# LAPORAN HASIL PENELITIAN

## DAYA SAING KOMODITAS KOPI INDONESIA DI PASAR EKSPOR



## Peneliti:

Hamka Halkam, SE., MBA Dosen Program Studi Manajemen

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS PERSADA INDONESIA YAI AGUSTUS 2021

# LEMBAR IDENTITAS DAN PENGESAHAN LAPORAN PENELITIAN DOSEN FEB UPI Y.A.I

1.	a.	Judul Penelitian	:	DAYA SAING KOMODITAS KOPI INDONESIA			
				DI PASAR EKSPOR			
	b.	Bidang Ilmu	:	Ekonomi			
	c.	Kategori Penelitian	:	Sendiri			
2.	Na	ıma Peneliti					
	a.	Nama Lengkap	:	Hamka Halkam, SE., MBA			
	b.	Jenis Kelamin	:	Laki-laki			
	c.	Golongan Pangkat	:	III B			
	d.	Jabatan Fungsional	:	Asisten Ahli			
	e.	Jurusan	:	Manajemen			
	f. Pusat Penilitian		:	Universitas Persada Indonesia Y.A.I			
3.	Lokasi Penelitian		:	Jakarta			
4.	Jangka Waktu Penelitian		:	4 (empat) bulan			
	D:	ava Danalitian		D=6 000 000			
5.	. Biaya Penelitian		:	Rp6.900.000,-			

Jakarta, Agustus 2021

Mengetahui Kepala LPPM FEB UPI Y.A.I

Peneliti

Dr. Abdullah Muksin, S.Pd., MM NIDN: 0305056301

NIDN: 0305046606

Hamka Halkam, SE., MBA

Mengetahui Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPI YAI

Dekan

Dr. Marhalinda, SE., MM

NIDN: 0325036102

#### ABSTRAK

Kopi menjadi salah satu komoditas andalan ekspor Indonesia. Indonesia termasuk diantara sepuluh negara pengekspor kopi terbesar dunia. Tahun 2020, Indonesia berada pada urutan ke-lima sebagai negara pengekspor kopi terbesar berdasarkan volume ekspor dan berada pada urutan ke-sembilan berdasarkan nilai ekspor. Selama tahun 2016 – 2020, Indonesia mengekspor kopi rata-rata 360.184 ton per tahun dengan nilai ekspor rata-rata US\$943.711.000,- per tahun. Pada tahun 2020 terjadi penurunan volume ekspor sebesar 8,5% dan nilai ekspor sebesar 18,5% dibandingkan tahun 2016.

Selama periode tersebut nilai RCA kopi Indonesia meskipun berfluktuasi tapi tetap memiliki nilai lebih besar dari 1 (satu). Namun nilai RCA ini cenderung menurun. Pada tahun 2020, nilai RCA kopi Indonesia adalah 2,84, nilai ini turun cukup signifikan dibanding tahun 2016 yang memiliki nilai RCA 3,73.

Menurunnya kinerja ekspor kopi Indonesia akibat dari rendahnya kualitas kopi yang diekspor dan kopi yang diekspor sebagian besar masih dalam bentuk biji kopi kering mentah (*green coffee*). Sekitar 80% kopi yang diekspor adalah kopi jenis robusta yang memiliki kualitas rendah dan 97% kopi yang diekspor masih berbentuk *green coffee*. Karena itu mestih ada langkah strategis, komprehensif dan terpadu agar dapat mempertahankan dan meningkatkan daya saing komoditas kopi Indonesai di pasar ekspor.

Kata Kunci: kopi, volume ekspor, nilai ekspor, RCA

KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillahirrabbil'alamin, Peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT atas rahmat

dan hidayah-Nya sehingga Penilitian ini dapat terlaksana.

Kopi menjadi salah satu komoditas andalan Indonesia. Lebih dari 50 negara di dunia

menghasilkan kopi. Dengan potensi produksi yang dimiliki, Indonesia menjadi salah satu

negara produsen kopi terbesar dunia. Namun demikian, kemampuan produksi yang dimiliki

Indonesia, tidak sebanding dengan kemampuan mengekspornya. Indonesia masih dikalahkan

oleh negara-negara yang memiliki kemampuan produksi jauh di bawah Indonesia, seperti

Jerman dan Swiss.

Karena itu, Indonesia mesti meningkatkan kinerja komoditas kopinya di pasar ekspor. Hal ini

mesti dilakukan mengingat besarnya potensi pendapatan di pasar ekspor, semakin

meningkatnya permintaan kopi dunia, dan untuk membantu meningkatkan pendapatan petani

kopi dimana sebagian besar tanaman kopi merupakan perkebunan rakyat.

Penelitian ini dimaksudkan untuk menganalisa kemampuan bersaing komoditas kopi

Indonesia di pasar ekspor. Peneliti menyadari bahwa hasil penelitian ini masih memerlukan

penyempurnaan dan masih membutuhkan lebih data dan analisa yang lebih mendalam agar

dapat lebih sempurna dan komprehensif. Oleh sebab itu, Peneliti mengharapkan adanya

masukan dan kritikan konstruktif dari semua pihak guna penyempurnaan hasil penelitian ini.

Terima kasih.

Peneliti

Hamka Halkam, SE., MBA

iν

# **DAFTAR ISI**

HALAM	AN JUDUL	i
HALAM	AN PENGESAHAN	ii
ABSTRA	K	iii
KATA PI	ALAMAN PENGESAHAN ii   STRAK iii   ATA PENGANTAR iv   AFTAR ISI v   BI PENDAHULUAN 1   Latar Belakang Masalah 2   Legen Berndaran Masalah 3   Permbatasan Masalah 3   Perumusan Masalah 3   Manfaat Penelitian 3   Manfaat Penelitian 3   BII TINJAUAN PUSTAKA 5   2.1.1. Arabika 5   2.1.2. Robusta 6   2.1.3. Liberika 6   2.1.4. Excelsa 6   2.1.5. Habitat Tanaman Kopi Dunia 6	
DAFTAR	ISI	v
BAB I	PENDAHULUAN	1
1.1.	Latar Belakang Masalah	1
1.2.	Identifikasi Masalah	2
1.3.	Pembatasan Masalah	3
1.4.	Perumusan Masalah	3
1.5.	Tujuan Penelitian	3
1.6.	Manfaat Penelitian	3
BAB II	TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1.	Tanaman Kopi	5
2.1.1.	Arabika	5
2.1.2.	Robusta	6
2.1.3.	Liberika	6
2.1.4.	Excelsa	6
2.1.5.	Habitat Tanaman Kopi Dunia	6
2.1.6.	Pengolahan Kopi	7
2.2.	Pengertian Ekspor	9
2.3.	Pengertian Daya Saing	10
2.3.1.	Persaingan	10
2.3.2.	Daya Saing	12
2.4.	Revealed Competitive Advantage (RCA)	13
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN	14
3.1.	Data yang Dibutuhkan	14
3.2.	Sumber Data	14

