

## **Ekspor dan Daya Saing Kopi Biji Indonesia di Pasar Internasional: Implikasi Strategis Bagi Pengembangan Kopi Biji Organik**

### ***Export and Competitiveness of Indonesian Coffee Bean in International Market: Strategic Implication for the Development of Organic Coffee Bean***

Bambang Dradjat<sup>1)</sup>, Adang Agustian<sup>2)</sup> dan Ade Supriatna<sup>3)</sup>

#### **Ringkasan**

Kinerja ekspor kopi Indonesia dalam periode tahun 1995–2004 kurang memuaskan dan hal ini dapat diartikan bahwa daya saing kopi Indonesia bermasalah. Penelitian ini diharapkan dapat mengungkap berbagai hal yang terkait dengan masalah daya saing kopi Indonesia tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis daya saing kopi Indonesia di pasar internasional. Beberapa saran untuk meningkatkan daya saing kopi Indonesia akan disajikan. Selain itu, penelitian ini juga ditujukan untuk menyampaikan beberapa pandangan tentang kemungkinan pengembangan kopi organik dalam rangka ekspor. Data yang digunakan merupakan data sekunder deret waktu tahunan 1995–2004 yang didukung beberapa data primer. Analisis data menggunakan indeks Revealed Comparative Advantage (RCA) dan deskriptif kualitatif. Hasil analisis menyimpulkan : (1) Ekspor kopi biji Indonesia belum berorientasi pasar, melainkan masih berorientasi produksi. (2) Mutu kopi biji Indonesia yang diekspor masih rendah sehingga tidak mendapatkan premi harga seperti kopi biji dari Vietnam. (3) Selain mutu, kelemahan daya saing kopi biji Indonesia terkait dengan penguasaan pasar oleh pembeli, adanya isu kontaminasi *Ochratoxin A*, dan biaya ekspor yang relatif tinggi. (4) Daya saing kopi biji Indonesia kalah dibandingkan daya saing kopi biji dari negara-negara lain, seperti Kolumbia, Honduras, Peru, Brazil dan Vietnam. (5) Indonesia masih mempunyai kesempatan mengembangkan kopi biji organik untuk ekspor. Beberapa implikasi kebijakan yang dapat ditarik adalah: (1) Pemerintah perlu memfasilitasi pengembangan pasar melalui pemberian informasi pasar dan penyediaan kemudahan-kemudahan ekspor. (2) Pemerintah perlu mengembangkan dan menerapkan SNI kopi biji yang berorientasi internasional dan meningkatkan teknologi peralatan pengolahan di tingkat petani untuk proses basah dan kering. (3) Selain melalui peningkatan mutu, peningkatan daya saing perlu dilakukan dengan mengurangi bahkan menghilangkan beban biaya operasional di pelabuhan dan sebelum di pelabuhan melalui pemberian insentif fiskal dan moneter (keringanan pajak dan suku bunga). (4) pengembangan kopi organik dimulai dengan sosialisasi berbagai hal yang terkait dengan standar dan implementasi budi daya, pengolahan dan perdagangan. Selain sosialisasi, pemerintah perlu memfasilitasi produsen dan pengeksport kopi organik dengan penyediaan informasi pasar dan berbagai kemudahan ekspor.

---

1) Peneliti (*Researcher*); Lembaga Riset Perkebunan Indonesia, Jl. Salak No. 1, Bogor, Indonesia.

2) Peneliti (*Researcher*); Pusat Analisis Sosial Ekonomi dan Kebijakan, Bogor, Indonesia.

3) Peneliti (*Researcher*); Balai Besar Pengkajian Teknologi Pertanian, Bogor, Indonesia.

### Summary

*The performance of Indonesian coffee bean export from 1995 to 2004 was not satisfactory. This implied that there were problems of the competitiveness of Indonesian coffee bean export. This study was expected to come up with some views related with the problem. This study was aimed to analyze the competitiveness of Indonesian coffee bean export in international markets. Some policy implication would be derived following the conclusions. In addition, this study was aimed to deliver some arguments referring to organic coffee development as an alternative export development. Data used in this study was time series data ranging from 1995 to 2004 supported with some primary data. The export data were analyzed descriptively and the Revealed Comparative Advantage (RCA) Index employed to analyze the competitiveness of Indonesian coffee bean export. The results of the analysis gave some conclusions, as follows : (1) The export of Indonesian coffee bean was product oriented not market oriented. (2) The Indonesian coffee bean export was characterized with low quality with no premium price, different from that of Vietnam coffee export. (3) Besides quality, the uncompetitive Indonesian coffee export was related to market hegemony by buyers, emerging issue of Ochratoxin A. contamination and high cost economy in export. (4) The competitiveness of Indonesian coffee export was lower than those other countries, such as Columbia, Honduras, Peru, Brazil, and Vietnam. (5) Indonesia still held opportunity to develop organic coffee for export. Some policy implications emerged from the discussion were as follows : (1) The Government should facilitate market development through the provisions of market information and export incentives. (2) The Government should develop and applied national standard of coffee bean referring to that of international, as well as, improve processing technology equipments in the farm level for both wet and dry process. (3) Besides improving quality, the improvement of competitiveness should also be carried out by reducing up to elimination of operational costs before and in exporting ports through the provisions of fiscal and monetary incentives (taxes and interest rates). (4) The development of coffee organic started with socialization of some aspects related to standard and implementation of farming, processing and trade. The Government should facilitate producers and exporters of organic coffee with the provisions of market information and incentives.*

**Key words:** Export, coffee beans, competitiveness, organic coffee.

### PENDAHULUAN

Kopi merupakan komoditas perkebunan yang mempunyai peranan penting dalam perekonomian nasional, di antaranya : (1) sebagai lapangan kerja dan sumber pen-

dapatan masyarakat; (2) sebagai bahan baku industri pengolahan, sehingga produknya mempunyai pasar yang luas baik lokal, regional, dan global; (3) menciptakan nilai tambah melalui kegiatan pascapanen, pengolahan, dan distribusi; (4) sebagai

sumber devisa nonmigas melalui kegiatan ekspor ke beberapa negara tujuan dan (5) menciptakan pasar bagi produk-produk non-pertanian (Hutabarat *et al.*, 2004).

Khusus tentang perannya sebagai sumber devisa non migas dapat diilustrasikan sebagai berikut. Pada tahun 2004, volume ekspor komoditas kopi mencapai 339,88 ribu ton dengan nilai US \$ 283,33 juta. Nilai ekspor tersebut memberikan andil yang cukup besar dalam perolehan devisa negara dari sektor non-migas dan berperan penting dalam stabilitas ekonomi makro. Kontribusi nilai ekspor kopi terhadap total nilai ekspor komoditas pertanian adalah 11,35% (FAO, 2005). Namun demikian, dalam kurun waktu 1995–2004 volume ekspor kopi hanya mengalami peningkatan tipis sebesar 0,73% per tahun, tetapi nilai ekspornya menurun sebesar 12,28% per tahun.

Pada tahun 2003/2004, tujuan ekspor kopi Indonesia sebesar 295.042 ton dengan jumlah tertinggi adalah ke Jepang sebesar 51.582 ton (17,54%), lalu disusul ekspor ke Jerman 50.628 ton (17,22%) dan Amerika Serikat 46.404 ton (15,78%) serta sisanya ke negara lain. Seperti diketahui bahwa negara-negara seperti di Eropa, Jepang, dan AS tingkat konsumsi kopinya cukup besar. Menurut AEKI, ekspor biji Indonesia lebih didominasi oleh grade V dan VI (mutu rendah). Kualitas ini tentunya masih perlu ditingkatkan lagi untuk mendapatkan premi harga, seperti yang dialami oleh Vietnam.

Pasar kopi akhir-akhir ini mengalami eksesi penawaran dengan tingkat harga kopi yang relatif terendah dalam abad ini. Apabila dilihat dari sisi harga dunia, harga kopi biji

sejak tahun 1997 terus turun. Harga kopi terendah terjadi pada tahun 2002 yaitu seharga US\$ 1,14/kg kemudian sedikit meningkat menjadi US\$ 1,34/kg tahun 2003. Harga kopi dunia ini ditentukan oleh pembeli di samping kondisi *supply* kopi dunia yang cenderung *over supply*.

