

Artikel Penelitian

Analisis Daya Saing Kopi Indonesia di Pasar Internasional

Yogaswara IG Hamzah¹, Jabal Tarik Ibrahim², Istis Baroh³, Fithrie Mufriantje⁴

^{1,2,3} Program Studi Magister Agribisnis Universitas Muhammadiyah Malang

⁴ Program Studi Agribisnis Universitas Muhammadiyah Bengkulu

*Email korespondensi: fentyjabal@gmail.com

ARTICLE INFO

Article history

Received January 30, 2020

Revised February 22, 2020

Accepted June 01, 2020

Published June 10, 2020

Keywords

Daya Saing

Kopi

Pasar Internasional

ABSTRACT

Based on coffee export data 2008-2017, the value of Indonesia's coffee trade specialization index is positive (0-1). The average value of ISPs of Indonesian coffee for 10 years is 0.91, showed that Indonesia tends to be a coffee exporter. Indonesian coffee has a competitiveness in the international market with an acceleration ratio value between 10.66 in 2012 to 53.76 in 2008. The always positive acceleration ratio (AR) value shows that Indonesian coffee could win the world coffee market competition. Indonesian coffee also has a comparative advantage with the value of Revealed Comparative Advantages (RCA) which is always positive. The highest RCA value of Indonesian coffee occurred in 2008 at 5.26 and the lowest RCA value in 2011 was 2.60, while the average RCA value of Indonesia was 3.93.

Copyright © 2020, Hamzah et al

This is an open access article under the CC-BY-SA license



PENDAHULUAN

Menurut data ekspor pertanian tahun 2014-2017, sektor perkebunan merupakan penyumbang ekspor tertinggi bagi Indonesia. Salah satu komoditas unggulan Indonesia yaitu kopi. Di dalam negeri, perkembangan trend konsumsi kopi dapat dikatakan semakin berkembang. Hal terlihat dari semakin menjamurnya pertumbuhan kedai-kedai kopi di berbagai kota di Indonesia. Kebiasaan menyeduh kopi sudah menjadi rutinitas bahkan gaya hidup.

Di kawasan negara-negara ASEAN, Indonesia merupakan negara eksportir kopi terbesar kedua setelah Vietnam serta pada tingkat dunia Indonesia tercatat sebagai negara eksportir terbesar keempat. Negara tujuan utama ekspor kopi Indonesia dengan bentuk segar dan olahan antara lain Amerika Serikat, Jerman, Italia, Jepang, Malaysia, Thailand, dan Rusia.

Volume ekspor kopi Indonesia cenderung fluktuatif. Volume ekspor kopi terendah sebanyak 346.493 ton pada tahun 2011 dan titik tertinggi sebanyak 534.023 ton pada tahun 2013. Nilai ekspor komoditas kopi Indonesia juga fluktuatif dengan nilai ekspor terendah pada tahun 2009 (0,81 milyar dollar AS) dan nilai ekspor tertinggi pada tahun 2015 (1,25 milyar dollar AS). Kinerja ekspor yang fluktuatif ini menunjukkan adanya kendala dalam daya saing kopi Indonesia di pasar internasional (Badan Pusat Statistik, 2019)

Penelitian tentang daya saing kopi Indonesia di pasar internasional harus selalu diadakan untuk mendukung kinerja ekspor kopi Indonesia agar selalu mengalami peningkatan. Kinerja ekspor kopi Indonesia sebelumnya telah dilaporkan oleh Alexander (2019) dan Andi (2018) yang menyatakan bahwa fluktuasi ekspor kopi Indonesia begitu dinamis (naik turun). Kinerja ekspor kopi yang meningkat diharapkan berdampak ganda pada produksi/produktivitas kopi di tingkat petani. Kenaikan produksi dan produktivitas kopi juga diharapkan meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan petani.

Uraian latar belakang di atas mengarahkan penelitian ini untuk menganalisis posisi Indonesia sebagai pengeksport kopi ataukah pengimpor kopi; kemampuan Indonesia dalam merebut pasar kopi internasional; dan keunggulan komparatif kopi Indonesia di pasar kopi internasional.

METODE

Objek penelitian ini berupa data ekspor kopi tahun 2008-2017. Objek penelitian berfokus pada tingkat daya saing komoditas kopi Indonesia dalam pasar Internasional. Penelitian ini menggunakan data sekunder yang diperoleh dari sumber kedua dimana peneliti tidak terlibat secara langsung dalam pengumpulan data mentah (Ibrahim, 1999). Data yang digunakan merupakan data *Time Series* dari tahun 2008 hingga 2017. Sumber data yang digunakan antara lain dari Badan Pusat Statistik (BPS), Kementerian Pertanian, *Food and Agriculture Organization of the United Nations* (FAO), dan *World Trade Organization* (WTO).