3.3.	Teknik Pengumpulan Data	15
3.4.	Teknik Analisa Data	15
BAB IV	PEMBAHASAN	16
4.1.	Profil Kopi Indoensia	16
4.1.1.	Jenis Kopi Indonesia	16
4.1.2.	Potensi Produksi	16
4.1.3.	Produksi Kopi Indonesia	18
4.2.	Konsumsi Kopi Dunia	20
4.3.	Ekspor Kopi Dunia	22
4.3.1.	Kinerja Ekspor Kopi Dunia	22
4.3.2.	Negara Eksportir Kopi Dunia	23
4.4.	Kinerja Ekspor Kopi Indonesia	25
4.5.	Daya Saing Kopi Indonesia di Pasar Ekspor	26
4.5.1.	Kualitas Kopi yang Rendah	26
4.5.2.	Nilai RCA	27
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	29
5.1.	Kesimpulan	29
5.2.	Saran	29
DAFTAR	PUSTAKA	30

#### **BABI**

#### **PENDAHULUAN**

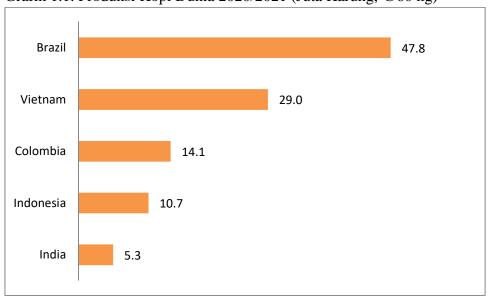
## 1.1. Latar Belakang

Biji kopi (selanjutnya disebut kopi) merupakan komoditas yang diperdagangkan sejak dahulu kala. Kopi menjadi bahan baku berbagai macam produk, baik pangan maupun nonpangan. Namun sebagian besar kopi diolah menjadi minuman.

Minuman kopi adalah salah satu minuman yang paling banyak digemari dan dikonsumsi di dunia. Besarnya permintaan terhadap produk ini disebabkan oleh kenikmatan rasa dan kepercayaan akan manfaat produk ini bagi kesehatan sejak dahulu kala. Kopi telah diolah menjadi berbagai ragam sajian minuman dan menjadi produk yang membentuk gaya hidup masyarakat masa kini, terutama masyarakat perkotaan. Permintaan kopi meningkat seiring dengan pertambahan populasi, inovasi dalam pengolahan minuman berbahan dasar kopi, dan perubahan trend gaya hidup manusia.

Menurut Kementerian Perdangangan, Indonesia berada diurutan ke-empat sebagai negara penghasil kopi terbesar di dunia, setelah Brasil, Vietnam, dan Kolombia. Namun Indonesia menempati urutan ke-sembilan sebagai negara pengekspor kopi dunia (liputan6.com: Jan 2021).

Laporan yang diterbitkan oleh *Foreign Agricultural Services United State Department of Agriculture* (USDA) memperlihatkan bahwa terdapat 5 (lima) negara penghasil kopi terbesar di dunia, yaitu: Brazil, Vietnam, Colombia, Indonesia, dan India. Jumlah produksi kopi dari kelima negara produsen kopi terbesar dunia pada tahun 2020/2021 dapat dilihat pada grafik berikut.



Grafik 1.1. Produksi Kopi Dunia 2020/2021 (Juta Karung, @60 kg)

Sumber: FAS USDA Desember 2020, diolah.

Jumlah produksi dari 5 negara produsen kopi terbesar dunia tersebut diperkirakan sebesar 106,9 juta karung pada tahun 2020/2021. Sementara total produski dunia pada periode tersebut diperkirakan sebesar 175,5 juta karung, meningkat 7 juta karung dari periode sebelumnya (USDA Desember 2020). Dengan demikian, kontribusi kelima negara produsen ini adalah sebesar 61% terhadap total produksi kopi dunia pada periode tersebut.

Indonesia berada pada urutan ke-empat sebagai negara penghasil kopi terbesar di dunia dengan jumlah produksi sebesar 10,7 juta karung. Namun demikian, menurut Kementerian Perdangangan, Indonesia berada pada urutan ke-sembilan sebagai negara pengekspor kopi dunia (liputan6.com: Jan 21).

Berdasarkan uraian di atas, penulis bermaksud meneliti mengenai kinerja ekspor komoditas kopi Indonesia di pasar internasional.

#### 1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan pada latar belakang masalah di atas, maka penulis mengidentifikasikan masalah sebagai berikut:

- 1. Permintaan komoditas kopi dunia mengalami trend peningkatan
- 2. Kopi dapat menjadi komoditas andalan ekspor Indonesia.
- Kemampuan ekspor kopi Indonesia yang tidak selaras dengan kemampuan produksinya.
- 4. Indonesia perlu melakukan terobosan dalam rangka meningkatkan ekspor kopinya.

## 1.3. Pembatasan Masalah

Penulis membatasi masalah pada penelitian ini pada kemampuan bersaing komoditas kopi Indonesia pada pasar ekspor.

## 1.4. Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas, maka masalah pokok yang dirumuskan pada penelitian ini adalah analisa daya saing kopi Indonesia di pasar ekspor.

## 1.5. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk:

- 1. Mengetahui perkembangan ekspor kopi Indonesia
- 2. Menganalisa kinerja ekspor kopi Indonesia.
- 3. Menilai kemampuan bersaing komoditas kopi Indonesia di pasar ekpor

## 1.6. Manfaat Penelitian

Manfaat atau kegunaan penelitian adalah sebagai berikut:

 Bagi Pemerintah dapat menjadi masukan dalam upaya meningkatkan daya saing kopi Indonesia di pasar ekspor.

2.	Bagi akademisi dan peneliti, penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan dan
	landasan yang dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya.

#### **BAB II**

#### TINJAUAN PUSTAKA

## 2.1. Tanaman Kopi

Tanaman kopi digolongkan ke dalam genus *Coffea* keluarga *Rubiaceae*. Genus *Coffea* memiliki lebih dari 100 anggota spesies. Dari jumlah tersebut hanya tiga spesies yang dibudidayakan untuk tujuan komersial, yakni *Coffea arabica*, *Coffea canephora*, dan *Coffea liberica* yang memiliki dua varietas: *Liberica* dan *Dewevrei*. Dalam perdagangan dan masyarakat umum, *Coffea arabica* dikenal dengan nama kopi arabika, *Coffea canephora* dikenal dengan nama kopi robusta, dan *Coffea liberica* varietas *Liberica* dikenal dengan nama liberika dan *Coffea liberica* varietas *Dewevrei* dikenal dengan nama excelsa (jurnalbumi.com)

#### **2.1.1.** Arabika

Pohon kopi arabika berbentuk perdu, namun bila tidak dipangkas ketinggiannya bisa mencapai 6 meter. Tanaman ini bisa ditanam di bawah naungan pohon peneduh ataupun lahan terbuka. Pohon kopi arabika memiliki perkaran yang dalam, bisa ditanam secara tumpang sari dengan tanaman kayu atau tanaman lainnya. Tanaman kopi arabika hanya tumbuh dengan baik bila dibudidayakan di atas ketinggian 1.000 meter dari permukaan laut. Idealnya ditanam pada ketinggian 1.200-1.950 meter (jurnalbumi.com). Rasa yang dikeluarkan dari jenis kopi ini cenderung asam buahbuahan dan rasa pahit yang tipis. Kadar kafein dalam kopi ini juga cenderung lebih rendah dibanding jenis-jenis lainnya (kompas.com).