Dalam kondisi pasar dunia seperti diuraikan di atas, daya saing kopi Indonesia menjadi penting. Kinerja ekspor yang kurang memuaskan tersebut dapat diartikan daya saing kopi Indonesia bermasalah. Di tengah masalah daya saing tersebut, pasar kopi biji internasional ternyata masih terbuka untuk jenis kopi spesial (*specialty coffee*). Kopi spesial ini umumnya kopi bermutu tinggi dan mempunyai nilai sejarah tinggi serta sering dikaitkan dengan pembangunan berkelanjutan sehingga dihargai dengan harga premium. Kopi spesial dimaksud di antara-nya adalah kopi organik dan kopi yang mempunyai karakteristik geografis khusus.

Di Indonesia, kopi yang ditanam dengan menggunakan kaidah pertanian organik terdapat di beberapa daerah. Beberapa peneliti telah mengidentifikasi beberapa kopi organik di beberapa daerah, seperti di dataran tinggi Gayo, Aceh (Ismayadi, 1998), di PT Perkebunan Nusantara XII, Jawa Timur (Arjantono & Sukadarisyanto, 1999) dan di Menoreh, Jawa Tengah (Winaryo *et al.*, 1998). Kopi organik diekspor dengan diberi harga premium.

Dalam kaitannya dengan ekspor kopi Indonesia tersebut, tulisan ini bertujuan untuk menganalisis daya saing kopi Indonesia di pasar internasional. Beberapa saran untuk meningkatkan daya saing kopi Indonesia akan disajikan dalam tulisan ini. Selain itu,

tulisan ini juga ditujukan untuk menyampaikan beberapa pandangan tentang kemungkinan pengembangan kopi organik dalam rangka orientasi ekspor. Penelitian ini diharapkan dapat mengungkap berbagai hal yang terkait dengan masalah daya saing kopi Indonesia tersebut.

## METODOLOGI PENELITIAN

### Pendekatan

Salah satu teori ekonomi yang melandasi terjadinya perdagangan internasional suatu komoditas adalah hukum Ricardo tentang keunggulan komparatif (*The Ricardo's Law of Comparative Advantage*) (Kindleberger & Lindert, 1978). Hukum ini mengatakan bahwa suatu negara memproduksi dan mengekspor komoditas tertentu karena komoditas di negara itu mempunyai keunggulan komparatif. Berdasarkan hukum itu, suatu negara lebih baik memilih spesifikasi ekspor komoditas tertentu saja yang mempunyai keunggulan komparatif agar alokasi sumberdaya ekonomi negara yang bersangkutan menjadi lebih efisien.

Suatu negara memproduksi suatu komoditas karena beberapa faktor, yaitu : *Pertama*, pengetahuan produsen dan atau pemerintah mengenai hukum keunggulan komparatif, sehingga komoditas yang diproduksi adalah memiliki keunggulan komparatif. *Kedua*, komoditas yang bersangkutan diusahakan karena kebiasaan sejak dulu atau warisan orang tua. *Ketiga*, keunggulan komparatif suatu komoditas bersifat dinamis yang dari waktu ke waktu

dapat berubah karena berubahnya lingkungan ekonomi di dalam negeri dan luar negeri.

Persaingan antarnegara di pasar global semakin ketat karena beberapa negara memproduksi komoditas pertanian yang sama. Kondisi ini menunjukkan bahwa keunggulan komparatif relatif antara negara untuk komoditas tertentu ikut menentukan apakah Indonesia lebih unggul dalam persaingan itu. Negara yang mampu menekan biaya produksi komoditas pertaniannya sehingga mempunyai keunggulan komparatif lebih tinggi dibanding negara lain, akan mampu bersaing di pasar internasional.

Keunggulan komparatif merupakan indikator sangat baik untuk mengukur daya saing komoditas pertanian dari suatu negara jika pasar dalam kondisi efisien, yaitu pasar tanpa distorsi. Dari analisis keunggulan komparatif dapat diperoleh informasi lainnya yang sangat berguna bagi penentuan kebijakan pemerintah, yaitu simpul-simpul atau subsistem-subsistem mana dalam sistem agribisnis yang masih dalam kondisi tidak efisien, sehingga dapat ditetapkan langkah-langkah menuju proses produksi, pengolahan dan pemasaran yang lebih efisien.

Dalam kenyataannya, pasar tidak dalam kondisi efisien. Pasar domestik dan pasar internasional masih bersifat distortif yang ditandai oleh adanya kebijakan protektif, misalnya adanya pengenaan tarif impor (bahkan ada yang sampai ratusan persen) oleh suatu negara sehingga barang dari negara lain sulit masuk ke negara yang bersangkutan. Contoh lainnya adalah pemberian subsidi domestik dan subsidi ekspor yang menyebabkan barang asal

negara yang bersangkutan sangat murah sehingga mudah masuk ke negara-negara lain. Dalam kondisi pasar distortif demikian, analisis keunggulan kompetitif akan memberikan gambaran tentang keunggulan kompetitif suatu komoditas pertanian dari suatu negara. *Private Cost Ratio* (PCR) berdasarkan kondisi pasar yang ada dapat digunakan sebagai salah satu indikator keunggulan kompetitif suatu komoditas pertanian dari negara tertentu.

Dalam melihat daya saing komoditas perkebunan rakyat dengan memakai DRC dan PCR terkadang muncul kesulitan dalam membandingkan antara DRC dan PCR Indonesia dengan nilai DRC dan PCR negara produsen lainnya sebagai kompetitor Indonesia. Untuk itu, maka sebagian para ahli ada yang mengukur daya saing itu dengan mengukur rasio pangsa pasar di suatu negara secara relatif terhadap dunia dan dibandingkan dengan negara lainnya. Dengan mengetahui pangsa pasar tersebut maka akan dilihat sebagai suatu indikasi tingkat daya saing awal komoditas yang diamati. Analisis yang menggunakan pangsa pasar tersebut dikenal dengan teori *Revealed Comparative Advantage* (RCA).

Daya saing didefinisikan sebagai “*the sustained ability to profitability gain and maintained market share*” (Martin *et al. cit* Agustian *et al.*, 2003). Jelas bahwa usaha suatu komoditas mempunyai daya saing jika ia mampu mempertahankan profita-bilitasnya dan pangsa pasarnya. Menurut Simatupang (2002), analisis daya saing ini sangat penting untuk mengetahui apakah suatu usaha tersebut layak dikembangkan secara ekonomis. Daya saing suatu usaha dalam hal

ini dapat didefinisikan sebagai kemampuan suatu usaha untuk tetap layak secara privat (finansial) pada kondisi teknologi usahatani, lingkungan ekonomi dan kebijakan pemerintah yang ada. Pada sistem perekonomian terbuka, daya saing untuk suatu komoditas berarti kemampuan usaha komoditas dimaksud untuk tetap layak secara finansial pada kondisi harga input maupun output *tradable* sesuai dengan harga paritas impornya.

### Metode Analisis

Analisis daya saing kopi biji Indonesia di pasar internasional dilakukan dengan menghitung keunggulan komparatif suatu negara secara relatif terhadap dunia. Secara empiris, keunggulan komparatif ini diukur dengan menghitung indeks yang disebut indeks “*Revealed Comparative Advantage* (RCA)”, yang pertama kali dikenalkan oleh Balassa pada tahun 1965 (Cai & Liung, 2005). Indeks RCA didefinisikan sebagai berikut :

$$RCA_{pi} = (E_{ip}/E_{dp}) / (E_{it}/E_{dt}) \text{ atau } (E_{ip}/E_{it})/(E_{dp}/E_{dt})$$

dimana:

- E = Volume (atau nilai) ekspor
- i = Indeks negara
- p = Komoditas kopi
- t = Total
- d = Dunia

Meningkat atau menurunnya nilai RCA suatu negara menunjukkan bahwa daya saing ekspor suatu negara makin atau kurang kompetitif. Daya saing antar negara

pengekspor juga dapat dibandingkan berdasarkan nilai RCA masing-masing negara.

Dalam kaitannya dengan penerapan teknologi berbasis penerapan teknologi Pengendalian Hama Terpadu (PHT), informasi tentang kopi biji organik digali dari responden pada pemasaran/perdagangan internasional dan domestik. Informasi ini selanjutnya akan dianalisis secara deskriptif untuk mengetahui perkembangan dan perspektif perdagangan kopi biji organik berbasis penerapan teknologi PHT.

