

ANALISIS DAYA SAING KOPI INDONESIA

ANALYSIS OF COMPETITIVENESS INDONESIA'S COFFEE

Ria Lestari Baso^{*}, Ratya Anindita.

Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Brawijaya

*Penulis korespondensi: lestariaa@gmail.com

ABSTRACT

Coffee is one of the leading commodity that have enough real contribution in the economy of Indonesia, as a foreign exchange earner, the source of income of farmers, producers of the raw materials industry, job creation and development of the region (Disbun, 2014). The purpose of this research is to know the comparative advantage and competitive advantage of Indonesia coffee. Methods of analysis using the index of Revealed Comparative Advantage and using Porter Diamond Theory. The result of the analysis Revealed Comparative Advantage shows that coffee from the four countries have a comparative advantage over the average of the International market. The result of the analysis of the four attributes of the Diamond Theory Porter competitive advantage in drawing up the coffee Indonesia shows that Indonesia has the edge on the related conditions of the natural resources that are available and Indonesia have flaws on factors related human resources, science and technology and the infrastructure.

Keyword: international trade, comparative advantages, competitive advantage, revealed comparative advantage and porter diamond theory.

ABSTRAK

Kopi merupakan salah satu komoditas unggulan perkebunan yang mempunyai kontribusi yang cukup nyata dalam perekonomian Indonesia, yaitu sebagai penghasil devisa, sumber pendapatan petani, penghasil bahan baku industri, penciptaan lapangan kerja dan pengembangan wilayah (Disbun, 2014). Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis keunggulan komparatif dan keunggulan kompetitif kopi Indonesia. Metode analisis yang digunakan yaitu *Revealed Comparative Advantage* dan *Porter Diamond Theory*. Hasil analisis *Revealed Comparative Advantage* (RCA) menunjukkan bahwa kopi dari keempat negara memiliki keunggulan komparatif di atas rata-rata pasar dunia. Hasil analisis empat atribut Teori Berlian Porter dalam menyusun keunggulan kompetitif kopi Indonesia menunjukkan bahwa Indonesia memiliki keunggulan pada faktor kondisi terkait sumber daya alam dan memiliki kelemahan pada faktor kondisi terkait sumberdaya manusia, IPTEK, serta ketersediaan infrastruktur.

Kata kunci: perdagangan internasional, keunggulan komparatif, keunggulan kompetitif, *revealed comparative advantage, porter diamond theory.*

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan Negara penghasil kopi terbesar keempat di dunia pada tahun 2015, yang pada urutan pertama adalah Negara Brazil, urutan kedua adalah Negara Vietnam dan pada urutan ketiga adalah Negara Kolombia (FAOSTAT, 2016). Luas lahan perkebunan kopi di

Indonesia mencapai 1,3 juta hektar dengan luas lahan perkebunan kopi robusta mencapai 1 juta hektar dan luas lahan perkebunan kopi arabika mencapai 0,30 juta hektar (Rahardjo,2012).

Berdasarkan data Kemendag (2016), untuk ekspor jenis biji kopi pada tahun 2012 sebesar 1.243 juta US\$ namun pada 2015 mengalami penurunan nilai ekspor sebesar 4,3% menjadi 1.189 juta US\$. Data tersebut menunjukkan bahwa Indonesia pada tahun 2012 mampu menjadi negara pengekspor terbesar ketiga di dunia, namun pada tahun 2015 Kolombia yang menjadi negara pesaing dengan nilai ekspor yang lebih besar dibandingkan Indonesia. Menurunnya nilai ekspor biji kopi Indonesia disebabkan oleh rendahnya produktivitas yang masih didominasi oleh Perkebunan Rakyat.

Dalam persaingan pasar Internasional, terdapat Brazil, Vietnam serta Kolombia yang memiliki nilai ekspor tinggi. Tahun 2013 volume ekspor Brazil mencapai 1.571.831 ton sedangkan Vietnam dikenal dengan produktivitas perkebunan kopi yang tinggi (FAOSTAT, 2016). Daya saing antar negara dalam perdagangan internasional semakin ketat terutama untuk komoditas kopi. Meningkatnya produsen dan pengekspor kopi di dunia berarti meningkatkan pula persaingan dalam memenangkan pasar.

