

# BAB I

## PENDAHULUAN

### I.1 Latar Belakang Masalah

Perdagangan internasional merupakan suatu hal yang cukup berpengaruh dalam hubungan internasional. Dan terkadang hal tersebut dijadikan tolak ukur seberapa makmurnya suatu bangsa. Setiap negara pasti melakukan pengawasan terhadap aset ekonomi negaranya. Termasuk juga aset ekonomi milik swasta seperti pangan dan ekspor, penanaman modal atau investasi, produksi pertanian, dan perbankan swasta. Jadi memang sepatutnya sebuah negara membuat perjanjian-perjanjian dengan negara lain yang merupakan mitra ekonominya, untuk mengatur permasalahan ekonomi moneter atau bahkan masalah politik yang dapat mempengaruhi hubungan dua negara (bilateral) atau lebih (multilateral).

Indonesia merupakan salah satu negara berkembang di Asia Tenggara yang sudah menjadi pasar internasional bagi beberapa negara maju seperti China, Jepang, Korea, dan bahkan negara Eropa sekalipun. Pada dasarnya, negara berkembang diharuskan memiliki koneksi dan hubungan yang baik dengan negara mitranya. Dalam hal ini Indonesia sudah memiliki banyak mitra kerja terutama dalam bidang ekspor dan impor, bukti sahnya adalah menjamurnya berbagai jenis dan produk luar negeri yang diperdagangkan di Indonesia.

Ekspor impor sebagai kegiatan lintas negara yang mencerminkan sifat saling membutuhkan antar satu negara dengan negara lain, secara otomatis menyebabkan ketatnya persaingan produsen lokal dan mancanegara dalam mempromosikan barang ataupun jasa yang dijualnya. Di Indonesia, produk luar negeri masih menjadi pilihan utama masyarakatnya, sehingga produk lokal seperti menjadi barang asing di rumah sendiri. Ditambah lagi dengan budaya konsumsi masyarakat Indonesia cenderung suka dengan gaya hidup *glamour* dan *branded*, maka bukan hal aneh jika produk

dalam negeri pun harus susah payah bersaing dengan produk luar negeri terutama dengan *brand* asal benua biru.

Selayaknya negara berkembang lainnya, Indonesia yang memiliki ladang tani yang luas dan juga beriklim tropis, sangatlah wajar jika Indonesia mengunggulkan komoditas pertanian dan pangan sebagai produk unggulan ekspornya. Sektor pertanian juga menjadi pemicu keberlangsungan perekonomian suatu negara yang terkait dengan negara lain. Kebutuhan akan barang pertanian menjadikan komoditas pertanian sangat mempengaruhi keberlangsungan ekspor impor suatu negara. Salah satunya adalah komoditas kopi, kopi menjadi komoditas ekspor impor yang memberi pengaruh besar kepada negara-negara di dunia, dan menjadi komoditas ekspor yang membantu Indonesia dalam persaingan ekonomi global.

Secara ringkas, ekspor adalah kegiatan menjual barang atau jasa dari daerah pabean sesuai peraturan dan perundang-undangan yang berlaku. Daerah pabean adalah seluruh wilayah nasional dari suatu negara, dimana akan dipungut bea masuk dan bea keluar untuk semua barang yang melewati batas-batas tertentu dari suatu negara, dan didasari dengan undang-undang negara terkait. Sedangkan impor adalah kebalikan dari ekspor, yaitu kegiatan membeli barang ataupun jasa lintas daerah pabean berdasarkan undang-undang yang berlaku di negara tertentu (Purnamawati 2013, hal. 12).

Menurut Fahmi (2013, hlm. 8-9) dalam bukunya yang berjudul Ekonomi Politik, Teori dan Realita, kegiatan ekspor impor juga harus dibarengi dengan pembangunan industri sebagai faktor pendukung pertumbuhan ekspor. Indonesia termasuk negara berkembang yang sedang menggeluti pembangunan industri. Terlihat dari jalanan dan infrastruktur lainnya yang dibuat di berbagai tempat, sehingga roda perekonomian dapat berkembang dengan cepat, termasuk sarana dan prasarana yang menuju kawasan industri pada dasarnya ada beberapa alasan yang menjelaskan sangat diperlukannya pembangunan industri yang kuat di dalam negara yang kokoh. Hal ini merupakan rasa cinta bangsa Indonesia terhadap pembangunan produk dalam negeri, yang dalam hal ini berarti kopi sebagai salah satu komoditas unggulan ekspor agribisnis.

Indonesia merupakan negara agraris yang mayoritas penduduknya bekerja pada bidang pertanian dan perkebunan. Ditambah lagi Indonesia bukan tergolong negara yang pandai mengolah hasil alamnya sendiri, hal ini menjadikan Indonesia sebagai negara eksportir hasil kebun. Negara yang memiliki ladang perkebunan seluas 1,23 juta hektar ini sangat mengandalkan hasil kebunnya untuk dijadikan komoditi ekspor ke negara lain. Salah satu produk unggulan kebun Indonesia adalah kopi. Umumnya ada 2 golongan kopi yang biasa diekspor ke luar negeri, Arabika dan Robusta.

