

# ANALISIS DAYA SAING SERTA FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI PANGSA PASAR NEGARA EKSPORTIR UTAMA KOPI DI NEGARA IMPORTIR UTAMA KOPI

## *Competitiveness Analysis and Factors Affecting the Market Share of the Main Coffee Exporting Countries in the Main Coffee Importing Countries*

Doni Sahat Tua Manalu<sup>1</sup> Harianto<sup>2</sup> Suharno<sup>2</sup> Sri Hartoyo<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Program Studi Manajemen Agribisnis, Sekolah Vokasi IPB University  
Jl. Raya Pajajaran, Kota Bogor, Indonesia

<sup>2</sup>Departemen Agribisnis, Fakultas Ekonomi Manajemen, IPB University  
Jl. Kamper Wing 5 Level 4, Darmaga, Bogor, Indonesia

<sup>3</sup>Departemen Ilmu Ekonomi, Fakultas Ekonomi Manajemen, IPB University  
Jl. Kamper Wing 5 Level 4, Darmaga, Bogor, Indonesia

Email: [donisahat@apps.ipb.ac.id](mailto:donisahat@apps.ipb.ac.id)

Naskah diterima: 03/06/2020; Naskah direvisi: 04/12/2020; Disetujui diterbitkan: 22/03/2022;  
Dipublikasikan online: 31/07/2022

### Abstrak

Negara eksportir utama kopi dunia dalam kurun waktu 1995-2017 adalah Brazil, Vietnam, Kolombia dan Indonesia. Sementara importir utama dunia adalah Amerika Serikat, Jepang, dan Jerman. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis daya saing komparatif negara eksportir utama kopi dunia dan menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi pangsa pasar negara eksportir utama kopi di negara importir utama kopi. Data yang digunakan merupakan data sekunder menggunakan jenis data *time series* periode 1995-2017 dengan kode HS 090111. Metode analisis data yang digunakan adalah metode *Revealed Comparative Advantage*, *Dynamic Revealed Comparative Advantage*, dan metode *Linear Approximate Almost Ideal Demand System*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keempat negara eksportir utama kopi dunia memiliki daya saing yang bervariasi. Faktor-faktor yang memengaruhi pangsa pasar negara eksportir utama kopi di negara importir utama kopi adalah harga dan non harga. Rekomendasi yang diberikan memerlukan keterlibatan dari berbagai pihak (petani, pengusaha, dan pemerintah) mulai dari cara budidaya, pemeliharaan, panen, dan pasca panen yang benar dilakukan dengan memberikan penyuluhan melalui program pemerintah, penerapan sertifikasi mutu kopi serta kebijakan perdagangan dalam bentuk kerja sama bilateral.

**Kata Kunci:** Kopi, Ekspor, Persaingan, Pasar Global

### Abstract

*The main exporting countries of world coffee in the period 1995-2017 were Brazil, Vietnam, Colombia, and Indonesia. The world's main importers are the United States, Japan, and Germany. The purpose of this study is to analyze the comparative competitiveness of the world's main coffee exporters and to analyze the factors that influence the market share of the major coffee exporting countries in the major coffee importing countries. The data used in this study is secondary data obtained from various sources using time series data for the period 1995 to 2017 with the HS code 090111. The data analysis method used is the Revealed Comparative Advantage, Dynamic Revealed Comparative Advantage, and Linear Approximate Almost Ideal Demand System. The results showed that the four major coffee exporters in the world had competitiveness. The factors that affect the market share of the main coffee exporting countries in the main coffee importing countries are price and non-price.*

<https://doi.org/10.30908/bilp.v16i1.445>

Published by Trade Policy Agency, Ministry of Trade. This is an open access article under the CC BY-SA 4.0 license (<http://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>)

*The recommendations given require the involvement of various parties (farmers, entrepreneurs, and the governments) starting from the correct way of cultivation, harvesting, and post-harvest carried out by providing counseling through government programs, implementing coffee quality certification, and trade policies in the form of bilateral cooperation.*

**Keywords:** Coffee, Export, Competition, Global Market

**JEL Classification:** C22, F13, O24, Q17

## PENDAHULUAN

Pasokan kopi dunia sebagian besar berasal dari Brazil (3.212.400 ton), Vietnam (1.758.000 ton), Kolombia (676.284 ton), Indonesia (572.460 ton) dengan total kontribusi dari keempat negara tersebut adalah 67,75% (Kementan, 2017). Keempat negara eksportir utama yaitu Brazil, Vietnam, Kolombia dan Indonesia mengalami persaingan yang dinamis di pasar global. Hal ini dapat dilihat dari setiap pangsa kopi biji masing-masing negara eksportir di negara importir kopi utama dunia dari waktu ke waktu. Pangsa kopi biji tersebut memberikan gambaran mengenai kondisi di mana masing-masing negara penghasil kopi di dunia ternyata mengalami perubahan baik dalam hal produksi domestik, jumlah ekspor serta kontribusinya terhadap perdagangan dunia yang berbeda-beda dari waktu ke waktu, hal ini dapat dipengaruhi oleh faktor internal maupun faktor eksternal masing-masing Negara (Rosiana, 2019).

Berdasarkan data ICO (2018) mencatat bahwa keempat negara

produsen kopi dunia memiliki jenis kopi yang berbeda dan secara umum jenis kopi yang diproduksi memiliki dua jenis kopi yaitu arabika dan robusta. Meskipun beberapa negara eksportir utama tersebut ada yang memproduksi jenis kopi arabika dan robusta secara bersama-sama misalnya Brazil, Vietnam dan Indonesia, namun tetap ada jenis kopi yang dominan berasal dari masing-masing negara tersebut. Negara Brazil dan Kolombia paling dominan memproduksi jenis kopi arabika, sedangkan Vietnam dan Indonesia produksi utama kopi robusta.

Pengelolaan produksi kopi di masing-masing negara produsen utama juga berbeda salah satunya dipengaruhi oleh masa (waktu) panen kopi yang berbeda. Perbedaan yang dimiliki dapat berasal dari perbedaan jenis kopi maupun perbedaan wilayah geografis masing-masing negara. Masa panen kopi di Brazil dan Indonesia berkisar antara bulan April-Maret, sementara Vietnam dan Kolombia memiliki masa panen bulan Oktober-September.

Kemendag (2018) mengemukakan bahwa kopi robusta dan arabika memiliki karakteristik yang berbeda dan hal tersebut akan memengaruhi suatu negara dalam memproduksi jenis kopi robusta atau arabika, kondisi ini menyebabkan terjadinya perbedaan jenis kopi yang dimiliki oleh setiap negara dan walaupun ada negara yang dapat memproduksi keduanya yaitu jenis robusta dan arabika namun akan ada salah satu jenis kopi yang dominan dan potensial di negara tersebut. Impor kopi dunia tahun 1995-2016 mencapai 6,89 juta ton dengan tingkat pertumbuhan rata-rata impor 2,64% per tahun (UN Comtrade, 2018). Secara umum, negara importir kopi biji terbesar dunia yaitu Amerika Serikat sebesar 1,42 juta ton (20,58%). Kemudian, importir utama kopi dunia tahun 2016 didominasi oleh negara-negara yang tergabung dalam *European Union* (EU) sebesar 58% (ICO, 2017). Negara-negara yang tergabung dalam EU yang menjadi negara importir kopi secara berturut-turut mulai dari jumlah impor paling tinggi hingga rendah adalah Jerman, Italia, Belgia, Prancis, *United Kingdom* (sejak 1 Februari 2020, *United Kingdom* telah menyatakan keluar dari EU), serta Belanda sehingga pada

penelitian ini Jerman digunakan sebagai negara yang akan mewakili EU.

Asia khususnya negara Jepang sebagai negara importir utama kopi biji dari Brazil, Vietnam, Kolombia dan Indonesia yang kemudian dilakukan pengolahan di masing-masing negara tersebut. Berdasarkan uraian tersebut maka negara importir utama yang dianalisis dalam penelitian ini adalah Amerika Serikat, Jepang dan Jerman, hal ini juga disebabkan besarnya pangsa impor kopi ke tiga negara dari Indonesia tersebut, sehingga analisis yang dilakukan dapat menjadi saran kebijakan yang tepat bagi perdagangan kopi Indonesia terlebih lagi dengan adanya target yang dicanangkan oleh pemerintah dalam RPJPN yaitu peningkatan ekspor kopi sebesar 24,3% pada tahun 2025 dapat tercapai.