### **Data, Responden dan Lokasi**

Data yang digunakan sebagian besar adalah data sekunder dari *Food and Agriculture Organization* (FAO) dan Asosiasi Eksportir Kopi Indonesia (AEKI). Jenis data yang dikumpulkan meliputi data volume dan nilai ekspor kopi Indonesia dan negara-negara produsen lain. Sedangkan untuk menggali informasi tentang kemungkinan pengembangan ekspor kopi organik, dilakukan melalui survei di Provinsi Jawa Timur. Responden ditentukan secara *purposive sampling* dan terdiri dari petani/kelompok petani kopi di perkebunan rakyat dan eksportir kopi.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Perkembangan Volume dan Nilai Ekspor Kopi**

Secara nasional, dalam kurun waktu 1995–2004 volume ekspor kopi masih mengalami peningkatan tipis sebesar 0,73%

per tahun, tetapi nilai ekspornya menurun sebesar 12,28% per tahun (Tabel 1). Lebih lanjut dapat diamati bahwa pada periode sebelum krisis ekonomi (1995–1997) volume ekspor kopi mengalami peningkatan pesat sebesar 13,00% per tahun sedangkan nilai ekspornya menurun 11,87% per tahun. Pada periode ini, harga kopi dunia memang sedang melemah. Pada saat periode krisis ekonomi (1997–1999), volume ekspor sedikit melambat menjadi 5,97% per tahun dan nilai ekspor tetap menurun sebesar 6,44% per tahun. Melambatnya ekspor kopi tersebut berkaitan dengan turunnya produksi kopi. Pada tahun 1997/1998 terjadi musim kemarau panjang (El Nino) yang menurunkan produksi komoditas pertanian secara umum, termasuk kopi. Dampak kemarau panjang ini berlanjut hingga tahun berikutnya, padahal harga kopi pada periode krisis ekonomi tersebut relatif cukup tinggi.

Selanjutnya, pada periode 1999–2004 pada saat situasi perekonomian nasional mulai membaik, harga kopi nasional mulai menurun lagi sehingga berpengaruh terhadap usahatani yaitu melambatnya peningkatan produksi, dan ternyata ekspor kopi pun mengalami penurunan sebesar 0,28% per tahun. Penurunan nilai ekspor menginformasikan bahwa harga kopi biji di pasar dunia cenderung fluktuatif bahkan kecenderungannya menurun. Harga produk kopi cenderung tinggi terutama pada kopi olahan seperti kopi ekstrak dan kopi instan. Negara-negara produsen kopi dunia seperti Brazil, telah mengarahkan ekspornya pada *soluble coffee* sehingga memperoleh nilai ekspor yang relatif lebih tinggi.

Tujuan ekspor kopi Indonesia tertinggi adalah ke Jepang (17,54%), lalu disusul ekspor ke Jerman (17,22%) dan Amerika Serikat (15,78%) serta sisanya ke negara lain (Tabel 2). Seperti halnya diketahui bahwa negara-negara seperti di Eropa, Jepang, dan AS tingkat konsumsi kopinya cukup besar. Menurut AEKI, tujuan ekspor biji Indonesia lebih didominasi oleh grade V dan VI (mutu rendah). Kualitas ini tentunya masih perlu ditingkatkan lagi untuk

mendapatkan premi harga, seperti yang dialami oleh Vietnam.

## Ekspor dan Daya saing Kopi Indonesia

### *Persaingan Ekspor Kopi*

Negara pesaing ekspor kopi biji dengan volume ekspor di atas volume ekspor Indonesia berturut-turut adalah Brazil, Vietnam dan Kolumbia. Pada tahun 2004, volume

Tabel 1. Perkembangan volume dan nilai ekspor kopi biji Indonesia, 1995–2004

Table 1. *The export growth in volume and value of Indonesian coffee bean, 1995–2004*

Tahun Year	Volume ekspor, ton Volume of export, tonnes	Nilai ekspor (000 US\$) Value of export (000 US\$)
1995	230,066	605,655
1996	366,473	594,913
1997	312,960	510,694
1998	356,984	581,058
1999	351,047	459,139
2000	337,600	312,221
2001	249,200	182,900
2002	322,758	218,906
2003	321,180	251,250
2004	339,880	283,328
Perkembangan, % per tahun Growth, % per year		
1995 – 1997	13.00	-11.87
1997 – 1999	5.97	-6.44
1999 – 2004	-0.28	-7.33
1995 – 2004	0.73	-12.28

Sumber (Source) : Asosiasi Eksportir Kopi Indonesia, 2005 (*Indonesian Coffee Exporter Association, 2005*).

Tabel 2. Negara tujuan utama ekspor kopi biji Indonesia, 2003-2004

Table 2. The main export destination of Indonesian coffee bean, 2003-2004

Negara tujuan <i>Country destination</i>	Volume, ton <i>Volume, tonnes</i>	Persentase, % <i>Percentage, %</i>
1. Uni Eropah ( <i>E Union</i> )	112,002	38.10
a. Jerman ( <i>Germany</i> )	50,628	17.22
b. Italia ( <i>Italy</i> )	22,002	7.48
c. Inggris ( <i>England</i> )	11,220	3.82
d. Polandia ( <i>Poland</i> )	6,846	2.33
e. Spanyol ( <i>Spain</i> )	6,234	2.12
f. Lain-lain ( <i>Others</i> )	15,072	5.13
2. Jepang ( <i>Japan</i> )	51,582	17.54
3. Amerika Serikat ( <i>USA</i> )	46,404	15.78
4. Afrika Selatan ( <i>South Africa</i> )	8,826	3.00
5. Rumania ( <i>Romania</i> )	8,586	2.92
6. Singapura ( <i>Singapore</i> )	8,088	2.75
7. Lain-lain ( <i>Others</i> )	58,554	19.91
Jumlah ( <i>Total</i> )	295,042	100.00

Sumber (*Source*) : Asosiasi Ekspertir Kopi Indonesia, 2005 (*Indonesian Coffee Exporter Association, 2005*).

ekspor ketiga negara tersebut berturut-turut: 1.410.801 ton; 974.800 ton; dan 574.935 ton atau senilai US\$ 1.750,09 juta; US\$ 641,02 juta dan US\$ 960,82 juta (Tabel 3 dan Tabel 4).

Selain hal di atas, negara pengekspor lainnya, seperti Jerman (*re-export*), Guatemala, dan Peru meskipun volume ekspornya masih di bawah Indonesia, namun nilai ekspornya di atas Indonesia. Hal ini kemungkinan disebabkan oleh adanya peningkatan kualitas kopi yang diekspor negara-negara tersebut dan kualitas ini lebih baik/tinggi dari kualitas ekspor kopi Indonesia.

Pada periode 1995–2004, dua negara pesaing utama Indonesia, Brazil dan Vietnam, volume ekspor kopinya menunjukkan

peningkatan masing-masing sebesar 7,71% / tahun dan 13,71% per tahun sementara ekspor kopi Indonesia hanya meningkat 0,73% per tahun. Sedikit catatan, bahwa volume ekspor kopi Kolumbia sedikit mengalami penurunan sebesar 0,51% per tahun. Namun, hal ini tidak terlalu penting karena jenis kopi Kolumbia bersifat khusus dan kopi Indonesia secara relatif tidak mempunyai kekuatan untuk mensubstitusi. Negara pesaing lainnya yang volume ekspornya masih di bawah Indonesia namun peningkatan nilai ekspornya melebihi Indonesia adalah Jerman, Honduras dan Peru. Peningkatan tersebut masing-masing mencapai 11,61; 4,78; dan 7% per tahun.

Indonesia menikmati pertumbuhan volume ekspor kopi (13% per tahun) dan melebihi negara lainnya hanya pada periode 1995–



1997. Namun, peningkatan ini sayang-nya tidak dibarengi dengan peningkatan nilai ekspor (-11,87%/tahun). Padahal negara-negara pengekspor lainnya pada umumnya menikmati peningkatan nilai ekspor. Hal ini sangat mungkin terjadi karena mutu kopi Indonesia lebih rendah dan terkena diskon harga.

