

EXPORT COMPETITIVENESS ANALYSIS OF COFFEE IN INDONESIA IN THE WORLD MARKET

Desi Ratna Sari¹ dan Ermi Tety²

^{1,2}Universitas Riau

Jln. Binawidya 30, Pekanbaru, Riau

E-mail : Ermitety@yahoo.com

Abstract: The purpose of this study was to analyze the competitiveness of Indonesian coffee in the world market. The data used in this study was a secondary data export raw coffee Indonesia, Brazil, Vietnam and Colombia during the period 2001-2012. The data was taken from the value and volume of exports of coffee in the world market. The analytical method used was the Revealed Comparative Advantage (RCA) and Constant Market Share Analysis (CMSA). This data indicated that Indonesia has a RCA exports of coffee were getting better every year because has the positive values. Meanwhile the CMSA analysis note that the competitiveness of Indonesia's coffee exports more influenced by market distribution and competitiveness effects. This represents an increase of Indonesia's coffee exports more influenced by the growth of the world's coffee export in the marketing of coffee to importing countries that have a high demand.

Keywords: *coffee, competitiveness, Revealed Comparative Advantage (RCA), Constant Market Share analysis (CMSA)*

PENDAHULUAN

Berdasarkan data *UN COMTRADE Statistics* (2013), pada tahun 2012 Indonesia tercatat menjadi negara produsen pengekspor kopi terbesar keempat di dunia dengan nilai ekspor sebesar US\$ 1.243 juta. Sementara itu posisi pertama diduduki oleh Brazil dengan nilai ekspor sebesar US\$ 5.721 juta, kedua oleh Vietnam dengan nilai ekspor US\$ 3.507 juta dan ketiga diduduki oleh Kolombia dengan nilai ekspor sebesar US\$ 1.909 juta. Ekspor kopi Indonesia menjangkau berbagai negara di dunia seperti negara anggota MEE (Masyarakat Ekonomi Eropa), Amerika Serikat serta negara dikawasan Asia seperti Jepang (AEKI, 2013).

Tahun 2012, empat peringkat besar negara pengimpor utama kopi Indonesia adalah pertama Amerika Serikat yang melakukan impor sebanyak 69.652 ton dengan nilai US\$ 330.815 juta, kedua adalah Jepang dengan jumlah impor sebesar 51.438 ton dengan nilai US\$ 145.734 juta, ketiga adalah Jerman dengan jumlah impor sebesar 50.978 ton dengan nilai US\$ 116.897 juta dan

keempat adalah Italia dengan jumlah impor sebesar 29.081 ton dengan nilai US\$ 64.636 juta (UNCOMTRADE, 2013).

Tambunan (2004), mengatakan bahwa globalisasi akan menimbulkan persaingan yang semakin ketat, sehingga hanya negara yang memiliki daya saing yang kuat saja yang mampu bertahan. Sehingga menuntut produsen kopi di dunia khususnya Indonesia untuk dapat memenuhi kebutuhan konsumen dengan cara yang lebih memuaskan daripada yang dilakukan oleh para pesaing. Brazil, Vietnam dan Kolombia merupakan pesaing utama Indonesia dalam ekspor kopi dunia. Vietnam dan Kolombia sebagai pendatang baru dalam dunia perkopian juga merupakan pesaing Indonesia dalam beberapa tahun terakhir. Pada tahun 2001 volume ekspor kopi Brazil sebesar 1.252.324 ton, Vietnam 327.792 ton dan Kolombia sebesar 556.211 ton, sedangkan pada tahun 2012 volume ekspor meningkat secara fluktuasi hanya pada negara Brazil dan Vietnam yaitu sebesar 1.503.707 ton dan 1.697.352 ton. Jika pada tahun 2001 Indonesia menjadi pengekspor kopi peringkat keempat di dunia dengan total ekspor

sebesar 248.925 ton jauh di bawah Kolombia yang saat itu menduduki peringkat ketiga dengan mengekspor sebesar 556.211 ton. Namun sejak tahun 2009 Indonesia mampu menduduki peringkat ketiga dengan volume ekspor kopi sebanyak 510.030 ton sedangkan Kolombia menempati urutan keempat dengan volume ekspor sebesar 454.755 ton. Hal ini diakibatkan meningkatnya ekspor kopi Indonesia dan banyaknya penawaran kopi dari negara impotir (International Trade Statistics, 2013).

Daya saing dapat dikatakan sebagai kemampuan suatu komoditi untuk memasuki pasar luar negeri dan kemampuan untuk dapat bertahan dalam pasar tersebut, dalam arti jika suatu produk mempunyai daya saing maka produk tersebut yang banyak diminati oleh banyak konsumen (Tatakumara, 2004 dalam Marlinda, 2008).

Sedangkan, menurut Rifai dan Tarumun (2005), daya saing ekspor suatu komoditas adalah kemampuan suatu komoditas untuk memasuki pasar luar negeri yang kemudian memiliki kemampuan untuk mempertahankan pasar tersebut. Daya saing suatu komoditas dapat diukur atas perbandingan pangsa pasar (*market share*) komoditi tersebut pada kondisi pasar yang tetap. Daya saing merupakan kemampuan suatu komoditas untuk memberikan keuntungan secara terus-menerus dan kemampuan memperbaiki pangsa pasar (*market share*).

