

Daya Saing Ekspor Kopi Indonesia di Pasar Global

✉ Ahmad Syariful Jamil

Balai Pelatihan Pertanian Jambi, Indonesia

Received: February 2019; Accepted: April 2019; Published: April 2019

DOI: <http://doi.org/10.21107/agriekonomika.v8i1.4924>

ABSTRAK

Kelebihan penawaran kopi dunia mengindikasikan adanya peningkatan persaingan dalam hal memperebutkan pasar kopi global. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan menganalisis posisi daya saing perdagangan kopi Indonesia di pasar global. Revealed Comparative Advantage (RCA) dan Constant Market Share (CMS) digunakan untuk menjawab tujuan penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Indonesia memiliki pangsa ekspor kopi terendah dibandingkan dengan negara eksportir utama lainnya. Indeks RCA dan CMS menunjukkan bahwa selama periode penelitian Indonesia relatif memiliki daya saing, meskipun masih relatif lebih rendah dibandingkan dengan negara lainnya. Upaya yang dapat ditempuh dalam rangka untuk meningkatkan daya saing kopi Indonesia adalah peningkatan produktivitas dan kualitas berbasis kekhasan kopi tertentu.

Kata kunci: Kopi, Daya Saing Ekspor, CMS, RCA

Export Competitiveness of Indonesian Coffee in Global Market

ABSTRACT

The excess supply of world coffee indicates an increase in competition among global main exporters in terms of contesting global coffee market. Therefore, this study aims to analyze position of Indonesia's coffee competitiveness in the global trade market. Revealed Comparative (RCA) and Constant Market Share were utilized to answer research objective. The result showed that Indonesia had the lowest share of coffee export compared to other major exporters. The RCA and CMS showed that during the research period, Indonesia was relatively competitive, although it was still relatively lower compared to other countries. The means that can be utilized in order to improve Indonesia's coffee competitiveness were productivity and quality increasing based on specialty.

Keywords: Coffee, export competitiveness, CMS, RCA

Cite this as:

Jamil, A. S. (2019). Daya Saing Ekspor Kopi Indonesia di Pasar Global. *Agriekonomika*, 8(1), 26-35. <http://doi.org/10.21107/agriekonomika.v8i1.4924>

✉ Corresponding author :

Address : Jl. Jambi-Palembang Km 16 Muara Jambi

Email : ahmadsyariful@pertanian.go.id

Phone : 087776312710

© 2019 Universitas Trunojoyo Madura
p-ISSN 2301-9948 | e-ISSN 2407-6260

PENDAHULUAN

Kopi memiliki peranan penting dalam struktur perekonomian Indonesia khususnya dalam hal ekspor. (Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian, 2017) menunjukkan bahwa pada tahun 2016 kopi merupakan komoditas dengan nilai ekspor terbesar kelima dengan nilai perdagangan mencapai 1.01 milyar US\$ atau berkontribusi 3.94% terhadap nilai perdagangan komoditas perkebunan yang mencapai 25.58 milyar US\$. Besarnya nilai ekspor tersebut menempatkan Indonesia sebagai negara eksportir kopi keempat terbesar dunia bersama Brazil, Vietnam dan Kolombia.

Sebagian besar kopi Indonesia merupakan jenis robusta dengan proporsi sebesar 81.96% dengan luasan lahan rata-rata sebesar 1.04 juta hektar pada tahun 2017. Sebagian besar kopi tersebut diekspor ke berbagai negara di dunia. Amerika dan Jepang merupakan pengimpor kopi Indonesia terbesar, dimana masing-masing memiliki pangsa impor sebesar 16.24% dan 8.64% (Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian, 2017).

Besarnya potensi perdagangan kopi Indonesia tersebut dihadapkan pada berbagai tantangan. Salah satunya adalah semakin tingginya tingkat persaingan antar negara produsen memperebutkan pangsa impor di pasar internasional. Hal ini diakibatkan adanya perubahan keseimbangan pasar kopi global, dimana terjadi kecenderungan kelebihan pasokan kopi dunia. Berdasarkan data (International Coffee Organization, 2019) menunjukkan bahwa pada tahun 2017/2018 produksi kopi dunia tumbuh sebesar 5.7% menjadi 10.13 juta ton, sementara konsumsi dunia hanya tumbuh sebesar 1.8% atau 9.74 juta ton. Dengan kata lain, terjadi kelebihan produksi kopi dunia sebanyak 390 ribu kilogram.

Ekses produksi yang terjadi disebabkan adanya peningkatan ekspor kopi dari wilayah Asia. Selama periode tahun 1992 hingga tahun 2016 volume ekspor kopi Asia telah meningkat tiga kali lipat, sementara wilayah Amerika selatan

hanya mencatatkan pertumbuhan sebesar 51%. Pertumbuhan yang tinggi tersebut pada kawasan Asia disebabkan adanya peningkatan ekspor kopi yang massif dari Vietnam, India dan Indonesia yang masing-masing memiliki pertumbuhan rata-rata sebesar 732%, 121% dan 69% (Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian, 2017). Nilai tersebut mengindikasikan bahwa pertumbuhan ekspor Vietnam menggeser posisi Kolombia sebagai negara eksportir kopi terbesar kedua di dunia.