Adam Smith mengemukakan konsep daya saing yang digunakan untuk mengukur keunggulan komoditas suatu negara terhadap negara pesaing didasarkan pada keunggulan Absolut (Salvatore, 1996), selanjutnya David Ricardo menyempurnakan teori Adam Smith dengan teori keunggulan komparatif dengan menyatakan bahwa suatu negara lebih baik memilih spesifikasi ekspor komoditas tertentu

yang memiliki keunggulan komparatif agar alokasi sumber daya ekonomi negara tersebut menjadi lebih efisien (Gonarsyah, 2007). Selanjutnya, Krugman & Obstfeld (2012) menyatakan bahwa suatu negara memiliki keunggulan komparatif dalam memproduksi suatu barang jika *opportunity cost* dari memproduksi barang lebih kecil daripada negara lain. Lebih lanjut Pindyck & Rubinfeld (2013) mengemukakan bahwa keunggulan komparatif setiap negara akan menentukan apa yang terjadi dalam perdagangan di antara negara tersebut dan perdagangan antara dua negara dapat memperoleh keuntungan jika setiap negara mengekspor barang yang memiliki keunggulan komparatif. Sementara itu, Gonarsyah (2007) mengemukakan bahwa komoditas yang memiliki keunggulan komparatif akan memiliki daya saing.

Balassa (1965) mengembangkan metode analisis daya saing yang dapat diukur dengan perhitungan *Revealed of Comparative Advantage* (RCA) Indeks. RCA menunjukkan ukuran daya saing dengan mengukur rasio pangsa pasar di suatu negara terhadap dunia dan dibandingkan dengan negara lainnya. Pangsa pasar merupakan ukuran yang berguna dalam menganalisis daya saing

karena menjadi salah satu indikator dalam menentukan tingkat persaingan (Kennedy et al, 1998; Polymeros et al, 2005). Pengukuran pangsa pasar dilakukan dengan menggunakan indeks RCA atau biasa disebut indeks Balassa. Indeks tersebut menunjukkan ekspor suatu negara dalam suatu industri terhadap rata-rata industri dalam perdagangan dunia. Dengan kata lain, indeks tersebut menunjukkan perbandingan struktur ekspor suatu negara terhadap struktur ekspor dunia (Widodo, 2010). Suatu negara memiliki daya saing jika terjadi peningkatan pangsa pasar (Coy, 2006). Penentu daya saing dapat berasal dari mutu produk, diferensiasi produk, *economies of scale*, biaya input, teknologi, dan faktor lainnya (Kennedy et al, 1998). Mutu atau komposisi ekspor merupakan penentu utama pangsa ekspor suatu negara (Voon Xiang-Dong, 1997).

Daya saing yang ditunjukkan oleh nilai indeks RCA (*Balassa Index*) menunjukkan sudut pandang statis serta tidak cukup menjelaskan perubahan daya saing dari waktu ke waktu (Ozcelik & Erlat, 2013). Sedangkan daya saing bersifat dinamis dan akan mengalami fluktuasi dari waktu ke waktu tergantung pada tingkat kompetisi. Maka, Edwards & Schoer (2002) mengembangkan suatu

indeks untuk menganalisis perubahan daya saing dari waktu ke waktu atau biasa disebut *Dynamic RCA Index*. Hal tersebut menganalisis pertumbuhan pangsa pasar komoditas tertentu dalam suatu negara dan pasar dunia. Edwards dan Schoer (2002) menganalisis dinamika posisi pasar ekspor suatu negara dengan mengkategorikan menjadi enam kelompok yaitu *rising stars, failing stars, lagging retreat, lost opportunity, leading retreat*, dan *lagging opportunity*.

Penelitian mengenai faktor yang memengaruhi pangsa pasar komoditas suatu negara telah dilakukan oleh beberapa peneliti sebelumnya, diantaranya Rifin (2013) melakukan kajian mengenai faktor yang memengaruhi pangsa impor produk minyak sawit Indonesia di pasar China dan India, dimana dari hasil kajian tersebut diperoleh bahwa minyak sawit Indonesia lebih elastis dibandingkan Malaysia di kedua pasar tersebut. Rifai (2014) juga mengidentifikasi faktor yang memengaruhi impor minyak sawit di pasar Amerika dengan menggunakan model sistem persamaan simultan. Faktor-faktor tersebut adalah konsumsi minyak nabati per kapita Amerika Serikat (AS), pertumbuhan ekonomi AS, ekspor CPO Malaysia, konsumsi CPO

domestik Malaysia dan konsumsi domestik minyak kedelai AS. Konsumsi minyak nabati per kapita AS berpengaruh negatif dan signifikan terhadap impor minyak sawit AS, hal ini disebabkan karena minyak sawit yang diimpor oleh AS dikonsumsi oleh industri oleokimia yang produk outputnya kembali diekspor oleh AS.

Egwuma et al, (2016) juga mengidentifikasi faktor yang memengaruhi industri di Nigeria, faktor yang berpengaruh adalah harga minyak sawit dan tingkat pendapatan. Suherman (2016) menganalisis faktor yang memengaruhi proporsi impor minyak (CPO) di Belanda adalah harga minyak kelapa sawit Indonesia, harga minyak kelapa Malaysia, total nilai impor, nilai tukar riil, dan jumlah populasi di Belanda. Berdasarkan penelitian Zakaria et al, (2017) yang menggunakan model *Autoregressive Distribusi Lag* (ARDL), faktor yang memengaruhi impor minyak sawit di India dalam jangka panjang adalah tingkat *Gross Domestic Product* (GDP) negara tersebut, adanya selisih harga antara minyak sawit dan minyak kedelai dan semakin meningkatnya proporsi kelompok umur 15-64 tahun. Minyak sawit di India juga merupakan barang inferior karena penjualannya pada pasar retail melalui

sistem distribusi publik, pendapatan nasional, kebijakan liberalisasi perdagangan dan nilai tukar.

Pada komoditas kopi, penelitian mengenai faktor yang menyebabkan terjadinya persaingan di pasar internasional dikaji oleh peneliti-peneliti terdahulu, diantaranya Rosiana et.al, (2018) melakukan kajian untuk mengukur kekuatan kompetisi sepuluh negara eksportir utama kopi dunia dengan menganalisis nilai korelasi dua negara. Analisis korelasi dilakukan dengan menggunakan *Rank Spearman Correlation* dengan variabel independen berskala ordinal (RCA index negara Xi), dan variabel independen berskala ordinal (RCA index negara Yi).

Dalam penelitian (Komaling, 2013) tentang Analisis Determinan Ekspor Kopi Indonesia ke Jerman menggunakan model regresi berganda menunjukkan bahwa pendapatan per kapita Jerman, harga kopi dunia dan konsumsi kopi Jerman berpengaruh secara signifikan terhadap volume ekspor kopi Indonesia ke Jerman. Fortunika, (2019) melakukan kajian terhadap posisi kopi robusta Indonesia di pasar Jerman menggunakan metode *linear approximate Almost Ideal Demand System* (AIDS) berdasarkan hasil estimasi model dari kajian tersebut

diperoleh variabel harga kopi Indonesia untuk kopi biji signifikan dan berpengaruh nyata terhadap proporsi (pangsa) impor kopi biji Indonesia di Jerman, faktor harga yang memengaruhi permintaan kopi biji Indonesia di Jerman lainnya selain harga kopi biji Indonesia adalah harga kopi Vietnam dan harga kopi India. Selanjutnya variabel harga kopi biji menunjukkan tanda positif dan kopi bubuk Indonesia menunjukkan tanda negatif, sementara harga kopi bubuk Indonesia tidak signifikan, sehingga variabel tersebut tidak berpengaruh secara nyata terhadap proporsi impor kopi Indonesia, namun penelitian Fortunika (2019) fokus pada kopi Indonesia saja dan variabel yang digunakan hanya variabel kopi Indonesia.

Berdasarkan teori dan berbagai penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, maka variabel-variabel yang digunakan pada penelitian ini adalah seperti yang tersaji pada Tabel 1. Diharapkan penelitian ini dapat menyempurnakan kajian yang telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya khususnya pada komoditas kopi.

Berdasarkan penjelasan yang telah diuraikan tersebut maka yang menjadi tujuan penelitian ini adalah untuk

menganalisis daya saing komparatif negara eksportir utama kopi dunia dan menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi pangsa pasar negara eksportir utama kopi di negara importir utama kopi.

## METODE

Penelitian ini menggunakan data sekunder yang berasal dari berbagai sumber (Tabel 1). Data 1995-2017 digunakan untuk menganalisis daya saing dengan menggunakan metode RCA dan DRCA, sehingga saat menghitung DRCA dapat mempermudah dalam mengklasifikasi data ke dalam empat periode waktu.

Adapun dasar pemilihan tahun pada penelitian ini adalah dari sisi kelengkapan data penelitian yang diperoleh dan pada periode tersebut terdapat kebijakan perdagangan yang berubah misalnya kebijakan non tarif seperti *Sanitary and Phytosanitary* (SPS) dan *Technical Barrier to Trade* (TBT) (WTO, 2019). Alasan lainnya adalah karena sebesar 97,1% kopi yang di ekspor Indonesia dalam kurun waktu periode data penelitian adalah kopi biji dengan kode HS 090111 (*coffee, not roasted, not decaffeinated*) (Kementan, 2017), maka penelitian ini difokuskan pada kopi dengan kode HS 090111.