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis kemampuan daya saing kopi pada negara-negara produsen utama kopi dunia.

TINJAUAN PUSTAKA

Perdagangan Internasional sebagai perdagangan antar lalu lintas negarayang mencakup ekspor dan impor. Perdagangan Internasional dibagi menjadi dua kategori, yaitu perdagangan barang (fisik) dan perdagangan jasa.

Perdagangan jasa antara lain terdiri dari: biaya transportasi, perjalanan (travel), asuransi, pembayaran bunga, dan *remittance* seperti gaji Tenaga Kerja Indonesia (TKI) di luar negeri dan pemakaian jasa konsultan asing di Indonesia serta *fee* atau *royalty* teknologi (lisensi) (Tambunan, 2004).

Perdagangan Internasional mengkaji tentang saling ketergantungan antar negara. Ilmu ini menganalisa arus barang, jasa, dan pembayaran-pembayaran antara sebuah negara dan negara-negara lain di dunia, kebijakan yang diarahkan pada pengaturan arus ini, serta pengaruhnya pada kesejahteraan negara. Hal tersebut dipengaruhi dan mempengaruhi hubungan politik, sosial-budaya dan militer negara. Teori perdagangan Internasional menganalisa dasar terjadinya perdagangan Internasional serta keuntungan yang diperoleh dari perdagangan (Salvatore, 1997 dalam Marlinda, 2008).

Menurut Salvatore (1997) terdapat berbagai keuntungan positif yang diberikan oleh perdagangan Internasional bagi pertumbuhan ekonomi. Keuntungan-keuntungan tersebut adalah:

1. Perdagangan dapat meningkatkan pendayagunaan sumber-sumber daya domestik di suatu negara berkembang. Dengan adanya perdagangan Internasional sumber daya semula tidak terserap di pasar domestik dapat diberdayakan, sehingga meningkatkan efisiensi.
2. Melalui peningkatan ukuran pasar, perdagangan Internasional juga dapat menciptakan pembagian kerja dan skala ekonomis (*economies of scale*) yang lebih tinggi.
3. Perdagangan Internasional juga berfungsi sebagai wahana transmisi gagasan-gagasan baru, teknologi yang lebih baik, serta kecakapan manajerial dan bidang-bidang keahlian lainnya yang diperlukan bagi kegiatan bisnis.

4. Perdagangan antar negara juga merangsang dan memudahkan mengalirnya arus modal Internasional dari negara maju ke negara berkembang.
5. Perdagangan Internasional merupakan *instrument* yang efektif untuk mencegah monopoli karena perdagangan pada dasarnya merangsang peningkatan efisiensi setiap produsen domestik agar mampu menghadapi persaingan dari negara lain.

Sementara menurut Sukirno (2004) perdagangan Internasional mempunyai pengaruh yang cukup besar bagi perekonomian Nasional. Jika pendapatan nasional dengan pendekatan pengeluaran (*expenditure approach*) adalah: $GNP = C + I + G + (X - M)$, dimana X adalah nilai ekspor dan M adalah nilai impor, maka:

- Jika $X - M > 0$, maka $X > M$, berarti negara tersebut merupakan *net export positif*, dapat dikatakan negara dengan posisi neraca pembayaran luar negeri surplus, sehingga GNP naik.
- Jika $X - M < 0$, maka $X < M$, berarti negara tersebut merupakan *net export negatif*, dikatakan negara dengan posisi neraca pembayaran luar negeri defisit, sehingga GNP menurun.

Semakin besar perubahan (X-M) maka semakin besar pula pengaruh ekonomi Internasional terhadap ekonomi nasional suatu negara. Misalnya kegiatan produksi domestik akan terpacu jika kegiatan ekspor dapat dilakukan, sehingga akan mengakibatkan pendapatan masyarakat meningkat.

Perdagangan internasional sangat dibutuhkan oleh suatu negara, hal tersebut dikarenakan tidak ada satu negara pun yang dapat memenuhi sendiri kebutuhan rakyatnya. Perdagangan ini sesuai dengan hukum yang

diperkenalkan oleh David Ricardo yaitu *Law Comparatif Advantage* (Hukum Keunggulan Komparatif). Hukum ini menyatakan bahwa suatu negara masih memperoleh suatu keuntungan apabila melakukan ekspor komoditas yang mempunyai kerugian absolut yang lebih kecil walaupun negara tersebut kurang efisien dalam memproduksi suatu komoditas (kerugian absolut). Sehingga dari komoditas tersebut negara memiliki keunggulan komparatif (Salvatore, 1997).

David Ricardo mendasarkan hukum keunggulan komparatifnya pada sejumlah asumsi yang disederhanakan, yaitu: 1). Hanya terdapat dua negara dan dua komoditi, 2). Perdagangan bersifat bebas, 3). Terdapat mobilitas tenaga kerja yang sempurna di dalam negara namun tidak ada mobilitas antara dua negara, 4). Biaya produksi konstan, 5). Tidak terdapat biaya transportasi, 6). Tidak ada perubahan teknologi dan 7). Menggunakan teori nilai tenaga kerja. Asumsi satu sampai dengan enam dapat diterima dengan mudah, tetapi asumsi tujuh (teori nilai tenaga kerja) tidak berlaku dan seharusnya tidak digunakan untuk menjelaskan keunggulan komparatif (Marlinda, 2008).

