

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Menurut Mudrajad Kuncoro (2010) Indonesia dikenal dengan sebutan negara agraris yang kaya akan kekayaan alamnya. Indonesia memiliki potensi yang besar dalam produksi komoditi yang juga bersumber dari kekayaan alamnya khususnya pada sektor pertanian yang berperan sebagai penyangga pembangunan perekonomian Indonesia. Sektor pertanian Indonesia termasuk dalam sektor non-migas yang berkontribusi memberikan devisa negara melalui ekspor produk-produk pertaniannya dan menjadi pilar didalam perdagangan internasional (Permatasari & Rustariyuni, 2015). Salah satu subsektor pertanian yang berperan penting bagi perekonomian nasional adalah subsektor perkebunan dimana didalamnya terdapat salah satu komoditi unggulan eskpor Indonesia yakni kopi. Kopi menjadi salah satu produk eskpor yang penting karena merupakan komoditi yang berperan penting dalam perekonomian Indonesia (Haryanto Budiman, 2012)

Sebagai negara yang menganut sistem perekonomian terbuka kecil maka tidak heran jika Indonesia melakukan kegiatan perdagangan internasional berupa ekspor. Perdagangan internasional merupakan penggerak dalam sebuah pertumbuhan ekonomi suatu Negara (Wellyanti, 2015). Keadaan ekspor Indonesia tidak jauh dari keadaan perekonomian internasional. Dengan meningkatkan hasil sumber daya alam yang ada di Indonesia maka secara tidak langsung juga akan

meningkatkan daya saing global. Hal tersebut mengakibatkan pemerintah menjadi berambisi dalam memacu pertumbuhan ekonomi dengan mempertahankannya secara kompetitif untuk menguatkan daya saing dengan negara-negara lain. Oleh karenanya, dengan perubahan strategi industrialisasi maka dilakukan penekanan terhadap industri promosi ekspor (Suliswanto, 2016).

Menurut Sukadana (2015) perdagangan internasional merupakan salah satu unsur penting didalam perekonomian suatu Negara yang bertujuan untuk menaikkan tingkat kesejahteraan rakyatnya melalui ekspor. Semakin tinggi nilai ekspor dalam suatu Negara maka pertumbuhan perekonomiannya juga semakin meningkat. Indonesia merupakan Negara pengekspor hampir seluruh sector pertanian (Ayu, dkk, 2015). Ekspor merupakan kegiatan ekonomi yang dilakukan untuk menjual produk berupa barang dan jasa di dalam negeri ke pasar di luar negeri (Farina & Husaini, 2017). Salah satu kebutuhan manusia yang paling diminati pada era saat ini yakni adalah kopi. Bukan hanya kenikmatan konsumen kopi namun juga menjadi nilai perekonomian bagi negara yang berpotensi memproduksi lebih banyak dari negara lain dan mengekspornya seperti Indonesia. Karena Indonesia menjadi salah satu negara penghasil kopi terbesar dunia maka yang terjadi adalah jumlah ekspor kopi Indonesia juga semakin meningkat setiap tahunnya. Seiring berjalannya waktu peminat kopi semakin bertambah dan mengakibatkan permintaan dan jumlah ekspor komoditi kopi semakin meningkat di setiap tahunnya dimana hal tersebut tentu menguntungkan bagi negara seperti yang sudah dijelaskan diatas adalah mampu meningkatkan devisa negara, memperluas pasar serta memperluas lapangan kerja (Farina & Husaini, 2017). Selain itu juga dengan meningkatnya permintaan serta jumlah ekspor

meningkat hal tersebut juga menjadi keuntungan bagi petani kopi Indonesia (Kementerian Perdagangan, 2018).

Negara-negara yang berasal dari wilayah Asia, Amerika, dan Eropa merupakan negara yang memiliki potensi untuk ekspor komoditi kopi Indonesia. Hal tersebut menjadikan peluang yang cerah bagi Indonesia untuk menaikkan devisa negara yang bersumber dari ekspor komoditi kopi pada tiga wilayah tersebut. USA merupakan negara pengimpor komoditi kopi terbesar yang menempati urutan nomor satu lalu disusul oleh urutan nomor dua, tiga, empat, lima, dan enam oleh negara Jepang Italia, Egypt, Malaysia, dan Germany sebagai negara pengimpor komoditi kopi Indonesia (Badan Pusat Statistik, 2020). Dapat dilihat bahwasanya disetiap negara pengimpor kopi terbesar Indonesia nilai ekspor Indonesia tidak selalu mengalami kenaikan ada kalanya nilai ekspor kopi Indonesia ke negara importir mengalami fluktuasi dari tahun-ke tahunnya. Fluktuasi nilai ekspor kopi Indonesia ke negara importir yang berubah-ubah naik turun terjadi karena permintaan dari komoditas kopi Indonesia itu sendiri.