Adanya ekses penawaran kopi global mendorong terjadinya penurunan harga kopi dunia. (Krishnan, 2017) menambahkan bahwa saat ini telah terjadi perubahan struktur produsen kopi global, dimana diikuti dengan penurunan harga kopi dan adanya peningkatan biaya usahatani kopi. Kondisi tersebut akan berdampak terhadap pendapatan usahatani dari para petani kopi pada negara produsen yang umumnya merupakan negara berkembang. Hal ini dikonfirmasi oleh (Krishnan, 2017) yang menyatakan bahwa terdapat sekitar 125 juta orang yang menggantungkan hidupnya terhadap komoditas kopi, dimana sebagian besar berasal dari sekitar 80 negara tropis yang masih berkembang,

Berbagai permasalahan tersebut mendorong negara produsen kopi untuk dapat mengantisipasi dan bahkan memanfaatkan situasi dalam rangka mempertahankan posisinya dalam perdagangan kopi global. Selain itu, semakin terbukanya pasar global dan adanya kelebihan penawaran kopi global mengindikasikan adanya peningkatan persaingan dalam hal memperebutkan pasar kopi global.

Pada dasarnya, persaingan yang terjadi dalam perdagangan global yang ditunjukkan dengan adanya fluktuasi nilai ekspor tidak dapat dipisahkan dari konsep keunggulan komparatif dan kompetitif (Baroh dkk., 2014). Rosiana dkk. (2017), menambahkan bahwa fluktuasi volume ekspor kopi di beberapa negara eksportir utama pada 15 tahun terakhir diduga akan berdampak pada posisi suatu negara dalam

menghadapi kompetisi dengan negara eksportir lainnya. Terlebih lagi, saat ini persaingan dalam memperebutkan pasar tidak hanya sebatas bagaimana suatu negara produsen kopi bersaing dalam meningkatkan kuantitas/ volume ekspor di pasar global, tetapi juga dihadapkan pada berkembangnya orientasi konsumen yang mengarah pada keberlanjutan lingkungan (Oktaviana, Masyhuri, & Hartono, 2017). Berdasarkan kondisi tersebut, tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis posisi daya saing perdagangan kopi Indonesia di pasar global.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini sebagian besar menggunakan data sekunder *time series* perdagangan selama periode 16 tahun (2001-2017). Data sekunder tersebut dikumpulkan dari Badan Pusat Statistik, *United Nation Commodity Trade* (UN Comtrade) dan Trademap. Pada penelitian ini dibagi kedalam tiga rata-rata periode waktu, yaitu periode I (2001-2006), periode II (2007-2012) dan periode III (2013-2017). Pembagian periode tersebut dimaksudkan untuk mempermudah interpretasi hasil analisis. Data tersebut merupakan data ekspor kopi dengan kode HS 0901 dari empat negara pengekspor utama di pasar global. Keempat negara tersebut adalah Indonesia, Brazil, Kolombia dan Vietnam. Pemilihan negara didasarkan pada ukuran pangsa pasar ekspor kopi, dimana keempat negara tersebut memiliki nilai pangsa pasar terbesar yaitu lebih dari 50% di pasar global (UN Comtrade, 2019).

Metode deskriptif dan kuantitatif digunakan untuk menjawab tujuan penelitian. Keragaan perbandingan daya saing kopi Indonesia dengan negara eksportir kopi lainnya dianalisis secara deskriptif. Metode kuantitatif yang digunakan berupa pendekatan *Constant Market Share* (CMS) dan *Revealed Comparative Advantage* (RCA). Kedua metode tersebut digunakan untuk menganalisis tingkat daya saing ekspor kopi Indonesia di pasar global. Indeks daya saing Brazil, Vietnam dan Kolombia juga dihitung dalam rangka

untuk membandingkan daya saing negara tersebut di pasar global.

Pada penelitian ini, analisis RCA digunakan untuk menganalisis tingkat daya saing ekspor komoditas kopi oleh eksportir utama ke pasar global. Sejak diperkenalkan oleh Balassa pada tahun 1965, metode RCA banyak digunakan untuk mengukur tingkat daya saing suatu komoditas/ barang (Lindung & Jamil, 2019) dan (Qineti, Rajcaniova, & Matejkova, 2009). Metode RCA dapat merefleksikan keunggulan komparatif suatu negara melalui kinerja ekspornya. Secara matematis indeks RCA sebagai berikut (Balassa 1965) dalam (Qineti et al., 2009):

$$\text{Indeks RCA}_{ik} = \frac{X_{ik}/X_i}{W_k/W_t} \quad (1)$$

Dimana X_{ik} adalah nilai ekspor kopi (Kode HS 0901) dari negara i (US\$), X_i adalah nilai ekspor total dari negara i (US\$), W_k adalah nilai ekspor kopi (Kode HS 0901) dunia (US\$) dan W_t adalah nilai ekspor total dunia (US\$). Indeks RCA tersebut diklasifikasikan menjadi 4 kelas (Hinloopin and Van Marrewijk, 2001 dalam Hassan, 2013) yaitu:

Kelas a: $0 < RCA \leq 1$

Kelas b: $1 < RCA \leq 2$

Kelas c: $2 < RCA \leq 4$

Kelas d: $4 < RCA \leq \infty$

Kelas a, b, c dan d masing masing menunjukkan tidak memiliki keunggulan komparatif, memiliki keunggulan komparatif yang lemah, memiliki keunggulan komparatif yang sedang/medium dan memiliki keunggulan komparatif yang kuat.