Teori *Comparative Advantage* yang dikemukakan oleh David Ricardo didasarkan pada nilai tenaga kerja (*theory of labor value*) yang menyatakan bahwa nilai atau harga suatu produk ditentukan oleh jumlah waktu atau jam kerja yang diperlukan untuk memproduksi satu unit barang ($MC = Px$). Teori ini memberikan pemahaman bahwa suatu negara akan memperoleh manfaat dari perdagangan internasional (*gain from trade*) jika melakukan spesialisasi produksi. Hal ini mengindikasikan, apabila suatu negara dapat melakukan ekspor barang berarti negara tersebut dapat berproduksi relatif lebih efisien dibandingkan negara lain. Sedangkan jika melakukan impor barang, maka negara tersebut berproduksi relatif kurang/tidak

efisien dibandingkan dengan negara lain (Rifai dan Tarumun, 2005).

Keunggulan kompetitif adalah suatu indikator secara privat, dimana didasarkan pada suatu harga pasar komoditi tersebut atau nilai uang yang berlaku saat itu pada suatu negara. Suatu kiat yang digunakan untuk meningkatkan produktivitas sumberdaya yang digunakan merupakan suatu cara untuk mempertahankan dan mencapai keunggulan kompetitif. Apabila suatu komoditas tidak memiliki keunggulan kompetitif, hal ini diperkirakan disuatu negara penghasil komoditas tersebut terjadi distorsi pasar atau terjadi kerugian oleh produsen akibat adanya suatu hambatan (Pearson, *et al*, 2005).

Suatu perusahaan dapat dikatakan mempunyai suatu keunggulan kompetitif ketika perusahaan tersebut mampu melakukan sesuatu yang tidak mampu dilakukan perusahaan lain atau mempunyai sesuatu yang tidak dimiliki oleh pesaing (Kuncoro, 2008). Menurut Mangkuprawira (2007), menyatakan bahwa sekurang-kurangnya terdapat dua prinsip pokok yang harus dimiliki suatu perusahaan untuk meraih keunggulan kompetitif yaitu adanya nilai pandang pelanggan/konsumen dan keunikan dari suatu produk.

Daya saing merupakan kemampuan suatu komoditas untuk memberikan keuntungan secara terus-menerus dan kemampuan memperbaiki pangsa pasar (*market share*). Oleh sebab itu pengukuran daya saing dapat dilakukan dengan pendekatan keuntungan dan pangsa pasar.

Sedangkan untuk mengetahui keunggulan kompetitif atau daya saing ekspor di pasar dunia dari suatu negara relatif terhadap negara pesaingnya, dapat digunakan model analisis Pangsa Pasar Konstant atau Analisis *Constant Market Share* (CMSA). Model analisis tersebut akan mengukur dinamika tingkat daya saing ekspor yang menggambarkan efek

pertumbuhan ekspor, sehingga dapat diketahui apakah ekspor suatu komoditas mengalami peningkatan (*expansion*) atau penurunan (*contraction*) di pasaran dunia yang didasarkan pada pangsa pasar periode sebelumnya (Rifai dan Tarumun, 2005).

Saat ini berbagai penentu utama daya saing ekspor Indonesia dengan mengandalkan faktor-faktor keunggulan komperatif, terutama daya saing harga, seperti upah buruh murah dan sumber daya alam berlimpah sehingga murah biaya pengadaannya. Namun, dalam era perdagangan bebas keunggulan kompetitif juga dibutuhkan dalam penentuan daya saing (Tambunan, 2004). Analisis daya saing dapat dilakukan dengan menggunakan beberapa metode pendekatan sebagai berikut:

1. *Revealed Comparative Advantage* (RCA)
2. Indeks Spesialisasi Perdagangan (ISP)
3. Rasio Akselerasi (RA)
4. Analisis *Constant Market Share* (CMSA)

METODE PENELITIAN

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yaitu berupa data *time series* selama 12 tahun yaitu tahun 2001-2012. Data sekunder yang dikumpulkan untuk penelitian ini yaitu data statistik: data produksi, data luas lahan, data ekspor dan impor kopi Indonesia dan negara pesaing yaitu Brazil, Vietnam dan Kolombia. Pengumpulan data sekunder bersumber dari hasil publikasi ataupun data yang dikeluarkan oleh pihak-pihak terkait, seperti Badan Pusat Statistik (BPS), Departemen Pertanian, Direktorat Jendral Perkebunan, *International Coffee Organization* (ICO), Asosiasi Eksportir dan Industri Kopi Indonesia (AEKI), *Food and Agriculture Organization* (FAO), *International Trade Statistic* (ITS), *United Nations Trade*

Statistic (UN Comtrade) serta sumber-sumber publikasi lainnya yang terkait.

Untuk melihat kemampuan daya saing dan keunggulan komparatif kopi Indonesia maka pada penelitian ini digunakan metode *Revealed Comparative Advantage* (RCA) dan metode Analisis *Constant Market Share* (CMSA). Melalui kedua analisis tersebut dapat diketahui kemampuan daya saing.