Menurut data yang bersumber dari Badan Pusat Statistik(2020) selama enam tahun terakhir yakni tahun 2014-2019 ekspor kopi Indonesia ke Amerika Serikat berfluktuasi naik turun disetiap tahunnya. Dimulai pada tahun 2015 volume ekspor kopi Indonesia ke Amerika Serikat mengalami kenaikan dibandingkan pada tahun 2014, yaitu sebesar 65.481,3 ton dari 58.308,5 ton. Selanjutnya pada tahun 2016 volume ekspor kopi Indonesia ke Amerika Serikat mengalami kenaikan kembali dari 65.481,3 ton menjadi 67.309,2 ton. Namun pada tahun 2017 volume ekspor kopi Indonesia ke Amerika Serikat mengalami penurunan yakni 63.237,6 ton dari 67.309,2 ton. Lalu pada tahun 2018 volume ekspor kopi

Indonesia ke Amerika Serikat kembali mengalami penurunan yakni dari 63.237,6 ton menjadi 52.083,5 ton. Yang terakhir yakni tahun 2019 volume ekspor kopi mengalami kenaikan sebesar 58.666,2 ton dari tahun sebelumnya yang hanya sebesar 52.083,5 ton.

Volume ekspor yang terus berfluktuasi serta posisi Indonesia sebagai eksportir kopi di pasar Amerika Serikat yang selalu bergeser disebabkan karena kondisi pasar yang juga tidak menentu. Padahal menurut Tjahjo Soemirat selaku Penasehat Kelompok Penikmat Kopi (KPK) telah memberikan pernyataan bahwa cita rasa dan aroma kopi Indonesia yang dihasilkan oleh setiap daerah yang berbeda-beda yang menjadi ciri khas kelezatan dari kopi Indonesia sendiri yang menjadikan kopi Indonesia termasuk dalam klasifikasi kopi terbaik di dunia dan telah diperdagangkan di hampir seluruh Negara di dunia (Rahmah, 2015). Hal tersebut sama dengan pernyataan yang di keluarkan oleh Kementrian Perdagangan (Kemendag) yang memberikan pernyataan jika dibandingkan dengan Negara-negara lain kopi Indonesia memiliki cita rasa khusus dan berbeda. Namun seperti yang telah dijelaskan oleh pernyataan-pernyataan diatas lainnya, dibalik keunggulan yang terdapat pada kopi Indonesia, komoditi kopi Indonesia juga memiliki berbagai masalah dan tantangan dimana mutu kopi Indonesia dinilai berubah-ubah karena petani kopi Indonesia yang belum memiliki cukup keterampilan dan pengetahuan untuk mengolah kopi dengan kualitas serta mutu yang sama disetiap kali panen.

Saat ini diketahui Indonesia masih belum mampu menembus Colombia dan Brazil sebagai negara eksportir kopi terbesar di pasar Amerika Serikat yang menempati peringkat satu dan dua, Indonesia hanya mampu bertahan pada posisi

peringkat empat atau.Sementara itu posisi peringkat lima masih dipegang oleh Vietnam, dengan posisi peringkat yang mungkin juga bisa berubah sesuai dengan kondisi pasar(International Trade Center, 2020). Hal tersebut dinilai masih belum terdapat kestabilan peran ekspor kopi Indonesia di pasar Amerika Serikat yang mana menjadikan pemerintah ikut turun tangan dalam usaha untuk meningkatkan kinerja ekspor kopi Indonesia. Pada Mei 2011 pemerintah mengeluarkan kebijakan berupa kelonggaran persyaratan ekspor yang dituangkan didalam peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor: 10/M-DAG/PER/5/2011 yang berisi mengatur tentang ketentuan ekspor kopi Indonesia. Tujuan utama dari di berlakukannya peraturan kebijakan ini adalah diharapkan pemerintah peraturan ini mampu memberikan sedikit kebeban atau kelonggaran mengenai persyaratan ekspor yang ditujukan untuk petani kopi agar dapat mengekspor kopi secara langsung tanpa melalui perantara sehingga pemerintah berharap di waktu yang akan datang kebijakan peraturan ini akan melahirkan eksportir-eksportir kecil dari kalangan petani agar mampu membantu meningkatkan nilai ekspor kopi Indonesia di pasar Amerika Serikat.

