

**UPAYA TERCIPTANYA *COMPARATIVE ADVANTAGE* DALAM
PENJUALAN KOPI INDONESIA KE MALAYSIA TAHUN 2017-2024**

SKRIPSI



**UNIVERSITAS
ISLAM
INDONESIA**

Oleh:

FARHAN RIZKI AULIA

20323315

**PROGRAM STUDI HUBUNGAN INTERNASIONAL
FAKULTAS PSIKOLOGI DAN ILMU SOSIAL BUDAYA
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

2024

**UPAYA TERCIPTANYA *COMPARATIVE ADVANTAGE* DALAM
PENJUALAN KOPI INDONESIA KE MALAYSIA TAHUN 2017-2024**

SKRIPSI

Diajukan kepada Program Studi Hubungan Internasional
Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya
Universitas Islam Indonesia
Untuk memenuhi sebagian dari syarat guna memperoleh
Derajat Sarjana S1 Hubungan Internasional



Oleh:

FARHAN RIZKI AULIA

20323315

**PROGRAM STUDI HUBUNGAN INTERNASIONAL
FAKULTAS PSIKOLOGI DAN ILMU SOSIAL BUDAYA
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

2024

HALAMAN PENGESAHAN

UPAYA TERCIPTANYA *COMPARATIVE ADVANTAGE* DALAM PENJUALAN KOPI INDONESIA KE MALAYSIA TAHUN 2017-2024

Dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi Prodi Hubungan Internasional
Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya
Universitas Islam Indonesia

Untuk memenuhi sebagian dari syarat-syarat dalam memperoleh
derajat Sarjana S1 Hubungan Internasional



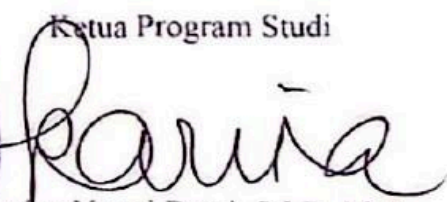
Pada Tanggal
30 September 2024

Mengesahkan

Program Studi Hubungan Internasional
Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya
Universitas Islam Indonesia



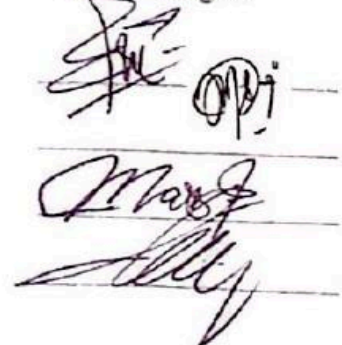
Ketua Program Studi


Karina Utami Dewi, S.I.P., M.A.

Dewan Penguji

1. Enggar Furi Herdianto, S.I.P., M.A.
2. Ayu Heryati Naqsabandiyah, S.IP., M.A.
3. Masitoh Nur Rohma, S.Hub.Int., M.A.
4. Mohamad Rezky Utama, S.IP., M.Si.

Tanda Tangan


The block contains three handwritten signatures in black ink, each followed by a horizontal line, representing the members of the examination board.

PERNYATAAN INTEGRITAS AKADEMIK

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil karya ilmiah independen saya sendiri, dan bahwa semua materi dari karya orang lain (dalam buku, artikel, esai, disertasi, dan di internet) telah dinyatakan, serta kutipan dan parafrase diindikasikan dengan jelas.

Tidak ada materi selain yang digunakan selain yang termuat. Saya telah membaca dan memahami peraturan dan prosedur universitas terkait plagiarisme.

Memberikan pernyataan yang tidak benar dianggap sebagai pelanggaran integritas akademik.

Yogyakarta, 7 Oktober 2024



Farhan Rizki Aulia

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN INTEGRITAS AKADEMIK.....	iv
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR GRAFIK.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR SINGKATAN.....	ix
ABSTRAK.....	x
BAB 1	
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Cakupan penelitian.....	7
1.5 Tinjauan Pustaka.....	8
1.6 Kerangka Pemikiran.....	10
1.7 Argumen Sementara.....	16
1.8 Metode Penelitian.....	17
1.8.1 Jenis Penelitian.....	17
1.8.2 Subjek dan Objek Penelitian.....	18
1.8.3 Metode Pengumpulan Data.....	18
1.8.4 Proses Penelitian.....	18
1.9 Sistematika Pembahasan.....	19
BAB 2 LANGKAH PENINGKATAN EKSPOR KOPI ANTARA	
INDONESIA-MALAYSIA.....	20
2.1. Perjalanan Ekspor Kopi Indonesia-Malaysia.....	20
2.2. Penurunan Nilai Ekspor Kopi Indonesia-Malaysia 2017-2022.....	26
BAB 3 PEMBENTUKAN COMPARATIVE ADVANTAGE EKSPOR KOPI	
INDONESIA KE MALAYSIA PADA TAHUN	
2017-2024.....	34
3.1. Upaya Kementerian Perdagangan Indonesia dan AEKI Dalam Mencapai <i>Cost Leadership</i> Terhadap Produksi Kopi Yang Akan Diekspor Ke Malaysia.....	35
3.2. Upaya Konsulat Jenderal Republik Indonesia dan AEKI Dalam Menciptakan <i>Differentiation</i> Produk Kopi Untuk Pasar Kopi di Malaysia.....	47

BAB 4 PENUTUP.....	58
4.1. Kesimpulan.....	58
4.2 Rekomendasi.....	61
DAFTAR PUSTAKA.....	63

DAFTAR GRAFIK

Grafik 1. Pertumbuhan Ekspor Kopi Indonesia ke Malaysia Tahun 2013-2022	3
Grafik 2. Ekspor Biji Kopi Indonesia-Malaysia Dalam Jumlah Ton	24
Grafik 3. Fluktuasi Kinerja Harga Ekspor Kopi Indonesia 2011-2021	28

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Teori <i>Competitive Advantage</i> oleh Michael E. Porter	11
Gambar 2. Peningkatan Produksi kopi Di Indonesia tahun 2017-2022	36
Gambar 3. Produk Kemasan Kopi Luwak	52

DAFTAR SINGKATAN

AEKI	: <i>Association of Indonesian Coffee Exporters and Industries</i>
ASEAN	: <i>Association of Southeast Asian Nations</i>
BPOM	: Badan Pengawas Obat dan Makanan
BSIP	: Badan Standardisasi Instrumen Pertanian
DPR	: Dewan Perwakilan Rakyat
EBT	: Energi Baru Terbarukan
e-RDCK	: Elektronik Rencana Definitif Kebutuhan Kelompok
FOB	: <i>Free on Board</i>
GAEKI	: Gabungan Asosiasi Eksportir Kopi Indonesia
GAP	: <i>Good Agriculture Practices</i>
GDP	: <i>Gross Domestic Product</i>
HI	: Hubungan Internasional
ICA	: <i>International Coffee Agreement</i>
ICO	: <i>International Coffee Organization</i>
KJRI	: Konsulat Jenderal Republik Indonesia
MNT	: <i>Malaysia National Trade</i>
PLTS	: Pembangkit Listrik Tenaga Surya
SKI	: Sertifikat Kopi Indonesia
UMKM	: Usaha Mikro Kecil dan Menengah
UNESCO	: <i>United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization</i>
UU	: Undang-Undang
WTO	: <i>World Trade Organization</i>

ABSTRAK

Komoditas ekspor kopi Indonesia juga terlihat sangat signifikan penjualannya dari tahun ke tahun. Pemerintah Indonesia bekerja sama dengan AEKI (Asosiasi Eksportir Kopi Indonesia) untuk mengupayakan legalitas dari biji kopi Indonesia terjamin bagi seluruh negara tujuan termasuk Malaysia walaupun tolok ukur penjualan kopi ke Malaysia menjadi hambatan bagi Indonesia dikarenakan *Gross Domestic Product* (GDP) dan kurs yang memiliki hasil signifikan dalam penurunan harga kopi mengikuti faktor kurs dunia. *Competitive advantage* adalah teori yang sangat signifikan dalam membahas tentang kemampuan yang diperoleh melalui sumber daya suatu perusahaan dan karakteristik untuk bisa menunjang kinerja lebih baik dalam jangka panjang di dalam industri pasar yang sama. Indikator seperti *Cost leadership* dan *Differentiation*. Sektor perekonomian perdagangan Indonesia mengalami fluktuasi harga dalam ekspor kopi ke Malaysia tahun 2018-2020. Tantangan ini dialami oleh pemerintah Indonesia serta AEKI yang membentuk efek buruk terhadap penjualan jangka panjang apabila terus berlanjut. Salah satu hasil kebijakan Bea Cukai Malaysia membuat langkah pengembangan dari pemerintah Indonesia dan *Association of Indonesian Coffee Exporters and Industries* ini menitikberatkan terhadap masuknya Indonesia dalam struktur *International Coffee Agreement* (ICA) untuk bisa mengembalikan kestabilan dalam perekonomian Indonesia.

Kata-kata kunci: Pemerintah Indonesia, Kopi, Ekspor, AEKI, Malaysia, Perekonomian.

ABSTRACT

Indonesia's coffee export commodities also see very significant sales from year to year. The Indonesian government is working with AEKI (Indonesian Coffee Exporters Association) to strive for the legality of Indonesian coffee beans to be guaranteed for all destination countries including Malaysia, although the benchmark for selling coffee to Malaysia is an obstacle for Indonesia due to Gross Domestic Product (GDP) and exchange rates that have significant results in reducing coffee prices following the world exchange rate factor. Competitive advantage is a very significant theory in discussing the ability gained through a company's resources and characteristics to be able to support better performance in the long term in the same market industry. Determinant indicators such as Cost Leadership and Differentiation. Indonesia's trade economy sector experienced price shrinkage in coffee exports to Malaysia in 2018-2020. This challenge is experienced by the Indonesian government as well as AEKI which forms an adverse effect on long-term sales if it continues. One of the results of the Malaysian Customs policy makes the development steps of the Indonesian government and the Association of Indonesian Coffee Exporters and Industries emphasize the inclusion of Indonesia in the structure of the International Coffee Agreement (ICA) to be able to restore stability in the Indonesian economy.

Keywords: Indonesian Government, Coffee, Export, AEKI, Malaysia, Economy

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Ekspor adalah suatu kegiatan perdagangan yang berperan sangat penting dalam pertumbuhan perekonomian suatu negara. Biasanya, kegiatan ini dilakukan untuk mendapatkan peluang keuntungan dari segi penjualan produk dalam negeri dan dijual ke arah luar negeri dengan jenjang waktu kerja sama yang telah ditentukan. Suatu kebijakan peluang ekspor juga ditentukan oleh peraturan dalam negeri tersebut. Indonesia menjadi pemasok ketiga terbesar setelah Brazil dan Vietnam dalam produksi kopi di dunia. Indonesia mendapatkan keuntungan sebesar 11,95 juta karung tahun pada 2020 (CNN Indonesia 2022). Hal ini membuat Indonesia juga berperan aktif dalam sektor ekspor nonmigas yang menjadi faktor utama ekspor Indonesia di ranah perdagangan internasional. Saat ini, sektor pertanian tengah memainkan peran penting pada sektor perdagangan khususnya dalam aktivitas ekspor di Indonesia.

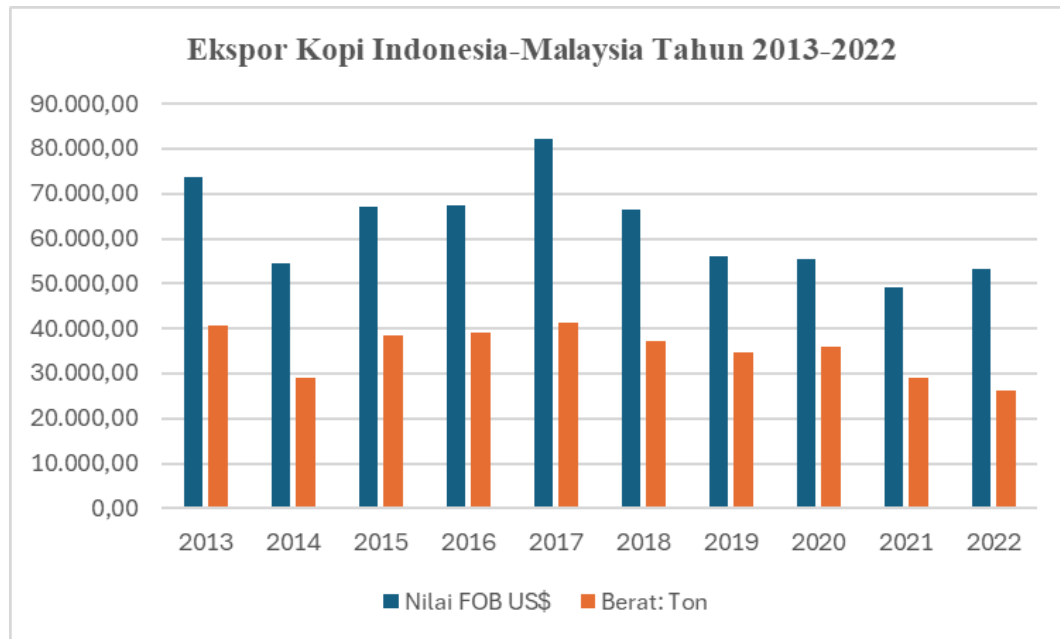
Kopi menjadi salah satu daya tarik ekspor Indonesia di perdagangan internasional. Banyaknya jumlah permintaan dari penjualan komoditas kopi menjadikan kopi memiliki nilai ekonomi yang sangat tinggi bagi kebutuhan ekspor di Indonesia. Selama ini, Malaysia telah menjadi negara pengimpor kopi Indonesia terbesar ketiga setelah Amerika Serikat dan Mesir. Malaysia menjadi pilihan utama ekspor kopi Indonesia, dikarenakan adanya peminat berlebih yang ditimbulkan oleh warga negara Malaysia terhadap biji kopi yang dihasilkan di Indonesia dan tidak membutuhkan biaya yang sangat banyak untuk mengirimkan ke negara Malaysia, serta sektor nonmigas yang paling berhasil di ekspor dalam

taraf negara ASEAN seperti kopi. Hal ini tentunya sangat menguntungkan bagi Indonesia yang memiliki banyak perkebunan kopi di setiap daerah seperti di daerah Aceh, Toraja, Lampung, dan Sumatra Utara. Daerah-daerah tersebut telah menjadi tujuan utama dalam melakukan ekspor dengan pemilihan kualitas biji kopi terbaik. Hal ini membuktikan bahwa komoditas biji kopi yang dimiliki Indonesia sangat terjamin kualitasnya dan bisa bersaing di pasar kopi global. Indonesia dan Malaysia memiliki hubungan yang baik dalam segi industri, pertanian, dan juga perekonomian walaupun tolak ukur penjualan kopi ke Malaysia menjadi hambatan bagi Indonesia dikarenakan GDP dan kurs yang memiliki hasil signifikan dalam penurunan harga kopi mengikuti faktor kurs dunia (Irmawati dan Indrawati 2022).

Sebelumnya, ekspor kopi Indonesia-Malaysia berkembang pesat dari tahun 2002 dan terus meningkat sampai tahun 2013. Namun, menurut Badan Pusat Statistik, nilai *Free on Board* (FOB) pada tahun 2014 penurunan harga ekspor yang dimiliki Indonesia berjumlah sekitar USD 20.000. Harga ini menjadi tolak ukur pemerintah Indonesia untuk menaikkan harga kembali seperti tahun sebelumnya. Pada tahun 2017-2021 terjadi fluktuasi harga sekitar USD 30.000, di mana harga ini sangat signifikan mengingat adanya COVID-19 yang bisa menurunkan harga pokok dan nilai kurs dari negara asal dan mendapatkan nilai pembelian yang lebih murah dari harga sebelumnya. Pada tahun 2017 ekspor kopi ke Malaysia mencapai 41.394,1 ton. Pada tahun 2018 dan 2019 mencapai 34.662,1 ton yang di ekspor, sedangkan pada tahun 2020 mendapatkan kenaikan yang bertambah 1.441,6 hingga tahun 2021. Tahun 2022-2024 tetap mengalami penurunan dalam berat ton, tetapi harga yang ditawarkan terus mengalami

peningkatan. Hal ini menunjukkan biji kopi akan lebih mudah tersedia baik dalam negeri maupun pasar internasional mengikuti hasil produksi yang lebih baik (Badan Pusat Statistik 2023).

Grafik 1. Pertumbuhan Ekspor Kopi Indonesia ke Malaysia Tahun 2013-2022



Sumber: Badan Pusat Statistik (2022)

Bisa kita lihat bahwa dalam ekspor biji kopi mengalami penurunan pendapatan dengan nilai mengikuti kurs mata uang negara impor. Hal ini yang menjadi tujuan utama para pemasok biji kopi dan pemerintah dalam menanggulangi penurunan ekspor biji kopi ke Malaysia dengan cara melakukan diplomasi diversifikasi tahap bisnis kopi yang berada di negara Malaysia itu sendiri. Pemerintah Indonesia juga memberlakukan tahap diplomasi kopi berkelanjutan yang bisa berdaya saing terhadap pasar komoditas kopi yang ekspor ke negara tujuan Malaysia. *Sustainable Coffee Platform Indonesia* juga melihat dampak dari kebijakan dan legalitas lisensi dari komoditas kopi yang akan di

ekspor ke Malaysia dengan persyaratan yang dimiliki *Malaysia National Trade* (MNT) (Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia 2022).

Di Indonesia, aktivitas ekspor kopi hanya dapat dilakukan oleh eksportir yang sudah legitimasi kualitas biji kopi dan jumlah ekspor kopi juga menjanjikan bagi perekonomian Indonesia. Keuntungan ini bisa diambil dari peningkatan nilai tambah pada komoditas kopi yang belum diekspor sehingga dapat menciptakan hasil maksimal dan perhatian pemerintah terhadap industri kopi nasional lebih kompeten dari tahun sebelumnya agar harga jual dan barang jual bisa seimbang dengan mengikuti nilai kurs valuta asing seperti Ringgit Malaysia. Pemerintah Indonesia tetap mempertimbangkan adanya olahan kopi yang akan diekspor melalui perjalanan darat maupun udara agar bisa mengembangkan efisiensi waktu, harga, dan pembuatan biji kopi untuk mendapatkan harga yang tinggi dalam penjualan dan melewati aturan-aturan yang sudah dikembangkan oleh Pemerintah dan Pabean cukai Malaysia dengan lisensi yang ada (Pusat Data dan Sistem Informasi Kementerian Pertanian 2021).

Dalam hal ini, Direktorat Jenderal Perdagangan Luar Negeri bisa mempertimbangkan hak-hak dan inovasi untuk mengakses perindustrian kopi Indonesia dengan sangat baik dan memikirkan harga produksi yang bisa terbilang lebih rendah untuk dijual dengan penawaran yang lebih tinggi dari sebelumnya. Pemberlakuan potensi-potensi yang dilakukan pemerintah dan masyarakat Indonesia dalam tahapan diversifikasi adalah dengan melihat adanya kualitas kopi yang terjamin, budidaya kopi, pelatihan sumber daya manusia petani kopi, dan pengawalan terhadap bibit biji kopi yang akan diekspor ataupun diperjualbelikan dalam negeri. Nilai ini nantinya bisa mendorong sinergitas dalam pemilihan biji

kopi dalam tingkat global maupun nasional. Menurut Rudy J. Persik “nilai kopi Indonesia lebih banyak terjual dalam bentuk *Green Beans*, sehingga tidak banyak dikenal di luar negeri. Harapannya produsen bisa menjual dalam bentuk “*roasted* dan siap seduh” (Baihaqi 2014).

