

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Sejarah kopi telah dicatat sejauh pada abad ke-9. Pertama kali, kopi hanya ada di Ethiopia, di mana biji-bijian asli ditanam oleh orang Ethiopia dataran tinggi. Akan tetapi, ketika bangsa Arab mulai meluaskan perdagangannya, biji kopi pun telah meluas sampai ke Afrika Utara dan biji kopi di sana ditanam secara massal. Dari Afrika Utara itulah biji kopi mulai meluas dari Asia sampai pasaran Eropa dan ketenarannya sebagai minuman mulai menyebar.¹

Kegiatan perdagangan kopi merupakan jaringan usaha dari negara-negara penghasil kopi dan pengimpor kopi. Perdagangan kopi internasional memerlukan dukungan dan perbankan, asuransi, telekomunikasi dan jaringan media informasi. Kopi merupakan komoditi penyegar yang diperlukan oleh penduduk dunia, mulai dari desa-desa kecil di pelosok negara hingga kota-kota metropolitan bahkan menyentuh pusat pusat pariwisata internasional dibanyak negara dimana minuman kopi itu sendiri dijadikan sebagai penghangat pertemuan baik di kantor, kampung , hingga jamuan internasional.

Kopi merupakan salah satu komoditas unggulan dalam subsector perkebunan di Indonesia karena memiliki peluang pasar yang baik di dalam negeri maupun luar negeri. Sebagian besar produksi kopi di Indonesia merupakan komoditas perkebunan yang dijual ke pasar dunia. Menurut International Coffee Organization (ICO) konsumsi kopi meningkat dari tahun ke tahun sehingga peningkatan produksi kopi di Indonesia memiliki peluang besar untuk

¹ https://id.wikipedia.org/wiki/Sejarah_kopi, diakses pada 27 Februari 2017

mengekspor kopi ke negara-negara pengonsumsi kopi utama dunia seperti Uni Eropa, Amerika Serikat dan Jepang.

Kopi memang menjadi salah satu tanaman rakyat yang diwajibkan pemerintah Hindia Belanda dalam pelaksanaan *cultuur-stelsel*. Daerah-daerah dari luar Jawa, terutama Sumatera, kemudian diharuskan menanam kopi. Perkembangannya cukup pesat, menyebar ke daerah-daerah diluar Jawa, Karena Pemerintah Hindia Belanda menjadikan kopi sebagai salah satu komoditas ekspor yang utama.²

Areal tanaman kopi yang sudah berkembang pesat itu sayangnya belum bisa optimum produktifitasnya. Hasil yang mereka capai hanya berkisar 40% dan 60% dari hasil yang dicapai perkebunan-perkebunan besar. Hal itu disebabkan kopi rakyat tidak menggunakan bibit dari klon unggul. Pemeliharaannya pun kurang baik. Jenis kopi yang dihasilkan kebanyakan Robusta, mencapai 90% dari produksi kopi nasional, selebihnya kopi Arabika.

Indonesia merupakan Negara agraris yang cukup subur untuk lahan pertanian dan perkebunan termasuk untuk pengembangbiakan tanaman kopi, maka merupakan suatu hal yang wajar ketika Indonesia menjadi Negara pengekspor kopi jenis robusta terbesar di dunia. Kopi merupakan komoditas utama perdagangan terbesar kedua setelah gas dan minyak, namun dibalik harga kopi Indonesia yang terus membaik justru dunia perekonomian Indonesia mengalami penurunan, hal ini disebabkan oleh perkembangan kopi yang tidak disertai dengan peningkatan standar mutu kopi yang dihasilkan petani Indonesia.³

Standar Mutu Biji Kopi sudah digalakkan Sejak tahun 1978 melalui SK Menteri Perdagangan No. 108/Kp/VII/78 Tanggal 1 Juli 1978. Standar mutu biji kopi yang digunakan adalah system triase. Namun demikian, sejak tanggal 1 Oktober 1983 sampai saat ini, untuk

² *Nawa Warsa AEKI Berkarya (1979-1988)*, Asosiasi Eksportir Kopi Indonesia (Jakarta:1988). hlm.3

³ Drs. Syafrinjal Datuk Sinaro Pascal, *30 Tahun AEKI Berkarya* (Jakarta:AEKI,2009), hlm.6

menetapkan mutu kopi, Indonesia menggunakan system nilai cacat (*Defects Value System*) sesuai keputusan *ICO (International Coffe Organization)*. Dalam system cacat ini, semakin banyak nilai cacatnya, maka mutu kopi akan semakin rendah dan sebaliknya semakin kecil nilai cacatnya maka mutu kopi semakin baik.⁴

Saat ini, peningkatan produksi kopi di Indonesia masih terhambat oleh rendahnya mutu biji kopi yang dihasilkan sehingga mempengaruhi pengembangan produksi akhir kopi. Hal ini disebabkan, karena penanganan pasca panen yang tidak tepat antara lain proses fermentasi, pencucian, sortasi, pengeringan, dan penyangraian. Selain itu spesifikasi alat/mesin yang digunakan juga dapat mempengaruhi setiap tahapan pengolahan biji kopi.

