Kewirausahaan dan Dayasaing Agribisnis

Tim Editor:
Lukman M. Baga
Anna Fariyanti
Siti Jahroh

IPB Press

Kewirausahaan dan Dayasaing Agribisnis

Tim Penulis

Tim Editor:
Lukman M. Baga
Anna Fariyanti
Siti Jahroh

Copyright © 2011 FEM IPB

Desain Cover : Hamid Jamaludin Muhrim
Azka Latifa ZA.
Lay Out : Sani Etyarsah
Andri Alamsyah

PT Penerbit IPB Press
Kampus IPB Taman Kencana Bogor

Cetakan Pertama : Juni 2010
Cetakan Kedua : Oktober 2011

Perpustakaan Nasional: Katalog Dalam Terbitan (KDT)

Hak cipta dilindungi oleh Undang-Undang
Dilarang memperbanyak buku ini tanpa izin tertulis dari Penerbit

ISBN: 978-979-493-258-2

DAFTAR ISI

Kata Pengantar v

Intisari Pemikiran vii

Daftar Isi xv

Kewirausahaan dalam Pembangunan Agribisnis dan Persaingan Global 1

- Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Melalui Peningkatan Jumlah Wirausaha: Sebuah Kerangka Penelitian 3
- Kewirausahaan dan Pembangunan Regional: Eksplorasi dan Refleksi Kritis 15
- Membangun *Entrepreneur* Agribisnis yang Berdayasaing 27
- Peran *Co-Operative Entrepreneur* dalam Pengembangan Program OVOP dan Pembiayaan Pertanian Berbasis Tanaman, Kasus Belimbing di Kota Depok 43

Peningkatan Dayasaing Agribisnis dalam Menghadapi Tantangan Global 61

- Faktor Kritis untuk Pengembangan Dayasaing Produk Agroindustri di Indonesia: Pendekatan Aspek Pendukung Pemasaran 63
- Analisis Dayasaing Ekspor Kopi Indonesia 79
- *Indonesian Trade Competitiveness and the Impact of Global Economic Change* 95

Beberapa Tinjauan Kasus untuk Meningkatkan Dayasaing Agribisnis 123

- Investasi di Sektor Pertanian dan Kinerja Perekonomian Indonesia .. 125
- Konflik-Konflik Antarlembaga Negara Pascakebijakan Persaingan Usaha pada Industri Tepung Terigu Nasional 147

- Peran Koperasi dan Kebijakan Pemerintah dalam Upaya Peningkatan Dayasaing Agribisnis Sapi Perah 163
- Rancangan Pengukuran Kinerja Rantai Pasok Sayuran dengan Pendekatan *Supply Chain Operations Reference* 181
- Peranan Kewirausahaan dan Modal Sosial Dalam Peningkatan Dayasaing Agro-Food Complex 197
- SIKUH: Integrasi Analisis Ekonomi, Teknologi Budidaya dan Sistem Informasi untuk Menunjang Kewirausahaan di Bidang Hortikultura 215
- Pengembangan Komoditas Pisang Melalui Model Revitalisasi Pertanian Berbasis Tanaman sebagai Alternatif Pembiayaan 231

Biodata Editor 241

Biodata Penulis 243

Analisis Dayasaing Ekspor Kopi Indonesia

Ratna Winandi Asmarantaka

Pendahuluan

1. Latar Belakang

Indonesia merupakan negara produsen kopi dunia ketiga, setelah Brazil dan Vietnam. Produksi kopi Indonesia terutama berasal dari perkebunan rakyat dengan produktivitas rata-rata per ha pada tahun 2006 hanya mencapai 691,65 kg, sedangkan Brazil dan Vietnam dapat mencapai 2-3 ton. Meskipun demikian, pendapatan usahatani kopi untuk rumahtangga sangat menentukan pengeluaran konsumsi pangan dan tabungan keluarga. Sebagian besar produksi kopi Indonesia ditujukan untuk ekspor di mana 61 persen dari total produksi diekspor terutama ke negara Amerika, Jerman, Jepang, Italia, dan Singapura (Asmarantaka, 2008).

Ekspor kopi dunia sangat ditentukan oleh Brazil yang merupakan pasar acuan dunia. Konsekuensi dari produksi kopi Indonesia yang ditujukan untuk ekspor, mengakibatkan Indonesia harus memperhitungkan kondisi pasar kopi dunia yang ditunjukkan oleh keragaan ekspor kopi dari negara Brazil, sebagai pasar acuan untuk ekspor kopi dunia. Kajian keterpaduan pasar (Asmarantaka, 2008) menunjukkan bahwa harga ekspor kopi Indonesia (FOB) dari tahun 1986 sampai tahun 2007 terintegrasi dengan harga ekspor kopi dari Brazil. Fluktuasi harga ekspor kopi di Indonesia (sebagai pasar lokal, pasar pengikut) mengikuti perubahan harga ekspor kopi di Brazil sebagai acuan (*reference market*).