RCA merupakan alat analisis yang membandingkan pangsa pasar ekspor sektor tertentu suatu negara dengan pangsa pasar sektor tertentu negara lainnya yang menunjukkan daya saing industri suatu negara. Dalam penelitian ini digunakan tiga negara sebagai pembanding keunggulan komparatif dari kopi Indonesia di pasar internasional. Ketiga negara tersebut diantaranya adalah Brazil, Vietnam dan Kolombia. Formula RCA dapat dirumuskan sebagai berikut.

$$RCA_i = \frac{XO_i / X_{ii}}{XWO_i / XW_t}$$

Dimana :

XO_i = nilai ekspor kopi negara i (US\$)

X_{ii} = nilai total ekspor negara i (US\$)

XWO_i = nilai ekspor kopi dunia (US\$)

XW_t = nilai total ekspor dunia (US\$)

Apabila nilai RCA produk suatu negara lebih besar dari satu (>1), maka negara tersebut memiliki keunggulan komparatif atau berdaya saing kuat pada produk tersebut. Apabila nilai RCA kurang dari satu (<1), maka negara tersebut tidak memiliki keunggulan komparatif dalam produk atau mempunyai daya saing yang lemah.

CMSA atau analisis pangsa pasar konstan digunakan untuk mengukur dinamika tingkat daya saing suatu industri dari suatu negara dan efek yang paling mempengaruhinya. Untuk menganalisis tingkat daya saing kopi Indonesia pertahun dan distribusi pertumbuhannya berdasarkan empat efek

yang secara matematis dapat dirumuskan sebagai berikut (Tambunan, 2004).

- ✓ Pertumbuhan Standar

$$\frac{E_{(t)} - E_{(t-1)}}{E_{(t-1)}} = r$$

- ✓ Pengaruh Komposisi

$$\frac{\sum_i (r_i - r) E_{i(t-1)}}{E_{(t-1)}}$$

- ✓ Pengaruh distribusi pasar

$$\frac{\sum_i \sum_j (r_{ij} - r_i) E_{ij(t-1)}}{E_{(t-1)}}$$

- ✓ Daya Saing

$$\frac{\sum_i \sum_j (E_{ij(t)} - E_{ij(t-1)} - r_{ij} E_{ij(t-1)})}{E_{(t-1)}}$$

$$* r_i = \frac{E_{(t)i} - E_{(t-1)i}}{E_{(t-1)i}}$$

$$** r_{ij} = \frac{E_{ij(t)} - E_{ij(t-1)}}{E_{ij(t-1)}}$$

Dimana :

$E_{(t)}$ = nilai ekspor dunia untuk semua komoditi tahun t (US\$)

$E_{(t-1)}$ = nilai total ekspor dunia untuk semua komoditi tahun $t-1$ (US\$)

r = Pertumbuhan standar (semua komoditi) (US\$)

r_i = Pertumbuhan standar komoditi kopi (US\$)

r_{ij} = Pertumbuhan standar komoditi kopi di negara j (US\$)

$E_{i(t)}$ = Ekspor komoditi kopi Indonesia tahun t (US\$)

$E_{i(t-1)}$ = Ekspor komoditi kopi Indonesia tahun $t-1$ (US\$)

$E_{ij(t)}$ = Ekspor komoditi kopi dari negara Indonesia ke negara tujuan pada tahun t (US\$)

$E_{ij(t-1)}$ = Ekspor komoditi kopi dari negara Indonesia ke negara tujuan pada tahun $t-1$ (US\$)

Formulasi pengukuran daya saing dengan CMSA menjelaskan dinamika tingkat daya saing ekspor yang menggambarkan efek pertumbuhan ekspor, sehingga dapat diketahui apakah ekspor suatu komoditas mengalami peningkatan (*expansions*) atau penurunan (*contraction*) di pasaran dunia. Keempat komponen diatas dapat dianalisis sebagai berikut:

- a)Efek pertumbuhan standar menggambarkan pertumbuhan ekspor kopi suatu negara yang disebabkan oleh peningkatan impor kopi dunia.
- b)Efek komposisi terkait dengan minat pasar dunia terhadap barang yang bersangkutan.
- c)Efek distribusi pasar menggambarkan pertumbuhan ekspor kopi dipengaruhi oleh kemampuan suatu negara dalam memasarkan komoditi kopi ke pasar yang memiliki permintaan yang tinggi.
- d)Efek daya saing menggambarkan daya saing ekspor kopi suatu negara yang tidak diakibatkan oleh efek pertumbuhan standar, efek komposisi dan distribusi pasar, akan tetapi karena daya saing akibat keunggulan mutu produk atau harga negara eksportir.

diduduki oleh Vietnam dengan nilai rata-rata RCA sebesar 30,07, peringkat ketiga diduduki oleh Brazil dengan nilai rata-rata RCA sebesar 23,74 dan peringkat keempat diduduki oleh Indonesia dengan nilai rata-rata RCA sebesar 5,46. Rendahnya nilai RCA Indonesia, Brazil dan Vietnam disebabkan tingginya jumlah total ekspor semua komoditas Indonesia, Brazil dan Vietnam secara keseluruhan dibandingkan dengan jumlah total ekspor untuk semua komoditas Kolombia.

