai minuman santai (Diaz, 2009). Selain itu, susu merupakan ancaman substitusi bagi kopi, karena banyak produk turunan kopi yang merupakan campuran susu. Keseluruhan produk tersebut juga sama-sama berinovasi dalam hal rasa dan penyajian yang instan. Dari penjelasan tersebut produk kopi dapat tergantikan atau disubstitusi oleh produk lain seperti minuman berkarbonasi, teh dan susu yang juga memiliki pasar baik domestik maupun internasional.

3. Daya Tawar Pemasok

Penyedia bahan baku untuk PT. Santos Jaya Abadi berasal dari petani kopi, berdasarkan hal tersebut pemasok tidak memiliki cukup kekuatan untuk melakukan pengubahan harga, sehingga kekuatan tawar-

menawarnya juga rendah. Namun, seperti yang dilakukan oleh *Nestle* Indonesia bahwa pemasok tetap memiliki porsi *bargaining* sehingga perusahaan dapat melakukan kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam bentuk fasilitas petani berupa peralatan penunjang pra maupun paskapanen

4. Daya Tawar Pembeli atau Konsumen

Indikator yang memengaruhi kekuatan daya tawar konsumen adalah volume konsumen, produk substitusi dan kemampuan diferensiasi produk. Industri kopi juga dijalankan oleh banyak perusahaan sehingga barang tersedia dalam jumlah besar dan beraneka ragam variasi dan rasa. Selain itu, diferensiasi produk juga terjadi dalam industri kopi seperti diferensiasi produk yang dilakukan oleh PT. Javaprima Abadi melalui *Luwak White Koffie*. Maka dari penjelasan tiga indikator kekuatan daya tawar konsumen di atas, dapat di simpulkan bahwa daya tawar pembeli atau dalam hal ini industri pengolahan kopi bersifat lemah.

5. Persaingan Antar Industri yang Sama

Pertumbuhan industri pengolahan kopi terus meningkat baik dalam bentuk kopi instan, kopi tubruk, kopi *specialty* serta *coffee shop*. Diawali tahun 1927, PT. Santos Jaya Abadi memulai industri kopi besar di Indonesia. Tahun 1969 hadir industri kopi skala lokal yaitu PT. Java Prima Abadi yang kemudian ikut mendominasi produk *White Coffee*. Kemudian hadir *Nestle* Indonesia dengan menghadirkan merk *Nescafe*. Selain itu, hadir perusahaan makanan yang juga mendominasi produk kopi di

Indonesia seperti PT. Mayora Indah Tbk melalui merk Kopiko dan Torabika serta PT. Wings Food melalui merk *TOP Coffeee*.

Berdasarkan uraian terkait kelima kekuatan bersaing industri kopi yang dikaitkan dengan strategi bersaing generik yang dikemukakan oleh Porter untuk mencapai suatu keunggulan kompetitif adalah strategi kepemimpinan biaya, strategi fokus dan strategi diferensiasi, karena itu strategi yang mampu diterapkan yaitu strategi diferensiasi produk. Strategi diferensiasi dalam hal inovasi produk dibanding dengan pesaing.

5. Peranan Pemerintah

Upaya pemerintah dalam memajukan perkopian Indonesia dengan menerapkan beberapa kebijakan diantaranya yakni:

- a. Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2008 Tentang Kebijakan Industri Nasional.
- b. Pengembangan industri kopi juga diterapkan di daerah seperti pada Peraturan Menteri Perindustrian Republik Indonesia Nomor 76/M-IND/PER/12/2013 tentang Peta Panduan Pengembangan Kompetensi Inti Industri Kabupaten Jayawijaya.
- c. Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 10/M-DAG/PER/5/2011 merupakan Ketentuan tentang ekspor kopi. Sebelumnya diatur dalam Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia, yaitu peraturan Nomor 26/M-DAG/PER/12/2005, diganti dengan Nomor 27/MDAG/PER/7/2008 dan kemudian Nomor 41/M-DAG/PER/9/2009. Tentang Ketentuan Ekspor.

- d. Peraturan Menteri Perindustrian Republik Indonesia Nomor 55/M-IND/PER/6/2015 Tentang Perubahan Atas Peraturan Menteri Perindustrian (Permenperin) Nomor 87/MIND/PER/ 10/2014 tentang Pemberlakuan Standar Nasional Indonesia (SNI) Kopi Instan secara Wajib.