Produksi kopi Indonesia relatif masih rendah. Produksi kopi tersebut diusahakan oleh petani dengan luasan lahan sempit (0,5-1,0 ha) dan hasil produksi sebagian besar diekspor. Hal itu menarik perhatian penulis untuk mengkaji apakah ekspor kopi Indonesia mempunyai keunggulan atau dayasaing di pasar ekspor kopi dunia? Dayasaing mempunyai pengertian

bahwa komoditi ekspor kopi Indonesia mempunyai keunggulan komparatif dan kompetitif terhadap ekspor kopi dunia dari negara eksportir lainnya. Keunggulan komparatif merupakan ukuran keunggulan potensial, artinya dayasaing akan tercapai apabila perekonomian tidak mengalami distorsi (efisiensi ekonomi) dan melihat manfaat aktivitas bagi keseluruhan masyarakat. Keunggulan kompetitif merupakan kelayakan finansial dari suatu aktivitas, artinya melihat manfaat aktivitas tersebut dari sudut lembaga atau perusahaan secara individu (Oktaviani dan Novianti, 2009). Keunggulan komparatif merupakan kemampuan menjual atau memproduksi barang dari suatu perusahaan, wilayah atau negara pada kondisi pasar yang cenderung bersaing sempurna (tidak ada distorsi pasar), sedangkan keunggulan kompetitif merupakan indikator dayasaing suatu aktivitas berdasarkan pada kondisi pasar aktual (Karo-karo, 2010).

Implikasi dari pengertian dayasaing adalah efisiensi produksi, efisiensi pemasaran, dan kemampuan memasok produk sesuai yang diinginkan konsumen yang pada akhirnya akan menghasilkan produk yang relatif murah dengan kualitas baik. Dalam jangka panjang, keunggulan kompetitif harus didukung oleh keunggulan komparatif (efisiensi produksi), sehingga dayasaing komoditi atau produk tersebut relatif stabil, dinamis, dan kontinu sesuai dengan keinginan konsumen.

Analisis dayasaing yang dipergunakan dalam kajian ini adalah *Revealed Comparative Advantage* (RCA) dan *Export Product Dynamics* (EPD). RCA dapat dipergunakan untuk mengukur dayasaing pada perekonomian aktual; keunggulan komparatif bersifat dinamis dan dapat berubah (Oktaviani dan Novianti, 2009; Edwards and Volker, 2001). Untuk mengetahui perubahan dan perkembangan pertumbuhan ekspor kopi Indonesia (dinamika perubahan ekspor) akan dipergunakan EPD. EPD dapat dipergunakan untuk mengetahui posisi tingkat kompetisi suatu produk yang diekspor oleh negara bersangkutan dengan mempergunakan pangsa pasar ekspor dan laju tingkat pertumbuhannya atau perluasan dibandingkan terhadap pangsa ekspor dunia (Lall, 1998 dalam Poapongsakom and Somkiat, 2001).

2. Tujuan

Tulisan ini mempunyai tujuan sebagai berikut:

a. Mengetahui keragaan produksi dan produktivitas komoditas kopi Indonesia.

b. Menganalisis dayasaing ekspor kopi Indonesia terhadap pasar dunia.

c. Menganalisis posisi pertumbuhan atau dinamika ekspor kopi Indonesia.

Metodologi

1. Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yang terdiri dari data *time series* tahunan mulai dari tahun 1989-2008. Data sekunder diperoleh dari Departemen Pertanian, Badan Pusat Statistik dan UN *Commodity and Trade Database*. Selain itu, data-data pendukung lainnya juga diperoleh melalui berbagai macam literatur dan jurnal.

2. Metode Analisis

a. Analisis Keragaan Produksi dan Produktivitas

Analisis ini mempergunakan hasil-hasil penelitian terdahulu dan juga analisis tabulasi maupun gambar/grafik yang diperoleh dari jurnal-jurnal yang berkaitan dengan komoditas kopi Indonesia.

b. *Revealed Comparative Advantage* (RCA)

Revealed Comparative Advantage (RCA) digunakan untuk menganalisis keunggulan\komparatif dan kompetitif atau dayasaing suatu komoditi dalam suatu negara. Metode RCA didasarkan pada suatu konsep bahwa perdagangan antarwilayah sebenarnya menunjukkan keunggulan komparatif untuk produk tertentu (kopi) yang dimiliki oleh suatu wilayah (Indonesia), apabila rasio nilai pangsa produk tersebut (kopi) terhadap produk totalnya lebih besar daripada rasio pangsa produk (kopi) terhadap produk total wilayah lain (dunia). Variabel yang diukur adalah kinerja ekspor suatu produk terhadap total ekspor negara tersebut yang kemudian dibandingkan dengan pangsa nilai produk dalam perdagangan dunia.

