

POSISI DAYA SAING DAN KINERJA EKSPOR KOPI INDONESIA DI PASAR GLOBAL

COMPETITIVENESS AND PERFORMANCE OF INDONESIA'S COFFEE EXPORT IN GLOBAL MARKET

Doni Sahat Tua Manalu^{*}, Harianto, Suharno, Sri Hartoyo

Fakultas Ekonomi Manajemen, Institut Pertanian Bogor

^{*}Penulis korespondensi: manaludoni@gmail.com

ABSTRACT

One of the leading Indonesian plantations is coffee, most of Indonesia's coffee production is intended for export. The purpose of this study is to analyze the position of competitiveness and performance of Indonesian coffee export in the global market. The data used in this study are coffee export time series data within ten years, starting from 2007-2017 by analyzing the largest export destination countries, namely USA, Germany, Japan. The Revealed Comparative Advantage (RCA) and Dynamics Export Products (EPD) methods are used respectively to analyze comparative advantages and performance of Indonesia's coffee production in the global market. The results showed that Indonesia had a comparative advantage in the global market based on the RCA method, then based on the EPD method, it was concluded that Indonesia's coffee products had the rising star position in USA. Meanwhile in Germany and Japan, Indonesia's coffee was categorized as lost opportunity position.

Keywords: *Competitiveness, Export, Performance, Coffee*

ABSTRAK

Satu komoditas unggulan perkebunan Indonesia adalah kopi, sebagian besar produksi kopi Indonesia ditujukan untuk ekspor. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis posisi daya saing dan kinerja ekspor kopi Indonesia di pasar global. Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data *time series* ekspor kopi dalam kurun waktu sepuluh tahun yaitu mulai tahun 2007-2017 dengan menganalisis negara tujuan ekspor terbesar yaitu USA, Jerman, Jepang. Metode *Revealed Comparative Advantage* (RCA) dan *Export Product Dynamis* (EPD) digunakan masing-masing untuk menganalisis keunggulan komparatif dan kinerja ekspor kopi Indonesia di pasar global. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Indonesia memiliki keunggulan komparatif di pasar global berdasarkan metode RCA, kemudian berdasarkan metode EPD diperoleh bahwa produk kopi Indonesia tergolong pada posisi *rising star* di negara tujuan ekspor USA sedangkan di negara Jerman dan Jepang diperoleh bahwa posisi pasar kopi Indonesia pada posisi *lost opportunity*.

Kata kunci: Daya saing, Ekspor, Kinerja, Kopi

PENDAHULUAN

Kopi merupakan salah satu komoditas unggulan perkebunan Indonesia dengan jumlah ekspor kopi yang lebih tinggi dibandingkan dengan konsumsi domestik. Kementan (2017) mencatat bahwa perkembangan volume ekspor kopi Indonesia pada tahun 1980–2016 berfluktuasi dengan kecenderungan meningkat dengan pertumbuhan rata-rata sebesar 3,80

persen per tahun. Pada tahun 1980 volume ekspor kopi Indonesia sebesar 238.68 ton dengan nilai ekspor sebesar US\$ 656 juta, selanjutnya tahun 2016 volume ekspor meningkat menjadi 414.650 ton atau senilai US\$ 1.008.550.000.

Perkembangan volume ekspor kopi Indonesia dari tahun 1980-2016 terlihat berfluktuasi, 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 persen atau mencapai nilai ekspor \$US 1 .039,34 juta. Penurunan ekspor kopi pada tahun tersebut disebabkan oleh penurunan produksi kopi pada tahun yang sama yaitu secara total sebesar 5,40 persen terutama pada penurunan produksi kopi di perkebunan rakyat yang mengalami penurunan hingga 5,03 persen atau produksi mencapai 612,88 ribu ton kopi berasan.

Kondisi perdagangan kopi yang cenderung mengalami surplus ini menjadikan kopi di Indonesia bisa sebagai penyumbang devisa negara. Neraca perdagangan kopi Indonesia dari tahun 1980-2016 mengalami peningkatan rata-rata 7,16 persen per tahun. Surplus perdagangan kopi Indonesia terbesar terjadi pada tahun 2015 sebesar US\$ 1.166,2 juta atau meningkat 14,66 persen terhadap neraca perdagangan tahun sebelumnya, sedangkan surplus perdagangan kopi terendah terjadi pada tahun 2001 sebesar US\$ 183,41 juta atau mengalami penurunan pertumbuhan sebesar 41,78 persen terhadap perdagangan kopi tahun 2000.