Nilai RCA Brazil selama periode tahun 2001-2012 relatif stabil namun cenderung mengalami penurunan. Tahun 2012, nilai RCA Brazil mengalami penurunan hingga mencapai 17,89 yang merupakan nilai RCA terendah selama periode 12 tahun terakhir. Hal tersebut dikarenakan semakin pesatnya perkembangan nilai total ekspor untuk semua komoditas Brazil dibandingkan dengan perkembangan nilai ekspor kopi Brazil pada tahun tersebut. Selain itu, dipicu adanya krisis kopi di pasar dunia dan bencana kekeringan yang tidak stabil turut berperan dalam lambatnya perkembangan ekspor kopi Brazil untuk sektor yang lain.

Nilai RCA Vietnam selama periode tahun 2001-2012 mengalami fluktuasi yang signifikan namun cenderung menurun. Tahun 2011, nilai RCA Vietnam mengalami penurunan hingga mencapai 19,42 yang merupakan nilai RCA terendah selama periode 12 tahun terakhir. Hal tersebut dikarenakan semakin pesatnya perkembangan nilai total ekspor untuk semua komoditas Vietnam dibandingkan dengan perkembangan nilai ekspor kopi Vietnam pada tahun tersebut.

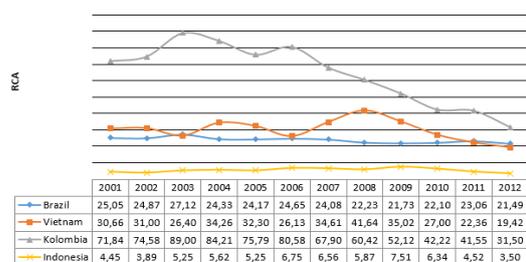
Nilai RCA Kolombia selama periode tahun 2001-2012 mengalami fluktuasi penurunan yang cukup signifikan. Tahun 2012, nilai RCA Kolombia mengalami penurunan hingga mencapai 24,03 yang merupakan nilai RCA terendah selama periode 12 tahun terakhir. Hal tersebut dikarenakan semakin pesatnya perkembangan nilai total ekspor untuk

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Hasil perhitungan nilai indeks RCA negara Brazil, Vietnam, Kolombia dan Indonesia dapat dilihat pada Gambar 1 berikut:

Gambar 1.
Hasil Analisis RCA



Sumber : Data Olahan

Kolombia dan Indonesia memiliki nilai yang positif atau lebih dari nilai +1. Hal ini berarti keempat negara memiliki keunggulan komparatif selama periode tahun 2001-2012. Berdasarkan Gambar 1 dapat dilihat Indonesia, Brazil dan Vietnam memiliki nilai RCA yang jauh berbeda dengan Kolombia. Selama periode 2001-2012, berdasarkan hasil analisis RCA dari keempat negara produsen peringkat daya saing tertinggi diduduki oleh Kolombia dengan rata-rata RCA sebesar 64,31, peringkat kedua

semua komoditas Kolombia dibandingkan dengan perkembangan nilai ekspor kopi Kolombia pada tahun tersebut.

Nilai RCA Indonesia selama periode tahun 2001-2012 lebih rendah dibandingkan dengan negara Brazil. Hal tersebut dikarenakan pertumbuhan nilai ekspor kopi yang tidak dibarengi dengan pertumbuhan nilai total ekspor untuk semua komoditas Indonesia. Pada tahun 2008, nilai RCA Indonesia mencapai nilai yang tertinggi yaitu sebesar 7,51. Namun pada tahun 2011, nilai RCA Indonesia mengalami penurunan hingga mencapai 3,50 yang merupakan nilai RCA terendah selama periode 12 tahun terakhir. Hal ini disebabkan oleh nilai total ekspor semua komoditas Indonesia mengalami penurunan secara drastis sedangkan nilai ekspor kopi Indonesia mengalami peningkatan.

Peningkatan nilai ekspor kopi tersebut disebabkan oleh bertambahnya volume ekspor kopi Indonesia akibat turunnya tingkat konsumsi dalam negeri pada tahun tersebut dibandingkan tahun sebelumnya. Selain itu, penurunan nilai RCA disebabkan oleh dari kebijakan pemerintah Indonesia yang memberlakukan biaya ekspor yang tinggi untuk komoditi kopi (Kemendag, 2014).

Dari indeks RCA ini, kita dapat melihat bahwa kopi Indonesia memiliki keunggulan komparatif yang relatif stabil dibandingkan negara Brazil yang merupakan negara produsen kopi terbesar pertama di pasar dunia, dimana bila dilihat dari potensi alamnya, areal lahan kopi Indonesia relatif luas dengan kondisi iklim yang mendukung. Namun dari sisi tenaga kerja, rata-rata usahatani kopi diusahakan oleh rakyat dengan kualitas tenaga kerja yang rendah akibat kurangnya perhatian dari pemerintah sehingga menyebabkan petani masih menggunakan teknik tradisional dalam pengusahaan kopi.

