

UPAYA INDONESIA DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING KOPI KE PASAR UNI EROPA PERIODE 2012-2015

Sindi Wilda Teriani

Abstrak

Skripsi ini bertujuan untuk menganalisis upaya yang dilakukan oleh Indonesia dalam meningkatkan daya saing kopi ke Pasar Uni Eropa periode 2012-2015. Angka konsumsi kopi yang tinggi di Uni Eropa menjadikan Uni Eropa sebagai pasar kopi yang potensial bagi Indonesia. Indonesia merupakan eksportir kopi terbesar ke-5 bagi Uni Eropa, tetapi dengan selisih volume ekspor yang masih jauh dibandingkan dengan Brazil dan Vietnam. Kopi Indonesia kalah bersaing dalam hal mutu. Namun, Indonesia merupakan satu-satunya negara produsen kopi yang memiliki kopi spesialti terbanyak di dunia. Hal inilah yang menjadi peluang untuk meningkatkan ekspor kopi Indonesia ke pasar Uni Eropa. Rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu “*Bagaimana Upaya Indonesia Dalam Meningkatkan Daya Saing Kopi Ke Pasar Uni Eropa Periode 2012-2015?*” Untuk menjawab pertanyaan penelitian tersebut, penulis menggunakan Teori Daya Saing oleh Michael Porter dan Teori Keunggulan Komparatif oleh David Ricardo. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah deskriptif kualitatif, melalui studi kepustakaan dan wawancara. Hasil dari penelitian ini memperlihatkan bahwa Indonesia sudah melakukan beberapa upaya untuk meningkatkan daya saing kopi di Pasar Uni Eropa. Terdapat upaya internal dengan mengoptimalkan kebijakan peningkatan Daya saing dan ekspor kopi serta Penerapan kopi berkelanjutan, dan terdapat upaya eksternal melalui kerjasama-kerjasama internasional.

Kata Kunci: *Upaya Indonesia, Daya Saing, Kopi, Uni Eropa*

INDONESIA'S EFFORT IN IMPROVING THE COMPETITIVENESS OF COFFEE TO THE EUROPEAN UNION MARKET PERIOD 2012-2015

Sindi Wilda Teriani

Abstract

This thesis has a purpose to analyze the efforts made by Indonesia in improving the competitiveness of coffee to the European Union Market period 2012-2015. The high coffee consumption figures in European Union (EU) make the EU as a potential market for Indonesian coffee. Indonesia is the 5th largest EU coffee exporter, but with the difference of export volume that still far less than Brazil and Vietnam. Indonesia's Coffee cannot compete in terms of quality. However, Indonesia is the only coffee producing countries that have specialty coffee in the world. It is as the opportunities to improve the Indonesia's coffee exports to the EU market. The problems of this research is "*How is Indonesia efforts in improving the Competitiveness of coffee to the EU market period 2012-2015?*". To answer the research questions, the author uses the theory of competitiveness by Michael Porter and the theory of comparative advantage by David Ricardo. The used method in this research is descriptive qualitative, through the study of literature and interviews. The results of this research show that Indonesia has taken some efforts to improve the competitiveness of coffee to EU market. There is an internal efforts to optimize the application of policies to improve the competitiveness and export of coffee and the adoption of sustainable coffee, and there is also an external efforts through international cooperations.

Key Word: *Indonesia efforts, Competitiveness, Coffee, European Union*