Constant Market Share (CMS) digunakan dalam penelitian ini untuk menganalisis sumber pertumbuhan ekspor kopi. CMS digunakan pertama kali dalam perdagangan internasional oleh Tyszynski (1951) dalam (Rifin, 2010). (Oktaviani, Widyastutik, & Novianti, 2017) menyatakan bahwa penggunaan CMSA mampu menggambarkan kondisi aktual laju pertumbuhan ekspor suatu negara, dimana pertumbuhan tersebut dapat lebih besar, sama atau bahkan lebih kecil

dibandingkan dengan laju pertumbuhan rata-rata dunia. Perbandingan antara laju pertumbuhan ekspor suatu negara dengan laju pertumbuhan rata-rata dunia tersebut diuraikan kedalam 3 faktor yaitu pengaruh distribusi pasar, pengaruh komposisi komoditas dan pengaruh daya saing (Tyszycki, 1951 dalam Sinta dkk., 2017)).

$$q^1 - q^0 = r_q + \{(r_i - r)q^0\} + \{q^1 - q^0 - r_q^0\} \quad (2)$$

(1) (2) (3)

Dimana q^0 adalah nilai ekspor kopi negara i ke pasar global tahun ke $t-1$. q^1 merupakan nilai ekspor kopi negara i ke pasar global tahun ke t . r_i adalah persentase peningkatan impor kopi di pasar global. R adalah persentase peningkatan impor umum di pasar global. (1) menunjukkan pengaruh distribusi pasar, (2) pengaruh komposisi komoditas dan (3) pengaruh daya saing.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Indonesia, Brazil, Vietnam dan Kolombia memiliki pangsa ekspor sebesar 49.77%, sedangkan sisanya disumbang oleh negara-negara lain (Tabel 1). Kondisi tersebut mengindikasikan bahwa Indonesia menghadapi pasar oligopoli. Keberadaan struktur pasar oligopoli tersebut terkonfirmasi adanya beberapa kerjasama antar negara produsen seperti *International Coffee Agreement* dan *International Coffee Organization*.

Sebagai salah satu negara produsen kopi terbesar dunia, jenis kopi utama yang diekspor oleh Indonesia berupa kopi robusta. Berdasarkan Data (Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian, 2017) menunjukkan bahwa hingga tahun 2017 produksi kopi domestik didominasi oleh 81.87% kopi robusta yang 95.56% diusahakan oleh sebagian besar perkebunan rakyat. Pada tahun 2017 luas areal kopi Indonesia mencapai 1.23 juta, dengan rata-rata produktivitas hanya mencapai 633.12 kg per hektar. Tingkat produktivitas kopi Indonesia tersebut masih jauh dibawah dengan produktivitas negara pesaing seperti Vietnam yang mencapai 2 ton per hektar (Rosiana dkk., 2017).

Pada periode I-II, ekspor kopi Indonesia mengalami peningkatan sebesar 20.99% dari 348 489 ton menjadi 421 622 ton (Tabel 1). Brazil dan Vietnam mencatatkan pertumbuhan ekspor yang juga positif, dimana Vietnam mengalami pertumbuhan relatif tinggi yaitu sebesar 160.15%. Vietnam merupakan satu-satunya negara dengan pertumbuhan rata-rata ekspor kopi lebih tinggi dibandingkan pertumbuhan dunia. Sementara itu, Kolombia mencatatkan pertumbuhan yang negatif sebesar 15.93%. Berdasarkan rata-rata pertumbuhan pangsa pasar, Vietnam merupakan satu-satunya negara yang memiliki pertumbuhan pangsa pasar positif, dimana pangsa pasar Vietnam

Tabel 1
Perkembangan Pangsa Ekspor Kopi Brazil, Vietnam, Kolombia dan Indonesia di Pasar Global

| | Periode I (2001-2006) | | Periode II (2007-2012) | | Periode III (2013-2017) | |
|-----------|--------------------------|------------------|---------------------------|------------------|----------------------------|------------------|
| | Rata-rata ekspor (ton) | Pangsa pasar (%) | Rata-rata ekspor (ton) | Pangsa pasar (%) | Rata-rata ekspor (ton) | Pangsa pasar (%) |
| World | 5 690 489 | 100 | 8 429 100 | 100 | 8 536 150 | 100 |
| Brazil | 1 405 837 | 25 | 1 634 740 | 19 | 1 834 304 | 21 |
| Vietnam | 596 968 | 10.5 | 1 277 631 | 15.2 | 1 523 351 | 17.8 |
| Kolombia | 585 819 | 10.3 | 492 505 | 5.8 | 669 864 | 7.8 |
| Indonesia | 348 489 | 6.1 | 421 622 | 5.0 | 450 750 | 5.3 |

Sumber: UN Comtrade 2019

tumbuh sebesar 6.57%. Sementara Brazil, Kolombia dan Indonesia mengalami penurunan pangsa pasar masing-masing sebesar 6.00%, 4.50% dan 1.10%.