Sedangkan dari teknologi, menurut Kemenperin (2013) permasalahan

perkopian di Indonesia masih seputar pengadaan kualitas bahan baku dan penerapan teknologi pengolahan kopi itu sendiri. Hal itu disebabkan perkebunan kopi di Indonesia masih didominasi oleh perkebunan rakyat. Berdasarkan data 2006 mencapai 96% (1,21 juta ha dari total 1,26 juta ha), maka masalah pengetahuan, penanganan pasca panen masih merupakan kendala yang serius. Petani menangani pasca panen masih secara tradisional. Akibatnya, mutu kopi sebagai bahan baku pada industri pengolahan kopi relatif rendah, atau paling tidak sulit diharapkan kekonsistenan kualitas. Selain itu, masalah yang dihadapi adalah tingginya biaya transportasi di Indonesia, yang berdampak kepada tingginya harga jual produk kopi Indonesia, khususnya untuk pemasaran ke luar negeri. Sehingga kopi Indonesia kalah bersaing dengan harga kopi dari Vietnam pada tingkat kualitas kopi yang sama.

Analisis selanjutnya adalah analisis CMSA. Berikut hasil perhitungan CMSA:

Tabel 1.

Analisis Constant Market Share (CMSA) kopi Brazil, Vietnam, Kolombia dan Indonesia, tahun 2001-2012

Tahun	INDONESIA				BRAZIL				VIETNAM				KOLOMBIA			
	PS	EK	DP	ED	PS	EK	DP	ED	PS	EK	DP	ED	PS	EK	DP	ED
2001	-0,093	-0,002	-0,023	0,023	0,057	-0,008	-0,088	0,088	0,038	-0,009	-0,042	0,041	-0,065	-0,018	-0,274	0,362
2002	0,015	0,001	0,018	-0,018	0,037	-0,001	0,001	0,000	0,112	-0,007	-0,027	0,041	-0,003	0,003	0,019	-0,025
2003	0,068	0,000	0,005	-0,005	0,211	-0,002	0,012	-0,013	0,206	0,007	0,623	-0,654	0,100	-0,004	0,030	-0,009
2004	0,172	0,000	0,002	-0,002	0,321	0,000	1,401	-1,401	0,314	-0,001	0,114	-0,110	0,278	-0,006	0,179	-0,294
2005	0,197	0,002	0,036	-0,036	0,226	0,004	0,055	-0,055	0,225	-0,002	-0,024	0,041	0,267	0,016	0,404	-0,679
2006	0,177	0,000	0,009	-0,009	0,163	0,000	0,015	-0,015	0,227	0,010	0,715	-0,749	0,151	-0,011	0,042	-0,050
2007	0,132	0,000	0,004	-0,004	0,166	0,000	0,023	-0,023	0,219	0,011	0,583	-0,612	0,230	0,003	0,175	-0,324
2008	0,201	0,002	0,046	-0,046	0,232	0,000	0,032	-0,032	0,291	-0,007	0,239	-0,0231	0,255	-0,009	0,058	-0,060
2009	-0,150	0,000	1,844	-1,838	-0,227	0,003	-0,059	0,059	-0,089	-0,003	-0,154	0,159	-0,217	-0,003	-0,157	0,297
2010	0,354	-0,003	0,011	-0,011	0,290	0,002	0,071	-0,078	0,265	-0,006	0,005	-0,006	0,212	0,000	0,116	-0,265
2011	0,290	0,000	0,019	-0,026	0,297	0,006	0,087	-0,078	0,342	0,004	0,261	-0,0236	0,430	-0,002	0,309	-0,514
2012	-0,066	0,001	0,007	-0,007	-0,053	-0,007	-0,091	0,087	0,182	0,003	0,148	-0,199	0,058	-0,015	-0,101	0,230

Sumber : Data Olahan

Pembahasan

Berdasarkan hasil CMSA menunjukkan bahwa kemampuan Indonesia dalam daya saing kopi dipengaruhi oleh efek pertumbuhan standar. Rata-rata nilai pertumbuhan standar selama periode tahun 2001-2012 menunjukkan nilai yang positif kecuali pada tahun 2001, 2009 dan 2012,

namun tidak berpengaruh secara signifikan. Hal ini berarti pertumbuhan ekspor kopi Indonesia dipengaruhi oleh pertumbuhan impor kopi dunia.

Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin meningkatnya penawaran kopi di pasar dunia terhadap kopi Indonesia dimana kopi Indonesia merupakan bahan utama yang penting bagi negara pengimpor untuk bahan baku industri dalam pembuatan makanan dan minuman bagi restoran-restoran di negara pengimpor. Namun pada tahun 2001, 2009 dan 2012 nilai efek pertumbuhan standar kopi Indonesia menunjukkan nilai negatif yaitu sebesar -0,093, -0,150 dan -0,066. Hal ini disebabkan oleh menurunnya nilai ekspor kopi dari tahun sebelumnya.