Pada penelitian sebelumnya, Rau (2014), melakukan analisis tentang daya saing kopi Indonesia di pasar internasional. Selain menggunakan metode analisis RCA dan Indeks Spesialisasi Perdagangan (ISP), juga digunakan analisis kompetitif Berlian Porter. Hasil dari analisis yang telah dilakukan, berdasarkan perhitungan RCA Indonesia memiliki daya saing pada komoditas kopi. Selanjutnya, berdasarkan analisis kompetitif menggunakan Berlian Porter dapat disimpulkan bahwa Indonesia mempunyai daya saing yang lemah dan untuk hasil dari analisis Indeks Spesialisasi Perdagangan (ISP) menunjukkan bahwa Indonesia merupakan negara eksportir.

METODE PENELITIAN

Penentuan lokasi penelitian dilakukan secara *purposive*, yaitu dilakukan di Indonesia karena Indonesia merupakan salah satu negara produsen dan eksportir biji kopi di kawasan ASEAN. Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data sekunder dengan rentang tahun 2004-2013. Data yang digunakan adalah data tahunan. Pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini diperoleh dari lembaga seperti *Food Agriculture Organisation of The United Nations Statistics Division* (FAOSTAT) dan *International Coffee Organization* (ICO).

A. Analisis Revealed Comparative Advantage (RCA)

Rumus indeks RCA sebagai berikut:

$$\text{Indeks RCA: } (X_{ij}/X_{it}) / (X_{wj}/X_{wi})$$

dimana:

X_{ij} = Nilai ekspor kopi dari negara Indonesia (US\$)

X_{it} = Nilai ekspor total (produk kopi dan lainnya) negara Indonesia (US\$)

X_{wj} = Nilai ekspor kopi di dunia (US\$)

X_{wi} = Nilai ekspor total (produk kopi dan lainnya) di dunia (US\$)

Apabila nilai RCA lebih besar dari 1, maka negara tersebut memiliki keunggulan komparatif terhadap komoditas tersebut di pasar dunia dan sebaliknya jika kurang dari 1 maka negara tersebut tidak memiliki keunggulan komparatif terhadap komoditas tersebut di pasar dunia atau memiliki daya saing yang lemah. Semakin tinggi nilai RCA maka semakin kuat berdaya saingnya.

B. Analisis Keunggulan Kompetitif Berlian Porter

Menurut Porter (1990), suatu negara memperoleh keunggulan daya saing jika perusahaan tersebut kompetitif. Daya saing suatu negara ditentukan oleh kemampuan industri melakukan inovasi dan meningkatkan kemampuannya. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif. Keunggulan kompetitif akan dianalisis menggunakan Teori Berlian Porter atau lazim disebut *Porter Diamond Theory*. Teori Berlian Porter menjelaskan bahwa ada 4 atribut yang berkaitan keunggulan kompetitif yaitu kondisi faktor, kondisi permintaan, Industri pendukung dan terkait serta Strategi, struktur dan persaingan antar industri. Untuk faktor yang berkaitan secara tidak langsung dengan keunggulan kompetitif kopi yakni pemerintah (*government*) dan peluang (*chance*). Secara bersama-sama faktor ini membentuk sistem dalam peningkatan keunggulan kompetitif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Analisis Revealed Comparative Advantage (RCA)

Berdasarkan perbandingan nilai RCA yang terlihat pada tabel 1 menunjukkan negara Kolombia memiliki nilai RCA tertinggi dengan rata-rata 49,47. Negara Vietnam memiliki nilai RCA sebesar 27,18 kemudian Brazil sebesar 21,24. Bila dibandingkan dengan tiga negara pesaing lainnya, Indonesia memiliki nilai RCA terendah dengan rata-rata 5,5. Nilai RCA kopi Indonesia mengalami fluktuatif, peningkatan yang signifikan terjadi di tahun 2012 dan 2013.