### **Daya Saing Kopi Indonesia**

Dalam konteks pangsa volume ekspor kopi di pasar dunia, pangsa ekspor kopi biji Indonesia pada tahun 1995 sebesar 4,32%; sementara Brazil, Kolumbia, dan Vietnam masih berada di atas Indonesia dengan masing-masing pangsa volume ekspornya

sebesar 17,01% ; 13,18% ; dan 5,85%. Pangsa volume ekspor Indonesia hanya lebih unggul dibandingkan Guatemala, Peru, Honduras dan Jerman (Tabel 5).

Dalam perkembangan berikutnya, yaitu tahun 1997 (saat krisis ekonomi), pangsa volume ekspor tertinggi masih tetap dipegang Brazil, Kolumbia dan Vietnam masing-masing sebesar 17,73%; 12,60%; dan 7,99%. Pada tahun 1999, pangsa volume ekspor kopi tertinggi masih tetap dimiliki Brazil (24,18%), disusul Kolumbia yang mulai turun pangsa ekspornya menjadi 10,81% dan Vietnam yang mulai menggeser Kolumbia. Selanjutnya, pada tahun 2004 tampak bahwa pangsa volume ekspor Vietnam meningkat tajam menjadi 13,35%, menggeser Kolumbia.

Tabel 3. Perkembangan volume ekspor kopi Indonesia dan beberapa negara pesaing, 1995–2004 (ton)

Table 3. The trend of Indonesian coffee bean export volume and its competitors, 1995–2004 (tonnes)

Tahun	Brazil	Kolumbia	Jerman	Guatemala	Honduras	Indonesia	Peru	Vietnam	Dunia
1995	721,305	558,745	70,441	206,791	106,557	230,066	105,628	248,100	4,239,717
1996	777,909	600,026	88,480	241,296	114,699	366,473	100,970	283,700	4,831,064
1997	868,439	617,102	106,667	249,929	102,000	312,960	98,853	391,630	4,899,446
1998	995,212	636,753	116,613	213,123	135,885	356,904	115,295	382,000	4,907,826
1999	1,271,772	568,469	112,360	268,805	120,000	351,047	144,306	482,000	5,259,815
2000	967,042	508,399	167,070	291,540	167,000	337,600	142,909	733,900	5,498,689
2001	1,252,217	559,988	155,124	246,829	146,000	249,202	159,725	931,198	5,440,428
2002	1,551,410	578,846	194,599	207,407	162,710	322,758	167,565	718,575	5,492,121
2003	1,369,159	578,149	198,842	249,888	147,855	321,180	150,354	749,200	5,232,205
2004	1,410,801	574,935	221,745	208,490	157,729	339,880	191,124	974,800	5,667,101
Perkembangan, % per tahun									
<i>Growth, % per year</i>									
1995-1997	6.58	5.05	12.65	9.05	-1.67	13.00	-2.46	12.17	6.41
1995-2004	7.71	-0.51	11.61	-0.03	4.78	0.73	7.00	13.71	2.41
1997-1999	18.03	-4.21	1.99	3.96	6.62	5.97	16.51	7.66	3.50
1999-2004	5.62	1.29	13.60	-5.58	3.11	-0.28	5.48	11.13	0.72

Sumber (Source) : FAO (2005), diolah (analyzed).

Walaupun mengalami penurunan, pangsa ekspor Brazil masih tertinggi, yaitu 24,89% sementara pangsa volume ekspor Indonesia relatif stabil yaitu sekitar 6%. Secara keseluruhan, pertumbuhan pangsa pasar negara-negara pengeksport tertinggi dialami oleh Vietnam, diikuti Jerman dan Brazil. Pertumbuhan pangsa pasar ekspor kopi Indonesia justru cenderung turun.

Hasil analisis RCA periode 1995-2004 menunjukkan bahwa daya saing kopi Indonesia di dunia semakin turun (4,25% per tahun), sementara negara-negara pesaing lainnya seperti Jerman, Vietnam, Guatemala, Kolumbia, Honduras, Peru dan Brazil justru menunjukkan peningkatan. Peningkatan

indikator RCA tertinggi diperoleh Jerman (8,90% per tahun), disusul Vietnam (7,08% per tahun) dan Guatemala (4,01% per tahun). Bila dilihat besaran nilai RCA antarnegara pengeksport kopi tahun 2004, ternyata nilai RCA Indonesia sangat kecil (2,58) dan jauh dibanding dengan negara-negara pesaing ekspor seperti Kolumbia (24,25); Honduras (23,09); Peru (21,82); Vietnam (16,56); Guatemala (19,82) dan Brazil (5,59). Daya saing ekspor kopi Indonesia hanya lebih unggul dibandingkan Jerman (Tabel 6).

Dengan melihat indikator di atas, jelas daya saing ekspor kopi biji Indonesia relatif rendah dibanding negara ekspor pesaing lainnya. Bila hal ini tidak disikapi secara

Tabel 4. Perkembangan nilai ekspor kopi Indonesia dan beberapa negara pesaing, 1995-2004 (000 US \$)

Table 4. Trend of Indonesian coffee bean export values and its competitors, 1995-2004 (000 US \$)

Tahun(Year)	Brazil	Kolumbia	Jerman	Guatemala	Honduras	Indonesia	Peru	Vietnam	Dunia (World)
1995	1,969,869	1,837,243	274,146	539,288	335,641	605,655	278,430	596,000	12,286,754
1996	1,718,593	1,577,148	262,247	472,433	237,488	594,913	224,560	420,000	10,408,663
1997	2,745,289	2,259,575	369,163	589,455	326,300	510,694	401,340	497,536	13,208,964
1998	2,330,874	1,892,570	361,648	586,620	419,317	581,058	281,631	593,793	11,959,798
1999	2,230,844	1,324,406	279,149	561,709	256,100	459,139	265,111	584,903	9,710,479
2000	1,559,614	1,069,360	354,924	574,999	360,000	312,221	223,832	499,651	8,460,091
2001	1,207,735	768,573	225,236	306,451	315,000	182,900	180,140	391,329	5,519,227
2002	1,195,531	781,328	255,986	261,727	182,368	218,906	187,913	322,310	5,086,407
2003	1,302,746	811,668	313,506	299,394	182,396	251,250	181,040	504,892	5,709,695
2004	1,750,091	960,817	384,743	328,006	222,231	283,328	289,903	641,022	7,061,484
Perkembangan									
(%/th)									
<i>Growth</i>									
(%/year)									
1995-1997	21.53	15.90	15.42	5.55	-1.65	-11.87	24.45	-9.75	5.16
1995-2004	-5.61	-11.07	0.89	-7.48	-4.99	-12.28	-3.89	-0.68	-9.56
1997-1999	-14.28	-35.20	-14.61	-3.07	-12.37	-6.44	-27.10	8.65	-19.50
1999-2004	-5.05	-5.55	4.03	-12.90	-8.40	-7.30	0.04	1.29	6 - 7.01

Sumber: Food and Agriculture Organization (2005), diolah.

Tabel 5. Perkembangan pangsa volume ekspor kopi Indonesia dan beberapa negara pesaing, 1995-2004 (persen)

Table 5. The trend of export shares of Indonesian coffee bean and its competitors, 1995-2004 (percentage)

Tahun	Brazil	Columbia	Germany	Guatemala	Honduras	Indonesia	Peru	Vietnam
1995	17.01	13.18	1.66	4.88	2.51	4.32	2.49	5.85
1996	16.10	12.42	1.83	4.99	2.37	7.59	2.09	5.87
1997	17.73	12.60	2.18	5.10	2.08	6.39	2.02	7.99
1998	20.28	12.97	2.38	4.34	2.77	7.27	2.35	7.78
1999	24.18	10.81	2.14	5.11	2.28	6.67	2.74	9.16
2000	17.59	9.25	3.04	5.30	3.04	6.14	2.60	13.35
2001	23.02	10.29	2.85	4.54	2.68	4.58	2.94	17.12
2002	28.25	10.54	3.54	3.78	2.96	5.88	3.05	13.08
2003	26.17	11.05	3.80	4.78	2.83	6.14	2.87	14.32
2004	24.89	10.15	3.91	3.68	2.78	6.00	3.37	17.20
Perkembangan (%/th) Growth (%/year)								
1995-1997	1.65	-2.58	9.43	2.41	-8.20	7.74	-8.93	9.58
1997-1999	14.99	-7.89	-0.74	0.10	3.79	2.31	13.68	5.24
1999-2004	4.59	0.59	12.40	-5.84	2.34	-0.96	4.40	9.99
1995-2004	5.51	-3.04	9.58	-2.37	2.42	-1.58	4.62	11.87