Analisis posisi Indonesia apakah cenderung menjadi pengeksport ataukah pengimpor kopi, digunakan Metode Indeks Spesialisasi Perdagangan (ISP). Rumus Indeks Spesialisasi Perdagangan (ISP) sebagai berikut:

$$ISP = \frac{X_{ij} - M_{ij}}{X_{ij} + M_{ij}}$$

Dimana :

ISP = Indeks Spesialisasi Perdagangan

X_{ij} = Nilai ekspor kopi Indonesia

M_{ij} = Nilai impor kopi Indonesia

Adapun ketentuan atau kriteria pengambilan keputusan metode analisis *ISP* sebagai berikut:

- Jika nilai *ISP* positif (>0 sampai dengan 1), maka Indonesia memiliki daya saing yang kuat atau cenderung menjadi negara pengeksport kopi.
- Jika nilai *ISP* negatif (< 0 sampai dengan -1), maka Indonesia memiliki daya saing yang lemah atau cenderung menjadi negara pengimpor kopi.

Metode *Acceleration Ratio* (*AR*) digunakan untuk melihat potensi kopi Indonesia dalam merebut pasar di kopi internasional. Rumus *Acceleration Ratio* (*AR*) yaitu :

$$AR = \frac{[(tren X_{ij}) + 100]}{[(tren M_{ij}) + 100]}$$

Dimana :

AR = *Acceleration Ratio*

X_{ij} = Nilai ekspor komoditas kopi Indonesia

M_{ij} = Nilai impor komoditas kopi Indonesia

Adapun ketentuan atau kriteria pengambilan keputusan metode analisis *AR* sebagai berikut :

- Jika $AR > 1$ maka kopi Indonesia mampu merebut pasar atau posisi Indonesia semakin kuat di pasar ekspor atau di pasar domestik.

- Jika $AR \leq 1$ maka kopi Indonesia belum mampu merebut pasar atau posisi Indonesia semakin lemah di pasar ekspor atau pasar domestik.

Metode *Revealed Comparative Advantages* (RCA), merupakan metode analisis yang akan digunakan untuk mengetahui keunggulan komparatif kopi Indonesia terhadap kopi dunia. Tulus Tambunan (2004), memberikan definisi RCA dengan rumus :

$$RCA = \left(\frac{X_{IK}}{X_{IM}} \right) / \left(\frac{X_{WK}}{X_{WM}} \right)$$

Dimana :

X_{IK} = Nilai ekspor produk kopi negara Indonesia

X_{IM} = Total nilai ekspor negara Indonesia

X_{WK} = Nilai ekspor produk kopi dunia

X_{WM} = Total nilai ekspor produk dunia

Adapun ketentuan atau kriteria pengambilan keputusan metode analisis RCA sebagai berikut :

- Jika $RCA \geq 1$, maka kopi Indonesia memiliki keunggulan komparatif diatas rata-rata dunia.
- Jika $RCA < 1$, maka kopi Indonesia memiliki keunggulan komparatif lebih rendah atau dibawah rata-rata dunia.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Indeks Spesialisai Perdagangan

Berdasarkan hasil analisis ISP, Indonesia cenderung menjadi negara pengespor kopi (lihat Tabel 1. berikut ini).

Tabel 1. Nilai Indeks Spesialisasi Perdagangan (ISP) Komoditas Kopi Indonesia Tahun 2008-2017

No	Tahun	Nilai ISP
1	2008	0,96
2	2009	0,94
3	2010	0,92
4	2011	0,91
5	2012	0,83
6	2013	0,94
7	2014	0,91
8	2015	0,95
9	2016	0,91
10	2017	0,94
Rata-rata		0,91

Sumber : Data Sekunder Diolah, 2019

Berdasarkan Tabel 1, nilai Indeks Spesialisasi Perdagangan (ISP) komoditas kopi Indonesia selalu positif (di atas 0 sampai dengan 1). Nilai ISP terendah Indonesia terjadi pada tahun 2012 dengan nilai 0,83 dan nilai tertinggi pada tahun 2008 dengan nilai 0,96. Nilai ISP komoditas kopi Indonesia yang berkisar antara 0 hingga 1 menandakan jika Indonesia memiliki daya saing dan cenderung sebagai negara pengekspor. Menurut teori siklus produk Hiratsuka, posisi daya saing Indonesia berada pada tahap ekspor. Pada tahap ini, komoditas kopi Indonesia melakukan produksi dalam skala besar dan mulai meningkatkan ekspornya sedangkan pada pasar domestik penawaran untuk komoditas kopi lebih besar daripada permintaan.