Namun hal tersebut belum sesuai tujuan rencana yang dipikirkan oleh pemerintah, yang terjadi adalah ternyata petani kopi Indonesia kurang memiliki keterampilan dan produktivitas yang cenderung rendah.Hal tersebutlah yang menjadikan kualitas mutu kopi Indonesia menjadi kurangdimana terjadi kondisi petani kopi Indonesia menjadi belum mampu dan kesulitan dalam memasarkan kopinya di pasar Amerika Serikat (Nalurita dkk., 2014). Berdasarkan hal tersebut petani kopi diharuskan menjadi lebih pintar dalam memproduksi kopi agar yang dihasilkan juga memiliki kualitas serta mutu yang baik sehingga untuk dapat

menghasilkan kopi yang bermutu baik juga dipengaruhi oleh perilaku petani kopi dalam pelaksanaan penanaman budidaya kopi (Zainura dkk., 2016). Hal itu sejalan dengan pernyataan Wahyuni (2015) di mana mutu kopi Indonesia dianggap kurang stabil dikarenakan petani kopi Indonesia belum memiliki kemampuan serta pengetahuan yang baik untuk dapat mengolah kopi dengan mutu yang sama (baik) di setiap masa panen sehingga diharuskan petani kopi masih perlu diberikan pelatihan dari pemerintah dan pengusaha yang bersangkutan. Selain itu terdapat kendala lain seperti adanya kebijakan mutu standar ekspor kopi yang diatur melalui Pasal 9 di mana peraturan dalam kebijakan ini terdapat formulir standar mutu kopi yang telah ditetapkan oleh Menteri Perdagangan serta diharuskan melampirkan Surat Keterangan Asal (SKA) dari International Coffee Organization (ICO) sebagaimana yang telah dimaksudkan di dalam Peraturan Menteri Perdagangan mengenai penerbitan Certificate of Origin (Surat Keterangan Asal) untuk klasifikasi barang ekspor Indonesia.

Daya saing merupakan salah satu kriteria yang digunakan dalam menentukan keberhasilan suatu negara di dalam perdagangan internasional. Peningkatan daya saing yang terjadi terhadap suatu produk ekspor akan dapat menimbulkan suatu keuntungan komparatif yang besar dalam memproduksi produk ekspor tersebut sehingga pendapatan akan meningkat seiring berjalannya waktu (Sabaruddin, 2014). Di era perdagangan bebas saat ini daya saing suatu produk ekspor merupakan syarat mutlak yang harus ada dan dipenuhi agar produk tersebut mampu bertahan di pasar internasional khususnya pasar Amerika Serikat. Daya saing komoditi kopi Indonesia (HS 090111) di pasar Amerika Serikat dapat dilihat melalui keunggulan komparatif Indonesia dengan Amerika Serikat dan

dibandingkan dengan keunggulan komparatif negara lain di dunia yang juga mengekspor komoditi kopinya ke pasar Amerika Serikat. Maka dengan begitu akan terlihat negara manakah yang memiliki keunggulan komparatif lebih tinggi dari negara lainnya yang artinya bahwa negara tersebut memiliki daya saing yang tinggi untuk komoditi kopi (HS 090111) di pasar Amerika Serikat. Keunggulan komparatif merupakan suatu dasar perekonomian yang dipergunakan melalui pembangunan ekonomi sehingga produk ekspor menjadi unggul dalam melakukan persaingan ekspor di pasar (Hagi & Tety, 2012). Daya saing juga berpedoman pada kemampuan suatu negara dalam memasarkan produk ekspornya yang dihasilkan lebih dari kemampuan negara pengeksport lainnya (Karlina, 2012).

Kinerja ekspor pada suatu negara juga tergantung pada daya saing produk ekspor di pasar dunia (Mega & Andriani, 2015). Suatu negara yang dapat meningkatkan daya saing produk ekspornya, maka peluang dalam memperluas pasar juga akan semakin besar, dan sebaliknya jika suatu negara belum dapat meningkatkan daya saing produk ekspornya maka negara tersebut akan semakin terdesak oleh keunggulan negara pesaingnya (Kiranta & Meydianawathi, 2014).

Menurut Nurul May Sinta, Zulkifli Alamsyah (2017) didalam suatu kondisi persaingan antar negara pengeksport kopi dunia ke pasar Amerika Serikat terdapat tiga factor yang harus diperhatikan untuk dapat dijadikan sebagai kekuatan kinerja ekspor pada suatu negara yakni pertama, efek komposisi komoditi dimana negara juga harus memperhatikan komposisi komoditi ekspor yang nantinya akan elastic terhadap pendapatan negara karena jika terjadi perubahan pada pendapatan suatu negara tujuan ekspor maka permintaan akan komoditi kopi juga ikut berkurang . Kedua, efek distribusi pasar dimana ekspor komoditi juga harus memperhatikan

daerah mana yang sedang dalam mengalami peningkatan atau penurunan permintaan yang secara teori ekspor diketahui komoditi akan bergerak kearah pasar yang sedang mengalami kenaikan permintan untuk suatu komoditi .Ketiga, efek daya saing dimana saya saing suatu komoditi akan ditunjukkan pada perubahan pangsa pasar komoditi tersebut yang disebabkan karena perubahan harga yang murah pada suatu komoditi, jika harga komoditi tersebut lebih murah dibandingkan dengan negara pengekspor komoditi dari negara competitor lainnya maka pangsa dari komoditi tersebut juga akan meningkat.