**Tabel 1. Data dan Sumber Data**

No	Uraian	Sumber Data
1	Volume dan kuantitas ekspor (Ton)	UN COMTRADE
2	Harga kopi Indonesia USD	WTO
3	Harga kopi Kolombia USD	WTO
4	Harga kopi Vietnam USD	WTO
5	Harga kopi Brazil USD	WTO
6	Harga <i>Rest of the World</i> (ROW)	WTO
7	Suku bunga (%)	BI
8	Populasi, Inflasi (Jiwa)	<i>World Bank</i>
9	Pengeluaran	<i>World Bank</i>
10	GDP deflator, GDP, IHK	WTO
11	Nilai tukar	UNCTAD
12	SPS, TBT (Unit)	WTO

## Analisis Daya saing

### ***Revealed Comparative Advantage***

Daya saing suatu negara dapat diukur berdasarkan jumlah eksportnya, dengan metode *Revealed Comparative Advantage* (RCA). Metode RCA

digunakan untuk menjawab tujuan pertama dari penelitian ini, metode RCA dikemukakan oleh Balassa (1965) dengan tujuan mengukur daya saing suatu komoditas di tingkat internasional. Metode RCA atau yang biasa disebut

dengan *Balassa Index* menetralsir efek dari ukuran ekonomi atau industri suatu negara sehingga dapat membandingkan kinerja ekspor antar negara (Erkan & Yildirimci, 2015). Formula RCA dapat dilihat pada persamaan 1.

$$RCA_j = \frac{x_{ij}}{\sum_j X_{ij}} / \frac{x_{wj}}{\sum_j X_{wj}} \dots\dots\dots(1)$$

Dimana:  $RCA_j$  adalah daya saing suatu negara terhadap suatu komoditas  $j$ ;  $x_{ij}$  adalah nilai ekspor komoditas  $j$  dari negara  $i$  (USD);  $x_{wj}$  adalah total nilai ekspor komoditas  $j$  dari seluruh negara/dunia (USD);  $\sum_j X_{ij}$  adalah nilai ekspor seluruh komoditas dari negara  $i$  (USD);  $\sum_j X_{wj}$  adalah total ekspor seluruh komoditas dari seluruh negara/dunia (USD);  $j$  sama dengan komoditas  $j$ ;  $i$  adalah negara  $i$ ;  $w$  adalah seluruh negara (dunia).

Secara umum, nilai  $RCA_{ij}$  berada pada  $0 < RCA_{ij} < \infty$ . Jika nilai  $RCA_{ij}$  lebih besar dari satu berarti bahwa negara  $i$  memiliki daya saing pada komoditas  $j$  karena pangsa komoditas  $j$  di dalam ekspor total negara  $i$  lebih besar dari komoditas yang sama dalam ekspor dunia sehingga berspesialisasi di komoditas tersebut. Sebaliknya jika  $RCA_{ij}$  bernilai kurang dari satu mengindikasikan bahwa negara  $i$  tidak memiliki daya saing pada komoditas  $j$  dan tidak berspesialisasi di kelompok

komoditas tersebut. Secara lebih rinci, kekuatan daya saing internasional yang ditunjukkan oleh *Balassa RCA Index* dikelompokkan menjadi empat klasifikasi Hinloopen (2010), Erkan & Yildirimci (2015), yaitu Klasifikasi 1 :  $0 < RCA_{ij} \leq 1$ , tidak berdaya saing; Klasifikasi 2 :  $1 < RCA_{ij} \leq 2$ , daya saing lemah; Klasifikasi 3 :  $2 < RCA_{ij} \leq 4$ , daya saing medium; dan Klasifikasi 4 :  $4 < RCA_{ij}$ , daya saing kuat.

***Dynamic Revealed Comparative Advantage Index***

Analisis perubahan daya saing dari waktu ke waktu dianalisis dengan menggunakan *Dynamic Revealed Comparative Advantage Index (DRCA Index)*. Pada persamaan (2), bagian pertama sisi kanan mencerminkan pertumbuhan pangsa pasar komoditas  $j$  dalam total perdagangan negara  $i$ . Sedangkan bagian kedua sisi kanan mencerminkan pertumbuhan pangsa pasar komoditas  $j$  dalam perdagangan dunia ( $w$ ). Formula DRCA dapat dilihat pada persamaan 2 berikut.

$$DRCA = \frac{\Delta RCA_j}{RCA_j} = \frac{\Delta \left( \frac{x_{ij}}{\sum_j X_{ij}} \right)}{\frac{x_{ij}}{\sum_j X_{ij}}} - \frac{\Delta \left( \frac{x_{wj}}{\sum_j X_{wj}} \right)}{\frac{x_{wj}}{\sum_j X_{wj}}} \dots\dots (2)$$

Edwards & Schoer (2002), menganalisis dinamika posisi pasar ekspor suatu negara dengan mengkategorikan menjadi enam

kelompok (Tabel 2). Berdasarkan perspektif dinamis bahwa keberhasilan restrukturisasi ekspor tercermin pada

pergeseran ekspor dari pasar yang *stagnan (leading retreat)* dan memasuki pasar yang dinamis (*rising stars*).

**Tabel 2. Dinamika Posisi Pasar Ekspor**

RCA <sup>a)</sup>	Pertumbuhan Pangsa komoditas j pada ekspor negara <sup>a)</sup>	Pertumbuhan Pangsa komoditas j pada ekspor dunia <sup>a)</sup>	Posisi pasar ekspor <sup>a)</sup>	Evaluasi Ekspor, <sup>a,b)</sup>	
Naik	↑	>	↑	<i>Rising stars</i>	<i>Successful restructuring</i>
	↑	>	↓	<i>Falling stars</i>	<i>Poor restructuring</i>
	↓	>	↓	<i>Lagging retreat</i>	<i>Poor restructuring</i>
Turun	↓	<	↑	<i>Lost opportunity</i>	<i>Poor restructuring</i>
	↓	<	↓	<i>Leading retreat</i>	<i>Successful restructuring</i>
	↑	<	↑	<i>Lagging opportunity</i>	<i>Poor restructuring</i>

Sumber: <sup>a)</sup>Edwards dan Schoer (2002), <sup>b)</sup>Ozcelik dan Erlat (2013)

### Almost Ideal Demand System (Linear Approximate/AIDS)

Penelitian ini juga menggunakan model AIDS yang diperkenalkan oleh Deaton (1980) untuk menjawab tujuan penelitian kedua yaitu untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi pangsa pasar diantara negara eksportir utama. Metode estimasi untuk menduga koefisien (parameter) pada model AIDS menggunakan metode *Seemingly Unrelated Regression* (SUR) karena asumsi ini dapat membantu melihat posisi kopi negara eksportir di negara importir. Data yang digunakan pada model AIDS adalah *time series* dalam rentang waktu 1995-2017. Data-data tersebut kemudian akan diestimasi

menggunakan model Linear Approximate AIDS (LA/AIDS) dengan model dasar seperti pada persamaan berikut:

$$w_i = \alpha_i + \sum_{j=i}^n \gamma_{ij} \ln p_j + \beta_i \ln \left( \frac{X}{P} \right) + \sum \theta \ln Z + e_i \dots\dots (3)$$

Dimana  $W_i$  adalah pangsa ekspor negara eksportir ke-i di negara tujuan;  $P_i$  adalah harga asal komoditas kopi negara eksportir;  $X$  adalah nilai impor total negara tujuan;  $P^*$  adalah indeks harga *geometrik Stone* =  $\sum w_i \cdot p_i$ ;  $Z$  adalah peubah demografi (*Coverage area*, populasi, GDP riil, inflasi, nilai tukar riil)

Adapun estimasi model pangsa pasar ekspor kopi dari negara eksportir utama ke negara importir (tujuan) utama sebagai berikut:

$$W_1 = a_1 + y_{11} \ln p_1 + y_{12} \ln p_2 + y_{13} \ln p_3 + y_{14} \ln p_4 + y_{15} \ln p_5 + \beta_1 \ln \left( \frac{x}{p^*} \right) \dots \dots \dots (4)$$

$$W_2 = a_2 + y_{21} \ln p_1 + y_{22} \ln p_2 + y_{23} \ln p_3 + y_{24} \ln p_4 + y_{25} \ln p_5 + \beta_2 \ln \left( \frac{x}{p^*} \right) \dots \dots \dots (5)$$

$$W_3 = a_3 + y_{31} \ln p_1 + y_{32} \ln p_2 + y_{33} \ln p_3 + y_{34} \ln p_4 + y_{35} \ln p_5 + \beta_3 \ln \left( \frac{x}{p^*} \right) \dots \dots \dots (6)$$

$$W_4 = a_4 + y_{41} \ln p_1 + y_{42} \ln p_2 + y_{43} \ln p_3 + y_{44} \ln p_4 + y_{45} \ln p_5 + \beta_4 \ln \left( \frac{x}{p^*} \right) \dots \dots \dots (7)$$