#### 2.1.2. Robusta

Pohon kopi robusta bisa tumbuh hingga 12 meter bila tidak dipangkas. Jenis robusta bisa tumbuh dengan baik di dataran yang lebih rendah dibanding arabika, sekitar 250-1.500 meter dari permukaan laut (jurnalbumi.com). Rasa yang ditimbulkan dari robusta cenderung *rubbery*, pahit dengan rasa seperti gandum. Kadar kafein dalam kopi ini cukup tinggi (kompas.com).

#### 2.1.3. Liberika

Pohon kopi liberika memiliki ukuran yang cukup besar, bila tidak dipangkas tingginya bisa mencapai 18 meter. Tanaman kopi liberika bisa hidup dengan baik pada ketinggian kurang dari 700 meter (jurnalbumi.com). Liberika memiliki cita rasa yang mirip Robusta, tapi aroma yang dikeluarkan cenderung smokey atau berbau asap. Kadar kafein dalam kopi jenis ini juga paling rendah di antara yang lainnya (kompas.com).

#### **2.1.4.** Excelsa

Pohon kopi excelsa memiliki sifat-sifat yang sangat mirip dengan liberika. Tanaman ini bisa tumbuh dengan baik di dataran rendah pada rentang ketinggian 0-700 meter dari permukaan laut (jurnalbumi.com). Seperti liberika, kopi excelsa dibudidayakan secara terbatas. Rasa excelsa ini cenderung masam layaknya masam buah (kompas.com).

## 2.1.5. Habitat Tanaman Kopi Dunia

Tanaman kopi telah dibudidayakan lebih dari 50 negara di dunia. Habitat untuk budidaya tanaman kopi terletak di antara 20° garis Lintang Utara dan Lintang Selatan

(jurnalbumi.com). Sebaran budidaya tanaman kopi di dunia dapat dilihat pada peta berikut.

Peta 1.1. Sebaran Tanaman Kopi Dunia



Sumber: jurnalbumi.com (Grafik: S Oestreich-Janzen, 2013)

Perkebunan kopi yang terletak pada area dalam garis lintang tersebut terbentang mulai dari Amerika Selatan, Amerika Tengah, Asia Selatan, Asia Tenggara, hingga Afrika. Kopi arabika banyak ditanam di Amerika Tengah, Amerika Selatan, dan di sisi Barat Afrika. Sedangkan kopi robusta banyak ditanam di Asia Tenggara, sisi Timur Afrika dan Madagaskar.

## 2.1.6. Pengolahan Kopi

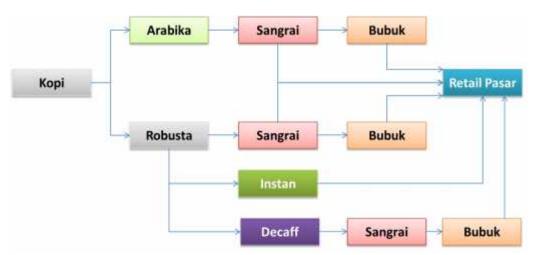
Sebagian besar biji kopi diproses dan diolah untuk menjadi bahan baku pada industri minuman. Minuman kopi diseduh dari biji kopi yang telah digiling/dihaluskan menjadi bubuk kopi. Proses pembuatan bubuk kopi dapat dilakukan dengan cara kering dan cara basah. Proses pengolahan kopi dengan cara kering secara garis melalui tahap berikut:

Pemanenan. Buah kopi yang telah matang dipanen yang dilakuan baik secara manual atau menggunakan mesin

- Pemilahan. Pemilahan dilakukan untuk mendapatkan buah kopi yang baik dan berkualitas.
- Pengeringan. Pengeringan dilakukan untuk mengurangi kadar air pada buah kopi. Umumnya buah kopi dijemur sekitar dua minggu untuk mendapatkan tingkat kekeringan yang diinginkan. Hal ini berbeda cara basah dimana buah kopi dikupas terlebih dahulu sebelum dikeringkan. Pengupasan dilakukan dengan cara mencuci buah kopi untuk menghilangkan daging buah.
- Pengupasan kulit buah. Pengupasan dilakukan setelah mendapat kadar kekeringan yang diinginkan. Pengupasan dapat dilakukan dengan menggunakan mesin atau ditumbuk.
- Pemilihan biji kopi. Tahapan ini dilakukan untuk memilih biji kopi yang baik.
- Pengemasan. Biji kopi yang telah dipilih kemudian dikemas untuk digunakan pada proses selanjutnya, sesuai dengan tujuan penggunaan akhir.
- Penyangraian biji kopi. Penyangraian dilakukan biji yang telah kering dilakukan sebelum dikonsumsi
- Penggilingan. Biji kopi yang telah disangrai kemudian digiling hingga halus untuk menjadi bubuk kopi yang siap dikonsumsi.

Gambar berikut memperlihatkan diversikasi produk berbahan baku kopi.

Gambar 1.1. Diversifikasi Produk Kopi



Sumber: www.cctcid.com.

## 2.2. Pengertian Ekspor

Secara umum, ekspor dapat diartikan sebagai pengiriman barang dagangan (komoditas) ke luar negeri untuk dijual. Kamus Besar Bahasa Indonesia mengartikan ekspor adalah pengiriman barang dagangan ke luar negeri (kbbi.web.id). Ekspor adalah barang dan jasa yang diproduksi di suatu negara dan dijual kepada pembeli di negara lain (investopedia.com). Kamus Merriam-Webster secara spesifik mengartikan ekspor sebagai komoditas yang dikirim dari satu negara atau wilayah ke negara lain untuk tujuan perdagangan (www.merriam-webster.com). UU No. 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan mendefinisikan ekspor adalah kegiatan mengeluarkan barang dari daerah pabean.

Kegiatan ekspor dapat dilakukan secara langsung maupun tidak langsung. Ekspor langsung dilakukan melalui bantuan perantara atau eksportir yang berada di negara tujuan ekspor. Penjualan dilakukan oleh distributor atau wakil perusahaan. Sedangkan ekspor tidak langsung adalah kegiatan ekspor dilakukan melalui bantuan perantara yang berasal dari negara asal ekspor. Penjualan dilakukan oleh perusahaan manajemen ekspor (*export management companies*) dan perusahaan ekspor (*export trading companies*).

Mengekspor tidak langsung lebih sederhana daripada mengekspor langsung, karena mengekspor langsung memerlukan baik keahlian khusus maupun penanaman uang tunai yang besar. Industri manufaktur dapat melakukan ekspor langsung dan tidak langsung, sementara industri jasa biasanya melakukan eskpor langsung.