Tabel 1, menunjukkan bahwa total volume ekspor kopi Indonesia mengalami peningkatan dari 421 622 ton ke 450 750 ton pada periode II-III. Pada periode III, semua negara mengalami pertumbuhan volume ekspor positif, dimana masing-masing mengalami peningkatan sebesar 12.21% untuk Brazil, 19.23% untuk Vietnam, 36.01% untuk Kolombia dan 6.91% untuk Indonesia. Selain itu, pada periode II-III pangsa pasar kopi ekspor Indonesia di pasar global mengalami kenaikan sebesar 0.3% yaitu dari 5% menjadi 5.3%. Kondisi yang sama juga dialami oleh Brazil, Vietnam dan Kolombia, dimana negara-negara tersebut mengalami kenaikan pangsa pasar.

Selain indikator pangsa pasar, tingkat daya saing kopi Indonesia juga dianalisis menggunakan indeks RCA. Berdasarkan indeks klasifikasi RCA, Indonesia berada pada kelas c yang berarti bahwa daya saing kopi Indonesia medium atau sedang, dengan rata-rata indeks RCA sebesar 3.95. Sementara Brazil, Kolombia dan Vietnam memiliki daya saing yang kuat (kelas d). Besaran indeks RCA rata-rata Brazil, Kolombia dan Vietnam masing-masing sebesar 15.76, 40.37 dan 17.80 (Tabel 2). Berdasarkan hasil tersebut mencerminkan bahwa Kolombia merupakan negara yang me-

iliki daya saing relative lebih besar dibandingkan ketiga negara lainnya. Relatif lebih tingginya nilai RCA Vietnam dari Indonesia selain dikarenakan volume ekspor yang lebih besar juga disebabkan perbedaan proporsi, dimana ekspor kopi menyumbang sebesar 1.28% dari total ekspor Vietnam sedangkan Indonesia hanya 0.46% (Setiawan & Sugiarti, 2016). Selain itu, kopi merupakan komoditas dengan nilai ekspor terbesar kedua setelah beras, dimana rata-rata mencatatkan nilai ekspor sebesar US\$ 500 juta (Thin, 2015) dalam (Nhien, 2016). Pada periode I-II, tidak terdapat negara eksportir yang mengalami pertumbuhan pada indeks daya saing, begitu juga Kolombia. Berdasarkan table 2 juga menunjukkan bahwa Indonesia merupakan negara dengan nilai penurunan indeks daya saing terkecil yaitu sebesar -0.75% (Tabel 2). Sementara negara lainnya mengalami penurunan indeks yang relative besar, dimana Kolombia mengalami penurunan indeks RCA relative lebih besar dibandingkan negara lainnya (-44.24%).

Kondisi yang serupa juga dialami oleh Indonesia, Brazil dan Vietnam pada periode II-III, dimana negara-negara tersebut masih mengalami penurunan indeks daya saing. Kolombia merupakan satu-satunya negara yang mencatatkan pertumbuhan indeks daya saing secara positif yaitu sebesar 8.13%.

Kecenderungan pergerakan indeks RCA Indonesia yang relative lebih rendah

Tabel 2
Nilai Indeks Revealed Comparative Advantage (RCA) rata-rata Indonesia, Brazil, Kolombia dan Vietnam ke pasar global dari periode I (2001-2006), Periode II (2007-2012) dan Periode III (2013-2017)

| | Indonesia | Brazil | Kolombia | Vietnam |
|--|-----------|--------|----------|---------|
| Periode I (2001-2006) Rata-rata RCA | 3.98 | 17.46 | 55.52 | 21.60 |
| Periode II (2007-2012) Rata-rata RCA | 3.95 | 15.56 | 30.96 | 20.52 |
| Periode III (2013-2017) Rata-rata RCA | 3.92 | 13.96 | 33.48 | 9.98 |
| Periode I dan Periode II Perubahan RCA | -0.75 | -10.91 | -44.24 | -4.99 |
| Periode II dan Periode III Perubahan RCA | -0.76 | -10.27 | 8.13 | -51.36 |