Dimana  $W_1$  adalah pangsa ekspor kopi Indonesia di negara tujuan;  $W_2$  adalah pangsa ekspor kopi Kolombia di negara tujuan;  $W_3$  adalah pangsa ekspor kopi Vietnam di negara tujuan;  $W_4$  adalah pangsa ekspor kopi Brazil di negara tujuan;  $P_1$  adalah harga kopi Indonesia di negara tujuan;  $P_2$  adalah harga kopi Kolombia di negara tujuan;  $P_3$  adalah harga kopi Vietnam di negara tujuan;  $P_4$  adalah harga kopi Brazil di negara tujuan. *Carea Coverage area* eksportir di negara tujuan; Pop adalah populasi negara tujuan; GDPRI adalah GDP riil negara tujuan; INF adalah inflasi di negara tujuan; NTR adalah nilai tukar riil negara tujuan;  $\alpha, \gamma, \beta, \theta$  adalah parameter regresi.

Indeks harga *geometrik stone* dapat memengaruhi perhitungan pada model AIDS, hal ini disebabkan oleh tidak invarian terhadap perubahan unit pengukuran Moschini (1995) dalam Rifin (2011). Maka Moschini mengemukakan bahwa agar indeks harga *stone*

terkoreksi yang menggunakan log-linear versi indeks Laspeyres sebagai berikut.

$$\ln P^* = \sum_{i=1}^n S_i \ln \frac{P_{it}}{P_t^0} \dots \dots \dots (8)$$

dimana  $P_t^0$  adalah harga di tahun dasar

Selanjutnya, metode *Seemingly Unrelated Regression* (SUR) yang diolah pada program SAS 14.1 dilakukan untuk menentukan koefisien regresi pada model. Sesuai dengan syarat pada model AIDS maka persamaan-persamaan yang dibangun pada penelitian ini direstriksi menggunakan kendala *adding up*, *homogeneity* dan *symmetry*.

Berdasarkan parameter-parameter AIDS yang diperoleh dari hasil estimasi maka selanjutnya dihitung nilai elastisitas harga sendiri yang dapat menggambarkan tingkat persaingan negara eksportir utama dunia di negara importir kopi utama dunia. Adapun nilai elastisitas permintaan sendiri menggunakan rumus elastisitas *uncompensated* atau Marshallian yang diadopsi dari penelitian Wan et al,

(2010) Dihitung berdasarkan rumus sebagai berikut :

Elastisitas harga sendiri

$$e_{ij} = \frac{(\hat{y}_{ij} - \beta_{ij} w_i)}{w_i} - 1 \dots\dots\dots(9)$$

Dimana  $\hat{y}_{ij}$  adalah parameter harga kopi Indonesia di pasar  $j$ ;  $\beta_{ij}$  adalah nilai total impor kopi di pasar  $j$ ;  $w_i$  adalah pangsa kopi Indonesia;  $w_j$  adalah pangsa kopi negara  $j$

Hasil estimasi dari model AIDS digunakan untuk menjawab masalah faktor-faktor yang memengaruhi permintaan impor kopi negara eksportir utama dunia di negara importir utama dunia. Nilai signifikansi adalah dasar untuk menetapkan variabel yang berpengaruh. Sementara seberapa pengaruh variabel tersebut dapat diketahui berdasarkan nilai koefisien masing-masing variabel dari hasil estimasi.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Daya Saing Kopi Negara Eksportir Utama Dunia

Daya saing kopi masing-masing negara eksportir utama akan menunjukkan bagaimana kinerja ekspor masing-masing negara di pasar global. Berdasarkan Tabel 3, daya saing kopi pada empat negara eksportir utama dunia umumnya memiliki daya saing karena memiliki nilai  $RCA > 1$  dan

tergolong pada daya saing kuat terkecuali pada tahun 2000 semua negara eksportir kopi tidak berdaya saing. Berdasarkan catatan Kemendag (2018), negara importir kopi mengalami penurunan produksi pada tahun 2000 akibat dilanda bencana El Nino dan karena perkebunan kopi di Brazil terkena embun upas (terakhir melanda Brazil pada tahun 2000).

**Tabel 3. Nilai RCA Kopi Negara Eksportir Utama Dunia, 1997-2017**

Tahun	Negara Eksportir			
	Brazil	Vietnam	Kolombia	Indonesia
1997	40,78	25,23	95,35	4,59
1998	38,58	23,73	90,98	6,17
1999	1,41	1,15	2,88	0,23
2000	0,05	0,04	0,12	0,01
2001	30,65	24,59	73,73	3,85
2002	26,03	26,74	87,76	5,18
2003	34,52	24,51	84,84	5,66
2004	32,59	24,39	76,47	5,30
2005	26,10	24,62	80,48	6,74
2006	34,57	24,06	67,82	6,55
2007	41,93	22,39	60,85	5,91
2008	34,74	21,56	51,71	7,46
2009	27,13	22,21	42,43	6,37
2010	22,53	22,72	41,88	4,56
2011	19,76	21,87	32,05	3,56
2012	24,42	18,81	25,27	5,22
2013	20,97	20,85	35,28	7,04
2014	19,78	24,40	41,04	5,32
2015	12,04	24,22	58,98	6,59
2016	14,10	21,93	65,33	5,81
2017	12,39	18,72	58,99	6,17

Meskipun sama-sama mengalami fluktuasi, namun daya saing kopi dengan nilai rata-rata RCA paling tinggi

adalah kopi Kolombia, Brazil, Vietnam, sementara Indonesia berada pada posisi terkecil dari nilai RCA yang dimiliki. Kondisi ini menggambarkan bahwa, terjadinya persaingan dalam perdagangan global yang ditunjukkan dengan adanya fluktuasi nilai ekspor tiap negara dan akan berdampak pada keunggulan komparatif dan kompetitif (Baroh et al, 2014).

Nilai RCA Indonesia yang rendah menggambarkan bahwa kopi Indonesia memiliki *share* ekspor kecil dan juga harga yang rendah di pasar internasional. Selain itu, kopi Indonesia dan Vietnam yang dominan berjenis robusta memiliki nilai RCA yang lebih rendah jika dibandingkan dengan kopi Kolombia dan Brazil yang dominan kopi arabika. Hal ini juga menunjukkan bahwa jenis kopi arabika lebih unggul dibandingkan kopi robusta di pasar internasional dalam kurun waktu 1997-2017.

Rendahnya daya saing kopi Indonesia disebabkan oleh beberapa faktor diantaranya pengelolaan kebun yang kurang baik karena lebih dari 90% kopi Indonesia dikelola oleh perkebunan rakyat, dimana umumnya kopi sudah tua dan menggunakan teknologi budidaya yang sederhana serta tidak jarang juga petani kopi melakukan panen belum

pada waktunya (Rosiana et al., (2017)., Nalurita et al, (2014), Hidayat & Soetriono, (2010) dan Fadah, (2016)). Senada dengan hal tersebut hasil penelitian Hanani et al, (2014), dan Sinta et al, (2017) menyatakan bahwa produsen kopi Indonesia cenderung menitikberatkan pada peningkatan kuantitas. Hal ini akan berdampak pada kualitas kopi yang diekspor akan menjadi rendah, lebih lanjut Muzendi (2014) dan Baroh et al, (2014) menyatakan bahwa tidak adanya pengelolaan pasca panen yang baik di tingkat petani sehingga mengakibatkan kopi yang di ekspor adalah dalam bentuk biji dan pada umumnya kualitas rendah yaitu grade 4, oleh karena itu pengelolaan pasca panen dan hilirisasi produk kopi perlu dilakukan di tingkat petani serta diperlukan juga keterampilan teknis untuk menciptakan berbagai produk olahan kopi. Melalui upaya tersebut diharapkan dapat memberikan nilai tambah pada produk kopi Indonesia yang akan diekspor ke negara importir.

Analisis lebih lanjut menggunakan DRCA menunjukkan bahwa daya saing negara eksportir utama kopi dunia berubah pada periode waktu tertentu. Pada penelitian ini posisi daya saing dibagi menjadi 4 periode (Tabel 4).

