

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Kopi merupakan salah satu komoditas ekspor utama Indonesia (Editiawarman and Idris 2020; Kartini 2018; Liony Lo 2017; Marpaung and Purba 2017; Nur Budi Utama and Mustika 2022). Sejak awal abad ke-19, kopi sudah menjadi produk unggulan Indonesia di pasar internasional. Namun, dalam beberapa tahun terakhir, ekspor kopi Indonesia mengalami penurunan yang signifikan. Menurut data dari Badan Pusat Statistik (BPS), pada tahun 2020, ekspor kopi Indonesia hanya mencapai sekitar 270 ribu ton, turun sekitar 10% dari tahun sebelumnya. Penurunan ekspor kopi Indonesia ini disebabkan oleh beberapa faktor, seperti perubahan iklim, kurangnya inovasi dalam teknologi produksi kopi, serta keterbatasan akses pasar global (Syakir dan Sumarsini, 2017). Selain itu, persaingan dengan negara-negara produsen kopi lainnya juga semakin ketat (Effendi dan Suhartini, 2017). Untuk menganalisis keterbatasan akses pasar global kopi, ada beberapa cara yang dapat dilakukan, antara lain: Analisis data perdagangan internasional kopi: Menganalisis data perdagangan internasional kopi dapat membantu dalam mengetahui seberapa besar kontribusi ekspor kopi Indonesia di pasar global dan apakah ada potensi pasar baru yang dapat dimasuki. Data tersebut dapat diperoleh dari organisasi perdagangan internasional seperti *International Coffee Organization* (ICO), *International Trade Centre* (ITC), atau Badan Pusat Statistik (BPS).

Indonesia merupakan negara penghasil kopi terbesar ke-4 dunia setelah Brazil, Vietnam dan Kolombia dengan jumlah produksi tahun 2016 mencapai 639.305 ton dan luas area sebesar 1.228.512 ha (Editiawarman and Idris 2020; Irmawati and Indrawati 2022; Kartini 2018; Liony Lo 2017; Marpaung and Purba 2017; Nur Budi Utama and

Mustika 2022; Ridwan Azhari Lubis *et al.* 2022; Rosalia and Karyani 2020). Sumatera Selatan merupakan wilayah dengan jumlah produksi terbanyak dan luas area terbesar di Indonesia, diikuti Lampung. Kedua propinsi ini merupakan produsen kopi robusta. Ekspor kopi Indonesia pada 2012 mencapai 1,5 Miliar USD terus menurun hingga 2014, kemudian menguat kembali pada 2015, dan kembali mengalami penurunan pada 2016 yang hanya mencapai 1,4 Miliar USD. Penurunan ekspor disebabkan oleh turunnya produksi kopi domestik yang hanya mencapai 639.305 ton pada 2016 atau menurun 0,02% dari tahun sebelumnya yang mencapai 639.412 ton. Dalam rangka mendukung aktivitas perdagangan sektor kopi, Indonesia bergabung dengan Organisasi Kopi Internasional (*International Coffee Organization/ICO*). Tujuan utama ICO ialah untuk memperkuat sektor komoditi kopi secara global dan pengembangan berkelanjutan pada *market-based environment* untuk kemajuan seluruh negara anggota. Anggota ICO terdiri dari 42 anggota pengekspor/produsen dan 8 negara anggota pengimpor/konsumen yang mewakili 97% produksi kopi dunia dan lebih dari 80% konsumsi dunia. 19 anggota ICO merupakan *least-developed countries* (dengan pendapatan yang rendah dan kerentanan ekonomi) dan terdapat lebih dari 25 juta petani kecil dan keluarganya yang menghasilkan 70% kopi dunia yang sangat dipengaruhi oleh fluktuasi harga dan ketidakpastian pasokan dan permintaan. Keanggotaan Indonesia pada ICO berdasarkan pada Peraturan Presiden No. 63 Tahun 2008 tentang Pengesahan *International Coffee Agreement 2007*. Dengan dilakukannya ratifikasi terhadap ICA 2007, Indonesia sebagai negara anggota wajib mengikuti tata aturan yang ditetapkan oleh ICO, yang tertuang dalam ICA 2007, diantaranya: fungsi dan tujuan organisasi, sistem administrasi Dewan, komite-komite ICO, regulasi staf ICO, pelaporan data statistik secara berkala; menerbitkan SKA pada tata niaga ekspor kopi, dan menyampaikan informasi yang dibutuhkan Sekretariat ICO untuk berbagai studi dan kajian di sektor kopi. Sesuai komitmen Indonesia sebagai

anggota ICO, setiap pengiriman ekspor kopi wajib disertai dokumen SKA form ICO. Pada 2017, ICO menyepakati Rencana Aksi yang terdiri atas 29 kegiatan yang ditujukan untuk mencapai 4 tujuan strategis yaitu: a) membangun ICO menjadi forum pengembangan kebijakan dan memberikan solusi untuk memperkuat sektor kopi global; b) meningkatkan transparansi pasar kopi dan memberikan rekomendasi keputusan ekonomi berdasarkan transparansi data tersebut; c) mendorong pengembangan komunikasi, pendampingan masyarakat dan diseminasi pengetahuan tentang sektor ekonomi kopi dunia; dan d) mempromosikan sektor kopi berkelanjutan.