Kopi adalah biji dan buah dari pohon kopi, baik biji kopi yang masih berkulit ari, biji kopi kering maupun biji kopi sangrai, dan termasuk kopi bubuk, kopi tanpa kafein, kopi cair dan kopi instan. Berdasarkan ketentuan-ketentuan dalam *International Coffee Organization* (ICO), kopi dapat digolongkan menjadi tujuh jenis :

- a. *Green coffee* adalah semua biji kopi tidak berkulit sebelum disangrai.
- b. *Dried coffee cherry* adalah buah dari pohon kopi yang dikeringkan; untuk mendapatkan biji kopi kering yang setara dengan *green coffee*, kalikan berat bersih *dried coffee cherry* dengan 0,50.
- c. *Parchment coffee* adalah biji *green coffee* yang terkandung dalam kulit tanduk, untuk menghasilkan kopi yang setara dengan *green coffee*, kalikan berat bersih *parchment coffee* dengan 0,80.
- d. *Roasted coffee* adalah *green coffee* yang disangrai pada setiap tingkat derajat dan termasuk kopi bubuk.
- e. *Decaffeinated coffee* adalah *green coffee*, kopi sangrai, atau kopi instan yang telah dihilangkan kafeinnya.
- f. *Liquid coffee* adalah zat padat larut air yang berasal dari kopi sangrai dan dijadikan bentuk cair.
- g. *Soluble coffee* adalah zat padat larut air yang dikeringkan yang berasal dari kopi sangrai (Indonesia. Undang-undang, 2008, hlm. 47).

Menurut Asosiasi Ekspor Kopi Indonesia (AEKI) Indonesia menduduki posisi ketiga produsen kopi di dunia, di bawah Brasil dan Vietnam sebagai produsen kopi terbesar di dunia secara berurutan (Ekspor Kopi, 2014, hlm. 1). Karena itu tidak meragukan jika kopi asli Indonesia ini menjadi produk unggulan ekspor bagi negara

kepulauan ini. Bahkan kopi asli Indonesia ini menjadi salah satu komoditi unggulan Indonesia dalam kegiatan perdagangan internasional.

Kopi menjadi begitu penting dalam kehidupan masyarakat Indonesia, terutama sejak banyaknya *franchise* asal luar negeri yang menjual kopi. Berdasarkan catatan data Asosiasi Eksportir Kopi Indonesia (AEKI), konsumsi dalam negeri selama ini hanya berkisar antara 100 ribu hingga 125 ribu ton per tahun atau 27% dari produksi normal kopi nasional yang 450 ribu ton. Sementara itu, realisasi ekspor per tahun mencapai 265 ribu ton. Dibanding jumlah penduduk Indonesia yang sekitar 200 juta, konsumsi per kapita per tahun masyarakat Indonesia terhadap kopi dalam negeri hanya 600 gram. Kopi Indonesia juga memiliki pangsa ekspor tinggi di Eropa, AS, Jepang, Korea, dan Aljazair.

Pada tahun 2007, *International Coffee Organization* (ICO) merevisi regulasi perkopiannya terkait perdagangan kopi dunia. Bentuk perjanjian ini berupa tindak lanjut kerjasama beberapa negara pencinta (eksportir dan importir) kopi, termasuk Indonesia sebagai negara eksportir dan Amerika sebagai negara importir kopi. ICO merupakan organisasi internasional non-banding yang sifatnya hanya sebagai penyalur informasi terkait hal-hal yang dibinanya.

Organisasi anggota Perserikatan Bangsa-Bangsa yang didirikan tahun 1963 ini memiliki 10 tujuan yang dimaksudkan untuk memfasilitasi negara-negara anggota dalam berdagang kopi, 5 dari 10 tujuan itu antara lain :

- a. Mempromosikan kerjasama internasional dalam bidang perkopian.
- b. Menyediakan suatu forum konsultasi antar pemerintah dan atau dengansektor swasta.
- c. Memfasilitasi perluasan dan transparansi perdagangan kopi internasional.
- d. Mendorong anggota untuk mengembangkan ekonomi perkopian yang berkesinambungan.
- e. Mempromosikan, mendorong, dan meningkatkan konsumsi kopi.

Pada Oktober 2008 Indonesia baru mengesahkan perjainjian kopi internasional tahun 2007 ini dengan mengeluarkan peraturan presiden republik Indonesia nomor 63 tahun 2008, tentang pengesahan *International Coffee Agreement* (ICA) tahun 2007.

Perjanjian ini adalah bentuk revisi dari perjanjian serupa yang disahkan pada tahun 2001. Secara garis besar revisi ini hanya berupa formalitas dari komitmen ICO yang harus meregulasi pasal-pasal nya setiap 7 tahun sekali (Indonesia. Undang-undang, 2008, hlm. 10). Pada 2 Februari 2011, perjanjian kopi internasional tahun 2007 baru mulai berlaku bagi seluruh anggotanya, hal ini dikarenakan persetujuan ini baru selesai ditandatangani oleh pemimpin dari  $\frac{3}{4}$  atau 75% anggota ICO.

Sudah sejak lama Amerika Serikat menjadi negara importir kopi terbesar di dunia. Brasil dan Colombia menjadi eksportir utama yang sudah sejak lama rutin mengekspor kopinya ke Amerika Serikat yang menjadi importir dalam bentuk keanggotaannya di ICO. Amerika juga merupakan pasar ekspor terbesar bagi komoditas kopi Indonesia. Hal ini disebabkan produktifitas pengembangan ekspor kopi Indonesia dan dibarengi dengan budaya konsumsi kopi masyarakat Amerika yang tinggi.