Dari pihak Malaysia, mereka meminta pengimporan biji kopi dari Indonesia harus memiliki lisensi produk dan sertifikat bersyarat dengan hasil maksimal. Hal ini membuat Indonesia kesulitan dalam melakukan ekspor yang seharusnya bisa dilakukan dengan mudah tetapi harus memiliki syarat berarti agar bisa diterima oleh negara importir. Hambatan ini yang menjadi tolok ukur bagi kementerian perdagangan agar bisa memudahkan dan menjalin kerja sama untuk melakukan diversifikasi kopi di pasar Malaysia. Tahun 2016-2021 menjadi ancaman berarti bagi penurunan penjualan kopi dan bisa berdampak kepada faktor ekonomi Indonesia yang masih melakukan upaya diversifikasi dalam hasil alam nonmigas layaknya seperti karet, beras, sawit, dan kopi pada umumnya (Pasolonk et al. 2023).

Rencana pemerintah Indonesia untuk bisa memasuki pasar ekspor kopi di Malaysia memiliki beberapa tujuan yang berjalan. Peningkatan pertama tertuju pada *supply* dan *demand*. Konsumsi kopi di Indonesia masih didominasi oleh robusta sekitar 70 persen, sedangkan pada arabika dikonsumsi lebih rendah sekitar 30 persen. Ini membuktikan adanya pembelajaran bagaimana meningkatkan suatu kualitas produk yang bisa dijual sebagai permintaan dunia dan varietas kopi di negara lain masih banyak yang memakai jenis arabika. Kondisi ini membuktikan bahwa *supply* yang dibentuk dan diproduksi oleh Indonesia masih tidak sejalan dengan *demand* yang sudah dikonsumsi oleh negara lain. Sebenarnya, kopi

arabika sendiri bisa diproduksi oleh pemerintah maupun petani di Indonesia, tetapi masih adanya kelemahan dalam luas lahan yang belum memadai dan terbatas (Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia 2021).

Komoditas ekspor kopi Indonesia telah terlihat sangat signifikan penjualannya dari tahun ke tahun. Dalam hal ini, pemerintah Indonesia melakukan upaya besar demi tercapainya tingkat harga yang diinginkan dari hasil barang penjualan yang drastis meningkat dari permintaan negara impor seperti produk halal yang melalui prosedur negara Malaysia, adanya keinginan *Roasted Beans*, tidak adanya pemakaian pestisida dalam pembibitan, dan mengikuti undang-undang (UU) *food act* 1983. Malaysia menginginkan prosedur dalam impor-eksportnya sebagai pertahanan nasional dan legalitas dari barang yang diimpor terjamin bagi warga negara Malaysia itu sendiri (Sekretariat Nasional ASEAN-Indonesia 2017).

Pemerintah Indonesia mengupayakan legalitas dari biji kopi Indonesia terjamin bagi seluruh negara tujuan termasuk Malaysia. Upaya ini juga membentuk sinergitas kerja sama Indonesia-Malaysia dan menguatkan perihal diversifikasi yang dilakukan pemerintah Indonesia dalam ekspor biji kopi di negara *Association of Southeast Asian Nations* (ASEAN) terutama Malaysia. Di sisi lain, upaya pemerintah Indonesia dalam mengerjakan program untuk meningkatkan dan menstabilkan perekonomian ekspor kopi yang dilakukan Indonesia ke Malaysia masih berlanjut hingga saat ini dan belum menunjukkan penurunan dari stabilitas program yang sedang berjalan (Kominfo 2019).

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana dinamika upaya penciptaan *comparative advantage* dalam penjualan kopi Indonesia ke Malaysia tahun 2017-2024?

1.3 Tujuan Penelitian

Sebagaimana penjelasan latar belakang di atas, tujuan ini dibutuhkan untuk menjelaskan antara lain:

1. Untuk mengetahui peran aktor pemerintah dan non-pemerintah dalam mendorong aktivitas ekspor kopi Indonesia-Malaysia pada tahun 2017-2024.
2. Untuk mengetahui penyebab fluktuatif pada harga komoditas biji kopi serta bagaimana *competitive advantage* membawa kestabilan harga ekspor komoditas biji kopi dalam rentang waktu 2017-2024.

1.4 Cakupan penelitian

Ditinjau dari banyaknya permasalahan yang dihadapi oleh pemerintah Indonesia mengenai ekspor komoditas biji kopi yang terus menurun dalam pendapatannya, dengan mengikuti acuan rumusan masalah bahwa penelitian ini akan menganalisis bagaimana aktor pemerintah seperti Konsulat Jenderal Republik Indonesia dan Kementerian Perdagangan bekerjasama dengan aktor non-pemerintah yakni perusahaan eksportir kopi seperti *Association of Indonesian Coffee Exporters and Industries* dan Gabungan Asosiasi Eksportir Kopi Indonesia, dalam menanggulangi penurunan harga penjualan komoditas biji kopi

di Malaysia yang nantinya memberi jawaban pasti harga komoditas dan penjualan produk yang seimbang. Batasan waktu dalam penelitian ini dimulai dari tahun 2017 menurut data BPS 2023 harga \$82.054,4 yang menurun pada tahun selanjutnya berkisar \$15.582,4 dan terus mengalami penurunan hingga tahun 2021 terhadap penjualan biji kopi, sedangkan pada tahun 2022-2023 mengalami kenaikan berkisar \$3.848,2 per tahunnya (BADAN PUSAT STATISTIK 2023).

Tahun 2024 menjadi batas akhir penelitian dikarenakan pada tahun selanjutnya harga dari grafik data statistik penjualan biji kopi terdapat kenaikan yang melihat dari data tahun sebelumnya dan kebijakan yang sedang dijalankan dari para pemerintah Indonesia dalam hal ekspor biji kopi ke Malaysia seperti adanya legalitas biji kopi sesuai dengan UU *food act* 1983 yang ada di Malaysia dan adanya kebijakan pengolahan melalui teknologi energi baru terbarukan untuk meningkatkan segi harga jual dan menurunkan pengeluaran dalam proses pengolahan biji kopi yang dilakukan. Sehingga tahun 2024 menjadi batas akhir penelitian ini untuk bisa menjelaskan strategi dan langkah pemerintah yang sudah dikembangkan dan masih berjalan hingga saat ini agar bisa ditinjau lebih lanjut. (Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia 2022).

1.5 Tinjauan Pustaka

Penulisan pada penelitian ini akan coba penulis kaitkan dengan beberapa skripsi terdahulu sehingga bisa menghasilkan *output* yang nantinya mendapatkan keterkaitan dengan skripsi di atas. Adapun karya ilmiah yang penulis maksud sebagai berikut:

Jurnal Hervinaldy, Jurusan Hubungan Internasional dengan judul: Strategi Pemerintah Indonesia Dalam Meningkatkan Ekspor Kopi Ke Amerika Serikat. Dalam jurnal tersebut menjelaskan tentang hubungan kerja sama Indonesia dengan Amerika Serikat untuk investasi jangka panjang, strategi penjualan produk kopi ke Amerika Serikat, pangsa pasar dan program hilirisasi Indonesia, harga varietas kopi yang dijual di pasar Amerika Serikat, periode tahun volume ekspor kopi mengikuti pergerakan *Gross Domestic Product* (GDP) Indonesia dan Amerika Serikat, serta faktor-faktor yang memengaruhi adanya pergerakan fluktuasi dan hambatan ekspor kopi Indonesia ke Amerika Serikat (Hervinaldy 2017).

Jurnal Raharjo dan Alfianto, menjelaskan Indonesia Menjadi produsen kopi terbesar keempat di dunia setelah Brazil, Vietnam, dan Kolombia. Dalam jurnal tersebut juga menjelaskan tantangan dalam ekspor kopi Indonesia seperti kualitas produk kopi yang lebih bervariasi dengan permintaan konsumen dan menjelaskan upaya pemerintah dalam meningkatkan kualitas produk kopi dan memperbaiki dari pengolahan maupun pengemasannya. Sektor kopi juga bisa meningkatkan perekonomian negara, menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan petani kopi, dan membuka ekspor yang lebih luas ke negara-negara tujuan (Raharjo dan Alfianto 2023).

Jurnal Fathany dan Imamuddin, Jurusan Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan, Universitas Muhammadiyah Surakarta dengan judul: Analisis Daya Saing Ekspor Kopi Indonesia Di Pasar Internasional. Penulis telah membahas tentang GDP riil negara Jerman, Italia, Jepang, Malaysia, Amerika Serikat. Penulis juga membahas kurs dunia, harga kopi domestik, produk kopi

domestik, dan permintaan komoditas kopi domestik. Adapun hasil yang didapatkan dari karya ilmiah tersebut berupa produk domestik bruto per kapita, harga kopi domestik dan internasional berpengaruh terhadap volume ekspor yang dilakukan Indonesia, daya saing ekspor Indonesia ke beberapa negara dan kurs memberi efek domino yang tidak menentu terhadap ekspor komoditas biji kopi Indonesia (Fathany dan Purnomo 2022).

Hasil yang telah dirangkum dari penelitian terdahulu mendapatkan komoditas biji kopi, kurs valuta asing, aktor diplomasi, peran pemerintah Indonesia, dan GDP Malaysia. Penelitian sebelumnya terdapat persamaan maupun perbedaan. Adapun titik persamaannya adalah GDP Malaysia, komoditas biji kopi Indonesia, peran pemerintah Indonesia dalam meningkatkan kualitas produk, dan kurs valuta asing. Perbedaannya yaitu dalam aspek kebijakan dan legalitas ekspor biji kopi di Malaysia, peran pemerintah dalam menanggapi pada saat penurunan harga ekspor kopi Indonesia ke Malaysia, dan penyebab terjadinya fluktuatif dalam kegiatan ekspor. Penelitian juga ini berfokus pada harga penjualan ekspor ke Malaysia tidak sesuai dengan barang ekspor dan peran penting pemerintah Indonesia menanggapi hal tersebut.

1.6 Kerangka Pemikiran

Studi Hubungan Internasional (HI) memiliki banyak fokus dalam hal konflik, gerakan sosial, politik luar negeri dan dalam negeri. Di sisi lain, Studi HI juga berfokus pada masalah *competitive advantage* agar bisa menciptakan *win win solution*. Kondisi ini biasanya terpakai pada dunia ekonomi perdagangan antar kedua negara yang saling menguntungkan. Teori *competitive advantage*

dikemukakan oleh Michael E. Porter dengan judul “The Competitive Advantage of Nations”.

Competitive advantage membahas tentang kemampuan yang diperoleh melalui sumber daya suatu perusahaan dan karakteristik untuk bisa menunjang kinerja lebih baik dalam jangka panjang di dalam industri pasar yang sama. Keunggulan bersaing adalah suatu proses dinamis bukan melihat dari hasil akhir, tetapi melihat hasil awal yang berdampak pada kelemahan internal dan eksternal dalam jangka panjang. Penjelasan teori ini juga memicu adanya “*peaceful trade*” dan bisa melebihi pesaing dari perusahaan atau industri perusahaan yang sama. Namun, di sini penulis juga ingin memakai teori ini untuk diaplikasikan ke arah kebijakan pabean Malaysia dan peran pemerintah Indonesia dalam melakukan perbaikan harga komoditas biji kopi yang diimpor oleh negara Malaysia.

Gambar 1. Teori *Competitive Advantage* oleh Michael E. Porter

		Competitive Advantage	
		Lower Cost	Differentiation
Competitive Scope	Broad Target	1. Cost Leadership	2. Differentiation
	Narrow Target	3a. Cost Focus	3b. Differentiation Focus

Sumber: Porter (1985)

Menurut Porter, konsep daya saing dalam *Competitive Advantage* adalah produktivitas nasional yang digunakan untuk menggunakan sumber daya suatu negara. Negara-negara harus tanpa henti meningkatkan produktivitas di industri kopi dengan meningkatkan kualitas produk, dan memiliki fitur produksi yang lebih efisien. Pandangan daya saing menyebutkan bahwa daya saing yang paling kuat akan dipengaruhi oleh kebijakan suatu pemerintah negara seperti adanya penargetan, proteksi, promosi ekspor, dan lain-lain. Competitive scope memiliki dua kategori yaitu *broad target* dan *narrow target*. *Broad target* memiliki target pasar yang lebih luas, sedangkan *narrow target* memiliki target pasar yang lebih sempit seperti pangsa pasar yang dituju hanya pada satu tujuan tanpa melihat adanya persaingan pangsa pasar lainnya. Beberapa indikator yang termasuk dalam *broad target* adalah *cost leadership* dan *differentiation*, sedangkan kategori *narrow target* adalah *cost focus* dan *differentiation focus* seperti pada gambar:

- *Cost leadership* adalah strategi generik yang paling jelas dari ketiga strategi lainnya. *cost leadership* menjelaskan bahwa produsen menetapkan harga rendah dengan menekankan harga yang murah. Sebuah perusahaan juga melakukan penjualan ke area yang lebih luas di segmen industri nya bukan hanya pada satu pihak saja. sumber-sumber yang dicapai dari *cost leadership* sendiri bervariasi dan bergantung pada struktur industri yang telah dikembangkan. Dalam penelitian ini, penulis memasukkan faktor multi aktor berdasarkan bagaimana peran pemerintah Indonesia seperti Konsulat Jenderal Republik Indonesia, Dewan Perwakilan Rakyat, Kementerian Perdagangan yang bekerjasama dengan

perusahaan eksportir kopi seperti *Association of Indonesian Coffee Exporters and Industries* dan Gabungan Asosiasi Eksportir Kopi Indonesia untuk mengupayakan penentuan dari harga biji kopi yang diekspor dengan penjualan produk yang lebih murah dari pesaing negara lainnya (Porter 1985).

- *Differentiation* adalah perusahaan merupakan bagian utama agar berusaha membuat suatu produk menjadi lebih unik dalam kegiatan industri nya dan membuat produk menjadi beberapa dimensi agar dihargai oleh pembelinya. Melakukan teori diferensiasi bersifat khusus untuk setiap industri yang dikerjakan seperti sistem pengiriman yang digunakan, pendekatan pemasaran, dan penglihatan dari segi produk yang akan dijual. Logika dalam diferensiasi mengharuskan sebuah perusahaan memilih atribut dalam kemasan produk yang membedakan dirinya dari pesaing lain. Atas hal inilah penulis memasukkan indikator ini dengan melihat upaya penjualan biji kopi Indonesia yang dilakukan oleh pemerintah indonesia dan perusahaan eksportir kopi dengan melihat banyaknya jenis varietas yang dikembangkan menjadi berbagai macam kemasan seperti produk yang dijual memiliki kualitas sangat baik serta produksi dari barang tersebut bisa mendapatkan *value* yang tinggi dan pangsa pasar negara Malaysia yang lebih luas (Porter 1985).
- *Cost focus* adalah bagaimana cara perusahaan berkonsentrasi pada segmen pasar tertentu dan menjaga harga produk tetap di segmen

tersebut. Tetapi, *cost focus* hanya berfokus pada konsep biaya yang sudah ada dan distabilkan secara berkala. Segmen *cost focus* juga menjelaskan bahwa strategi ini kurang terlayani oleh pesaing yang ditargetkan secara luas, karena adanya pelayanan lain yang diharuskan untuk dijadikan target utama. dengan kata lain, pemfokus hanya bisa mencapai keunggulan kompetitif dengan memasukkan dirinya kedalam segmen secara eksklusif. Dalam bukunya Michael E. Porter Indikator ini hanya bisa dipakai ketika adanya pergerakan kategori tersentral atau fokus pada segmen pasar tertentu secara eksklusif dan harus memiliki sedikit kehati-hatian apabila dimasukkan ke kategori general karena *cost focus* lebih mematokkan segmen pasar yang ada tanpa mengikuti segmen pasar yang lebih luas (Porter 1985).

- *Differentiation focus* adalah cara perusahaan atau negara membedakan dirinya dari satu atau dua pesaing dalam segmen tertentu saja. Menurut Porter 1985, hal ini sebenarnya merujuk ke arah persaingan antar dua negara yang melakukan kegiatan ekspor ataupun jual beli untuk bisa bersaing memikat konsumen tujuan dengan mengedepankan perbedaan dalam segi produk, kualitas, kuantitas, dan sesuai dengan permintaan konsumen. Sebenarnya, apabila kita melihat dengan mengikuti indikator *Differentiation Focus*, maka ruang daya tarik struktural segmen pasar menjadi tumpuan utama dalam fokus segmen pasar tertentu saja. Sering kali ruang strategi fokus diferensiasi sedikit ditinggalkan, karena

banyaknya perusahaan yang memfokuskan strategi yang lebih sempit dalam olahan produksi nya. Indikator ini sangat baik apabila disatukan dengan indikator *Cost Focus* karena dua indikator ini melihat aspek-aspek dalam kegiatan tersentral dan merujuk kepada satu tujuan saja, tetapi penilaian dalam ketidakfleksibelan dalam melayani berbagai segmen merupakan alasan utama dari landasan strategis dari strategi fokus berkelanjutan yang membuat daya tarik segmen pasar tujuan menjadi berkurang peminatnya, serta tujuan segmen pasar bisa menjadi tumpang tindih. (Porter 1985).

Dalam keempat Teori *Competitive Advantage* penulis menghasilkan fokus dalam dua Indikator *Cost Leadership* dan *Differentiation*. Indikator *Cost Leadership* dan *Differentiation* dari teori ini menyatakan bahwa pemerintah Indonesia bisa melihat aspek-aspek manfaat dan akses ekspor untuk memperkuat ekonomi. Indikator *Cost Leadership* juga lebih mengedepankan prinsip harga yang lebih rendah akan memikat pembelian yang lebih banyak yang bisa mencapai target keuntungan seperti mendukung Asosiasi Eksportir Kopi Indonesia (AEKI) dan Gabungan Asosiasi Eksportir Kopi Indonesia (GAEKI) dalam mengedepankan proyek energi baru terbarukan dalam pengolahan biji kopi, mempermudah pengurusan sertifikasi, dan adanya program Elektronik Rencana Definitif Kebutuhan Kelompok (e-RDKK). *Differentiation* mementingkan prinsip produk yang diperjualbelikan oleh pemerintah Indonesia dan AEKI dengan target pasar negara Malaysia untuk memikat para pembeli seperti kebijakan pengemasan produk, peningkatan peraturan dalam penggunaan bahan kimia, serta

mengedepankan penjualan produk yang memiliki nilai lebih tinggi dibanding pesaing lainnya (Porter 1985).