Negara tujuan ekspor kopi Indonesia dengan bentuk total segar dan olahan tahun 2016 mencapai 414,65 ribu ton. Dari total ekspor tersebut jika dilihat negara tujuan tersebar di 10 negara tujuan ekspor dengan total pangsa pasar hingga 74,51 persen atau volume ekspor sebesar 308,95 ribu ton kopi segar dan kopi olahan. Pasar ekspor kopi Indonesia terbesar adalah Amerika Serikat (USA) yang mencapai total ekspor 67,32 ribu ton atau mencapai share 16,24 persen dengan total nilai ekspor mencapai US\$ 269,94 juta. Negara tujuan ekspor berikutnya yang berkontribusi cukup signifikan adalah Jerman dengan pangsa pasar mencapai 10,28 persen atau sebesar 47,63 ribu ton atau mencapai total nilai ekspor US\$ 90,19 juta. Lima negara pasar kopi Indonesia dengan share diatas 5 persen salah satunya adalah Jepang.

Peranan kopi terhadap perekonomian Indonesia dalam kedudukannya pada perekonomian dunia memberi gambaran bahwa saat ini maupun waktu yang akan datang komoditas kopi sangat potensial dan perlu untuk dikembangkan terutama dalam hal peningkatan daya saing dan kinerja kopi di pasar internasional, meskipun selama ini pemerintah dan stakholder terkait sudah melakukan upaya namun masih terdapat berbagai permasalahan yang dihadapi bersumber dari domestik maupun dunia internasional.

Berdasarkan uraian tersebut maka tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis posisi daya saing dan kinerja ekspor kopi Indonesia di pasar global dalam rangka mengetahui tingkat daya saing dan kinerja kopi Indonesia yang pada akhirnya dapat memberikan kebijakan yang tepat guna untuk meningkatkan daya saing dan kinerja kopi Indonesia di pasar global.

METODE PENELITIAN

Data yang digunakan adalah data sekunder dengan deret waktu (time series) dari tahun 2007-2017 yang dikumpulkan dari berbagai sumber seperti UN Comtrade, Kementan, *International Coffee Organization* (ICO), Asosiasi Eksportir dan Industri Kopi Indonesia (AEKI), Badan Pusat Statistik (BPS), Bank Indonesia, Bank Dunia, Kemendag maupun hasil studi dari literatur lainnya. Data yang digunakan merupakan data tahunan dan merupakan agregasi secara nasional untuk Indonesia maupun dunia. Jenis kopi yang dianalisis yaitu kode HS 090111 (*coffee, not roasted, not decaffeinated*). Dasar pemilihan jenis kopi tersebut adalah

menurut nilai ekspor yang terbesar dan kelengkapan data yang tersedia. Negara tujuan ekspor yang dipilih adalah USA, Jerman dan Jepang karena merupakan negara tujuan ekspor kopi Indonesia tertinggi.

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini berupa analisis deskriptif kuantitatif yang mengacu pada kerangka analisis keunggulan komparatif dan kompetitif. Tujuan dari analisis tersebut adalah Keragaan persaingan diantara negara eksportir diakomodir oleh analisis perbandingan RCA (*Revealed Comparative Advantage*). RCA merupakan salah satu dari alat analisis untuk mengukur keunggulan komparatif suatu negara. Metode RCA pertama kali diperkenalkan oleh Balassa pada tahun 1965. Kata *Revealed* dalam RCA berarti bahwa keunggulan komparatif suatu negara dapat diungkapkan dari pola perdagangannya (ekspornya). RCA merupakan salah satu dari alat analisis untuk mengukur keunggulan komparatif suatu negara. Metode RCA pertama kali diperkenalkan oleh Balassa pada tahun 1965. Kata *Revealed* dalam RCA berarti bahwa keunggulan komparatif suatu negara dapat diungkapkan dari pola perdagangannya (ekspornya). Secara matematis, indeks RCA dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$RCA = \frac{\frac{x_{ij}}{\sum_i x_{ij}}}{\frac{\sum_j x_{ij}}{\sum_i \sum_j x_{ij}}}$$

Dimana :

- x_{ij} = Nilai ekspor komoditas kopi negara j
 $\sum_j x_{ij}$ = Total nilai ekspor seluruh komoditas dari negara j
 $\sum_i x_{ij}$ = Total nilai ekspor dunia dari komoditas kopi
 $\sum_i \sum_j x_{ij}$ = Total nilai ekspor dunia seluruh komoditas

Jika nilai RCA < 1 atau sampai mendekati 0, maka daya saing komoditas tersebut lemah, sebaliknya jika nilai RCA > 1 maka daya saing relatif kuat, dimana semakin tinggi RCA semakin besar tingkat daya saingnya.

Export Product Dynamics (EPD)

Selain RCA, dalam penelitian ini digunakan analisis *Export Product Dynamics* (EPD) merupakan salah satu indikator daya saing untuk menunjukkan kinerja ekspor produk kopi dengan mengukur posisi pasar suatu negara untuk tujuan pasar tertentu. Metode ini dapat mengukur dinamis tidaknya suatu produk di pasar. Metode EPD terdiri dari matriks yang menempatkan produk yang dianalisis ke dalam empat kategori (Tabel 1).