Sumber (Source): FAO, 2005 (*Indonesian Coffee Exporter Association, 2005*).

cermat dan melakukan langkah-langkah perbaikan kinerja serta dukungan kebijakan yang kondusif bagi ekspor kopi, maka tidak mustahil daya saing ekspor komoditas kopi nasional akan semakin rendah dan tidak dapat bersaing dengan negara pesaing lainnya. Permasalahan daya saing tersebut terkait dengan permasalahan mendasar yang dihadapi oleh pengeksport kopi nasional, seperti diuraikan berikut ini:

(i) *Kebijakan retensi stok tidak berjalan*

Sampai saat ini, harga kopi dunia ditentukan oleh pembeli (*buyers market*). Pembeli yang merupakan industri yang berbentuk perusahaan multinasional mempunyai kekuatan tawar yang kuat dibandingkan

dengan penjual. Pembeli menetapkan harga beli kopi biji dan selanjutnya importir kopi biji menurunkannya pada pengeksport yang hanya berperan sebagai penerima harga. Kekuatan pembeli industri tersebut dimungkinkan karena adanya penguasaan stok dan kemampuan mendikte dalam transaksi.

Sifat pasar yang demikian mengakibatkan harga didikte, kecuali jika terjadi kejadian yang luar biasa, seperti kekeringan berkepanjangan, *frost* di Brazil sehingga penawaran jatuh. Secara teoritis, hal ini sebenarnya dapat diatasi jika negara-negara produsen dan sekaligus pengeksport kopi biji melakukan retensi/menahan barang (tidak dijual) sampai stok di pembeli menipis. Kebijakan retensi stok pernah disepakati beberapa negara produsen yang dimotori

Tabel 6. Perkembangan RCA kopi Indonesia dan beberapa negara pesaing, 1995–2004

Table 6. The trend of RCA of Indonesian coffee bean and its competitors, 1995–2004

Tahun (Year)	Brazil	Kolumbia	Jerman	Guatemala	Honduras	Indonesia	Peru	Vietnam
1995	5.32	19.85	0.40	14.92	22.66	3.98	18.80	12.82
1996	5.38	21.99	0.44	16.42	21.93	4.51	15.29	9.35
1997	5.95	19.30	0.52	13.72	21.24	2.91	16.99	7.61
1998	5.61	18.29	0.52	13.27	20.70	4.21	16.14	9.08
1999	6.93	18.10	0.50	16.34	24.73	3.84	15.89	10.23
2000	5.95	17.87	0.72	17.78	28.80	3.08	15.91	10.59
2001	5.64	21.41	0.71	17.75	35.13	3.14	20.96	14.48
2002	6.22	24.94	0.84	18.14	30.76	3.07	21.13	13.25
2003	5.72	26.43	0.88	21.02	29.90	3.30	19.25	18.62
2004	5.50	24.25	0.84	19.82	23.10	2.58	21.82	16.56
Perkembangan, % per tahun								
<i>Growth, % per year</i>								
1995-1997	5.35	-1.30	9.37	-3.57	-2.73	-15.51	-4.98	-21.25
1997-1999	8.47	-2.83	-1.26	7.76	6.73	13.50	-3.00	10.67
1999-2004	-3.57	8.07	10.21	4.64	-1.02	-4.72	6.24	12.71
1995-2004	0.46	3.08	8.90	4.06	3.62	-4.25	-4.98	7.08

Brazil, namun permasalahan praktis yang timbul tidak mudah diatasi. Vietnam tidak secara konsisten menepati komitmen retensi stok karena kemampuannya untuk bersaing pada tingkat harga rendah. Di Indonesia, kebijakan menahan stok (produksi) tersebut sulit dilaksanakan karena petani terdesak untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari dengan menjual kopinya sesegera mungkin. Dari sisi pengekspor, kesulitan yang dihadapi jika melakukan retensi/menahan kopi adalah (1) modal menjadi tertahan, (2) bunga bank pinjaman yang terus bertambah dari waktu ke waktu menjadi beban, dan (3) penyusutan kopi yang berakibat pada kerugian stok. Permasalahan ini selanjutnya melemahkan daya saing kopi Indonesia sehingga kalah bersaing di pasar internasional, terutama

menghadapi Vietnam, negara penghasil kopi Robusta terbesar kedua setelah Indonesia.

#### (ii) *Kualitas/mutu*

Selain masalah harga, para pengekspor juga berhadapan dengan peraturan-peraturan atau persyaratan tentang mutu yang ditetapkan oleh ICO atas desakan negara-negara konsumen. Tantangan yang dihadapi saat ini adalah ketentuan/persyaratan tentang ISO 6673 yaitu tentang kadar air maksimum 12,5% dan mutu yang boleh diekspor maksimum grade V.

Sidang dewan ICO merekomendasikan pemberlakuan kriteria mutu kopi rendah (yang tidak boleh diekspor) dengan kadar air 12,5%. Dalam kriteria kopi mutu rendah

tersebut ditetapkan bahwa batas maksimum nilai cacat untuk Arabika adalah 86, sedang untuk Robusta adalah 150. Hal itu berarti untuk kopi Robusta grade VI Indonesia, sudah dianggap telah melampaui batas kriteria kopi mutu rendah karena *deffect*-nya yang melampaui 150 per 300 gram. Sementara itu, negara-negara pesaing Indonesia tidak menghadapi masalah berarti dengan adanya ketentuan mutu di atas.

Selama ini, Indonesia telah menerapkan standar kopi Robusta dengan kadar air 13% untuk pengolahan kering (*dry processed*) dan 12% untuk pengolahan basah (*wet processed*) berdasarkan ISO 1447 (E). Kadar air yang direkomendasikan oleh komite mutu adalah sebesar 12,5% dengan metode ISO 6673. Untuk nilai cacat atau *deffects*, pada saat ini Indonesia memberlakukan nilai cacat maksimum 225 yaitu batas maksimum Grade VI (151 s/d 225), sedangkan yang direkomendasikan oleh komite adalah maksimum 150, batas maksimum untuk grade V. Dengan demikian, grade VI dikeluarkan dari jenis mutu untuk tujuan ekspor. Dengan kata lain, mutu kopi grade VI tetap bermasalah dan perlu diupayakan pemecahannya.

### **(iii) Isu pembatasan kontaminasi *Ochratoxin A* untuk kopi yang diekspor**

Khusus bagi masyarakat Eropa, masalah pencegahan terhadap makanan yang membahayakan kesehatan bagi manusia menjadi prioritas dan tidak dapat ditawar-tawar lagi. Kopi, sebagai bahan minuman penyegar (*beverage*), oleh masyarakat Eropa diduga mengandung bahan toksin yang dapat membahayakan kesehatan manusia yaitu

dapat menyebabkan kanker. Toksin tersebut adalah *Ochratoxin A (OTA)* yang dihasilkan oleh jamur *Aspergillus ochraceus*.

Jamur tersebut dapat berkembang selama proses pengolahan kopi yang kurang baik dengan tidak memperhatikan faktor-faktor yang dapat menyebabkan berkembangbiaknya jamur. Oleh karena itu, kopi yang dihasilkan oleh negara-negara produsen menjadi fokus utama di dalam upaya mencegah kandungan OTA pada kopi.

Dalam rangka pencegahan OTA, ICO telah mengeluarkan dokumen dengan judul "*Code of Practice*" dengan nomor dokumen ED 1763 Rev-1, tanggal 23 Mei 2003 yang isinya berupa penanganan kopi selama panen, prosesing, penyimpanan dan selama dalam perjalanan/pengiriman (transportasi). Apabila batasan ini benar-benar diterapkan, maka kopi yang dideteksi mengandung OTA akan ditolak oleh negara-negara importir dan dimusnahkan. Pemusnahan kopi tersebut akan menjadi masalah baru bagi negara pengekspor maupun importir.