Cost focus dan *differentiation focus* tidak dimasukkan kedalam indikator pembahasan penulis dikarenakan penulis melihat indikator ini kurang relevan dalam pembahasan ekspor kopi Indonesia ke Malaysia dikarenakan *cost focus* hanya tertuju pada biaya yang eksklusif dan tidak memikirkan segmen pasar negara Malaysia yang dituju lebih luas untuk mendapatkan keunggulan yang lebih kompetitif, sedangkan *differentiation focus* tertuju pada perusahaan kopi yang ada di Indonesia yang hanya memfokuskan diri dalam strategi penjualan produk yang lebih sempit dalam olahan produksi nya, serta berfokus pada produk yang hanya dijual apabila konsumen memiliki permintaan saja. Penulis hanya fokus pada strategi general seperti *Cost Leadership* dan *Differentiation* dalam teori *Competitive Advantage* untuk bisa membahas inti dari upaya pemerintah Indonesia dan AEKI dalam mendukung ekspor kopi Indonesia ke Malaysia.

1.7 Argumen Sementara

Berdasarkan observasi yang dilakukan melalui data dan sumber yang tepat dengan penelitian, maka penelitian ini bisa dilihat melalui asas dan indikator dari teori *Competitive Advantage*. Bisa dilihat bahwa sektor perekonomian perdagangan Indonesia mengalami penyusutan harga dalam ekspor kopi ke Malaysia tahun 2017-2022. Tantangan ini dialami oleh para petani kopi dan pemerintah Indonesia yang membentuk efek buruk terhadap penjualan jangka panjang apabila terus berlanjut.

Dalam keempat indikator ini menghasilkan dua fokus dalam strategi seperti *Cost Leadership* dan *Differentiation* yang melakukan segmen target untuk menghasilkan pembeli dengan kebutuhan produksi yang paling baik agar mencapai target biaya yang dibutuhkan. Secara hipotesis, melihat strategi pemerintah Indonesia untuk menjaga stabilitas ekspor kopi Indonesia kepada Malaysia tahun 2017-2024 dilakukan menggunakan dua strategi yang dipakai berdasarkan teori competitive advantage. Strategi pertama yakni menggunakan *Cost Leadership* yang mana dalam hal ini pemerintah mendukung perusahaan untuk meminimalkan biaya produksi serendah mungkin dengan inisiatif memberikan pelatihan terhadap perusahaan untuk meminimalisir biaya sehingga hal ini menguntungkan tidak hanya bagi perekonomian namun juga bagi sosial dan lingkungan. Kedua, *Differentiation* yang mana pemerintah Indonesia mendukung para petani untuk bisa melakukan pengolahan yang berbeda dengan memikirkan faktor kesehatan yang terjamin, tetapi indikator seperti *Cost Focus* dan *Differentiation Focus* hanya sebagai penjelasan saja tidak dimasukkan kedalam pembahasan penulis karena penulis hanya mengedepankan strategi general untuk membahas peran aktor pemerintah dan peran non-pemerintah dalam meningkatkan ekspor kopi ke Malaysia.

1.8 Metode Penelitian

1.8.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan fokus pembahasan upaya penanganan pemerintah dalam menaikkan harga komoditas biji kopi Indonesia ke Malaysia tahun 2017-2024. Penelitian ini memiliki sikap deskriptif

dan memiliki hasil riil mengikuti data badan pusat statistik yang dilandasi dengan kerangka pemikiran. Metode kualitatif yang penulis ambil mengumpulkan berbagai data dalam bentuk literatur, dokumen, dan observasi informasi melalui audio visual.

1.8.2 Subjek dan Objek Penelitian

Subjek penelitian ini berfokus pada pemerintah Indonesia sebagai pemangku kebijakan dan regulasi dalam ekspor komoditas biji kopi. Objek penelitian berfokus pada strategi pemerintah Indonesia dalam mendorong peningkatan ekspor kopi ke Malaysia.

1.8.3 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini melalui tahap studi literatur. Data sekunder yang membantu diperoleh dari jurnal, buku, artikel ilmiah, laporan, dan berita yang tervalidasi kebenarannya. Hasil dari studi literatur ini nantinya akan dikembangkan dan bisa dipertanggungjawabkan sebagaimana mestinya. Dari studi literatur ini juga akan mengambil banyak sekali jurnal untuk mengedepankan pemilahan dari berita-berita yang tidak akurat.

1.8.4 Proses Penelitian

Penelitian ini diawali dengan proses pengumpulan data melalui metode kualitatif dengan mengumpulkan dan menganalisis data tentang ekspor kopi Indonesia ke Malaysia. Setelah mengumpulkan data sekunder, nantinya data sekunder ini bersifat pasif yang mana akan mengambil jurnal-jurnal, buku, dan berita yang akurat, tetapi bisa menjadi pengambilan laporan yang telah disahkan oleh kementerian Indonesia untuk dibaca kembali mengenai hak cipta yang telah dikeluarkan. Penulis juga harus melihat dari lisensi yang diberikan atas berita

maupun jurnal tanpa adanya campur tangan dari skripsi mahasiswa lainnya. Selanjutnya, studi literatur menjadi penguat argumen penulis untuk data yang lebih konkret dari hasil wawancara dan observasi dengan mengumpulkan data dari internet berupa jurnal, buku, berita terpercaya. Data yang didapatkan dari hasil observasi akan memperlihatkan hasil harga dan pendapatan dari kegiatan ekspor kopi ke Malaysia. Dari hasil proses penelitian ini, penulis bisa lebih mempertanggungjawabkan data-data yang dikumpulkan untuk proses skripsi yang telah dibuat.

1.9 Sistematika Pembahasan

Secara sistematis, penelitian ini diuraikan menjadi empat bab utama, yaitu:

- I. Bab pertama merupakan bagian pendahuluan yang memuat latar belakang, rumusan masalah, cakupan penelitian, tujuan penelitian, kerangka pemikiran, kajian pustaka, hingga metodologi penelitian.
- II. Bab kedua menjelaskan mengenai kerja sama ekspor kopi antara Indonesia-Malaysia hingga kendala yang akan dihadapi.
- III. Bab tiga berisikan penjelasan mengenai analisis upaya pemerintah Indonesia dalam mendukung ekspor komoditas biji kopi ke Malaysia dengan menggunakan konsep *Competitive Advantage*.
- IV. Bab keempat penulis akan merumuskan sebuah kesimpulan dan saran sesuai dengan hasil penelitian ini. Penulis juga menjelaskan kesimpulan mencakup jawaban dari pertanyaan penelitian ini. Selanjutnya, penulis merekomendasikan saran yang berguna untuk penelitian masa mendatang.

BAB 2

LANGKAH PENINGKATAN EKSPOR KOPI ANTARA INDONESIA-MALAYSIA

Kopi menjadi sub bidang yang diunggulkan bagi negara Indonesia. Keunggulan kopi asli Indonesia sangatlah beragam mulai dari varietas, kualitas, rasa yang bervariasi, dan keunggulan yang sudah diakui dunia. Luas perkebunan kopi di Indonesia bisa mencapai 1,2 juta hektare luas areal, sedangkan 96% areal perkebunan kopi merupakan milik rakyat. Dari hal tersebut, masih banyak ketergantungan dalam kegiatan ekspor kopi ke negara tujuan dengan hasil yang diolah oleh rakyat sendiri kemudian sisa 4% yang dimiliki adalah perkebunan swasta dan pemerintah. Dari tahun 1960, areal perkebunan kopi menunjukkan hal signifikan dalam pengolahan dan hasil yang produktif mencapai hingga 920 hektare dari perkebunan rakyat. Pada tahun 2012, penghasilan biji kopi mencapai 750.000 ton. Hal ini juga mengingat faktor lingkungan yang mendukung untuk menyelesaikan proses penanaman biji kopi untuk bisa dihasilkan dan diperjualbelikan ke negara importir seperti Malaysia. Indonesia lebih banyak menghasilkan biji kopi robusta walaupun mengingat adanya permintaan yang kian tahun berubah dan berpindah seperti arabika yang harusnya bisa bersaing secara pasar global (AEKI 2022).

2.1. Perjalanan Ekspor Kopi Indonesia-Malaysia

Kopi adalah komoditas yang paling banyak diperjualbelikan di dunia manapun. Dengan kata lain, kopi memiliki banyak peminat dalam segi rasa, ciri khas, hingga hasil yang dikeluarkan dari biji kopi tersebut. Kopi khas Indonesia sendiri

memiliki potensi yang begitu besar bagi para petani dan penikmatnya. Negara ini juga berpotensi bersaing di pasar Malaysia dalam penjualan komoditas biji kopi dengan memperlihatkan perkembangan permintaan dari para pengimpor di negara Malaysia. Keunggulan kopi asli Indonesia ini terdiri dari ragam varietas, kualitas, rasa yang bervariasi, dan keunggulan dengan tingkat wilayah yang memiliki pegunungan sangat banyak. Tentunya hal ini menjadi perhatian bagi setiap negara yang ingin melakukan impor ke Indonesia dengan kualitas terbaik yang dimiliki negara tersebut dalam hal biji kopi. *Green beans* merupakan bentuk dari biji kopi yang mentah untuk dilakukannya impor terhadap negara peminat. Di sisi lain, banyak negara salah satunya Malaysia yang ingin biji kopi sudah jadi untuk bisa langsung dicicipi (Fitri, Syahni, and Hendri 2022).

Adanya permintaan pasar yang meningkat dengan jumlah lahan yang terbatas tentunya secara jangka panjang akan memengaruhi ketersediaan kopi di Malaysia. Oleh karena itu, pada tahun 1995, Indonesia sudah melakukan upaya ekspor ke Malaysia dengan harga yang mungkin belum berdampak bagi pendapatan negara. Terlebih Indonesia masih melakukan kerja sama hingga saat ini terhadap Malaysia dalam urusan ekspor komoditas biji kopi. Adanya kenaikan dan penurunan yang tidak sesuai itu bisa kita lihat dari kebijakan setiap negara nya ataupun regulasi dari pemerintah Indonesia untuk bisa menstabilkan perekonomian dari industri ekspor biji kopi ke Malaysia. Terjalannya kerja sama ini juga menimbulkan hasil positif dari GDP Malaysia yang membuat ketertarikan dalam penjualan ekspor komoditas biji kopi dari Indonesia. Di sisi lain, harga kopi dunia menjadi tolok ukur untuk melakukan ekspor yang membuat dampak negatif maupun positif sesuai hasil yang dikembangkan. Volume ekspor yang dilakukan

Indonesia ke Malaysia menjadi pengaruh positif dengan melihat adanya kenaikan dari harga kopi dunia pada tahun 2001-2012 menyatakan volume ekspor kopi Indonesia pada tahun 2001 4.592 ribu meningkat hingga 26.011 ribu pada tahun 2012 (Meiri, Nuralina, and Rifin 2013).

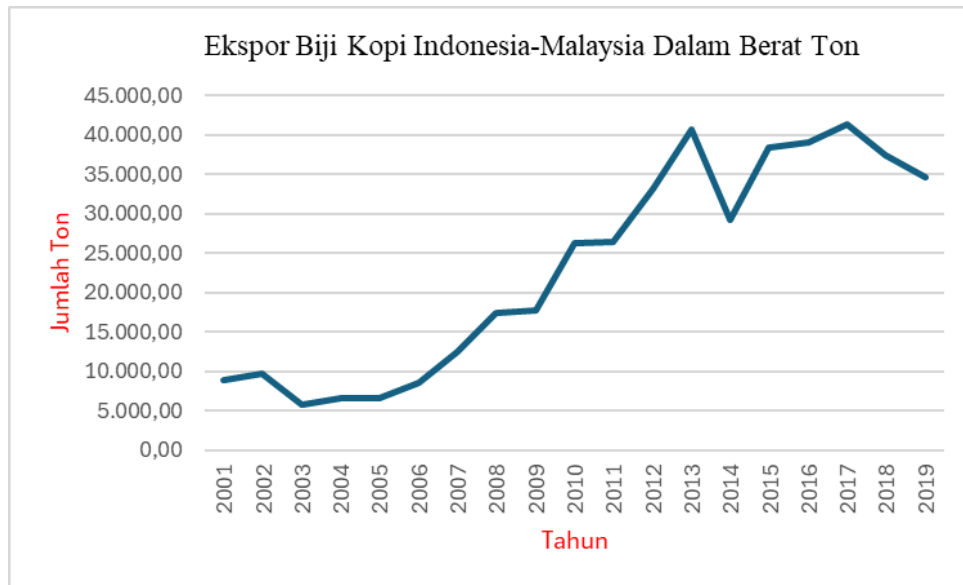
Pembukaan peluang volume ekspor kopi antara Indonesia ke Malaysia menyebabkan semakin terbukanya jumlah produk yang dihasilkan untuk bisa mengikat permintaan pengimpor. Hal ini menjadi ruang terbuka bagi Indonesia untuk bisa melakukan kerja sama ekspor-impor dalam produk komoditas biji kopi. Semenjak adanya penurunan harga kopi dunia, masalah ini menyebabkan berkurang nya pendapatan dari negara yang melakukan ekspor ke negara lain. Banyaknya jumlah ekspor yang mungkin tidak sesuai dengan harga yang dihasilkan sebelumnya. Indonesia melihat adanya peluang untuk menghasilkan daya jual yang lebih tinggi bertolak ukur dari nilai tukar kurs dolar AS. Strategi pemerintah Indonesia melakukan ruang jual-beli produk kopi ini bukan hanya sebatas kemampuan, tetapi ada ruang lingkup lahan yang bisa diolah untuk memproduksi bahan baku yang dibutuhkan negara setiap permintaannya terutama kopi. Tunjangan besar ini bisa memikat pihak petani dan pemerintah agar mensejahterakan para petani yang mengelola dan memproduksinya. Dengan kata lain, inilah yang membuat produk kopi kita bisa lebih unggul dari produk-produk negara penyumbang kopi terbesar di dunia (Sucahyo 2023).

Kopi-kopi yang diekspor ke negara Malaysia terbentuk dari premium dan *specialty* yang terbuat dari kopi Mandailing, Bali Kintamani, Gayo, Toraja, *Java Coffee*, Papua, Flores, dan Luwak. Kopi berjenis *specialty* ini juga memberikan hasil terbaik dan harga tinggi agar bisa seimbang dengan kualitas yang diberikan.

Indonesia sendiri memiliki tolok ukur positif untuk mengembangkan produksi ekspor. Namun, peningkatan ini juga harus dilakukan berawal dari dalam negerinya dan memaksimalkan penjualan domestik karena kurangnya peminat domestik membeli produk kopi hasil negara Indonesia. Pengembangan inilah yang harus menjadi tolok ukur bagi pemerintah Indonesia untuk bisa membuat kopi menjadi banyak penikmatnya (Pusat Data dan Sistem Informasi Kementerian Pertanian 2021).

Di sisi lain, ekspor kopi Indonesia ke Malaysia relatif stabil dengan pertumbuhan moderat. Pada tahun 2016, *trend* konsumsi yang meningkat di Malaysia yang termasuk minat terhadap kopi spesial menjadi pendorong utama permintaan kopi ke Indonesia (Raharjo and Asmara 2023). Hal ini membuat pemerintah Indonesia dan penggiat kopi di Indonesia mulai mengenalkan kopi single origin dan jenis kopi spesial lainnya. Konsumen kopi Malaysia melakukan perdagangan impor kopi ke Indonesia dengan nilai yang relatif positif, karena peningkatan permintaan konsumen Malaysia menjadi tolok ukur pemerintah Indonesia dan para penggiat kopi di Indonesia untuk bisa fokus pada kualitas dan diversifikasi produk kopi yang terjual. Walaupun, pada dasarnya produksi ekspor kopi Indonesia ke Malaysia banyak meningkat kalau melihat dengan grafik yang ditimbulkan, tetapi permintaan ekspor dalam grafik berat ton yang masih mengalami fluktuasi harga (Fitri, Syahni, and Hendri 2022). Terlihat pada grafik di bawah ini:

Grafik 2. Ekspor Biji Kopi Indonesia-Malaysia Dalam Jumlah Ton



Sumber: FAO Statistics (2021)

Kalau kita menilik lebih dalam perbandingan dari tahun 2001-2019, akan didapatkan hasil signifikan dalam pengembangan kopi yang terlihat sangat menarik dan menimbulkan fluktuasi pada tahun 2012-2019. Hasil ini yang kemudian membuat pemerintah membuka kerja sama ekspor-impor dalam produksi kopi untuk membantu warganya sebagai penikmat kopi. Rutinitas ini juga memberikan dampak yang signifikan terhadap kerja sama ekspor-impor antara negara Indonesia dan Malaysia dari tahun 1995-2024. Sebuah waktu yang panjang untuk bisa memperluas jangkauan pemerintah Indonesia agar memasuki pasar kopi global (Sahat, Nuryartono, and Hutagaol 2016).

Industri kopi Indonesia memiliki banyak keunggulan dari peluang dan potensi yang bisa dimanfaatkan, terlebih nilai daya saing antara Indonesia dan Malaysia memiliki keunggulan dari segi ekspor kopi Indonesia yang lebih banyak untuk bisa membuktikan negara Indonesia berada di posisi keempat dalam

kategori ekspor komoditas biji kopi. Hal ini, membuktikan bahwa Indonesia adalah negara yang kaya untuk bisa menjadi produsen bagi peminatnya apabila bisa memberikan hal kualitas dari segi barang yang diperjualbelikan. Hasil yang diberikan memiliki nilai fluktuatif yang terbentuk dari adanya COVID-19 membuat harga dunia melonjak turun dan pembelian yang memiliki syarat dari regulasi negaranya seperti Malaysia harus mengikuti aturan dari pabean cukai negaranya sendiri dan Indonesia harus mengikuti standardisasi dari *International Coffee Organization* (ICO). Hal inilah yang bisa menjadi acuan bagi pemerintah Indonesia untuk memperluas segi rasa, barang jual, dan kualitas dari ekspor kopi ke Malaysia. Supaya nantinya bisa memberikan dampak yang lebih positif jangka Panjang demi terjalannya kenaikan pendapatan dan harga jual yang setara di negara Malaysia (Alfianur 2019).

Dalam industri kopi sendiri, Indonesia terlihat lebih unggul tentang pemasaran produk dan pendapatan dari hasil penjualan biji kopi yang tersebar. Secara statistik yang sudah diperlihatkan, luas lahan yang dimiliki oleh negara Indonesia memiliki keuntungan persentase yang lebih besar dibanding luas lahan yang dimiliki oleh Malaysia, terlebih periode 2001-2020 menjadi alasan bagi Malaysia melakukan impor karena produksi dalam negeri mengalami penyusutan, sehingga Indonesia berupaya memenuhi permintaan impor dari negara Malaysia. Negara Indonesia sedikit mengalami produktivitas kopi rendah dibanding beberapa tahun sebelumnya. Sebagai penanganan langkah kongkret ini, Kementerian Perdagangan meningkatkan aspek aturan yang bisa meningkatkan produktivitas kopi dalam jangka panjang dan menimbulkan efek signifikan dalam

produksi biji kopi oleh petani dan tidak menjadi efek domino bagi pemilik dan produsen nya sendiri (Anggraini, Aminudin, and Muhib 2022).