Dalam teori Hiratsuka, Indonesia dimasukkan dalam tahap ekspor. Hal ini selaras dengan pernyataan Pusat Data dan Informasi Pertanian dalam outlook kopi 2018(2019) yang menyatakan bahwa suplai kopi di pasar domestik melebihi permintaan dalam negeri. Menurut data dari Kementerian Pertanian tercatat untuk konsumsi kopi dalam negeri pada tahun 2017 sebesar 226.097 ton sedangkan produksi kopi sebesar 716.089 ton. Terpenuhinya kebutuhan dalam negeri memungkinkan Indonesia untuk mengeksport kelebihan dari produksi yang ada.

Analisis *Acceleration Ratio* (AR)

Penghitungan *Acceleration Ratio* (AR) suatu negara dapat mengetahui bagaimana kemampuan kopi Indonesia dalam merebut pasar Internasional. Tabel 2. Memuat hasil analisis *Acceleration Ratio* (AR) kopi Indonesia di pasar Internasional.

Tabel 2. Nilai *Acceleration Ratio* (AR) Kopi Indonesia Tahun 2008-2017

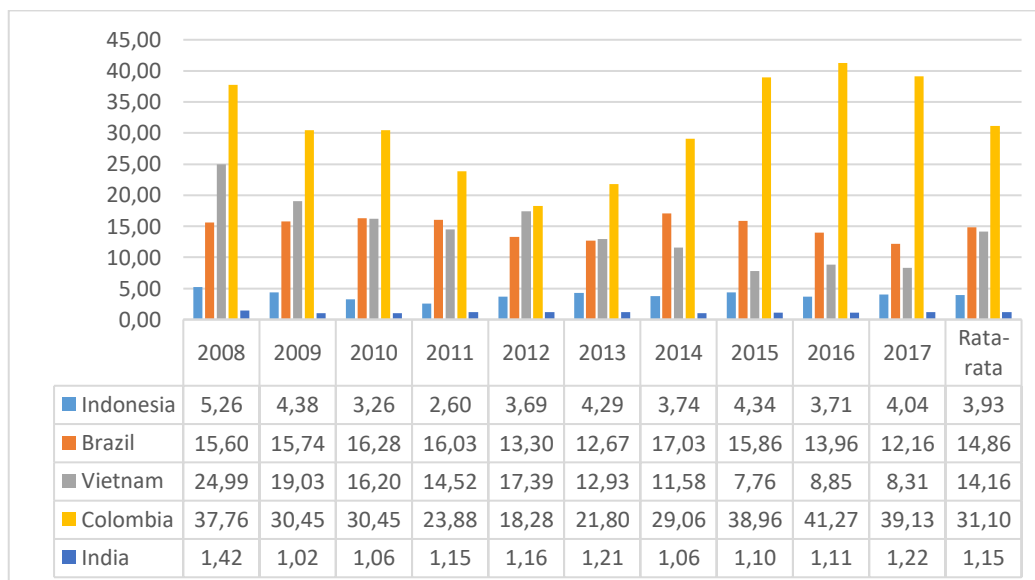
No	Tahun	Nilai AR
1	2008	53,76
2	2009	32,94
3	2010	23,36
4	2011	21,11
5	2012	10,66
6	2013	30,23
7	2014	22,23
8	2015	38,03
9	2016	20,81
10	2017	35,35
Rata-rata		28,85

Sumber : Data Sekunder Diolah, 2019.

Berdasarkan Tabel 2, nilai *Acceleration Ratio* (AR) komoditas kopi Indonesia menunjukkan nilai positif (lebih dari satu) walaupun nilainya cenderung fluktuatif setiap tahunnya. Titik terendah nilai AR kopi Indonesia terjadi pada tahun 2012 dengan nilai 10,66 dan nilai AR tertinggi pada tahun 2008 dengan nilai 53,76, serta rata-rata nilai AR yang diperoleh adalah 28,85. Nilai AR komoditas kopi Indonesia yang selalu positif menandakan jika Indonesia mampu merebut pasar komoditas kopi di pasar Internasional.

Analisis *Revealed Comparative Advantages* (RCA)

Keunggulan komparatif kopi Indonesia terhadap kopi dunia dapat dilihat dalam grafik berikut ini.



Grafik 1. Nilai RCA Indonesia dan negara pesaing (Data Sekunder Diolah, 2019).