Tabel 1. Perbandingan nilai RCA Kopi Empat Negara

RCA Kopi Empat Negara				
Tahun	Indonesia	Vietnam	Brazil	Kolombia
2004	5,16	31,21	23,31	76,26
2005	6,19	24,48	22,92	75,81
2006	5,98	32,41	22,54	64,21
2007	5,54	40,60	21,69	59,46
2008	6,90	32,85	20,33	49,33
2009	6,01	26,17	21,486	41,30
2010	4,39	21,87	21,902	40,60
2011	3,44	19,19	21,109	31,14
2012	5,03	23,69	18,14	24,48
2013	6,39	19,31	18,93	32,07
Rata-rata	5,50	27,18	21,24	49,47

Sumber : FAOSTAT, 2016. WTO, 2016.

Vietnam memiliki nilai RCA yang selalu lebih tinggi bila dibandingkan dengan Indonesia menunjukkan Vietnam memiliki daya saing yang lebih kuat. Rata-rata nilai RCA vietnam dalam kurun waktu 2004-2013 sebesar 27,18 sementara Indonesia hanya sebesar 5,50. Keterlibatan pemerintah menjadi hal penting dalam mendukung vietnam menjadi negara produsen kopi terbesar di dunia. Pemerintah vietnam membangun irigasi, jalan-jalan disentra produksi kopi, melakukan penelitian, memberikan penyuluhan dan mengucurkan kredit serta memberikan hak pengolahan dengan luas areal tidak terbatas mencapai 50 tahun.

Daya saing yang dimiliki oleh Brazil lebih kuat bila dibandingkan dengan Indonesia. Selisih rata-rata nilai RCA antar kedua negara mencapai 15,74. Nilai RCA tertinggi yang tertinggi yang dimiliki oleh negara Brazil terjadi pada tahun 2003 mencapai 23,31 sementara Indonesia memiliki nilai RCA tertinggi pada tahun 2013 mencapai 6,39. Tingginya nilai RCA yang dimiliki oleh Brazil dipengaruhi oleh nilai ekspor kopi dan nilai ekspor total yang lebih besar bila dibandingkan dengan Indonesia.

Kolombia memiliki daya saing yang lebih kuat dibandingkan Indonesia diindikasikan berdasarkan nilai RCA yang dimiliki kedua negara. Pada tahun 2013, Kolombia memiliki nilai RCA sebesar 32,7 sementara Indonesia sebesar 6,39. Kolombia dikenal sebagai negara eksportir kopi varietas arabika sedangkan Indonesia lebih banyak mengeksport kopi robusta. Harga kopi arabika yang lebih tinggi jika dibandingkan robusta sehingga nilai ekspor Kolombia lebih tinggi bila dibandingkan dengan Indonesia. Produksi kopi Indonesia tahun 2013 mencapai 698.900 ton sedangkan Kolombia 653.160 ton. Dengan selisih produksi kopi yang masih tergolong rendah, namun nilai ekspor Kolombia jauh lebih besar mencapai US\$ 1.886.852.000 sedangkan Indonesia hanya sebesar US\$ 1.166.244.000. Nilai ekspor yang dimiliki negara Kolombia mempengaruhi besaran nilai RCA yang dimiliki negara terbesar.

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

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

Faktor-faktor tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Sumber Daya Alam

Pada tahun 2013, luas areal tanam di Indonesia sebesar 1.240.900 hektar (FAOSTAT, 2016). Areal tanam kopi di Indonesia menurut status pengusahaannya terbagi atas Perkebunan Rakyat, Perkebunan Besar Negara dan Perkebunan Besar Swasta yang masih didominasi oleh Perkebunan Rakyat dengan luas mencapai 1.194.081 hektar pada tahun 2013. Berdasarkan data Ditjenbun (2015), provinsi yang memiliki areal tanam kopi terluas yaitu provinsi Sumatera Selatan, Aceh, Lampung, Jawa Timur dan Sulawesi Selatan.