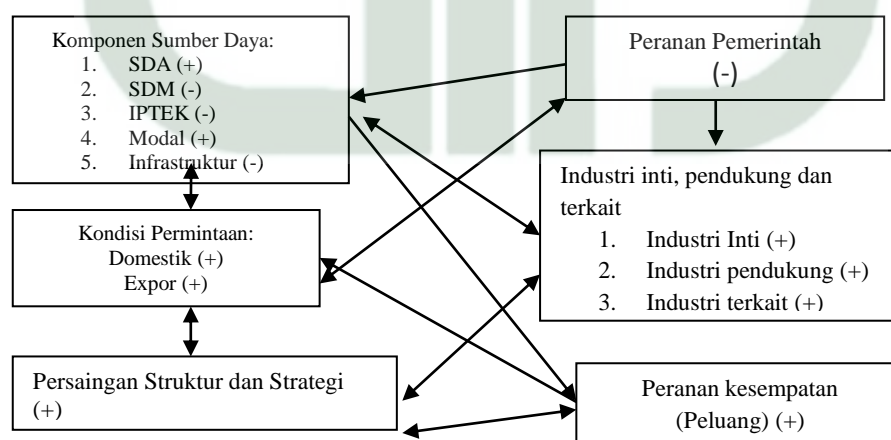
Peranan pemerintah dalam kebijakan regulasi investasi masih tergolong lemah, dengan kurangnya ketegasan dalam penegakkannya dan adanya ketidakjelasan iklim bisnis di bidang industri utamanya yang menyebabkan investor masih rendah tingkat kepercayaannya untuk menanamkan usahanya di Indonesia.

6. Peluang

Indonesia merupakan negara pengekspor kopi terbesar ke empat di dunia. Indonesia juga merupakan negara yang memiliki luas areal tanaman kopi ke dua terbesar di dunia yaitu sebesar 1.240.900 pada tahun 2013. Selain itu, penyerapan sumber daya manusia untuk perkebunan kopi tahun 2014 mampu menyerap hingga 1.765.401 orang petani kopi yang tersebar di 34 provinsi di Indonesia. Tingginya konsumsi di negara lain seperti Amerika Serikat sebagai importir utama kopi Indonesia sebesar 67. 309,2 ton. Adapun nilainya mencapai US\$ 269,9 juta atau sekitar Rp 3,5 triliun. Indonesia sendiri pun merupakan negara terbesar ke-6 dalam hal konsumsi kopi di dunia yakni berdasarkan data *International Coffee Organization* (ICO) mencatat konsumsi kopi Indonesia periode 2016/2017 mencapai 4,6 juta kemasan 60 kg/lb (60 kg).

Indonesia juga memiliki jenis-jenis kopi *speciality* yang cukup berpeluang di pasar dunia, baik dari kopi robusta ataupun arabika yang apabila dikembangkan dengan lebih efektif dan efisien maka akan menjadi peluang besar dipasar perkopian dunia bagi Indonesia. Kopi *speciality* jenis robusta di Indonesia diantaranya yaitu, *Washed Java Robusta*, Lampung *Specialty AP*, Lampung *Specialty ELB* dan *Flores Coffe*. Adapun kopi *specialty* jenis Arabika yakni, *Mandheling coffe*, *Linthong Coffee*, *Java Coffee*, *Toraja Coffee*, *Bali Coffee*.(AEKI,2012)

Peluang besar lainnya untuk perkopian Indonesia adalah kopi *go green* yang juga dapat meningkatkan nilai tambah, karena saat ini mulai banyak dipesan di negara luar, seiring dengan adanya perhatian khusus terhadap kesehatan konsumen. Berdasarkan variabel-variabel pada *Porter's Diamond Theory* yang telah dijelaskan di atas, terdapat keunggulan dan kelemahan dalam komoditi kopi. Diagram di bawah ini menunjukkan kesimpulan dari *Porter's Diamond Theory* di atas. Keunggulan ditunjukkan dengan tanda (+) dan kelemahan ditunjukkan dengan tanda (-).



Sumber: Michael E. Porter (1990) dalam Bappenas (2009)

Gambar 4.2 Diagram *Porter's Diamond Theory*

Dari hasil analisis diagram *Porter's Diamond Theory* di atas dapat diketahui bahwa tingkat daya saing kompetitif ekspor kopi Indonesia masih belum optimal, berbeda dengan Vietnam yang kecenderungannya lebih maju dibandingkan Indonesia dalam mengoptimalkan komoditas kopi.