Tabel 1. Matriks Posisi Daya Saing dengan Metode EPD

<i>Share of Country's Export in World Trade</i>	<i>Share of Product in World Trade</i>	
	<i>Rising (Dynamic)</i>	<i>Falling (Stagnant)</i>
<i>Rising (Competitive)</i>	<i>Rising Star</i>	<i>Falling Star</i>
<i>Falling (Non-Competitive)</i>	<i>Lost Opportunity</i>	<i>Retreat</i>

Sumber : Estherhuizen (2006)

Untuk mengetahui daya saing suatu produk seperti pada Tabel 1 dapat dikonversi dari kuadran yang terdapat dalam Gambar 1 dimana posisi daya saing akan berada di salah satu kuadran. Posisi dalam kuadran tersebut mempresentasikan kekuatan bisnis (sumbu X) dan

daya tarik pasar (sumbu Y) dari suatu produk. Secara matematis, kekuatan bisnis/pangsa pasar (sumbu X) suatu produk dirumuskan sebagai berikut :

$$\frac{\sum_{t=1}^n \left(\frac{X_i}{W_i}\right) t \times 100\% - \sum_{t=1}^n \left(\frac{X_i}{W_i}\right) t - 1 \times 100\%}{T}$$

Sedangkan daya tarik pasar (sumbu Y) secara matematis dirumuskan sebagai berikut :

$$\sum_{t=1}^n \left(\frac{X_i}{W_i}\right) t \times 100\% - \sum_{t=1}^n \left(\frac{X_i}{W_i}\right) t - 1 \times 100\%$$

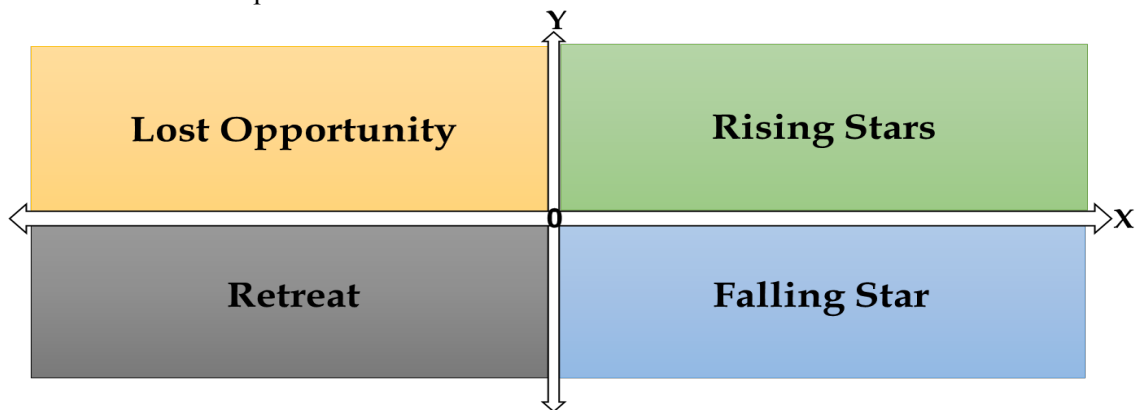
Dimana:

Xi : Nilai ekspor produk kopi Indonesia

Xt : Nilai total ekspor Indonesia

Wi : Nilai ekspor produk kopi dunia

Wt : Nilai total ekspor dunia



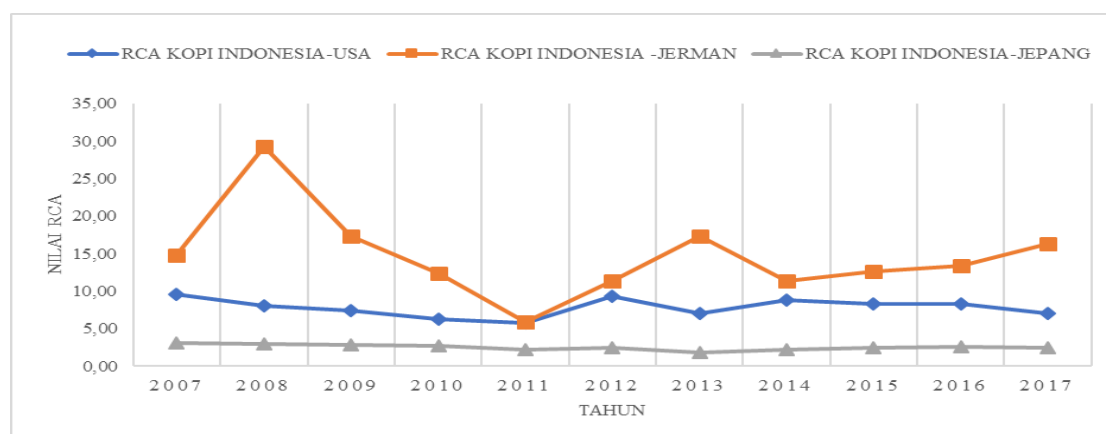
Gambar 1. Posisi daya saing produk dengan metode EPD
 Sumber: Estherhuizen, (2006)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Daya Saing Ekspor Kopi Indonesia di Pasar Global