Tanaman kopi arabika dapat tumbuh dan berbuah optimal pada ketinggian di atas 1.000 m di atas permukaan laut, sedangkan kopi robusta pada ketinggian 400–800 m di atas permukaan laut. Mengingat di Indonesia lahan dengan ketinggian di atas 1.000 m di atas permukaan laut pada umumnya berupa hutan, maka perkembangan tanaman kopi arabika terbatas (AEKI, 2016). Proporsi produksi kopi Indonesia rata-rata lebih dari 80% adalah jenis kopi robusta.

2. Tenaga Kerja

Berdasarkan data yang diperoleh dari Ditjenbun (2015), mayoritas tenaga kerja di perkebunan kopi terserap melalui perkebunan rakyat. Penyerapan Sumber daya manusia untuk perkebunan kopi tahun 2014 mampu menyerap hingga 1.765.401 orang petani kopi yang tersebar di 34 provinsi di Indonesia. Penjelasan tentang sumber daya manusia yang mendukung dalam pengembangan industri kopi Indonesia, dapat disimpulkan bahwa sumber daya manusia khususnya petani kopi, memiliki jumlah yang memadai untuk pengembangan komoditas unggulan. Namun, kualitas tenaga kerja masih rendah khususnya dalam hal pemetikan dan proses penanganan pascapanen lainnya.

3. Sumber Daya Ilmu Pengetahuan dan Teknologi

Menurut kebijakan standar mutu pemerintah terlepas dari jenis kopi (robusta atau arabika) dan metode pengolahan proses basah atau proses kering, kopi Indonesia diklasifikasikan menjadi 6 kelas yang berbeda, tergantung pada nilai individu cacat kopi. Standar mutu ini didasarkan pada sistem cacat, yang telah diadopsi secara nasional sejak tahun 1984/85 untuk menggantikan sistem triase, dan terakhir diperbarui dengan SNI 01-2907-2008 (GAEKI, 2016). Penanganan pascapanen sulit diperbaiki karena tidak ada insentif harga, kopi bermutu baik dihargai hampir sama dengan kopi bermutu rendah sehingga penjualan akan berorientasi pada pasar lokal.

4. Sumber Daya Modal

Dominasi perkebunan rakyat menyebabkan penghasil kopi utama berasal dari petani kopi. Petani kopi masih kesulitan dalam mendapatkan akses modal untuk peningkatan produktivitas terutama dalam pembelian alat mesin pertanian yang diharapkan mampu

menunjang proses pascapanen. Dalam upaya untuk meningkatkan produktivitas lahan kopi yang masih sangat rendah, pemerintah mengalokasikan Rp 5,9 triliun dari Kredit Usaha Rakyat (KUR) tahun ini untuk petani kopi. Kredit dengan bunga tersebut hanya akan disalurkan untuk intensifikasi lahan kopi petani (Idris, 2016). Selain pemerintah, lembaga swasta seperti bank juga diharapkan mampu memberikan bantuan kredit kepada petani dan juga pendanaan untuk kegiatan pengembangan kawasan serta pembentukan koperasi berbadan hukum berbasis kopi.

5. Sumber Daya Infrastruktur

Sarana dan prasarana lainnya terkait ketersediaan benih, telekomunikasi serta transportasi. Adapun sarana dan prasarana yang menjadi bagian infrastruktur merupakan syarat penting untuk pengembangan kopi Indonesia. Sebagai contoh, produksi kopi arabika Vietnam pada tahun 2011 masih sekitar 5%, tetapi Vietnam telah melakukan program yang agresif dan terarah dalam konversi tanaman kopi robusta ke kopi arabika. Berdasarkan penjelasan di atas bahwa harus adanya peningkatan dalam hal fasilitasi *research and development* (R&D). Selain itu, Indonesia sedang berusaha mengembangkan infrastruktur yang telah ada dalam mendukung peningkatan produktivitas kopi yang masih rendah di Indonesia. Pengembangan dilakukan secara menyeluruh mulai dari penyediaan hingga ekspor kopi di pasar dunia.

