



**ANALISIS DAYA SAING KOPI INDONESIA DI PASAR ASIA
TENGARA DENGAN PENDEKATAN RCA DAN ISP**

SKRIPSI

Oleh :

**Achmad Ghani Aldjauhari
NIM. 160810101136**

**PROGRAM STUDI EKONOMI PEMBANGUNAN
JURUSAN ILMU EKONOMI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS JEMBER
2020**



**ANALISIS DAYA SAING KOPI INDONESIA DI PASAR ASIA
TENGARA DENGAN PENDEKATAN RCA DAN ISP**

SKRIPSI

Diajukan Guna Untuk Melengkapi Tugas Akhir dan Memenuhi Salah Satu Syarat
Untuk Menyelesaikan Program Studi Ilmu Ekonomi (S1)
dan Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

Oleh :

**Achmad Ghani Aldjauhari
NIM. 160810101136**

**PROGRAM STUDI EKONOMI PEMBANGUNAN
JURUSAN ILMU EKONOMI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS JEMBER
2020**

PERSEMBAHAN

Dengan memanjatkan puji dan syukur dengan segala kerendahan hati kepada Allah SWT serta mengucapkan shalawat dan salam kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW, skripsi ini saya persembahkan sebagai bentuk tanggung jawab, bakti dan ungkapan terimakasih yang tidak terkira kepada:

1. Kedua orang tua tercinta, Bapak Achmad Djauhari dan Ibu April Susilowati yang telah memberikan segala dukungan, nasehat, kesabaran dan telah mencurahkan kasih sayang serta pengorbanan selama ini.
2. Kedua adik saya Amelia Kurniawati Djauhari dan Leony Rizki Rahmadanti yang teramat saya sayangi.
3. Semua Guru saya sejak di taman kanak-kanak hingga sekolah menengah atas, beserta Bapak dan Ibu Dosen selama saya menempuh perkuliahan di Universitas Jember.
4. Almamater Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember yang saya banggakan.

MOTTO

“If you do good, you do good for yourselves; and if you do evil, (you do it) to yourselves.”

(terjemahan Surat Al-Isra’ ayat 7)

“Balas dendam terbaik adalah dengan memperbaiki dirimu.”

(Ali Bin Abi Thalib)

“Berbuat baiklah kepada siapapun, kapanpun, dimanapun. Karena berbuat baik tidak akan menjadikanmu rugi.”

(Abdul Wachid)

“Sistem pendidikan yang bijaksana setidaknya akan mengajarkan kita betapa sedikitnya yang belum diketahui oleh manusia, seberapa banyak yang masih harus ia pelajari”

(Sir John Lubbock)

“If your heart is kind, your soul is golden. Don’t ever change”

(Najwa Zebian)

PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Achmad Ghani Aldjauhari

NIM 160810101136

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya ilmiah yang berjudul; “Analisis Daya Saing Kopi Indonesia Di Pasar Asia Tenggara Dengan Pendekatan RCA dan ISP” adalah benar-benar hasil karya saya sendiri, kecuali dalam kutipan yang sudah saya sebutkan sumbernya, belum pernah diajukan pada institusi mana pun, serta bukan karya jiplakan. Saya bertanggungjawab atas keabsahan dan kebenaran isi nya sesuai dengan sikap ilmiah yang dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata dikemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, Oktober 2020

Yang menyatakan,

Achmad Ghani Aldjauhari

NIM 160810101136

SKRIPSI

**ANALISIS DAYA SAING KOPI INDONESIA DI PASAR ASIA
TENGARA DENGAN PENDEKATAN RCA DAN ISP**

Oleh

Achmad Ghani Aldjauhari

NIM 160810101027

Pembimbing:

Dosen Pembimbing Utama: Dr. Riniati, MP

Dosen Pembimbing Kedua: Dr. Sebastiana Viphindratin, M.Kes

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul Skripsi : Analisis Daya Saing Kopi Indonesia Di Pasar Asia Tenggara Dengan Pendekatan RCA dan ISP

Nama Mahasiswa : Achmad Ghani Aldjauhari

NIM 1608101011136

Jurusan : Ekonomi Pembangunan

Konsentrasi : Agribisnis

Tanggal Persetujuan : Oktober 2020

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. Riniati, MP
NIP. 19600430 198603 2 001

Dr. Sebastiana Viphindratin, M.Kes
NIP. 19641108 198902 2 001

Koordinator Program Studi

Dr. Herman Cahyo Diartho, S.E, M.P, CPHCM
NIP. 19720713 199903 1 001

Judul Skripsi
**Analisis Daya Saing Kopi Indonesia Di Pasar Asia Tenggara
Dengan Pendekatan RCA dan ISP**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Nama : Achmad Ghani Aldjauhari

NIM 160810101136

Program Studi : Ekonomi Pembangunan

Yang telah di pertahankan di depan panitia penguji pada :

Oktober 2020

Dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember.

Susunan Panitia Penguji :

Ketua : Dr.Rafael Purtomo Somaji, M.Si (.....)
NIP. 19581024 198803 1 001

Sekretaris : Dr.Siswoyo Hari Santosa, S.E., M.Si. (.....)
NIP. 19680715 199303 1 001

Anggota : Fivien Muslihatinningsih, S.E., M.Si. (.....)
NIP. 19830116 200812 2 001

Mengetahui/ Menyetujui

Universitas Jember

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Dekan

Prof. Dr Isti Fadah, M.Si.

NIP. 19661020 199002 2 001

Analisis Daya Saing Kopi Indonesia Di Pasar Asia Tenggara
Dengan Pendekatan RCA dan ISP

Achmad Ghani Aldjauhari

Jurusan Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis,
Universitas Jember

ABSTRAK

Pada era globalisasi dewasa pemasaran global atau perdagangan internasional merupakan hal yang sangat lumrah di lakukan oleh beberapa negara. Kopi merupakan salah satu komoditas dari sektor perkebunan yang diperdagangkan secara internasional, meskipun menjadi komoditas keunggulan tingkat ekspor mengalami fluktuasi di beberapa tahun terakhir, maka dari itu perlunya analisis yang bertujuan untuk memberikan informasi mengenai posisi persaingan komoditas kopi dalam lingkup Asia Tenggara serta menganalisis kedudukan negara Indonesia sebagai eksportir atau importir komoditas kopi. Keunggulan komparatif indonesia terhadap negara produsen kopi di Asia Tenggara dapat dianalisis dengan *Revealed Comparative Advatage* (RCA), berdasarkan perhitungan Indeks RCA diketahui bahwa mempunyai daya saing yang baik dengan mempunyai nilai $1 \leq$. Berdasarkan perhitungan ISP, negara Indonesia adalah negara eksportir kopi dengan menunjukkan nilai yang positif atau $0 \leq$.

Kata Kunci : kopi, daya saing, RCA, ISP, keunggulan komparatif.

*Analysis of the Competitiveness of Indonesian Coffee in the Southeast
Asian Market With the RCA and ISP Approach*

Achmad Ghani Aldjauhari

*Department of Economics and Development Studies
Faculty of Economics and Business University of Jember*

ABSTRACT

In the era of globalization, global marketing or international trade is very common in several countries. Coffee is one of the leading plantation commodities sector in Indonesia, even though it superior export commodity in recent years, therefore an analysis is needed which aims to provide information about the competitive positions of coffee commodity in Southeast Asia. Indonesia comparative advantage against coffee producing countries in Southeast Asia can be analyzed with the RCA index, based on the calculation of the RCA index Indonesia has good competitiveness with the value $1 \leq$. Based on ISP calculations, Indonesia is a coffee exporter by showing the result of a positive value or $0 \leq$.

Keywords : *coffee, competitiveness, RCA,ISP, Comparative advantage.*

RINGKASAN

Analisis Daya Saing Kopi Indonesia Di Pasar Asia Tenggara Dengan Pendekatan RCA dan Asumsi *Diamond Porter Berlin*; Achmad Ghani Aldjauhari; 160810101136; 2020; Jurusan Ilmu Ekonomi Program studi Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember.

Perdagangan internasional maupun pemasaran global pada era globalisasi sekarang merupakan hal yang lumrah dilakukan beberapa negara untuk memenuhi kebutuhan satu sama lain, karena beberapa negara tidak bisa memenuhi kebutuhannya sendiri dikarenakan perbedaan sumberdaya alam di tiap negara maupun perbedaan beberapa faktor produksi. Adapun beberapa produk yang di perdagangkan salah satunya adalah produk yang terdapat dalam sektor pertanian dan perkebunan, dapat kita ketahui bahwa Indonesia sendiri memiliki keanekaragaman hayati yang melimpah serta penduduknya kebanyakan bekerja pada bidang pertanian. Komoditas unggulan untuk diperdagangkan secara Internasional salah satunya kopi karena komoditas ini memiliki lahan tanam yang luas dan memiliki berbagai jenis yang tersebar di seluruh Indonesia meskipun demikian Indonesia dalam pemenuhan kebutuhan terhadap beberapa komoditas tersebut masih kesulitan, dibuktikan dengan beberapa tahun terakhir indonesia mengalami fluktuasi pada nilai dan tingkat ekspor kopi.

Tujuan dari adanya penelitian ini adalah mengetahui bagaimana tingkat persaingan kopi Indonesia antara negara Asia Tenggara lainnya, Apakah posisi Indonesia di perdagangan komoditas kopi tersebut sebagai importir atau eksportir. Penelitian ini dilakukan di negara negara produsen kopi di wilayah Asia Tenggara yaitu Indonesia, Vietnam, Thailand pada tahun 2007 – 2017. Penelitian ini menggunakan data sekunder, untuk pengumpulan data sekunder data tersebut diperoleh dari beberapa instansi yang sudah menghimpun data tersebut yaitu BPS, FAO, AEKI, USDA, UN Comtrade, dan Departemen pertanian.. Metode yang digunakan adalah RCA dan ISP untuk mengolah data sekundernya untuk mengetahui keunggulan komparatif.

Hasil dari analisis komparatif yang telah dilakukan menunjukkan bahwa Indonesia masih mempunyai keunggulan jika dibandingkan dengan dua negara penghasil kopi yang ada di Asia Tenggara tapi masih belum bisa di depan Vietnam, dan menurut penghitungan ISP Indonesia sendiri merupakan negara pengekspor komoditas kopi meskipun Indonesia masih melakukan impor terhadap komoditas kopi.

Dari hasil tersebut maka pemerintah dapat lebih meningkatkan beberapa sektor yang ada pada komoditas kopi tersebut dengan melakukan inovasi maupun peningkatan kualitas dari olahan produk, melakukan penyesuaian dengan komponen kondisi permintaan komoditas kopi terhadap komponen lain dengan cara menaikkan jumlah kuantitas produksi agar bisa memenuhi kondisi permintaan domestik maupun dunia.

PRAKATA

Puji syukur saya panjatkan atas kehadiran Allah SWT atas segala rahmat, hidayah dan karunianya yang telah memberikan karunianya yang telah diberikan kepada penulis sehingga mampu menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Daya Saing Kopi Indonesia di Pasar Asia Tenggara Dengan Pendekatan RCA dan Asumsi *Diamond* Porter Berlin”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih memiliki banyak sekali kekurangan dan jauh dari kata sempurna, baik karena keterbatasan ilmu yang dimiliki maupun kemampuan penulisan. Dalam menyusun skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, saya selaku penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Allah SWT yang telah memberi nikmat dan karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan kuliah dengan segala rahmat Nya
2. Ibu Dr. Riniati, MP selaku Dosen Pembimbing Utama yang telah bersedia memberikan banyak waktunya untuk membimbing dan mengarahkan penulis dengan penuh kesabaran dan ketulusan kepada saya selama proses penyusunan dan penulisan sehingga terselesaikan dengan baik;
3. Ibu Dr. Sebastiana Viphindratin, M.Kes selaku Dosen Pembimbing Anggota yang telah memberikan ide, saran dan motivasinya serta telah meluangkan banyak waktunya untuk membimbing saya selama proses penyusunan dan penulisan sehingga terselesaikan dengan baik;
4. Ibu Fivien Muslihatinningsih, S.E., M.Si. selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan banyak nasehat dan motivasi dari awal perkuliahan hingga akhirnya penulis dapat menyelesaikan pendidikan pada jenjang S1;
5. Bapak Prof. Dr Isti Fadah, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember;
6. Ketua dan Sekretaris Jurusan Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember;