Melalui analisis perhitungan RCA, posisi dayasaing dan ekspor produk kopi Indonesia di pasar dunia dapat diketahui. Variabel yang diukur adalah kinerja ekspor kopi di pasar dunia, dengan menghitung nilai pangsa produk ekspor Indonesia terhadap total ekspor ke luar negeri yang kemudian dibandingkan dengan pangsa nilai ekspor produk tersebut di dunia. Perhitungan RCA (Edwards and Volker, 2001) adalah sebagai berikut:

$$RCA\ j = \frac{X_{ij}/X_{it}}{X_{wj}/X_{wt}}$$

di mana: X_{ij} = nilai ekspor komoditi j (kopi) Indonesia ke dunia

X_{it} = nilai total ekspor Indonesia ke dunia

X_{wj} = nilai total ekspor komoditi j (kopi) dunia

X_{wt} = nilai total ekspor dunia

Jika nilai RCA lebih besar dari satu (RCA>1), maka negara tersebut mempunyai keunggulan komparatif dalam komoditi yang diekspor tersebut. Nilai RCA lebih besar dari satu mempunyai arti bahwa rasio nilai ekspor komoditi tertentu (kopi) terhadap produk ekspor total dari negara tersebut lebih besar dari pada nilai rasio total ekspor komoditi tersebut ke dunia terhadap nilai total ekspor seluruh komoditi (pertanian) dunia.

Keunggulan metode RCA adalah mudah menghitungnya dan data sekunder relatif tersedia, mengurangi pengaruh campur tangan pemerintah sehingga kita dapat melihat keunggulan komparatif suatu produk dari waktu ke waktu. Kelemahan metode RCA adalah sebagai berikut.

1. Asumsi bahwa suatu negara dianggap mengekspor semua komoditi.
2. Indeks RCA tidak dapat menjelaskan apakah pola perdagangan yang sedang berlangsung tersebut sudah optimal.
3. Tidak dapat mendeteksi dan memprediksi produk-produk yang berpotensi di masa yang akan datang.

c. *Export Product Dynamics* (EPD)

Pendekatan *Export Product Dynamics* (EPD) digunakan untuk mengidentifikasi dayasaing/keunggulan kompetitif suatu produk, juga untuk mengetahui apakah suatu produk tersebut merupakan produk dengan performa yang dinamis atau tidak. Walaupun beberapa produk mungkin bukan merupakan bagian yang besar pada ekspor suatu negara, namun terdapat beberapa alasan untuk mengidentifikasi produk yang dinamis (pertumbuhannya cepat) dalam ekspor suatu negara. Jika pertumbuhannya di atas rata-rata secara kontinu dalam jangka waktu yang panjang, maka produk

ini dapat menjadi sumber pendapatan ekspor yang penting bagi negara tersebut (*expanding dynamic*). Selanjutnya, jika produk dinamis tersebut mempunyai karakteristik produksi yang spesifik, maka hal ini juga menjadi informasi yang penting dalam kesempatan ekspor, dalam hubungannya dengan produk yang serupa.

Posisi pasar ideal bertujuan untuk memperoleh pangsa ekspor tertinggi sebagai *"rising stars"*, ditandai dengan kondisi negara tersebut memperoleh pangsa pasar yang dinamis untuk produk-produk yang berkembang atau meningkat dengan cepat; posisi ini merupakan posisi yang ideal.

"Lost opportunities" merupakan kondisi ekspor suatu negara yang buruk dengan penurunan pangsa pasar yang tinggi pada produk yang dapat menjadi produk dinamis. Posisi lain dari pertumbuhan ekspor suatu negara dapat masuk ke dalam kelompok "*falling stars*", yaitu kondisi yang lebih disukai daripada kelompok "*lost opportunities*" karena masih sedikit memiliki keunggulan meskipun terjadi penyusutan atau perluasan pasar yang sangat lambat.