Melihat tantangan serta masalah yang dihadapi,pengetahuan mengenai daya saing komoditi kopi Indonesia tentu sangat diperlukan guna mempertahankan keunggulan komoditi kopi Indonesia sendiri. Terlebih lagi mengingat seberapa penting peranan yang di berikan komoditi kopi bagi pertumbuhan perekonomian Indonesia dimana kopi Indonesia merupakan salah satu komoditi yang berperan penting dalam perdagangan serta merupakan komoditi penting setelah minyak bumi (Sahat, Nuryartono, & Hutagaol, 2016). Daya saing dapat dianalisis dengan menggunakan dua pendekatan yakni *Revealed Comparative Advantage* (RCA) dan *Constant Markert Share* (CMS).Dengan demikian, yang diharapkan dari pemahaman tersebut adalah agar daya saing komoditi kopi mampu bersaing dengan negara competitor ekspor kopidi pasar Amerika Serikat.

Berdasarkan pada uraian-uraian diatas yang telah dikemukakan, maka peneliti tertatik untuk mengidentifikasi sebuah penelitian ilmiah yang dituangkan dalam bentuk skripsi dengan judul “Analisis Daya Saing Ekspor Komoditi Kopi Indonesia (HS 090111) Di Pasar Amerika SerikatTerhadap Brazil, Colombia,

Vietnam, Dan Guatemala : Pendekatan *Reavaled Comparative Advantage* (RCA) Dan *Constant Market Share* (CMS)”.
Dan *Constant Market Share* (CMS)”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka dapat ditarik rumusan masalah dalam penelitian ini, yaitu :

1. Bagaimana daya saing komoditi kopi Indonesia di pasar Amerika Serikat dibandingkan dengan negara-negara kompetitor pengeksport komoditi kopi di pasar Amerika Serikat lainnya?
2. Bagaimana kinerja ekspor komoditi kopi Indonesia di pasar Amerika Serikat berdasarkan efek komposisi komoditi, efek distribusi pasar, dan efek daya saing?

1.3 Tujuan Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah untuk mengetahui daya saing dan kinerja ekspor kopi di pasar Internasional. Adapun tujuan dari kegiatan ini adalah

1. Untuk mengetahui perkembangan daya saing ekspor komoditi kopi Indonesia di pasar Amerika Serikat dibandingkan dengan negara-negara kompetitor pengeksport komoditi kopi di pasar Amerika Serikat seperti Brazil, Colombia, Vietnam, dan Guatemala.
2. Untuk mengetahui kinerja ekspor komoditi kopi Indonesia di pasar Amerika Serikat berdasarkan efek komposisi komoditi, efek distribusi pasar, dan efek daya saing.

1.4 Ruang Lingkup Penelitian

Fokus utama pada penelitian ini adalah analisis daya saing ekspor komoditi kopi Indonesia pada HS 090111 di pasar Amerika Serikat dan Kinerja ekspor komoditi kopi Indonesia pada HS 090111 di pasar Amerika Serikat. Untuk dapat melihat daya saing digunakan metode yakni *Revealed Comparative Advantage* (RCA) yang disempurnakan dengan *Revealed Symmetric Comparative Advantage* (RSCA) sedangkan untuk melihat kinerja ekspor digunakan metode *Constant Market Share* (CMS). Komoditi kopi yang diteliti berdasarkan HS 6 digit untuk periode tahun 2010-2019 yang tercatat di *International Trade Center* (ITC).

1.5 Manfaat Penelitian

Berdasarkan penjelasan diatas, maka diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat, diantaranya :

1. Bagi peneliti, yaitu guna mengimplementasikan ilmu-ilmu yang diperoleh selama kuliah dengan meningkatkan kemampuan analisis suatu masalah serta mampu memberi pengalaman yang dapat dijadikan sebagai tolak ukur dalam melakukan penelitian-penelitian di masa yang akan datang.
2. Bagi pemerintah, yaitu agar dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan pemerintah dalam mengambil suatu keputusan dan perencanaan dalam hal yang berkaitan dengan ekspor komoditi kopi Indonesia di pasar internasional.
3. Bagi pembaca, yaitu sebagai sumber referensi dan informasi di dalam penelitian-penelitian selanjutnya.
4. Bagi eksportir komoditas kopi, yaitu sebagai sumber informasi dan

masuk yang bermanfaat serta pertimbangan bagi eksportir kopi agar mengetahui daya saing komoditi kopi Indonesia serta sebagai acuan untuk meningkatkan daya saing produk kopinya.