Berdasarkan Grafik 1, nilai RCA komoditas kopi Indonesia rentang tahun 2008 sampai dengan tahun 2017 terlihat fluktuatif. Kendati nilai RCA fluktuatif, nilai RCA dari tahun 2008 hingga tahun 2017 Indonesia

selalu menunjukkan nilai yang positif (lebih dari satu). Nilai RCA yang positif menunjukkan jika komoditas kopi Indonesia memiliki keunggulan komparatif. Adapun nilai tertinggi daya saing yang dimiliki Indonesia yaitu pada tahun 2008 dengan nilai RCA sebesar 5,26 dan nilai terendah pada tahun 2011 dengan nilai RCA sebesar 2,60, sedangkan nilai rata-rata RCA Indonesia selama sepuluh tahun adalah 3,93.

Nilai RCA komoditas kopi Indonesia bila dibandingkan dengan negara pesaing di pasar internasional, nilai RCA Indonesia terlihat lebih kecil dan hanya mampu lebih baik dari negara India. Negara Kolombia merupakan negara dengan keunggulan komparatif tertinggi dengan nilai RCA rata-rata 31,10, kemudian berturut-turut Brazil dengan nilai RCA rata-rata 14,86 dan Vietnam dengan nilai RCA rata-rata 14,16. Nilai RCA yang masih lebih kecil dari dari tiga negara kuat di atas perlu dicermati lebih mendalam dari sisi aspek produksi, rantai pasok dan rantai nilai, tata aturan perdagangan dan aturan ekspor lainnya supaya RCA Indonesia menjadi meningkat mengalahkan negara-negara tersebut.

KESIMPULAN

Nilai Indeks Spesialisasi Perdagangan (ISP) komoditas kopi Indonesia yang berkisar antara 0 hingga 1 menandakan jika Indonesia memiliki daya saing dan cenderung sebagai negara pengekspor. Berdasarkan nilai ISP Indonesia yang berada dalam kisaran antara 0 dan 1, menurut teori siklus produk Hiratsuka posisi daya saing Indonesia berada pada tahap ekspor. Pada tahap ini, komoditas kopi Indonesia melakukan produksi dalam skala besar dan mulai meningkatkan eksportnya sedangkan pada pasar domestic, penawaran untuk komoditas kopi lebih besar daripada permintaan.

Nilai *Acceleration Ratio* (AR) komoditas kopi Indonesia menunjukkan nilai positif (lebih dari satu). Nilai AR yang selalu positif menandakan Indonesia mampu merebut pasar komoditas kopi di pasar internasional.

Nilai *Revealed Comparative Advantages* (RCA) Indonesia dari tahun 2008-2017 selalu bernilai positif (lebih dari satu). Nilai RCA yang positif menunjukkan jika komoditas kopi Indonesia memiliki keunggulan komparatif diatas rata-rata dunia atau dapat disimpulkan bila komoditas kopi Indonesia memiliki daya saing yang kuat di pasar internasional.

UCAPAN TERIMAKASIH

Terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu terselesaikannya penelitian ini, antara lain: para pembimbing dan penguji tesis di Prodi Magister Agribisnis PPs UMM.

DAFTAR PUSTAKA

- Alexander, Ivan. 2019. Analisis Daya Saing Ekspor Biji Kopi Indonesia di Pasar Global Tahun 2002-2017. *Journal of Social and Agriculture Economic* Volume 12 No 2 (2019). Universitas Jember. Jember.
- Andi, Yusrizal Andi. 2019. Analisis Trend Ekspor Kopi Indonesia. *Agriecobis : Journal of Agricultural Socioeconomics and Business*. Volume 2 No 1 2019. Program Studi Agribisnis Universitas Muhammadiyah Malang. Malang.
- Asosiasi Eksportir dan Industri Kopi Indonesia (AEKI). 2019. Sejarah Kopi di Indonesia. Jakarta.
- Badan Pusat Statistik. 2019. Perkembangan Ekspor Nonmigas. (Diakses 25 Maret 2019).
- Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO). 2019. Fao.org/faostat/en/#data/TP. (Diakses 5 Agustus 2019)
- Hiratsuka, dan Daisuke 2003. Competitiveness of ASEAN, China, and Japan. dalam Tambunan, Tulus. 2004. *Globalisasi dan Perdagangan Internasional*. Ghalia Indonesia. Jakarta
- Ibrahim, Jabal Tarik. 1999. *Metode Penelitian Sosial Ekonomi*. Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Malang. Malang.
- Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian. 2019. "Outlook Kopi 2018". Kementerian Pertanian. Jakarta.