Ekspor memperluas pasar komoditas negara dengan membuka pasar baru dan memenuhi permintaan atas komoditas tersebur di negara lain. Komoditas yang dijual pada ekspor juga memiliki harga jual yang lebih tinggi dibanding harga di dalam negeri. Selain itu, kegiatan ekspor menyebabkan terjadinya arus masuk dana dari luar negeri ke dalam negeri, sehingga kegiatan ekspor akan menambah pendapatan negara.

## 2.3. Pengertian Daya Saing

## 2.3.1. Persaingan

Persaingan berasal dari bahasa Inggris, yaitu *competition* yang berarti persaingan itu sendiri atau kegiatan bersaing, pertandingan, dan kompetisi. Dalam ekonomi, persaingan atau kompetisi adalah bersaingnya para penjual yang sama-sama berusaha mendapatkan keuntungan, pangsa pasar, dan jumlah penjualan. Para penjual biasanya berusaha mengungguli persaingan dengan membedakan harga, produk, distribusi dan promosi (wikipedia.org)

Kuncoro (2005:86) mengartikan persaingan adalah ketika organisasi atau perorangan berlomba untuk mencapai tujuan yang diinginkan seperti konsumen, pangsa pasar, peringkat survei, atau sumber daya yang dibutuhkan. Menurut Marbun (2003), persaingan adalah usaha-usaha dari dua pihak atau lebih perusahaan yang masingmasing bergiat memperoleh pesanan dengan menawarkan harga/syarat yang paling menguntungkan. Persaingan ini dapat berbentuk pemotongan harga, iklan/promosi,

variasi dan kualitas, kemasan, desain, dan segmentasi pasar. Sementara itu, persaingan bisnis, menurut Mujahidin (2007:27), adalah perseteruan atau rivalitas antara pelaku bisnis yang secara independen berusaha mendapatkan konsumen dengan menawarkan harga yang baik dengan kualitas barang atau jasa yang baik pula.

Menurut Porter (1985), terdapat 3 (tiga) strategi generik (*generic strategies*) untuk mencapai kinerja di atas rata-rata industri, yaitu: *cost leadership*, *differentiation*, dan *focus*.

Cost leadership (kepemimpinan biaya) adalah menjadikan perusahaan sebagai produsen dengan biaya rendah dalam industri. Sumber keunggulan biaya bervariasi dan tergantung dari struktur industri. Kepemimpinan biaya termasuk mengejar skala ekonomis, penguasaan teknologi, akses ke bahan baku, dan faktor lain.

Differentiation (Diferensiasi) adalah ketika perusahaan berupaya menjadi unik dalam industri diantara beberapa dimensi yang dinilai secara luas oleh pembeli. Diferensiasi memilih satu atau lebih dari satu atribut yang dianggap penting oleh kebanyakan pembeli dalam industri dan secara unik memposisikan diri untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Diferensiasi dapat berdasarkan produk itu sendiri, sistim pengiriman produk, pendekatan pemasaran, dan banyak faktor lain.

Focus (fokus) bersandar pada pilihan cakupan kemampuan saing yang lebih sempit dalam industri. Fokus memilih segmen atau kelompok segmen dalam industri dan menyesuaikan stratgeinya untuk melayani mereka dengan mengesampingkan yang lain. Terdapat dua jenis fokus, yaitu: cost focus (fokus biaya) dimana perusahaan berupaya

mendapatkan keunggulan biaya pada segmen targetnya, dan *differentiation focus* (fokus diferensiasi) yaitu berupaya untuk melakukan diferensiasi pada segmen targetnya. Fokus biaya mengeksploitasi perbedaan dalam perilaku biaya dalam beberapa segmen, sementara fokus diferensiasi mengeploitasi kebutuhan khusus pada segmen tertentu.

## 2.3.2. Daya Saing

Pengertian daya saing yang digunakan dalam hal ini adalah daya saing dalam cakupan perdagangan internasional. IGI Global mengartikan daya saing adalah kompetensi organisasi atau negara untuk memproduksi dan menjual produk/jasa yang memenuhi kualitas pasar pada harga yang sama atau lebih rendah dan memaksimalkan pengembalian sumber daya yang dikonsumsi dalam memproduksinya (www.igi-global.com/dictionary).

Menurut Wardani dan Mulatsih (2017), daya saing merupakan kemampuan suatu komoditi untuk memasuki pasar luar negeri dan kemampuan untuk dapat bertahan di dalam pasar tersebut. Produk yang memiliki daya saing akan diminati oleh konsumen.

International Trade Center (ITC) mendefinisikan daya saing (competitiveness) adalah kemampuan yang ditunjukkan untuk merancang, memproduksi, dan mengkomersialkan penawaran yang sepenuhnya, unik, dan terus-menerus memenuhi kebutuhan segmen pasar yang ditargetkan, sambil menghubungkan dan menarik sumber daya dari lingkungan bisnis, dan mencapai pengembalian berkelanjutan atas sumber daya yang digunakan (www.intracen.org).

ITC mengemukakan terdapat tiga pilar yang membentuk daya saing, yaitu:

- 1. Kemampuan untuk bersaing (*Compete*), yakni kemampuan statis untuk memenuhi ekspektasi pasar.
- 2. Kemampuan untuk terhubung (*Connect*), yakni komunikasi dengan pelaku lain di pasar, mendapatkan info tentang apa yang terjadi di pasar dan apa yang dibutuhkan.

3. Kemampuan untuk berubah (*Change*), yakni menggunakan informasi untuk mengantisipasi kecenderungan pasar, dan beradaptasi dengannya, serta berubah secara dinamis dengan pasar.

## 2.4. Revealed Competitive Advantage (RCA)

RCA adalah indeks yang digunakan untuk menghitung keuntungan (advantage) atau kerugian (disadvantage) suatu negara terhadap barang atau jasa yang diperdagangkannya di pasar internasional yang dibuktikan dengan arus perdagangan negara tersebut. Indeks ini disebut indeks Balassa. Diperkenalkan oleh Bela Balassa (1965). Menurut Teguh (2015), RCA merupakan ukuran daya saing produk suatu negara di pasar internasional dari faktor selain harga produk tersebut.

Formula RCA adalah

$$RCA_{ii} = \frac{\sum X_j}{\sum X_i} \div \frac{\sum X_{ai}}{\sum X_{ci}}$$

dimana:

 $RCA_{ij} \ = \ indeks \ yang \ menggambarkan \ spesialisasi \ ekspor \ komoditi \ j \ dari$ 

negara i

 $X_i$  = ekspor komoditi j dari negara i

 $X_i$  = total ekspor negara i

 $X_{ai}$  = total ekspor komoditi j dunia

 $X_a$  = total ekspor dunia

Negara dikatakan memiliki keunggulan komparatif atas suatu produk bila nilai indeks RCA lebih dari satu, RCA > 1.