Keunggulan komparatif ekspor kopi Indonesia dengan HS 090111 (*coffee, not roasted, not decaffeinated*) diukur dengan *revealed comparative advantage* (RCA). Ukuran RCA didasarkan pada konsep keunggulan komparatif Ricardian (Moenius, 2006). RCA mengukur pangsa ekspor suatu negara dalam kelompok industri yang sama dengan negara eksportir lainnya, sehingga banyak digunakan untuk mengukur keunggulan komparatif (Serin and Civan, 2008). Dalam analisis ini diperoleh nilai RCA produk kopi Indonesia yang diekspor ke USA. Semakin tinggi nilai RCA, maka negara tersebut memiliki keunggulan komparatif yang lebih tinggi. Sedangkan jika nilai RCA lebih kecil dari 1, maka negara tersebut tidak memiliki keunggulan komparatif.

Berdasarkan analisis dengan menggunakan RCA pada produk kopi dengan kode HS 090111 (*coffee, not roasted, not decaffeinated*) menunjukkan bahwa kopi Indonesia di pasar global memiliki daya saing ditunjukkan dengan nilai RCA > 1 setiap tahunnya. Lebih lanjut dapat dijelaskan bahwa daya saing tersebut berfluktuasi selama periode 2007-2017 seperti yang terdapat pada Gambar 2. Fluktuasi terjadi pada ketiga negara tujuan ekspor yaitu USA, Jerman dan Jepang. Fluktuasi nilai RCA yang tertinggi hingga terendah secara berturut-turut terjadi pada pasar Jerman, USA dan Jepang.



Gambar 2. Nilai RCA Ekspor Indonesia ke Negara Tujuan

Gambar 2 menunjukkan bahwa dalam kurun waktu tahun 2007-2017 terjadi fluktuasi daya saing kopi Indonesia di pasar global. Fluktuasi ini dapat disebabkan oleh beberapa faktor yaitu dari sisi produksi disebabkan oleh pengelolaan kebun, panen dan penanganan pasca panen yang kurang memadai dan tidak sesuai standar karena hampir seluruhnya kopi di Indonesia diproduksi oleh perkebunan rakyat, hal ini berdampak pada rendahnya mutu produksi yang dihasilkan oleh petani. Hal ini juga dikemukakan oleh Muzendi (2014) yang menyatakan bahwa budidaya kopi di Indonesia masih dikelola secara tradisional, kesalahan yang paling fatal yang umum dilakukan petani adalah pada fase pemetikan dan penanganan pasca panen. Pada hampir semua sentra produksi kopi di Indonesia diketahui bahwa petani sebagian besar melakukan panen dengan memetik buah kopi sebelum usia panen (petik hijau) sehingga menghasilkan kopi mutu rendah.

Selanjutnya, kendala produksi yang menyebabkan rendahnya mutu kopi akan berpengaruh terhadap harga kopi di pasar domestik maupun pasar global. Fleming & Tsiang (1956) menyatakan bahwa suatu negara dapat mengalami perubahan daya saing karena dipengaruhi oleh faktor harga dan non-harga. Maka fluktuasi daya saing yang terjadi di pasar global tidak terlepas dari sisi harga yang disebabkan oleh rendahnya mutu kopi yang dihasilkan. Untuk menangani masalah dalam bidang produksi kopi di Indonesia pemerintah terus melakukan upaya seperti memberikan penyuluhan dan bantuan kepada masyarakat, menurut Ndayitwayeko WM (2014), Nhien (2016) menyatakan bahwa pemerintah perlu memberikan pelatihan budidaya yang baik bagi para petani serta menggunakan teknologi yang dapat meningkatkan kualitas kopi. Hal ini perlu diperhatikan agar keterkaitan pemerintah dapat dioptimalkan untuk memperbaiki daya saing kopi Indonesia.

Berdasarkan data Ditjenbun (2015) bahwa kopi Indonesia yang diekspor sebagian besar dalam bentuk biji (sebesar 99.5 persen) dengan grade IV sementara sisanya dalam bentuk olahan (*roasted* dan bubuk). Kondisi tersebut menunjukkan bahwa kopi Indonesia yang diekspor tergolong kopi mutu rendah dan juga masih ada kondisi tertentu yang menyebabkan kopi Indonesia terkena larangan ekspor (Ibnu, 2017). Kurun waktu sepuluh hingga lima belas tahun terakhir, Indonesia mengalami pergeseran tujuan negara ekspor utama. Pada tahun 2005, pasar tujuan utama ekspor kopi Indonesia antara lain USA, Eropa dan Asia Timur. Tahun 2015 pangsa pasar ekspor ke USA dan Eropa cenderung menurun yang disebabkan oleh meningkatnya persaingan antar negara-negara eksportir utama khususnya permintaan kopi dari negara konsumen yang selektif terhadap kualitas.