Pada saat ini, para petani kopi Indonesia telah menjadi eksportir bersertifikat dan telah banyak menjual biji kopi ke negara Malaysia dengan mempertimbangkan kebijakan-kebijakan yang baru dari negara tersebut. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) ini didukung oleh pemerintah daerah di Indonesia untuk terus meningkatkan produksi biji kopi berkualitas, salah satu contohnya adalah kopi Gayo. Kopi ini memiliki *grade* yang spesial mengikuti kualitas dan kuantitas dari produknya. Awalnya, kerja sama ini sudah dimulai sejak 1995 yang di ekspor ke Malaysia. Perkenalan kopi Gayo *grade* 1 ini terhadap dunia internasional sejak tahun 2008 dan mengekspor hanya sekitar 10 persen saja. Sejak adanya kerja sama antara pemerintah Indonesia dan Malaysia, pemerintah Indonesia menjadikan kopi Gayo, Mandailing, Toraja ditingkatkan sektor perindustrian dan produksinya untuk bisa memenuhi kebutuhan permintaan importir asal Malaysia. Hal ini, juga membutuhkan sertifikasi biji kopi untuk bisa memenuhi dan menjaga kepercayaan konsumen terhadap produk yang dibelinya (Setyadi 2023).

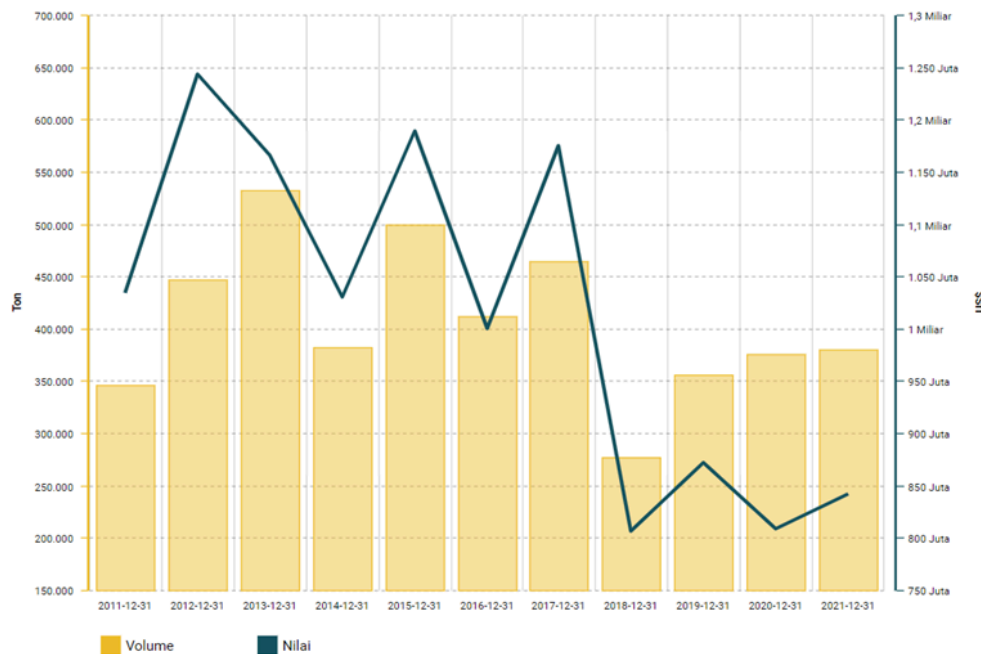
2.2. Fluktuasi Nilai Ekspor Kopi Indonesia-Malaysia 2017-2024

Indonesia menjadi negara dengan produsen kopi tertinggi di dunia dan memasuki peringkat 5 besar dalam taraf penjualan produk kopi ke negara-negara yang ada di dunia (Badan Pusat Statistik 2023). Hal ini, membuktikan bahwa komoditas biji kopi yang dimiliki Indonesia sangat terjamin kualitasnya dan bisa bersaing di pasar kopi global. Indonesia dan Malaysia memiliki hubungan yang

baik dalam segi industri, pertanian, dan juga perekonomian walaupun tolok ukur penjualan kopi ke Malaysia menjadi hambatan bagi Indonesia dikarenakan GDP dan kurs yang memiliki hasil signifikan dalam penurunan harga kopi mengikuti faktor kurs dunia. Banyak sekali perubahan dalam faktor penjualan nya seperti adanya kurs dunia yang mengalami penurunan dikarenakan dampak COVID-19 yang memicu perekonomian dunia. Di sisi lain, adanya faktor penunjang yang mengganggu sistem ekspor kopi Indonesia ke Malaysia (Irmawati and Indrawati 2022).

Fenomena perubahan produksi, harga, dan pendapatan negara tidak jauh dari COVID-19. Dikarenakan, adanya COVID-19 ini memicu persaingan besar pasar kopi global antara produksi dan konsumsi. Pertumbuhan produksi dan konsumsi inilah yang menyebabkan fluktuasi terhadap nilai ekspor Indonesia ke Malaysia. Nantinya, kopi yang dipasarkan adalah jenis arabika dan robusta yang memiliki peminat dan produsen terbanyak dan penentuan harga kopi ini juga melihat dari klasifikasi dari negara Brazil, Vietnam, dan Kolombia. Ketiga negara ini menduduki posisi kopi terbaik karena menjadi penyumbang terbesar dalam produksi kopi dunia dan harus melewati tahap registrasi yang menjadi perbandingan dari klasifikasi kopi arabika *Brazilian Natural*, *Colombian Milds*, dan *Other Milds* sedangkan klasifikasi dari robusta hanya ada satu segi saja. Hal inilah yang bisa membuat sulitnya perkembangan kopi Indonesia di pasar global dengan melewati klasifikasi tersebut, walaupun kopi di Indonesia sendiri sudah diakui dunia dengan jenis-jenis yang mumpuni seperti *Java Coffee*, Ijen, Sidikalang, Bali Kintamani, Toraja, dan lain sebagainya (Fitri, Syahni, and Hendri 2022).

Grafik 3. Fluktuasi Kinerja Harga Ekspor Kopi Indonesia 2011-2021



Sumber: Databoks (2022)

Data pada grafik di atas menunjukkan bahwa Indonesia memiliki penurunan harga yang terjadi pada masing-masing kopi dalam kurun tahun 2011-2021. Banyak dari petani yang melakukan penyimpanan skala besar produk biji kopi hasil panen yang akan dijual kembali setelah kenaikan harga terjadi dalam hal ekspor yang nanti nya dilakukan oleh Indonesia. Pemerintah Indonesia sempat memikirkan untuk bisa memberikan strategi agar stabilitas ekonomi dalam ekspor kopi tetap menjalani kestabilan berarti demi pendapatan negara, para petani, dan kesuburan produksi dari kopi tersebut (Annur 2022).

Gabungan Asosiasi Eksportir Kopi Indonesia (GAEKI) mengungkapkan aktivitas penurunan ekspor kopi ke Malaysia karena adanya kenaikan konsumsi dalam negeri dalam biji kopi dan budidaya kopi, pada saat yang bersamaan mengalami penurunan dari segi produksi komersial. Tahun 2018 angka ekspor

kopi Indonesia menurun jika dilihat dari indikator dalam grafik 3. Hal ini, diakibatkan oleh keadaan lahan perkebunan kopi yang kurang berkualitas sehingga Indonesia melakukan impor biji kopi dengan sangat drastis. Sementara, pada tahun 2019 sedikit mengalami kenaikan walaupun masih di tahap fluktuasi kualitas biji kopi yang telah dihasilkan (Larasati and Djumena 2019). Sebenarnya, apabila ada perbaikan kualitas dan kuantitas dari produksi kopi Indonesia akan lebih memikat produksi ekspor ke negara Malaysia, tetapi banyak acuan juga untuk bisa memasuki wilayah negara Malaysia dengan mengikuti standar prosedur dari Bea Cukai nya (BADAN PUSAT STATISTIK 2023).

Menurut Ditjen Daglu, eksportir harus bisa menghormati standar keamanan dan Kesehatan untuk bisa melakukan ekspor ke negara tujuan. Budidaya kopi di Indonesia dengan konsep berkelanjutan, yang mana ini salah satu aspek positif agar bisa meminimalisir kontaminasi pestisida untuk memasuki standar baru dalam regulasi yang tercantum di negara-negara tujuan (Direktorat Jenderal Perdagangan Luar Negeri 2021). Sosialisasi ini bisa menunjang dalam hal penerapan *Good Agriculture Practices* (GAP) ditingkat petani dan eksportir dalam penggunaan batas pestisida juga pengambilan sampel dan pengujian yang harus melewati kontrol kualitas biji kopi yang memenuhi persyaratan dalam negeri maupun luar negeri. Ekspektasi regulasi ini bisa membuahkan hasil yang maksimal beberapa tahun kedepan apabila tidak ada pergantian regulasi dalam prosedur impor luar negeri, tetapi bisa dibilang bahwa regulasi saat ini tentang pestisida akan terus terpakai jangka panjang melihat adanya dampak kesehatan yang melonjak positif bagi para penggemar biji kopi atau bahan pertanian yang lainnya. Di sisi lain, penggunaan pestisida juga dilarang oleh pabean cukai

Malaysia dengan regulasi yang harus bisa diikuti oleh setiap negara, terlebih pemerintah negara yang melakukan dunia ekspor kopi ke Malaysia bisa bekerja sama dalam modal maupun harga banding yang bisa sejalan dengan penjualan yang dilakukan dan tetap mengingat kepada regulasi pabean cukai yang dikeluarkan oleh pemerintah Malaysia (UPLAND Project 2022).

Terlepas dari semua keunggulan yang dimiliki oleh varietas kopi di Indonesia, industri kopi Indonesia juga menghadapi sebuah tantangan yang menjadi penyebab penurunan ekspor kopi ke Malaysia. Hal ini, menjadi jangka panjang dari sisi pembangunan ekonomi domestik untuk perkembangan berkelanjutan di lingkungan internasional dengan pengaruh fundamental pasar yang mengikuti alur liberalisasi dalam sektor ekonomi. Kedua, melihat adanya perubahan dalam permintaan barang ekspor yang harus memiliki kualitas tinggi dengan harga yang masih kompetitif dengan pasar lain, serta mengikuti perkembangan dalam Kesehatan ekspor maupun impor barang makanan. Pemerintah Indonesia harus bisa melihat dari faktor lingkungan yang mungkin bisa mengancam perkembangan ekspor yang dilakukan terkait pemanasan global maupun fenomena El Nino yang bisa terjadi kapan pun. Ketiga, pengetahuan aspek dalam perkembangan teknologi yang bisa dipakai dalam metode pertanian varietas kopi sangat diperlukan bagi para petani maupun produsen agar memiliki varian yang baik dan mengikuti standar Kesehatan yang diperlukan. Keempat, melihat aspek-aspek kompetitor yang memiliki varian sama dengan yang diperjualbelikan oleh pemerintah Indonesia agar tidak menjadi tantangan yang bisa menghambat penjualan produk dan menimbulkan efek domino dalam jangka Panjang (Rusdayanti 2022).

Adanya peraturan pemerintah Malaysia, Direktorat Jenderal Perdagangan Luar Negeri dan Kementerian Pertanian Indonesia membuat suatu upaya perbaikan dalam kontaminasi pestisida yang mengikuti regulasi standar dari *Malaysia National Trade* dengan memberlakukan pengetahuan di bidang pertanian Indonesia, serta dalam pengelolaan hama yang mungkin bisa menghambat produksi varietas kopi. Dengan pemberlakuan peraturan dari *Malaysia National Trade*, nantinya pemerintah Indonesia bisa melakukan upaya pendorongan aktivitas ekspor ke negara Malaysia. Di sisi lain, Kementerian Pertanian Indonesia berupaya dalam standardisasi dan pengendalian mutu untuk melakukan pemantauan dalam terjadinya penerapan GAP agar bisa dijangkau oleh para petani dan melakukan pemantauan dari hasil sampel yang diuji dan telah dikontrol secara baik dengan mengikuti persyaratan yang berlaku untuk bisa memenuhi kebutuhan konsumen tanpa melewati batas keamanan penggunaan bahan kimia. Inilah yang menjadi tolok ukur dalam menyikapi peraturan yang sudah terjalin sejak lama terhadap Indonesia-Malaysia dalam ekspor-impor varietas biji kopi (Direktorat Jenderal Perdagangan Luar Negeri 2021). Keuntungannya adalah memberikan aspek-aspek perlindungan perekonomian negara Indonesia dalam tahap penjualan biji kopi ke Malaysia. Sedangkan, Malaysia mendapatkan faktor lingkungan dan kesehatan dari regulasi yang dibentuk oleh *Malaysia National Trade*. Saat ini, keuntungan keduanya akan terus berlangsung apabila kedua negara tersebut tetap mematuhi peraturan yang berlaku dalam pasar varietas kopi internasional (Royal Malaysian Customs Department 2014).

Selama kurang lebih tahun 2010-2020 produksi kopi yang dilakukan oleh Indonesia memiliki peningkatan signifikan. Namun, peningkatan ini tidak sejalan dengan pengerjaan ekspor yang mengalami dampak penurunan dalam tahun yang sama. Hal ini bisa disebabkan oleh ketidaksamaan dalam produksi kopi Indonesia dengan pasar global yang dinilai kurang bisa mendominasi sektor kopi robusta. Negara-negara tujuan memiliki keinginan produksi kopi arabika yang meluas dan permintaan konsumen dengan mengandalkan arabika menjadi pemasok utama. Penyebab lainnya, kualitas produksi kopi yang dikembangkan oleh Indonesia sendiri masih dinilai rendah dalam kualitas mutunya dan melihat dari sisi faktor lingkungan yang mungkin kurang mengikuti standarisasi dari *World Trade Organization* (WTO) seperti kebijakan lingkungan dalam proteksionisme, teknologi inovasi ramah lingkungan, serta perjanjian penghalang teknis perdagangan yang dilakukan tanpa menimbulkan diskriminatif terhadap perlindungan lingkungan di negara asal (Badan Standardisasi Nasional 2021). Kualitas yang ditimbulkan dari produksi kopi Indonesia ini masih relatif bergantung pada kopi perkebunan rakyat yang berkontribusi hampir mencapai 100 persen. Hal ini yang bisa menjadi tolok ukur negara konsumen masih melihat kualitas mutu dari kopi yang dihasilkan oleh Indonesia sendiri (Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia 2021).

GDP per kapita negara Malaysia dan populasi menjadi suatu masalah yang memengaruhi ekspor kopi Indonesia. Dampak ini bisa menjadi patokan bagi faktor ekonomi, demografi, dan kebijakan-kebijakan yang mengganggu jalannya perdagangan. Daya beli masyarakat juga menjadi aksi nyata untuk terjadinya jual beli yang terjadi dalam penjualan komoditas biji kopi Indonesia. Apabila adanya

peningkatan populasi yang ada di negara Malaysia, maka bisa dihasilkan menjadi peningkatan berarti bagi penjualan produk kopi Indonesia. Oleh karena itu, struktural kurs harus bisa dimiliki oleh Indonesia agar nilai harga jual beli bisa meningkat dan menstabilkan perekonomian dalam waktu dekat walaupun faktor-faktor untuk bisa mencapai itu masih sangat panjang. Penyelarasan tarif impor bukan suatu alasan karena tidak seutuhnya berpengaruh terhadap kegiatan ekspor Indonesia ke Malaysia sehingga tarif impor yang dikembangkan dunia tidak menjadi suatu faktor utama dalam pergerakan setiap kegiatan ekspor beberapa negara apa pun (Darmawan and Arifin 2023).

Di sisi lain, Penggiat kopi nusantara harus melakukan manuver besar terkait peraturan teknis dan standar produk untuk mengurangi skala besar pengurangan minat dari para konsumen. Apabila kepatuhan dari standar produk ini dapat dikembangkan secara baik, maka hasil akhir akan menjadi produktif dalam penjualan produk kopi dan memikat banyak minat dari konsumen. Pengembangan ini juga harus bersifat stabil untuk memiliki permintaan yang sangat banyak. Tetapi, perjalanan untuk bisa mendapatkan hasil terbaik cukup panjang dengan melewati kemerosotan perekonomian di seluruh dunia akibat adanya COVID-19 yang menjadi acuan bagi setiap pemerintah negara untuk menanggulangi dengan cepat agar mengembalikan perekonomian ke awal semula. Adanya COVID-19 juga bisa menjadi suatu langkah strategis untuk memikirkan efek jangka panjang yang ditempuh dan efek jangka pendek yang terjadi. Dengan ini menyatakan semua pemerintah negara harus siap mendapatkan hal-hal yang tidak terduga dalam masa mendatang (Darmawan and Arifin 2023).

BAB 3

PEMBENTUKAN COMPARATIVE ADVANTAGE EKSPOR KOPI INDONESIA KE MALAYSIA PADA TAHUN 2017-2024

Bab 3 akan menjelaskan mengenai peran pemerintah dalam tahap peraturan yang dikeluarkan oleh pabean cukai Malaysia dengan tetap menjaga stabilitas ekonomi Indonesia pada tahun 2017-2024. Dalam analisis ini, penulis akan menggunakan teori *The Competitive Advantage* yang dikemukakan oleh Michael E. Porter, serta memberikan pendekatan dalam berdasarkan indikator *Cost Leadership* dan *Differentiation*. Indikator *Cost Leadership* kopi akan menjelaskan keterkaitannya dengan komoditas ekspor, harga, dan juga subsidi yang dilakukan oleh pemerintah Indonesia dalam strategi untuk mendukung kegiatan ekspor ke Malaysia. Sedangkan, indikator *Differentiation* akan menganalisis mengenai pembedaan produk dari kopi seperti kemasan, biji kopi, dan upaya pemerintah untuk bisa menaikkan value dari produk kopi yang dijual agar bisa bersaing dengan produk kopi di internasional. Pendekatan ini merupakan hal subjektif agar bisa mengemukakan pendapat serta peran pemerintah dalam strategi untuk bisa menstabilkan perekonomian ketika adanya urgensi pasar global yang mungkin bisa mengganggu dalam segi harga baru, kualitas, dan peraturan kesehatan lingkungan yang berubah-ubah.