**Tabel 4. Dinamika Posisi Negara Utama dalam Persaingan Ekspor Kopi Dunia**

No	Negara	Negara Eksportir			
		Periode I 1997-2001	Periode II 2002-2006	Periode III 2007-2011	Periode IV 2012-2016
1	Brazil	<i>Leading retreat</i>	<i>Falling stars</i>	<i>Rising stars</i>	<i>Rising stars</i>
2	Vietnam	<i>Lagging retreat</i>	<i>Falling stars</i>	<i>Lagging opportunity</i>	<i>Rising stars</i>
3	Kolombia	<i>Leading retreat</i>	<i>Lagging retreat</i>	<i>Rising stars</i>	<i>Rising stars</i>
4	Indonesia	<i>Leading retreat</i>	<i>Falling stars</i>	<i>Lost opportunity</i>	<i>Lost opportunity</i>

Pada periode I, sebagian besar negara eksportir utama kopi dikategorikan *leading retreat* yaitu Brazil, Kolombia, dan Indonesia, sementara Vietnam berada pada posisi *Lagging retreat*. Artinya keempat negara pada periode I mampu meningkatkan daya saing kopi masing-masing di tengah kondisi pasar internasional yang disebabkan oleh menurunnya jumlah ekspor kopi pada tahun 1999-2000. Pada kondisi *leading retreat*, meskipun Brazil, Kolombia, dan Indonesia mengalami penurunan pangsa ekspor kopi namun penurunannya tersebut tidak melebihi penurunan pertumbuhan pangsa ekspor kopi dunia.

Pada periode II Brazil, Vietnam, dan Indonesia berada pada posisi *Falling stars* berbeda dengan Vietnam yang berada pada posisi *Lagging retreat*. Ketiga negara mengalami kenaikan ekspor kopi dan pertumbuhannya positif namun pada kondisi yang sama pasar mengalami penurunan. Berbeda dengan Vietnam yang justru mengalami

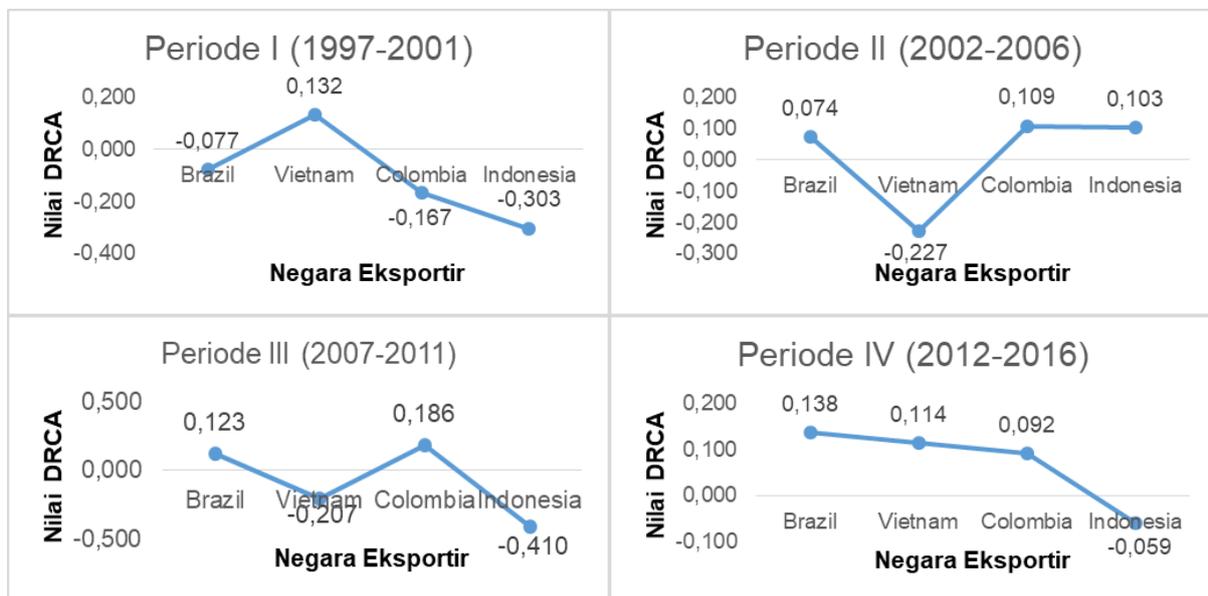
pertumbuhan yang positif diiringi dengan namun pertumbuhan tersebut lebih rendah dari pertumbuhan pangsa ekspor di pasar global.

Pada periode III dinamika terjadi pada Brazil dan Kolombia yaitu berada pada posisi *rising star*, kemudian Vietnam berada pada posisi *Lagging opportunity* sementara posisi Indonesia berada pada *lost opportunity*. Selanjutnya dapat dilihat bahwa pertumbuhan pangsa pasar ekspor kopi Indonesia pada periode III dan periode IV bernilai negatif karena pada periode ini, pertumbuhan pangsa ekspor kopi dunia lebih besar dari pertumbuhan pangsa pasar ekspor kopi Indonesia. Pada kondisi ini, peluang untuk meningkatkan ekspor kopi ke pasar dunia tidak dapat dimaksimalkan oleh Indonesia. Sementara Brazil, Kolombia, dan Vietnam berada pada posisi *rising stars* di periode IV. Penurunan pangsa pasar berdampak pada melemahnya posisi dan persaingan kopi Indonesia di pasar Global. Hal ini sejalan dengan

penelitian Kennedy et al. (1998) yang menyatakan bahwa pangsa pasar menjadi salah satu indikator dalam menentukan tingkat persaingan.

Pada Gambar 1 dapat dilihat bahwa di periode I (1997-2001) nilai rata-rata DRCA kopi Vietnam memiliki nilai yang paling tinggi kemudian Brazil, Kolombia, dan Indonesia berada pada posisi daya saing yang paling rendah pada periode I. Pada periode ini, Vietnam memiliki nilai tertinggi karena dukungan dan keterlibatan pemerintahnya yang cukup kuat dalam rangka pengembangan kopi, hal yang dilakukan oleh pemerintah

Vietnam yaitu membangun infrastruktur seperti irigasi, jalan raya sebagai akses ke sentra-sentra produksi kopi, melakukan penelitian komoditi kopi yang gencar, dari sisi pembiayaan mengucurkan kredit, memberikan hak pengolahan dengan luas areal tidak terbatas hingga 50 tahun, serta dukungan melalui kegiatan penyuluhan. Produktivitas kopi di Vietnam juga lebih tinggi dibandingkan dengan di negara-negara produsen kopi lainnya, hal ini disebabkan kopi di Vietnam sebagian besar dikelola dengan baik oleh perusahaan negara (Nhien, 2016).



**Gambar 1. Nilai Rata-Rata DRCA Kopi di Negara Eksportir Utama Dunia pada Empat Periode Analisis**

Sementara pada periode II (2002-2007) kopi Kolombia memiliki pertumbuhan yang paling baik, selanjutnya diikuti oleh Indonesia, Brazil dan Vietnam berada pada posisi

terakhir, Kemudian di periode ke III (2007-2012), kopi Kolombia masih tetap memiliki nilai daya saing yang paling tinggi dibanding dengan kopi dari negara eksportir utama lainnya. Pada periode II

dan periode III kopi Kolombia terlihat unggul jika dibandingkan kopi dari negara lain, jenis kopi Kolombia adalah arabika, keunggulan Kolombia diperoleh dari peranan setiap pihak yang terkait di negara tersebut mulai dari petani kopi yang mengelola usahatannya dengan baik, sistem pemasaran kopi yang efisien disertai program promosi yang menarik serta keterlibatan pemerintah melalui kebijakan yang dihasilkan untuk mendukung ekspor kopi dari Kolombia ke negara lain (Giovannucci et al, 2002).

Selanjutnya pada periode IV (2012-2017) nilai daya saing yang paling tinggi hingga terendah secara berturut-turut yaitu Brazil, Vietnam, Kolombia, dan Indonesia. Pada periode IV Brazil kembali unggul dibandingkan dengan negara eksportir lainnya, melalui uraian dari empat periode waktu analisis ini terlihat bahwa kopi Brazil dan Kolombia yang sama-sama dominan berjenis kopi arabika ternyata lebih disukai dan unggul di negara importir utama dunia. Sementara itu, daya saing kopi Vietnam masih relatif rendah dibawah kopi Brazil dan Kolombia, bahkan kopi Indonesia kalah bersaing dengan Vietnam pada periode I, III, dan IV. Hal ini sejalan dengan penelitian Rosiana (2019) dan Jamil (2019) yang menyatakan bahwa

daya saing kopi Indonesia berfluktuasi dan mengalami pergeseran posisi pasar ekspor yang dinamis di pasar kopi dunia, meskipun kopi Indonesia saat ini masih berdayasaing, namun pangsa ekspor kopi Indonesia di pasar internasional semakin menurun. Hal ini disebabkan oleh menurunnya volume ekspor per tahun akibat penurunan produksi per tahun. Produksi yang menurun disebabkan oleh rendahnya produktivitas (889 kg/ha) dan menurunnya luas areal sebesar 0,10% per tahun sehingga berdampak pada menurunnya pendapatan petani sebesar 5,25% per tahun. Pada dasarnya pengaruh daya saing mencerminkan kemampuan suatu negara dalam bersaing dengan negara eksportir lainnya, yang diakibatkan oleh pertumbuhan produktivitas yang lebih rendah maupun lebih tinggi dapat serta diakibatkan oleh *undervaluation* mata uang domestik (Basri & Munandar, 2010) dalam (Nurlatifah, 2011).