B.2. Kondisi Permintaan (*Demand Condition*)

Konsumsi kopi masyarakat Indonesia tergolong masih rendah yaitu 0,94 kg/kapita/tahun pada tahun 2012, namun terus meningkat hingga pada tahun 2016 menjadi 1,6 kg/kapita/tahun. Meskipun pertumbuhan konsumsi domestik mengalami pertumbuhan yang positif namun konsumsi Indonesia masih kalah jauh apabila di dibandingkan dengan beberapa negara lain seperti Brazil konsumsi kopi telah mencapai 9 kg/kapita/tahun, Finlandia bahkan sudah mencapai 11,4 kg/kapita/tahun, Belanda dan Norwegia yang rata-rata konsumsi kopi mencapai 16 kg/kapita/tahun. Tingginya tingkat konsumsi kopi di negara lain tentu menjadi peluang ekspor yang harus dimanfaatkan oleh Indonesia.

Dengan hadirnya kopi instan yang semakin beragam diyakini akan meningkatkan konsumsi kopi domestik. Hal ini berkaitan erat dengan gaya hidup, tren dan kepraktisan yang menyertai konsumsi dari pada kopi ini. Selain konsumsi kopi, industri pengolahan juga sangat terkait dengan produk olahan dari teh yang merupakan produk substitusi dari kopi. Meskipun tingkat konsumsi teh masih lebih rendah dibandingkan kopi seperti pada tahun 2014 konsumsi teh di Indonesia mengalami peningkatan sebesar 0,61 kg/kapita/tahun namun pertumbuhan teh juga cenderung meningkat dengan hadirnya berbagai kemasan teh instan.

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

Dari sisi hulu, pihak terkait benih merupakan sarana produksi utama dalam budidaya tanaman, dalam arti penggunaan benih unggul bermutu mempunyai peranan yang menentukan dalam usaha meningkatkan produksi dan mutu hasil. Produk benih unggul dapat diperoleh melalui Unit Pengelola Benih Sumber (UPBS) Balittri. Selain itu, Pusat Penelitian Kopi dan Kakao Indonesia (Puslikoka) yang menyediakan 2 macam benih unggul serta 10 macam bibit unggul yang telah bersertifikat. Dari pihak swasta, bibit kopi utamanya varietas arabika dapat diperoleh melalui CV. Kelola Bumi Nusantara.

Dalam salah satu direktori bisnis *online* Indonesia yaitu Indotrading, terdapat 54 perusahaan yang bergerak dalam pengolahan kopi robusta dan 30 perusahaan industri dalam pengolahan kopi arabika. Hasil dari 80 perusahaan tersebut dalam bentuk biji kopi serta kopi bubuk.

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

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

1. Ancaman Masuknya Pendatang Baru

Industri kopi di Indonesia didominasi oleh *brand* besar yaitu Kapal Api. Perusahaan yang mampu menyaingi kesuksesan PT. Santos Jaya Abadi berusaha melakukan inovasi produk kopi dalam bentuk lainnya yang belum dikenal masyarakat. PT. Mayora Indah Tbk (Mayora) merilis Kopiko yang juga merupakan permen kopi pertama di Indonesia.

Pada tahun 2013, industri kopi dikejutkan dengan hadirnya Luwak *White Koffie* diproduksi oleh PT. Javaprima Abadi. *Brand* ini berhasil menghapus paradigma bahwa kopi itu harus berwarna hitam. Pasar kopi kemasan di Indonesia didominasi oleh perusahaan bermodal besar dengan dana pemasaran dan jaringan distribusi yang tentunya tersebar di seluruh Indonesia namun dengan hadirnya inovasi dan memiliki keunikan produk mampu menjadi perusahaan raksasa yang memiliki daya saing kuat seperti yang dilakukan oleh PT. Mayora Indah Tbk (Mayora) serta PT. Javaprima Abadi.