Dalam hal ini, pemerintah berupaya mendorong kualitas kopi ke dalam beberapa bidang seperti kopi komersial grade kopi paling rendah dengan skor *cupping test* di bawah nilai 70 poin karena kopi ini bisa dikatakan diproduksi sepanjang tahun dan tidak terlalu memperhatikan kualitas dan varietas yang terjual untuk bisa memenuhi permintaan pasar yang sangat besar. Nantinya hal ini akan

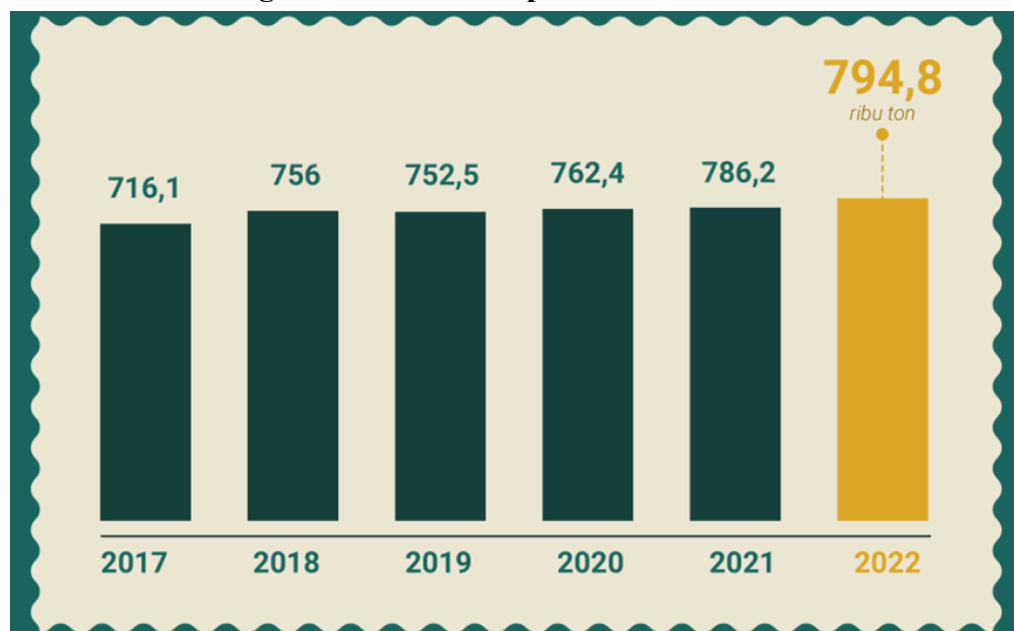
berkaitan dengan upaya pemerintah Indonesia dalam indikator *Cost leadership*. Kopi premium memiliki grade kopi kedua terbaik di bawah kopi spesial dan kopi ini memiliki *cupping test* dengan nilai 70 hingga 80 poin dengan pembahasan indikator *Cost Leadership* melihat dari segi harga, kualitas, dan sertifikasi untuk menekan harga jual. Kopi spesial memiliki nilai *cupping test* tertinggi dengan nilai di atas 80 poin dan hampir tidak adanya kecacatan. Nantinya kopi ini akan dianalisis memakai indikator *Differentiation* untuk mengetahui peningkatan *value* dari barang yang dijual serta mencari keunggulan berbeda dari kopi premium dan kopi komersial. Keunggulan ini nantinya akan dikelola kembali agar menjadi sebuah nilai yang dapat dipertimbangkan bagi negara yang bekerja sama dengan Indonesia khususnya Malaysia.

3.1. Upaya Kementerian Perdagangan Indonesia dan AEKI Dalam Mencapai *Cost Leadership* Terhadap Produksi Kopi Yang Akan Diekspor Ke Malaysia

Menurut Porter (1990), suatu negara akan memperoleh keunggulan dari daya saing apabila perusahaan yang ada di negara bersangkutan melakukan sistem kompetitif. Negara menjadi tolok ukur dalam menentukan daya saing akibat dari suatu perusahaan atau perekonomian dalam negara tersebut bisa menimbulkan efek positif dalam daya saing karena suatu perusahaan akan memperoleh daya saing akibat dari tekanan sepihak atau kedua pihak yang bisa menimbulkan suatu tantangan. Perbedaan dalam nilai-nilai nasional, ekonomi yang terstruktur, pemerintahan, dan budaya memberikan sebuah kontribusi dalam keberhasilan di dalam dunia persaingan (BINUS Business School 2019).

Sebuah perusahaan atau negara yang dapat memosisikan dirinya dapat memperoleh tingkat pengembalian penjualan yang berakibat tinggi. Penentuan posisi akan memberikan dampak positif maupun negatif bagi negara tersebut. Di sisi lain, penentuan posisi ini sangat penting agar bisa berada di posisi atas dan mendapatkan profitabilitas tinggi, tetapi apabila suatu negara masih belum mengetahui posisi pasti dalam hal penjualan, maka bisa dipastikan berada di bawah rata-rata penjualan industri dan mendapatkan keuntungan yang tidak signifikan. Berbicara soal kopi, Indonesia sendiri juga bersaing terhadap negara lain yang memproduksi perdagangan sektor pertanian kopi ini. Biasanya kopi bisa diproduksi oleh negara yang beriklim tropis (Porter 1985).

Gambar 2. Peningkatan Produksi kopi Di Indonesia tahun 2017-2022



Sumber: Indonesia Baik (2023)

Selama lima tahun terakhir, pada tahun 2017-2022, kopi Indonesia cenderung meningkat menjadi 794,8 ribu ton, seperti yang ditunjukkan pada grafik. Ini sangat menunjukkan kapabilitas dalam ekspor kopi Indonesia yang bisa

bersaing penuh tahap penjualan kopi dengan negara penghasil kopi terbesar dunia. 1,1% menjadi bukti peningkatan yang drastis setelah adanya peraturan dari WTO tentang kesehatan dan lingkungan atas dasar kemanusiaan agar para pembeli kopi bisa sangat aman ketika mengambil hasil produk dari negara pengekspor. Meskipun demikian, Malaysia sendiri hanya mendapatkan keuntungan nilai GDP 3,1% pada 2021 (Indonesia Baik 2023).

Menurut Dewan Perwakilan Rakyat (DPR), produktivitas kopi bisa ditingkatkan dalam pasar nasional dan kemudian apabila terpenuhi di pasar nasional, maka bisa bersaing ke arah pasar internasional. Peningkatan pertama tertuju pada *supply* dan *demand*. Konsumsi kopi di Indonesia masih didominasi oleh robusta sekitar 70 persen, sedangkan pada arabika dikonsumsi lebih rendah sekitar 30 persen. Ini membuktikan adanya pembelajaran bagaimana meningkatkan suatu kualitas produk yang bisa dijual sebagai permintaan dunia dan varietas kopi di negara lain masih banyak yang memakai jenis arabika. Kondisi ini membuktikan bahwa *supply* yang dibentuk dan diproduksi oleh Indonesia masih tidak sejalan dengan *demand* yang sudah dikonsumsi oleh negara lain (Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia 2021).

Sebenarnya, kopi arabika sendiri bisa diproduksi oleh pemerintah Indonesia maupun petani di Indonesia, tetapi masih adanya kelemahan dalam luas lahan yang belum memadai dan terbatas. Menurut AEKI 2022, kopi arabika bisa tumbuh sangat dominan apabila diletakkan pada ketinggian sekitar 1.000 meter di atas permukaan air laut (MDPL), sedangkan kopi robusta bisa berkembang di bawah dari 1.000 MDPL. Inilah yang membuat pergerakan luas lahan kopi arabika menjadi sedikit terhambat. Di sisi lain, pemerintah juga

mempertimbangkan ekonomi yang lebih stabil untuk efek jangka panjang yang lebih optimal bila kopi arabika Indonesia bisa bersaing di pasar internasional (AEKI 2022).

Pertemuan 12 Oktober 2022 mengenai pembahasan dalam ekspor kopi Indonesia menyangkut adanya pemberlakuan Kerja sama dalam pengembangan kerja ekspor kopi Indonesia terhadap negara tujuan. Kementerian Perdagangan Indonesia melakukan kerja sama dengan AEKI untuk bisa bersaing dengan kopi-kopi di negara lain. Poin-poin penting yang terjadi adanya kerja sama Kementerian Perdagangan dengan *Association of Indonesian Coffee Exporters and Industries* (AEKI) adalah peningkatan dari sektor perkopian nasional dengan adanya teknologi dan petani yang bisa mengikuti kemampuan yang lebih baik pada masa datang dan modernisasi asosiasi kopi dengan bertambah nya ekspansi ke negara tujuan baru seperti *Non-Traditional Country* agar bisa meningkatkan kesejahteraan 2 juta *coffee stakeholder*. Ini menjadikan bukti bahwa adanya asas dalam Kerja sama ini bisa membantu kegiatan ekspor kopi Indonesia-Malaysia yang lebih optimal, terlebih tahun sebelumnya masih banyak penurunan harga yang terjadi akibat adanya COVID-19 dan permintaan dari negara tujuan yang mungkin tidak sesuai dengan arahan (AEKI 2022).

Kedua, mutu kopi menjadi daya tarik bagi negara lain yang ingin melakukan impor. Hal ini, membuat sebuah negara enggan untuk melakukan impor karena adanya indikasi dari kecacatan ataupun adanya zat-zat yang belum lolos verifikasi dari pihak kesehatan dalam kegiatan ekspor-impor. Para negara besar lain nya juga memberlakukan suatu aturan yang melibatkan faktor kesehatan dan faktor lingkungan agar bisa menjamin kualitas dari biji kopi yang dihasilkan.

Kementerian Perdagangan Indonesia telah bekerja sama dengan AEKI dalam peningkatan kemajuan modernisasi dalam petani kopi dan teknologi yang dipakai. Adapun hal lain, yaitu meningkatkan industri kopi robusta yang telah banyak beredar di kancah nasional maupun internasional dengan jenjang skala yang mengacu pada kualitas kopi yang diekspor ke negara-negara tujuannya (Asosiasi Eksportir dan Industri Kopi Indonesia 2024).

Ketiga, adanya pemberlakuan festival di Kota Kinabalu, Malaysia menjadikan tolok ukur bagi pemerintah Indonesia dan AEKI untuk bisa mengedepankan penawaran kopi terbaik Indonesia di festival dunia, terlebih Konsulat Jenderal Republik Indonesia (KJRI) Kota Kinabalu telah mengambil kesempatan penawaran kepada merek kopi Kapal Api Jakarta, Madbottle Coffee dari Solo, dan Gerobak Kopi dari Nunukan. Adapun merek kopi lokal yang telah melakukan penjualan dan pengimporan ikut serta seperti produk kopi Wahana Indonesia, yaitu Inch Coffee dan Mountain Coffee. Pada kesempatan festival tersebut, peserta-peserta dari Indonesia mendemonstrasikan “*Coffee Brewing* biji kopi Indonesia” yang khas untuk menyeduh kopi yang dipakai dan menunjukkan pentingnya manfaat budaya kopi yang ada di Indonesia (Kumparan NEWS 2017).

Melalui beberapa organisasi, Kementerian Perdagangan Indonesia melakukan berbagai kerja sama untuk bisa menerapkan tingkat daya saing di pasar global dan akses pasar kopi di lingkungan internasional yang lebih mudah dikembangkan nantinya. Strategi yang dikembangkan oleh pemerintah Indonesia ini diharapkan dapat memberikan suatu segmen pasar kopi Indonesia di dunia yang bisa meningkatkan akses kesejahteraan petani walaupun strategi ini juga mengikat pada kebutuhan ekspor untuk menetapkan harga yang lebih murah

sekitar 1,5% dibanding pesaing yang lain, nantinya akan memikat para konsumen yang melakukan jual beli terhadap komoditas biji kopi Indonesia. Di sisi lain, cara ini sangat efektif akibat adanya kerja sama antara AEKI dan pemerintah Indonesia untuk meningkatkan perekonomian dari keterpurukan yang terjadi pada tahun 2019, terlebih apabila strategi ini berjalan optimal akan memengaruhi penjualan komoditas biji kopi dari hasil para petani yang akan di ekspor ke negara yang dituju (Agustiansyah, Destiana, and Apriliani 2023).

Kementerian Perdagangan Indonesia mengajukan banding dalam pengeksporan kopi di kancah internasional, menilik adanya organisasi kopi internasional yang bisa membantu dan mengawasi dari segi harga, jumlah, dan kebijakan yang berlaku bagi para negara importir maupun eksportir. Adanya *International Coffee Agreement* (ICA) menjadi salah satu bukti dalam keinginan pemerintah Indonesia bisa mengembalikan substansi stabilitas dari pasar kopi nasional maupun yang bernaung ke internasional. Tahun-tahun sebelumnya mengalami defisit keuntungan dari penjualan dan jumlah ton yang berbeda. Sejak 2019 kesepakatan ini sudah intensif dibahas dan pada akhirnya disahkan pada 9 Juli 2022. ICA adalah perjanjian multilateral dari pemerintah yang telah mewakili negara penghasil kopi dan pembeli kopi. Kesepakatan ini juga berimbas agar adanya penetapan dalam kuota ekspor yang bisa membentuk kestabilan dalam pasar harga kopi dunia. Kementerian Perdagangan menyebutkan bahwa kesepakatan ini sangat efektif dengan adanya aktualisasi sektor kopi global untuk modernisasi jangka panjang dan terbentuknya kopi berkelanjutan, inklusif, dan berdaya tahan yang baik (Kementerian Perdagangan 2023).

ICA 2022 menjadi tolok ukur dalam kontribusi sektor keberlanjutan dari segi penikmat ataupun penanam kopi agar bisa mengintegrasikan konsep penghasilan hidup yang lebih baik. Konsep-konsep yang dilakukan pemerintah dalam kesempatan ini juga berimbis agar konsumen yang belum diadili baik dengan negara lain bisa mengambil keuntungan kearah negara Indonesia, terlebih Kementerian Perdagangan menghasilkan kopi yang lebih baik dalam segi penggunaanya seperti *premixed coffee* dalam definisi kesepakatan ICA 2022. *Premixed Coffee* ini terbuat dari bubuk biji kopi, krimer, pemanis, dan pengawet agar lebih mudah digunakan dan dari yang kita lihat bahwa pada zaman yang akan datang masyarakat lebih menggunakan efisiensi barang untuk mempersingkat waktu penggunaan. Ini menjadi tolok ukur yang optimal apabila perkembangan dari kopi premiks sangat banyak, tetapi tidak bisa kita pungkiri masih banyak Masyarakat yang menikmati kopi dengan konsep *Manual Brew*. Dua kegiatan ini harus bisa menjadi pemikiran awal penjual kopi melihat peminat sektor kopi lebih dominan ke arah mana dan pembuatan dengan kedua konsep seperti ini bisa menilik dengan melihat keuntungan dominan di arah sektor penjualan biji kopi murni atau kopi premiks (Kontan Industri 2023).

Menurut Konsulat Jenderal Republik Indonesia Johor Bahru, Sigit S Widiyanto, pengusaha kopi Indonesia harus bisa memasarkan produk kopi di pasar Malaysia mengingat adanya perkembangan pesat setelah COVID-19 dalam tahap peminat kopi di dalam pasar warga negara Malaysia. Pada 7 Desember 2023, Sigit S Widiyanto mempertemukan puluhan asosiasi barista dan kedai kopi di Malaysia dengan transaksi penawaran harga yang murah dalam penjualan produk kopi dan perlakuan kerja sama yang menunjukkan peningkatan yang

sangat tinggi dengan produk yang ditawarkan varietas kopi Mandailing, kopi Toraja, dan kopi Gayo. Dalam hal ini, KJRI Sigit S Widiyanto melihat adanya informasi untuk prosedur ekspor kopi yang akan dilakukan agar bisa melakukan kegiatan ekspor dengan sangat mudah. Di sisi lain, harga jual yang ditawarkan dengan murah melihat adanya persaingan pangsa pasar terbesar kopi di internasional seperti Brazil, Colombia, dan Vietnam (Pratiwi 2023).

Kopi Toraja adalah kopi yang dikenalkan dalam festival kopi Kota Kinabalu. Kopi Toraja masuk ke dalam kategori kopi premium yang memiliki grade kopi kedua terbaik di bawah kopi spesial. Kopi ini memiliki *cupping test* dengan nilai 70 hingga 80 poin. Varietas kopi Toraja memakai metode penanaman, pengolahan, dan proses sangrai yang maksimal. Kopi Toraja menjadi salah satu grade yang memiliki kecacatan rendah dikarenakan proses pengolahan kopi ini mulai dari pupuk yang berkualitas, pemilihan biji kopi berkualitas, dan sudah lulus uji kualifikasi. Di sisi lain, harga kopi Toraja ini masih terbilang cukup murah dan menengah dibanding kopi spesial. Kualitas dari kopi Toraja premium sendiri dinilai dari perawatan tanaman yang terbebas dari hama, tata cara pemanenan, dan penyeduhan kopi. Kualitas-kualitas ini diperketat sehingga pemilahan terhadap kopi spesial nantinya bisa berjalan sesuai dengan prosedur yang ada. Contoh kopi Toraja premium meliputi *premixed coffee*, bubuk kopi tanpa campuran apa pun, dan biji kopi arabika maupun robusta yang masih memiliki kecacatan (Delta Coffee Roaster 2023).

Penawaran harga cukup murah ini yang ditawarkan oleh pemerintah Indonesia agar bisa memikat para konsumen dimulai dari adanya subsidi pupuk seperti penyaluran benih kopi arabika gratis untuk 16 juta para petani yang

terdaftar dalam Sistem Elektronik Rencana Definitif Kebutuhan Kelompok (e-RDKK). Para petani ini akan dibagi rata mengikuti benih yang akan ditanam dengan varietas yang diinginkan dan dikelola oleh Badan Standardisasi Instrumen Pertanian (BSIP). Penyebaran benih ini telah disiapkan pada tahun 2023 sekitar 700.000 benih kopi arabika untuk bisa disubsidi di setiap daerah oleh Badan Pertanian Indonesia. Benih-benih ini ditujukan untuk merujuk pada harga jual yang dituntut untuk bisa memenuhi penawaran konsumen, seperti harga kopi yang murah dalam pengambilan per tonnya ataupun adanya kerja sama yang melibatkan harga pengambilan per 10 ton. Di sisi lain, benih kopi yang di subsidi oleh pemerintah adalah yang bersertifikat Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) dan juga lolos dari perawatan menggunakan pestisida (Badan Standardisasi Instrumen Pertanian 2023)

Kementerian perdagangan juga telah bekerja sama dengan AEKI untuk bisa memudahkan sertifikasi mutu dari kopi yang sudah selesai panen agar menimbulkan penawaran harga murah terhadap yang akan di ekspor. Biasanya, sertifikasi ini melibatkan pengujian mutu dan analisis kualitas kopi untuk bisa menentukan harga penjualan. Apabila sudah teruji dengan baik, maka akan diberikan Sertifikat Kopi Indonesia (SKI) (Badan Standardisasi Instrumen Pertanian 2023). Para petani ataupun perusahaan eksportir yang ingin mengeksport kopi juga harus melihat negara tujuan seperti adanya sertifikasi keterangan asal kopi, sertifikat *Fair Trade*, dan *Rainforest alliance*. Biasanya sertifikasi *Rainforest Alliance* yang dipakai oleh pemerintah Indonesia dan dimudahkan dalam pembuatannya karena dari sertifikasi ini dapat membantu petani menghasilkan tanaman lebih baik, mengedepankan kualitas mutu kopi, kenaikan produktivitas

terjamin, dan pengurangan biaya produksi maupun harga jual yang lebih murah untuk di ekspor (Oktami, Prasmatiwi, and Rosanti 2014).

Di sisi lain, Kementerian perdagangan juga memberlakukan subsidi teknologi modern untuk bisa menekan harga pada produksi biji kopi dan dipasarkan dalam negara Malaysia, seperti adanya Energi Baru Terbarukan (EBT) sebagai konsep intervensi energi untuk membantu dalam efisiensi waktu, biaya, dan penghematan segi lingkungan. Nantinya, teknologi ini berkembang secara baik dan mengunggulkan penekanan dalam harga produksi dan meningkatkan dari segi berat per ton yang dijual. Selanjutnya, Pembangkit Listrik Tenaga Surya (PLTS) Atau dibutuhkan untuk bisa menghasilkan biji kopi berkualitas baik dari sistem irigasi, dan pengolahan hasil pertanian untuk bisa mempertimbangkan pengeluaran biaya yang sangat banyak dan menghemat waktu produksi. PLTS Atau bisa sangat berguna untuk produksi pertanian kopi dengan menekan harga produksi untuk memaksimalkan kualitas biji kopi terbaik. Beberapa teknologi ini juga dipertimbangkan pemerintah apabila adanya melonjaknya permintaan impor kopi yang diinginkan konsumen dengan mempertimbangkan segi harga yang bisa dihasilkan dari biji kopi tersebut (EBTKE 2020).