Nilai RCA kopi Indonesia lebih besar dari satu menunjukkan bahwa meskipun banyak kendala yang masih di hadapi dalam rangkan peningkatan daya saing Indonesia. Penelitian

mengenai daya saing kopi Indonesia sudah pernah dilakukan oleh peneliti sebelumnya Asmarantaka menyatakan bahwa kopi Indonesia memiliki daya saing di pasar internasional, senada dengan penelitian yang dilakukan oleh Ismail *et al* (2017), Baroh I *et al* (2014).

Cara yang dapat dilakukan untuk dapat menghindari fluktuasi tingkat daya saing adalah melalui peningkatan kualitas biji kopi yang di ekspor seperti menghindari panen dengan sistem petik hijau dan peningkatan mutu melalui penerapan sertifikasi pada produk kopi Indonesia, selain itu Indonesia oleh pemerintah perlu dilakukan. Revitalisasi perkebunan tersebut dapat dilakukan dengan mempercepat perluasan areal tanam dan peremajaan tanaman sehingga dapat meningkatkan produktivitas, produksi, dan ekspor kopi Indonesia (Meiri, 2013). Peningkatan daya saing kopi Indonesia juga dapat dilakukan melalui pengalihan pasar dan penetrasi selain USA, Eropa dan Jepang yaitu ke negara dikawasan Asia seperti Korea, India, Malaysia, Thailand dan negara ASEAN lainnya karena tren peningkatan permintaan kopi yang juga meningkat ke negara tersebut (Kementan, 2014).

Analisis Export Product Dynamics (EPD)

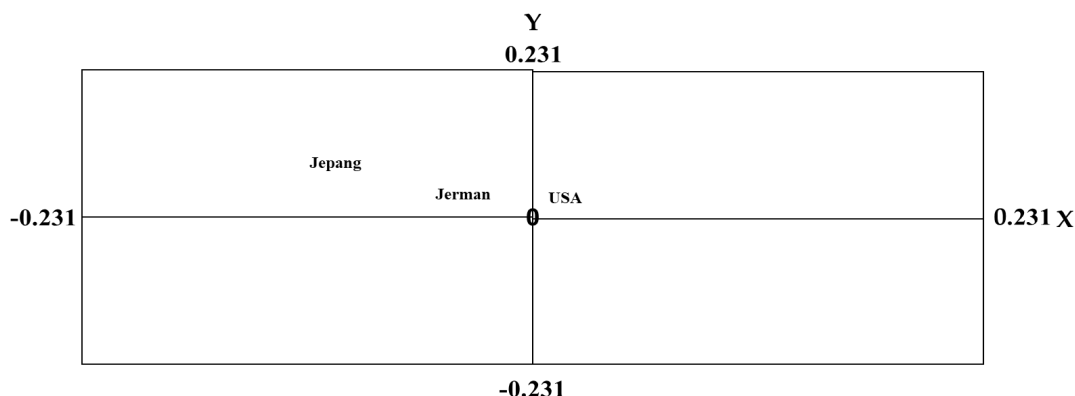
Metode EPD merupakan salah satu pendekatan yang digunakan untuk menganalisis daya saing produk kakao melalui identifikasi produk-produk yang kompetitif dan dinamis dalam ekspor produk kopi Indonesia. Berdasarkan produk kopi Indonesia yang di analisis yaitu Jenis kopi dengan kode HS 090111 (*coffee, not roasted, not decaffeinated*) dengan nilai EPD seperti terdapat pada Tabel 2 yang menunjukkan bahwa kinerja ekspor kopi Indonesia di pasar global mengalami dinamika pasar yang berbeda-beda.

Tabel 2. Matriks Posisi Daya Saing Ekspor Kopi Indonesia di Pasar Global dengan Metode EPD

No	Negara Tujuan Ekspor	Nilai EPD X	Nilai EPD Y	Keterangan
1	USA	0,007	0,082	<i>Rising Stars</i>
2	Jerman	-0,023	0,121	<i>Lost Opportunity</i>
3	Jepang	-0,047	0,231	<i>Lost Opportunity</i>

Berdasarkan Tabel 2 dapat dilihat bahwa posisi pasar Indonesia di USA adalah rising stars dimana pasar USA adalah pasar yang potensial yang memberikan peluang bagi produk kopi Indonesia untuk dapat memenuhi pasar yang tersedia.

Selanjutnya kinerja ekspor kopi Indonesia ke USA dapat dilihat melalui posisi daya saing yang berada dalam kuadran I (*Rising Stars*) yang berarti bahwa kinerja perdagangan ekspor berjalan cepat dan dinamis dimana tingkat pertumbuhan ekspor Indonesia terus meningkat seiring dengan meningkatnya pangsa ekspor kopi Indonesia ke USA. Berbeda halnya dengan pasar di negara Jerman dan Jepang yang mengalami posisi *Lost Opportunity* seperti terdapat pada Gambar 3. Terjadinya kondisi *Lost Opportunity* di pasar Jerman dan Jepang dapat disebabkan oleh banyak faktor, salah satunya adalah negara pesaing Indonesia yang juga semakin meningkat. Seperti hasil penelitian Marsh (2007) menyatakan bahwa Vietnam sebagai pesaing utama Indonesia yang berhasil menduduki peringkat pertama sebagai produsen dan eksportir utama kopi robusta menggantikan posisi Indonesia. Keberhasilan Vietnam disebabkan beberapa hal diantaranya : migrasi massal, laham, kebijakan pemerintah, pemilihan tanaman, teknologi dan *coffee price boom*.