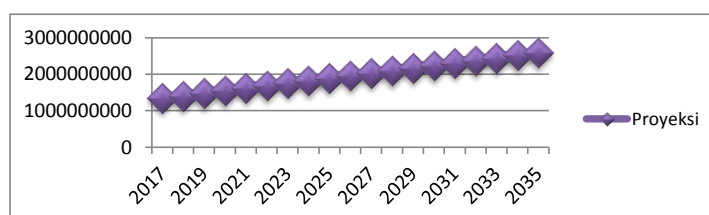
H. Prospek Ekspor Biji Kopi Digit 6 HS 090111 dengan Metode Tren Linier

Hasil peramalan (*Forecasting*) data ekspor biji kopi digit 6 HS 090111 (*Coffee, not roasted, not decaffeinated*) untuk 19 tahun yang akan datang. Dengan tahun dasar pada periode 2000 hingga 2016. Dari peramalan ini akan di ketahui bagaimana prospek ekspor kopi Indonesia di dunia dan prospek ekspor kopi Indonesia ke negara importir utama kopi Indonesia di dunia yaitu Amerika Serikat. Kemudian hasilnya akan dibandingkan dengan Vietnam sebagai negara pesaing utama terutama di kancah ASEAN. Adapun hasil dari pengolahan dengan metode *Trend Linier* yakni sebagai berikut:

1. Hasil *Forecasting* prospek ekspor kopi Indonesia dan Vietnam di Dunia 2017-2035.

Proyeksi dengan menggunakan metode trend linier pada ekspor kopi Indonesia dan Vietnam di dunia dapat dilihat melalui grafik berikut ini:

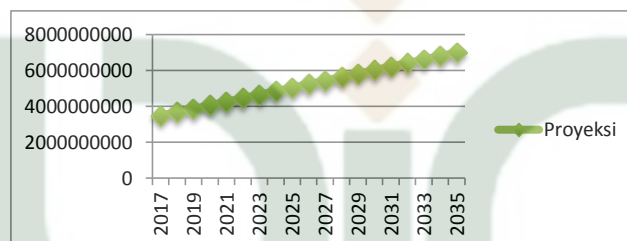
**Grafik 4.16 Trend Lenier Indonesia Ke Dunia
Periode 2017-2035**



Sumber: Data diolah dari UN Comtrade, 2018

Grafik tersebut menunjukkan bahwa hasil peramalan ekspor biji kopi digit 6 HS 090111 (*Coffee, not roasted, not decaffeinated*) dengan menggunakan trend linier. Berdasarkan hasil peramalan yang telah dilakukan diketahui bahwa prospek ekspor kopi Indonesia ke dunia dari tahun 2017-2035 terus mengalami kenaikan pada setiap tahunnya. Pada tahun 2017 diperoleh hasil peramalan Indonesia akan mampu mengekspor biji kopi senilai US\$ 1.340.693.744 dan tahun 2021 senilai US\$ 1.616.312.512, yang kemudian terus mengalami kenaikan walaupun tidak signifikan atau secara berkala, hingga tahun 2035 mencapai US\$ 2.580.978.200. Trend yang selalu mengalami kenaikan ini kemungkinan disebabkan oleh semakin meningkatnya jumlah permintaan kopi dunia. Adapun *forecasting* untuk Vietnam yakni sebagai berikut:

Grafik 4.17 Trend Lenier Vietnam Ke Dunia Periode 2017-2035



Sumber: Data diolah dari UN Comtrade, 2018

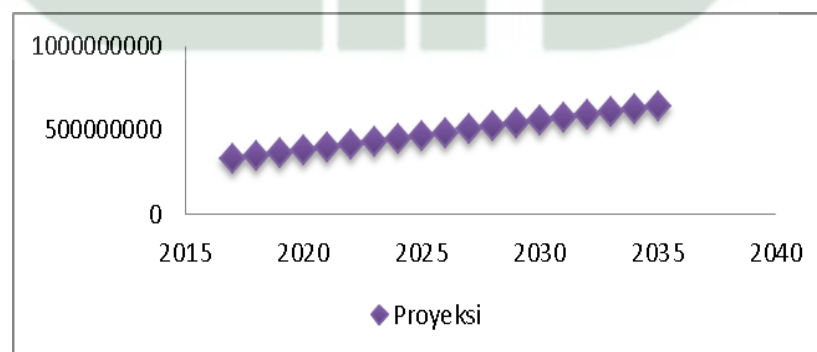
Grafik tersebut merupakan hasil dari peramalan (*forecasting*) ekspor Vietnam di dunia dari tahun 2017-2035. Dapat dilihat bahwa trendnya hampir sama dengan Indonesia yang setiap tahunnya mengalami kenaikan, namun yang menjadi pembedanya Vietnam disini jauh lebih unggul jika

dibandingkan dengan Indonesia. Di tahun 2017 ekspor kopi Vietnam telah mencapai US\$3.475.154.503. dan ditahun 2021 meningkat menjadi US\$4.256.014.263 kemudian di tahun 2035 diproyeksi akan mencapai US\$6.208.163.663. Perbedaan yang cukup jauh dari hasil peramalan melalui metode trend linier antara Indonesia dan Vietnam ini diduga karena beberapa sebab yang telah diuraikan pada hasil analisis dengan teori *Berlian Porter* sebelumnya.