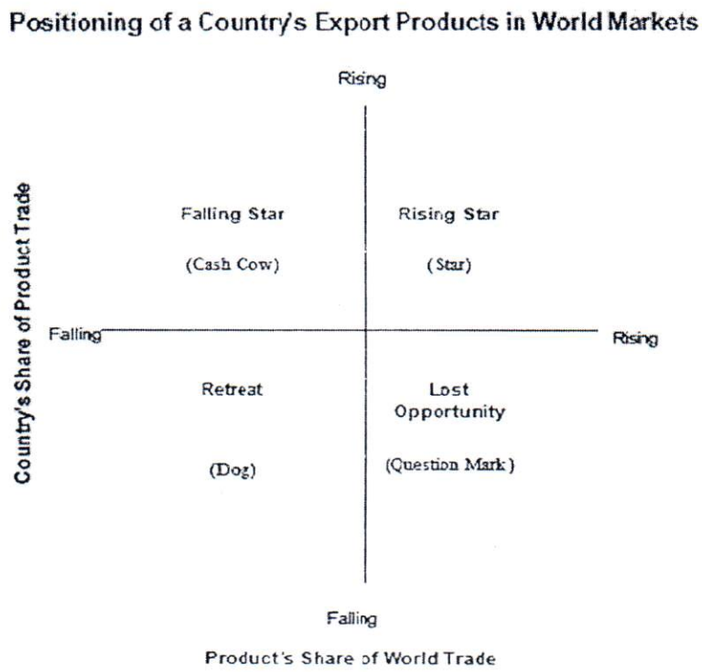
Sementara itu, *"retreat"* merupakan kelompok di mana pertumbuhan ekspor yang menurun atau stagnan, kondisi ini tidak diinginkan pasar. Namun bisa diharapkan apabila pergerakannya menjauh dari produk stagnan dan bergerak mendekati peningkatan produk dinamis.

Tabel 1. Matriks Posisi Pasar

	Share of Product in World Trade	
Share of country's export in world trade	*Rising (Dynamic)*	*Falling (Stagnant)*
Rising (competitiveness)	***Rising Stars***	***Falling Stars***
Falling (non-competitiveness)	***Lost Opportunity***	***Retreat***

Sumber: Nabi & Luthria (2002) dalam Esterhuizen (2006)

Tabel 1 dan Gambar 1 menggambarkan empat kelompok posisi umum ekspor produk tertentu dari suatu negara berdasarkan posisi pangsa pasarnya di pasar ekspor dunia. Dengan pendekatan analisis melalui Tabel 1 dan Gambar 1, akan diperoleh perkembangan posisi ekspor kopi Indonesia dari periode tahun 1989 sampai tahun 2008.



Source: TDRI based on Boston Consulting Group and Lall 1998.

Gambar 1. Posisi Umum Ekspor Produk Tertentu Suatu Negara di Pasar Ekspor Dunia

Pembahasan

1. Keragaan Ekspor Kopi Indonesia

Produksi kopi di Indonesia, sebagian besar dilakukan oleh usahatani perkebunan rakyat dengan luasan rata-rata 0,5-1,0 ha per keluarga. Produktivitas kopi sangat ditentukan oleh penggunaan pupuk anorganik. Pendapatan dari usahatani kopi sangat menentukan (Elastisitas > 16,6) pengeluaran konsumsi pangan dan tabungan keluarga (Asmarantaka, 2008).

Nilai ekspor kopi Indonesia selama periode tahun 1989-2008 berfluktuasi. Terjadi penurunan yang cukup tajam pada periode tahun

1999-2004, demikian pula untuk nilai ekspor kopi dunia pada periode yang sama. Penurunan nilai ekspor ini disebabkan karena penurunan harga kopi dunia disebabkan kelebihan pasokan penawaran yaitu rata-rata 7,3 juta ton, sedangkan permintaan atau konsumsi dunia hanya 6,9 juta ton (Kustiari 2007). Pada periode 2004 -2008, terjadi peningkatan nilai ekspor kopi Indonesia maupun dunia. Nampaknya harga kopi di pasar dunia semakin membaik karena adanya intervensi dari organisasi kopi dunia, ICO (*International Coffee Organization*) dan ICA (*International Coffee Agreement*).

Meskipun terjadi kecenderungan peningkatan nilai pada periode tersebut, tetapi nilai pangsa pasar ekspor kopi Indonesia menurun. Artinya, jika dibandingkan eksportir negara lain, maka ekspor kopi Indonesia mengalami peningkatan yang relatif lebih rendah. Pasar ekspor kopi Indonesia merupakan pasar lokal (pengikut) bila dibandingkan dengan pasar ekspor kopi Brazil sebagai pasar acuan (*reference market*). Fakta ini menunjukkan bahwa keragaan ekspor kopi Indonesia (volume dan harga) sangat ditentukan oleh keragaan kopi di Brazil (pasar dunia).