Tejo (n.d., hlm. 5) menjelaskan bahwa rata-rata konsumsi kopi masyarakat Amerika adalah 4,3 kilogram biji kopi setiap orang per tahunnya. Hal ini tentu menjadi keuntungan untuk Indonesia yang 40% ekspor kopinya masuk ke negara Paman Sam tersebut. Berikut ini adalah tabel ekspor kopi Indonesia ke Amerika Serikat dari tahun 2006 sampai 2013 :

**Tabel 1 Statistik Ekspor Kopi Indonesia-Amerika Tahun 2006-2013**

<b>Tahun</b>	<b>Nominal Komoditas (ton)</b>
2006	85.503,2
2007	66.222,5
2008	65.646,0
2009	71.603,7
2010	63.048,0
2011	48.094,7
2012	69.651,6



2013	66.138,1
------	----------

Sumber : Badan Pusat Statistik

Pada tahun 2007, 66.225,5 ton kopi Indonesia diekspor ke AS, lalu pada 2008 sebanyak 65.464,0 ton kopi Indonesia diekspor ke Amerika, meningkat pada tahun berikutnya menjadi 71.603,7 ton pada tahun 2009. Namun pada tahun 2010 jumlah kopi Indonesia yang diekspor ke Amerika menurun drastis menjadi 63.048,0 ton (Indonesia. 2014, hlm. 12). Penurunan ekspor kopi Indonesia ke AS berlanjut ke tahun 2011, pada tahun ini Indonesia hanya mengekspor 48.094,7 ton kopinya ke AS. Sedikit membaik pada tahun 2012 dengan jumlah ekspor menyentuh angka 70 ribu ton bila dibulatkan. Krisis global tahun 2010 memang berdampak buruk pada AS sehingga menyebabkan nilai mata uang dollar Amerika yang menurun akibat krisis tersebut. Bahkan muncul dugaan yang berbau manipulasi data dalam statistik yang diterbitkan ICO sehingga menyebabkan ketidak stabilan harga kopi dunia. Hal itu pula lah yang menyebabkan turunnya jumlah ekspor kopi Indonesia ke negara adidaya tersebut.

Fluktuasi ekspor kopi yang terjadi selama tahun 2007-2012 ini menjadi satu hal menarik yang perlu dicari sebab musababnya, keunggulan Indonesia sebagai negara produsen kopi dunia diyakini dapat terus meningkatkan statistik ekspor kopi Indonesia ke Amerika Serikat. Dari mulai faktor produksi yang terpantau oleh negara, keunggulan bentang alam yang hijau nan subur, dan keunggulan para petani Indonesia yang tak kenal jenuh dalam bekerja, menjadi alasan mengapa Indonesia dapat terus maju sebagai negara produsen kopi di dunia.

## **I.2 Rumusan Masalah**

Indonesia merupakan negara yang potensial untuk pengembangan tanaman kopi. Permintaan ekspor kopi dari Indonesia ke berbagai negara cukup fluktuatif. Begitu juga ke negara konsumen kopi terbesar Amerika Serikat. Berdasarkan data di atas dapat disimpulkan pertanyaan penelitian sebagai berikut, **Bagaimana strategi**

## **Indonesia dalam meningkatkan ekspor kopi ke Amerika Serikat pasca penandatanganan perjanjian kopi internasional 2007?**

### **I.3 Tujuan Penelitian**

- a. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menanalisa lebih dalam tentang hubungan perdagangan kopi antara Indonesia dan Amerika Serikat dalam kerangka *International Coffee Organization (ICO)*.
- b. Penelitian ini juga bertujuan untuk menjelaskan strategi Indonesia dalam meningkatkan ekspor kopi dari Indonesia ke Amerika merespon perjanjian kopi internasional 2007.

### **I.4 Manfaat Penelitian**

Setidaknya ada dua manfaat yang sekiranya berguna bagi pembaca penelitian ini:

- a. Secara akademis, penelitian ini berfungsi untuk mengkaji strategi pemerintah Indonesia dalam menyikapi *International Coffee Agreement (ICA)* dalam hal peningkatan ekspor kopi Indonesia ke Amerika Serikat setelah ratifikasi ICA 2007.
- b. Secara praktis, hasil penelitian ini nantinya diharapkan dapat menjadi bahan acuan bagi civitas akademika lain dalam pembahasan hubungan perdagangan Indonesia-Amerika terkait ekspor komoditas kopi, terutama bagi yang mendalami studi hubungan internasional.

### **I.5 Tinjauan Pustaka**

Amerika Serikat merupakan sebuah negara yang masyarakatnya gemar mengkonsumsi kopi setiap harinya. Mayoritas jenis olahan kopi di AS berasal dari kopi Indonesia, budaya minum kopi di AS menjadikan negara adidaya itu sebagai importir kopi terbesar dari Indonesia. Maka tidak heran Indonesia selaku negara eksportir akan terus berusaha meningkatkan produktifitas ekspor kopi ke AS.

Dalam proses penulisan ini penulis menggunakan 3 literatur yang berkaitan dengan tema ekspor kopi Indonesia ke Amerika Serikat. Berikut ini akan dipaparkan literatur yang dimaksud.

Literatur pertama yang akan menjadi tinjauan pustaka berjudul Analisis Ekspor Kopi Indonesia Ke Amerika Dan Faktor-faktor Yang Mempengaruhinya. Dalam tulisan Banatul Hayati, S.E, M.Si, dijelaskan hubungan dagang antara Indonesia dengan Amerika dalam sektor kopi. Banatul menjelaskan bahwa sektor pertanian merupakan tulang punggung perekonomian dan merupakan sumber lapangan kerja yang terbesar bagi kebanyakan negara berkembang. Pembangunan pertanian antara lain ditujukan untuk mencapai pertumbuhan, stabilitas, pemerataan, dan efisiensi ekonomi. Bagi Indonesia komoditas kopi merupakan salah satu sub sektor pertanian yang mempunyai andil cukup penting sebagai penghasil devisa ketiga terbesar setelah kayu dan karet (Hayati 2009, hlm. 1).