2. Hasil *Forecasting* prospek ekspor kopi Indonesia dan Vietnam di Amerika Serikat periode 2017-2035.

Jika melihat dari hasil pengelolaan dengan metode trend linier pada peramalan (*forecasting*) ekspor kopi Indonesia dan Vietnam di dunia, keduanya memiliki trend yang sama yakni pada setiap tahunnya mengalami kenaikan walaupun Indonesia masih terlampau jauh jika dibandingkan dengan Vietnam. Adapun hasil peramalan proyeksi ekspor biji kopi Indonesia dan Vietnam ke negara tujuan utama ekspor kopi yaitu Amerika Serikat, dapat di lihat pada grafik berikut:

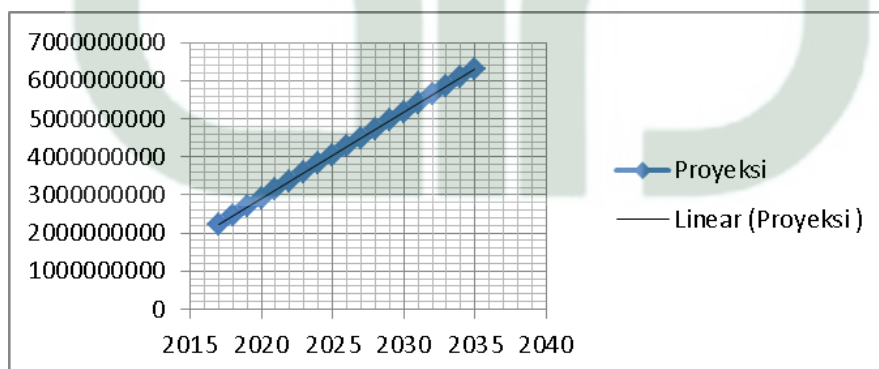
Grafik 4.18 Trend Lenier Indonesia ke Amerika Serikat Periode 2017-2035



Sumber: Data diolah dari UN Comtrade, 2018

Berdasarkan trend pada grafik tersebut, diketahui bahwa hasil peramalan (*forecasting*) melalui metode trend linier, ekspor kopi Indonesia ke Amerika Serikat akan mengalami kenaikan pada setiap tahunnya. Tahun 2017 diperoleh proyeksi ekspor kopi Indonesia sebesar US\$ 327.952.208, yang kemudian menjadi US\$ 467.434.580 pada tahun 2025 dan ditahun 2035 di proyeksikan akan mencapai US\$ 641.787.545. Walaupun demikian, kenaikan yang terjadi pada trend ekspor kopi Indonesia ke Amerika Serikat cukup lambat, hal ini bisa dipengaruhi karena masih rendahnya kualitas biji kopi yang diproduksi Indonesia yang merupakan pengaruh dari beberapa faktor kelemahan dalam system perkopian Indonesia sendiri, dan kebijakan Amerika Serikat yang semakin ketat terhadap pemilihan biji kopi yang masuk sebagai barang impor yang telah memenuhi standar. Adapun hasil peramalan (*forecasting*) Vietnam terhadap Amerika Serikat periode 2017 hingga 2035 sebagai berikut:

Grafik 4.19 Trend Lenier Vietnam Ke Amerika Serikat Periode 2017-2035



Sumber: Data diolah dari UN Comtrade, 2018

Hasil dari peramalan (*forecasting*) ekspor kopi Vietnam ke Amerika Serikat yakni trendnya selalu mengalami kenaikan sama halnya dengan trend Indonesia, akan tetapi yang menjadi perbedaannya yakni nilai ekspor kopi Vietnam masih lebih unggul jika dibandingkan dengan Indonesia. Tahun 2017 Ekspor kopi Vietnam ke Amerika Serikat diperoleh sebesar US\$ 2.242.156.365, tahun 2025 diproyeksikan mencapai US\$ 4.051.367.461 dan tahun 2035 menjadi US\$ 6.312.881.331. Walaupun Amerika Serikat bukanlah pengimpor terbesar kopi dari Vietnam, namun besar nilainya masih melebihi impor dari Indonesia yang notabene Amerika Serikat sebagai importir terbesar Indonesia.