7. Bapak Dr. Herman Cahyo Diartho, S.E, M.P selaku Ketua Program Studi S1 Ekonomi Pembangunan Jurusan Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember;
8. Seluruh Bapak dan Ibu dosen beserta staf karyawan di Lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember;
9. Kedua orang tuaku, Bapak Achmad Djauhari dan Ibu April Susilowati karena mereka hidup terasa lebih mudah dan bahagia. Terimakasih selalu memberikan kasih sayang, doa yang tak pernah henti, dan dukungan serta semangat yang membuat saya seperti ini;
10. Kedua saudariku, Amelia Kurniawati Djauhari dan Leony Rizky Rahmadanti yang selalu menjadi motivasi agar terus belajar menjadi pribadi yang baik agar bisa dicontoh oleh kedua saudari saya;
11. Teman – teman Anniar Kos yang seperti saudara sendiri mas Luthfi Kancana Putra, mas Achmad Rofi' Hayatul Walid , mas Panji, mas Vadil Abdillah;
12. Teman-teman terbaikku dari awal kuliah sampai akhir kuliah yang selama ini memberikan banyak waktu luangnya, memberikan banyak nasehat, dan yang pasti memberikan kenangan indah bagi saya Ade Shofyan Ahmad, M Rizki Amin, Daffa Rizaldi, Danu Syahari, Adiet Tri Waluyo, Hisyam Alfriyan, Lazuardy Aji, Bagaskara Firman, Doni Irawan, Alfiana Nur Aisyah, Ayu Almira, Firda Hanif, Ulfatur Roshida;
13. Teman – teman satu konsentrasi Agribisnis angkatan 16 yang selalu menyemangati satu sama lain saat kuliah maupun di luar kuliah Rizal Nur, Ananta Tanzilal, Muhammad Ilham, Liliana Dwi, Rini Indah;
14. Teman – teman seperjuangan dari alumni SMA Negeri 2 Lamongan yang menemaniku agar bisa beradaptasi dengan lingkungan baru Alfafa Kautsar,
Muhammad Syafiin Nuha, Chabib, Reta;
15. Teman – teman KKN dari kelompok 329 yang memberikan kenangan yang saat melakukan tugas pengabdian kepada masyarakat balung tutul;

16. Teman-teman bermain permainan daring yang selalu menemani penulis saat suntuk yaitu Khoirul Eko, Yoga Widyatmoko, Yudistian, Satria Wibowo, Ongki, Firdi, Adan, Bryan, Fakri, Ibnu;
17. Teman-teman UKM Kelompok studi kewirausahaan muda dan Himpunan Mahasiswa Jurusan Ilmu Ekonomi;
18. Teman-teman seperjuangan di Program Studi Ilmu Ekonomi Pembangunan angkatan 2016 penulis mengucapkan terimakasih atas kebersamaan dan kenangan yang diberikan;
19. Semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini, yang tidak dapat disebutkan satu persatu, terimakasih atas bantuannya.

Demikian, penulis menyadari atas banyaknya kekurangan dalam penulisan serta penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun bagi penulis harapan untuk penyempurnaan tugas akhir ini. Semoga skripsi ini dapat memberikan banyak manfaat untuk kita semua.

Daftar Isi

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN	ii
MOTTO	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
HALAMAN PEMBIMBING SKRIPSI	v
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI	vi
LEMBAR PENGESAHAN	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT.....	x
PRAKATA.....	xiv
DAFTAR ISI.....	xvii
DAFTAR TABEL	xix
DAFTAR GAMBAR.....	xix
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.5 Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian	10
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Landasan Teori	11
2.1.1 Konsep Daya Saing	11
2.1.2 Teori Perdagangan Internasional.....	12
2.1.3 Teori Permintaan Ekspor.....	14
2.1.4 Teori Penawaran Ekspor	15
2.1.5 Konsep Keunggulan Komparatif.....	15
2.2 Kerangka Konseptual.....	16
2.3 Penelitian Terdahulu	19
2.4 Hipotesis.....	26
BAB 3 METODE PENELITIAN.....	27

3.1	Jenis Penelitian.....	27
3.2	Waktu dan Lokasi Penelitian.....	27
3.3	Sumber dan jenis data.....	27
3.4	Metode Analisis dan Pengolahan data	28
3.4.1	RCA (Revealed Comparative Advantage	29
3.4.2	Indeks Spesialisasi Perdagangan (ISP)	31
3.5	Definisi Operasional Variabel.....	32
Bab 4	Hasil Dan Pembahasan	33
4.1	Gambaran Umum	33
4.1.1	Sejarah Kopi di Dunia	33
4.1.2	Sejarah Perdagangan Kopi Indonesia.....	33
4.1.3	Perdagangan Kopi di Indonesia.....	34
4.2	Analisis Keunggulan Komparatif Kopi Indonesia	35
4.2.1	Indeks Spesialisasi Perdagangan	35
4.2.2	Analisis Pendekatan <i>Revealed Comparative Advantage</i>	36
4.3	Pembahasan.....	38
Bab 5	Kesimpulan dan Saran	40
5.1	Kesimpulan.....	40
5.2	Saran	40
Daftar Pustaka	41
Lampiran	44

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perkembangan PDB Komoditas primer perkebunan tahun 2014-2018 berdasarkan harga konstan (milyaran rupiah)	4
Tabel 1.2 Nilai (000 US\$) komoditas pada sub sektor perkebunan.....	5
Tabel 1.3 Luas areal dan produksi kopi Indonesia menurut jenis kopi tahun 2013-2017.....	8
Tabel 3.1 : Sumber dan jenis data Sekunder	28
Tabel 4.1 Nilai Indeks Spesialisasi Perdagangan Indonesia	36
Tabel 4.2 Hasil analisis RCA komoditas Kopi tiga negara di pasar ASEAN tahun 2007-2017	42

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 10 Negara Dengan Konsumsi Kopi Terbesar dunia 2016 – 2017... 6	
Gambar 1.2 Grafik volume ekspor kopi tahun 2013 – 2017 dengan satuan ton .7	
Gambar 1.3 Grafik volume ekspor kopi 2013 - 2017 dengan satuan ton	8
Gambar 2.1 kerangka konseptual.....	18

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Data 5 Negara Produsen Kopi Terbesar Dunia	44
Lampiran 2. Luas Areal dan Produksi Kopi Menurut Status Pengusahaan Tahun 2000- 2017	45
Lampiran 3. Data Green Coffee Exports by Year ASEAN Country	46
Lampiran 4. Nilai RCA (Revealed Comparative Advantage)	47

BAB 1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era globalisasi dewasa sekarang pemasaran global adalah perihal yang sangat biasa dilaksanakan semua negara, hal itu dikarenakan tiap negara tidak mungkin bisa mencukupi kebutuhannya dengan mandiri. Dikarenakan perbedaan sumber daya yang berbeda, keunggulan absolut pada suatu negara berasal dari keunggulan teknologi dalam pengolahan komoditas seperti yang di katakan oleh David Ricardo dalam prinsip keunggulan komparatif dan prinsip Adam Smith tentang keunggulan absolut. Berbeda lagi dengan konsep yang dibawakan oleh ekonom Swedia Eli Hecksher (1879 – 1952) dan Bertil Ohlin (1899 – 1979) yang beranggapan bahwa bangsa yang tenaga kerjanya berlimpah secara relatif bisa mendayagunakan kekuatan dirinnya dalam menghasilkan barang melalui faktor produksi padat karya dengan biaya yang relatif lebih ringan dengan adanya faktor produksi yang murah artinya negara tersebut mempunyai keunggulan komparatif dalam memproduksi barang tersebut, konsep H-O adalah model terpopuler mengenai analisa perdagangan untuk dua negara yang mana masing-masing negara memiliki ciri-ciri khusus (Krugman, 2006).

Stopler dan Samuelson menyatakan bila teori H-O keliru, konsep pada keunggulan komparatif versi ricardo dan versi H-O dinyatakan sebagai konsep keunggulan komparatif yang statis dan kurang realistis, hal ini terjadi karena secara implisit mengasumsikan bahwa tidak terjadi perubahan perubahan fundamental dalam faktor produksi yang melimpah (*endowments*) (Hendra Halwani, 2005). Sedangkan teori yang dikembangkan oleh samuelson melakukan modifikasi terhadap konsep keunggulan komparatif, dengan mengungkapkan konsep mengakomodasikan perubahan – perubahan yang terjadi dan yang akan terjadi. Karena seharusnya keunggulan komparatif adalah sebuah konsep yang dinamis. Sebuah kelebihan komparatif dalam sebuah bangsa untuk sebuah produk bisa berubah seiring waktu, perubahan pada salah satu faktor penentu keunggulan

komparatif yang termasuk perbedaan sumber daya, teknologi, pola permintaan, pengkhususan, praktik bisnis, serta keputusan pemerintah (Gupta, 2015). Keunggulan komparatif dapat dihitung oleh indeks balasa yang diperkalkan oleh Béla Balassa dan Mark Noland (1965) pada konsep keunggulan konsep komparatif Ricardian yang dipakai untuk ilmu ekonomi internasional guna menghitung keuntungan maupun kerugian relatif sebuah bangsa untuk kelompok barang serta layanan khusus seperti yang terbukti melalui jalur perdagangan, yang berfokus dalam penghitungan indikator pada kelebihan komparatif (Moudy, 2012).

Dalam penelitian terdahulu dan kajian empiris pada perdagangan internasional dan pentingnya perbandingan keuntungan dalam perdagangan internasional (Wang & Liu, 2015) dalam konsep tersebut tidak memaparkan bila terdapat beberapa negara yang memiliki produksi identik tetapi negara – negara ini masih saling berdagangan dan tetap saling menguntungkan karena walaupun ada beberapa negara yang menghasilkan sejumlah produk pada industri yang sama, sebagian besar dari mereka mengalami deferensiasi produk (tidak homogen). Akibatnya perdagangan internasional sebagian besar terjadi di bursa produk yang berbeda dari industri serupa yang disebut dengan perdagangan intra – industri (Kemal & Aysegul, 2010). Pendekatan keunggulan komparatif dasar pada daya saing sebagian besar berasal dari teori perdagangan internasional seperti model Ricardian, yang mengatakan bahwa sebuah bangsa mempunyai kelebihan komparatif di sektor / industri mereka bila biaya tenaga kerja relatif lebih rendah dari negara atau kelompok negara lain (Krugman, 2006), ketika teori perdagangan internasional fundamental lain seperti halnya model Heckscher-Ohlin menggabungkan biaya pegawai, sumber daya alam, serta kemampuan teknologi menjadi aspek penentu keunggulan komparatif. Faktor-faktor ini dikenal sebagai sumber yang membentuk keunggulan komparatif suatu negara, tetapi sebagai alternatif penelitian bisa memakai indikator untuk menentukan keunggulan komparatif (Moudy, 2012).

Pembentukan ASEAN Economy Community (AEC) sejak awal Januari 2016 atau dikenal menjadi Masyarakat Ekonomi Asean (MEA) membawa kita

dengan perdagangan bebas antar region dengan pengurangan biaya perdagangan, regulasi yang saling menguntungkan antar region dan penambahan fasilitas untuk perdagangan barang maupun jasa. Perdagangan ini juga termasuk ke semua sektor termasuk sektor agrikultur atau sektor pertanian. Perdagangan internasional menjadi faktor utama untuk membantu pertumbuhan ekonomi suatu negara dengan beberapa faktor yang mendukung seperti halnya industrialisasi, transportasi, globalisasi, dan pertumbuhan perusahaan multinasional di beberapa negara (Firmansyah, 2017). Keterbukaan ekonomi di setiap negara mendorong bangsa menjalankan pemasaran global dengan beberapa alasan: pertama, tiap bangsa memiliki sumber daya yang berbeda beda, kedua setiap negara mempunyai capaian untuk menstabilkan perekonomiannya. Perbedaan sumber daya yang dimiliki disetiap negara akan memungkinkan untuk melakukan perdagangan antar negara untuk meraih keuntungan yang diinginkan (Krugman, 2012).

Indonesia sendiri merupakan negara yang memiliki keragaman alam yang banyak dan beraneka ragam, keanekaragaman tersebut bisa dilihat dari pembagian sub sektor pada sektor pertanian yaitu antara lain tumbuhan pangan, tumbuhan hortikultura, perkebunan, peternakan, serta layanan pertanian dan perkebunan dari semua subbidang di pertanian perkebunan merupakan kontributor PDB tertinggi setiap periode. Pengertian perkebunan sendiri menurut dalam buku Pembakuan Statistik Perkebunan 2007 yang mengacu pada UU No 18 Tahun 2004 merupakan seluruh aktivitas yang mengupayakan suatu tumbuhan di tanah maupun media tanam lainnya di ekosistem yang tepat, mengelola serta mendistribusikan barang atau jasa hasil tanaman itu guna menciptakan kesejahteraan untuk tokoh usaha perkebunan serta masyarakat. Dalam ekonomi domestik, bidang pertanian sangat terbukti bisa membantu saat krisis ekonomi beberapa kali dan sangat berkontribusi pada pendapatan negara, sektor pertanian menjadi sektor yang menduduki posisi kedua setelah sektor manufaktur dalam pendapatan negara.

Bidang pertanian adalah bidang yang memiliki peran pokok bagi perkembangan perekonomian di Indonesia terutama di bidang perkebunan, sektor perkebunan juga menyiapkan diatas 36,91 juta lapangan kerja untuk penduduk

Indonesia (BPS, 2019). Menurut *world bank* bidang pertanian juga sebagai bidang yang terbanyak menggunakan pekerja di Indonesia dengan presentase 35% per tahun dari total pekerjaan di Indonesia. sedangkan, sektor perkebunan memiliki peran mendorong untuk memperkuat cadangan devisa.