Adapun ringkasan hasil estimasi model AIDS kopi Indonesia, Kolombia, Vietnam, dan Brazil di pasar Amerika Serikat, Jepang, dan Jerman dapat dilihat pada Tabel 5.

**Tabel 5. Ringkasan Hasil Estimasi Model AIDS Kopi Indonesia, Kolombia, Vietnam, dan Brazil di Pasar Amerika Serikat, Jepang dan Jerman.**

Negara Importir	Negara Eksportir			
	Indonesia	Kolombia	Vietnam	Brazil
Amerika Serikat	1. Harga kopi Kolombia (-)	1. Harga kopi Indonesia (-) 2. Populasi Amerika Serikat (-) 3. GDP riil per kapita Amerika Serikat (+) 4. Inflasi Amerika Serikat (-)	1. Harga kopi Brazil (-)	1. Harga kopi Vietnam (-)
	1. Harga kopi Brazil (+) 2. Harga row (-) 3. Populasi Jepang (+) 4. GDP riil per kapita Jepang (-)	1. Harga kopi Kolombia (+) 2. Populasi Jepang (+) 3. GDP riil per kapita Jepang (+) 4. Harga kopi Kolombia (+)	1. Harga kopi Brazil (-) 2. Harga row (+) 3. Carea NTM (+) 4. Populasi Jepang (-) 5. NTR Jepang terhadap dolar (-)	1. Harga kopi Indonesia (+) 2. Harga kopi Vietnam (-)
	1. Harga kopi Vietnam (+) 2. Populasi Jerman (+)	1. Harga kopi Kolombia (-) 2. Harga kopi Brazil (+) 3. Pengeluaran (-) 4. Populasi Jerman (+)	1. Harga kopi Indonesia (+) 2. Harga kopi Brazil (-) 3. Carea NTM (-) 4. GDP riil per kapita Jerman (+)	1. Harga kopi Kolombia (+) 2. Harga kopi Vietnam (-) 3. Inflasi Jerman (-) 4. NTR Jerman terhadap dolar (-)
Jepang				
Jerman				

Implikasi dari hasil estimasi pangsa kopi Indonesia, Kolombia, Vietnam, dan Brazil di pasar Jerman, diperoleh bahwa variabel yang signifikan terhadap pangsa kopi Indonesia lebih sedikit jika dibandingkan dengan variabel yang berpengaruh pada pangsa kopi Kolombia, Vietnam, dan Brazil. Dapat dilihat bahwa kopi Indonesia lebih cenderung berkompetisi (substitusi) dengan kopi Vietnam di pasar Jerman. Sementara Indonesia dengan Vietnam adalah negara yang memproduksi dominan jenis kopi robusta, inilah yang menjadi faktor kopi Indonesia dan Vietnam berkompetisi di pasar Jerman, hal ini sejalan dengan penelitian Rosiana et al. (2018), Meiri et al. (2013),

dan Meiri (2014) yang menyatakan bahwa ada hubungan yang terjadi antara kopi Indonesia dengan kopi Vietnam dan salah satu faktor yang memengaruhinya adalah karena sama-sama negara yang dominan memproduksi kopi robusta. Demikian halnya dengan kopi Brazil yang berkompetisi (substitusi) dengan kopi Kolombia di pasar Jerman dikarenakan kedua negara tersebut juga sama-sama dominan memproduksi kopi arabika, studi ini juga menunjukkan bahwa jenis kopi arabika dan robusta saling melengkapi (komplementer) terlihat dari kopi Vietnam dan Brazil yang memiliki hubungan komplementer.

## Elastisitas Harga Sendiri

Hasil elastisitas permintaan kopi Indonesia, Kolombia, Vietnam, dan

Brazil di negara Amerika Serikat, Jepang dan Jerman disajikan pada Tabel 6.

**Tabel 6. Elastisitas Harga Sendiri Kopi Indonesia, Kolombia, Vietnam, dan Brazil di Amerika Serikat, Jepang, dan Jerman**

Negara Eksportir	Negara Importir		
	Amerika Serikat	Jepang	Jerman
Indonesia	-1,7631	-0,6945	-2,9310
Kolombia	-1,1943	-0,3619	-1,8082
Vietnam	-0,8674	-0,9913	-1,3325
Brazil	-1,0900	-0,7786	-1,2640

Dari Tabel 6 dapat diuraikan bahwa nilai elastisitas di pasar Amerika Serikat, elastisitas harga sendiri kopi Indonesia adalah yang paling tinggi, yaitu -1,7631 (elastis). Situasi ini sebenarnya tidak begitu menguntungkan bagi Indonesia karena jika terjadi perubahan harga, maka perubahan permintaan kopi Indonesia di Amerika Serikat akan semakin responsif. Jika harga kopi impor masing-masing negara naik sebesar 10%, maka penurunan permintaan paling besar adalah impor kopi dari Indonesia sebesar 17,631%. Di pasar Jerman, nilai elastisitas harga kopi Indonesia sangat elastis dibandingkan dengan yang lain, yaitu -2,931, hal ini berarti bahwa kenaikan harga kopi Indonesia sebesar 10% akan menurunkan permintaan kopi Indonesia

di Jerman hingga 29,310%. Hal senada dikemukakan oleh Fortunika (2019) dan Rosiana (2019) bahwa harga kopi Indonesia berpengaruh pada permintaan kopi Indonesia di Jerman.

Kondisi kopi Indonesia yang elastis tersebut harus diantisipasi mengingat pasar kopi Indonesia di Amerika Serikat, Jepang, dan Jerman cukup tinggi maka hal ini harus disikapi dengan serius misalnya dengan memperhatikan standar mutu yang ditetapkan oleh Amerika Serikat, Jepang dan Jerman. Salah satunya adalah melalui penetapan *non tariff barrier* yaitu berupa *Sanitary and Phytosanitary (SPS)* dan *Technical Barrier to Trade (TBT)*.

Sejumlah studi tentang permintaan kopi di Amerika Serikat menemukan bahwa permintaan harga kopi tidak elastis. Lawrence et al, (1977)

mengemukakan bahwa perubahan gaya hidup konsumen dapat berkontribusi pada penurunan konsumsi. Studi yang dilakukan oleh Abaelu & Manderscheid (1968), Lawrence et al. (1977), Okunade (1992) dan Yeboah (1992), mengemukakan bahwa elastisitas pendapatan yang bernilai negatif termasuk pada kategori barang inferior, artinya ketika pendapatan konsumen meningkat maka pembelian kopi akan menurun karena konsumen beralih untuk membeli produk lain.

Dalam upaya peningkatan daya saing kopi Indonesia perlu melakukan perbaikan khususnya dalam hal mutu kopi yang diekspor mulai dari tingkat petani, pelaku usaha dan pemerintah sebagai pengambil kebijakan yang akan memengaruhi harga dan non harga (perilaku konsumen, citarasa, jenis kopi). Fleming et al, (1956); Ismail et al, (2017) menyatakan bahwa suatu negara dapat mengalami perubahan daya saing karena dipengaruhi oleh faktor harga dan non-harga. Maka fluktuasi daya saing yang terjadi di pasar internasional tidak terlepas dari sisi harga yang disebabkan oleh rendahnya mutu kopi yang dihasilkan.

Dalam hal budidaya Muzendi (2014) menyatakan bahwa budidaya kopi di Indonesia masih dikelola secara

tradisional, kesalahan yang paling fatal yang umum dilakukan petani adalah pada fase pemetikan dan penanganan pasca panen. Pada hampir semua sentra produksi kopi di Indonesia diketahui bahwa petani sebagian besar melakukan panen dengan memetik buah kopi sebelum usia panen (petik hijau) sehingga menghasilkan kopi mutu rendah sementara hasil produksi sebagian besar diekspor.

Berdasarkan data Ditjenbun (2015) bahwa kopi Indonesia yang diekspor sebagian besar dalam bentuk biji (sebesar 99.5%) dengan grade IV sementara sisanya dalam bentuk olahan (*roasted* dan bubuk). Kondisi tersebut menunjukkan bahwa kopi Indonesia yang diekspor tergolong kopi mutu rendah dan juga masih ada kondisi tertentu yang menyebabkan kopi Indonesia terkena larangan ekspor, sehingga perlu penerapan sertifikasi pada kopi Indonesia (Ibnu, 2017).