Kopi sebagai tanaman perkebunan merupakan salah satu komoditas yang menarik bagi banyak negara terutama negara berkembang, karena perkebunan kopi member kesempatan kerja yang cukup tinggi dan dapat menghasilkan devisa yang sangat diperlukan bagi pembangunan ekonomi nasional.

Berdasarkan catatan Asosiasi Eksportir Kopi Indonesia (AEKI), konsumsi dalam negeri selama ini hanya berkisar antara 100.000 hingga 123.000 ton pertahun atau 27% dari produksi normal kopi nasional yang berjumlah 450.000 ton (pada tahun 2003). Sementara itu realisasi ekspor per tahunnya mencapai 265.000 ton. Dibanding jumlah penduduk Indonesia yang menyentuh angka 200 juta jiwa, konsumsi per kapita per tahunnya terhadap kopi hanya 600 gram per orangnya.

Kopi Indonesia juga memiliki pangsa ekspor tinggi di Eropa, AS, Jepang, Korea, dan Aljazair. Bahkan, Sebuah waralaba penjual kopi terkenal di Amerika Serikat, Starbuck, juga menggunakan kopi yang diimpor dari Indonesia. Amerika menjadi negara pengimpor kopi terbesar dari Indonesia, negara tujuan ekspor lainnya adalah Jepang, Jerman, Italia walaupun Amerika menjadi negara pengimpor terbesar dari Indonesia, tetapi dalam perkembangan ekspor kopi Indonesia ke Amerika



mengalami penurunan volume selama 2004-2008 meskipun berdasarkan nilai ekspor mengalami kenaikan.

Amerika merupakan pengonsumsi kopi terbesar di dunia hal ini menjadi alasan mengapa Amerika menjadi pasar potensial bagi ekspor kopi Indonesia. Selama periode 2002-2006 volume ekspor kopi Indonesia ke Amerika Serikat mengalami kenaikan terhadap kopi Indonesia sebesar 157,54 %. Tetapi mulai periode tahun 2006 hingga 2008 volume ekspor kopi Indonesia ke Amerika mengalami penurunan sebesar 22,5% selama 2006-2008. Menurut (Hayati 2009, hlm. 3) naik turunnya permintaan kopi Indonesia oleh Amerika diduga disebabkan beberapa faktor seperti harga kopi domestik, harga rata-rata kopi ICO, kurs Rupiah terhadap Dollar Amerika, pendapatan Amerika Serikat dan Konsumsi kopi Amerika Serikat.

Dalam poin kedua ini akan dibahas tulisan Sari Nalurita dan Siti Jahroh yang berjudul Analisis Daya Saing Dan Strategi Pengembangan Agribisnis Kopi Indonesia. Di dalam tulisan ini dijelaskan bahwa Indonesia merupakan eksportir keempat dunia untuk komoditi kopi, dengan peran rata-rata sebesar 4,76 persen terhadap total ekspor dunia. Brasil menempati posisi pertama dengan peran rata-rata sebesar 24,30 persen, diikuti dengan Vietnam sebesar 17,94 persen dan Colombia sebesar 10,65 persen.

Terdapat lebih dari 50 negara tujuan ekspor kopi Indonesia. Negara tujuan ekspor kopi Indonesia yang utama adalah Amerika Serikat dengan peran pasar rata-rata sebesar 19,35 persen dari total ekspor kopi Indonesia. Diikuti oleh Jepang, Jerman dan Italia, masing-masing dengan peran pasar rata-rata sebesar 14,96; 15,88; dan 6,71 persen.

Tingkat konsumsi kopi per kapita masyarakat Indonesia tergolong sangat rendah dibandingkan dengan negara-negara pengimpor seperti masyarakat Eropa yang rata-rata mengonsumsi kopi diatas lima kg per kapita di tiap tahunnya dan Amerika Serikat di atas 4 kg per kapita setiap tahun, sedangkan konsumsi kopi masyarakat Indonesia hanya sebesar 0,45 kg per kapita setiap tahun (Jahroh & Nalurita 2011, hlm. 64-65). Industri kopi domestik tidak hanya bertumpu pada komoditas primer semata (dalam bentuk biji kopi) melainkan dalam bentuk olahan guna memperoleh nilai tambah dan meningkatkan daya saing yang akan

meningkatkan konsumsi domestik. Secara garis besar industri kopi Indonesia digolongkan kedalam tiga skala usaha, yaitu industri kopi olahan kelas kecil, industri kopi olahan kelas menengah dan industri kopi olahan kelas besar.

Pada era globalisasi perdagangan dewasa ini, kondisi persaingan semakin ketat dimana masing-masing negara saling membuka pasarnya. Pengembangan produk diversifikasi kopi olahan, seperti *roasted coffee*, *instant coffee*, *coffee mix*, *decaffeinated coffee*, *soluble coffee*, kopi bir (*coffee beer*), *ice coffee* mempunyai arti penting, karena dapat menjadi komoditas unggulan yang mempunyai daya saing tinggi di pasar internasional.

Indonesia sebagai negara tropis disamping berpeluang untuk pengembangan produk diversifikasi kopi olahan tersebut diatas, juga berpotensi untuk pengembangan produk industri pengolahan kopi *specialties* dengan rasa khas seperti; *Lintong Coffee*, *Lampung Coffee*, *Java Coffee*, *Kintamani Coffee*, *Toradja Coffee* (Jahroh & Nalurita 2011, hlm. 64).