Tabel 1.1 Perkembangan PDB Komoditas primer perkebunan tahun 2014-2018 berdasarkan harga konstan (milyaran rupiah)

Lapangan Usaha	2014	2015	2016	2017	2018
Tanaman Perkebunan	338502.2	345164.9	357137.7	373054	387501.5
Pertanian	1129053	1171446	1210956	1257876	1307026
Non Migas	1637506	1720221	1796485	1883617	1973537
PDB Total	8564867	8982517	9434613	9912704	10425316

Sumber : BPS, 13 Oktober 2019 (diolah)

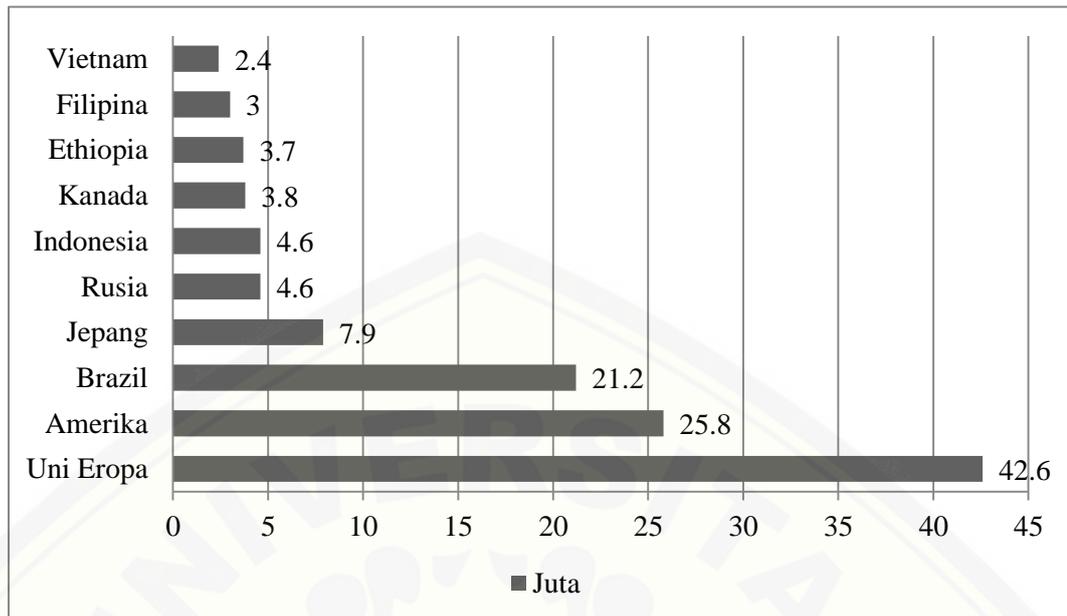
Pada tabel 1.1 menjelaskan bila total PDB (Produk Domestik Bruto) terjadi kenaikan sesuai dengan meningkatnya sub sektor produksi perkebunan. Kopi adalah komoditas terpenting untuk sub bidang perkebunan Indonesia bisa dilihat dari tabel 1.2 bahwa komoditas ini lebih unggul daripada komoditas lain pada sub bidang perkebunan. Kontribusi komoditas kopi untuk perekonomian Indonesia sangat pokok, yakni menjadi sumber devisa, penghasil bahan baku industri, serta menyediakan lapangan kerja yaitu dalam aktivitas mengolah, mendistribusikan, serta menjual (ekspor dan impor). tipe kopi yang sangat populer serta bernilai ekonomis adalah kopi arabika serta kopi robusta. Dimasa sekarang, mayoritas tanaman kopi yang ditanam di Indonesia yaitu kopi robusta (81,44%) serta sisanya kopi arabika (18,56%), sebenarnya ada beberapa potensi yang bisa dikembangkan dari komoditas kopi Indonesia sehingga dapat lebih bersaing lagi di pasar internasional khususnya di pasar Asia Tenggara.

Tabel 1.2 Nilai (000 US\$) komoditas pada sub sektor perkebunan

	Teh	Kakao	Kopi
2013	70,840	1,151,494	1,174,029
2014	66,399	1,244,530	1,039,341
2015	61,915	1,307,771	1,197,735
2016	51,319	1,239,581	1,008,543
2017	54,187	1,120,252	1,186,886

Sumber : Ditjenbun 2019 (diolah)

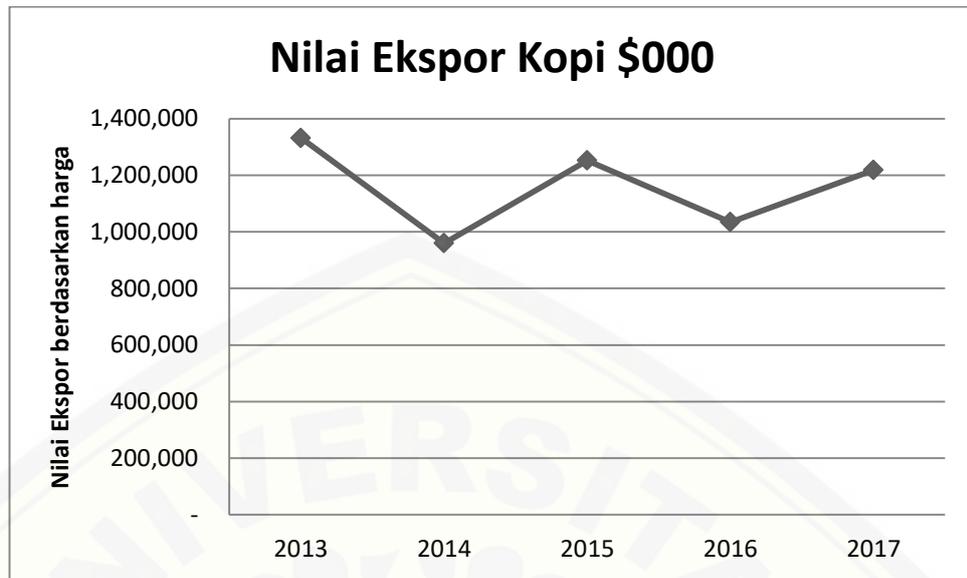
Indonesia yang awalnya menjadi negara pengekspor kopi kini juga menjadi negara konsumsi kopi, semakin banyak kafe – kafe baru bermunculan yang menjual minuman dengan bahan pokok kopi maupun kopi kemasan yang secara tidak langsung bisa menambah konsumsi minuman hasil olahan biji kopi nasional. Disamping meningkatkan nilai jual, tumbuhnya kedai – kedai itu juga bisa meningkatkan tumbuhnya ekonomi kreatif dari komoditas kopi, yaitu untuk pasar dalam negeri bahkan luar negeri. sekedar informasi, Indonesia adalah sebuah bangsa yang tingkat konsumsinya paling tinggi di dunia. Bisa dilihat pada gambar 1.1 data *International Coffee Organization* (ICO) berhasil mendata konsumsi kopi indonesia pada tahun 2016/2017 sebanyak 4,6 juta kemasan 60kg/lb (60kg) pada urutan ke 6 negara konsumsi kopi tertinggi di dunia dibawah Rusia. sedangkan konsumsi kopi terbanyak di dunia yaitu bangsa yang terhimpun menjadi Uni Eropa yang konsumsi diatas 42,6 juta lb. Untuk produksi kopi indonesia hingga 10,92 juta lb dibawah tahun sebelumnya yaitu 11,49 lb. Sedangkan penghasil kopi tertinggi di dunia yaitu Brazil produksinya mencapai 52,73 lb.



Gambar 1.1 10 Negara Dengan Konsumsi Kopi Terbesar dunia 2016 – 2017
(Sumber : International Coffe Organization (ICO), 2018)

Berdasarkan gambar 1,1 perdagangan kopi nasional memiliki peluang dalam ranah perdagangan internasional. Hal tersebut dikarenakan tingginya konsumsi kopi di berbagai negara. Masalah yang dihadapi oleh Indonesia sendiri ialah terlalu banyak sebaran kopi robusta ketimbang kopi berjenis arabika yang mana kopi berjenis robusta ini sering dijustifikasi bermutu rendah dari segi kualitas kopi. Harga kopi ditentukan dengan kualitas, dimana kualitas kopi dapat dipengaruhi oleh kondisi cuaca negara asal tempat penanaman kopi, varietas dan penanganan kopi setelah atau pasca panen (Yahmadi, 2005).

Perkembangan total ekspor kopi pada tahun 2013 – 2017 sangat terlihat fluktuatif bisa dilihat di gambar 1.2 , dalam grafik tersebut nilai ekspor kopi masih menunjukkan tren positif di tahun 2017 dengan kenaikan menjadi 1.218.280 yang sebelumnya sempat turun di tahun 2016 diangka 1.034.125 tetapi tahun 2017 tidak sebesar dengan jumlah nilai ekspor kopi pada tahun 2015 yang mempunyai nilai sebesar 1.252.022. Gambaran grafik tersebut membuktikan bila komoditas kopi berperan dalam meningkatkan sumber devisa dengan sumbangsuhnya pada total eksportnya meskipun sempat terjadi fluktuatif.



Gambar 1.2 Grafik volume ekspor kopi tahun 2013 – 2017 dengan satuan ton
(Sumber : Data statistik kopi Ditjenbun 2019 (diolah: 7 Desember 2019))

Sedangkan gambar 1.3 bisa dilihat pada tahun 2007-2017 jumlah ekspor kopi Indonesia di Pasar Asean terjadi naik turun pada tahun tahun berikut Indonesia menempati urutan kedua dibawah Vietnam sedangkan untuk negara lainnya mengikuti seperti thailand, malaysia dan adapula negara negara seperti Singapura, Myanmar, Brunei ketiga negara tersebut tidak melakukan ekspor kopi, serapan ekspor kopi Indonesia yang diketahui turun diakibatkan oleh serapan konsumsi lokal yang seperti digambarkan pada gambar 1.1 yang cukup banyak. Volume ekspor maupun nilai ekspor kopi yang naik dan turun disebabkan jumlah serta mutu kopi Indonesia menurun, sebab menurut Rusman Heriawan wakil Menteri Pertanian (2013) umur tanaman kopi diatas 15 tahun, sudah memerlukan reboisasi serta pembenahan lahan perkebunan kopi.

Tingkat Ekspor Komoditas Kopi



Gambar 1.3 Grafik tingkat ekspor komoditas kopi negara ASEAN 2007-2017
(Sumber : Indeks Mundi (diolah : 19 Januari 2020))

Indonesia dalam kegiatan ekspor komoditi tersebut menduduki posisi ke 4 dalam jajaran negara eksportir kopi dunia dibawah Brazil, Vietnam, dan Colombia, Indonesia mampu menghasilkan 6,36% dari jumlah produksi negara negara eksportir yaitu bisa memproduksi rata rata sebesar 454.835 ton di tahun 2016. Pada tabel 1.3 jumlah volume ekspor 2013-2017 yang terjadi naik turun dikarenakan luas wilayah tanaman kopi di indonesia juga mengalami fluktuasi bisa dilihat dalam tabel 1.3.

Tabel 1.3 Luas areal dan produksi kopi Indonesia menurut jenis kopi tahun 2013-2017

Tahun	Robusta		Arabika		Jumlah	
	Luas Areal (ha)	Produksi (ton)	Luas Areal (ha)	produksi (ton)	Luas Areal (ha)	Produksi (ton)
2013	916,053	509,557	325,659	166,325	1,241,712	675,882
2014	899,808	473,672	330,687	170,185	1,230,495	643,857
2015	899,528	466,493	330,374	172,919	1,229,902	639,412
2016	907,651	474,037	339,007	189,834	1,246,658	663,871
2017*	924,424	483,820	339,371	184,857	1,263,795	668,677

Sumber : Data statistik kopi Ditjenbun 2019

*data estimasi

Indonesia dan Vietnam menjadi produsen terbesar di Asia Tenggara, bahkan kedua negara Asia tenggara ini memasuki jajaran negara yang mampu produksi kopi dengan skala besar di dunia. Tetapi meskipun di Asia tenggara

Vietnam sebagai pesaing Indonesia dalam produksi kopi Indonesia masih kalah jauh dengan Vietnam dikarenakan kebun di dalam negeri tidak dirawat dengan baik dan produktivitasnya rendah. Hal itu bisa sebagai alasan mengapa jumlah ekspor dan nilai ekspor yang rendah dan sering terjadi penurunan. Selain Vietnam adapula negara-negara di Asia Tenggara yang mengandalkan kopi sebagai komoditas andalan untuk melakukan ekspor.

Dari peristiwa yang dialami yakni terdapat beberapa pesaing dari negara-negara Asia Tenggara pengeksportir kopi lainnya maka dari itu dibutuhkan analisa bagaimana sesungguhnya kedudukan kompetisi kopi Indonesia di pasar Asia Tenggara dan untuk mengetahui apa bangsa lainnya yang berada di Asia Tenggara benar menjadi negara yang melakukan ekspor kopi atau hanya dijadikan substitusi ekspor saja.

1.2 Rumusan Masalah

Dari penjelasan latar belakang dan fenomena di atas kemudian dibentuk perumusan masalah antara lain :

1. Apakah kedudukan khusus Indonesia serta negara yang berada di Asia Tenggara selaku eksportir atau importir komoditas kopi ?
2. Bagaimana persaingan kopi Indonesia di pasar Asia Tenggara ?

1.3 Tujuan Penelitian

Dari latar belakang serta rumusan masalahnya, lalu tujuan penelitian antara lain:

1. Menganalisa kedudukan khusus Indonesia serta negara Asia Tenggara lainnya menjadi bangsa spesialisasi importir ataupun eksportir kopi.
2. Menganalisa posisi daya saing kopi Indonesia di Pasar Asia Tenggara.