Dinamika ekspor kopi Indonesia dapat dijelaskan melalui persamaan volume ekspor kopi Indonesia yang dipengaruhi oleh harga kopi dunia, nilai tukar, produksi kopi, dan volume ekspor sebelumnya (Susila, dkk., 2000). Dari penelitian tersebut dapat dipertegas bahwa selain harga dan nilai tukar, ekspor kopi Indonesia sangat ditentukan oleh produksi kopi. Volume produksi kopi sangat ditentukan oleh tingkat produktivitas. Perkebunan kopi rakyat di Indonesia memiliki produktivitas yang sangat rendah (691,65 kg per ha), sedangkan potensinya dapat mencapai 1-2 ton per ha. Dengan demikian untuk meningkatkan dayasaing ekspor kopi, mutlak diperlukan peningkatan produktivitas dan efisiensi di tingkat usahatani sampai di tingkat eksportir. Kerjasama secara integrasi, baik horizontal maupun vertikal dalam sistem agribisnis kopi di Indonesia, merupakan upaya untuk meningkatkan dayasaing ekspor kopi Indonesia. Keterkaitan pelaku aktivitas agribisnis kopi, mulai dari subsistem hulu (pengadaan *input*: benih unggul, pupuk, dan pestisida), subsistem usahatani (petani dan keluarga, perusahaan di *on-farm*), subsistem pengolahan (pabrik), pemasaran dan subsistem penunjang (kredit, kebijakan-kebijakan, penelitian, dan penyuluhan) sangat diperlukan. Demikian pula kerjasama melalui rantai pasok manajemen-SCM (*Supply Chain Management*) antara pabrik pengolah atau eksportir kepada petani sebagai pemasok bahan baku yang berkualitas akan meningkatkan dayasaing ekspor kopi di pasar internasional. Kebijakan lain berupa bantuan modal (melalui subsidi kredit), penelitian, penyuluhan maupun pengembangan

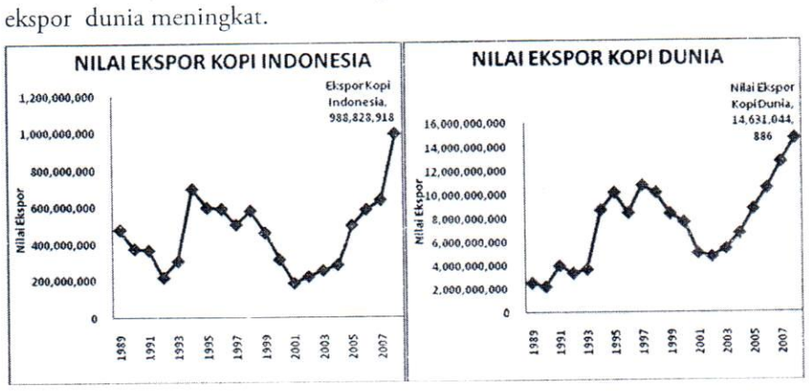
kelembagaan di tingkat usahatani maupun pengolahan akan membantu peningkatan efisiensi dan nilai tambah agribisnis kopi Indonesia di pasar internasional (dunia). Keragaan ekspor kopi Indonesia dapat dilihat pada Tabel 2, Gambar 2 dan 3.

Tabel 2. Nilai Ekspor Kopi Indonesia dan Dunia serta Nilai Pangsa Pasar Kopi Indonesia terhadap Dunia pada Periode Tahun 1989 – 2008

Tahun	Ekspor Kopi		Pangsa Pasar Indonesia (%)
	Indonesia (US$)	Dunia (US$)	
1989	476.639.008	2.506.187.355	19,018
1990	372.352.256	2.183.841.470	17,050
1991	364.738.048	3.937.161.255	9,264
1992	214.986.960	3.328.653.029	6,459
1993	304.920.960	3.635.445.270	8,387
1994	696.626.048	8.660.828.364	8,043
1995	595.661.696	10.122.682.440	5,884
1996	588.830.848	8.436.908.916	6,979
1997	503.498.272	10.724.519.576	4,695
1998	578.941.312	10.125.306.003	5,718
1999	458.260.160	8.359.337.880	5,482
2000	311.832.428	7.649.875.258	4,076
2001	182.608.336	5.018.381.989	3,639
2002	218.770.695	4.723.033.927	4,632
2003	250.882.240	5.402.918.894	4,643
2004	281.634.956	6.688.279.691	4,211
2005	497.777.213	8.751.735.090	5,688
2006	583.177.885	10.483.474.891	5,563
2007	633.919.617	12.669.419.916	5,004
2008	988.828.918	14.631.044.886	6,758
Rata rata	455.244.393	7.401.951.805	7,060

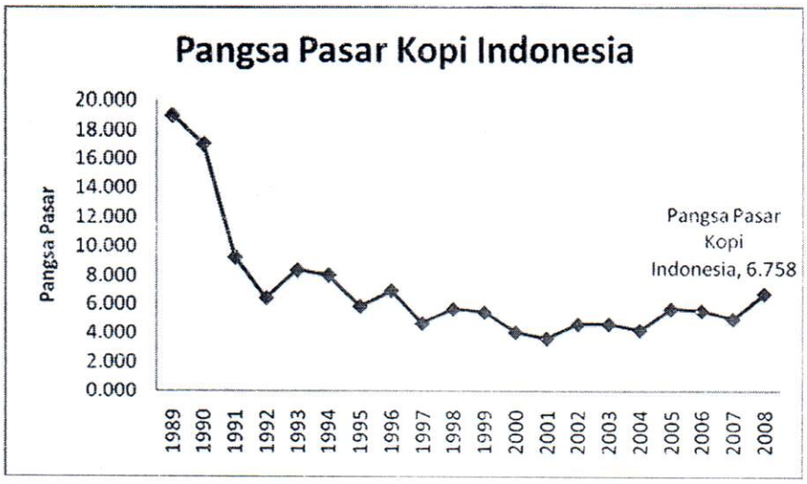
Fluktuasi dari nilai ekspor kopi Indonesia mengikuti fluktuasi nilai ekspor dunia (Gambar 2). Fakta ini didukung oleh analisis keterpaduan pasar ekspor kopi Indonesia-Dunia (Asmarantaka 2008). Ekspor kopi dari Indonesia mengacu kepada ekspor kopi Brazil, sebagai pasar *reference* dengan *Index of Market Connection* sebesar 0,406 yang berimplikasi bahwa tingkat keterpaduan pasar tinggi (<1,0) antara pasar ekspor kopi Indonesia dengan Brazil.