#### **BAB III**

#### METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif melalui penggunaan analisa deskriptif terhadap data-data dan informasi yang diperoleh dan memaparkan temuan yang ada kemudian menyusunnya secara sistematis guna memperoleh hasil akhir penelitian. Tujuan utamanya adalah untuk membuat gambaran tentang suatu keadaan secara obyektif.

## 3.1. Data yang Dibutuhkan

Data-data dan informasi yang dibutuhkan dalam penelitian ini diantaranya: potensi produksi kopi Indonesia, volume ekspor kopi Indonesia, permintaan pasar ekspor kopi dunia, jumlah produksi negara-negara penghasil kopi, dan data-data dan informasi lainnya yang mendukung dan berguna bagi penelitian ini. Data yang digunakan adalah data-data dalam kurun waktu lima tahun terkahir (2016 – 2020).

Data-data tersebut akan dikumpulkan untuk diolah dan dianalisis menjadi hasil penelitian.

### 3.2. Sumber Data

Data-data yang digunakan dalam penelitian adalah data sekunder yang bersumber dari buku, jurnal ilmiah, media massa, dokumen resmi, situs internet resmi, dan sumber data lain yang mendukung dan penting bagi penelitian ini. Data-data tersebut terutama diperoleh dari Badan Pusat Statistik, Kementerian Perdagangan, Kementerian Pertanian, organisasi dan lembaga penelitian, dan dari kementerian/lembaga lainnya.

## 3.3. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian adalah kajian pustaka dengan cara menghimpun, menelaah, memilah dan mengolah data dan informasi yang relevan yang diperoleh dari sumber data.

## 3.4. Teknik Analisis Data

Data-data yang telah dikumpulkan akan direduksi dengan cara dianalisis secara seksama, ditipoligikan ke dalam kelompok-kelompok dan disaring guna mendapatkan pola umum atau fenomena dari data tersebut. Data-data ini kemudian disajikan, baik dalam bentuk grafik, tabel, diagram, dan bentuk-bentuk lainnya agar mudah dipahami dan selanjutnya dibuat kesimpulan akhir.

#### **BAB IV**

#### **PEMBAHASAN**

## 4. 1. Profil Kopi Indonesia

## 4.1.1. Jenis Kopi Indonesia

Terdapat 4 (empat) jenis kopi yang dibudidayakan di Indonesia yaitu: arabika, robusta, liberika, dan excelsa. Bebeapa daerah di Indonesia terkenal sebagai penghasil kopi berdasarkan jenis kopi yang dihasilkannya adalah sebagai berikut (kompas.com):

- Kopi Arabika. Daerah yang terkenal sebagai penghasil kopi jeni ini di Indonesia, antara lain: Kintamani Bali, Gayo Aceh, Ciwidey, Sipirok Tapanuli, Wamena Papua, dan Toraja.
- **Kopi Robusta**. Daerah yang terkenal penghasil kopi robusta di Indonesia adalah Lampung dan Temanggung.
- **Kopi Liberika**. Daerah penghasil jenis kopi liberika di Indonesia adalah Jember, Kepulauan Riau dan Kuala Tungkal.
- **Kopi Excelsa**. Jenis kopi ekselsa agak sulit ditemui di Indonesia, jenis kopi ini dapat ditemui di Temanggung, Jawa Tengah.

Jenis kopi arabika dan robusta merupakan jenis kopi yang paling banyak dibudidayakan di Indonesia dan mendominasi hasil produksi perkebunan rakyat.

#### 4.1.2. Potensi Produksi

Indonesia memiliki potensi lahan yang luas yang dapat digunakan untuk budidaya tanaman kopi. Pada tahun 2018, Indonesia memiliki areal perkebunan kopi seluas 1.22.825 hektar (Statistik Perkebunan Indonesia 2018 – 2020). Peta berikut memperlihatkan peta luas areal kopi di Indonesia pada tahun 2018.



Peta 4.1. Peta Luas Areal Perkebunan Kopi Indonesia (ha) Tahun 2018

Sumber: Statistik Perkebunan Indonesia 2018 – 2020

Kopi di Indonesia diusahakan oleh perkebunan rakyat (PR), perkebunan besar negara (PBN), dan perkebunan besar swasta (PBS). Perkebunan rakyat mendominasi usaha perkebunan kopi di Indonesia dengan presentase sebesar 96,63% dari total luas perkebunan kopi. Sedangkan perkebunan besar negara menguasai sebesar 1,59% dan perkebunan besar swasta sebesar 1,78%. Tabel di bawah ini memperlihatkan luas areal perkebunan, produktivitas, dan potensi produksi kopi Indonesia pada tahun 2018.

Tabel 4.1. Potensi Produksi Kopi Indonesia (kg)

No	Perkebunan	Luas Areal (ha)	Produktivitas (kg/ha/tahun)	Potensi Produksi (kg)
1	PR	1,210,656	798	966,103,488
2	PBN	19,923	849	16,914,627
3	PBS	22,247	810	18,020,070
	Jumlah	1,252,826		1,001,038,185

Sumber: Statistik Perkebunan Indonesia 2018 – 2020, diolah.

Berdasarkan data tersebut dapat diketahui potensi produksi kopi di Indonesia pada tahun 2018 sebesar 1.001.038 ton biji kopi kering, sebagin besar diproduksi dari perkebunan rakyat. Wujud produksi tersebut berupa kopi berasan (coffee beans). Kopi berasan adalah biji kopi (green bean) yang merupakan biji kering hasil akhir pengolahan pascapanen dengan kisaran kadar air antara 12-13% (cctcid.com/terminologi). Peta berikut memperlihatkan peta produksi perkebunan kopi di Indonesia pada tahun 2018.



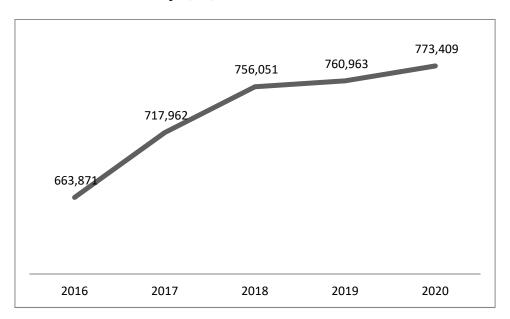
Peta 4.2. Peta Produksi Perkebunan Kopi Indonesia (ton), Tahun 2018

Sumber: Statistik Perkebunan Indonesia 2018 – 2020

## 4.1.3. Produksi Kopi Indonesia

Selama lima tahun terkakhir (2016 – 2020), produksi kopi Indonesia mengalami peningkatan. Pada tahun 2016, Indonesia memproduksi kopi sebanyak 663.871 ton kemudian meningkat sebesar 16% pada tahun 2020 menjadi 774.409 ton. Grafik berikut

memperlihatkan produksi kopi Indonesia selama tahun 2016 – 2020. Tahun 2019 adalah jumlah sementara dan tahun 2020 merupakan jumlah perkiraan produksi.



Grafik 4.1. Produksi Kopi (ton) Tahun 2016 – 2020.

Sumber: Statistik Perkebunan Indonesia 2018 – 2020.