Produktivitas tanaman kopi di Indonesia baru mencapai 700 kg biji kopi/ha/tahun untuk Robusta dan 800 Kg biji kopi/ha/tahun untuk Arabika. Rendahnya produktivitas kopi Indonesia disebabkan karena 95 persen kopi Indonesia merupakan perkebunan rakyat yang umumnya belum menggunakan bibit kopi unggul, teknik budidaya yang masih sederhana serta lambat melakukan peremajaan tanaman, minimnya sarana dan prasarana pendukung mengakibatkan rendahnya mutu kopi Indonesia.

Di bagian hilir dalam hal produksi, industri hilir skala kecil memiliki keterbatasan sarana dan prasarana produksi (mesin pengolahan dan pengemasan), teknologi yang tinggi baru dimiliki oleh industri skala menengah dan besar, selain itu industri skala kecil kurang berinovasi dalam menciptakan diversifikasi produk yang saat ini jenis kopi olahan sudah sangat beragam dikalangan masyarakat. Total produsen kopi di Indonesia mencapai 205 perusahaan, namun sebagian besar adalah perusahaan dengan usaha skala kecil yang hanya menguasai pangsa pasar sebesar delapan persen saja.

Yang terakhir adalah karya Bismo Try Raharjo yang berjudul Analisis Faktor Penentu Ekspor Kopi Indonesia. Jurnal yang dipublikasikan tahun 2013 lalu ini kembali menjelaskan sedikit tentang faktor-faktor yang mempunyai andil dalam produktifitas ekspor kopi indonesia. Menurut penulis mengapa faktor pendukung ekspor kopi sangat perlu dibahas dalam skripsi penulis karena hal ini bersangkutan dengan apa yang akan dibahas dalam kebijakan pemerintah dalam meningkatkan ekspor kopi Indonesia mengingat Indonesia memiliki peluang untuk menjadi negara pengganggu duopoli Brasil dan Vietnam sebagai pemasok kopi terbesar di dunia (Raharjo 2013, hlm. 5).

Dalam jurnalnya Bismo berpendapat bahwa sektor non migas merupakan salah satu sumber pendapatan devisa negara. Sektor non migas dibagi menjadi tiga, antara lain sektor industri, sektor pertambangan, dan sektor pertanian. Indonesia merupakan negara agraris yang sebagian mata pencaharian penduduknya adalah dengan cara bertani atau berkebun sehingga sub sektor pertanian sangat vital bagi Indonesia. Salah satu sub sektor perkebunan Indonesia adalah komoditi kopi.

Kopi merupakan salah satu komoditi ekspor utama Indonesia. Kopi sebagai tanaman perkebunan merupakan salah satu komoditas yang menarik bagi banyak negara terutama negara berkembang, karena perkebunan kopi memberi kesempatan kerja yang cukup tinggi dan dapat menghasilkan devisa yang sangat diperlukan bagi pembangunan nasional. Berikut ini sepuluh negara produsen terbesar dunia tahun 2010.

**Tabel 2 Produsen Kopi Terbesar Dunia Pada 2010**

<b>No.</b>	<b>Negara</b>	<b>Produksi (ton)</b>	<b>Prosentase Bagi Kopi Dunia (%)</b>
1	Brasil	48.095	35,8
2	Vietnam	19.467	14,5
3	Indonesia	9.129	6,8
4	Colombia	8.523	6,4

5	Etiophia	7.500	5,6
6	India	5.033	3,8
7	Meksiko	4.850	3,6
8	Honduras	4.326	3,2
9	Peru	3.976	3
10	Guatemala	3.950	2,9

Sumber : Raharjo 2013, hlm. 3

Berdasarkan tabel di atas Brasil masih mendominasi produksi kopi dunia sekaligus sebagai penyumbang terbesar kopi dunia sebesar 35,8% dari total produksi kopi dunia. Kemudian diikuti Vietnam yang menyuplai 14,5% dari total produksi kopi dunia. Dan di bawahnya Indonesia dan Colombia yang menyumbang masing-masing 6,8% dan 6,4% dari produksi kopi dunia. Produksi kopi Indonesia tahun 2006 dengan ekspor 411,7 ribu ton dan memperoleh devisa ekspor sebesar US\$ 583,3 juta.

Pada tahun 2007 mengalami penurunan, dengan volume ekspor sebesar 320,5 ribu ton namun nilai devisa ekspor kopi meningkat menjadi US\$ 634,1 juta. Ekspor komoditas kopi sepanjang tahun 2008 mengalami tren positif dan nilai devisanya pun melambung mencapai US\$ 989,4 juta (Bismo Try Raharjo, 2013) berbeda jauh dengan pencapaian 2007 ini, seiring tren masyarakat dunia minum kopi meningkat sehingga permintaan kopi dunia pun ikut meningkat. Namun pada 2009 dan 2010 mengalami penurunan devisa ekspor kopi akibat dampak dari krisis ekonomi global yang mengakibatkan melemahnya harga dan semakin turunnya permintaan komoditas tersebut di pasar internasional.

Walaupun dalam jurnalnya ia tidak menyinggung secara spesifik tentang ekspor kopi Indonesia ke Amerika, jurnal Bismo ini dapat menjadi informasi penting untuk kita lebih tau tentang andil kopi Indonesia dalam memenuhi kebutuhan kopi internasional. Dan dengan literatur ini penulis skripsi akan lebih mudah membahas poin di penelitiannya nanti terkait harga kopi internasional. Namun dalam jurnal milik Bismo ini tidak dibahas tentang peluang kopi Indonesia untuk menjadi penguasa kopi dunia.