Dari Gambar 2, terlihat nilai ekspor kopi Indonesia mengikuti kecenderungan laju ekspor dunia. Hanya ada sedikit perbedaan pada periode tahun 1989-1993 di mana nilai ekspor Indonesia menurun sedangkan nilai ekspor dunia meningkat.



Gambar 2. Data Nilai Ekspor Kopi Indonesia dan Dunia Tahun 1989 - 2008

Pada Gambar 3, secara keseluruhan pangsa pasar ekspor kopi Indonesia pada periode tahun 1989-2008 memiliki kecenderungan menurun, meskipun pada periode 2007 dan 2008 terdapat sedikit kenaikan. Rata-rata pangsa ekspor kopi Indonesia terhadap kopi dunia hanya sekitar 6-8 persen setiap tahunnya.



Gambar 3. Pangsa Pasar Kopi Indonesia Selama Tahun 1989-2008

Kecenderungan ekspor kopi yang menurun ini karena adanya intervensi dari ICO (*International Coffee Organization*) dan ICA (*International Coffee Agreement*), yang menghendaki adanya penurunan ekspor kopi dari negara anggota untuk menjaga keseimbangan harga dunia yang disebabkan adanya kelebihan pasokan *supply* dibandingkan konsumsi dunia. Dengan adanya pengurangan/penurunan ekspor kopi dunia diharapkan harga dunia akan meningkat kembali (Kustiari, 2007).

2. Hasil Perhitungan RCA Kopi Indonesia

Dari hasil perhitungan RCA ekspor kopi, Indonesia memiliki dayasaing yang cenderung menurun dan fluktuatif . Semua angka RCA yang diperoleh lebih besar dari 1 yang berimplikasi bahwa produk ekspor kopi Indonesia memiliki dayasaing di pasar ekspor dunia, rata-rata nilai RCA sebesar 6,55 (Tabel 3).

Nilai RCA tertinggi diperoleh pada periode tahun 1989 dan 1990, kemudian turun dengan berfluktuatif. Pada periode-periode tahun terakhir analisis (2005 - 2008), terdapat kecenderungan nilai RCA meningkat yang berimplikasi bahwa dayasaing ekspor kopi Indonesia membaik, meskipun memiliki pangsa pasar yang relatif kecil (7,06 %).

Tabel 3. Nilai Ekspor Kopi Indonesia dan Nilai RCA Periode Tahun 1989-2008

Thn	X_{ij} (1000 US$)	X_{i} (1000 US$)	X_{ij}/X_{i}	X_{wj} (1000 US$)	X_{w} (1000 US$)	X_{wj}/X_{w}	nilai RCA
1989	476.639	22.028.110	0,022	2.506.187	1.200.872.262	0,002	10,37
1990	372.352	25.675.323	0,015	2.183.841	1.378.180.089	0,002	9,15
1991	364.738	29.142.360	0,013	3.937.161	1.917.708.325	0,002	6,10
1992	214.987	33.966.981	0,006	3.328.653	2.457.661.495	0,001	4,67
1993	304.921	36.822.753	0,008	3.635.445	2.832.125.863	0,001	6,45
1994	696.626	40.053.416	0,017	8.660.828	3.758.696.350	0,002	7,55
1995	595.662	45.417.964	0,013	10.122.682	4.683.009.883	0,002	6,07
1996	588.831	49.814.696	0,012	8.436.909	4.997.004.754	0,002	7,00
1997	503.498	53.443.580	0,009	10.724.520	5.302.477.255	0,002	4,66
1998	578.941	48.847.520	0,012	10.125.306	5.269.345.589	0,002	6,17
1999	458.260	48.665.419	0,009	8.359.338	5.468.896.775	0,002	6,16
2000	311.832	62.123.973	0,005	7.649.875	7.038.573.561	0,001	4,62
2001	182.608	56.316.830	0,003	5.018.382	6.826.180.182	0,001	4,41
2002	218.771	57.158.751	0,004	4.723.034	7.185.406.057	0,001	5,82
2003	250.882	61.058.187	0,004	5.402.919	8.390.960.761	0,001	6,38
2004	281.635	71.582.468	0,004	6.688.280	10.148.437.395	0,001	5,97
2005	497.777	85.659.948	0,006	8.751.735	11.436.803.636	0,001	7,59
2006	583.178	100.798.616	0,006	10.483.475	13.283.286.280	0,001	7,33
2007	633.920	114.100.873	0,006	12.669.420	15.136.550.000	0,001	6,64
2008	988.829	137.020.424	0,007	14.631.045	16.131.752.212	0,001	7,96
					Rata-rata RCA		6,55