Grafik tersebut memperlihatkan bahwa terjadi peningkatan produksi yang signifikan sebesar 8% dari tahun 2016 ke 2017 dan sebesar 5% dari tahun 2017 ke tahun 2018. Selama periode ini, peningkatan produksi rata-rata sebesar 3% per tahun dan sebagian besar diproduksi (96%) berasal dari perkebunan rakyat.

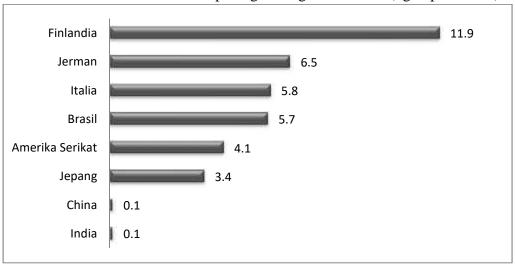
Melihat data potensi produksi yang dimiliki dan kopi yang dihasilkan, maka dapat dilihat bahwa potensi produksi yang dimiliki belum dimanfaatkan secara maksimal. Misalkan, pada tahun 2018, dengan potensi produksi sebesar 1.001.038 ton biji kopi kering, Indonesia hanya mampu memproduksi 756.051 ton biji kopi kering. Dengan demikian, pada tahun tersebut, Indonesia hanya memanfaatkan sekitar 76% dari

kemampuan produksinya. Sementara pada tahun yang sama, konsumsi kopi dunia mencapai 10.150.000 ton.

## 4. 2. Konsumsi Kopi Dunia

Konsumsi kopi di dunia dikelompokkan ke dalam dua kelompok, yaitu: konsumsi di negara pengimpor dan konsumsi di negara-negara pengekspor (dikonsumsi sendiri). Dalam lima tahun terakhir terjadi kenaikan sekitar 10 juta karung (0,6 juta ton), dari 127 juta karung (7,6 juta ton) menjadi 137 karung (8,7 juta ton). Kenaikan konsumsi di negara-negara pengimpor dan pengekspor masing 5 juta karung. Kenaikan ini diduga akibat peningkatan *trend* minum kopi sebagai pengganti minuman beralkohol atau bersoda (Abdoellah dan Hartatri: 2021). Kopi diperdagangkan di pasar internasional dalam satuan karung. Satu karung kopi memiliki berat 60 kg.

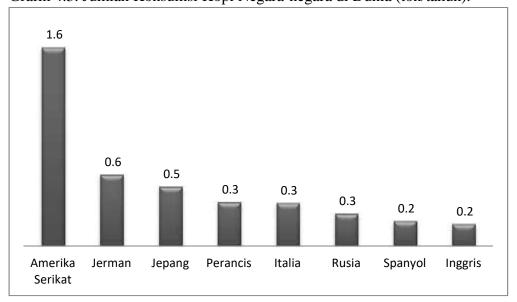
Pada tahun 2020/2021, konsumsi kopi dunia diperkirakan 167,58 juta karung atau 10,05 juta ton, meningkat sebesar 1,9% dibanding tahun 2019/2020 dengan jumlah konsumsi sebesar 164,43 juta karung atau 9,87 juta ton (ico.org: May 21). Negara-negara di Eropa, Amerika dan Asia merupakan negara dengan konsumsi kopi per kapita yang tertinggi di dunia. Grafik berikut memperlihatkan urutan negara yang memiliki tingkat konsumsi kopi per kapita tertinggi di dunia.



Grafik 4.2. Jumlah Konsumsi Kopi Negara-negara di Dunia (kg/kapita/tahun).

Sumber: Abdoellah dan Hartatri (RADAR dePlantation, Maret 2021)

Namun jika didasarkan pada jumlah penduduk, maka Amerika Serikat merupakan negara dengan jumlah konsumsi kopi terbesar di dunia disusul oleh Jerman. Tabel berikut memperlihatkan uratan negara dengan jumlah konsumsi per tahun terbesar di dunia.



Grafik 4.3. Jumlah Konsumsi Kopi Negara-negara di Dunia (ton/tahun).

Sumber: Abdoellah dan Hartatri (RADAR dePlantation, Maret 2021), diolah

Data-data di atas menunjukkan bahwa Amerika Serikat dan negara-negara di Eropa merupakan konsumen terbesar produksi kopi di dunia. Hal ini dikarenakan oleh tingginya konsumsi per kapita yang disertai dengan jumlah populasi yang besar di negara-negara tersebut. Kedua faktor ini menyebabkan tingginya permintaan kopi di negara-negara tersebut.

## 4. 3. Ekspor Kopi Dunia

## 4.3.1. Kinerja Ekspor Kopi Dunia

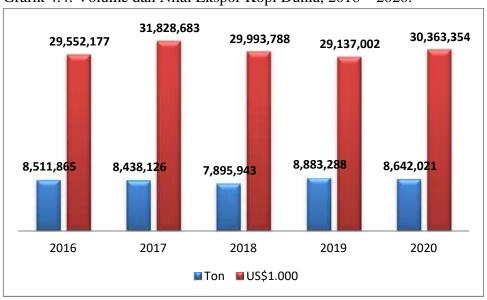
Sebagian besar jenis kopi yang diperdagangkan di pasar dunia adalah jenis kopi arabika dan robusta. Hanya sebagian kecil saja jenis kopi liberika dan excelsa yang diperdagangkan. Kopi yang diperdagangkan di pasar internasional dikelompokkan ke dalam empat jenis, yaitu: *Colombian Mild Arabicas, Other Mild Arabicas, Braszilian Natural Arabicas*, dan Robusta. *Colombian Milds, Other Milds* dan *Braszilian Naturals* merupakan kelompok yang terdiri dari beberapa negara pengekspor yang memproduksi kopi arabika. Sedangkan Robusta merupakan kelompok negara pengekspor yang memproduksi robusta. Negara-negara yang termasuk dalam masing-masing kelompok tersebut dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.2. Pengelompokkan Negara Produsen & Eskportir Kopi

Colombian Milds	Colombia, Kenya, dan Tanzania					
Other Milds	Bolivia, Burundi, Costa Rica, Cuba, Dominican Republic,					
	Ecuador, El Salvador, Guatemala, Haiti, Honduras, India,					
	Jamaica, Malawi, Mexico, Nicaragua, Panama, Papua New					
	Guinea, Peru, Rwanda, Venezuela, Zambia, dan Zimbabwe					
Braszilian Naturals	Brazil, Ethiopia, dan Paraguay					
Robusta	Angola, D.R. of Congo, Ghana, Guinea, Indonesia,					
	Liberia, Nigeria, OAMCAF (Benin, Cameroon, Central					
	African Rep., Congo, Cote d'Ivoire, Equatorial Guinea,					
	Gabon, Madagascar, Togo), Philippines, Sierra Leone, Sri					
	Lanka, Thailand, Trinidad and Tobago, Uganda, dan					
	Vietnam					

Sumber: ico.org

Sepanjang tahun 2016 – 2020, volume ekspor kopi dunia tidak memperlihatkan perubahan yang cukup berarti. Selama lima tahun tersebut volume ekspor kopi dunia rata-rata 8.474.249 ton per tahun dengan nilai US\$30,18 milyar per tahun. Grafik berikut memperlihatkan volume dan nilai ekspor kopi dunia tahun 2016 – 2020.