Sumber: Data Primer Diolah, 2017

dibandingkan dengan negara lainnya mengindikasikan bahwa ekspor kopi Indonesia relatif stagnan. Produsen kopi Indonesia cenderung menitikberatkan pada peningkatan kuantitas. Kondisi tersebut mengakibatkan mutu biji kopi Indonesia yang diekspor rendah (Hanani dkk., 2014). (Sinta dkk., 2017) menambahkan bahwa selain produktivitas perkebunan kopi yang rendah, tidak adanya penanganan pasca panen yang dilakukan oleh petani juga menjadi penyebab utama mengapa pangsa ekspor kopi Indonesia rendah. Kondisi tersebut sejalan dengan hasil penelitian (Baroh dkk., 2014) yang menunjukkan bahwa kopi memiliki daya saing ke enam terbesar dibandingkan 9 komoditas ekspor utama Indonesia lainnya. Selain itu, berbagai kondisi tersebut umumnya disebabkan oleh harga rendah di tingkat petani. Hal tersebut merupakan konsekuensi dari struktur pasar yang dihadapi oleh petani. Petani yang mendominasi produksi kopi Indonesia (94.53%) tidak memiliki posisi tawar ketika berhadapan dengan pedagang, sehingga petani hanya sebagai penerima harga (*price taker*). Harga yang rendah tersebut pada akhirnya menurunkan motivasi petani dalam mengusahakan kopinya.

Analisis keunggulan daya saing kopi Indonesia juga dilengkapi dengan hasil analisis *Constant Market Share Analysis* (CMSA). Tabel 3, menunjukkan bahwa pada periode I, adanya perbedaan pertumbuhan pangsa ekspor Indonesia terhadap pertumbuhan standar paling besar disebabkan oleh penurunan pengaruh daya saing. Sementara pengaruh distribusi pasar dan komposisi komoditas masing-masing mengalami pertumbuhan yang positif.

Pengaruh komposisi komoditas Indonesia menunjukkan tanda yang positif. Tanda positif pada pengaruh komposisi positif mengindikasikan bahwa kopi Indonesia telah relatif memenuhi permintaan pasar dan persyaratan pasar sehingga kopi Indonesia diminati di pasar global. Hal ini selaras dengan hasil penelitian Hervinaldy (2017), yang menyatakan bahwa komoditas kopi Indonesia merupakan salah satu komoditas unggulan Indonesia yang paling diminati di pasar dunia setelah minyak dan gas. Zuhdi (2016), menambahkan bahwa kopi Indonesia saat ini menjadi salah satu kopi yang paling diminati khususnya pada kawasan ASEAN.

Tabel 3
Perkembangan Constant Market Share Analysis Kopi Indonesia di Pasar Global

| | Indonesia | Brazil | Kolombia | Vietnam |
|------------------------------|-----------|----------|----------|---------|
| Periode I (2001-2006) | | | | |
| Efek Distribusi Pasar | 44.00 | 234.02 | 140.72 | 76.37 |
| Pengaruh Komposisi Komoditas | 5.81 | 35.04 | 15.98 | 11.50 |
| Pengaruh Daya Saing | -139.59 | -716.44 | -378.41 | -278.00 |
| Pertumbuhan Ekspor | -89.78 | -447.39 | -221.71 | -190.13 |
| Periode II (2007-2012) | | | | |
| Pengaruh Distribusi Pasar | 51.52 | 323.62 | 133.19 | 127.54 |
| Pengaruh Komposisi Komoditas | 58.62 | 294.31 | 129.24 | 128.52 |
| Pengaruh Daya Saing | -220.31 | -1082.42 | -78.18 | -644.08 |
| Pertumbuhan Ekspor | -110.17 | -464.49 | 184.24 | -388.02 |
| Periode III (2013-2017) | | | | |
| Pengaruh Distribusi Pasar | -5.27 | -51.08 | -14.80 | -13.76 |
| Pengaruh Komposisi Komoditas | 0.22 | 53.16 | 18.05 | -4.77 |
| Pengaruh Daya Saing | 17.52 | 259.14 | -128.55 | 65.69 |
| Pertumbuhan Ekspor | 12.47 | 261.21 | -125.30 | 47.15 |

Sumber: Data Primer Diolah, 2017

Tabel 3, menunjukkan pengaruh komposisi komoditas kopi Indonesia mengalami fluktuasi. Pada periode II kopi Indonesia mencatatkan pertumbuhan, namun mengalami penurunan kembali pada periode III. Kondisi yang sama juga dialami oleh negara lainnya, bahkan Vietnam mencatatkan angka yang negatif pada periode III. Hasil yang sama juga ditunjukkan oleh (Sinta dkk., 2017), dimana nilai pengaruh komposisi kopi Indonesia ke pasar ASEAN pada akhir periode penelitian lebih besar dibandingkan dengan Vietnam.

Pengaruh distribusi pasar dari kopi Indonesia pada periode I dan II bernilai positif. Hal tersebut mengindikasikan bahwa kopi Indonesia telah didistribusikan kepada negara-negara yang memiliki pertumbuhan impor tinggi. Positifnya pengaruh distribusi komoditas juga dialami oleh negara lainnya. Apabila dicermati Indonesia merupakan negara dengan nilai pengaruh distribusi terkecil dibandingkan dengan negara lainnya baik pada periode I maupun II. Kondisi tersebut mengindikasikan upaya yang dilakukan Indonesia dalam mendistribusikan kopinya ke negara-negara yang memiliki pengembangan impor kopi yang tinggi belum sepenuhnya berhasil. Dengan kata lain, upaya-upaya negara-negara yang lain relatif telah berkembang dalam mengembangkan pasar impor di pasar global.