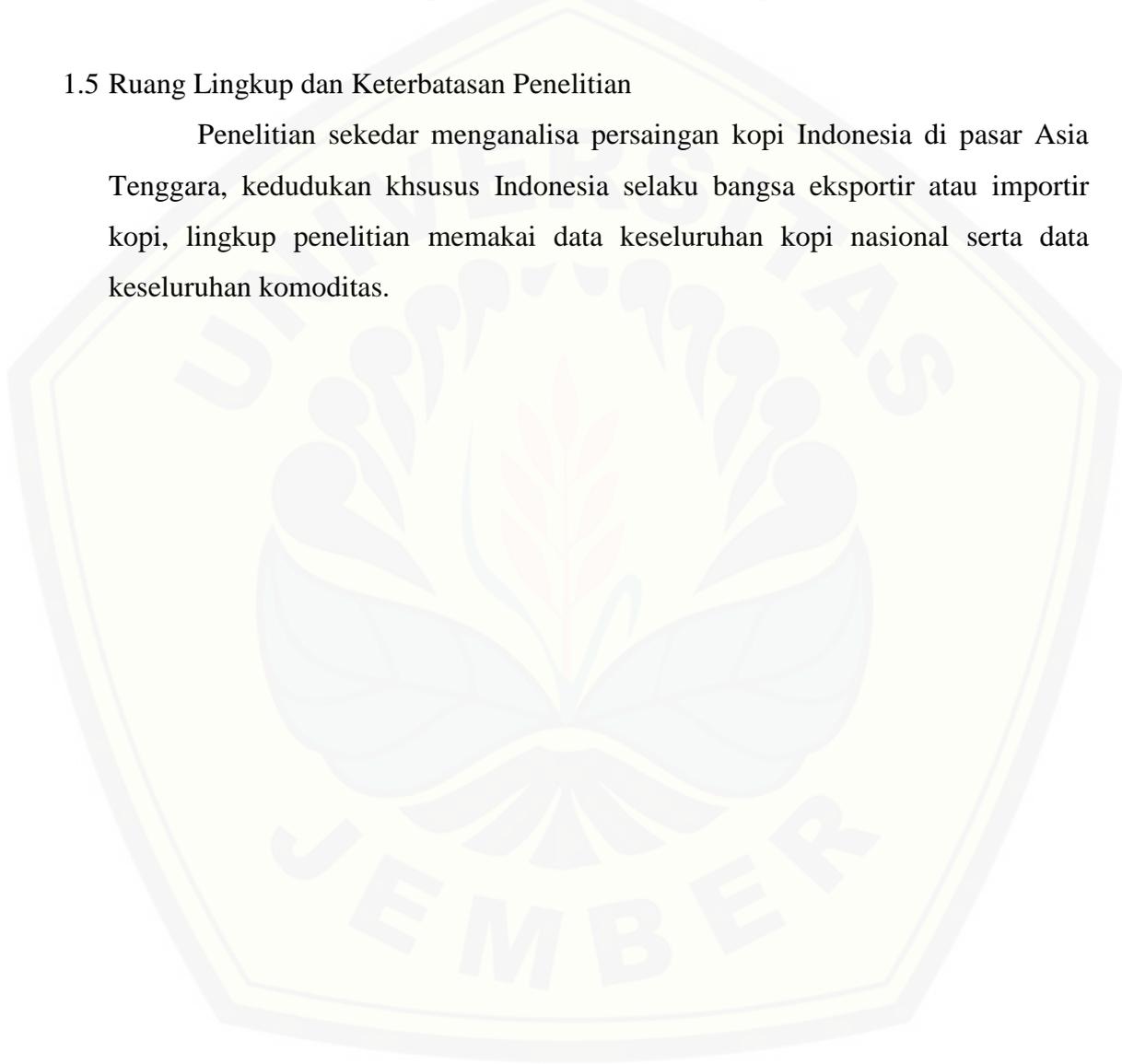
1.4 Manfaat Penelitian

1. untuk peneliti menjadi pengimplikasian dari konsep yang didapatkan ketika masa studi.
2. untuk Pemerintah bisa digunakan menjadi data informasi untuk menentukan keputusan dalam mewujudkan pengembangan kopi lokal atau kopi Indonesia yang lebih efektif serta mempunyai kekuatan.

3. untuk petani, produsen serta eksportir kopi, diharapkan bisa digunakan menjadi sumber informasi untuk perdagangan kopi internasional maupun nasional
4. untuk masyarakat akademik bisa dipakai menjadi sumber inspirasi serta bahan acuan untuk penelitian dimasa mendatang.

1.5 Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian

Penelitian sekedar menganalisa persaingan kopi Indonesia di pasar Asia Tenggara, kedudukan khusus Indonesia selaku bangsa eksportir atau importir kopi, lingkup penelitian memakai data keseluruhan kopi nasional serta data keseluruhan komoditas.



BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Konsep Daya Saing

Daya saing merupakan kemampuan suatu negara dalam memenuhi tantangan kompetisi pasar internasional maupun perdagangan internasional serta masih memelihara maupun menambah penghasilan nyata. Dalam konsep daya ekonomi kewilayahan ataupun ekonomi regional yang dimaksud dengan daya saing adalah kemampuan suatu wilayah untuk menghasilkan produksi yang lebih tinggi dibanding dengan daerah lain. Menurut (Porter, 1998) mengemukakan bila daya saing bisa dikenali melalui produktivitas, yaitu dengan level output yang diproduksi dalam tiap input yang dipergunakan. Meningkatnya produktivitas tersebut dikarenakan meningkatnya total tenaga kerja dari segi input fisik maupun modal, meningkatnya mutu input yang dipakai, serta meningkatnya teknologi (*total factor productivity*). Sementara itu Tweeten dalam Saragih (2000) daya saing sendiri ialah kelebihan berkompetisi selaku kapasitas perusahaan untuk menjaga serta memperluas pangsa pasar yang memberi keuntungan serta terus menerus dengan penggunaan kelebihan oleh setiap kompetitor.

Dari beberapa pengertian dari Porter maupun Tweeten seharusnya keputusan pemasaran global seharusnya lebih berfokus dalam menjaga persaingan produk lokal yang mempunyai kelebihan komparatif serta menjalankan spesialisasi pengembangan niche di bidang manufaktur dan kelebihan komparatif (khususnya pelayan dalam pariwisata serta pekerja). susunan produksi Indonesia harus diarahkan ke industri yang memiliki nilai unggul, misalnya industri benda elektronik maupun non elektronik dan industri pengolahan lainnya; contohnya antarlain minyak sawit, industri perkebunan seperti teh, kopi, aret dan yang lainnya yang mengutamakan dari kemampuan sumber daya alam Indonesia. Pendekatan yang biasa dilakukan dalam menilai daya saing sebuah komoditas dipandang dari dua parameter yakni kelebihan komparatif serta kompetitif.

2.1.2 Teori Perdagangan Internasional

Perdagangan internasional sendiri adalah bagian praktik ekonomi internasional yang merupakan kegiatan menukar barang serta pelayanan yang dilaksanakan diantara negara atau pemerintah antar negara dengan tujuan tujuan tertentu. Terjadinya perdagangan internasional dilandasi dikarenakan adanya perbedaan sumber daya yang dimiliki oleh tiap tiap negara ataupun wilayah. Serta kemampuan suatu negara dalam memproduksi suatu barang maupun jasa. Perdagangan internasional dalam suatu negara dapat dilihat dari kegiatan ekspor-impor sebuah bangsa yang bisa memberi kontribusi pada penghasilan negara (PDB) (Asmarantaka, 2012). Perdagangan internasional merupakan pemasaran yang dijalankan penduduk sebuah bangsa dengan penduduk bangsa lain berdasarkan kesepakatan yang ditentukan bersama (Salvatore, 1996). Penduduk yang disini bisa dalam bentuk perorangan, diantara individu dengan pemerintah sebuah bangsa ataupun pemerintah sebuah bangsa dengan pemerintah bangsa lain. Keuntungan perdagangan internasional yaitu

1. Mendapatkan barang yang tidak dapat diproduksi di dalam negeri sendiri.
Beberapa faktor yang memberi pengaruh pada kemampuan produksi suatu negara. Faktor – faktor itu antara lain: Penguasaan IPTEK, kondisi iklim, geografi serta sebagainya. melalui perdagangan internasional, tiap bangsa bisa terbantu untuk mencukupi keperluan yang kurang dapat dipenuhi sendiri.
2. Manfaat dari spesialisasi perdagangan
Kegiatan pokok dari perdagangan internasional sendiri ialah agar memperoleh manfaat yang bisa terwujud dengan spesialisasi. Meskipun sebuah bangsa bisa menghasilkan sebuah barang yang sejenis dengan yang dihasilkan bangsa lain, namun pada masanya akan semakin baik jika bangsa tersebut daripada mengimpor barang dari luar negeri tersebut untuk tidak membebankan biaya produksi dan lebih memilih memberatkan neraca perdagangan.

3. Mengembangkan jaringan pasar serta meningkatkan laba

Dengan memperluas jaringan pasar yang bertujuan untuk memaksimalkan pemasaran produk ke luar negeri agar memaksimalkan produksi yang dilakukan oleh pengusaha dalam negeri agar lebih memaksimalkan dalam memperjualkan produk yang seringkali terbuang dikarenakan pasar lokal yang tidak mampu menampung produk dalam negeri.

4. Transfer teknologi modern

Perdagangan luar negeri memungkinkan suatu negara agar belajar dari teknik produksi yang semakin efisien serta langkah-langkah manajemen yang semakin maju.

konsep perdagangan internasional yaitu teori yang menjelaskan tujuan serta susunan perdagangan diantar bangsa dan bagaimana dampaknya untuk perekonomian sebuah bangsa. selain itu, konsep perdagangan internasional juga bisa memperlihatkan terdapat laba yang muncul dengan adanya kegiatan perdagangan internasional (*gain from trade*). Ada beberapa bangsa yang menjalankan perdagangan internasional dikarenakan beberapa alasan yaitu. Pertama, bangsa yang melakukan perdagangan tidak sama dengan yang lainnya dari segi kesediaan sumber daya berupa tipe serta kualitas, tiap bangsa bisa mendapatkan laba dari ketidaksamaan tersebut dengan melakukan aturan yang mana masing-masing pihak menjalankan suatu hal secara relatif yang lebih baik dengan saling melengkapi satu sama lain. Kedua, bangsa yang berdagang satu sama lain bertujuan meraih skala ekonomi (*economies of scale*) dari produksinya (Krugman, 2006), bila tiap bangsa sekedar memproduksi beberapa barang lalu bisa memproduksi barang itu dalam jumlah yang semakin banyak serta semakin efisien daripada memproduksi semua tipe barang dengan tenaga sendiri.

Seperti dengan pandangan kaum merkantilis, Adam Smith yang beranggapan bahwa perdagangan antara dua negara dikarenakan adanya keunggulan absolut diantara kedua negara. Jika terdapat sebuah negara yang lebih efisien dalam memproduksi sebuah komoditas dibanding negara lain namun negara tidak efisien saat memproduksi barang jika dibanding dengan

negara lain maka negara kedua negara akan memperoleh keuntungan dengan melakukan spesialisasi dalam memproduksi barang yang memiliki keunggulan absolut dan menukarkannya dengan barang yang memiliki kerugian absolut (Salvatore, 1997).

2.1.3 Teori Permintaan Ekspor

Dalam ilmu ekonomi permintaan akan suatu barang maupun jasa didefinisikan sebagai jumlah barang yang diinginkan konsumen dimana konsumen mampu membeli barang ataupun jasa tersebut (Mankiw, 2007). Banyaknya jumlah barang yang diminta oleh konsumen bergantung pada harga barang tersebut. Hal ini sesuai dengan hukum permintaan yang berbunyi. Jika harga sebuah barang naik maka jumlah barang yang diminta akan turun dan begitu pula sebaliknya dengan asumsi *ceteris paribus* (faktor lain yang dianggap tetap).

Selain faktor harga jumlah barang yang diminta dapat pula dipengaruhi oleh barang lain, segi kualitas barang, pendapatan konsumen, selera konsumen, dan faktor lainnya. Jika dikaitkan dengan kegiatan ekspor maka permintaan ekspor adalah jumlah barang yang diinginkan oleh pasar atau konsumen luar negeri dimana pasar luar negeri tersebut memiliki kemampuan untuk membeli barang tersebut.

Teori permintaan ekspor disini bertujuan untuk menentukan faktor faktor yang mempengaruhi permintaan ekspor suatu negara. Dari konsep permintaan maka dapat dikatakan bahwa permintaan ekspor dipengaruhi oleh harga barang di negara tujuan ekspor, segi kualitas barang, pendapatan perkapita negara tujuan, selera masyarakat negara tujuan ekspor dan lain-lain.

Salah satu landasan dalam melakukan ekspor adalah keunggulan komparatif suatu komoditas yang mempunyai biaya produksi relatif lebih rendah dibandingkan dengan negara lain dapat dikatakan komoditas tersebut memiliki potensi yang lebih tinggi untuk di ekspor ke negara lainnya.

