

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Ekspor dan impor adalah bagian dari perdagangan internasional atau perdagangan antar negara. Sumber daya alam melimpah membuat beberapa negara menjual atau mengekspor ke negara lain. Pertambangan dan pertanian adalah dua sumber daya yang paling banyak diekspor (Tambunan, 2001). Sektor perkebunan yang masuk dalam sektor pertanian, sedang dilirik banyak kalangan. Kopi adalah contoh komoditas yang menyumbang devisa negara terbesar bagi Indonesia dengan rata-rata 9% dari tahun 2010-2015. (Badan Pusat Statistik, 2016).

Selain itu, kopi termasuk komoditi perkebunan yang strategis karena pertumbuhan jumlah konsumsi terus meningkat tiap tahunnya. Indonesia menyumbang 6% dari produksi kopi di dunia nomor tiga setelah Brazil dan Vietnam, dan 11% pangsa pasar kopi dunia dikuasai oleh kopi Indonesia (Raharjo, 2013). Perkebunan kopi yang dikelola oleh rakyat menyumbang 80% dari total 600.000 ton kopi di Indonesia pertahunnya.

Tujuan ekspor kopi Indonesia sendiri tersebar ke banyak negara di dunia. Hal ini menunjukkan bahwa kopi Indonesia telah mendunia sehingga banyak peminat dari luar negeri yang ingin mengonsumsi kopi Indonesia. Saat ini, pengimpor kopi Indonesia terbesar di dunia adalah Eropa, Amerika diikuti oleh Amerika Serikat, Jepang dan ASEAN. Pada tahun 2013, sebesar 17,6 % dari total ekspor kopi Indonesia telah diekspor ke Amerika Serikat, sebesar

33,9 % diekspor ke Eropa, 8,9 % diekspor ke Jepang dan sebesar 15,4 % telah diekspor ke ASEAN, dengan demikian dapat terlihat bahwa nilai ekspor kopi Indonesia sangat besar untuk Eropa dan diikuti oleh Amerika Serikat, ASEAN dan Jepang. Namun demikian, pangsa pasar kopi Indonesia di negara tersebut tidaklah sebanding dengan besarnya nilai ekspor kopi Indonesia.

Para petani harus menutup usaha mereka karena kebutuhan akan perawatan tidak sebanding dengan harga jual kopi yang semakin menurun. Permintaan akan kopi lokal Indonesia yang dinilai salah satu yang terbaik di dunia membuat petani berjuang mempertahankan lahan mereka untuk tetap memenuhi kebutuhan kopi robusta atau arabika lokal dengan kualitas yang baik.

Menurut FAO (2017), data luas lahan kopi selama tigapuluh tahun di Indonesia dari tahun 1985 hingga tahun 2015 cenderung terjadi peningkatan. Pada tahun 1985 luasan lahan sebesar 600.000 Ha. Pada tahun 2015 menyentuh angka 1.230.000 Ha, dengan luasan terbesar terdapat pada tahun 2003 hingga mencapai luasan 1.380.000 Ha.

Luas lahan kopi secara tidak langsung berpengaruh terhadap produksi kopi nasional, dengan luasan yang meningkat, maka jumlah produksi kopi juga meningkat pada musim panen berikutnya.

Menurut FAO (2017), menurut data jumlah produksi kopi selama tigapuluh tahun di Indonesia, terjadi peningkatan dari tahun 1985 hingga tahun 2015. Pada tahun 1985 produksi kopi mencapai 300.000 ton, hingga tahun 2015 angka produksi mencapai 640.000 ton. Titik puncak produksi kopi di Indonesia pada tahun 2008 yang hampir mencapai jumlah 700.000 ton.

Data yang ditunjukkan oleh badan pusat statistik, menunjukkan bahwa kopi adalah minuman digemari masyarakat luas, baik kalangan pejabat hingga rakyat kecil pun gemar menikmati kopi sebagai minuman yang sering dikonsumsi setelah air mineral. Dengan beberapa macam sajian, baik kopi dalam bentuk biji ataupun dalam kemasan siap seduh, kopi tetap diminati walaupun telah banyak produk olahan kopi dengan branding yang banyak bermunculan dalam skala industri kecil.