Pada efek komposisi kopi Indonesia cenderung menunjukkan nilai yang positif selama periode 2001-2012, kecuali pada tahun 2001 dan 2010. Hal ini menunjukkan bahwa kopi Indonesia cukup diminati pasar dunia akibat kopi Indonesia memiliki keunggulan tersendiri yaitu cita rasa (*speciality*) dan aroma khas yang tidak dimiliki negara produsen kopi lain dan *brand* kopi Indonesia yang sudah lama dikenal lama oleh negara importir terutama kopi Luwak (kopi termahal di dunia), kopi Gayo asal D.I Aceh, kopi Toraja asal Sulawesi Selatan, kopi Flores asal Nusa Tenggara Timur, kopi Wamena asal Pegunungan Jayawijaya dan kopi lainnya (Kementerian Pertanian Indonesia, 2013). Sedangkan nilai negatif tersebut disebabkan oleh rendahnya mutu kopi Indonesia akibat petani kopi Indonesia masih menggunakan teknik budidaya dan penanganan pasca panen yang masih tradisional. Selain itu, nilai positif tersebut disebabkan oleh pertumbuhan nilai ekspor kopi dunia yang lebih cepat dari pertumbuhan nilai ekspor dunia. Hal ini menunjukkan bahwa kopi Indonesia diminati oleh pasar dunia pada tahun tersebut akibat mulai membaiknya kualitas kopi Indonesia pada tahun-tahun

tersebut.

Efek distribusi pasar kopi Indonesia selama periode 2001-2012 rata-rata memiliki nilai yang positif dan berpengaruh secara signifikan. Hal ini menunjukkan kemampuan ekspor kopi Indonesia yang cukup baik dalam memasarkan kopi ke pasar yang memiliki permintaan yang tinggi pada tahun tersebut. Namun pada tahun 2001 nilai efek distribusi pasar kopi Indonesia menunjukkan nilai negatif. Nilai negatif tersebut disebabkan oleh melambatnya kemampuan ekspor kopi Indonesia dalam memasarkan produksi kopi ke negara-negara importir kopi seperti negara Amerika Serikat, Jepang, Jerman, dan Italia pada tahun tersebut. Selain itu, penyebabnya dapat dilihat dari kinerja Indonesia yang masih tertinggal dari negara pesaing yaitu Brazil, Vietnam dan Kolombia.

Proses perizinan yang masih rumit dan tergolong lambat dibandingkan negara pesaing oleh pengusaha atau petani kopi di Indonesia dengan biaya yang relatif mahal menyebabkan petani atau pengusaha kopi Indonesia terlambat dalam melakukan ekspor ke negara importir, sehingga negara importir lebih memilih melakukan impor dari negara lain seperti Brazil, Vietnam dan Kolombia dengan jumlah yang banyak dibandingkan kopi Indonesia, sehingga hal ini mempengaruhi daya saing kopi Indonesia dari segi distribusi pasar. Sedangkan nilai distribusi pasar 1,844 pada tahun 2009 berpengaruh terhadap daya saing ekspor kopi Indonesia. Hal ini menunjukkan bahwa pada tahun 2009, Indonesia sangat mampu memasarkan ekspor kopi ke negara importir tetap dan mampu membuka pasar baru seperti Polandia, Malaysia, Inggris dan Belgia yang juga memiliki permintaan yang tinggi terhadap kopi Indonesia.

Hasil analisis CMSA pada Indonesia menunjukkan bahwa kemampuan Indonesia dalam daya saing ekspor kopi lebih banyak dipengaruhi oleh efek distribusi pasar. Hal ini menunjukkan

bahwa kemampuan ekspor kopi Indonesia yang cukup baik dalam memasarkan kopi ke pasar yang memiliki permintaan yang tinggi pada negara importir kopi dunia. Peningkatan permintaan ekspor kopi yang terjadi di negara Brazil, Vietnam dan Kolombia juga mempengaruhi terhadap permintaan kopi Indonesia pada negara-negara importir kopi di pasar dunia lainnya.

Sebagai pembanding dari hasil analisis CMSA pada Tabel 1, pada tahun 2001-2012 Brazil sebagai produsen kopi terbesar di dunia memiliki kemampuan daya saing ekspor kopi lebih banyak dipengaruhi oleh efek pertumbuhan standar dalam pertumbuhan ekspornya. Hal itu ditunjukkan dengan nilai rata-rata efek pertumbuhan standar yang positif dan menunjukkan bahwa terjadinya peningkatan ekspor kopi akibat tingginya permintaan impor kopi dunia.

Negara pembanding berikutnya adalah Vietnam, dari keempat negara pembanding, Vietnam memiliki pertumbuhan ekspor yang lebih tinggi dibandingkan pertumbuhan ekspor dunia. Berdasarkan analisis CMSA yang paling mempengaruhi daya saing kopi asal Vietnam adalah efek pertumbuhan standar, yang ditunjukkan dengan meningkatnya pertumbuhan ekspor negara pengekspor karena meningkatnya pertumbuhan impor oleh negara importir kopi dunia. Hal itu dilihat dari nilai efek pertumbuhan standar yang rata-rata bernilai positif.

Pada negara pembanding terakhir yaitu Kolombia, berdasarkan analisis CMSA, yang paling mempengaruhi daya saing kopi asal Kolombia adalah efek pertumbuhan standar dan efek distribusi. Efek pertumbuhan standar ditunjukkan dengan meningkatnya pertumbuhan ekspor negara pengekspor karena peningkatan pertumbuhan impor oleh negara importir kopi dunia. Hal itu dilihat dari nilai efek pertumbuhan standar yang rata-rata bernilai positif, walaupun terjadi

perubahan nilai negatif pada tahun 2001, 2002 dan 2009. Sedangkan pada efek distribusi pasar, jika dibandingkan dengan Indonesia kopi Kolombia memiliki kemampuan yang lebih rendah dalam memperluas pasar ekspornya.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan analisis *Revealed Comparative Advantage* (RCA), Brazil, Vietnam, Kolombia dan Indonesia memiliki keunggulan komparatif untuk komoditi kopi yang ditunjukkan dengan nilai RCA yang bernilai positif selama periode 2001-2012. Kolombia memiliki nilai RCA paling besar, Vietnam diperingkat kedua dan Brazil diperingkat ketiga dan Indonesia diperingkat keempat.