Grafik 4.4. Volume dan Nilai Ekspor Kopi Dunia, 2016 – 2020.

Sumber: trademap.org, 2021

Di tahun 2016 ekspor dunia berjumlah 8.511.8654 ton dengan nilai US\$29,55 milyar, kemudian meningkat menjadi 8.642.021 ton dengan nilai US30,36 milyar pada tahun 2020. Selama lima tahun tersebut terjadi penurunan volume ekspor, kecuali pada tahun 2019 dimana tejadi peningkatan volume ekspor yang cukup signifikan sebesar 12,5%.

#### 4.3.2. Negara Eksportir Kopi Dunia

Ada sepuluh negara yang menjadi pengekspor kopi terbesar di dunia. Kesepuluh negara ini mendominasi ekspor kopi dunia berdasarkan volume ekspor. Pada tahun 2020, kesepuluh negara ini menyumbang sebesar 77% dari total volume ekspor kopi

dunia. Tabel berikut memperlihatkan urutan negara-negara pengekspor kopi dunia berdasarkan volume ekspor.

Tabel 4.3. Negara Eksportir dan Volume Ekspor Kopi (ton), 2016 – 2020

No	Negara	2016	2017	2018	2019	2020
1	Brazil	1,826,054	1,649,593	1,828,867	2,216,537	2,379,069
2	Viet Nam	1,705,152	1,466,205	874,114	1,421,866	1,241,229
3	Colombia	739,530	720,911	722,541	769,050	706,242
4	Germany	551,587	569,639	588,651	592,290	585,334
5	Indonesia	414,651	467,799	280,157	359,053	379,354
6	Honduras	310,059	436,088	430,168	412,245	354,903
7	Uganda	210,741	287,113	252,239	277,529	330,313
8	Italy	210,336	219,486	232,578	272,825	253,960
9	Ethiopia	195,431	247,264	235,488	260,038	231,725
10	Peru	239,631	246,019	256,361	226,922	213,385

Sumber: trademap.org, 2021

Selama lima tahun terakhir, Brasil masih menjadi negara pengekspor terbesar, kemudian disusul oleh Vietnam. Selama periode tersebut, Indonesia tetap masuk dalam sepuluh negara pengekspor kopi terebesar dunia.

Dari aspek nilai ekspor, sepuluh negara yang memiliki nilai ekspor terbesar di dunia dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.4. Negara Eksportir dan Nilai Ekspor Kopi (US\$1.000), 2016 – 2020

No	Negara	2016	2017	2018	2019	2020
1	Brazil	4,855,884	4,613,488	4,371,253	4,553,569	4,996,305
2	Switzerland	2,045,677	2,250,221	2,350,718	2,508,925	2,856,689
3	Germany	2,276,562	2,604,030	2,541,006	2,377,576	2,582,480
4	Colombia	2,462,526	2,582,565	2,335,423	2,363,170	2,522,878
5	Viet Nam	3,040,195	3,101,427	2,891,547	2,218,821	1,976,606
6	Italy	1,536,396	1,630,713	1,709,327	1,743,901	1,699,088
7	France	743,890	1,064,261	1,167,977	1,235,600	1,513,104
8	Honduras	859,082	1,292,024	1,112,180	955,561	1,066,282
9	Indonesia	1,008,549	1,187,157	817,789	883,123	821,937
10	Netherlands	577,716	732,777	828,492	779,999	810,650

Sumber: trademap.org, 2021

Selama tahun 2016 – 2020, terdapat lima negara yang tetap berposisi sebagai eksportir kopi terbesar dunia, yakini: Brasil, Swiss, Jerman, Kolombia, dan Vietnam. Brasil menjadi negara yang selalu berada di urutan pertama sebagai negara dengan nilai ekspor terbesar dalam periode tersebut. Sedangkan, Indonesia masih termasuk sebagai sepuluh negara dengan nilai ekspor terbesar. Pada tahun 2020, kesepuluha negara berkontribusi 69% terhadap total nilai ekspor kopi dunia

#### 4. 4. Kinerja Ekspor Kopi Indonesia

Berdasarkan Tabel 4.3 di atas, Indonesia menempati urutan ke-lima sebagai ekportir terbesar dunia dari sisi volume ekspor di tahun 2020. Posisi ini meningkat dibanding tahun sebelumnya dimana Indonesia berada pada urutan ke-enam. Namun demikian pada tahun yang sama, posisi Indonesia turun ke urutan ke-sembilan dari sisi nilai ekspor. Grafik berikut memperlihatkan volume dan nilai ekspor kopi Indonesia selama tahun 2016 – 2020.



Grafik 4.5. Volume dan Nilai Ekspor Kopi Indonesia 2016 – 2020.

Sumber: trademap.org, 2021

Grafik tersebut memperlihatkan bahwa volume dan nilai ekspor kopi Indonesia mengalami fluktuasi selama lima tahun terakhir dan mengalami trend penurunan pada tahun 2020 jika dibandingkan tahun 2016. Volume ekspor kopi selama periode tersebut rata-rata 360.184 ton per tahun dengan nilai ekspor rata-rata US\$943.711.000,- per tahun.

Dari sisi volume ekspor, terjadi penurunan dari dari 414.651 ton pada tahun 2016, turun sebesar 8,5% menjadi 379.354 ton pada tahun 2020. Sementara itu, dari sisi nilai ekspor terjadi penurunan yang signifikan. Pada tahun 2016, nilai ekspor kopi Indonesia sebesar US\$1,01 milyar menurun sebesar 18,5% pada tahun 2020 menjadi US\$821,94 juta.

## 4. 5. Daya Saing Kopi Indonesia di Pasar Ekspor

## 4.5.1. Kualitas Kopi yang Rendah

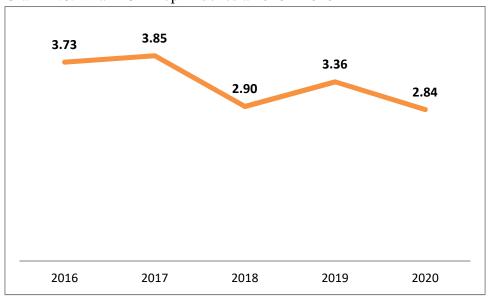
Kopi diekspor dalam bentuk green, roasted, dan soluble coffee (www.ico.org). Green Coffee adalah biji kopi hijau kering yang belum disangrai. Roasted coffee adalah biji kopi yang telah disangrai pada tingkat apapun (termasuk kopi bubuk). Sedangkan, soluble coffee adalah kopi kering padat yang larut air yang diiperoleh kopi yang disangrai.