2.1.4 Teori Penawaran Ekspor

Dalam sebuah pasar penawaran merupakan kebalikan dari sisi permintaan. Penawaran adalah jumlah barang yang ditawarkan oleh produsen dimana produsen mampu menyediakan barang yang diminta oleh konsumen (Mankiw, 2007). Penawaran untuk sesuatu barang dipengaruhi oleh harga barang tersebut dengan mengacu pada hukum penawaran yang mengatakan bahwa jika harga barang naik maka jumlah barang yang ditawarkan juga akan naik dengan asumsi dan begitu pula sebaliknya *ceteris paribus*. Selain faktor harga jumlah barang yang ditawarkan juga dipengaruhi oleh harga barang lain, harga input, teknologi, dan faktor lainnya.

Pada dasarnya perdagangan antar negara terjadi karena perbedaan kemampuan produksi dan faktor – faktor yang dimiliki oleh negara. Adanya perbedaan tersebut menyebabkan biaya produksi pada tiap negara juga berbeda beda. Negara yang memiliki biaya produksi yang rendah untuk memproduksi suatu komoditas akan cenderung memiliki produksi yang melebihi permintaan domestik negara tersebut. Disisi lain negara yang mempunyai biaya yang tinggi akan memproduksi komoditas tersebut jauh dari kata cukup untuk memenuhi permintaan domestiknya. Kelebihan produksi yang dimiliki oleh negara yang memiliki biaya rendah dalam memproduksi tersebut dapat menjadi kekuatan penawaran sebuah negara untuk suatu komoditas (Salvatore, 1997). Dari penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa penawaran ekspor suatu komoditas adalah kelebihan produksi dari sebuah negara untuk ditawarkan kepada pasar internasional.

2.1.5 Konsep Keunggulan Komparatif

Keunggulan komparatif merupakan pedoman dasar yang mengemukakan bila tiap negara mempunyai kegiatan produksi yang memerlukan dana peluang dan dana kesempatan (*opportunity cost*) yang sedikit daripada negara lain, yang artinya bila perdagangan diantara dua negara bisa sama-sama memberi keuntungan bila masing-masing melakukan spesialisasi untuk memproduksi barang serta pelayanan menggunakan dana biaya peluang yang sangat sedikit. Pedoman itu adalah dasar pemasaran global, tetapi berlaku

pula untuk spesialisasi serta alokasi kerja. Apridar (2009) menyatakan Opportunity cost merupakan dana yang dikeluarkan dari menghasilkan sebuah produk tetapi dipakai untuk menghasilkan produk lain bisa disebut juga sejumlah pengorbanan aspek produksi yang bisa dipakai dalam menghasilkan sebuah barang, dipindahkan pada produk lain yang dirasa mempunyai laba komparatif. prinsip perdagangan yang lebih disenangi masyarakat internasional, dikemukakan pertama kali oleh David Ricardo (1772-1823) yang disebut teori “comparative cost” atau “comperative advantage”. Menurut teori itu, tiap bangsa menspesialisasikan dirinya dalam memproduksi sesuai sektor unggulannya yang komparatif serta seluruh bangsa melaksanakan pemasaran dengan bebas tidak ada halangan, lalu bisa diraih efisiensi untuk pemakaian faktor produksi serta sesuai urutan produksi global dengan menyeluruh mencapai optimal, oleh karena itu semakin besar kesejahteraannya. Berdasarkan konsep cost comparative advantage (labor efficiency), sebuah bangsa bisa mendapatkan keuntungan lewat perdagangan global bila menjalankan spesialisasi produks serta melakukan ekspor barang yang mana bangsa itu tidak bisa melakukan produksi relative agar makin efisiensi dan melakukan impor barang yang mana bangsa itu melakukan produksi relative sedikit.

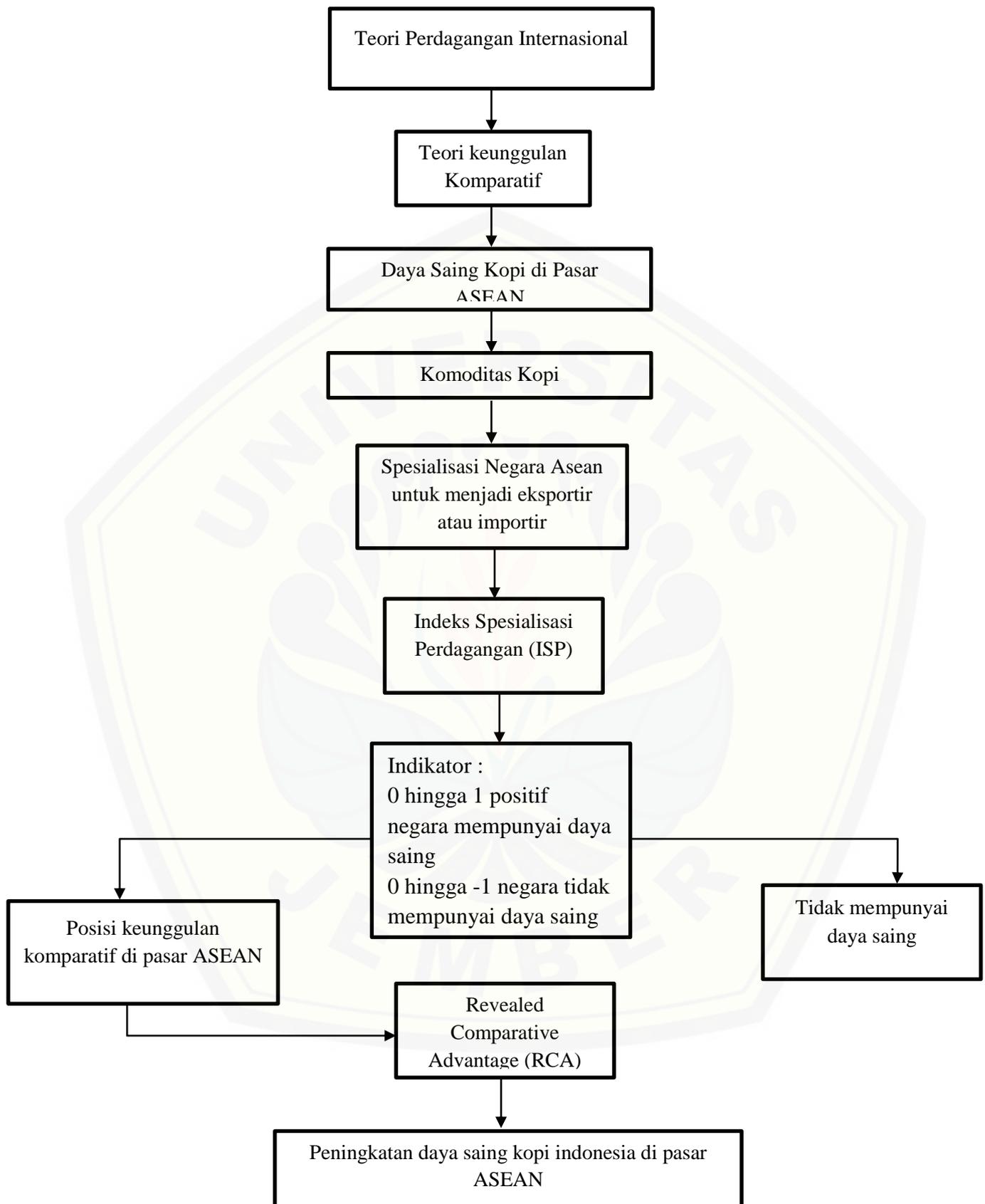
2.2 Kerangka Konseptual

Indonesia adalah salah satu dari sepuluh besar negara penghasil kopi terbesar di dunia di Asia tenggara sendiri Indonesia berada dalam posisi ke dua dibawah Vietnam dan diatas negara thailand, dengan luas lahan produksi indonesia sebesar 924,424 ha untuk jenis arabika dan 339,371 ha untuk jenis robusta. Meskipun mutu dari cita rasa kopi robusta masih di bawah kopi arabika, namun kopi robusta sangat tahan terhadap penyakit karat daun. Dengan luas area tanaman kopi robusta di Indonesia lebih luas dibandingkan dengan luas area tanaman kopi Arabika jadi produksi kopi robustanya lebih banyak (Raharjo, 2004).

Meskipun Indonesia masih jadi salah satu negara penghasil paling besar di dunia pada kenyataannya Indonesia masih mendatangkan kopi dari luar

negeri untuk mencukupi permintaan atas kebutuhan pasar domestik. Bahkan volume impor kopi yang paling tinggi terjadi pada tahun 2012 yang saat itu menembus 52,65 ribu ton atau sekitar USD 117.18 juta. Inmpor kopinya tersebut mencapai 23,63 ribu ton berbentuk mentah dan sudah diolah yang didominasi dari Vietnam dengan pangsa pasarnya 80.70% atau total impornya menembus angka 19.07 ribu ton senilai USD 31.03 juta. Negara lainnya yang mempunyai kontribusi hampir 15% yaitu Brazil dengan 14.23% atau total impornya menembus angka 3.36 ribu ton. Total impor dari 2 negara tersebut sekitar 96.74% pangsa pasar impor kopi di Indonesia.

Ekspor yang tertinggi dari produk kopi yakni biji kopi, sementara produk hasil olahan kopi masih relatif rendah apabila masyarakat bisa mengoptimalkan produk hasil olahan kopi supaya bisa mengekspor maka kita dapat lebih berkepetisi dari penghasil kopi pertama di dunia. Hasil dari olahan yang dimaksud dapat berupa lula, kopi bubuk yang siap konsumsi, esense kopi, sirup dan bahan pangan yang lain. Berdasarkan berbagai hal yang sudah dijelaskan di atas, penelitian dengan judul “Analisis Daya Saing Komoditas Kopi Indonesia di Pasar Internasional” bertujuan untuk menganalisa daya saing kopi Indonesia di pangsa pasar asia tenggara. Kemudian juga melakukan analisa letak kespesialan Indonesia sebagai negara spesialis impor ataupun ekspor kopi. Strategi yang dipakai yakni memakai analisa RCA. Analisa tersebut dipakai untuk menjabarkan kemampuan daya saing komoditas kopi Indonesia pada barang serupa dari negara lainnya yang juga memperlihatkan posisi komparatif sebagai produsen daripada negara yang lain dalam pasar kopi asia tenggara. Sebelum menerapkan RCA strategi yang dipakai ialah memakai analisis ISP guna melihat Negara mana yang lebih baik jadi negara pengekspor atau sebagai negara pengimpor kopi. Supaya lebih jelas, berikut akan ditampilkan alur pemikiran pemikiran berbentuk diagram (gambar 2.2).



Gambar 2.1 kerangka konseptual

2.3 Penelitian Terdahulu

Untuk menggambarkan hasil pada penelitian kompetisi komoditas kopi pasar asia tenggara terdapat beberapa penelitian yang melakukan penelitian serupa dengan hasil yang berbeda beda dan menggunakan beberapa variabel yang berbeda juga seperti halnya penelitian yang berkaitan dengan komoditas kopi yaitu yang dilakukan oleh Siahaan pada tahun 2008, dengan judul penelitian analisis daya saing kopi arabika indonesia. Dalam mengambil datanya dilaksanakan dengan sekunder memakai metode HI, CR dan RCA untuk menganalisis secara kuantitatif, sementara untuk menganalisa kualitatif memakai teori Berlian Porter. Berdasar pada hasil penelitian yang yang dilakukan bisa disimpulkan jika komoditas kopi arabika Indonesia mempunyai nilai unggul secara komparatif melalui cara memperbandingkan nilai dari RCA dengan negara produsen kopi yang lain sebagaimana Bazil, Guetamala, Meksiko, dan Columbia meskipun masih nilai keunggulan komparatif Indonesia masih fluktuatif. Berdasarkan HI dan CR struktur pasar untuk komoditas kopi arabika di Indonesia adalah pasar yang Oligopoli, lalu hasil penelitian kualitatif yang memakai teori berlian porter memperlihatkan jika industri kopi arabika domestik memiliki keunggulan kompetitif pada aspek sumber daya modal manusia maupun dari sumber daya modal, akan tetapi masih terdapat yang harus dibetulkan misalnya teknik dari pengolahan, penyediaan modal, dan penyiapan insfratraktur. Pada penelitian yang berkaitan komoditas kopi yang berikutnya juga sudah dilaksanakan Soetrisno pada tahun 2004 memakai berbagai analisa seperti kelayakan usaha, analisa resiko, PAM, Daya Saing Tree Five dan simulasi kebijakan. Hasil penelitiannya menyimpulkan terdapat segi penawaran dari produksi kopi robusta yang semestinya memperhatikan banyaknya produksi kopi Indonesia. Harga pupuk di pasar domestik, kebijakan protektif pemerintah yang tidak berpihak pada peningkatan daya saing dari petani lokal. Segi permintaan terdapat peluang dari permintaan pasar domestik dan internasional. Segi lingkungan serta peluang dari usaha tani, sebagian besar budidaya secara monokultur dan belum menggunakan kultur yang disarankan, produk kopi baru diolah sampai biji kopinya kering. Minimnyaa dukungan dari sisi kebijakan

domestik dari pemerintah bisa dilihat dari nilainya DCR lebih baik dari nilai PCR, koefisien NPCO dan SRP yang minim memberi dukungan untuk peningkatan daya saing jika diperbandingkan dengan harga yang sebenarnya. Akan tetapi dari koefisien NPCI kebijakan pemerintah sangat mendukung yang artinya peduli terhadap percepatan daya saing dan dari segi sosial bisa dilihat dari tingkah laku petani bebas resiko ataupun *safety first*.