Oleh karena itu, untuk memperoleh biji kopi yang bermutu baik maka diperlukan penanganan pasca panen yang tepat dengan melakukan setiap tahapan secara benar. Proses penyangraian merupakan salah satu tahapan yang penting, namun saat ini masih sedikit data tentang bagaimana proses penyangraian yang tepat untuk menghasilkan produk kopi berkualitas.

Mutu atau kualitas kopi yang dihasilkan oleh petani memiliki relevansi yang kuat terhadap wajah perekonomian Indonesia, selain itu pangsa pasar pun menjadi salahsatu hal yg diperlukan dalam hal ini. Para petani kopi tidak bisa dibiarkan begitu saja tanpa pembinaan-pembinaan yang dilakukan secara berkala. Mengingat apabila mutu kopi petani bisa diperbaiki (terutama untuk jenis robusta pengolahannya masih petik merah atau semi basah) tentu ketika harga turun para petani kopi tidak akan begitu terpukul, terlebih apabila kita mampu menaikkan produktivitas melalui peremajaan menggunakan bibit unggul. Jika berbagai program

⁴ <https://multimeter-digital.com/standar-mutu-biji-kopi.html> ,diakses pada 13 maret 2017

pembinaan petani ini dilakukan secara bersama-sama, intensif dan berkesinambungan maka hal ini akan memberikan hasil yang optimal. Dalam aplikasinya, melalui penyuluhan yang berkesinambungan para petani kopi diajak untuk melakukan diversifikasi dengan menanam tanaman di area kebun kopinya.

Kopi merupakan komoditas tropis utama yang diperdagangkan di seluruh dunia dengan kontribusi setengah dari total ekspor komoditas tropis. Popularitas dan daya tarik dunia terhadap kopi, utamanya dikarenakan rasanya yang unik serta didukung oleh faktor sejarah, tradisi, sosial dan kepentingan ekonomi (Ayelign et al, 2013). Selain itu, kopi adalah salah satu sumber alami kafein (Nawrot et al, 2003) zat yang dapat menyebabkan peningkatan kewaspadaan dan mengurangi kelelahan (Smith, 2002). Minuman kopi, minuman dengan bahan dasar ekstrak biji kopi, dikonsumsi sekitar 2,25 milyar gelas setiap hari di seluruh dunia (Ponte, 2002). Pada tahun 2013, *International Coffee Organization (ICO)* memperkirakan bahwa kebutuhan bubuk kopi dunia sekitar 8,77 juta ton (ICO, 2015).⁵

Sebagai negara penghasil kopi terbesar ketiga di dunia setelah Brasil dan Vietnam,, Indonesia mampu memproduksi sedikitnya 748 ribu ton atau 6,6 % dari produksi kopi dunia pada tahun 2012. Dari jumlah tersebut, produksi kopi robusta mencapai lebih dari 601 ribu ton (80,4%) dan produksi kopi arabika mencapai lebih dari 147 ribu ton (19,6%). Luas lahan perkebunan kopi di Indonesia mencapai 1,3 juta hektar(ha) dengan luas lahan perkebunan kopi robusta mencapai 1 juta ha dan luas lahan perkebunan kopi arabika mencapai 0,30 ha⁶

Konsumen kopi terus memaksakan penerapan standar baru dalam perdagangan kopi. Program ini adalah *C4 (Common Code for The Coffee Community)*. Rencana kebijakan C4 ini

⁵ Rhendy Kencana Putra w, S.Si, *Outlook Kopi* (Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian Sekretariat Jenderal - Kementerian Pertanian, 2015) hlm. 1

⁶ <http://www.kemenperin.go.id/artikel/6611/Produksi-Kopi-Nusantara-Ketiga-Terbesar-Di-Dunia.%20Diakses%2028%20Agustus%202013>, 09 maret 2017

mengindikasikan mulai gencarnya upaya-upaya yang dilakukan Negara-negara konsumen untuk menerapkan standarisasi komoditas ekspor yang mereka konsumsi, terlepas dari hal tersebut kebijakan ini masih menimbulkan spekulasi mengenai keuntungan dan kerugian yang akan ditimbulkan dari adanya program ini.⁷

C4 merupakan inisiatif Negara konsumen untuk mengatur permintaan pasokan kopi melalui penerapan prinsip keberlanjutan mata rantai biji kopi sebagaimana prinsip sustainability dari *UN Millenium Development Goals* yang harus memenuhi dimensi social dan ekonomi para petani dan keluarganya, namun metode ini masih berbenturan dengan Negara-negara produsen yang masih menggunakan metode sederhana dan alat-alat tradisional.