Pada periode III, pengaruh distribusi pasar berbalik menjadi negatif,

namun posisi Indonesia masih relatif lebih baik dibandingkan dengan negara lainnya (Tabel 3). Pengaruh distribusi pasar yang negatif berarti bahwa ekspor kopi Indonesia diduga diarahkan pada pasar-pasar impor kopi yang memiliki kecenderungan berkembang lebih lambat dibandingkan dengan laju pertumbuhan impor rata-rata dunia. Dengan kata lain, Indonesia tidak mendistribusikan kopinya ke negara-negara dengan pertumbuhan impor yang sedang berkembang.

Pengaruh distribusi pasar kopi Indonesia yang cenderung menurun pada akhir periode penelitian dikonfirmasi oleh Tabel 4. Tabel 4, menunjukkan bahwa Malaysia dan Italia merupakan negara dengan pertumbuhan impor kopi lebih tinggi dibandingkan dengan pertumbuhan impor dunia pada periode I-II. Sebaliknya pertumbuhan dari USA dan Jerman masih relatif dibawah pertumbuhan dunia yang sebesar 20.99%.

Kondisi yang sama juga terjadi pada periode III, dimana hanya Malaysia dan Italia yang memiliki pertumbuhan diatas pertumbuhan impor dunia (Tabel 4). Sementara USA dan Jerman pertumbuhannya dibawah rata-rata dunia, bahkan Jerman mengalami penurunan impor kopi dari Indonesia. Hal tersebut mencerminkan bahwa Indonesia tidak benar-benar mendistribusikan kopinya kepada negara importir yang memiliki pengembangan impor yang tinggi. Dengan kata lain, negara importir utama kopi

Tabel 4
Perkembangan Volume Ekspor Kopi Indonesia di Negara Importir Terbesar

| | Periode I (2001-2006) | | Periode II (2007-2012) | | Periode III (2013-2017) | |
|----------|--------------------------|---------------|---------------------------|---------------|----------------------------|---------------|
| | Rata-rata ekspor (ton) | Perubahan (%) | Rata-rata ekspor (ton) | Perubahan (%) | Rata-rata ekspor (ton) | Perubahan (%) |
| World | 348488.5 | 100 | 421621.8 | 20.99 | 450749.8 | 6.91 |
| USA | 61952.8 | 100 | 64103.7 | 3.47 | 66451.8 | 3.66 |
| Jerman | 55584.7 | 100 | 58780.8 | 5.75 | 45481.8 | -22.62 |
| Malaysia | 8538.3 | 100 | 22536.2 | 163.94 | 37306.0 | 65.54 |
| Italia | 21826.5 | 100 | 28187.7 | 29.14 | 35664.2 | 26.52 |

Sumber: Data Primer Diolah, 2017

Indonesia mengalami stagnasi permintaan.

Data UN Comtrade (2019), menunjukkan bahwa telah terjadi pergeseran posisi negara importir kopi Indonesia yang potensial untuk dikembangkan. Rusia, China, dan Thailand merupakan negara importir kopi Indonesia yang potensial dengan memiliki pertumbuhan rata-rata pada periode II-III relatif tinggi dibandingkan dengan pertumbuhan impor dunia. Masing-masing pertumbuhan volume impor negara importir tersebut sebesar 140.24% untuk Rusia, 179.83% untuk China dan 1135.89% untuk Thailand. Selain itu, Vietnam sebagai salah satu negara eksportir kopi terbesar dunia juga mengimpor kopi dari Indonesia, dimana selama periode penelitian pertumbuhan volume impor Vietnam diatas rata-rata pertumbuhan dunia dan mencatatkan pertumbuhan sebesar 167.58% pada periode akhir penelitian (periode II-III).

Untuk melengkapi analisis CMSA dilakukan perhitungan pengaruh daya saing. Pada dasarnya pengaruh daya saing mencerminkan apakah suatu negara mampu bersaing dengan negara eksportir lainnya, yang diakibatkan pertumbuhan produktivitas lebih rendah maupun lebih tinggi karena *undervaluation* mata uang domestik (Basri & Munadar, 2010) dalam (Nurlatifah, 2011).

Tabel 3, menunjukkan bahwa pada ketiga periode tersebut, Indonesia memiliki rata-rata negatif. Kondisi positif hanya terjadi pada periode III, sementara pada periode lainnya mengalami penurunan. Tanda negatif pada pengaruh daya saing mengindikasikan bahwa kopi Indonesia memiliki daya saing yang relatif rendah dibandingkan dengan negara eksportir lainnya. Namun Tabel 3 juga menunjukkan bahwa tingkat daya saing Indonesia masih relatif lebih baik dibandingkan dengan Kolombia pada periode III.