Beberapa penelitian yang melakukan analisis terhadap daya saing dengan metode serupa tetapi dengan komoditas yang berbeda dilakukan oleh Evi thalia sari pada tahun 2010, mengadakan penelitian yang berjudul *revealed comparative advantage and constant market shared model of Indonesian Palm Oil in ASEAN market* dalam penelitian tersebut bertujuan untuk mengetahui kondisi pada industri kelapa sawit di Indonesia data yang dipakai merupakan data sekunder berdasarkan jumlah ekspor, nilai ekspor barang maupun produk minyak kelapa dari indonesia maupun negara negara yang menjadi eksportir minyak kelapa di ASEAN dengan rentan waktu 2004-2008 dan untuk menganalisis keunggulan komparatif produk kelapa sawit Indonesia di pasar ASEAN peneliti memakai metode RCA untuk menganalisis konsisten produk terhadap pasar ASEAN menggunakan *constant market share model* (CMS). Berdasarkan hasil penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa nilai dari analisis RCA produk minyak kelapa untuk semua segala komoditas ialah > 1 yang mengartikan jika Indonesia mempunyai keunggulan komparatif pada pasar ASEAN untuk segala tipe produk minyak kelapa, pada analisis CMS Indonesia mempunyai hasil negatif untuk efek persebaran pada komoditas 151110 dan 151190, tetapi untuk beberapa komoditas lainnya mempunyai hasil yang positif, yang berarti kondisi Indonesia dalam persaingan industri minyak kelapa kompetitif di pasar ASEAN dan Indonesia mempunyai kemampuan beradaptasi atas perubahan terhadap pasar dan mampu beradaptasi pada kondisi penawaran di pasar ASEAN. Penelitian lainnya juga dilaksanakan Ragimun (2012) dalam jurnalnya dengan judul analisis daya saing kakao indonesia, dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa komoditas tersebut mempunyai keunggulan komparatif yang relatif baik meskipun masih kalah jika dibandingkan dengan Pantai Gading dan Ghana. Hal tersebut terbukti dari nilai RCA kakao Indonesia yang memiliki nilai mean di atas 4 pada sepuluh tahun terakhir. Penelitian selanjutnya dilaksanakan Wulandari pada tahun 2013 dengan subjek penelitian yaitu komoditas komoditas ubi jalar masih dibawah USA dan China. Meskipun sesungguhnya Indonesia mempunyai nilai keunggulan komparatif. Di samping itu struktur pasar pada komoditas ubi jalar Indonesia merupakan pasar Oligoporli yang mana rasio konsentrasi dari 4 produsen paling besar mempunyai CR4 yang di atas 40%. Sementara penelitian kualitatif yang

memakai teori Berlian Porter bisa disimpulkan jika keunggulan kompetitif dalam komoditas ubi jalar Indonesia yakni SDA, kontribusi pemerintah yang sudah mendistribusikan kebijakan tentang pemfasilitasan input faktor produksi, pemasaran, dan perdagangan ubi jalar dan ubi jalar masih mempunyai kesempatan di pasar dunia.

Di samping memakai metode-metode diatas yang memakai HI, CR, dan RCA dalam menganalisa daya saing suatu komoditas bisa juga memakai metode peralamanan asosiatif yakni yang di dalamnya ada analisis regresi linier berganda dan ISP serta memakai RCA. Sebagaimana yang dilaksanakan oleh Anggit pada tahun 2012 dalam penelitiannya mengenai analisa daya saing CPO Indonesia di pasar dunia. Hasil dari penelitiannya yakni trend volume ekspor CPO Indonesia di pasar dunia di masa mendatang (2013-2015) cenderung mengalami peningkatan. Sementara mengacu dari nilai RCA selama 10 tahun, negara Indonesia untuk komoditas minyak sawit mentah mempunyai nilai komparatif kecil sebab nilainya RCA di bawah 1. Pada hasil ISP, Indonesia mempunyai keunggulan kompetitif sebab nilainya ISP mendekati satu yakni tahap pematangan dengan artian ekspor bersih CPO Indonesia > dari total perdagangan dan dalam tahapan ini, Indonesia sebagai negara eksportir.

Di samping memakai metode prediksi asosiatif, analisa daya saing sebuah komoditas pun bisa memakai analisis regresi linier berganda dengan model OLS sebagaimana yang dilaksanakan oleh Ramadhan (2008) pada penelitian dengan judul Analisa Daya Saing Industri Furniture Rotan Indonesia. Pada penelitiannya ini memakai berbagai metode yang sama dari penelitian yang sebelumnya yakni memakai RCA, dan OLS untuk melakukan analisa kuantitatif sementara untuk analisa kualitatif memakai teori Berlian Porter. Hasil dari penelitiannya yakni mengacu dari nilai RCA, komoditas furniture rotan Indonesia mempunyai daya saing yang besar jika diperbandingkan dengan rerata dunia. Hal tersebut terbukti dari nilai RCA di atas 1. Dari hasil analisis regresi linier berganda, daya saing dipengaruhi oleh nilai ekspor furniture rotan Indonesia yang mempengaruhi secara positif, nilai yang juga mempengaruhi secara negatif pada daya saing. Sementara dengan hasil analisis memakai teori Berlian Porter jika industri furniture rotan nasional kurang kompetitif.

Kesamaan dengan penelitian yang akan dilaksanakan yaitu terletak dalam bidang yang dianalisa yakni sektor perkebunan. Dalam penelitiannya ini akan melakukan analisa komoditas kopi di Indonesia. Di samping itu cakupan penelitian ini pun mempunyai yakni mencakup dunia meskipun hanya memakai pasar ASEAN. Hal yang membedakan dengan penelitian yang terdahulu yakni terdapat pada teknik yang digunakan untuk menganalisis beserta datanya. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu RCA dalam menganalisa keunggulan komparatif, dan ISP. Tetapi dalam analisis kali ini dilakukan analisis ISP terhadap negara negara Asia Tenggara yang juga melakukan ekspor komoditas kopi lalu dilanjutkan dengan menganalisis negara yang menjadi pengekspor komoditas kopi untuk menndapatkan nilai perbandingan antar negara. Sedangkan datanya menggunakan data sekunder time series dengan rentan waktu 2007- 2017

No	Nama Peneliti dan Tahun	Judul Penelitian	Metode	Hasil Penelitian
1.	Siahaan (2008)	Analisis Daya Saing Kopi Arabika Indonesia	Analisa kuantitatif <i>HI</i> , <i>CR</i> dan <i>RCA</i> Analisa kualitatif menggunakan teori berlian porter.	Hasil dari penelitian ini Indonesia mempunyai keunggulan komparatif dari Brazil, Guetemala, Meksiko, dan columbia dilihat dari hasil nilai <i>RCA</i> meskipun nilainya cenderung fluktuatif. Hasil dari <i>HI</i> dan <i>CR</i> menunjukkan pasar indonesia cenderung Oligopoli. Untuk analisis teori berlian porter memperlihatkan jika industri kopi arabika domestik memiliki keunggulan kompetitif pada aspek sumber daya modal manusia maupun dari sumber daya modal, akan tetapi masih terdapat yang harus dibetulkan
2.	Soetriono (2004)	Strategi Peningkatan Daya Saing Agribisnis Kopi Robusta Dengan Model Daya Saing <i>Tree Five</i>	Analisis kelayakan usaha, analisis risiko, <i>Policy Analysis Matrix(PAM)</i> , Daya saing <i>Tree Five</i> dan simulasi kebijakan	segi penawaran dari produksi kopi robusta yang semestinya memperhatikan banyaknya produksi kopi Indonesia. Harga pupuk di pasar domestik, kebijakan protektif pemerintah yang tidak berpihak pada peningkatan daya saing dari petani lokal. Segi permintaan terdapat peluang dari permintaan pasar domestik dan internasional.
3.	Evi thalia sari (2010)	<i>Revealed Comparative Advantage And Constant Market Share Model Of Indonesian Palm Oil In ASEAN Market</i>	<i>Revealed comparative advantage (RCA). Constant market share model (CMS).</i>	Analisis <i>RCA</i> produk minyak kelapa untuk semua segala komoditas ialah lebih dari 1 ($RCA > 1$) yang mengindikasikan bahwa Indonesia mempunyai keunggulan komparatif pada pasar ASEAN untuk segala tipe produk minyak kelapa, pada analisis <i>CMS</i> Indonesia mempunyai hasil negatif untuk

				efek persebaran pada komoditas 151110 dan 151190, tetapi untuk beberapa komoditas lainnya mempunyai hasil yang positif, yang berarti kondisi Indonesia dalam persaingan industri minyak kelapa kompetitif di pasar ASEAN dan Indonesia mempunyai kemampuan beradaptasi atas perubahan terhadap pasar
4.	Ragimun (2012)	Analisis Daya Saing Kakao Indonesia	<i>Revealed Comparative Advantage (RCA)</i>	dapat disimpulkan bahwa komoditas tersebut mempunyai keunggulan komparatif yang relatif baik meskipun masih kalah jika dibandingkan dengan Pantai Gading dan Ghana. Hal tersebut terbukti dari nilai RCA kakao Indonesia yang memiliki nilai mean di atas 4 pada sepuluh tahun terakhir.
5.	Wulandari (2013)	Analisis Daya Saing Ubi Jalar Indonesia Di Pasar Internasional	rasio konsentrasi (CR) dan <i>Revealed Comparative Advantage</i> Analisa kualitatif menggunakan teori berlian porter.	komoditas ubi jalar masih dibawah USA dan China. Meskipun sesungguhnya Indonesia mempunyai nilai keunggulan komparatif. Di samping itu struktur pasar pada komoditas ubi jalar Indonesia merupakan pasar Oligopol yang mana rasio konsentrasi dari 4 produsen paling besar mempunyai CR4 yang di atas 40%. Sementara penelitian kualitatif yang memakai teori Berlian Porter bisa disimpulkan jika keunggulan kompetitif dalam komoditas ubi jalar Indonesia yakni SDA, kontribusi pemerintah yang sudah mendistribusikan kebijakan tentang pemfasilitasan input faktor produksi, pemasaran, dan perdagangan ubi jalar dan ubi jalar masih mempunyai

			kesempatan di pasar dunia.
7.	Ramadhan (2008)	Analisa Daya Saing Industry Furniture Rotan Indonesia	RCA (Revealed Comparative Advantage) OLS (Ordinary Least Square) Teori Berlian Porter
			Dari hasil analisis regresi linier berganda, daya saing dipegaruhi oleh nilai ekspor furniture rotan Indonesia yang mempengaruhi secara positif, nilai yang juga mempengaruhi secara negatif pada daya saing. Sementara dengan hasil analisis memakai teori Berlian Porter jika industri furniture rotan nasional kurang kompetitif.
8.	Anggit (2012)	Analisis Daya Saing <i>Crude Palm Oil</i> (CPO) Indonesia Di Pasar Internasional.	Indeks spesialisasi Perdagangan (ISP) dan juga menggunakan <i>Revealed Comparative Advantage</i> (RCA).
			Indonesia mempunyai keunggulan kompetitif sebab nilainya ISP mendekati satu yakni tahap pematangan dengan artian ekspor bersih CPO Indonesia > dari total perdagangan dan dalam tahapan ini, Indonesia sebagai negara eksportir.

2.4 Hipotesis

Hipotesis adalah dugaan sementara dari rumusan masalah penelitian yang telah ditentukan serta masih perlu dibuktikan kebenarannya, adapun hipotesis dalam penelitian tersebut adalah berdasarkan hasil penelitian secara komparatif maupun kompetitif dapat diketahui usaha tani dan industri kopi di daerah penelitian tersebut serta berdasarkan pada teori dan penelitian empiris sebelumnya dalam teori berlian porter ketika usaha tani dan industri kopi layak diusahakan karena memiliki faktor faktor yang cukup mendukung usaha tani ini baik dari segi kondisi faktor, kondisi permintaan, industri pendukung dan terkait, strategi struktur dan persaingan perusahaan maupun peran dari pemerintah. Berdasarkan uraian tersebut, maka diperoleh tiga hipotesis yaitu :

1. Hipotesis 2 :Bahwa Indonesia dalam perdagangan komoditas kopi cenderung menjadi negara eksportir.
2. Hipotesis 1 :Bahwa komoditas kopi Indonesia memiliki daya saing di pasar Asia Tenggara.

BAB 3 METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian dalam skripsi penulis adalah diskriptif kuantitatif, metode yang menggunakan analisa dengan menggunakan data dalam bentuk angka atau nilai yang dimana kemudian di analisa serta menjabarkan melalui kalimat pada data kuantitatif.

Penelitian ini menganalisis mengenai posisi daya saing kopi Indonesia di pasar asia tenggara mulai tahun 2007 – 2017. Penelitian ini mulai dilaksanakan pada bulan Februari 2020 dan pengambilan data dilaksanakan pada bulan Maret hingga Juni 2020.