2. Barang Substitusi atau Pengganti

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

3. Daya Tawar Pemasok

Penyedia bahan baku untuk PT. Santos Jaya Abadi berasal dari petani kopi, berdasarkan hal tersebut pemasok tidak memiliki cukup kekuatan untuk melakukan perubahan harga, sehingga kekuatan tawar-menawarnya juga rendah. Namun, seperti yang dilakukan oleh Nestle Indonesia bahwa pemasok tetap memiliki porsi *bargaining* sehingga perusahaan dapat melakukan kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam bentuk fasilitas petani di berupa peralatan penunjang pra maupun pascapanen

4. Daya Tawar Pembeli atau Konsumen

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

5. Persaingan Antar Industri yang Sama

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

yang juga mendominasi produk kopi di Indonesia seperti PT. Mayora Indah Tbk melalui merk Kopiko dan Torabika serta PT. Wings Food melalui merk TOP *Coffee*.

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

B.5. Peranan Pemerintah

Kebijakan pemerintah yang terkait dengan pembangunan perkebunan komoditi kopi harus mampu mendukung daya saing kopi. Berikut ini kebijakan pemerintah yang berkaitan dengan pengembangan industri kopi domestik:

1. Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2008 Tentang Kebijakan Industri Nasional.
2. Pengembangan industri kopi juga diterapkan di daerah seperti pada Peraturan Menteri Perindustrian Republik Indonesia Nomor 76/M-IND/PER/12/2013 tentang Peta Panduan Pengembangan Kompetensi Inti Industri Kabupaten Jayawijaya.
3. Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 10/M-DAG/PER/5/2011 merupakan Ketentuan tentang ekspor kopi. Sebelumnya diatur dalam Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia, yaitu peraturan Nomor 26/M-DAG/PER/12/2005, diganti dengan Nomor 27/M-DAG/PER/7/2008 dan kemudian Nomor 41/M-DAG/PER/9/2009 Tentang Ketentuan Ekspor.
4. Peraturan Menteri Perindustrian Republik Indonesia Nomor 55/M-IND/PER/6/2015 Tentang Perubahan Atas Peraturan Menteri Perindustrian (Permenperin) Nomor 87/M-IND/PER/ 10/2014 tentang Pemberlakuan Standar Nasional Indonesia (SNI) Kopi Instan secara Wajib.

6. Peluang

Dari sisi peluang terutama melalui sumber daya alam yang dimiliki, Indonesia merupakan negara kedua terbesar yang memiliki area tanam kopi terluas di dunia dengan luas areal tanam di Indonesia sebesar 1.240.900 pada tahun 2013. Selain itu, penyerapan sumber daya manusia untuk perkebunan kopi tahun 2014 mampu menyerap hingga 1.765.401 orang petani kopi yang tersebar di 34 provinsi di Indonesia. Tingginya tingkat konsumsi kopi di negara lain tentu menjadi peluang ekspor yang harus dimanfaatkan oleh Indonesia seperti konsumsi kopi di Finlandia bahkan sudah mencapai 11,4 kg/kapita/tahun, Belanda dan Norwegia yang rata-rata konsumsi kopi mencapai 16 kg/kapita/tahun. Perusahaan yang terkait dengan industri kopi juga terus melakukan inovasi dengan beragamnya varian rasa maupun kemasan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa :

1. Hasil rata-rata nilai RCA dari keempat negara menunjukkan bahwa Kolombia menempati urutan pertama sebagai pengeksport terbesar kopi rata-rata sebesar 49,47. Urutan kedua yaitu Negara Vietnam memiliki rata-rata nilai RCA sebesar 27,18. Urutan ketiga dan keempat ditempati oleh Brazil dan Indonesia masing-masing sebesar 21,24 dan 5,5. Bila dibandingkan dengan tiga negara pesaing lainnya, Indonesia memiliki nilai RCA terendah.