Krisis ekonomi telah memukul para petani kopi di Negara-negara produsen kopi di dunia. Hasil penjualan kopi tidak cukup untuk menutupi biaya produksinya. Banyak keluarga petani kopi yang kehidupannya tidak bisa lagi digantungkan pada mata pencaharian mereka sebagai petani kopi, padahal segala kebutuhan mereka bergantung pada profesi ini, dan ketika harga kopi jatuh mereka pun mengalami siklus yang serupa.

Dalam posisi harga jatuh sudah tentu hal itu bisa melemahkan semangat petani untuk menghasilkan kopi. Karena itu diperlukan sebuah mekanisme yang bisa memberikan kekuatan harga, sehingga petani tetap bersemangat memproduksi kopi. Apalagi Indonesia sebagai Negara produsen kopi di pasaran internasional, bursa komoditas merupakan sarana penunjangnya.⁸

Eropa tidak memproduksi kopi, karena itu Eropa bergantung sepenuhnya pada impor dari Negara-negara produsen kopi (negara berkembang), baik untuk konsumsi dalam negeri maupun untuk diekspor kembali. *Supplier* utama Eropa adalah Brazil dan Vietnam. Pasar kopi

⁷ *Warta AEKI*, Agustus 2000, hal 1

⁸ *Nawa Warsa AEKI Berkarya (1979-1988)*, Asosiasi Eksportir Kopi Indonesia (Jakarta:1988), hlm.59

Eropa masih tergolong potensial, baik untuk kopi arabika maupun robusta. Banyak segmentasi pasar yang dijabarkan untuk semakin mengenal pasar Eropa, baik berdasarkan letak geografis, kualitas kopi, maupun berdasarkan tempat mengonsumsi kopi. Segmentasi-segmentasi ini akan memudahkan produsen untuk menentukan pasar yang ingin disasar berdasarkan kompetensi yang dimiliki dan jenis kopi yang diproduksi.

ICO mencatat Eropa menjadi importer kopi terbesar di dunia, menyerap hampir setengah produksi kopi dunia. Beberapa tahun yang lalu Brazil, Vietnam, dan Honduras konsisten bertahan sebagai *top-3 suppliers* kopi ke Uni Eropa (EU). Posisi ketiga Honduras pernah diduduki Indonesia selama periode 2009-2012. Ini membuktikan bahwa Indonesia juga pernah menjadi salah satu eksportir andalan di Eropa.

Indonesia memang merupakan negara produsen kopi terbesar ketiga di dunia, tetapi hanya sebagian kecil yang diproduksi berdasarkan standar *sustainability* (keberlanjutan). Padahal, EU merupakan pasar global terbesar untuk kopi berbasis *sustainability*. Uni Eropa juga mensyaratkan *traceability* atau pelacakan produk kopi mulai dari sumber awal hingga tersedia di meja konsumen.

Faktor utama yang berperan dalam peningkatan mutu dan produksi adalah sumber daya manusia dengan tujuan akhir kesejahteraan petani. Kesejahteraan petani dapat dicapai ketika para petaninya memiliki kompetensi yang cukup menjanjikan. Untuk mendukung atau mewujudkan petani-petani yang memang memiliki keterampilan yang baik. Pembinaan-pembinaan yang berkala sangat diperlukan agar para petani memiliki dasar-dasar kemampuan yang selanjutnya bisa dikembangkan secara lebih baik lagi.⁹

⁹ Lihat, *Kopi Indonesia*, edisi 132/Th XIII/Mei-Juni-Juli 2006, hlm.14

Para eksportir kopi Indonesia memandang perlu membentuk wadah tunggal, asosiasi, untuk mencapai kedudukan terbaik di pasaran kopi dunia. Di samping itu pun bermanfaat bagi kepentingan para anggota sendiri maupun kepentingan memadukan usaha bersama dengan Pemerintah dalam menunjang pemasukan devisa Negara. Kemudian lahirlah AEKI (Asosiasi Eksportir Kopi Indonesia) yang di dunia perkopian internasional dikenal dengan nama *AICE* (*Association of Indonesian Coffee Exporters*), pada tanggal 30 Juli 1979.¹⁰