Hasil Analisis *Constant Market Share* (CMSA) menunjukkan bahwa yang paling mempengaruhi daya saing Indonesia adalah efek distribusi pasar. Hal tersebut adalah ditunjukkan oleh rata-rata nilai distribusi pasar selama periode 2001-2012 menunjukkan nilai yang positif, dimana hal ini menunjukkan bahwa kemampuan ekspor kopi Indonesia yang cukup baik dalam memasarkan kopi ke pasar yang memiliki permintaan yang tinggi pada negara importir kopi dunia.

Diperlukan penelitian lebih lanjut mengenai perkembangan kopi Indonesia baik dari segi mutu, sehingga dapat memberikan masukan kepada pemerintah untuk mengambil kebijakan yang tepat.

DAFTAR PUSTAKA

- Asosiasi Eksportir dan Industri Kopi Indonesia (AEKI), 2013. Ekspor Kopi. <http://www.aeki-aice.org/page/ekspor/id>. Diakses pada tanggal 10 Desember 2014.
- Fitriana, N. 2014. Analisis Daya Saing Ekspor Biji Kakao (*Cocoa Beans*) Indonesia di Pasar Internasional. Skripsi Fakultas Pertanian,

- Universitas Riau, Pekanbaru.
(Tidak dipublikasikan).
<http://www.kemendag.go.id>. Diakses pada tanggal 25 Oktober 2014.
- Hagi. 2012. Analisis Daya Saing Ekspor Minyak Sawit Indonesia dan Malaysia di Pasar Internasional. Skripsi Fakultas Pertanian, Universitas Riau, Pekanbaru. (Tidak dipublikasikan).
- Hardiansyah, Agung. 2015. Analisis Daya Saing Ekspor Lada Indonesia di Pasar Internasional. Skripsi Fakultas Pertanian, Universitas Riau, Pekanbaru. (Tidak dipublikasikan).
- Hutabarat, Budiman. 2003. Kondisi Pasar Dunia dan Dampaknya Terhadap Kinerja Industri Perkopian Nasional. Pusat Penelitian dan Pengembangan Sosial Ekonomi Pertanian, Bogor.
- Ilyas, R, 1991. Analisis Permintaan Luar Negeri Terhadap Kopi Indonesia. Program Pascasarjana, Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta.
- International Trade Statistics*. Detail trade data 2001-2012. http://www.trademap.org/Bilateral_TS.aspx. Diakses pada tanggal 16 Januari 2013.
- International Coffee Organization*. 2013. Coffee Statistics 2001-2012. <http://www.ico.org>. Diakses tanggal 28 februari 2014.
- Kementerian Perdagangan Indonesia. 2014. Promosi Perdagangan dan Peningkatan Konsumsi Kopi Nasional. <http://www.kemendag.go.id>. Diakses pada tanggal 25 Oktober 2014.
- Kementerian Perdagangan Indonesia. 2014. Promosi Perdagangan dan Peningkatan Konsumsi Kopi Nasional. <http://www.kemendag.go.id>. Diakses pada tanggal 25 Oktober 2014.
- Kementerian Pertanian Indonesia. 2013. Pengolahan Kopi Jadi Industri Prioritas. <http://www.kemenperin.go.id/artikel/6620/Pengolahan-Kopi-Jadi-Industri-Prioritas>. Diakses pada tanggal 25 Februari 2014.
- Kuncoro, M. 2008. Strategi : Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif?. Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Mangkuprawira, S. 2007. Manajemen Mutu Sumber Daya Manusia. Bogor. Penerbit Ghalia Indonesia. Bogor.
- Marlinda, B. 2008. Analisis Daya Saing Lada Indonesia di Pasar Internasional. Skripsi Fakultas Pertanian, Institut Pertanian Bogor, Bogor. (Tidak dipublikasikan).
- Pearson, R. Scott., Gotsch, Carl dan Bahri, Sjaiful. 2005. Aplikasi Policy Analysis Matrix Pada Pertanian Indonesia. Penerbit Yayasan Obor Indonesia. Jakarta
- Rifai, A dan Tarumon, S. 2005. Perdagangan Internasional. Penerbit Unri Press. Pekanbaru.
- Salvatore, D. 1997. Ekonomi Internasional Edisi Kelima. Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Sukirno, Sadono. 2004. Makroekonomi Teori Pengantar. Penerbit PT Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Tambunan, T. 2004. Globalisasi dan Perdagangan Internasional. Penerbit Ghalia Indonesia. Bogor.
- UN COMTRADE Statistic*, 2013. Data Trade Statistic. <http://comtrade.un.org/data/>. Diakses pada tanggal 20 Desember 2014