2. Hasil analisis empat atribut Teori Berlian Porter dalam menyusun keunggulan kompetitif kopi Indonesia menunjukkan bahwa Indonesia memiliki keunggulan pada faktor kondisi terkait sumber daya alam dan Indonesia memiliki kelemahan pada faktor kondisi terkait sumberdaya manusia, IPTEK, akses modal serta ketersediaan infrastruktur yang mendukung pengembangan industri kopi. Hasil kondisi masing-masing faktor ditambah dengan dua komponen pendukung yaitu peran pemerintah dalam menyusun kebijakan dan besarnya peluang untuk mengembangkan industri kopi Indonesia.

Saran

Beberapa saran yang dapat diberikan dari hasil kesimpulan analisis daya saing kopi Indonesia di pasar internasional yaitu:

1. Untuk meningkatkan keunggulan komparatif kopi maka perlu adanya peningkatan produktivitas kopi Indonesia yang masih sangat rendah serta kualitas kopi yang diproduksi agar sesuai dengan permintaan pasar sehingga Indonesia mampu menjadi *top of mind* pasar domestik dan pasar internasional. Salah satu cara untuk meningkatkan produktivitas kopi dapat dilakukan peremajaan pada tanaman kopi.
2. Untuk meningkatkan keunggulan kompetitif kopi, terkait dengan sumberdaya manusia perlu dilakukan pelatihan dan pembinaan dari instansi terkait penerapan sistem *Good Agriculture Practice* (GAP). Kepada pelaku industri agar terus melakukan inovasi serta nilai tambah dan diferensiasi produk kopi.

DAFTAR PUSTAKA

- AEKI. 2016b. Luas Areal dan Produksi. Diakses melalui <http://www.aeki-aice.org/page/areal-dan-produksi/id> pada tanggal 09 Juli 2016.
- Asmara, R., & Hanani, N. (2014). Strategi Peningkatan Daya Saing Komoditas Pertanian. Gunung Samudera [PT Book Mart Indonesia].
- Diaz KV. 2009. Global Coffee Industry: pitfalls, successes and future perspectives. Thesis. Aarhus (DK): Aarhus School of Business.
- Ditjenbun. 2015. Statistik Perkebunan Indonesia: Kopi Tahun 2014-2016. Diakses melalui <http://ditjenbun.pertanian.go.id/tinymcpuk/gambar/file/statistik/2016/KOPI%202014-2016.pdf> pada tanggal 07 Juli 2016.
- FAOSTAT. 2016. Food and Agriculture Organization. Diakses melalui <http://FAOSTATstat3.FAOSTAT.org/download/Q> pada 13 Februari 2016.
- GAEKI. 2016. Standar Mutu. Diakses melalui <http://gaeki.or.id/standar-mutu/> pada tanggal 08 Juli 2016.
- Halwani, R Hendra. 2002. Ekonomi Internasional dan Globalisasi Ekonomi. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Kementerian Perdagangan Republik Indonesia. 2016. Perkembangan Ekspor Kopi menurut HS 6 digit. Diakses melalui <http://www.kemendag.go.id/id/economic-profile/indonesia-export-import/export-growth-hs-6-digits> pada tanggal 12 Februari 2016.
- Porter, Michael E. 1990. The Competitive Advantage of Nations. Macmillan Press. Hongkong.
- Prahadi, Yeffrie Yundiarto. 2015. Rahasia Sukses Kapal Api Menembus Pasar Global. Diakses melalui <http://swa.co.id/business-champions/brands/rahasia-sukses-kapal-api-menembus-pasar-global> pada tanggal 03 Agustus 2016.
- Rahardjo, Pudji. 2012. Kopi Panduan Budidaya dan Pengolahan Kopi Arabika dan Robusta. Jakarta: Penebar Swadaya.

Rau, Anneke. 2014. Analisis Daya Saing Kopi Indonesia Di Pasar Internasional. Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Manajemen Institut Pertanian Bogor.

Winantyo, dkk. 2008. Masyarakat Ekonomi ASEAN 2015: memperkuat sinergi ASEAN dalam komrtupetisi global. Jakarta: Elex Media Komputindo.