Selanjutnya, kendala produksi yang menyebabkan rendahnya mutu kopi akan berpengaruh terhadap harga kopi di pasar domestik maupun pasar internasional dan hal ini akan memengaruhi fluktuasi daya saing yang terjadi di pasar internasional yaitu tidak terlepas dari sisi harga tentu karena rendahnya mutu kopi. Untuk menangani

masalah dalam bidang produksi kopi di Indonesia pemerintah terus melakukan upaya seperti memberikan penyuluhan dan bantuan kepada masyarakat, menurut Ndayitwayeko WM et al, (2014) dan Nhien (2016) menyatakan bahwa pemerintah perlu memberikan pelatihan budidaya yang baik bagi para petani serta menggunakan teknologi yang dapat meningkatkan kualitas kopi. Hal ini perlu diperhatikan agar keterkaitan pemerintah dapat dioptimalkan untuk memperbaiki daya saing kopi biji Indonesia.

Cara yang dapat dilakukan untuk menghindari fluktuasi posisi daya saing adalah melalui peningkatan kualitas biji kopi yang di ekspor seperti menghindari panen dengan sistem petik hijau dan peningkatan mutu melalui penerapan sertifikasi pada produk kopi Indonesia, selain itu upaya dari pemerintah pun perlu dilakukan. Revitalisasi perkebunan tersebut dapat dilakukan dengan mempercepat perluasan areal tanam dan peremajaan tanaman sehingga dapat meningkatkan produktivitas, produksi, dan ekspor kopi Indonesia (Meiri et al. 2013 dan Rosiana, 2019).

## **KESIMPULAN DAN REKOMENDASI KEBIJAKAN**

Daya saing kopi produsen utama di pasar internasional menunjukkan

bahwa kopi negara eksportir utama dunia yaitu Brazil, Vietnam, Kolombia, dan Indonesia memiliki daya saing, namun daya saing kopi Indonesia yang paling rendah jika dibandingkan dengan daya saing kopi negara produsen lainnya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Brazil dan Kolombia adalah negara yang menguasai pasar, hal ini menggambarkan bahwa kopi Brazil dan Kolombia yang dominan memproduksi jenis kopi arabika menjadi primadona di pasar internasional. Selanjutnya, berdasarkan analisis yang dilakukan menunjukkan bahwa kopi Indonesia di pasar internasional belum menjadi kopi primadona yang menjadi pilihan di negara importir utama, jenis kopi Indonesia yang dominan robusta justru masih kalah bersaing dengan kopi Vietnam yang juga memiliki jenis kopi robusta, karena hasil penelitian menunjukkan bahwa kopi Vietnam lebih unggul dan menjadi primadona di pasar internasional jika dibandingkan dengan kopi Indonesia. Terbukti bahwa jenis kopi arabika lebih diminati daripada kopi robusta di pasar internasional, sebagian besar robusta digunakan sebagai campuran.

Perdagangan kopi di pasar global menunjukkan bahwa kopi Indonesia mengalami persaingan yang cukup ketat

dengan negara eksportir dunia, faktor-faktor yang memengaruhi pangsa pasar negara eksportir utama kopi di negara importir utama kopi adalah harga dan non harga.

Rekomendasi kebijakan yang dapat diberikan berdasarkan penelitian ini adalah perlu adanya upaya peningkatan daya saing kopi Indonesia di pasar internasional melalui beberapa hal yaitu terkait dengan variabel harga kopi Indonesia, yang perlu dilakukan untuk dapat meningkatkan pangsa pasar kopi Indonesia adalah keterlibatan dari pelaku usaha seperti petani kopi meliputi cara budidaya, pemeliharaan, dan saat panen harus menghindari panen dengan sistem petik hijau, hal ini dapat dihindari dengan memberikan penyuluhan yang dilaksanakan melalui program pemerintah sehingga diharapkan dapat membantu petani agar dapat meningkatkan pemahaman yang baik dalam rangka peningkatan mutu kopi, para pelaku usaha seperti eksportir kopi di Indonesia perlu memperhatikan kebijakan masing-masing negara importir yaitu Amerika Serikat, Jepang dan Jerman dalam penetapan NTM yang semakin ketat, oleh karena itu dalam rangka meningkatkan jumlah ekspor ke negara importir, salah satu

cara yang dapat dilakukan adalah dengan meningkatkan kualitas kopi agar memenuhi syarat ekspor dan bebas dari hambatan NTM. Revitalisasi perkebunan kopi juga perlu dilakukan dengan mempercepat perluasan areal tanam dan peremajaan tanaman sehingga dapat meningkatkan produktivitas, produksi, dan ekspor kopi Indonesia. Selain itu, peningkatan nilai tambah dengan menciptakan produk olahan kopi masih menjadi hal yang perlu dilakukan, agar kopi yang di ekspor Indonesia tidak hanya dalam bentuk biji namun juga bentuk kopi olahan yang dapat meningkatkan daya saing kopi Indonesia di negara importir dunia.

Dalam bidang kebijakan perdagangan internasional yaitu upaya untuk melakukan kerja sama bilateral dengan negara eksportir lainnya, kerja sama bilateral tersebut dapat dilakukan oleh negara penghasil robusta yaitu Indonesia dan Vietnam menjalin kerja sama dengan negara penghasil kopi arabika yaitu Kolombia dan Brazil karena berdasarkan penelitian ini dapat disimpulkan bahwa kopi robusta dan arabika bersifat komplementer. Selain itu, dalam rangka meningkatkan posisi di pasar internasional, diperlukan juga

strategi promosi yang dapat menunjukkan keunggulan masing-masing kopi dari setiap negara eksportir.

### UCAPAN TERIMA KASIH

Kami sampaikan terima kasih kepada seluruh redaksi Buletin Ilmiah Litbang Perdagangan, Mitra Bestari serta semua pihak terkait dalam proses penyusunan naskah hingga terbitnya jurnal ini, atas seluruh kesempatan, kontribusi dan bantuan yang diberikan.