Kopi dari Indonesia di mata masyarakat Eropa diindikasikan tercemar OTA sehingga melemahkan daya saing. Untuk mengatasi isu OTA ini, BPD-AEKI Lampung telah bekerjasama dengan Pusat Penelitian Kopi dan Kakao Indonesia telah melakukan pelatihan dan penyuluhan untukantisipasi atas kemungkinan terjadinya kontaminasi OTA pada kopi yang berasal dari Lampung. Cara praktis yang direkomendasikan adalah menghindari penyimpanan kopi yang berkadar air > 14% mulai saat pengolahan awal (pasca panen) sehingga dapat dihindari timbulnya jamur pada kopi secara dini. Hasil penelitian FAO bekerjasama dengan Puslit

Kopi dan Kakao Indonesia menunjukkan bahwa kopi biji Indonesia masih aman dari OTA (Ismayadi *et al.*, 2005). Hasil penelitian ini sedikit banyak telah mengurangi berkembangnya isu adanya OTA pada kopi biji dari Indonesia.

(v) *Biaya tinggi*

Komponen biaya ekspor kopi per kilogram yang harus dikeluarkan pihak peng-ekspor cukup tinggi, yaitu Rp406,91 per kg (Tabel 7). Sebelum diekspor, biaya yang terkandung dalam kopi biji meliputi pajak penghasilan (Pph 0,5%), pajak pertambahan nilai (PPN) 10%, retribusi, biaya penanganan dan biaya pemasaran. Menurut pengeks- por, secara keseluruhan biaya yang ditanggung pengeks- por diperkirakan mencapai tidak kurang dari 10% terhadap harga ekspor kopi biji.

Perlakuan berbeda diterima oleh pengeks- por di Vietnam dan Kostarika. Sejak harga kopi jatuh, pemerintah Vietnam telah menghapus berbagai pajak yang sebelumnya dikenakan kepada pengeks- por dan menurunkan pembayaran angsuran kredit. Pemerinah Kostarika memberi subsidi 15 dolar/karung kopi biji kepada pengeks- por. Oleh karena itu, pemerintah perlu melakukan hal yang serupa dengan yang dilakukan negara-negara pesing ekspor Indonesia di atas.

### **Perspektif Kopi Organik**

Dalam upaya untuk mengatasi permasalahan daya saing kopi Indonesia di pasar internasional, salah satu upaya yang dapat

dilakukan adalah mengarahkan produksi kopi biji ke arah produk yang memenuhi ketentuan *sanitary and phytosanitary* dalam rangka memenuhi ketentuan kesehatan dan keamanan kopi sebagai minuman.

Komoditas perkebunan, seperti kopi, masih mempunyai prospek sehubungan dengan berkembangnya permintaan makanan dan minuman organik di negara-negara maju. Korbech-Olesen *cit.* Yussefi & Willer (2004) memperkirakan adanya pertumbuhan yang menjanjikan dari penjualan makanan dan minuman organik di berbagai negara maju (Tabel 8). Penjualan makanan dan minuman organik tahun 2005 di 16 negara Eropa, Amerika Serikat dan Jepang diperkirakan dapat mencapai \$US 29-31 milyar, meningkat jauh dibandingkan nilai tahun 2000 yang mencapai US\$ 17,5 milyar. Pasokan makanan dan minuman di atas tidak seluruhnya dapat dipenuhi oleh negara-negara maju. Adanya defisit ini dapat diartikan sebagai peluang baru bagi negara berkembang untuk mengisi kekurangannya melalui ekspor bahan baku makanan dan minuman.

Dalam kaitan ini, produk-produk pertanian seperti kopi biji, harus dapat memenuhi persyaratan mutu yang sangat ketat yang diberlakukan oleh negara-negara maju seperti Jepang, USA dan Uni Eropa. Persyaratan-persyaratan itu dikemas dalam suatu *Sanitary and Phytosanitary* (SPS) *Measure*. Ketentuan SPS di negara maju seringkali lebih ketat dari peraturan internasional yang menyangkut standar produk, sehingga SPS seringkali digunakan sebagai proteksi baru dalam perdagangan komoditas pertanian (Ditjen BP2HP, 2004).

Tabel 7. Komponen biaya ekspor kopi biji di Lampung, 2003

Table 7. Cost components of export of coffee bean in Lampung, 2003

	Komponen biaya (s/d FOB pelabuhan Panjang) <i>Cost Components (up to FOB Port of Panjang)</i>	Rp/kg
1.	Bunga bank 1%/bln (2 bln = 2% x Rp 5.590,00) <i>Interests 1%/month (2 months = 2% x Rp. 5,590.00)</i>	111.80
2.	Karung ( <i>Bag</i> )	108.33
3.	Ongkos penanganan di pelabuhan \$ US 150/container <i>Terminal handling Charges \$ US 150/container</i>	71.67
4.	Ongkos bank (pengiriman dokumen dan perubahan LC) <i>Cost of bank (document delivery and LC change)</i>	20.00
5.	Fee penanganan (truk dan ekspedisi muatan kapal laut/EMKL) <i>Handling fee (trucking and shipping)</i>	18.17
6.	Biaya kelancaran B/L \$ US 30/kontainer <i>Administration cost of B/L \$ US 30/container</i>	14.33
7.	Provisi bank 0,125% x US\$ 0,65 x Rp 8.600 <i>Provision of bank 0,125% x US\$ 0,65 x Rp 8.600</i>	6.99
8.	Fumigasi ( <i>Fumigation</i> )	5.62
9.	Fee pengambilan contoh ( <i>Sampling fee</i> )	5.00
10.	Pemasaran (telp, fax, e-mail, dan lainnya) <i>Marketing (telp, fax, e-mail and others)</i>	5.00
11.	Sertifikasi mutu ( <i>Certificate of Quality</i> )	2.00
12.	Fee penimbangan ( <i>Weighing fee</i> )	2.00
13.	Sertifikasi sanitasi ( <i>Phytosanitary certificate</i> )	1.00
14.	Biaya cadangan ( <i>Reserved Cost</i> )	35.00
	Jumlah ( <i>Total</i> )	406.91

Sumber (*Source*):

Beberapa pengeksportir anggota AEKI Lampung (*Some of coffee exporters in Lampung*).

Beberapa surveyor yang ada di Bandar Lampung (*Some of coffee surveyors in Bandar Lampung*).

Dinas instansi terkait (*Related agencies*).

Bank Mandiri (untuk kurs rata-rata negosiasi) (*Mandiri Bank*).

Sebagai contoh, Jepang menggunakan tiga macam peraturan yang berkaitan dengan impor pangan, yaitu *Food Safety Law (FSL)*, *Plant Protection Law and Quarantine Law*. FSL mengatur kandungan maksimum bahan kimia seperti zat aditif atau pemanis, pestisida serta mengatur pelabelan dalam hal nilai gizi, alamat importir lokal dan produsen. Adapun

standar produk yang dijadikan acuan adalah *Japan Agricultural Standards (JAS)*. Selain dari peraturan resmi pemerintah tersebut, yang perlu diperhatikan oleh para pengeksportir adalah adanya persyaratan khusus yang diminta oleh pembeli di luar negeri, misal konsumen Jepang juga menerapkan persyaratan *tasty and beauty* selain *safety*.

USA memberlakukan sistem HSCCP (*Hazard Analysis Critical Control Point*) sejak 18 Desember 1997. Produk-produk perikanan, buah-buahan segar dan makanan lain yang masuk ke USA akan ditolak jika tidak memenuhi persyaratan. Sementara itu UE melalui Komisi Eropa (KE) pada tanggal 7 Mei 2002 telah mensyahkan suatu strategi baru mengenai kebijakan konsumen untuk periode waktu lima tahun (2002–2006). Tujuannya adalah meningkatkan tingkat perlindungan konsumen, penerapan peraturan perlindungan konsumen dalam pembuatan kebijakan UE.