Relatif rendahnya daya saing kopi Indonesia tersebut salah satunya diduga akibat rendahnya kualitas kopi Indonesia. Nalurita dkk. (2014), menyatakan bahwa rendahnya mutu kopi Indonesia salah

satunya disebabkan oleh produktivitas perkebunan rakyat yang rendah. Hal itu juga disebabkan oleh belum digunakannya bibit unggul, teknik budidaya yang masih sederhana serta sarana dan prasarana yang belum mendukung. Grade kopi yang rendah dibandingkan negara eksportir lainnya merupakan alasan mengapa daya saing kopi Indonesia rendah (Hidayat & Soetrisno, 2010).

Rendahahnya kualitas kopi Indonesia salah satunya juga merupakan konsekuensi dari struktur perusahaan kopi di Indonesia. Dimana sebagian besar kopi Indonesia diproduksi oleh petani skala kecil, yang berorientasi pada kuantitas. Kondisi tersebut dikonfirmasi oleh (Fadah, 2016) yang menyatakan bahwa petani di daerah penelitiannya sering memanen kopi sebelum waktu panen tiba, biji kopi yang dipanennya masih belum matang dan belum merah sempurna. Hal ini dilakukan karena petani membutuhkan uang untuk membiayai keperluannya sehari-hari termasuk untuk kebutuhan mendadak bagi pendidikan anak petani tersebut.

SIMPULAN

Pangsa pasar Indonesia selama periode penelitian mengalami fluktuasi. Pangsa pasar Indonesia pada periode I, II dan III masing-masing sebesar 6.1%, 5% dan 5.3%. Indonesia memiliki pangsa ekspor kopi terendah dibandingkan dengan negara eksportir utama lainnya. Kondisi tersebut mengindikasikan bahwa Indonesia memiliki keunggulan komparatif relatif lebih rendah. Rendahnya keunggulan komparatif Indonesia dibandingkan negara eksportir lainnya juga ditunjukkan dari hasil indeks RCA. Indonesia memiliki indeks klasifikasi RCA bernilai c yang berarti bahwa daya saing komparatif kopi Indonesia sedang atau medium. Indonesia memiliki rata-rata indeks RCA sebesar 3.95. Sementara Brazil, Kolombia dan Vietnam memiliki daya saing komparatif yang kuat (kelas d). Kolombia mempunyai indeks RCA sebesar 39.97, diikuti oleh Vietnam (17.37) dan Brazil (15.66). Hasil perhitungan *constant market share analysis* (CMSA)

menunjukkan bahwa pertumbuhan ekspor Indonesia ke pasar global memiliki rata-rata pertumbuhan yang negatif. Negatifnya pertumbuhan pangsa ekspor Indonesia terhadap pertumbuhan standar paling besar disebabkan oleh penurunan pengaruh daya saing, sementara pengaruh distribusi dan komposisi komoditas mengalami pertumbuhan yang positif. Positifnya pengaruh komposisi komoditas dan distribusi pasar masing-masing mengindikasikan bahwa kopi Indonesia relatif diminati di pasar global dan kopi Indonesia telah didistribusikan kepada negara-negara yang memiliki pertumbuhan impor tinggi. Pada komponen daya saing, Indonesia memiliki kinerja rata-rata yang negatif namun pada akhir periode penelitian Indonesia mampu mencatatkan pertumbuhan yang positif. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kopi Indonesia masih relatif dapat bersaing di pasar global, meskipun posisinya masih dibawah negara Brazil, Vietnam dan Kolombia. Oleh karena itu, dalam rangka untuk meningkatkan daya saing ekspor di pasar global, Indonesia memerlukan usaha yang sistemik. Diperlukan *good will* dari pemerintah untuk memperlancar proses ekspor kopi Indonesia, salah satunya melalui kerjasama antar negara baik bilateral dan multilateral. Diharapkan melalui forum kerja sama tersebut dapat dijadikan media untuk mempromosikan kopi Indonesia di mancanegara. Promosi juga dilakukan dengan menciptakan ceruk pasar (*niche market*) baru bagi konsumen kopi dunia. Hal tersebut dilakukan dengan mempromosikan kopi yang memiliki kekhasan tersendiri dan sudah terkenal di dunia seperti kopi toraja, kopi gayo, kopi luwak dll. Selain itu, mencari pasar dengan tingkat pertumbuhan impor kopi yang tinggi diperlukan untuk dapat meningkatkan kinerja ekspor kopi yang baik. Rusia china dan thailand dapat dijadikan sebagai destinasi tujuan ekspor bagi kopi Indonesia, dimana ketiganya memiliki nilai pertumbuhan lebih besar dibandingkan dengan pertumbuhan dunia.