Dari sumber data SUSENAS, BPS (2017), menunjukkan bahwa pada tahun 1993-20018 jumlah terbanyak masyarakat Indonesia mengonsumsi kopi pada tahun 2013 sebanyak 3,7 ton. Sedangkan minat konsumsi kopi menurun pada tahun 2018, sebanyak 2 ton, dimana angka tersebut diprediksi akan terus menurun pada tahun berikutnya.

Perihal ekspor, Indonesia juga melakukan ekspor ke berbagai negara, antara lain Amerika Serikat, Jerman, Malaysia, Italia, Jepang, hingga Rusia. Dari negara-negara tersebut, adapun data ekspor kopi menurut FAO (2019) jumlah produksi kopi di Indonesia dalam kurun waktu 30 tahun, 1985 hingga tahun 2015 cenderung terjadi peningkatan. Pada tahun 1985 jumlah ekspor kopi Indonesia mencapai 280.000 ton, dimana tahun 2013 adalah tahun dengan angka terbesar mengekspor kopi sebesar 530.000 ton, dan pada tahun 1995 merupakan tahun dengan jumlah kopi terkecil sebesar 230.000 ton.

Tidak hanya ekspor, Indonesia juga import kopi sebagai pemenuh kebutuhan akan kopi dari berbagai negara lainnya, seperti Brazil, Vietnam, ataupun Kolombia. Adapun nilai impor kopi Indonesia selama 30 tahun menurut data FAO (2019) dari tahun 1985 hingga tahun 2015 cenderung

terjadi peningkatan. Dimulai dari tahun 1990, adalah awal tahun impor kopi sejumlah 55 ton. Terjadi kenaikan pada tahun-tahun berikutnya, angka yang cukup besar terjadi pada tahun 2012 sebesar 52.000 ton dan merosot pada tahun 2015 sebesar 12.000 ton.

Bagi pasar dunia, aspek yang mempengaruhi daya saing di dunia adalah penawaran ekspor terhadap barang tersebut. Perdagangan kopi Indonesia umumnya lebih berorientasi kepada ekspor dibandingkan untuk konsumsi domestik. Volume ekspor kopi Indonesia meningkat sebesar 54,12 % dari tahun 2011 sampai tahun 2013. Hal ini dikarenakan pada tahun 2013 luas tanaman menghasilkan kopi di Indonesia meningkat mencapai setengah dari luas lahan menghasilkan kopi di Brazil. Keadaan ini menyebabkan kenaikan produksi seiring dengan kenaikan volume ekspor. Sekitar 80% dari kopi yang diproduksi Indonesia ditujukan untuk pasar ekspor (Direktorat Jenderal Perkebunan, 2016).

Setelah minyak bumi, komoditas yang banyak diperdagangkan adalah kopi, dan kopi juga termasuk jenis minuman yang paling banyak diminati setelah air mineral. Dilhat dari tingginya fluktuasi harga dari waktu ke waktu, kopi termasuk produk dengan nilai volatilitas harga yang tinggi (Suyanto, 2004). Harga kopi internasional yang cenderung fluktuasi juga memiliki dampak harga kopi di pasar nasional. Harga kopi arabika semakin meningkat dari tahun ke tahun hingga mencapai puncaknya pada tahun 2011 dan mengalami penurunan ditahun berikutnya.

Kopi jenis robusta juga mengalami kondisi harga yang fluktuatif juga walaupun harga kopi robusta tidak dapat melampaui harga kopi arabika yang memang lebih diminati konsumen. Harga kopi arabika yang semakin menurun, membuat konsumen kopi yang mulai beralih ke kopi robusta yang memiliki harga lebih murah meskipun kadar kafein dalam kopi jenis ini sebesar 2,8% sedangkan pada kopi arabika sebesar 1,5%. Harga yang tercipta akibat mekanisme pasar inilah yang menimbulkan adanya risiko harga atau pasar dari kopi tersebut. Pasokan kopi yang melimpah dari negara-negara eksportir dan diikuti dengan harga jual yang lebih murah akan membuat beralihnya konsumen dari kopi Indonesia yang akan berdampak pada volume dan nilai ekspor kopi serta bermuara pada harga jual kopi yang diterima oleh petani.