## **I.6 Kerangka Pemikiran**

Teori merupakan alat yang akan digunakan dalam menjelaskan permasalahan yang ada. Tanpa teori suatu permasalahan tidak akan bergerak fokus kepada permasalahan yang akan dibahas tersebut. Dalam penelitian ini ada beberapa teori yang akan digunakan agar mendapatkan pembahasan yang terfokus pada masalah yang diangkat.

### **I.6.1 Konsep Strategi**

Satu hal yang akan menjadi jawaban dalam penelitian ini adalah tentang strategi Indonesia dalam meningkatkan ekspor kopi Indonesia ke Amerika Serikat. Sebelum berbicara lebih jauh tentang isi dari penelitian ini diperlukan untuk memahami konsep yang menjadi bagian darinya, yakni tentang konsep strategi. Penjelasan sederhana dari strategi adalah suatu teknik untuk menggapai kemenangan atau tujuan.

Sedangkan makna strategi menurut Bussines Dictionary adalah metode atau rencana yang dipilih untuk membawa masa depan yang diinginkan, seperti perencanaan tujuan atau solusi untuk masalah. Dalam kamus ini juga dijelaskan bahwa strategi merupakan seni dan ilmu perencanaan dan memanfaatkan sumber daya untuk penggunaan yang paling efisien dan efektif. Dalam hal peperangan Carl Von Clausewits yang merupakan seorang ahli strategi dan peperangan juga memiliki pandangan tersendiri terhadap makna strategi, menurut Clausewith strategi ialah penggunaan pertempuran untuk memenangkan peperangan, Clausewith juga menambahkan bahwa politik merupakan hal yang terjadi setelah terjadinya perang (Pengertian Strategi Menurut Para Ahli 2015, hlm. 1).

Ada satu orang ahli lagi yang juga mendefinisikan strategi, ialah Henry Mintzberg yang dikenal sebagai ahli bisnis dan manajemen mengutarakan bahwa strategi terbagi atas lima jenis. Berikut penjelasannya :

- a. Strategi sebagai rencana. Adalah sebuah program atau langkah terencana untuk mencapai serangkaian tujuan yang telah ditentukan.
- b. Strategi sebagai pola. Adalah sebuah pola perilaku masa lalu yang konsisten dengan menggunakan strategi yang berbentuk kesadaran dari pada



- menggunakan yang terencana atau yang diniatkan. Dengan kata lain strategi ini lebih mengacu pada intuisi yang muncul secara tiba-tiba.
- c. Strategi sebagai posisi. Adalah sebuah perencanaan yang ditentukan oleh faktor eksternal, seperti dalam menentukan merek, produk atau perusahaan dalam pasar.
  - d. Strategi sebagai taktik. Merupakan sebuah maneuver spesifik untuk mengelabui atau mengecoh lawan.
  - e. Strategi perspektif. Adalah mengeksekusi strategi berdasarkan teori yang ada ataupun menggunakan insting alami dari cara berpikir. (Pengertian Strategi Menurut Para Ahli 2015, hlm. 2)

Strategi adalah serangkaian keputusan dan tindakan mendasar yang dibuat oleh manajemen puncak dan diimplementasikan oleh seluruh jajaran suatu organisasi dalam rangka pencapaian tujuan organisasi tersebut, seperti itulah yang dikatakan Siagian terkait makna dari konsep strategi.

### **I.6.2 Neoliberal Institusionalisme**

Perspektif neoliberal institusionalisme merupakan teori yang menjelaskan andil sebuah institusi dalam hubungan internasional. Secara umum institusi adalah perangkat atau lembaga yang bergerak di suatu bidang yang menurut kaum neoliberal memiliki kedudukan yang setara dengan negara sebagai aktor dalam interaksi internasional.

Ideologi ini membantu menjelaskan bagaimana peran dari sebuah institusi sebagai tempat untuk menjalin kerjasama, layaknya kerjasama Indonesia sebagai negara pengekspor kopi dan Amerika sebagai negara pengimpor kopi. Mengenai institusi ini kaum neoliberal institusionalisme percaya akan asumsi rasionalitas (Liberalisme dan Neoliberalisme 2012, hlm. 2-3). Sehingga negara sebagai aktor utama yang rasional akan lebih memilih bekerjasama ketimbang harus berkonflik, karena dengan bekerjasama mereka saling mendapatkan keuntungan.

Dengan adanya kerjasama tersebut, maka akan terdapat interdependensi yang meruakan refleksi dari perdamaian. Aktor rasional (negara atau yang lainnya)

diasumsikan bersifat atomistik, yaitu mementingkan diri sendiri dan rasional. Aktor akan mementingkan diri mereka sendiri untuk memnuhi kepentingannya dan ia juga bersifat rasional yang mampu membangun cara yang paling efektif dan efisien untuk mewujudkan kepentingan mereka dalam kendala yang mereka hadapi. Dikarenakan aktor rasional itu bersifat *profit-seeking*, maka ia akan melakukan kalkulasi terlebih dahulu dalam mengambil suatu kebijakan agar mengeluarkan kebijakan yang mendapatkan keuntungan yang maksimal. Itulah gaya hidup ekonomis.