3.2 Waktu dan Lokasi Penelitian

Penelitian dilakukan di seluruh negara yang berada di Asia Tenggara untuk melakukan analisis keunggulan komparatif. Data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan data sekunder untuk melakukan analisa kuantitatif.

3.3 Sumber dan jenis data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yang merupakan data deret waktu (time series) selama sebelas tahun dari tahun 2007 sampai tahun 2017 karena dengan adanya data selama sepuluh tahun sudah dapat memberikan gambaran tentang perkembangan dari komoditas kopi tersebut.

Data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi jumlah produksi kopi Indonesia dan negara Asia Tenggara lainnya, nilai ekspor kopi Indonesia, negara-negara produsen, dan eksportir kopi di negara Asia Tenggara lainnya, harga, pangsa pasar masing-masing negara, nilai ekspor komoditas Indonesia dan ekspor komoditas negara Asia Tenggara lainnya. Sumber data diperoleh dari Badan Pusat Statistik, Food and Agricultural Organization (FAO), Asosiasi Ekspor Kopi Indonesia (AEKI), United States Department of Agriculture (USDA), UN Comtrade dan Departemen Pertanian yang ditelusuri menggunakan jaringan internet. Sumber informasi lainnya diperoleh dari buku, artikel, jurnal dan internet.

Tabel 3.1 : Sumber dan jenis data Sekunder

NO	Variabel	Periode	Sumber data	Keterangan
1	Luas Tanaman Menghasilkan, Produktivitas dan Produksi Kopi Indonesia	1980-2018	Ditjen Perkebunan	• Status angka : 2009-2016 = Angka Tetap, 2017 = Angka Sementara 2018 = Angka Estimasi • Produksi dalam wujud kopi berasan
2	Volume, Nilai dan Neraca Ekspor dan Impor Kopi Indonesia	1980-2017	BPS	Kopi Total
3	Luas Areal, Produksi, Produktivitas, Volume Ekspor dan Volume Impor Kopi Dunia	1980-2016	FAO	Produksi dalam Wujud biji kopi mentah
4	Perkembangan PDB komoditas Primer Perkebunan	2000-2018	BPS	Menyortir hanya data perkebunan
5	Keadaan industri kopi nasional dan Internasional. Informasi teknis	2010-2018	Buku, Internet, Jurnal, Wawancara petani, Majalah	

3.4 Metode Analisis dan Pengolahan data

Metode analisis dan pengolahan data yang digunakan pada penelitian ini dilakukan secara kuantitatif. Analisa kuantitatif digunakan untuk menganalisis situasi dan kondisi faktor penentu daya saing dan faktor strategis dalam menghadapi persaingan di pasar internasional. Menurut Tambunan (2003) dalam Anggit (2012) analisis daya saing khususnya analisis keunggulan komparatif dapat menggunakan Revealed Comparative Advantage (RCA). RCA adalah indeks yang menyatakan keunggulan komparatif yang merupakan perbandingan antara pangsa ekspor suatu komoditas dalam ekspor total negara tersebut

dibandingkan dengan pasar ekspor komoditas yang sama dalam total ekspor dunia. RCA digunakan dalam studi empiris untuk mengukur perubahan keunggulan komparatif atau tingkat daya saing dari suatu produk dari suatu negara terhadap dunia, untuk analisis keunggulan kompetitif secara kuantitatif menggunakan ISP (Indeks Spesialisasi Perdagangan). ISP merupakan perbandingan antara selisih nilai ekspor dan nilai impor suatu negara dibandingkan dengan jumlah nilai ekspor dan nilai impor negara tersebut, atau dengan kata lain ISP merupakan perbandingan antara selisih nilai bersih perdagangan dengan nilai total perdagangan dari suatu negara. Indeks ISP juga bisa digunakan untuk analisis proses tahapan industrialisasi dan perkembangan pola perdagangan komoditas tersebut. Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan software Microsoft Excel 2007.

3.4.1 RCA (Revealed Comparative Advantage)

Konsep RCA (Revealed Comparative Advantage) secara luas digunakan dalam praktek untuk menentukan sektor yang lemah dan kuat suatu negara. Indeks yang paling sering digunakan dalam hal ini disebut Indeks Balassa (Balassa, 1965 dalam Gandolfo, 2004). Langkah ini menangkap sejauh mana ekspor negara yang lebih dari produk dari negara rata-rata. Mengingat kelompok negara referensi indeks Balassa pada dasarnya membandingkan pangsa kategori produk ekspor negara itu ke pangsa kategori produk dalam kelompok referensi (misalnya ekspor dunia secara keseluruhan). Untuk menganalisis keunggulan komparatif dari komoditas tertentu di suatu negara dapat menggunakan RCA (Revealed Comparative Advantage) yang bertujuan untuk membandingkan pangsa pasar ekspor sektor tertentu suatu negara dengan pangsa pasar sektor tertentu negara atau produsen lainnya. Menurut Wibowo dan Kusrianto (2010) tujuan penggunaan RCA adalah untuk mengukur keunggulan komparatif suatu produk di negara/wilayah tertentu dalam penelitian adalah produk kopi. Indeks ini menunjukkan perbandingan antar pasar ekspor suatu komoditas negara terhadap pangsa ekspor komoditas tersebut dari seluruh dunia. Dengan istilah lain, RCA dapat menjadi indikator keunggulan komparatif atau daya saing ekspor komoditas tertentu suatu negara terhadap dunia.

Konsep pengukuran RCA dilakukan dengan menghitung kinerja ekspor suatu produk dari suatu negara diukur dengan menghitung pangsa nilai ekspor suatu produk terhadap total ekspor suatu negara dibandingkan dengan pangsa nilai produk tersebut dalam perdagangan dunia

$$\text{Revealed Comparative Advantage (RCA)} = \frac{X_{ij}/\sum_i X_{ij}}{\sum_j X_{ij}/\sum_i \sum_j X_{ij}}$$

Dimana :

X_{ij} : Nilai ekspor komoditas kopi dari negara j

$\sum_i X_{ij}$: Total nilai ekspor seluruh komoditas dari negara j

$\sum_j X_{ij}$: Total nilai ekspor dunia komoditas kopi

$\sum_i \sum_j X_{ij}$: Total nilai ekspor dunia untuk seluruh komoditas

RCA dapat dihitung untuk nilai ekspor komoditas tertentu. Jika $RCA > 1$ (lebih dari satu), menunjukkan pangsa komoditas kopi dalam total ekspor negara lebih besar dari pangsa komoditas yang bersangkutan di dalam ekspor dunia. Semakin besar nilai RCA menunjukkan semakin kuat keunggulan komparatif yang dimiliki. Implikasinya, negara tersebut memiliki kemampuan untuk mengekspor komoditas yang dimaksud tanpa meninggalkan prinsip-prinsip efisiensi produksi. Pada penelitian ini melakukan perhitungan RCA pada empat negara yaitu Vietnam, Indonesia, dan Thailand karena negara-negara tersebut merupakan negara-negara produsen kopi di Asia Tenggara.

Indeks RCA yang lebih detail bisa dilihat dalam balasan dan diklasifikasikan menjadi empat : klasifikasi 1, jika $0 < RCA \leq 1$ maka bisa disebut tidak ada keunggulan komparatif; klasifikasi 2, jika $1 < RCA \leq 2$ maka disitu terjadi keunggulan komparatif yang lemah; klasifikasi 3, jika $2 < RCA \leq 4$ terjadi keunggulan komparatif yang cukup; klasifikasi 4, jika $4 < RCA$ ketika terjadi keunggulan komparatif yang kuat (Hinloopen, 2001).

3.4.2 Indeks Spesialisasi Perdagangan (ISP)

ISP digunakan untuk menganalisis posisi atau tahapan perkembangan suatu komoditas. ISP ini dapat menggambarkan apakah untuk suatu komoditas, posisi Indonesia cenderung menjadi negara eksportir atau importir komoditas pertanian tersebut. Secara umum ISP dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$ISP = \frac{Xia - Mia}{Xia + Mia}$$

Dimana :

Xia = nilai ekspor komoditas biji kopi negara

Mia = nilai impor komoditas bijikopi negara

Secara implisit, indeks ini mempertimbangkan sisi permintaan dan sisi penawaran, dimana ekspor identik dengan suplai domestik dan impor adalah permintaan domestik, atau sesuai dengan teori perdagangan internasional, yaitu teori net of surplus, dimana ekspor dari suatu barang terjadi apabila ada kelebihan atas barang tersebut di pasar domestik. Nilai indeks ini mempunyai kisaran antara -1 sampai dengan +1. Jika nilainya positif diatas 0 sampai 1, maka komoditas bersangkutan dikatakan mempunyai negara yang bersangkutan cenderung sebagai pengeksportir dari komoditas tersebut (suplai domestik lebih besar daripada permintaan domestik). Sebaliknya, jika negara tersebut cenderung sebagai pengimpor (suplai domestik lebih kecil dari permintaan domestik), jika nilainya negatif dibawah 0 hingga -1. Apabila indeksnya mengalami peningkatan maka daya saingnya juga akan meningkat, dan begitu juga sebaliknya.

Lebih detailnya bisa juga dengan melihat dengan beberapa interpretasi indeks spesialisasi perdagangan :

1 s/d -0,5 : Komoditas masih terlalu lemah untuk bersaing pada perdagangan internasional

0,4 s/d 0,0 : Komoditas impor menjadi substitusi pada perdagangan internasional

0,1 s/d 0,7 : Komoditas ekspor mengekspansi perdagangan internasional dan memiliki tingkat kompetitif yang tinggi

0,8 s/d 1,0 : Komoditas ekspor masuk ke fase pendewasaan pada perdagangan internasional dan memiliki tingkat kompetitif yang sangat tinggi

3.5 Definisi Operasional Variabel

Definisi Operasional merupakan uraian yang terbatas pada setiap variabel yang digunakan dalam penelitian dengan makna tunggal dan terukur. Dalam penelitian ini definisi operasional yang digunakan sebagai berikut :

1. Ekspor

Variabel ekspor merupakan besarnya output produksi domestik yang ditawarkan oleh negara produsen barang tersebut kepada negara yang menginginkan barang tersebut. Variabel ekspor dalam satuan US\$. Pada penelitian ini data yang digunakan adalah nilai ekspor komoditas kopi negara – negara yang terdapat di asia tenggara yang meliputi Vietnam, Indonesia, dan Thailand pada tahun 2007-2017.

2. Impor

Variabel impor merupakan komoditas yang diperdagangkan oleh negara produsen komoditas tersebut kepada negara konsumen dengan mematuhi ketentuan peraturan perundang – undangan yang berkalaku. Variabel impor dihitung dalam satuan US\$. Data yang digunakan peneliti adalah nilai impor komoditas kopi negara – negara asia tenggara yang meliputi Vietnam, Indonesia, dan Thailand pada tahun 2007 – 2017.

Bab 5 Kesimpulan dan Saran

5.1 Kesimpulan

Dari hasil analisis yang telah dilakukan, mengenai analisis daya saing komoditas kopi Indonesia di pasar Asia Tenggara, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil dari analisis Indeks Spesialisasi Perdagangan (ISP) dari ke 6 negara yang mempunyai produktivitas dari komoditas kopi hanya 3 negara yang mempunyai nilai $0 < \text{ISP} \leq 1$ yang berarti hanya 3 negara yang merupakan negara pengekspor dan merupakan negara yang memiliki tingkat kompetitif yang tinggi, negara tersebut antara lain Indonesia, Vietnam dan Laos.
2. Berdasarkan hasil dari Revealed Comparative Advantage (RCA) hanya mendapatkan nilai paling kecil daripada 2 negara lainnya yaitu Vietnam dan Laos tetapi Indonesia masih dianggap mempunyai daya saing dikarenakan faktor kuantitas produksi yang di hasilkan oleh Indonesia.

5.2 Saran

Beberapa saran yang dapat diberikan dari hasil analisis daya saing kopi Indonesia di Pasar Asia Tenggara yaitu antara lain :

1. Untuk meningkatkan nilai daya saing pada komoditas kopi perlu dilakukannya fokus dalam produksi keunggulan dalam suatu produk dan perlunya dilakukan peningkatan kualitas maupun kuantitas komoditas kopi, bisa dimulai dengan inovasi dalam produk olahan kopi, dan melakukan *treatment* khusus dalam menangani komoditas saat produksi maupun saat pasca panen.
2. Penyesuain lagi dengan komponen kondisi permintaan komoditas kopi terhadap komponen lain dengan cara menaikkan jumlah kuantitas produksi tanpa meninggalkan kualitas produk untuk memenuhi kondisi permintaan domestik yang terus meningkat.
3. Diperlukan adanya penelitian selanjutnya mengenai strategi pengembangan kopi dan produk turunannya di Indonesia karena adanya kebijakan pemerintah dalam hal pengembangan industri hilir kopi atau terkait peningkatan efisiensi tingkat pemasaran komoditas kopi agar menambah nilai dari petani secara langsung.