DAFTAR PUSTAKA

- Baroh, I., Setiawan, B., Hanani, N., & Koestiono, D. (2014). Indonesian Coffee Competitiveness in the International Market: Review from the Demand Side Variables. *International Journal of Agriculture Innovations and Research*, 3(2), 605–609.
- Fadah, I. (2016). *Potential And Problems Of Small And Large Scale Processed Coffee Businesses In Jember Regency*. 5(2), 105–113.
- Hanani, N, Asmara, R. and Fahriyah, F. (2014). Persaingan Ekspor Kopi Indonesia di Pasar Internasional. *Perhepi*, 1(2), 78–91.
- Hassan, M. (2013). An Analysis of Competitiveness of Pakistan's Agricultural Export Commodities. *IOSR Journal of Business and Management*, 11(5), 29–34. <https://doi.org/10.9790/487x-1152934>
- Hervinaldy, H. (2017). Strategi Pemerintah Indonesia dalam Meningkatkan EKspor Kopi ke Amerika Serikat. *JOM FISIP*, 4(20500), 1–15.
- Hidayat, A., & Soetrisno. (2010). Daya Saing Ekspor Kopi Robusta Indonesia Di Pasar Internasional. *JSEP (Journal of Social and Agricultural Economics)*, 4(2), 62–82. Retrieved from <https://jurnal.unej.ac.id/index.php/JSEP/article/download/390/248/>
- International Coffee Organization. (2019). Historical data on The Global Coffee Trade. Retrieved January 5, 2019, from ICO website: [//www.ico.org/new_historical.asp](http://www.ico.org/new_historical.asp)
- Krishnan, S. (2017). Sustainable Coffee Production. In *Coffee: Growing, Processing, Sustainable Production: A Guidebook for Growers, Processors, Traders, and Researchers* (pp. 384–390).

- Lindung, L., & Jamil, A. S. (2019). Posisi Daya Saing Dan Tingkat Konsentrasi Pasar Ekspor Karet Alam Indonesia Di Pasar Global. *Jurnal AGRISEP : Kajian Masalah Sosial Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 17(2), 119–128. <https://doi.org/10.31186/jagrisep.17.2.119-128>
- Nalurita, S., Winandi, R., & Jahroh, S. (2014). *Analitis Daya Saing Dan Strategi Pengembangan Agribisnis Kopi Indonesia*. 2(1), 63–74.
- Nhien, N. T. H. (2016). *The Competitiveness of Vietnamese Coffee in The EU Market*. Centria University of Applied Sciences.
- Nurlatifah, H. (2011). Analisis Daya Saing Produk-Produk Indonesia di Pasar China. *Al-Azhar Indonesia Seri Pranata Sosial*, 1(1), 1–10.
- Oktaviana, N., Masyhuri, M., & Hartono, S. (2017). Competitiveness of Tea Exports in Asean: A Constant Market Share Analysis. *Ilmu Pertanian (Agricultural Science)*, 1(2), 088. <https://doi.org/10.22146/ipas.10662>
- Oktaviani, R., Widyastutik, N., & Novianti, T. (2017). Integrasi Perdagangan dan Dinamika Ekspor Indonesia ke Timur Tengah (Studi Kasus: Turki, Tunisia, dan Maroko). *Jurnal Agro Ekonomi*, 26(2), 167. <https://doi.org/10.21082/jae.v26n2.2008.167-189>
- Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian. (2017). *Outlook Kopi (Komoditas Pertanian Sub Sektor Perkebunan)*. Jakarta.
- Qineti, A., Rajcaniova, M., & Matejkova, E. (2009). The competitiveness and comparative advantage of the Slovak and the EU agri-food trade with Russia and Ukraine. *Agricultural Economics*, 55(8), 375–383.
- Rifin, A. (2010). Export Competitiveness of Indonesia's Palm Oil Product. *Trends in Agricultural Economics*, 3(1), 1–18. <https://doi.org/10.3923/tae.2010.1.18>
- Rosiana, Nia; Nurmalina, Rita; Winandi, Ratna ; Rifin, A. (2017). Tingkat Keunggulan Komparatif Produsen Utama Kopi Dunia. *Buletin Ilmiah Litbang Perdagangan*, 11(2), 227–246. 10.30908/bilp.v11i2.274
- Setiawan, A. E., & Sugiarti, T. (2016). Daya Saing dan Faktor Penentu Ekspor Kopo Indonesia ke Malaysia Dalam Skema CEPT-AFTA. *Agriekonomika*, 5(2), 212–220. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.21107/agriekonomika.v6i1.1895>
- Sinta, N. M., Alamsyah, Z., & Elwamendri. (2017). Analisis Daya Saing Ekspor. *Jurnal Ilmiah Sosio Ekonomika Bisnis*, 20(1).
- UN Comtrade. (2019). Commodity Trade Statistic Database. , from UN Comtrade website: <http://comtrade.un.org>. Retrieved January 25, 2019
- Zuhdi, F. & S. (2016). Analisis Daya Saing Ekspor Kopi Indonesia Dan Vietnam Di Pasar Asean 5 Competitiveness Analysis of Indonesian and Vietnam Coffee Export in Asean 5 Market. *Habitat*, 26(3), 152–162.