Menurut Burchill (2005, hlm. 103) teori ini menggunakan beberapa asumsi dalam aplikasinya :

- a. Neoliberal institusionalis menganggap negara sudah dan masih menjadi aktor yang penting dalam hubungan internasional.
- b. Peran institusi yang sangat penting sebagai instrumen kerjasama internasional.
- c. Negara sebagai aktor utama yang rasional dan bersifat *profit seeker*.
- d. Perilaku negara sebagai aktor utama dipengaruhi beberapa faktor seperti sistem internasional, insentif, dan interpedensi.

### **I.6.3 International Coffee Agreement**

*International Coffee Agreement* (ICA) merupakan sebuah perjanjian tentang prosedur ekspor dan impor kopi dalam raung lingkup hubungan negara dengan negara lainnya, yang dicetuskan *International Coffee Organization* (ICO). perlu diketahui pula bahwa ICO merupakan organisasi di bawah naungan *United Nation* (UN) yang didirikan pada tahun 1963 ketika kesepakatan kopi internasional jilid satu berlaku untuk jangka waktu lima tahun dari 1962 hingga 1967.

Sejak itu perundingan ICA berturut-turut dilakukan dan menghasilkan kesepakatan tahun 1968 (dengan perpanjangan selama dua kali), Kesepakatan 1976, kesepakatan 1983 (dan empat kali perpanjangannya), kesepakatan tahun 1994 (dengan satu kali perpanjangan) yang disetujui dewan untuk jangka waktu lima tahun mulai 1 Oktober 1994, juga pada 2001 perjanjian juga telah disepakati, dan terakhir kesepakatan tahun 2007 yang akan dibahas di tulisan ini.

Perjanjian kopi internasional tahun 2007 adalah yang terbaru dan sedang berlaku sampai saat ini (Indonesia. 2015, hlm. 4). Tujuan persetujuan ini adalah untuk memperkuat dan meningkatkan perluasan sektor perkopian global secara berkelanjutan dalam sebuah lingkungan yang berbasis pasar untuk perbaikan seluruh peserta di sektor tersebut, dengan cara :

- a. Meningkatkan kerjasama internasional di sektor perkopian.
- b. Menyediakan suatu forum konsultasi mengenai sektor perkopian antar pemerintah, dan dengan sektor swasta.
- c. Mendorong negara-negara Anggota untuk mengembangkan suatu sektor perkopian yang berkelanjutan dari aspek ekonomi, sosial dan lingkungan.
- d. Menyediakan suatu forum konsultasi untuk mencari pemahaman yang berhubungan dengan kondisi struktural pasar internasional dan kecenderungan jangka panjang bagi produksi dan konsumsi yang menyeimbangkan penawaran dan permintaan, dan menghasilkan harga yang adil baik bagi para konsumen dan produsen.
- e. Memfasilitasi perluasan dan transparansi perdagangan internasional bagi semua jenis dan bentuk kopi, dan meningkatkan penghapusan hambatan-hambatan perdagangan.
- f. Mengumpulkan, menyebarluaskan dan mempublikasikan informasi ekonomi, teknis dan ilmiah, statistik dan kajian, serta hasil penelitian dan pengembangan sektor perkopian.
- g. Mendorong peningkatan konsumsi dan pasar-pasar untuk semua jenis dan bentuk kopi, termasuk di negara-negara produsen kopi.
- h. Mengembangkan, mengevaluasi dan mencari pembiayaan bagi proyek-proyek yang bermanfaat bagi negara-negara Anggota dan perekonomian kopi dunia.
- i. Meningkatkan mutu kopi dengan maksud untuk meningkatkan kepuasan-kepuasan konsumen dan manfaat bagi para produsen.
- j. Mendorong negara-negara anggota untuk mengembangkan prosedur keamanan pangan yang tepat di sektor perkopian.

- k. Meningkatkan program-program pelatihan dan informasi yang ditujukan untuk membantu alih teknologi negara-negara anggota yang relevan dengan sektor perkopian.
- l. Mendorong negara-negara anggota untuk mengembangkan dan melaksanakan strategi-strategi untuk meningkatkan kapasitas masyarakat lokal dan para petani kecil untuk mendapatkan manfaat dari produksi kopi, yang dapat memberikan kontribusi untuk mengentaskan kemiskinan.
- m. Memfasilitasi ketersediaan informasi mengenai perangkat dan jasa keuangan yang dapat membantu produsen-produsen kopi, termasuk akses untuk mendapatkan kredit dan berbagai pendekatan untuk mengelola resiko.

### I.7 Alur Pemikiran



### I.8 Asumsi Penelitian

- a. Kerjasama ekonomi kedua negara yang sudah berlangsung lama diyakini dapat menimbulkan upaya-upaya baru dari pemerintah masing-masing negara guna mengoptimalkan kesempatan yang didapat dari perjanjian kopi internasional yang sudah disepakati oleh anggota lembaga. Bila mengacu

- pada teori *Comparative Advantage*, Indonesia lebih diuntungkan karena berposisi sebagai negara pengekspor.
- b. Produktifitas ekspor kopi Indonesia diyakini mendapat dukungan penuh dari pemerintah mengingat kopi adalah salah satu komoditi unggulan ekspor Indonesia dari sektor pertanian.

## **I.9 Metode Penelitian**

Metode deskriptif dapat diartikan sebagai prosedur pemecahan masalah yang diselidiki dengan menggambarkan keadaan subjek atau objek dalam penelitian dapat berupa orang, lembaga, masyarakat dan yang lainnya yang pada saat sekarang berdasarkan fakta-fakta yang tampak atau apa adanya. Poin utama dari penelitian ini adalah mengungkap strategi yang akan digunakan Indonesia dalam memanfaatkan perjanjian kopi internasional 2007 agar terus meningkat dibanding periode ICA yang ke-lima, yaitu periode 2001-2007. Penggunaan periode dalam penelitian ini dimulai dari tahun 2007 dan berakhir di tahun 2012. Metodologi menjadi poin penting dalam pembuatan penelitian karena hal ini akan menentukan hasil penelitian.