Kopi merupakan salah satu dari *agro-based products* Indonesia. Dari hasil kajian Oktaviani dan Novianti (2009), berdasarkan index RCA dari lima negara Asean tahun 2005 (Indonesia, Malaysia, Philippines, Singapura, dan Thailand), Indonesia memiliki index RCA tertinggi (7,398), kemudian Malaysia (4,628) dan Philippines (1,905). Hasil kajian ini mendukung bahwa kopi sebagai bagian dari *agro based product* mempunyai dayasaing berdasarkan index RCA (>1,0).

3. Hasil Perhitungan EPD Kopi Indonesia

Dari analisis perubahan dinamis ekspor kopi pada periode tahun 1999-2008, menunjukkan rata-rata perubahan ekspor kopi dunia bertanda negatif sebesar 0,007 persen.

Tabel 4. Nilai Ekspor Kopi Indonesia, Dunia, dan Perhitungan EPD

Yr	X_{ni} (1000US$)	X_{wi} (1000US$)	X_{ij} (1000US$)	*Export Share of Country* (%)	*Growth of Country Share* (%)	*Export Share of Commodity* (%)	*Growth of Commodity Share* (%)
1999	5.468.896.775	8.359.338	458.260	5,482		0,153	
2000	7.038.573.561	7.649.875	311.832	4,076	-1,406	0,109	-0,044
2001	6.826.180.182	5.018.382	182.608	3,639	-0,438	0,074	-0,035
2002	7.185.406.057	4.723.034	218.771	4,632	0,993	0,066	-0,008
2003	8.390.960.761	5.402.919	250.882	4,643	0,011	0,064	-0,001
2004	10.148.437.395	6.688.280	281.635	4,211	-0,433	0,066	0,002
2005	11.436.803.636	8.751.735	497.777	5,688	1,477	0,077	0,011
2006	13.283.286.280	10.483.475	583.178	5,563	-0,125	0,079	0.002
2007	15.136.550.000	12.669.420	633.920	5,004	-0,559	0,084	0,005
2008	16.131.752.212	14.631.045	988.829	6,758	1,755	0,091	0,007
Average					0,142		-0,007

Artinya, selama periode tersebut dapat dikatakan ekspor dunia rata rata per tahun stagnan atau perubahan negatif yang relatif kecil sekali (0,007%). Indonesia mengalami pertumbuhan positif, rata-rata sebesar 0,142 persen. Dengan demikian dari Tabel 4 diperoleh bahwa nilai rata-rata pangsa pasar komoditi kopi di dunia selama tahun 2000 – 2008 yang diwakili oleh sumbu Y sebesar –0,007. Sedangkan nilai rata-rata dari pangsa pasar ekspor kopi Indonesia terhadap kopi dunia yang diwakili oleh sumbu X adalah 0,142. Olah karena itu, sesuai dengan Gambar 1, maka komoditi kopi Indonesia berdasarkan analisis produk ekspor dinamis berada pada posisi *"falling star"*. Posisi ini mempunyai pengertian bahwa meskipun laju pertumbuhan ekspor dunia menurun, bahkan rata-rata negatif, tetapi ekspor kopi Indonesia

mempunyai pertumbuhan yang positif, meskipun perluasan pasar sangat lambat. Perluasan pasar yang sangat lambat ini, diduga karena intervensi ICO dan ICA terhadap kuota ekspor kopi dari Indonesia. Oleh sebab itu, untuk peningkatan ekspor kopi yang lebih cepat, nampaknya Indonesia memerlukan perluasan pasar ekspor kopi di luar pasar-pasar ekspor yang dominan seperti China dan Timur Tengah.