Kementerian perdagangan melakukan sebuah upaya dalam menekan dalam jumlah besar pembatasan dalam insentif ekspor biji kopi. Penekanan ini berlaku positif apabila adanya indikasi permintaan pasar Malaysia terhadap varietas impor biji kopi makin meningkat. Di sisi lain, permintaan ekspor yang meningkat akan bisa memicu harga yang terbilang cukup langka sehingga harga yang ditawarkan tidak bisa memikat banyak konsumen pengimpor kopi Malaysia. Dalam hal ini, pemerintah Indonesia harus bisa menekan pemberlakuan tarif ekspor dan berat per

tonnya. Ini akan membentuk sektor permintaan impor kopi meningkat tanpa ada kenaikan harga yang ditetapkan oleh pemerintah Indonesia (Raharjo and Asmara 2023). Salah satu contoh adalah kopi Toraja. Kopi yang berasal dari Sulawesi Selatan ini mempunyai keunikan yang khas seperti keasaman yang rendah, rasa yang lebih floral, memiliki biji kopi dengan keasaman yang unik, serta penanaman masih memakai kelembaban tanah yang sudah tergolong tua. Kopi ini dijual dengan harga kisaran 30.000 - 90.000 per kilogram melihat dari kualitas kopi yang dijual. Sebelumnya, harga kopi ini pada saat pandemi Covid-19 hanya berkisar 50.000 - 70.000 rupiah per kilogram, mengingat Tana Toraja pada tahun 2004 telah dimasukkan dalam situs warisan dunia United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO) yang seharusnya bisa membuat harga kopi ini terbilang cukup mahal (Kopi Coffee 2022).

Kementerian perdagangan dan AEKI memberlakukan pembatasan dalam tarif untuk impor dan berat harga per tonnya sehingga ini menjadi suatu substansi untuk konsumen pedagang Malaysia mempertimbangkan penawaran harga yang murah mengingat Kopi Toraja termasuk dalam kopi premium dan akan menuju kepada kopi spesial, maka Pemerintah tidak bisa memasok harga yang lebih tinggi di atas 150.000 rupiah per kilogramnya agar produk kopi ini bisa bersaing dengan produk kopi lainnya (Gandhi 2012). Penekanan harga yang dilakukan oleh pemerintah Indonesia dan AEKI pada tahun 2018 membuat kopi Indonesia menjadi lebih menarik di mata dunia dengan kemasan yang lebih baik daripada sebelumnya seperti adanya detail jenis kopi, kelembaban kopi, ketinggian penanaman, serta tempat lahan pertanian nya (Kopi Coffee 2022).

Malaysia salah satu negara pengimpor kopi terbanyak yang memerlukan pasokan komoditas kopi dengan jumlah banyak akibat dari permintaan dari masyarakat. Peminat kopi di Malaysia mematokkan jumlah yang sangat banyak sekitar 60% untuk bisa melakukan penjualan di negaranya. Peristiwa ini menyangkutkan bahwa permintaan yang sangat banyak akan memperoleh keuntungan seobjektif apa pun. Di sisi lain, pemerintah juga menetapkan strategi berbeda untuk mendorong ekspor komoditas biji kopi ke Malaysia dengan melakukan penurunan harga untuk bisa mengikatkan peminat dari komoditas biji kopi meningkat drastis dan mencapai tujuan stabilitas dari perekonomian Indonesia (Ramadhani and Perdana 2023).

Berdasarkan dari pemaparan yang sudah dijelaskan, untuk mendukung kegiatan ekspor kopi Indonesia ke Malaysia, Kementerian Perdagangan Indonesia dan AEKI bekerja sama dengan melakukan tiga upaya yang mengikuti indikator *Cost Leadership*. Upaya tersebut berupa pemberian subsidi pupuk dan teknologi kepada petani kopi, kebijakan pembatasan ekspor, dan keikutsertaan Kementerian Perdagangan Indonesia dalam organisasi kopi internasional. Pada ketiga strategi ini terlihat adanya kemajuan yang dilakukan seperti pada tahun 2018 hingga 2022. Pada tahun 2018, Pemerintah Indonesia dalam Kementerian Perdagangan mengeluarkan aturan untuk harga maksimal ekspor komoditas kopi ke wilayah ASEAN seperti contoh kopi Toraja yang tidak boleh melewati batas maksimal 150.000 rupiah dan hanya dijual dengan harga 30.000-90.000 rupiah per kilogramnya. Pada tahun 2022, Kementerian perdagangan dan AEKI telah melakukan sebuah kemajuan untuk bantuan berupa bibit yang sudah tersertifikasi untuk bisa diolah para petani. Bantuan ini diberikan kepada 16 juta petani di

Indonesia yang tersebar di beberapa wilayah, serta berjumlah 700.000 benih kopi arabika per tahunnya dan terus berlanjut sampai saat ini (Badan Standardisasi Instrumen Pertanian 2023).

Kementerian Perdagangan Indonesia juga menyiapkan subsidi teknologi seperti EBT. Ini adalah konsep intervensi energi untuk membantu dalam efisiensi waktu, biaya, dan penghematan segi lingkungan dan teknologi PLTS Atap untuk bisa menghasilkan biji kopi berkualitas baik dari sistem irigasi dan pengolahan hasil pertanian untuk meningkatkan biji kopi dengan tingkat kematangan yang baik, tidak adanya kecacatan, dan memberikan penekanan biaya biji kopi yang akan diproduksi (EBTKE 2020). Strategi terakhir yang dilakukan kementerian perdagangan dan AEKI adalah mengikuti organisasi kopi internasional pada tahun 2022 untuk mempermudah para eksportir dalam mengambil sertifikasi. Nantinya, sertifikasi ini dimudahkan dalam pengurusan dan juga diberikan harga yang murah untuk bisa didapatkan oleh eksportir biji kopi. Dalam ketiga strategi ini merupakan upaya untuk menekan biaya produksi sehingga diharapkan produk kopi jenis komersial dan premium tersebut dapat dijual dengan harga yang kompetitif dengan pesaing dari negara lain layaknya kopi Gayo, Toraja, Kintamani, dan Mandailing (Kesumahati et al. 2022).

3.2. Upaya Konsulat Jenderal Republik Indonesia dan AEKI Dalam Menciptakan *Differentiation* Produk Kopi Untuk Pasar Kopi di Malaysia

Menurut Porter (1990), suatu perusahaan atau negara pasti akan membedakan dirinya dari pesaingnya dan jika perusahaan tersebut mampu

menjadi terdepan dalam mengunggulkan suatu barang yang memikat para pembelinya maka ia bisa menjadi pemegang saham besar dalam hal penjualan barang terhadap konsumen pembeli di negara yang dituju. Diferensiasi inilah yang termasuk dalam keunggulan kompetitif salah satu dari dua keunggulan. Keunggulan dalam tahap penjualan ini menimbulkan pesaing yang mungkin tidak diketahui banyaknya, tetapi banyaknya pesaing akan selalu memikirkan konsep-konsep yang berbeda dengan pesaing lainnya agar bisa memikat pembeli yang berani mengambil barang jualan di negara tersebut. Pemikiran seperti ini banyak dipakai oleh perusahaan di setiap negara tanpa harus memikirkan konsep dan regulasi yang ditentukan oleh diferensiasi tersebut, walaupun konsep-konsep seperti ini harus dipahami lebih dalam lagi mengingat adanya kepentingan dalam proses jual beli akan mengunggulkan pihak yang memiliki integritas dalam hal diferensiasi tersebut (Porter 1985).

Diferensiator akan selalu memikirkan konsep dari bentuk barang tersebut tanpa harus memikirkan biaya yang akan memengaruhi nilai jual beli pada masa yang akan datang. Inilah yang selalu menjadi suatu permasalahan dalam nilai jual beli yang dilakukan dikarenakan diferensiator kurang memikirkan biaya diferensiasi yang bisa mengatur strategi lainnya. Strategi diferensiasi bisa menjadi sukses apabila terkoordinasi dari seluruh bagian perusahaan dan negara, bukan hanya memikirkan dari departemen yang berkaitan seperti pemasaran, produk, harga, dan lain-lain. Diferensiasi ini bisa menjadi mahal tergantung sikap dan strategi penjual yang lebih dominan mengunggulkan segala sektor nya, tetapi akan menjadi timbal balik bagi mereka ketika adanya seorang pembeli yang tertarik untuk mengambil banyak barang dalam stok penjualan secara berkala (BINUS

Business School 2019). Sisi ini melihat peran saluran yang harus dilihat oleh para penjual melalui tindakan pemilihan saluran untuk mencapai konsistensi dari fasilitas dan kemampuan untuk meningkatkan citra di areal publik, menetapkan standar kebijakan komoditas biji kopi beroperasi sebagaimana mestinya, penyediaan materi dan pelatihan bagi para petani biji kopi untuk meningkatkan kualitas di areal perkebunan, pemerintah, dan asosiasi perusahaan bisa menyediakan pendanaan untuk bisa menawarkan pembelian secara berkala agar membentuk kerja sama dalam sektor ekspor-impor (Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia 2018).

Kebutuhan diferensiasi yang lain adalah keunikan bagi negara produsen untuk bisa menciptakan ketertarikan bagi peminat kopi di seluruh dunia. Hal ini mencakup fitur produk yang ditawarkan seperti pengiriman yang lebih murah atau lebih cepat, intensitas kegiatan dalam mencakup produk kopi yang dihasilkan, teknologi modern, kualitas yang bisa dihasilkan dengan nilai yang lebih tinggi dari sebelumnya, memiliki prosedur-prosedur yang lebih baik agar bisa mengontrol para petani yang bekerja dengan inspeksi tingkat menengah, petani yang direkrut juga harus bisa disaring dengan lebih baik jika ingin mencapai target yang sudah ditentukan, serta informasi yang akurat agar jumlah produk penjualan dan harga penjualan produk lebih akurat perhitungannya dan tidak menimbulkan kerugian secara signifikan (Wibowo, Handayani, and Lestari 2017).

Pestisida menjadi kunci untuk bisa melakukan kegiatan ekspor di pasar dunia internasional, seperti yang tertulis dalam konvensi Rotterdam 2004 yang di mana menyebutkan bahwa persetujuan prosedur pemakaian pestisida sangat dilarang oleh kesehatan internasional untuk meningkatkan upaya tanggung jawab

bersama dalam pihak penyelenggara perdagangan internasional. Bahan kimia pestisida juga membahayakan kesehatan manusia dan lingkungan hidup. Untuk itu, penunjang penggunaan pestisida harus terus diawasi dengan baik agar memperoleh hasil maksimal dan melewati regulasi yang dikeluarkan oleh pihak importir. Adanya peraturan ini bisa mengembangkan sikap yang sangat objektif bagi para penggiat eksportir dan importir di lingkup pasar dunia, terlebih kesehatan adalah keutamaan yang sangat penting untuk dikuatkan agar warga negara yang mengonsumsi hasil impor bisa menikmati hasil yang memiliki kualitas baik dan memiliki faktor kesehatan yang optimal (BADAN POM 2022).

Kopi ini menjadi salah satu sektor yang berperan penting selain migas dan meningkatkan perekonomian dalam hal ekspor ke negara tujuan. Lapangan kerja yang ditimbulkan kopi menjadi pemikat bagi warga yang ingin menjadi bagian budidaya, pengolahan, dan pemasaran kopi yang ada di Indonesia. AEKI (*Association of Indonesian Coffee Exporter*) adalah asosiasi yang bekerja sama dengan Konsulat Jenderal Republik Indonesia untuk meningkatkan kualitas kopi yang ada di Indonesia dengan memasukkan Indonesia sebagai pengeksport kopi berkualitas di pasar internasional. Adanya asosiasi ini memberikan sebuah keuntungan bagi para petani dalam menyediakan alat pertanian yang unggul dan lebih modern untuk bisa menghasilkan budidaya biji kopi yang lebih baik dan berkualitas bagi para negara peminat kopi di seluruh dunia (AEKI 2022).

Keuntungan yang dimiliki oleh AEKI ini adalah membuat suatu pola pikir baru yang membentuk suatu produk yang bekerja semaksimal mungkin dengan harga yang terbilang menengah ke atas dan ke bawah. Produk-produk yang telah dipasarkan oleh AEKI membantu penjualan sektor komoditas biji kopi untuk

menarik perhatian para pembeli. Kopi bukan hanya perihal biji kopi saja, tetapi banyak yang harus dilihat dari segi kemasan produk, kualitas biji kopi yang dipakai, teknologi mesin untuk penanaman, pengolahan kopi setelah panen, hingga hasil *roasting* yang menjadi salah satu peminat para pembeli. Ini akan menimbulkan dampak yang signifikan bagi peminat kopi apabila terjadinya penyangrai premium maka akan menunjukkan harga jual yang lebih tinggi (Kementerian Koordinator bidang Perekonomian Republik Indonesia 2015).

Beberapa substansi yang dikembangkan oleh pemerintah Indonesia adalah biji kopi dari bentuk kopi luwak menjadikan suatu hal pembeda yang signifikan dan daya tarik untuk konsumen pembeli, dikarenakan maraknya penjualan biji kopi dalam bentuk arabika dan robusta menjadi hal signifikan untuk bisa mempromosikan biji kopi luwak di kancah internasional. Di sisi lain, kemasan kopi menjadikan daya tarik bagi para konsumen seperti kemasan bentuk kopi Temanggung dan Mandailing Adapun, *premixed coffee* yang dijual di pasar Malaysia agar memudahkan warga negara dalam membuat kopi siap seduh dan teknologi adalah hal utama dalam proses biji kopi menjadi lebih berkualitas (Pers Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia 2022).

KJRI Johor Bahru telah mengadakan pertemuan antara pengusaha kopi Indonesia dengan puluhan asosiasi barista dan kedai kopi Malaysia untuk memberlakukan open demo memperluas jaringan kopi yang masuk ke Malaysia. adanya kerja sama dan transaksi ini untuk bisa memperluas pemasaran kopi di kota-kota yang ada di Malaysia, salah satu contoh seperti pendiri kedai kopi siTigun Micro Coffee Roastery yang ada di Pulau Pinang, Malaysia. kedai kopi siTigun mengambil dari varietas biji kopi Sumatra Mandailing. Kedai kopi ini

didirikan pertama kali pada tahun 2008 dan menjadi kedai kopi pertama di Malaysia dengan metode penyeduhan sangrai tanpa memakai teknologi instan. Kedai kopi siTigun membawa *packaging* biji kopi hijau dari Sumatra dan Jawa Timur dengan bentuk karung cokelat dan menawarkan produk *green beans* agar lebih dinikmati ketika meminum nya (Rumah Digital Indonesia 2021).

Sebelumnya, pemberlakuan festival di Kota Kinabalu, Malaysia menjadikan tolok ukur bagi KJRI Kota Kinabalu dan AEKI untuk bisa mengedepankan penawaran kopi terbaik Indonesia di festival dunia. Kopi-kopi yang masuk kedalam festival adalah jenis kopi Luwak, kopi Kapal Api Jakarta, Madbottle Coffee dari Solo, Gerobak Kopi dari Nunukan, serta beberapa jenis kopi yang dihadirkan dalam festival tersebut, seperti salah satu produk yang dijual pada gambar di bawah ini:

Gambar 3. Produk Kemasan Kopi Luwak



Sumber: (Siregar 2011)

Kopi luwak juga menjadi suatu daya tarik signifikan dalam pengembangan impor ekspor yang dilakukan Indonesia ke Malaysia pada tahun 2015 karena pengolahan biji kopi luwak melibatkan hewan nya itu sendiri, seperti adanya pemberlakuan pemberian makan luwak dengan biji kopi merah cerah, pengambilan hasil biji kopi luwak ketika dikeluarkan, pembersihan biji kopi mengikuti syariat islam, dijemur dengan kelembaban 12 persen, serta pengupasan dan proses sangrai yang sangat detail agar bisa menghasilkan biji kopi berkualitas tinggi dan menyentuh harga yang relatif tinggi juga, sehingga kopi luwak tergolong dalam penilaian *cupping test* di atas 80 dan termasuk kedalam kategori kopi spesial (KOMPAS 2020). Namun, adanya COVID-19 menjadikan pengusaha biji kopi luwak tersebut tidak mendapatkan penawaran terbaik untuk bisa melakukan penjualan yang mungkin bisa menimbulkan harga yang sangat tinggi. Pada Desember tahun 2022, tamu dari Malaysia meminta pasokan ekspor hingga 300 kilogram per bulan sebagai bahan baku kopi untuk diperjualbelikan. Sedangkan, harga *green beans* luwak berbagai variasi seperti kemasan 250 kilogram yang dijual 130 ribu rupiah per satu kilogram dan bubuk kemasan yang telah jadi dijual dengan harga 650 ribu rupiah per satu kilogram. Hal ini, menjadi awalan untuk bisa mendongkrak kegiatan impor kopi luwak yang dijual di Malaysia, walaupun banyak nya kegiatan plagiat kopi luwak yang ada di Malaysia (UMM Koran Online 2023).

Pemerintah Indonesia mengalami ketidakstabilan dalam komoditas ekspor biji kopi yang dilakukan ke negara Malaysia. Ketidakstabilan ini meliputi dasar perekonomian dan berat yang tidak sesuai dalam konsep penjualan yang telah

didaftarkan. Ini menjadi suatu tolok ukur yang negatif apabila tidak adanya Gerakan pemerintah Indonesia untuk menanggulangi permasalahan tersebut. Adanya kenaikan dan penurunan pendapatan terindikasi dari kasus COVID-19, tetapi bukan sebab pasti apakah COVID-19 menjadi penyebab utama dalam permasalahan atau tidak. Penyebab lainnya adalah penggunaan dalam struktur pertanian yang menggunakan metode pestisida yang meliputi percepatan dalam waktu panen yang signifikan, sedangkan pestisida ini sangat dilarang dalam bahan pangan walaupun hanya dipakai 0,01 persen saja bisa menyebabkan masalah kesehatan yang berarti. Di sisi lain, adanya peraturan dari bea cukai Malaysia dan peraturan kesehatan dari sistem perdagangan internasional menjadi suatu penyebab lain dalam ekspor kopi ini (Sari, Mukhlis, and Utomo 2022).

Kementerian koordinator bidang perekonomian telah membuat Langkah strategis untuk Indonesia dalam menangani penurunan harga komoditas bahan pangan, langkah ini bisa menjadi kunci utama dalam pengembangan sektor perekonomian dengan cara seperti:

1. Diversifikasikan produk dan pemberhentian secara menyeluruh impor komoditas biji kopi,
2. Memilih bibit biji kopi yang diimpor agar bisa mendapatkan hasil terbaik untuk jangka panjang,
3. Melakukan program hilirisasi yang bisa menjadi struktur kompleks untuk pengembangan biji kopi berkelanjutan,
4. Percepatan dalam beberapa teknologi modern terkait kopi, baik itu pengolahan, alat pemanen, dan alat pemisahan biji kopi berkualitas.