Dengan melihat komoditas kopi yang mampu menghidupi dan memberikan lapangan pekerjaan pagi para petani, diharapkan kopi dapat meningkatkan pendapatan devisa negara lebih baik untuk kedepannya. Dapat diketahui bahwa industri kopi Indonesia penting untuk dianalisis daya saingnya dalam menghadapi tingkat persaingan di pasar internasional. Produk Domestik Bruto (PDB) yang termasuk variabel makro dapat dipengaruhi oleh volume kenaikan atau kenaikan daya saing ekspor kopi.

Terdapat penelitian yang berkaitan dengan daya saing kopi Indonesia di pasar internasional. Penelitian Rau (2014) yang meneliti analisis daya saing kopi Indonesia di pasar internasional dengan hasil penelitian bahwa Indonesia memiliki daya saing pada komoditas kopi terhadap nilai ekspor kopi dunia dan nilai ekspor seluruh komoditi di dunia.

Penelitian Rau (2014) sejalan dengan penelitian Lestari Ria Baso (2016) yang meneliti analisis daya saing kopi Indonesia dengan hasil penelitian bahwa memiliki keunggulan pada faktor kondisi terkait sumber daya alam yang tersedia namun memiliki kelemahan pada sumber daya manusia, IPTEK, dan ketersediaan infrastruktur yang mendukung perkembangan industri kopi.

Dalam penelitian lain, Purnamasari, Hanani dan Huang (2014) meneliti hal yang sama yaitu analisis daya saing ekspor kopi Indonesia di pasar dunia dengan kesimpulan Indonesia termasuk empat negara penghasil kopi di dunia namun belum memiliki keunggulan kompetitif jika dibandingkan dengan ketiga negara penghasil kopi lainnya.

Penelitian ini dimaksudkan untuk melakukan penelitian lebih lanjut terhadap daya saing kopi Indonesia di pasar internasional.

1.2. Rumusan Masalah

Sesuai dengan latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimanakah pengaruh produksi kopi di Indonesia terhadap daya saing kopi di pasar internasional?
2. Bagaimanakah nilai tukar rupiah berpengaruh terhadap daya saing kopi di Indonesia?
3. Bagaimana pengaruh ekspor kopi Indonesia terhadap daya saing kopi Indonesia di pasar internasional?
4. Bagaimana pengaruh permintaan kopi terhadap daya saing kopi Indonesia di pasar internasional?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan permasalahan yang telah dirumuskan, maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Menganalisis produksi kopi Indonesia terhadap daya saing kopi Indonesia di pasar internasional.
2. Menganalisis pengaruh nilai tukar terhadap daya saing kopi Indonesia di pasar internasional.
3. Menganalisis pengaruh ekspor kopi Indonesia terhadap daya saing kopi Indonesia di pasar internasional.
4. Menganalisis pengaruh permintaan kopi terhadap daya saing kopi Indonesia di pasar internasional.

1.4. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi serta manfaat sebagai berikut :

1. Manfaat akademis
 - a. Penelitian ini diharapkan dapat menambah kepustakaan dalam bidang analisis daya saing kopi yang dapat digunakan sebagai bahan referensi bagi peneliti selanjutnya, terutama yang berkaitan dengan daya saing kopi arabika di Indonesia terhadap pasar internasional.
 - b. Memperluas pengetahuan serta untuk mengetahui sejauh mana analisis kopi khususnya tentang kopi di Indonesia.

2. Manfaat praktis

Penelitian ini diharapkan sebagai bahan pertimbangan dan saran untuk permasalahan kopi nasional dan daya saing kopi indonesia di pasar internasional.