Daftar Pustaka

- Adrian, R. (2009). *Analisis Daya Saing Industri Furniture Rotan Indonesia*. [Skripsi]. Bogor: Fakultas Ekonomi dan Manajemen, Institut Pertanian Bogor .
- Anggit Y.A.D, R. (2012). SEPA : Vol. 9 No.1. *Analisis Daya Saing Crude Palm Oil (CPO) Indonesia di Pasar Internasional*, 125-133.
- Ariel, H., & Soetrisno. (2010). Daya Saing Ekspor Kopi Robusta di Pasar Internasional. *J-SEP Vol. 4 No. 2*, 62-82.
- Asmarantaka, R. W. (2012). *Pemasaran Agribisnis (Agrimarketing)*. Bogor: Departemen Agribisnis Fakultas Ekonomi dan Manajemen IPB.
- Direktorat Jenderal Perkebunan . (2018). *STASTIK PERKEBUNAN KOPI INDONESIA 2017-2019*. Jakarta: Sekretariat Direktorat Jenderal Perkebunan .
- Direktorat Jenderal Perkebunan. (2016). *STATISTIK PERKEBUNAN KOPI INDONESIA 2015-2017*. Jakarta: Sekretariat Direktorat Jenderal Perkebunan.
- ditjenbun. (2019, Agustus 6). *Kementerian Pertanian Direktorat Jendral Perkebunan*. Dipetik Oktober 17, 2019, dari <http://ditjenbun.pertanian.go.id>
- Fadhlan Zuhdi, S. (2015). ANALISIS DAYA SAING EKSPOR KOPI INDONESIA DAN VIETNAM DI PASAR ASEAN 5. *Habitat, Volume 26, No. 3*, 152-162.
- Firmansyah, Widodo, W., Karsinah, & Oktavilia, S. (2017). Journal of Economics and Policy . *Export Performance and Competitiveness of Indonesian Food Commodities* , 289-301.
- Gandolfo, G. (2004). *Elements of International Economics*. Italy: Springer Science & Business Media.
- Glaeser, E. L. (2002). An Economic Approach to Social Capital. *The Economic Journal*, 437-458.
- Gupta, S. D. (2015). Comparative Advantage and Competitive Advantage: An Economics Perspective and a synthesis. *Athens Journal of Business and Economics*, 9-22.
- Headhi Berlina Siringo, M. D. (2014). ANALISIS KETERKAITAN PRODUKTIVITAS PERTANIAN DAN IMPOR BERAS DI INDONESIA. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan Vol.2 No.8*, 488-499.
- Hinloopen, J. (2001). On the emirical distribution of the Balasa Index. *Review of World Economics*, 137(1), 1-49.

- Kemal, T., & Aysegul, A. (2010). Structure and Determinants of Intra-Industry Trade in the U.S Auto-Industry. *Journal of International and Global Economic Studies*, 15-46.
- Krugman, P. R. (2006). *International Economics Theory and Policy*. Boston: Elm Street Publisher.inc.
- Kuti, M., & Madarász, G. (2014). *Public Finance Quarterly*. 355-366.
- Lubis, S. (2002). *Dampak Liberalisasi Perdagangan terhadap Keragaan Industri Kopi Indonesia dan Perdagangan Kopi Dunia*. Bogor: Institut Pertanian Bogor.
- Mankiw, N. G. (2007). *Principles of economic : fourth Edition*. USA: Thompson Higher University.
- Moudy, H. (2012). Export Performance Development Of Indonesia's Textile And Apparel Product: A Comparative Advantage Study. *Jurnal BPPK*, 15-30.
- Porter, M. (1998). *The Competitive Advantage of Nations*. New York: Free Press.
- Prof. Dr. R.Hendra Halwani, M. (2005). *Ekonomi Internasional Dan Globalisasi Ekonomi* (2nd ed.). Bogor: Ghalia Indonesia.
- Rahardjo, P. (2012). *KOPI :Panduan Budi Daya dan Pengolahan Kopi Arabika dan Robusta*. Jakarta: Penebar Swadaya.
- Raharjo. (2004). *Pengantar Sosiologi Pedesaan dan Pertanian*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Rahma, A. (2019, April 29). *Bisnis*. Dipetik Oktober 27, 2019, dari Liputan6.com: <https://www.liputan6.com/bisnis/read/3952761/petani-masih-sulit-dapat-akses-modal>
- RAU, A. (2014). Analisis Daya Saing Kopi Indonesia di Pasar Internasional. *Skripsi* , 1-44.
- Septiana, J. M., Vipihindartin, S., & Kurnia, E. (2018). Journal of Arts, Science & Commerce. *Distribution and Efficiency Analysis of Commodity Trading of Robusta Coffee in Silo District, Jember Regency, IX*(4).
- Suwarto. (2012). *Budidaya Tanaman Perkebunan Unggulan*. Jakarta: Penebar Swadaya.
- Venty Fitriany, N., & Lukman, M. B. (2012). Analisis Daya Saing dan Strategi Pengembangan Agribisnis Teh Indonesia. *Forum Agribisnis Vol. 2, No. 1*, 33-52.
- Wang, P., & Liu, X. (2015). Comparative Analysis of Export Similarity Index Between China and EU. *International Conference on Management Science and Management Innovation* (hal. 222-227). China: Atlantis Press.

- Wibowo, Budhi, & Kusrianto, A. (2010). *Menembus Pasar Ekspor : Panduan Menjadi Entrepreneur Kaliber Internasional*. Jakarta: Gramedia.
- Winarno, S. t., & Darsono. (2019). *Ekonomi Kopi Rakyat Robusta Di Jawa TImur*. Ponorogo: Uwais Inspirasi Indonesia.
- Woolcock, M. (1998). Social Capital and Economic Development: Toward A Theoretical Synthesis and Policy Framework. *Theory and Society*, 151-208.
- Woolcock, M., & Narayan, D. (2000). Social Capital: Implications for Development Theory, Research, and Policy. *The World Bank Research Observer*, 225-249.
- Wulandari, & Riana, A. (2013). *Anlisis Daya Saing Ubi Jalar Indonesia Di Pasar Internasional*. Bogor: Fakultas Ekonomi dan Manajemen, Institut Pertanian Bogor.
- Yahmadi, M. (2005). *Pemasaran Kopi Indonesia Di Pasaran Global Buletin No.6*. Jawa Timur: AEKI.

Lampiran

Lampiran 1. Data 5 Negara Produsen Kopi Terbesar Dunia

	2015	2016	2017	2018	%change 2017-18
Brazil	52871	56788	52740	64875	23.00%
Vietnam	28737	25540	29688	30024	1.10%
Kolombia	14009	14634	13824	13858	0.20%
Indonesia	12585	11541	10852	9618	-11.40%
Ethiopia	6515	7143	7347	7541	2.60%

*dalam ribuan per 60 kantong

sumber : ICO (International Coffee Organization)

Lampiran 2. Luas Areal dan Produksi Kopi Menurut Status Pengusahaan Tahun 2000- 2017

Tahun	Luas Areal (Ha)				Produksi (Ton)			
	Perkebunan Rakyat	Perkebunan Negara	Perkebunan Swasta	Jumlah	Perkebunan Rakyat	Perkebunan Negara	Perkebunan Swasta	Jumlah
2000	1,192,322	40,645	27,720	1,260,687	514,896	29,754	9,924	554,574
2001	1,258,628	26,954	27,801	1,313,383	541,476	18,111	9,647	569,234
2002	1,318,020	26,954	27,210	1,372,184	654,281	18,128	9,610	682,019
2003	1,240,222	26,597	25,091	1,291,910	644,657	17,007	9,591	671,255
2004	1,251,326	26,597	26,020	1,303,943	618,227	17,025	12,134	647,386
2005	1,202,392	26,641	26,239	1,255,272	615,556	17,034	7,775	640,365
2006	1,255,104	26,644	26,983	1,308,731	653,261	17,017	11,880	682,158
2007	1,243,429	23,721	28,761	1,295,911	652,336	13,642	10,498	676,476
2008	1,236,842	22,422	35,826	1,295,090	669,942	17,332	10,742	698,016
2009	1,217,506	22,794	25,935	1,266,235	653,918	14,387	14,385	682,690
2010	1,162,810	22,681	24,873	1,210,364	657,909	14,065	14,947	686,921
2011	1,184,967	22,572	26,159	1,233,698	616,429	9,099	13,118	638,646
2012	1,187,669	22,565	25,056	1,235,290	661,827	13,577	15,759	691,163
2013	1,194,081	22,556	25,076	1,241,713	645,346	13,945	16,591	675,882
2014	1,183,664	22,369	24,462	1,230,495	612,877	14,293	16,687	643,857
2015	1,183,043	22,366	24,391	1,229,800	602,371	19,703	17,281	639,355
2016	1,198,900	22,367	24,391	1,245,658	632,005	14,628	17,238	663,871
2017	1,191,646	22,868	24,085	1,238,599	685,799	14,941	17,222	717,962

Sumber : Data Statistik KOPI 2017 – 2019

Lampiran 3. Data Green Coffee Exports by Year ASEAN Country (1000 60 KG BAGS)

NEGARA	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Indonesia	6,490	6,360	7,700	8,750	9,730	7,145	10,325	10,380	8,720	9,896	8,174
malaysia	760	900	1,100	1,460	1,675	1,950	2,150	2,110	2,775	2,975	2,940
Philiphin	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Laos	280	225	250	290	400	350	360	365	375	375	310
Thailand	670	810	1,050	1,510	1,520	1,235	1,700	2,100	1,975	960	850
Singapore	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Vietnam	18,840	15,735	15,565	18,670	18,640	24,495	24,643	28,289	21,530	29,500	27,550
Myanmar	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Brunei	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

Sumber : FAO (diolah)

Lampiran 4. Nilai RCA (Revealed Comparative Advantage)

Nilai Ekspor komoditas kopi empat negara eksportir terbesar 2006 - 2017 (000 US\$)

NEGARA	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Indonesia	801,573	1,169,046	1,274,162	1,080,857	864,139	1,118,768	1,331,839	959,747	1,252,022	1,034,125	1,218,280
	111,654	16,931	32,161	44,136	40,440	117,805	35,288	42,682	27,832	56,219	29,769
Malaysia	1,799	2,592	4,331	4,393	3,629	4,134	3,810	7,270	11,094	11,517	13,083
	109,706	107,474	101,893	151,627	171,545	177,254	216,856	197,073	213,482	224,988	232,646
Philippines	102	761	45	1,357	1,283	352	642	37	597	238	189
	43,413	35,955	60,372	50,490	45,881	59,656	59,656	19,682	31,995	87,406	48,639
Laos	50,658	42,948	49,521	51,264	75,025	61,605	94,441	68,098	51,610	69,908	90,550
								2	769	73	2,518
Thailand	71,700	14,512	10,187	5,337	5,473	13,191	3,338	3,704	4,026	3,212	3,050
	1,085	31,302	13,737	30,878	73,596	73,596	73,716	100,125	122,884	100,168	122,475
Vietnam	2,428,436	2,090,974	2,302,096	2,400,385	2,476,330	3,372,658	2,580,540	2,768,052	2,439,586	2,814,266	2,840,787
	1,668	1,791	12,297	14,494	12,280	49,387	48,526	34,840	32,088	113,639	63,253
Ekspor	3,354,268	3,320,833	3,640,342	3,543,593	3,425,879	4,570,708	4,014,610	3,806,908	3,758,935	3,933,266	4,165,939
Impor	267,526	193,453	220,460	291,625	343,742	477,698	434,042	394,404	429,050	582,493	499,300

Nilai Ekspor semua komoditas empat negara exportir terbesar 2006 – 2017

Negara	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Indonesia	15,807,277	20,221,026	22,114,833	21,863,748	22,799,041	25,818,495	27,670,936	30,087,723	34,117,693	30,241,435	34,913,554
Malaysia	17,940,342	18,427,744	18,027,208	19,035,078	20,187,380	19,568,763	19,859,116	19,913,409	20,685,642	18,683,252	18,151,832
Philippines	4,085,722	3,993,107	3,484,979	3,849,014	4,070,059	4,456,353	5,903,938	5,108,758	3,246,256	3,600,980	5,370,063
Laos	353,830	113,988	178,889	176,927	165,033	167,715	186,500	277,431	521,585	830,032	1,020,243
Thailand	18,410,629	18,685,287	18,737,659	18,060,387	21,204,748	19,352,669	20,525,360	24,688,570	24,885,341	23,685,306	25,424,232
Vietnam	7,748,909	7,277,672	10,159,121	10,556,968	11,421,695	13,705,172	8,866,093	12,360,147	13,054,718	11,179,954	11,959,895
Total	64,346,709	68,718,824	72,702,689	73,542,122	79,847,956	83,069,167	83,011,943	92,436,038	96,511,235	88,220,959	96,839,819

Nilai RCA

Negara	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Indonesia	2.21372	1.662754	2.0084475	1.990726637	1.799493	1.495159	1.565717	1.957285	1.770651	2.298311	1.764501	1.844317
Thailand	0.086024	0.037623	0.0118683	0.012929194	0.007303	0.006076	0.007119	0.004141	0.005061	0.005568	0.004449	0.003624
Vietnam	11.92983	12.48395	10.185199	9.048239713	9.346677	8.707726	7.813926	6.554095	6.102978	4.644038	4.819229	4.309215

Lampiran 5. Dokumentasi hasil survey lapangan di Kecamatan Silo, Kabupaten Jember