Gambar 3. Posisi Daya Saing Produk Kopi Indonesia dengan Metode EPD

Matriks EPD Ekspor Kopi Indonesia pada Gambar 3 menunjukkan bahwa pada pasar di negara USA produk kopi tersebut memiliki daya saing yang tinggi dan dinamika perdagangan positif. Selama kurun waktu tahun 1987–2017 produk kopi Indonesia diminati di USA dan pada kenyataannya bahwa nilai ekspor kopi Indonesia tersebut terus bertumbuh setiap tahunnya ke pasar USA. Meskipun demikian, disisi lain ekspor kopi Indonesia juga masih terkendala dalam hambatan non tarif, yaitu ditetapkannya batas ambang residu bahan kimia. Seperti kasus ekspor kopi Indonesia pernah ditahan oleh badan karantina Amerika Serikat, sehingga perlu dilakukan upaya peningkatan mutu melalui perbaikan proses pengolahan agar daya saing kopi Indonesia meningkat. Pelaksanaannya oleh *Food and Drug Administration* (FDA) yang menetapkan peraturan dan persyaratan yang harus dipenuhi. Pada hakekatnya FDA bertanggung jawab untuk melindungi masyarakat konsumen dari kemungkinan hal-hal yang merugikan dan membahayakan kesehatan masyarakat konsumen. Kopi Indonesia seringkali mengalami penahanan dan pengimpornya diwajibkan untuk melakukan *reconditioning* maupun refumigasi sebelum diijinkan untuk masuk ke kawasan Amerika Serikat (Anggraini 2006).

Daya saing dan kinerja ekspor kopi Indonesia ke USA perlu dipertahankan dan ditingkatkan salah satu bentuk upaya yang dapat ditempuh oleh Indonesia untuk mempertahankan serta meningkatkan daya saing dan kinerja ekspor kopi ke USA adalah melalui upaya peningkatan mutu dengan melakukan perbaikan proses pengolahan baik ditingkat petani maupun pedagang dan pihak pengolah kopi melalui peningkatan nilai tambah dengan menciptakan produk olahan kopi yang terdiferensiasi agar kinerja ekspor kopi Indonesia dapat lebih meningkat lagi. Kemudian memenuhi kriteria *Food and Drug Administration* (FDA) yang menetapkan peraturan dan persyaratan yang harus dipenuhi oleh negara tujuan ekspor yaitu USA.

Berbeda halnya dengan USA, pasar Jerman dan Jepang mengalami posisi *lost opportunity* dimana produk kopi Indonesia kehilangan pasar di negara tersebut. Hal ini diakibatkan adanya kebijakan yang diterapkan oleh pemerintah Uni Eropa dan Jepang seperti penerapan kebijakan non tarif barrier (NTB) yaitu *Sanitary and Phytosanitary* (SPS) dan *Technical Barriers to Trade* (TBT) oleh *World Trade Organization* (WTO). Masyarakat Uni Eropa (termasuk Jerman dan Italia), Amerika Serikat dan Jepang merupakan negara-negara importir terbesar kopi yang juga menerapkan hambatan dan kebijakan non tarif dalam perdagangan kopi. Persyaratan *healthy protect* (perlindungan kesehatan) dan *eco-friendly cultivation* (cara bercocok tanam yang ramah lingkungan) dan berbagai regulasi yang terkait dengan keamanan pangan di kawasan tersebut untuk melindungi konsumennya.

Uni Eropa memberlakukan aturan *Food Label & Food Safety* untuk produk yang mengandung kafein sejak tahun 2002 karena produk yang mengandung kafein dipandang sangat

berbahaya apabila dikonsumsi dalam jumlah besar dan akan memberikan risiko yang buruk bagi kesehatan manusia. Pada tahun 2005, dikeluarkan *The EU General Food Law* yang salah satunya berisi tentang kerangka jaminan pangan. Amerika Serikat jauh sebelumnya pada tahun 1995 telah mengeluarkan peraturan tentang *Hazard Analytical Critical Control Point (HACCP)* untuk melindungi warga Amerika Serikat dari produk pangan impor yang berbahaya. Jepang juga melarang masuk impor produk yang tidak sehat melalui *Food sanitary Law* dan *the Quarantine Law*.