5. Mempermudah para eksportir untuk mendapatkan sertifikat kopi Indonesia.

Beberapa Langkah tersebut berhasil dijalankan oleh pemerintah, walaupun program hilirisasi masih membutuhkan waktu yang maksimal agar bisa mencapai tujuan berkelanjutan yang lebih baik (Agricom 2023).

Pemerintah Indonesia melalui Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia juga memberlakukan konsep bantuan berupa bibit unggul kopi arabika dan robusta. Hal ini untuk menyempurnakan upaya dari permintaan pasar global dalam sektor keunggulan dalam bahan pangan. Setelah berlakunya bantuan bibit ini akan membentuk sistem *agroforestry*. Agroforestri ini adalah model pertanian yang melibatkan integrasi dari tanaman pokok dalam semusim dengan menimbulkan manfaat yang beragam. Peningkatan produktivitas ini bisa dilakukan apabila banyaknya daerah dataran tinggi untuk mengurangi terjadinya erosi secara signifikan dan mengembangkan struktur tanah menjadi lebih subur dari sebelumnya. Di sisi lain, konsep-konsep ini juga harus berdampingan dengan pelatihan dalam peningkatan mutu kopi robusta kepada para petani dengan teknologi *Solar Dryer Dome* dan Biogas yang jauh lebih baik dari sebelumnya sehingga kuantitas dari hasil panen biji kopi meningkat sekitar 20 persen dan kecepatan dari pengeringan sebanyak 10 persen dari sebelumnya dengan memberikan pelatihan penggunaan teknologi yang lebih modern (Kementerian Koordinator bidang Perekonomian Republik Indonesia 2015).

Selain adanya indikator *Cost Leadership* yang mendorong pertumbuhan ekspor kopi ke Malaysia, KJRI di Malaysia juga mendorong *Differentiation* dari

kinerja produk kopi spesial yang dihasilkan, keikutsertaan dalam festival kopi, dan menyediakan teknologi bagi para petani. Penjelasan di atas merujuk pada 3 strategi yang dilakukan pemerintah, seperti *workshop branding* terhadap produk yang dihasilkan berupa *packaging* produk yang dapat dilihat pada gambar 3, berupa kemasan produk telah jadi dengan sertifikasi dan bebas bahan kimia yang tertempel pada kemasan produk tersebut, tempat pengolahan produk kopi, dan menyertakan kualitas biji kopi Luwak. Kedua, adanya keikutsertaan KJRI Kota Kinabalu dalam festival kopi di Kota Kinabalu dan negara lain untuk memasarkan produk-produk kopi spesial asal Indonesia yang memiliki cita rasa berbeda di setiap produknya, seperti masuk jenis kopi Luwak, Madbottle Coffee dari Solo, Gerobak Kopi dari Nunukan yang memiliki ciri khas cita rasa, kemasan produk, detail nama pembuatan dan pengolahan yang berasal dari kota asalnya, dan pembahasan “*Coffee brewing* biji kopi spesial Indonesia” untuk menjelaskan cara pengolahan yang baik untuk produk kopi spesial dan menghasilkan cita rasa sesuai dengan kriteria yang dimiliki (Kumparan NEWS 2017).

Ketiga, persiapan dalam teknologi untuk mendukung proses pengolahan kopi dari para petani yang tersebar luas di Indonesia. Teknologi *Solar Dryer Dome* meningkatkan aktivitas pengeringan produk agar lebih terjaga dan memiliki kualitas baik untuk terhindar dari tantangan kontaminasi debu, air hujan, dan cahaya ultraviolet yang bisa membuat kematangan melebihi batas waktu dan membuat biji kopi yang lebih berkualitas. Di sisi lain, teknologi *Solar Dryer Dome* diharapkan menaikkan *value* dari produk agar produk yang dijual menghasilkan kualitas biji kopi terbaik dan lebih memikat konsumen dengan adanya teknologi modern ramah lingkungan. Biogas adalah teknologi yang

mengambil sisi kesehatan terhadap para petani apabila melakukan proses sangrai yang menggunakan kayu bakar. Biogas ini memakai teknologi ramah lingkungan yang minim oksigen dan tanpa asap. Teknologi-teknologi yang dipakai ini nantinya bisa menghasilkan biji kopi spesial unggulan dan meningkatkan elektabilitas dari kopi tersebut (Sugianto and Mustamu 2013).

BAB 4

PENUTUP

4.1. Kesimpulan

Penjelasan yang sudah penulis sampaikan pada ketiga bab sebelumnya dapat menjawab rumusan masalah dari penelitian ini, adanya peningkatan signifikan dari langkah strategis yang dikeluarkan oleh pemerintah Indonesia untuk menaikkan perekonomian di bidang ekspor biji kopi ke Malaysia pada rentang tahun 2017-2024. Pada tahun 2018, tolok ukur penjualan kopi ke Malaysia menjadi hambatan bagi Indonesia dikarenakan GDP dan kurs yang memiliki hasil signifikan dalam penurunan harga kopi mengikuti faktor kurs dunia. Selain itu, kondisi pergerakan nilai jual sangat fluktuatif yang berimbas kepada perekonomian Indonesia karena adanya COVID-19 pada tahun 2019 yang bisa menjadi penyebab lain dari penurunan harga kurs dunia. Pemerintah Indonesia melakukan Upaya besar untuk bisa meningkatkan kualitas mutu yang terjamin dari ekspor kopi. Melihat adanya hasil signifikan dalam penurunan kinerja hal ekspor yang dilakukan oleh Indonesia ke Malaysia ini menjadi suatu hal serius di mana kopi adalah pemilik utama pangan terbesar yang di ekspor oleh Indonesia, begitu pula dengan Malaysia yang masih bergantung untuk bisa mendapatkan biji kopi hasil pertanian dari Indonesia.

Upaya-upaya yang dilakukan oleh pemerintah Indonesia juga belum begitu signifikan pada tahun 2017 hingga 2022 karena pada tahun tersebut belum mendapatkan peninjauan berupa langkah jangka panjang. Di sisi lain, pemerintah Indonesia juga mengupayakan pergerakan objektif untuk bisa menstabilkan

perekonomian akibat merosotnya pada tahun 2019 akibat dari COVID-19. Langkah utama yang diupayakan seperti adanya bantuan bibit berupa varietas kopi arabika sesuai dengan permintaan konsumen dan mengunggulkan sistem *agroforestry*. Sistem ini sebenarnya bisa berjalan apabila pengoptimalan yang signifikan bisa ditimbulkan dari teknologi yang ada ataupun dengan cara memberikan sebuah bentuk pelatihan yang baik. Selain itu, adanya program hilirisasi menjadi kunci utama dalam mengupayakan kualitas yang sebelumnya kurang menarik bagi para pembeli.

Dalam indikator *Cost Leadership* memberikan kesimpulan bahwa kerja sama AEKI dan pemerintah menjadikan suatu patokan berarti bagi perkembangan industri kopi yang ada di Indonesia, terlebih banyaknya pangsa pasar yang menginginkan komoditas biji kopi Indonesia menjadi suatu daya tarik signifikan untuk meningkatkan perekonomian pada tahun 2019 yang sempat menurun. Strategi yang ditetapkan dalam harga yang lebih murah menjadikan hal berbeda dalam memikat daya tarik konsumen seperti Malaysia. Kementerian Perdagangan Indonesia mengikuti perjanjian ICA untuk bisa menetapkan harga yang lebih layak dari sebelumnya. Di sisi lain, KJRI Johor Bahru mempertemukan puluhan asosiasi barista dan kedai kopi di Malaysia dengan transaksi penawaran harga yang murah dalam penjualan produk kopi dan perlakuan kerja sama yang menunjukkan peningkatan yang sangat tinggi dengan produk yang ditawarkan varietas kopi Mandailing, kopi Toraja, dan kopi Gayo. Beberapa hal dalam strategi pemerintah Indonesia yang dijalankan, seperti subsidi pupuk dalam penyaluran benih kopi arabika gratis untuk 16 juta para petani yang terdaftar dalam e-RDKK

untuk mengurangi harga pengolahan dan juga menekan harga jual yang lebih murah.

Bantuan subsidi teknologi seperti Energi Baru Terbarukan (EBT) yang membantu dalam efisiensi waktu, biaya, dan penghematan segi lingkungan dan teknologi PLTS Atap yang bisa menghasilkan biji kopi berkualitas baik dari sistem irigasi, dan pengolahan hasil pertanian untuk meningkatkan biji kopi dengan tingkat kematangan yang baik, tidak adanya kecacatan, dan memberikan penekanan biaya biji kopi yang akan diproduksi. Bantuan pembuatan sertifikasi seperti sertifikat *Rainforest Alliance* yang membantu petani menghasilkan tanaman lebih baik, mengedepankan kualitas mutu kopi, kenaikan produktivitas terjamin, dan pengurangan biaya produksi maupun harga jual yang lebih murah untuk di ekspor. Pembatasan dalam insentif ekspor biji kopi bisa mengurangi penjualan yang nantinya mendongkrak harga yang lebih mahal apabila permintaan sangat banyak.

Selanjutnya, indikator *Differentiation* menjelaskan perbedaan yang ingin dilakukan oleh pemerintah Indonesia memiliki tolok ukur jangka panjang, terlebih di sisi teknologi memakai *Solar dryer dome* dan biogas sebagai pemasok utama produksi kopi. Hal ini dapat mengurangi kegiatan tradisional yang memakan waktu banyak sehingga pemerintah Indonesia memakai dua teknologi ini untuk bisa menghasilkan biji kopi terbaik dengan meningkatkan *value* dari biji kopi spesial dalam dengan terjalannya proses pengolahan biji kopi. Produk yang dijual harus memikirkan kemasan kopi sachet siap seduh dan lebih mudah digunakan bagi para konsumen untuk memikat para importir biji kopi Indonesia. Pembuktian pembukaan kedai kopi siTigun yang ada di Malaysia tepatnya di Pulau Penang

menjadi sumber daya tarik bagi para penikmat kopi di sana yang menjadi awalan penyeduhan biji kopi melalui hasil sangrai dan manual.

Adanya gerakan ini agar para produsen kopi yang bersaing dengan Indonesia tidak selalu sama dalam segmen produksi biji kopi untuk lebih meningkatkan ketertarikan dan pangsa pasar akan terus naik apabila produksi yang dilakukan oleh Indonesia dalam mengolah biji kopi memiliki perbedaan terhadap pesaing produsen kopi di seluruh dunia dan pengenalan kopi luwak dalam festival kopi menjadi suatu daya tarik signifikan adanya kopi kelas grade 1 yang bisa dibeli dengan kualitas dan harga yang mengikuti proses pengolahan yang lumayan membutuhkan waktu. Pada akhirnya, pestisida sangat dilarang dalam bahan pangan walaupun hanya dipakai 0,01 persen saja bisa menyebabkan masalah kesehatan yang berarti menjadi tolok ukur bagi pemerintah Indonesia untuk dapat menanggulangi permasalahan dan mendobrak jalinan kerja sama yang lebih baik dengan mengontrol area produksi sawit dan proses ekspor yang akan masuk ke negara Malaysia untuk bisa melewati proses halal dan mengikuti standardisasi dari aturan dari negara tujuan seperti Malaysia.

4.2 Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian penulis, maka penelitian ini juga memiliki beberapa kekurangan dan beberapa hasil yang nantinya bisa dikembangkan lebih baik sehingga atas hal tersebut penulis merekomendasikan beberapa ide untuk penelitian pada masa yang akan datang. Dalam rekomendasi pertama, penulis memberikan dari segi cakupan penelitian setelah tahun 2024 dapat dikembangkan untuk bisa mengetahui keobjektifan dari peran pemerintah Indonesia setelah adanya faktor COVID-19 dan menurut statistik, penjualan biji kopi mengalami

kenaikan meskipun pada tahun 2022, kenaikan penjualan dari komoditas biji kopi tidak begitu signifikan. Kedua, bagaimana optimalisasi di bidang hilirisasi yang dilakukan oleh pemerintah Indonesia terhadap tanaman kopi dan pengembangan sektor industri kopi agar bisa menunjukkan hal signifikan di jangka panjang dan membentuk jawaban yang lebih sempurna kedepannya.

Daftar Pustaka

Artikel Jurnal

- Agustiansyah, Firly, Destiana, and Firda N. Apriliani. 2023. "PENERAPAN STRATEGI MARKETING DALAM UPAYA PERDAGANGAN KOPI DI PASAR INTERNASIONAL." *Jurnal Pijar: Studi Manajemen dan Bisnis* 1 (3): 315-326.
<https://e-journal.naureendigiton.com/index.php/pmb/article/view/42>.
- Alfianur. 2019. "UPAYA INTERNATIONAL COFFEE ORGANIZATION (ICO) DALAM MENDORONG PRODUK KOPI INDONESIA UNTUK BERSAING DI PASAR INTERNASIONAL." *eJournal Ilmu Hubungan Internasional* 7 (4): 1793-1804.
[https://ejournal.hi.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2020/06/jurnal%20alfianur%20\(%201202045201\)%20\(06-21-20-02-53-45\).pdf](https://ejournal.hi.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2020/06/jurnal%20alfianur%20(%201202045201)%20(06-21-20-02-53-45).pdf).
- Anggraini, Dita M., Iwan Aminudin, and Acep Muhib. 2022. "DAYA SAING KOPI INDONESIA DI PASAR INTERNASIONAL." *Sharia Agribusiness Journal* 2 (1): 33-50.
<https://journal.uinjkt.ac.id/index.php/sagri/article/view/26469>.
- Darmawan, M. M., and Jauhary Arifin. 2023. "PERDAGANGAN KOPI INDONESIA-MALAYSIA: KAJIAN PENGARUH KEBIJAKAN TARIF DAN NON-TARIF DALAM MENINGKATKAN EKSPOR." *Journal Of Economics and Business* 12 (6): 3931-3946.
<https://jurnal.ubs-usg.ac.id/index.php/joeb/article/view/1344>.
- Farahdila, Nur, Fajri, and Agus Nugroho. 2022. "Pengaruh Gangguan Pandemi Covid-19 Terhadap Risiko Rantai Pasok Pada Sub-Sistem Pemasok Kopi Arabika Gayo Dengan Pendekatan Model Sistem Dinamik Di Kabupaten Aceh Tengah." *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pertanian* 7 (2): 223-232.
<https://jim.usk.ac.id/JFP/article/download/19959/9533>.
- Fathany, Imamuddin, and Didit Purnomo. 2022. "Analisis Daya Saing Ekspor Kopi Indonesia Di Pasar Internasional." *EKONOMIKAWAN: Jurnal Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan* 22 (2): 24-31.
https://jurnal.umsu.ac.id/index.php/ekawan/article/view/10987/pdf_185.
- Fitri, Melani A., Rahmat Syahni, and Muhammad Hendri. 2022. "Perbandingan Industri Kopi Indonesia dan Malaysia." *Agrovital : Jurnal Ilmu Pertanian* 7 (2): 117-120. <http://dx.doi.org/10.35329/agrovital.v7i2.3655>.
- Hervinaldy, H. 2017. "STRATEGI PEMERINTAH INDONESIA DALAM MENINGKATKAN EKSPOR KOPI KE AMERIKA SERIKAT." *JOM FISIP* 4 (2): 1-15.
<https://media.neliti.com/media/publications/184058-ID-strategi-pemerintah-indonesia-dalam-meni.pdf>.
- Irmawati, Novia S., and Lucia R. Indrawati. 2022. "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Ekspor Kopi Indonesia." *Growth: Jurnal Ilmiah Ekonomi Pembangunan* 1 (2): 43-56.
<https://stiemmamuju.e-journal.id/GJIEP/article/download/108/51>.
- Kesumahati, Erilia, Lilis, Novia Clarissa, Herliani, Jhon Wilson, and Dikson. 2022. "Analisa Strategi Tingkat Bisnis Pada Umkm Janji Jiwa." *SEIKO*:

- Journal of Management & Business* 6 (1): 529-532.
10.37531/sejaman.v6i1.2622.
- Kustiari, Reni. 2007. "PERKEMBANGAN PASAR KOPI DUNIA DAN IMPLIKASINYA BAGI INDONESIA." *Jurnal Forum Penelitian Agro Ekonomi* 25 (1): 43-55. <https://dx.doi.org/10.21082/fae.v25n1.2007.43-55>.
- Maulani, Riska D., and Diah Wahyuningsih. 2021. "Analisis Ekspor Kopi Indonesia pada Pasar Internasional." *Jurnal PAMATOR: Jurnal Ilmiah Universitas Trunojoyo* 14 (1): 27-33.
<https://doi.org/10.21107/pamator.v14i1.8692>.
- Meiri, Anggi, Rita Nurmawati, and Amzul Rifin. 2013. "ANALISIS PERDAGANGAN KOPI INDONESIA DI PASAR INTERNASIONAL." *Buletin RISTRI* 4 (1): 39-46.
<https://media.neliti.com/media/publications/140368-none-b99bc02d.pdf>.
- Oktami, Nita, Fembriarti E. Prasmawati, and Novi Rosanti. 2014. "MANFAAT SERTIFIKASI RAINFOREST ALLIANCE (RA) DALAM MENGEMBANGKAN USAHATANI KOPI YANG BERKELANJUTAN DI KECAMATAN PULAU PANGGUNG KABUPATEN TANGGAMUS." *Journal of Agribusiness Science* 2 (4): 337-347.
<http://dx.doi.org/10.23960/jiia.v2i4.988>.
- Pasolunk, Bril L., Jian M. Juniar, Mutiara Maharani, Rexabel R. Raviqois, and Rifdah P. Adelia. 2023. "DAYA SAING INDONESIA DALAM EKSPOR KOPI DUNIA." *SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah* 2 (3): 624-632.
<https://doi.org/10.55681/sentri.v2i3.599>.
- Raharjo, Bagas P., and Kiky Asmara. 2023. "Analisis Ekspor Kopi Indonesia ke Malaysia: Peluang Perdagangan Kopi Antar Negara." *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan* 9 (20): 117-124.
<https://doi.org/10.5281/zenodo.8401707>.
- Raharjo, Raden J., and Zaidan A. Alifianto. 2023. "Potensi Ekspor Komoditas Kopi Indonesia Ke Malaysia Dan Singapura." *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara* 4 (3): 2959-2965.
<https://ejournal.sisfokomtek.org/index.php/jpkm/article/view/1680>.
- Rahman, Abd, Anggriani Alamsyah, and Achmad A. Amsir. 2022. "Peran Pemerintah dalam Pengembangan Kopi Arabika di Kabupaten Gowa." *VOX POPULI* 5, no. 1 (06): 15-33.
<https://media.neliti.com/media/publications/555630-peran-pemerintah-dalam-pengembangan-kopi-0afb993c.pdf>.
- Ramadhani, Dhea P., and Putra Perdana. 2023. "Potensi Komoditas Kopi Indonesia Pada Pasar Asean Dengan Malaysia Sebagai Negara Tujuan Ekspor." *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan* 21 (9): 197-205.
<https://doi.org/10.5281/zenodo.10075024>.
- Sahat, Siska F., Nunung Nuryartono, and Manuntun P. Hutagaol. 2016. "ANALISIS PENGEMBANGAN EKSPOR KOPI DI INDONESIA." *Jurnal Ekonomi dan Kebijakan Pembangunan* 5 (1): 63-89.
<https://journal.ipb.ac.id/index.php/jekp/article/download/22306/14825/>.
- Sari, Ashif C., Imam Mukhlis, and Sugeng H. Utomo. 2022. "ANALISIS DAMPAK PANDEMI COVID-19 TERHADAP EKSPOR DAN PERTUMBUHAN EKONOMI INDONESIA TAHUN 2021." *Jurnal Economina* 1 (4): 909-920.