Menurut ICO (2018), pada periode 2000-2018, salah satu negara tujuan utama untuk ekspor kopi Indonesia adalah Amerika Serikat. Negara tersebut merupakan negara yang memiliki nilai ekspor tertinggi dengan kontribusi sebesar 64,56 persen dari total nilai ekspor kopi Indonesia selama 2000-2018. Selain itu, Amerika Serikat merupakan salah satu negara dengan konsumsi kopi tertinggi di antara negara importir kopi selama tahun 2000-2018 (ICO, 2018). Beberapa faktor yang mempengaruhi permintaan pasar terhadap kopi Indonesia di pasar dunia, antara lain: Kualitas: Kualitas kopi menjadi faktor utama yang mempengaruhi permintaan pasar. Konsumen di pasar dunia lebih memilih kopi dengan kualitas yang baik dan cita rasa yang khas. Harga: Harga menjadi faktor yang penting dalam menentukan permintaan pasar terhadap kopi Indonesia. Harga kopi Indonesia harus bersaing dengan harga kopi dari negara lain yang juga mengekspor kopi. Ketersediaan: Ketersediaan kopi Indonesia di pasar dunia juga mempengaruhi permintaan pasar. Jika kopi Indonesia tidak tersedia dalam jumlah yang cukup, maka permintaan pasar akan menurun. Inovasi: Inovasi dalam produksi dan pengolahan kopi menjadi faktor yang penting dalam meningkatkan permintaan pasar terhadap kopi Indonesia. Produsen kopi Indonesia yang mampu berinovasi dalam pengolahan kopi dapat meningkatkan kualitas dan citra produk mereka di pasar dunia. Citra merek: Citra merek atau *brand*

image juga mempengaruhi permintaan pasar terhadap kopi Indonesia. Citra merek yang positif dapat meningkatkan kepercayaan konsumen dan meningkatkan permintaan pasar terhadap produk kopi Indonesia.

Kebijakan perdagangan: Kebijakan perdagangan internasional seperti tarif dan kuota ekspor juga mempengaruhi permintaan pasar terhadap kopi Indonesia di pasar dunia. Preferensi konsumen: Preferensi konsumen terhadap jenis kopi dan rasa kopi juga mempengaruhi permintaan pasar terhadap kopi Indonesia di pasar dunia. Produsen kopi Indonesia harus dapat menyesuaikan jenis kopi dan rasa kopi mereka dengan preferensi konsumen di pasar dunia. Data tarif yang ditetapkan oleh Indonesia untuk ekspor kopi dapat ditemukan di beberapa sumber, antara lain: Portal Informasi Tarif Bea Masuk Indonesia: Portal ini dikelola oleh Direktorat Jenderal Bea dan Cukai Kementerian Keuangan Republik Indonesia dan menyediakan informasi mengenai tarif bea masuk untuk berbagai komoditas termasuk kopi. Informasi ini dapat diakses melalui situs resmi Bea Cukai Indonesia di alamat <https://www.beacukai.go.id/tarif>. *Indonesia National Single Window: Indonesia National Single Window (INSW)* adalah portal pelayanan publik yang dikelola oleh Kementerian Perdagangan Republik Indonesia. INSW menyediakan informasi mengenai tarif ekspor dan impor untuk berbagai komoditas termasuk kopi. Informasi ini dapat diakses melalui situs resmi INSW di alamat <https://www.insw.go.id/>. Kementerian Perdagangan Republik Indonesia: Informasi mengenai tarif ekspor kopi juga dapat ditemukan di situs resmi Kementerian Perdagangan Republik Indonesia di alamat <https://www.kemendag.go.id/>. Perlu diingat bahwa tarif ekspor kopi dapat berbeda-beda bergantung pada jenis kopi, tujuan ekspor, dan negara tujuan. Oleh karena itu, sebaiknya melakukan pengecekan terkait tarif yang berlaku secara spesifik untuk kebutuhan ekspor kopi.

1.2. Rumusan Masalah

- 1.2.1 Faktor apa yang mempengaruhi ekspor kopi ke Amerika Serikat?.
- 1.2.2 Faktor apa yang paling berpengaruh pada ekspor kopi Indonesia ke Amerika Serikat?

1.3 Tujuan Penelitian

- 1.3.1 Menganalisis Faktor yang mempengaruhi ekspor kopi ke Amerika Serikat
- 1.3.2 Menganalisis Faktor yang paling berpengaruh pada ekspor kopi Indonesia ke Amerika Serikat