Keberadaan AEKI diharapkan dapat meningkatkan kualitas komoditas ekspor internasional sehingga dapat menembus pasar internasional yang nantinya pasar internasional itu sendiri akan menjadi tempat bagi para eksportir kopi untuk menggalang kerjasama, selain daripada itu AEKI diharapkan untuk aktif dalam pembinaan petani kopi dan juga turut membantu dalam penyediaan alat-alat pertanian dalam produksi kopi yang tentunya lebih modern lagi guna menunjang kualitas biji kopi Indonesia.

Sementara itu, ekspor kopi Indonesia mau tak mau mesti mengikuti kondisi pasaran dunia. Ekspor itu sering kali mendapat tekanan dari Negara importir, dengan berbagai macam alasan. Entah itu soal mutu, soal peraturan perdagangan internasional, dan lain sebagainya. Dan bisa saja terjadi, antara sesama eksportir seperti diadu oleh importer, sehingga muncul persaingan diantara para eksportir kopi baik di Indonesia maupun di dunia internasional. Importir jadi mudah memainkan perannya untuk menekan harga kopi di Indonesia.

Hal itu merugikan ekspor komoditas kopi secara nasional. Perlakuan yang menekan harga kopi Indonesia itu mesti bisa dihindari. Wajar bila persoalan tata niaga kopi internasional itu dipecahkan para eksportir Indonesia secara bersama, karena hal itu memang merupakan

¹⁰ *Nawa Warsa AEKI Berkarya (1979-1988)*, Asosiasi Eksportir Kopi Indonesia (Jakarta:1988)

masalah bersama. AEKI mencoba mengembangkan langkah untuk membentuk kesatuan pandangan dalam menghadapi persoalan tata niaga internasional tersebut.¹¹

Mutu kopi memang pada akhirnya amat menentukan harga dan daya saingnya diluar negeri. Apalagi mengingat 80% volume produksi kopi Indonesia memasuki pasaran ekspor, sehingga mutu menjadi salah satu tuntutan untuk meningkatkan nilai tambahnya.

Jauh sebelum kopi siap di eskpor, persoalan mutu pertama kali berada di tangan petani sepenuhnya. Hal itu antara lain tergantung kemampuan dan pengetahuan petani, mulai dari seleksi pemetikan kopinya sampai dengan penanganan pasca panennya. Memang belum dapat dikatakan memuaskan, kecuali bila telah bertahun-tahun diusahakan peningkatan pengetahuan petani kopi.

Namun kemampuan petani dalam memperbaiki mutu itu dihadapkan pada masalah keterbatasan dana. Petani kurang modal untuk membeli peralatan atau mesin-mesin yang diperlukan untuk mengolah buah dari biji kopi. Sedangkan peralatan yang dimiliki terbatas, karena hanya bisa menampung 20% dari potensi produksi kopi rakyat.

Terlepas dari perannya sebagai wadah dari perekonomian Indonesia, AEKI kerap kali menemui hambatan-hambatan dalam menangani permasalahan-permasalahan kopi, telebih masalah kucuran dana dari pemerintah yang tidak seimbang dengan biaya yang dibutuhkan. Tantangan yang dihadapi perkopian Indonesia pun kian beragam, dari mulai harga kopi yang menurun hingga persyaratan-persyaratan yang semakin ketat dalam menembus Negara-negara importir kopi. Kurangnya perhatian pemerintah dalam memberikan bimbingan dan dorongan kepada eksportir kopi Indonesia. Tidak dipungkiri memang dana yang dimiliki oleh Indonesia masih jauh dari cukup untuk memenuhi segala kebutuhan untuk menembus pasar internasional

¹¹ Ibid

terutama pasar eropa ataupun turut serta dalam memainkan percaturan kopi dunia dan kurangnya dana menjadi salah satu penghambat pula dalam kerjasama yang dicanangkan Indonesia dengan Vietnam yang belum terlaksana.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka penulis mengangkat judul “Peran Asosiasi Eksportir Kopi Indonesia (AEKI) Dalam Meningkatkan Standar Mutu Kopi Sesuai dengan Common Code For Coffee Community (C4) Guna Menembus Pasar Eropa”.

B. Identifikasi Masalah

1. Bagaimana peluang dan kendala yang dihadapi Indonesia dalam memasuki pasar Eropa?
2. Bagaimana peran AEKI dalam meningkatkan standar mutu kopi Indonesia?
3. Bagaimana strategi yang dilakukan AEKI dalam menembus pasar Eropa sesuai standar Common Code For Coffee Community?