### DAFTAR PUSTAKA

- Abaelu, J.N., Manderscheid, L.V. (1968). U.S. Import Demand for Green Coffee by Variety. *American Journal of Agricultural Economics*, 50(1): 232-242.
- Balassa, B. (1965). *The Theory of Economic Integration*. Massachusetts (US): Homewood Illinois: RD Irwin Inc.
- Baroh, I., Hanani, N., Setiawan, B dan Koestiono D. (2014). Indonesian coffee competitiveness in the international market: Armington Model Application. *American Journal of Economics*. 4(4):184-194.
- Basri F., Munandar H. 2010. *Dasar-dasar ekonomi internasional: Pengenalan dan aplikasi metode kuantitatif*. Edisi 1. Jakarta (ID): Kencana.
- Coy, J.E.L. (2006). *Competitiveness and trade policy problems in agricultural export: a perspective of producing/exporting countries in the case of banana trade to the European Union [dissertation]*. Gottingen (DE): George-August-Universitat, Gottingen, Germany.
- Deaton, A., Muellbauer, J. (1980). An Almost Ideal Demand System. *The American Economic Review*. 70(3): 312-326.
- Direktorat Jenderal Perkebunan (Ditjenbun). Kementerian Pertanian. (2015). *Statistik perkebunan Indonesia (2013-2015 kopi)*. Jakarta (ID) : Ditjenbun.
- Edwards, L., Schoer, V. (2002). Measures of competitiveness: a dynamic approach to South Africa's trade performance in the 1990s. *The South African Journal of Economic*. *Die Suid-Afrikaanse Tydskrif vir Ekonomie*.70(6):1008-1046.
- Egwuma, H., Shamsudin, M.N, Mohamed Z, Kamarulzaman NH, Wong KKS. (2016). An econometric analysis of the determinants of demand for palm oil in Nigeria. *International Journal Agriculture Science and Veterinary Medicine*. 4(2): 1-12.
- Erkan B, Yildirimci E. (2015). Economic complexity and export competitiveness: the case of Turkey. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*. 195:254-533.
- Fadah, I. (2016). *Potential And Problems Of Small And Large Scale Processed Coffee Businesses In Jember Regency*. 5(2), 105–113.
- Fleming JM, Tsiang SC. (1956). Changes in competitive strength and export shares of major industrial countries. *Staff Papers*. 5(2):218-248.
- Fortunika, SO. (2019). *Pengaruh Kebijakan Perdagangan Terhadap Posisi Kopi Indonesia di Negara Importir Utama*. Tesis. Fakultas Pascasarjana, Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Giovannucci D, Leibovich J, Pizano D, Paredes G, Montenegro S, Arevalo H, Varangis P. (2002). *Colombia Coffee Sector Study*. ISSN 1657-7191.
- Gonarsyah. (2007). *Tentang Pendefinisian Daya Saing Komoditas Berbasis Sumberdaya Alam*. Bahan Ajar Perdagangan Internasional Lanjutan. Program Studi Ilmu Ekonomi Pertanian, Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Hanani, N, Asmara, R. dan Fahriyah, F. (2014). *Persaingan Ekspor Kopi Indonesia di Pasar Internasional*. *Perhepi*, 1(2), 78–91.
- Hidayat, A, Soetriono. (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/>.
- Hinloopen J. (2010) On the empirical distribution of the Balassa Index. *Review of World Economics*. 137(1):1-49.
- Ibnu M. (2017). Gatekeepers of sustainability on coffee smallholders, standards and certification in Indonesia. Dissertation. Maastricht University.
- International Coffee Organization (ICO). (2017). Total Production of Exporting Countries. [Internet]. [Diunduh 25 September 2017]. Tersedia pada: <http://www.ico.org>.
- International Coffee Organization (ICO). (2018). Historical data on The Global Coffee Trade [Internet]. [Diunduh 21 Agustus 2018]. Tersedia pada: [http://www.ico.org/new\\_historical.asp](http://www.ico.org/new_historical.asp).
- Ismail D, Mabar R, Yechalad MN, Nasir M. (2017). The analysis of competitiveness and export demand of acehnese coffee in the International market. *Journal of Economics and Sustainable Development*. 8(8):102-114.
- Jamil AS. (2019). Daya Saing Ekspor Kopi Indonesia di Pasar Global. *Jurnal Sosial Ekonomi dan Kebijakan Pertanian*. 8(1).26-35.
- Kementerian Perdagangan RI (Kemendag). (2018). Buletin Info Komoditi Prioritas Kopi. Jakarta (ID): Badan Pengkajian dan Pengembangan Kebijakan Perdagangan. Kementerian Perdagangan RI.
- Kementerian Perdagangan RI (Kemendag). (2014). Market Brief Kopi. Atase Perdagangan Tokyo. Kedutaan Besar Republik Indonesia Tokyo: Tokyo. [Internet]. [Diunduh 10 Desember 2019]. Tersedia pada: <http://djpen.kemendag.go.id/membership/data/files/d8353-kopi--jepang.pdf>.
- Kementerian Pertanian RI (Kementan). (2017). Informasi Harga Komoditas Pertanian Provinsi. Jakarta (ID): Kementan.
- Kennedy PL, Harrison RW, dan Piedra, MA. (1998). Analyzing agribusiness competitiveness: the case of the United States sugar industry. *International Food and Agribusiness Management Review*. 1(2):245-257.
- Komaling RJ. (2013). Analisis Determinan Ekspor Kopi Indonesia ke Negara importir utama Periode 1993-2011. Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Jurusan Ekonomi Pembangunan Universitas Sam Ratulangi Manado.
- Krugman PR, Obstfeld M. (2012). *International Economics Theory & Policy*. US: Pearson Prentice Hall. Ninth Edition.
- Kustiari R. 2007. Perkembangan Pasar Kopi Dunia dan Implikasinya Bagi Indonesia. *Forum Penelitian Agro Ekonomi*. Vol. 25 No 1:43–45.
- Lawrence A., Phillips H., Riftkin H, Saleh A. (1977). U.S. coffee consumption, 1946-1976. Washington, D.C.: US Department of Agriculture, Foreign Agricultural Service.
- Meiri A. Rita N, Amzul R. (2013). Analisis Perdagangan Kopi Indonesia di Pasar Internasional. *Buletin Ristri*. <http://ejurnal.litbang.pertanian.go.id/index.php/bultri/article/view/2378/2066>. [Diakses September 2017]
- Meiri. (2014). Analisis Daya saing dan Perdagangan Kopi Indonesia di Pasar Internasional. Tesis. Fakultas Pascasarjana, Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Moschini G. (1995). Units of measurement and the stone price index in demand System estimation. *American Journal of Agricultural Economics*. 77(1): 63-68.
- Muzendi, AS. (2014). Integrasi Pasar dan Dampak Kebijakan Non Tarif terhadap Permintaan Ekspor dan Daya Saing Kopi Indonesia di Pasar Internasional. [Tesis]. Bogor: Institut Pertanian Bogor.

- Nalurita, S., Winandi, R., & Jahroh, S. (2014). Analisis Daya Saing Dan Strategi Pengembangan Agribisnis Kopi Indonesia . 2(1), 63–74.
- Ndayitwayeko WM, Odhiambo MO, Korir M, Nyangweso PM, Chepngeno W. (2014). Comparative advantage of the Eastern and Central Africa in the coffee export sector: the case of Burundi. *African Crop Science Journal*. 22(4):987 – 995.
- Nhien, N T H. (2016). The Competitiveness of Vietnamese Coffee Into The EU Market. Thesis. Finlandia: 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.
- Okunade A. (1992). Functional forms and habit effects in the U.S. demand for coffee. *Applied Economics*.
- Ozcelik SE, Erlat G. (2013). Turkey's comparative advantages and dynamic market positioning in the EU market. *Topics in Middle Eastern and African Economies*. 15(2): 42-70.
- Polymeros K, Tsakiridou E, Mattas K. (2005). Assessing the competitiveness of UE Mediterranean fisheries and aquaculture industries in the economics of aquaculture with respect to fisheries. In: Kenneth J. Thomson and Lorenzo Venzi, editor. 95th EAAE Seminar; 9-11 December 2005; Civitavecchia (Rome).
- Pindyck RS, Rubinfeld DL. (2013). *Microeconomics*. US:Person Prentice Hall. 8th Edition.
- Rifai N. (2014). Evaluasi kebijakan ekspor minyak sawit dan produk turunannya ke pasar Amerika Serikat [disertasi]. Bogor (ID): Institut Pertanian Bogor.
- Rifin A. (2011). The role of palm oil industry in Indonesian economy and its competitiveness [disertasi]. Tokyo [JPN]: University of Tokyo.
- Rifin A. (2013). Analysis of Indonesia's Market Position in Palm Oil Market in China and India. *Journal of Food Products Marketing*. 19(4): 299-310.
- Rosiana N, Nurmalina R, Winandi R, Rifin A. (2017). Tingkat Keunggulan Komparatif Produsen Utama Kopi Dunia. *Buletin Ilmiah Litbang Perdagangan*, 11(2), 227–246.
- Rosiana N, Nurmalina R, Winandi R, Rifin A. (2018). Dynamics Of Indonesian Robusta Coffee Competition Among Major Competitor Countries. *Journal of Industrial and Beverage Crops*.5(1):1-10.
- Rosiana, Nia. (2019). Daya saing dan ekspor kopi Indonesia melalui pendekatan sistem dinamis. [Disertasi]. Bogor (ID): Institut Pertanian Bogor.
- Salvatore. (1996). *Managerial economics in a global economy*. New York: McGraw-Hill: Universitas Indonesia.
- Sinta, N. M., Alamsyah, Z. dan Elwamendri. (2017). Analisis Daya Saing Ekspor. *Jurnal Ilmiah Sosio Ekonomika Bisnis*, 20(1).
- Suherman T (2016). Analisis permintaan impor minyak kelapa sawit Indonesia di Eropa 4 [tesis]. Bogor (ID): Institut Pertanian Bogor.
- United Commodity Trade [UN Comtrade]. (2018). Commodity Statistic. <http://comtrade.un.org/db>.
- Voon, T.J. and W. Xiang-Dong. (1997). Export competition among China and ASEAN in the U.S. market: application of market share models. *Working Paper*. 46(2/97):1-33. CAPS (HK): Faculty of Social Sciences, Lingnan College.
- Wan Y, Sun C, Grebner DL. (2010). Analysis of Import Demand for Wooden Beds in the U.S. *Journal of Agricultural and Applied Economics*. 42(4): 643-658.
- Widodo T. (2010). *International Trade, Regionalism and Dynamic Market*. Yogyakarta (ID) : Fakultas Ekonomika dan Bisnis. Universitas Gajah Mada.
- World Trade Organization (WTO). (2019). *Non-Tariff Measures: Sanitary &*

- Phytosanitary and Technical Barrier to Trade [Internet].
- Yamarik, Ghosh. (2005). A sensitivity analysis of the Gravity Model. *Int Trade J.*, siap terbit.
- Yeboah, D. (1992). Forecasting coffee consumption with a flexible consumer demand function.
- Voon, T.J. and W. Xiang-Dong. (1997). Export competition among China and ASEAN in the U.S. market: application of market share models. Working Paper. 46(2/97):1-33. CAPS (HK): Faculty of Social Sciences, Lingnan College.
- Zakaria K, Salleh KM, Balu N. (2017). Factors affecting palm oil demand in India. *Oil Palm Industry Economics Journal*. 17(2): 25-33.
- Zuhdi. (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.