Kesimpulan dan Rekomendasi Kebijakan

1. Kesimpulan

a. Perkebunan kopi rakyat di Indonesia memiliki produktivitas yang sangat rendah (691,65 kg per ha), sedangkan potensinya dapat mencapai 1 – 2 ton per ha. Meskipun demikian, usahatani kopi bagi rumahtangga petani sangat menentukan dan sangat elastis (E > 16,61) bagi pengeluaran konsumsi pangan dan tabungan keluarga. Dengan demikian untuk meningkatkan dayasaing ekspor kopi, mutlak diperlukan peningkatan produktivitas dan efisiensi di tingkat usahatani sampai di tingkat eksportir. Kerjasama secara integrasi, baik horizontal maupun vertikal dalam sistem agribisnis kopi di Indonesia, merupakan upaya untuk meningkatkan dayasaing. Demikian pula kerjasama rantai pasok manajemen-SCM *(Supply Chain Management)* antara pabrik pengolah atau eksportir kepada petani sebagai pemasok bahan baku yang berkualitas akan meningkatkan dayasaing ekspor kopi di pasar internasional.

b. Ekspor kopi Indonesia memiliki dayasaing (Index RCA rata-rata sebesar 6,55), meskipun ada kecendrungan fluktuatif yang semakin menurun. Dibandingkan dengan Brazil dan Thailand, produktivitas kopi Indonesia rendah. Kopi merupakan salah satu dari *agro-based products* Indonesia, berdasarkan index RCA dari lima negara Asean, Indonesia memiliki index RCA tertinggi (7,398), kemudian Malaysia (4,628) dan Philippines (1,905), sedangkan RCA Singapura dan Thailand, di bawah 1,0. Dengan demikian berdasarkan analisis index RCA, ekspor kopi Indonesia masih mempunyai dayasaing di pasar ekspor kopi dunia yang memiliki kecenderungan menurun.

c. Posisi pertumbuhan ekspor kopi Indonesia yang dinamis (relatif lambat) pada diagram atau posisi "*falling stars*". Kondisi ini mempunyai implikasi bahwa perluasan pasar ekspor kopi Indonesia di pasar internasional sangat lambat. Oleh sebab itu, peningkatan perluasan pasar yang lebih

cepat dan intensif harus segera dilaksanakan, antara lain mencari pasar atau tujuan ekspor ke negara-negara lain di luar yang sudah ada.

2. Rekomendasi Kebijakan

Ekspor kopi Indonesia memiliki dayasaing dan peluang yang relatif dinamis di pasar dunia. Secara keterpaduan pasar, Indonesia merupakan pasar pengikut yang mengacu kepada perilaku pasar dunia (Brazil) sebagai acuan. Pangsa ekspor Indonesia di pasar dunia relatif kecil (7,06%), di mana pertumbuhan ekspor dunia relatif stagnan. Kondisi ini mengharuskan Indonesia mengekspor kopi ke negara-negara lain di luar pasar yang sudah ada (perluasan pasar, misalnya ke negara China atau negara-negara di Timur Tengah).

Peningkatan produktivitas dan kualitas ekspor kopi dari Indonesia harus segera dilakukan, sebagai upaya untuk meningkatkan pendapatan petani kopi, pangsa pasar ekspor, dan perluasan pasar. Melalui kerjasama rantai pasokan yang saling terkait (*supply chain management*) dalam sistem agribisnis, peningkatan produktivitas dan kualitas ekspor kopi Indonesia akan terwujud.

Daftar Pustaka

Asmarantaka RW. 2008. Analisis Rumahtangga Petani dan Keterpaduan Pasar Ekspor Kopi Indonesia. Jurnal Agribisnis dan Ekonomi Pertanian, Vol 2, No 1 Juni 2008. ISSN 1978-4791. Departemen Agribisnis, FEM – IPB.

Edwards L and Volker S. 2001. The Structure and Competitiveness of South African Trade. TIPS-Trade and Industrial Policy Strategies. Annual Forum.

Esterhuizen D. 2006. An Evaluation of The Competitiveness of The South African Agribusiness Sector. University of Pretoria. [July, 2006]

Karo-Karo Feryanto W. 2010. Analisis Dayasaing dan Dampak Kebijakan Pemerintah Terhadap Komoditas Susu Sapi Lokal di Jawa Barat. Tesis Sekolah Pascasarjana, Institut Pertanian Bogor.

Kustiari R. 2007. Perkembangan Pasar Kopi Dunia dan Implikasinya Bagi Indonesia. FAE, Vol 25 No 1 Badan Litbang, Departemen Pertanian. ISSN 0216 - 4361.

Oktaviani R dan Tanti Novianti. 2009. Teori Perdagangan Internasional. Bagian I. Departemen Ilmu Ekonomi, FEM – IPB.

Poapongsakorn N dan Tangkitvanich S. Industrial Restructuring in Thailand: A Critical Assessment. [working paper 2010].

Pusat Data dan Informasi Pertanian Departemen Pertanian. 2008. Data Statistik Pertanian 2008, Jakarta.

Susila WR, dkk. 2000. Liberalisasi Perdagangan Pada Komoditas Kopi dan Kelapa Sawit. Asosiasi Penelitian Perkebunan Indonesia. ISBN 979 – 96165-0-6.

United Nations Commodity Trade Statistics Database. Berbagai Terbitan. www.un.comtrade.org [Maret 2010]