Sebagian besar kopi yang diekspor Indonesia adalah *green coffee* dari kopi jenis robusta yang memiliki kualitas yang rendah. Hanya sebagian kecil kopi yang sudah diproses atau kopi olahan seperti *roasted* coffee atau *soluble coffee* yang diekspor. Data menunjukkan bahwa sekitar 80% ekspor kopi Indonesia dari kopi robusta (indonesia-investment.com: 2021). Menurut Asosiasi Eksportir dan Industri Kopi Indonesia, Indonesia mengekspor kopi sebanyak 97% masih dalam bentuk kopi hijau yang mentah dan hanya 3% dalam bentuk olahan (suara.com: 2021).

Dengan demikian, meskipun dari sisi volume, ekspor kopi Indonesia berjumlah besar, namun dari sisi nilai, komoditas ekspor kopi Indonesia memberikan nilai jual yang rendah. Hal lain yang menjadi salah satu faktor penyebab dipilihnya ekspor dalam bentuk biji kering mentah karena adanya permintaan beberapa negara pengimpor kopi. Negara-negara tersebut memiliki peruntukkan yang berbeda dalam penggunaan kopi, sehingga sebagian memilih untuk mengimpor kopi dalam bentuk biji kopi kering yang masih mentah, yang nantinya akan digunakan sebagai bahan baku bagi industri pengolahan kopi di negara-negara tersebut.

## 4.5.2. Nilai RCA

RCA (*Revealed Comparative Advantage*) merupakan indikator yang menunjukkan daya saing produk di pasar dunia. Produk dikatakan memiliki keunggulan komparatif bila nilai RCA lebih besar dari 1. Nilai RCA kopi Indonesia yang diperdagangkan di pasar dunia dalam kurun waktu 2016 - 2020 disajikan pada grafik berikut.



Grafik 4.6. Nilai RCA Kopi Indonesia 2016 – 2020

Sumber: trademap.org, 2021, diolah.

Dalam kurun waktu tahun 2016 hingga 2020, nilai RCA kopi Indonesia menghasilkan nilai yang selalu lebih besar dari 1, meskipun nilai RCA tersebut berfluktuatif dan memiliki *trend* menurun. Hal ini menunjukkan bahwa kopi Indonesia tetap memiliki keunggulan komparatif dan mampu bersaing dengan baik di pasar internasional. Namun demikian, pada tahun 2020, kemampuan daya saing ini mengalami penurunan dibanding tahun-tahun sebelumnya. Pada tahun 2020, nilai RCA kopi Indonesia adalah 2,84, nilai ini turun cukup signifikan dibanding tahun 2016 yang memiliki nilai RCA 3,73.

Kopi merupakan salah satu komoditas ekspor unggulan Indonesia dan menjadi komoditas penting bagi Indonesia karena berkaitan dengan kehidupan sebagain besar petani kopi yang sebagian besar berasal dari perkebunan rakyat. Indonesia mesti mengambil langkah strategis, komprehensif dan terpadu guna mempertahankan dan meningkatkan daya saing komoditas kopinya di pasar internasional.

Dengan potensi lahan produksi yang dimiliki dan peluang pasar yang ada, Indonesia memiliki peluang yang besar untuk memperbesar dan meningkatkan penguasaan pasar ekspor kopi dunia. Potensi produksi kopi perlu dioptimalkan. Kuantitas dan kualitas ekspor kopi mesti ditingkatkan melalui peningkatan kualitas biji kopi dan meningkatkan produksi kopi olahan. Industri pengolahan kopi mestinya mesti dikembangkan, sehingga bisa meningkatkan nilai ekpor kopi Indonesia. Disamping itu, penetrasi pasar mesti terus dilakukan guna memperluas pasar dan juga mengikuti *trend* permintaan pasar internasional terhadap komoditas dan industri kopi.

#### **BAB V**

#### KESIMPULAN DAN SARAN

## 5.1. Kesimpulan

- Volume dan nilai ekspor kopi Indonesia mengalami fluktuasi selama lima tahun terakhir dan mengalami kecenderungan penurunan. Penurunan yang signifikan terjadi pada nilai ekspor kopi.
- Pada tahun 2020, Indonesia menempati urutan ke-lima sebagai ekportir kopi terbesar dunia berdasarkan volume ekspor. Namun berdasarkan nilai ekspor, Indonesia berada pada urutan ke-sembilan.
- Kopi Indonesia tetap memiliki keunggulan komparatif dan mampu bersaing dengan baik di pasar internasional, meskipun mengalami kecenderungan penurunan selama lima tahun terakhir. Hal ini ditengarai karena selama ini sebagian besar ekspor kopi Indonesia masih dalam bentuk *green coffee* dan dari jenis robusta yang memiliki kualitas yang rendah. Hanya sebagian kecil mengekspor kopi yang sudah diproses atau kopi olahan.

#### 5.2. Saran

Jindonesia mesti mengambil langkah strategis, komprehensif dan terpadu guna mempertahankan dan meningkatkan daya saing komoditas kopinya di pasar internasional. Indonesia mesti mengoptimalkan potensi sumberdaya kopi yang dimilikinya, meningkatkan kualitas biji kopi yang diekspor, mengembangkan industri pengolahan kopi, dan aktif mengikuti serta memanfaatkan perkembangan pasar dan industri kopi internasional.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Abdoellah, Soetanto dan Diany Faila Sophia Hartatri. 2021. Analisis Kinerja dan Prospek Komoditas Kopi. Radar dePlantation Vol. 2 No. 2, Maret 2021.
- International Coffee Organization. 2021. Coffee Market Report. May 2021.
- Kementerian Pertanian. 2019. Statistik Perkebunan Indonesia 2018 2020, Kopi. Dirjen Perkebunan, Desember 2019.
- Kuncoro, Mudrajad. 2005. Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif, Jakarta: Erlangga.
- Marbun, B.N. 2003. Kamus Manajemen. Jakarta: Pustaka Sinar Harapan.
- Mujahidin, Akhmad. 2007. Ekonomi Islam, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Porter, Michael E. 1985. Competitive Advantage: Creating and Custaining Superior Performance. USA: Free Press.
- Teguh, Muhammad. 2015. Mengukur Daya Saing Output di Pasaran Internasional: Komoditi Tunggal atau Output Industri Sejenis, Jurnal Manajemen & Bisnis Sriwijaya, Volume 13 No. 4, Desember 2015.
- Wardani, Mia Ayu, dan Sri Mulatsih. 2017. Analisis Daya Saing dan Faktor-faktor yang Mempengaruhi Ekspor Ban Indonesia ke Kawasan Amerika Latin. Jurnal Ekonomi dan Kebijakan Pembangunan Vol 6 No. 1 hal. 81–100, Edisi Juli 2017.
- United Stated Department of Agriculture. 2020. *Coffee: World Market and Trade*. Foreign Agricultural Service USDA, Desember 2020.

www.bps.go.id

www.cctcid.com

www.ico.org

www.id.wikipedia.org

www.intracen.org

www.jurnalbumi.com

www.kompas.com

www.liputan6.com

www.trademap.org