Salah satu contoh permasalahan yang dihadapi Indonesia dalam melakukan ekspor kopi misalnya pada tahun 2010, hasil pemeriksaan *Ministry of Health, Labour and Welfare (MHLW)* diketahui bahwa total impor kopi Jepang dari Indonesia tercemar 1,17 persen pestisida jenis *carbaryl*. Dibandingkan dengan total impor Jepang dari negara eksportir lainnya yang diperiksa 33,87 persen kasus Indonesia, 24,19 persen Kolombia, 9,68 persen Brazil serta Vietnam dan Guatemala masing-masing 16,513 persen (Tabel 3).

Tabel 3. Jumlah Kasus dan Penolakan Impor Kopi di Jepang Tahun 2010

No	Negara	Impor		Diperiksa		Tercemar	
		Jumlah Kasus	Berat (ton)	Jumlah Kasus	Berat (ton)	Jumlah Kasus	Berat (ton)
1	Brazil	2.770	126.914	575	20.495	6	3
2	Guatemala	1.011	36.539	210	6.018	10	29
3	Indonesia	1.800	62.848	1.800	62.848	21	604
4	Kolombia	1.633	82.449	232	9.326	15	6
5	Vietnam	826	53.349	100	3.858	10	4

Sumber : MHLW (2010)

Dari Tabel 3 di atas dapat dilihat bahwa dengan adanya hambatan non tarif yang dapat mengakibatkan penolakan impor kopi ke Jepang karena ketetapan yang berlaku, mengakibatkan kerugian yang dialami Indonesia sekaligus menjadi ancaman yang perlu diantisipasi agar tidak terjadi lagi dan kasus ini juga terjadi karena rendahnya jaminan mutu kopi Indonesia seperti adanya sertifikasi produk pada kopi yang akan dikirim ke negara tujuan Impor di seluruh dunia (Ibnu M, 2017).

Seperti halnya yang dikemukakan oleh Arifin (2013), Astuti (2015) menyatakan bahwa dengan adanya penerapan mekanisme skema sertifikasi pada komoditas kopi akan dapat memberikan dampak yang baik dalam bentuk harga yang lebih tinggi dan memberikan jaminan bagi konsumen. Untuk ketiga negara tujuan ekspor kopi Indonesia terbesar sebagai gambaran pasar global dapat diperhatikan mengenai kualitas kopi yang dihasilkan oleh petani dalam negeri agar dapat diterapkan sertifikasi mutu kopi sehingga dapat diterima dengan baik di pasar global. Pengembangan kopi biji organik untuk ekspor dapat dilakukan melalui pemberian informasi pasar dan penyediaan kemudahan ekspor. Selain itu, penerapan SNI kopi biji yang berorientasi internasional dan meningkatkan teknologi peralatan pengolahan di tingkat petani (Selain itu, penerapan SNI kopi biji yang berorientasi internasional dan meningkatkan teknologi peralatan pengolahan di tingkat petani. Mayrowani H (2013).

Melalui adanya kebijakan yang terus berkembang di negara tujuan ekspor kopi Indonesia maka diharapkan ada beberapa perbaikan kebijakan yang dapat dilakukan untuk mengembangkan kopi nasional seperti yang dikemukakan oleh Sudjarmoko (2013) antara lain : 1) Peningkatan produktivitas dan mutu tanaman kop, 2) Peningkatan ekspor dan nilai tambah kopi dalam bentuk hasil olahan dengan mutu yang dikehendaki konsumen, 3) Dukungan penyediaan pembiayaan melalui pemanfaatan penyertaan dana masyarakat melalui kontrak investasi kolektif dan resi gudang, 4) Pemberdayaan petani melalui penumbuhan penguatan

kelembagaan usahatani, pelatihan, dan pendampingan untuk meningkatkan kemampuan petani serta kelompok tani.

Selanjutnya, peningkatan daya saing kopi biji Indonesia di pasar internasional memerlukan langkah perbaikan kinerja dan dukungan kebijakan ekspor yang kondusif bagi ekspor kopi (Drajat *et al* 2007, Desianti 2002)

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Kopi Indonesia di pasar global memiliki daya saing yang ditunjukkan dengan nilai RCA lebih besar dari satu, dalam kurun waktu tahun 2007-2017 daya saing ekspor kopi Indonesia berfluktuasi baik di pasar USA, Jerman dan Jepang yang sekaligus dapat dijadikan sebagai gambaran daya saing kopi Indonesia di pasar global dengan posisi daya saing ke negara USA adalah rising stars sementara ke Jerman dan Jepang berada pada posisi *lost opportunity*.

Saran

Penelitian ini memberikan saran kepada stakeholder terkait yaitu petani agar dapat memenuhi standar budidaya tanaman kopi mulai dari persiapan lahan, tanam, pemeliharaan hingga panen agar dapat meningkatkan mutu. Produsen atau pedagang dapat memberikan insentive berupa harga yang lebih tinggi kepada petani kopi dengan peningkatan nilai tambah kopi sebelum kopi dipasarkan ke negara tujuan serta kepada pemerintah diharapkan dapat lebih gencar dalam membantu petani baik dalam hal budidaya, pemasaran, pengolahan dalam rangka pemberian nilai tambah pada produk kopi yang dihasilkan dan mencari pangsa pasar lain seperti negara di kawasan ASEAN.