Di beberapa negara di kawasan Asia

Pasifik, pertanian organik menjadi salah satu strategi dalam pengembangan pertanian nasional dan bagian dari program pengurangan kemiskinan masyarakat pertanian di pedesaan. Thailand mencanangkan menjadi produsen pertanian organik terbesar kelima di dunia. Pertanian organik dikembangkan secara sistematis sebagai bagian dari program pertanian nasional. Produk organik unggulan Thailand berupa beras, buah-buahan, rempah-rempah dan herbal, di samping produk-produk perikanan dan ternak organik yang telah dikenal di pasar organik dunia. Dari luas lahan yang dikelola secara organik seluas 13.000 ha (Maret 2005),

Tabel 8. Perkiraan pasar dunia untuk makanan dan minuman organik, 2003–2005  
 Table 8. Estimation of world market for organic foods and beverages, 2003–2005

Pasar Market	Harga ritel 2003 Retail prices 2003 (million US\$)	% terhadap total penjualan % of total sales	Pertumbuhan 2003–2005 (% per tahun) Growth 2003–2005 (% per year)
Jerman ( <i>Germany</i> )	2,800 – 3,100	1.7 – 2.2	5 – 10
Inggris ( <i>UK</i> )	1,550 – 1,750	1.5 – 2.0	10 – 15
Itali ( <i>Italia</i> )	1,250 – 1,400	1.0 – 1.5	5 – 15
Perancis ( <i>France</i> )	1,200 – 1,300	1.0 – 1.5	5 – 10
Swis ( <i>Switzerland</i> )	725 – 775	3.2 – 3.7	5 – 15
Belanda ( <i>Dutch</i> )	425 – 475	1.0 – 1.5	5 – 10
Swedia ( <i>Sweden</i> )	350 – 400	1.5 – 2.0	10 – 15
Denmark ( <i>Denmark</i> )	325 – 375	2.2 – 2.7	0 – 5
Austria ( <i>Austria</i> )	325 – 375	2.0 – 2.5	5 – 10
Belgia ( <i>Belgium</i> )	200 – 250	1.0 – 1.5	5 – 10
Irlandia ( <i>Ireland</i> )	40 – 50	<05	10 – 20
Europa Lainnya ( <i>Other Europe</i> )	750 – 850	-	-
Total Eropa ( <i>Total Europe</i> )	10,000 – 11,000	-	-
AS ( <i>USA</i> )	11,000 – 13,000	2.0 – 2.5	15 – 20
Kanada ( <i>Canada</i> )	850 – 1.000	1.5 – 2.0	10 – 20
Jepang ( <i>Japan</i> )	350 – 450	<05	-
Oseania ( <i>Oceania</i> )	75 – 100	<05	-
Total Dunia ( <i>Total World</i> )	23.000 – 25.000	-	-

Sumber (*Source*) : Korbech-Olesen *cit.* Yussefi & Willer (2004).



Thailand mampu mengekspor produk organik sebesar Rp190 milyar tiap tahunnya.

Di Indonesia, pertumbuhan pasar produk organik juga semakin meningkat terutama di kota-kota besar. Pada tahun 2001, di Jakarta hanya terdapat dua toko/outlet yang memasarkan produk organik, saat ini lebih dari 12 supermarket, restoran dan outlet khusus yang memasarkan produk organik. Sebagian besar produk yang dipasarkan di pasar lokal adalah sayuran segar dan beras. Terdapat juga produk organik impor terutama produk organik olahan baik yang disertifikasi atau tidak disertifikasi yang dipasarkan di pasar lokal. Indonesia sebagai negara kepulauan dan tropik memiliki potensi sebagai produsen organik dunia, tetapi sayangnya potensi tersebut belum tergarap optimal. Produk organik utama Indonesia yaitu beras, sayuran, buah-buahan, kopi, mete, rempah-rempah, herbal, minyak kelapa murni, madu, produk liar (*wild product*), dan udang. Khusus untuk kopi, vanilla, mete dan udang telah diekpor ke pasar Eropa, AS dan Jepang. Nilai volume pemasaran produk organik Indonesia tidak diketahui dengan pasti karena ketiadaan *database* pertanian organik.

Pengembangan kopi organik di perkebunan rakyat cukup prospektif. Produk kopi organik merupakan hasil penanaman yang pemeliharaannya menggunakan bahan-bahan alami, misalnya pestisida nabati, dan lain-lain tanpa menggunakan bahan-bahan kimia. Hasil produksinya direncanakan untuk memenuhi kebutuhan pasar di Eropa, yang belakangan ini semakin selektif atas konsumsi produk-produk hasil pertanian.

Budi daya produk kopi organik direncanakan menjadi andalan usaha komoditas tersebut di Jawa Barat, untuk berupaya bersaing di pasaran internasional. Upaya tersebut akan dilakukan untuk mencoba mengatasi anjloknya harga kopi dunia, termasuk Indonesia, akibat “serbuan” kopi murah asal Vietnam di pasaran dunia belakangan ini. Sejauh ini, penanaman kopi organik sudah dirintis di Kecamatan Pangalengan Kabupaten Bandung seluas 150 hektare dari jenis Arabika, yang sudah memasuki tahun ketiga. Komoditas kopi organik juga telah mulai berkembang di Bali dan Lampung. Menurut pengurus PUSKUD Malang, pihaknya pernah mengekspor kopi organik (Arabika) dari Bali sebanyak 10 ton ke Uni Eropa dengan harga beli sebesar Rp50.000,-/kg. Kopi organik yang dibeli oleh Eropa tersebut telah mendapat sertifikat khusus organik dari Eropa dengan pemantauan dari segi budi daya dan lingkungan sekitar 10 tahun.

Dengan ditanamnya kopi organik di Jawa Barat, areal penanaman serupa di Indonesia kini menjadi tiga daerah setelah sebelumnya di Aceh dan Papua. Secara umum, penanaman kopi di Jabar, dilakukan berasal dari perkebunan rakyat, kebanyakan di Kabupaten Bandung dan Sumedang, dan belakangan dikembangkan di Garut. Produknya di Kabupaten Sumedang kebanyakan dari jenis Robusta, sedangkan di Kabupaten Bandung dari jenis Arabika.

Permintaan kopi organik tampaknya akan terus meningkat seiring dengan kesadaran dan keamanan pangan masyarakat. Harga jual-pun cukup menjanjikan, sehingga

berpeluang meningkatkan pendapatan usahatani secara signifikan. Pengembangan kopi organik sesungguhnya tidaklah terlalu sulit, asalkan dalam budidayanya benar-benar tanpa curahan input kimiawi, serta sekelilingnya juga tidak terdapat tanaman-tanaman yang banyak menggunakan input kimiawi. Hal ini sesungguhnya dapat terwujud, mengingat sentra-sentra kopi nasional seperti di Jawa Timur, Lampung dan Sulawesi Selatan selama ini memang sangat jarang dalam budidayanya para petani menggunakan pestisida. Di samping itu, pada saat pascapanennya-pun juga harus aman dan terjamin kebersihannya.

Namun, masih banyak kendala yang dihadapi bagi para pelaku pertanian organik di Indonesia. Minimnya dukungan pemerintah dalam pengembangan pertanian organik, kurang terkoordinasinya para pelaku pertanian organik, beragamnya pemahaman pertanian organik, sertifikasi dan akses pasar serta permasalahan teknis lainnya merupakan beberapa permasalahan yang dihadapi petani dalam mengembangkan pertanian organik di Indonesia.

Untuk itu, pemerintah perlu menyadari bahwa pertanian organik merupakan salah satu pilihan dalam produksi pertanian yang memungkinkan usaha kecil Indonesia menjaga ketahanan pangan rumah tangga dan penghasilan yang cukup sambil meregerasi tanah, memperoleh kembali keanekaragaman hayati, dan menyediakan pangan bermutu bagi masyarakat lokal. Sejalan dengan meningkatnya kesadaran konsumen akan keamanan pangan, isu perlindungan lingkungan, isu pemberdayaan petani, pemerintah bersama *stakeholder* lainnya

harus melakukan berbagai upaya untuk mempromosikan dan mengembangkan pertanian organik.

Selain itu, petani dan produsen makanan ke depan perlu didorong untuk sedikit demi sedikit menerapkan sistem pertanian organik. Hal ini penting mengingat Indonesia menguasai lebih dari 20% lahan pertanian tropis dengan plasma nutfah yang beragam. Ke depan, kebijakan pemerintah mungkin perlu ditinjau kembali agar perhatian terhadap pertanian organik lebih dapat ditingkatkan. Terlebih dengan terjadinya krisis pasokan gas bagi beberapa industri pupuk, perlu ada alternatif pengganti agar petani tidak kekurangan input produksi yang sangat vital ini. Dengan penerapan pertanian organik tentu saja ketergantungan petani kita akan pupuk kimia dapat dikurangi.