### **I.9.1 Jenis Penelitian**

Analisis deskriptif merupakan tipe yang tepat untuk menganalisa fenomena yang terjadi di lapangan. Penelitian jenis deskriptif analisis merupakan kegiatan mengamati berbagai literatur yang berhubungan dengan pokok permasalahan yang diangkat baik itu berupa buku, wawancara, makalah ataupun tulisan yang sifatnya membantu sehingga dapat dijadikan sebagai pedoman dalam proses penelitian. Menurut Kartini Kartono dalam buku Pengantar Metodologi Riset Sosial mengemukakan bahwa tujuan penelitian deskriptif analisis adalah untuk mengumpulkan data dan informasi dengan bantuan bermacam-macam material yang ada di perpustakaan atau di lembaga yang berurusan langsung dengan lapangan (Pengertian dan Jenis Metode Deskriptif 2012, hlm. 2-3).

Metode penelitian deskriptif analitis ini berguna untuk mengeksplorasi fakta-fakta yang telah terjadi (*post vactum*) dalam hubungan perdagangan antar kedua



negara yang dimaksud, yakni menjelaskan perdagangan kopi Indonesia ke Amerika setelah ditetapkannya ICA oleh presiden Indonesia pada akhir tahun 2008 dan strateginya untuk meningkatkan ekspor kopi ke Amerika guna memanfaatkan momentum yang ada.

### **I.9.2 Teknik Pengumpulan Data**

Data adalah instrumen yang sangat penting dalam sebuah penelitian. Bahkan data diibaratkan sebagai ‘pisau’ dalam proses pemotongan daging. Dalam penelitian ini digunakan dua data yang menjadi acuan untuk menyelesaikannya. Menurut Soegiyono, data primer adalah data yang diperoleh langsung dari lapangan. Yang dimaksud lapangan disini ialah aktor yang terlibat langsung dalam objek penelitian. Yang kedua adalah data sekunder, yang dimaksud data sekunder adalah data yang didapat dari dokumen-dokumen yang berkaitan dengan objek yang diteliti (Metode Penelitian Kualitatif 2012, hlm. 1-3).

**Data Primer** : Wawancara dengan bapak Angga Handian Putra, S.H, M.H selaku Kepala Seksi Organisasi Komoditi II, Direktorat Jenderal APEC dan Organisasi Internasional Kementerian Perdagangan Republik Indonesia sebagai *vocal point* yang bertanggung jawab atas kerangka kerja ICO. Mengkaji data resmi dari sarana dan pra-sarana yang bersentuhan langsung dengan topik terkait, seperti dokumen dari situs resmi ICO, data statistik dari Direktorat Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional (DJPEN), dan dokumen resmi dari Kementerian Pertanian yang dokumennya tidak dijual secara umum.

**Data Sekunder** : Studi pustaka terhadap buku-buku yang berkaitan dengan kebijakan ekspor nasional Indonesia, buku-buku terkait topik yang didapat dari berbagai perpustakaan termasuk perpustakaan Kementerian Perdagangan dan perpustakaan berbagai Universitas, jurnal cetak maupun online, dan artikel dari situs internet yang berkaitan dengan ekspor kopi Indonesia ke Amerika Serikat.

### **I.9.3 Teknik Analisis Data**

Teknik yang digunakan penulis dalam menyelesaikan tulisan ini berupa kajian pustaka, dengan mengumpulkan dan menelaah fakta dan data yang berkaitan dengan kasus terkait. Adapun bentuk pustaka yang dapat dikaji dalam bentuk buku, jurnal (*online* atau cetak), majalah, surat kabar, dokumen, wawancara, dan segala hal terkait yang dapat membantu menjelaskan fenomena yang terjadi di lapangan.

### **I.10 Sistematika Penulisan**

Dalam menjabarkan penulisan ini, penulis menggunakan sistematika penulisan sebagai berikut :

#### **BAB I : PENDAHULUAN**

Merupakan penjelasan dasar tentang fenomena dalam kasus ekspor kopi Indonesia ke Amerika Serikat mulai dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, tinjauan pustaka, kerangka teori, alur pemikiran, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

#### **BAB II : DINAMIKA EKSPOR KOPI INDONESIA KE AMERIKA SERIKAT DALAM KERANGKA *INTERNATIONAL COFFEE AGREEMENT* 2007**

Bab ini berisi tentang sejarah hubungan perdagangan kopi antara Indonesia sebagai negara pengekspor dan Amerika sebagai negara pengimpor. Ditambah lagi dengan perjanjian ICA yang menjadi wadah bagi kedua negara tersebut dalam produktifitas ekspor-impor kopi.

#### **BAB III : STRATEGI INDONESIA DALAM MENINGKATKAN EKSPOR KOPI KE AMERIKA SERIKAT**

Bab ini menjelaskan tentang strategi pemerintah Indonesia dalam menyikapi ICA dengan mengoptimalkan ekspor kopi ke negara adidaya Amerika Serikat. Tidak hanya itu, upaya pemerintah dalam bentuk kebijakan atau sebagainya akan dipaparkan pada bab ketiga dari penulisan ini.

#### **BAB IV : KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab terakhir ini merupakan kesimpulan serta saran dari penjelasan dan analisa yang terkandung dalam bab-bab sebelumnya.