DAFTAR PUSTAKA

- [AEKI] Asosiasi Eksportir Kopi Indonesia. 2012. Laporan Pasar Kopi. Edisi Juli. Jakarta (ID) : AEKI
- Arifin, B. 2013. On the competitiveness and sustainability of the Indonesian agricultural export commodities. *ASEAN Journal of Economics, Management and Accounting*, 1(1), 81–100.
- Astuti ES, Offermans A, Kemp R, Corvers R. 2015 The Impact of Coffee Certification on the Economic Performance of Indonesian Actors Esther Sri Astuti International Centre for Integrated Assessment and Sustainable Development (ICIS). Maastricht University, the Netherlands
- Balassa B. 1965. *The Theory of Economic Integration*. Massachusetts (US): Homewood Illinois: RD Irwin Inc.
- Baroh I, Hanani N, Setiawan B, Koestiono D. 2014. Indonesia Coffe Competitiveness in the International Market : Armington Model Application *American Journal of Economics*. 4(4):184-194
- [BPS] Badan Pusat Statistik. 2017. *Statistik Indonesia 2017*. Jakarta (ID) : BPS
- [Ditjenbu] Direktorat Jendral Perkebunan. Kementerian Pertanian. 2015. *Statistik perkebunan Indonesia (2013-2015 kopi)*. Jakarta (ID):Dirjenbun.

- Drajat B, Agustian A, Supriatna A. 2007. Ekspor dan daya saing kopi biji Indonesia di pasar internasional : implikasi strategis bagi pengembangan kopi biji organik. *Pelita Perkebunan*. 23(2):159-179.
- Estherhuizen, D. 2006. Measuring and Analyzing Competitiveness in the Agribusiness Sector: Methodological and Analytical Framework. University of Pretoria.
- Fleming, J. M., & Tsiang, S. C. (1956). Changes in competitive strength and export shares of major industrial countries. *Staff Papers*, 5(2), 218-248.
- Ibnu M. 2017. Gatekeepers of sustainability on coffee smallholders, standards and certification in Indonesia. Dissertation. Maastricht University.
- Ismail D, Mabar R, yechalad MN, Nasir M. 2017. The Analysis of Competitiveness and Export Demand of Acehnese Coffee in the International Market. *Journal of Economics and Sustainable Development* www.iiste.org ISSN 2222-1700 (Paper) ISSN 2222-2855 (Online) Vol.8, No.8, 2017
- ICO. 2017. Total Production of Exporting Countries. <http://www.ico.org>. [Diakses September 2017]
- [Kementan]. 2016. Outlook Kopi Komoditas Pertanian Subsektor Perkebunan 2016. Jakarta (ID): Kementerian Pertanian RI.
- Marsh A. 2007. Diversification by smallholder farmers : Vietnam Robusta Coffee. Agricultural management, Marketing and Finance Service (AGSF). Rural Infrastructure and Agro-Industries Division. Food and Agriculture Organization of the United Nations. Rome
- Mayrowani H. 2013. Kebijakan penyediaan teknologi pascapanen kopi dan masalah pengembangannya. *Forum penelitian Agro Ekonomi*. Vol 31 No.1:31-49.
- Meiri A, Rita N, Amzul R. 2013. Analisis Perdagangan Kopi Indonesia di Pasar Internasional. *Buletin Ristri*. <http://ejurnal.litbang.pertanian.go.id/index.php/bultri/article/view/2378/2066>. [Diakses September 2017]
- [MHLW] Ministry of Health Labour and Welfare. 2011. Statistic of Imported Foods Monitoring for FY 2010. Jepang (JP): Department of Food Safety, Pharmaceutical and Food Safety Bureau.
- Muzendi, AS. 2014. Integrasi Pasar dan Dampak Kebijakan Non Tarif terhadap Permintaan Ekspor dan Daya Saing Kopi Indonesia di Pasar Internasional. [Tesis]. Bogor : Institut Pertanian Bogor.
- Nhien NTH. 2016. The Competitiveness of Vietnamese Coffee Into The EU Market. Bachelor's Thesis Centria University Of Applied Sciences.
- Ndayitwayeko WM, Odhiambo MO, Korir M, Nyangweso PM, Chepn geno W. 2014. Comparative Advantage of The Eastern And Central Africa In The Coffee Export Sector: The Case of Burundi. *African Crop Science Journal*, Vol. 22, Issue Supplement 4, pp. 987 – 995.
- Serin, V, A. Civan. 2008. Revealed comparative advantage and competitiveness. A case study for Turkey towards the EU. *Journal of Economic and Social Research* 10(2): 25-41.
- Sudjarmoko B. 2013. Prospek pengembangan industrialisasi kopi Indonesia. *SIRINOV*, 1 (3):99-110.
- United Commodity Trade [UN Comtrade]. 2018. Commodity Statistic. <http://comtrade.un.org/db>.