Dukungan pemerintah terhadap pertanian organik telah mulai direalisasikan. Pemerintah melalui Departemen Pertanian menerapkan program peningkatan mutu dan keamanan produk pertanian Indonesia, termasuk kopi sehingga produk dimaksud mempunyai daya saing yang tinggi. Terkait itu, pemerintah akan mengusulkan revisi PP 28/2004 agar sistem pertanian organik dapat masuk dan diatur dalam PP (Peraturan Pemerintah) tersebut.

Untuk meningkatkan kepercayaan pasar, program sertifikasi dan pembinaan juga terus ditingkatkan sehingga program sertifikasi organik Indonesia diakui dunia dan para petani tidak perlu membayar mahal biaya sertifikasi. Pelatihan Sistem Pengawasan Mutu Internal (*Internal Control System=ICS*) perlu diperluas sehingga lebih banyak lagi kelompok tani yang tersentuh program ini.

Departemen Pertanian melalui Direktorat Jenderal teknis yang ada sudah siap membantu memfasilitasi pelatihan ini kepada para petani.

## KESIMPULAN DAN IMPLIKASI KEBIJAKAN

### Kesimpulan

1. Ekspor kopi biji Indonesia belum berorientasi pasar, melainkan masih berorientasi produksi. Fakta menunjukkan bahwa perkembangan volume ekspor tidak sejalan dengan perkembangan harga ekspor, melainkan sejalan dengan perkembangan produksi. Nilai ekspor kopi Indonesia selama periode tahun 1995–2004 lebih rendah bahkan tidak sejalan dengan perkembangan volume ekspor, tetapi sejalan dengan perkembangan harga ekspor. Dengan harga kopi biji yang cenderung turun, maka nilai ekspor kopi biji pada periode tersebut juga mengalami penurunan.
2. Jepang dan Jerman merupakan dua negara tujuan utama ekspor kopi biji Indonesia. Jenis kopi biji yang diekspor didominasi kopi Robusta dengan tingkat mutu rendah (grade V dan VI). Peningkatan mutu kopi biji perlu menjadi perhatian seperti halnya dilakukan oleh Vietnam terutama dalam rangka memperoleh premi harga.
3. Beberapa permasalahan yang dihadapi oleh pengeksport kopi nasional antara lain adalah kegagalan kebijakan retensi stok internasional sehingga harga tetap ditentukan oleh pembeli (*buyers market*), kualitas/mutu kopi biji yang rendah, terpengaruh isu kontaminasi *Ochratoxin A* untuk kopi yang diekspor, dan biaya ekspor yang tinggi.
4. Daya saing kopi biji Indonesia lebih rendah dibandingkan kopi biji yang dihasilkan negara-negara pesaing ekspor, seperti Kolumbia, Honduras, Peru, Brazil, dan Vietnam. Daya saing kopi biji Indonesia tersebut juga cenderung turun selama periode tahun 1995–2004. Kelemahan daya saing ini perlu disikapi secara cermat untuk menghindarkan diri dari keterpurukan berkepanjangan.
5. Kelemahan daya saing kopi biji Indonesia berimplikasi perlunya memerhatikan pengembangan kopi organik. Seiring dengan berkembangnya permintaan produk-produk pertanian organik, termasuk kopi organik, Indonesia mempunyai kesempatan untuk mengembangkan kopi organik. Beberapa daerah, seperti Jawa Barat dan Bali, telah mengembangkan kopi organik dan kopi dari kedua daerah tersebut telah diekspor ke beberapa negara Eropa. Permintaan kopi organik tersebut tampaknya akan terus meningkat seiring dengan kesadaran dan keamanan pangan masyarakat. Harga jual pun cukup menjanjikan, sehingga peluang ini jika bisa diraih akan dapat meningkatkan pendapatan usahatani secara signifikan.

### Implikasi Kebijakan

1. Sejalan dengan perkembangan perdagangan kopi biji dunia yang semakin kompetitif, maka ekspor kopi biji Indo-

nesia harus mulai diarahkan untuk berorientasi pasar. Untuk itu, pemerintah Indonesia perlu memfasilitasi pengembangan pasar melalui berbagai kebijakan ekspor kopi biji, seperti pemberian informasi pasar (harga, mutu, pasar yang sedang tumbuh, pasar potensial, dan lainnya) dan penyediaan kemudahan-kemudahan ekspor, seperti pengembangan infrastruktur di pelabuhan dan kredit ekspor.

2. Dalam rangka peningkatan mutu biji kopi, pemerintah perlu mengembangkan standar mutu nasional dengan mengacu pada hasil penelitian dan berorientasi internasional. Untuk memenuhi Standar Nasional Indonesia (SNI) yang berorientasi internasional tersebut, teknologi pengolahan kopi oleh petani perlu diperbaiki dengan penggunaan peralatan yang diperlukan untuk pengolahan kopi, baik dengan proses basah maupun proses kering. Selain itu, penerapan teknologi proses pengeringan juga diperlukan untuk mencegah pertumbuhan jamur yang dapat mengakibatkan timbulnya OTA.
3. Peningkatan daya saing kopi biji Indonesia di pasar internasional memerlukan langkah-langkah perbaikan kinerja dan dukungan kebijakan ekspor yang kondusif bagi ekspor kopi. Selain perbaikan mutu kopi, langkah lain yang diperlukan adalah mengefisienkan biaya ekspor dengan cara mengurangi bahkan menghilangkan beban biaya operasional di pelabuhan, seperti biaya cadangan, maupun sebelum di pelabuhan. Insentif fiskal dan moneter, seperti penghapusan atau keringanan pajak dan penyediaan kredit ekspor dengan

bunga rendah, merupakan alternatif kebijakan yang dapat diterapkan.

4. Dalam rangka pengembangan kopi organik, sosialisasi berbagai hal yang terkait dengan standar dan implementasi budidaya, pengolahan dan perdagangan kopi organik perlu dilakukan. Selain sosialisasi, pemerintah perlu memfasilitasi produsen dan pengeksportir kopi organik dengan penyediaan informasi pasar dan kemudahan-kemudahan ekspor lainnya.

#### DAFTAR PUSATAKA

- AEKI (Asosiasi Eksportir Kopi Indonesia) (2005). *Data Ekspor Impor Kopi*. AEKI Komisariat Jawa Timur, Surabaya.
- Agustian, A.; S.P. Yatna; Supadi & A. Askin (2003). *Analisis Pengembangan Agroindustri Komoditas Perkebunan Rakyat Dalam Mendukung Peningkatan Daya Saing Sektor Pertanian*. Puslitbang Sosek Pertanian, Bogor.
- Arjantono & A. Sukadarisyanto (1999). Pengalaman memproduksi kopi spesialti "Java Coffee" PT Perkebunan Nusantara XII (PERSERO). *Warta Pusat Penelitian Kopi dan Kakao*, 15, 161-166.
- Cai, J. & PS. Leung (2005). *Toward a More General Measure of Revealed Comparative Advantage Variation*. College of Tropical Agriculture and Human Resources, University of Hawaii at Manoa.
- Direktorat Jenderal Pengolahan dan Pemasaran Hasil Pertanian (2004). *Diplomasi Indonesia di Sektor Pertanian pada Forum Kerjasama Internasional*. Direktorat Jenderal Pengolahan dan Pemasaran Hasil Pertanian, Jakarta.

- FAO (2005). *Data Ekspor-Impor Komoditas Kopi, Kakao dan Lada. 1995–2004*. www.fao.org.
- Ismayadi, C. (1998). Upaya perbaikan mutu kopi Arabika spesialti dataran tinggi Gayo, Aceh. *Warta Pusat Penelitian Kopi dan Kakao*, 4, 45–54.
- Ismayadi, C., B. Sumartobo; A. Marsh & R. Clarke (2005). Influence of storage on wet Arabica parchment prior to wet hulling on mould development, Ochratoxin A contamination and cup quality of Mandheling coffee. *Pelita Perkebunan*, 21, 131–146.
- Kindleberger, C.P & P. H. Lindert (1978). *International Economics*. Richard D. Irwin, Inc. Sixth edn. Illinois, USA
- Simatupang (2002). *Daya Saing Komoditas Jagung*. Puslitbang Sosek Pertanian, Bogor.
- Yussefi, M. & H. Willer (2004). *The World of Organic Agriculture 2004 Statistics and Future Prospects*. International Federation of Organic Agriculture Movements (IFOAM), Tholey-Theley, Germany.

\*\*\*\*\*