- <https://ejournal.45mataram.ac.id/index.php/economina/article/download/197/162/931>.
- Sugianto, Garra, and Ronny H. Mustamu. 2013. "STRATEGI BERSAING PADA PERUSAHAAN KOPI." *AGORA* 1 (3): 1141-1149.
<https://www.neliti.com/publications/35958/strategi-bersaing-pada-perusahaan-kopi#cite>.
- Sunarta, Enong M. 2018. "PENERAPAN STRATEGI DIFERENSIASI MEMILIKI PENGARUH TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN." *JURNAL EKOBIS* 2 (5): 389-402. <https://osf.io/vtq53/download>.
- Suryani, Erna, and Ai Dariah. 2012. "PENINGKATAN PRODUKTIVITAS TANAH MELALUI SISTEM AGROFORESTRI." *Jurnal Sumberdaya Lahan* 6 (2): 101-109.
<https://media.neliti.com/media/publications/132316-ID-peningkatan-produktivitas-tanah-melalui.pdf>.
- Toguria, Nova R., Diana Chalil, and Sinar I. Kesuma. 2013. "Strategi Pengembangan Agribisnis Kopi Mandailing (Kopi Arabika) Studi Kasus : Desa Simpang Banyak Julu, Kecamatan Ulu Pungkut, Kabupaten Mandailing Natal." *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian dan Agribisnis* 2:1-15.
<https://www.neliti.com/publications/15162/strategi-pengembangan-agribisnis-kopi-mandailing-coffee-arabica-studi-kasus-desa#cite>.
- Wibowo, Seto S., Yosi Handayani, and Ade R. Lestari. 2017. "STRATEGI BERSAING PERUSAHAAN DAN KINERJA PERUSAHAAN." *Riset Akuntansi dan Keuangan Indonesia* 2 (2): 143-150.
[https://journals.ums.ac.id/index.php/reaksi/article/download/4896/3468#:~:text=Diferensiasi%20Produk,-Diferensiasi%20produk%20lebih&text=Porter%20\(1980\)%20mengemukakan%20bahwa%20strategi,pelayanan%20yang%20unik%20kepada%20pelanggan](https://journals.ums.ac.id/index.php/reaksi/article/download/4896/3468#:~:text=Diferensiasi%20Produk,-Diferensiasi%20produk%20lebih&text=Porter%20(1980)%20mengemukakan%20bahwa%20strategi,pelayanan%20yang%20unik%20kepada%20pelanggan).

Buku

- Anam, Khairul, Marthen P. Sirappa, Sangkala, Nurwahyuningsih, Araz Meilin, Alexander B. Marda, Norbertus C. Irawan, Hatmiyarni T. Handayani, and Nur U. Masrika. 2023. *BUDIDAYA TANAMAN KOPI DAN OLAHANNYA UNTUK KESEHATAN*. BUKU ed. N.p.: TOHAR MEDIA.
https://www.researchgate.net/publication/370043526_Tantangan_Pengembangan_Kopi_Berkelanjutan.
- BADAN PUSAT STATISTIK. 2023. *STATISTIK KOPI INDONESIA 2022*. Vol. 7. N.p.: Badan Pusat Statistik.
- Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia. 2021. *Budget Issue Brief Industri & Pembangunan*. 22nd ed. Vol. 1. N.p.: Badan Keahlian Sekretariat Jenderal DPR RI.
<https://berkas.dpr.go.id/pa3kn/analisis-tematik-apbn/public-file/bib-public-87.pdf>.
- Porter, Michael E. 1985. *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. N.p.: The Free Press.
- Pusat Data dan Sistem Informasi Kementerian Pertanian. 2021. *ANALISIS KINERJA PERDAGANGAN KOPI*. Vol. 11. 2D vols. N.p.: Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian Kementerian Pertanian 2021.

https://satudata.pertanian.go.id/assets/docs/publikasi/Analisis_Kinerja_Perdagangan_Komoditas_Kopi_Semester_II_Tahun_2021.pdf.

Laporan dan Berita

AEKI. 2022. “KEMENDAG : Kami dukung AEKI majukan Kopi Indonesia.”

AEKI-AICE, October 12, 2022.

<https://www.aeki-aice.org/kemendag-kami-dukung-aeki-majukan-kopi-indonesia/>.

Agricom. 2023. “Perkuat Hilirisasi dan Standarisasi Kopi Nasional.” Agricom.id.

<https://www.agricom.id/news/2074/perkuat-hilirisasi---dan-standarisasi-kopi-nasional>.

Annur, Cindy M. 2022. “Kinerja Ekspor Kopi Indonesia Meningkat pada 2021.”

Databoks.

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/02/26/kinerja-ekspor-kopi-indonesia-meningkat-pada-2021>.

Asosiasi Eksportir dan Industri Kopi Indonesia. 2024. “Program Kerja Asosiasi Eksportir dan Industri Kopi Indonesia (AEKI).” AEKI-AICE.

<https://www.aeki-aice.org/program-kerja-asosiasi-eksportir-dan-industri-kopi-indonesia-aeki/>.

BADAN POM. 2022. “Sosialisasikan Pedoman Mitigasi Risiko Kesehatan Senyawa Berbahaya, Genjot Kembali Ekspor Produk Pangan Dalam Negeri | Badan Pengawas Obat dan Makanan.” Badan Pom.

<https://www.pom.go.id/berita/sosialisasikan-pedoman-mitigasi-risiko-kesehatan-senyawa-berbahaya-genjot-kembali-ekspor-produk-pangan-dalam-negeri>.

Badan Pusat Statistik. 2023. “Ekspor Kopi Menurut Negara Tujuan Utama, 2000-2022 - Tabel Statistik.” Badan Pusat Statistik.

<https://www.bps.go.id/id/statistics-table/1/MTAxNCMx/ekspor-kopi-menurut-negara-tujuan-utama--2000-2022.html>.

Badan Standardisasi Instrumen Pertanian. 2023. “Berita BSIP - BSIP Siap Salurkan Benih Kopi Arabika Gratis untuk Petani.” *Badan Standardisasi Instrumen Pertanian*, June 22, 2023.

<https://bsip.pertanian.go.id/berita/bsip-siap-salurkan-benih-kopi-arabika-gratis-untuk-petani>.

Badan Standardisasi Nasional. 2021. “Indonesia Dukung Pemenuhan Prinsip TBT WTO untuk Regulasi Teknis Terkait Climate Change.” BSN.

<https://www.bsn.go.id/main/berita/detail/12092/indonesia-dukung-pemenuhan-prinsip-tbt-wto-untuk-regulasi-teknis-terkait-climate-change>.

Baihaqi, Bari. 2014. “Indonesia Diminta Diversifikasi Ekspor Produk Kopi.”

Harian Ekonomi NERACA, 10 21, 2014.

<https://www.neraca.co.id/article/46691/indonesia-diminta-diversifikasi-ekspor-produk-kopi>.

BINUS Business School. 2019. “COMPETITIVE ADVANTAGE – Global Business Marketing.” BINUS Business School.

<https://bbs.binus.ac.id/gbm/2019/02/26/competitive-advantage/>.

CNN Indonesia. 2022. “5 Negara Penghasil Kopi Terbesar Di Dunia, Indonesia Peringkat Berapa?” CNN Indonesia.

<https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20221001003239-269-854948/5negara-penghasil-kopi-terbesar-di-dunia-indonesia-peringkat-berapa>.

- Coffeeland Indonesia. 2022. "PERBEDAAN KOPI PREMIUM DAN KOPI SPECIALTY - Coffeeland." Coffeeland Indonesia.
<https://coffeeland.co.id/perbedaan-kopi-premium-dan-kopi-specialty/>.
- Delta Coffee Roaster. 2023. "Mengenal Kualitas Kopi: 6 Cara Membedakan Kopi Premium dari Kopi Biasa." *Deltacoffee.co.id*, 8 3, 2023.
<https://deltacoffee.co.id/mengenal-kualitas-kopi-cara-membedakan-kopi-premium-dari-kopi-biasa/>.
- Direktorat Jenderal Perdagangan Luar Negeri. 2021. "Prosedur dan Tantangan Ekspor Kopi Pasca Penghapusan Eksportir Terdaftar Kopi (ETK)." DitjenDaglu.
<https://ditjendaglu.kemendag.go.id/berita/prosedur-dan-tantangan-ekspor-kopi-pasca-penghapusan-eksportir-terdaftar-kopi-etk>.
- EBTKE. 2020. "Direktorat Jenderal EBTKE - Kementerian ESDM." *Direktorat Jenderal EBTKE - Kementerian ESDM*, November 12, 2020.
<https://ebtke.esdm.go.id/post/2020/11/13/2689/akses.listrik.berbasis.ebt.dongrak.perekonomian.desa.lubuk.bangkar>.
- Gandhi, Grace. 2012. "Harga Kopi Toraja Masih Tetap Menjanjikan." *Tempo.co*.
<https://bisnis.tempo.co/read/442078/harga-kopi-toraja-masih-tetap-menjanjikan>.
- Indonesia Baik. 2023. "Produksi Kopi Indonesia 2017-2022 | Indonesia Baik." Indonesiabaik.
<https://indonesiabaik.id/infografis/produksi-kopi-indonesia-2017-2022>.
- Kementerian Koordinator bidang Perekonomian Republik Indonesia. 2015. "Langkah Strategis Pemerintah Indonesia Terkait Penurunan Harga Komoditas." Kemenko Perekonomian.
<https://ekon.go.id/publikasi/detail/3865/langkah-strategis-pemerintah-indonesia-terkait-penurunan-harga-komoditas>.
- Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia. 2018. "IMPOR-EKSPOR, PERDAGANGAN, INVESTASI, BUSINESS MATCHING, PAMERAN DAGANG, DAN FASILITASI KUNJUNGAN BUYER/INVESTOR/VISITOR." Konsulat Jenderal Republik Indonesia, di KOTA KINABALU, SABAH, MALAYSIA.
https://www.kemlu.go.id/kotakinabalu/id/pages/layanan_ekonomi_dan_bisnis/5080/etc-menu.
- Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia. 2022. "Indonesia Mendorong Sinergi Diplomasi Kopi Berkelanjutan dan Berdaya Saing untuk Peningkatan Ekspor di Pasar Global." KEMENLU.
<https://kemlu.go.id/portal/id/read/3722/berita/indonesia-mendorong-sinergi-diplomasi-kopi-berkelanjutan-dan-berdaya-saing-untuk-peningkatan-eksportir-di-pasar-global#>.
- Kementerian Perdagangan. 2023. "Penandatanganan International Coffee Agreement 2022." Kemendag.
<https://www.kemendag.go.id/berita/foto/penandatanganan-international-coffee-agreement-2022>.
- Kementerian Perdagangan Republik Indonesia. 2024. "Ekspor Kopi ke Malaysia - INATRIMS." *INATRIMS*, 2024.
<https://inatrimis.kemendag.go.id/content/persyaratan-mutu-kopi-malaysia>.
- Kementerian Pertahanan. 2013. "Pengesahan Konferensi Rotterdam Tentang Prosedur Bahan Kimia dan Pestisida." LEMBARAN NEGARA

- REPUBLIK INDONESIA.
<https://www.kemhan.go.id/itjen/wp-content/uploads/migrasi/peraturan/10-2013.pdf>.
- Kementerian Pertanian. 2021. "Solar Dryer Dome Tingkatkan Nilai Tambah Produk Hortikultura Petani – DIREKTORAT JENDERAL HORTIKULTURA." *DIREKTORAT JENDERAL HORTIKULTURA*, May 15, 2021.
<https://hortikultura.pertanian.go.id/solar-dryer-dome-tingkatkan-nilai-tambah-produk-hortikultura-petani/>.
- Kominfo. 2019. "Tiga Langkah Strategis Pemerintah Dorong Peningkatan Ekspor." Kementerian Komunikasi dan Informatika.
<https://www.kominfo.go.id/content/detail/17094/tiga-langkah-strategis-pemerintah-dorong-peningkatan-ekspor/0/berita>.
- KOMPAS. 2020. "Melihat Proses Bikin Kopi Luwak di Bandung, dari Olah Biji sampai Minum Kopi." Kompas.com.
<https://www.kompas.com/food/read/2020/08/26/200800375/melihat-proses-bikin-kopi-luwak-di-bandung-dari-olah-biji-sampai-minum-kopi>.
- Kontan Industri. 2023. "Tandatangan ICA 2022, Mendag: Ekspor Kopi Meningkat, Petani Lebih Sejahtera." Industri.
<https://industri.kontan.co.id/news/tandatangan-ica-2022-mendag-ekspor-kopi-meningkat-petani-lebih-sejahtera>.
- KopiCoffee. 2022. "What is Kopi Toraja And Why Its Popular In Indonesia." Kopi Coffee.
<https://kopicoffee.com/what-is-kopi-toraja-and-why-its-popular-in-indonesia/>.
- Kumparan NEWS. 2017. "Kopi Indonesia Ambil Bagian di Festival Kopi Kota Kinabalu." Kumparan.com.
<https://kumparan.com/kumparannews/kopi-indonesia-ambil-bagian-di-festival-kopi-kota-kinabalu/full>.
- Larasati, Rina A., and Erlangga Djumena. 2019. "Ekspor Kopi Indonesia Turun, Apa Sebabnya?" Kompas Money.
<https://money.kompas.com/read/2019/10/18/224300926/ekspor-kopi-indonesia-turun-apa-sebabnya>.
- Laws Of Malaysia. 2006. "ACT 281 FOOD ACT 1983." LAWS OF MALAYSIA (LAPORAN). <https://www.moh.gov.my/moh/attachments/1187.pdf>.
- Pers Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia. 2022. "Jalin Kerja Sama Ekspor bagi Petani Kopi, Pemerintah Maksimalkan Potensi Industri Kopi Nasional." Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian.
<https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/4635/jalin-kerja-sama-ekspor-bagi-petani-kopi-pemerintah-maksimalkan-potensi-industri-kopi-nasional>.
- Pratiwi, Fuji. 2023. "KJRI Jembatani Pengusaha Kopi Indonesia Masuk Pasar Malaysia." REPUBLIKA.
<https://ekonomi.republika.co.id/berita/s4qlg8457/kjri-jembatani-pengusaha-kopi-indonesia-masuk-pasar-malaysia>.
- Rinaldi, Banu. 2021. "Nilai Tinggi Bisnis Kopi Specialty dan Sustainable." *BINUS Business School*, March 31, 2021.

- <https://bbs.binus.ac.id/business-creation/2021/03/kopi-specialty-sustainable/>.
- Riski, Petrus. 2020. "Memanfaatkan Energi Terbarukan untuk Pertanian." VOA Indonesia.
<https://www.voaindonesia.com/a/memanfaatkan-energi-terbarukan-untuk-pertanian/5563080.html>.
- Royal Malaysian Customs Department. 2014. "Gudang Perdagangan Nasional Malaysia (MNTR)." Customs Government Malaysia.
https://www.customs.gov.my/en/ip/Pages/ip_mntr.aspx.
- Rumah Digital Indonesia. 2021. "Kisah siTigun, Kedai Kopi Indonesia Pertama di Malaysia." CNN Indonesia.
<https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20210810180222-267-678906/kisah-sitigun-kedai-kopi-indonesia-pertama-di-malaysia>.
- Rumah Energi. 2023. "Efisiensi Pengolahan Kopi dengan Teknologi Energi Terbarukan." rumahenergi.org.
<https://www.rumahenergi.org/2023/08/30/efisiensi-pengolahan-kopi-dengan-teknologi-energi-terbarukan.html>.
- Rusdayanti, Nurul. 2022. "Tantangan dan Strategi Budidaya Kopi dalam Menghadapi Perubahan Iklim." Low Carbon Development Indonesia.
<https://lcdi-indonesia.id/2022/08/29/tantangan-dan-strategi-budidaya-kopi-dalam-menghadapi-perubahan-iklim/>.
- Sani, Syahrul. 2024. "PT Pribumi Siap Ekspor Kopi Indonesia ke Kuching." RRI.
<https://www.rri.co.id/bisnis/569184/pt-pribumi-siap-ekspor-kopi-indonesia-ke-kuching>.
- Sekretariat Nasional ASEAN-Indonesia. 2017. "Nilai Perdagangan Malaysia Terhadap Indonesia 2017." Sekretariat Nasional ASEAN – Indonesia (LAPORAN).
<https://setnasasean.id/potensi-dan-peluang-bisnis/read/malaysia>.
- Setyadi, Agus. 2023. "Melihat Geliat Bisnis Kopi Gayo yang Diekspor ke 15 Negara." Detikcom.
<https://www.detik.com/sumut/berita/d-6889746/melihat-geliat-bisnis-kopi-gayo-yang-diekspor-ke-15-negara>.
- Sucahyo, Nurhadi. 2023. "Bahan Kimia dan Potensi Hambatan Ekspor Kopi Indonesia." VOA Indonesia.
<https://www.voaindonesia.com/a/bahan-kimia-dan-potensi-hambatan-ekspor-kopi-indonesia-/7012683.html>.
- Syahputra, Eqqi. 2022. "Mantap! BRI Antar Pengusaha Kopi Gayo Go Internasional." CNBC Indonesia.
<https://www.cnbcindonesia.com/entrepreneur/20220406235942-25-329473/mantap-bri-antar-pengusaha-kopi-gayo-go-internasional>.
- UMM Koran Online. 2023. "Per Bulan Pasok 300 Kg ke Malaysia." UMM Koran.
<https://www.umm.ac.id/en/arsip-koran/radar-malangid/per-bulan-pasok-300-kg-ke-malaysia.html>.
- UPLAND Project. 2022. "Mengenal Good Agriculture Practice dalam Meningkatkan Produksi." *Upland Project*, 2022.
<https://upland.psp.pertanian.go.id/public/artikel/1672409944/mengenal-good-agriculture-practice-dalam-meningkatkan-produksi>.

- Volza Grow Global. 2023. "Coffee bean Imports in Malaysia - Import data with price, buyer, supplier, HSN code." Volza.com.
<https://www.volza.com/p/coffee-bean/import/import-in-malaysia/>.
- Wibowo, Ari. 2019. "Potensi dan Tantangan Kopi di Era Milenial." *WARTA Pusat Penelitian Kopi dan Kakao Indonesia*, 2 31, 2019.
https://www.researchgate.net/profile/Ari-Wibowo-7/publication/343416562_Potensi_dan_Tantangan_Kopi_di_Era_Milenial/links/5f291871458515b729007f1a/Potensi-dan-Tantangan-Kopi-di-Era-Milenial.pdf.