1. Pembatasan Masalah

Agar penelitian lebih fokus dan tidak meluas dari pembahasan yang dimaksud, dalam skripsi ini penulis membatasinya pada ruang lingkup penelitian, yaitu peran AEKI dalam menembus pasar eropa. Periode yang di teliti dibatasi dari tahun 2009 sampai 2012.

2. Perumusan Masalah

Berdasarkan indentifikasi masalah dan pembahasan masalah, dan agar mempermudah dalam menganalisa masalah yang ada, serta mendapatkan kejelasan dari masalah-masalah yang akan di teliti, maka ditarik rumusan masalah yaitu **“Sejauh mana upaya AEKI dalam**

meningkatkan standar mutu kopi sesuai dengan standar Common Code for Coffee Community guna menembus pasar Eropa?”

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui kendala yang dihadapi Indonesia dalam memasuki pasar Eropa.
- b. Untuk mengetahui peran AEKI dalam meningkatkan standar mutu kopi.
- c. Untuk mengetahui upaya yang dilakukan AEKI dalam menembus pasar Eropa sesuai standar Common Code for Coffee Community

2. Kegunaan Penelitian

- a. Hasil penelitian diharapkan dapat menambah wawasan pengetahuan penulis.
- b. Sebagai salah satu sarana dalam menempuh ujian strata 1 pada Jurusan Hubungan Internasional.

D. Kerangka Teoritis dan Hipotesis

1. Kerangka Teoritis

T May Rudy dalam bukunya **Hubungan Internasional Kontemporer dan Masalah-Masalah Global**, yaitu :

“Hubungan Internasional Kontemporer, selain mengkaji tentang hubungan politik, juga mencangkup kajian lainnya seperti tentang interdependensi perekonomian, perusahaan transnasional, hak-hak asasi manusia, organisai

organisasi dan lembaga swadaya masyarakat (LSM) internasional, lingkungan hidup, gender, dan lain sebagainya”.

Pola interaksi hubungan internasional tidak dapat dipisahkan dengan segala bentuk interaksi yang berlangsung dalam pergaulan masyarakat baik oleh pelaku Negara-negara (states actors) maupun oleh pelaku bukan Negara (non states actors), persaingan ,dan pertentangan.

Di Indonesia kopi merupakan salah satu hasil devisa Negara yang cukup besar. Sebagai negara produsen, Ekspor kopi merupakan sasaran utama dalam memasarkan produk-produk kopi yang dihasilkan Indonesia. Negara tujuan ekspor adalah negara-negara konsumen tradisional seperti USA, negara-negara Eropa dan Jepang. Seiring dengan kemajuan dan perkembangan zaman, telah terjadi peningkatan kesejahteraan dan perubahan gaya hidup masyarakat Indonesia yang akhirnya mendorong terhadap peningkatan konsumsi kopi. Oleh karena itu, secara nasional perlu dijaga keseimbangan dalam pemenuhan kebutuhan kopi terhadap aspek pasar luar negeri (ekspor) dan dalam negeri (konsumsi kopi) dengan menjaga dan meningkatkan produksi kopi nasional.

Dukungan dari Negara lain memang dibutuhkan untuk perkembangan kopi di Indonesia, misalnya dengan melakukan politik luar negeri. Politik luar negeri ini dimaksudkan agar Indonesia memiliki partner bisnis yang dapat membantu pemasaran kopi di Indonesia. Berbicara politik luar negeri maka penulis mengutip pernyataan dari **K. J. Holsti**, yaitu :

“Politik Luar Negeri adalah sebuah cara negara dalam berinteraksi dengan negara lain yang dikehendaki, dimana negara ingin bekerjasama dengan negara lain dalam hal diplomatik, mengeluarkan doktrin, membuat aliansi, mencanangkan tujuan, baik jangka panjang maupun jangka pendek.”

Kegiatan politik luar negeri berkaitan erat dengan pelaksanaan diplomasi suatu negara dalam hubungannya dengan negara lain karena diplomasi merupakan suatu tahapan dalam menjalankan politik luar negeri suatu negara.

Untuk meningkatkan hubungan bilateral antara negara-negara maka perlunya suatu kerjasama internasional yang baik dan adanya saling pengertian dan dalam konstelansi hubungan internasional dewasa ini merupakan keharusan yang wajib dilakukan oleh setiap Negara untuk menjamin kelangsungan hidup berbangsa dan bernegara tanpa mengabaikan kedaulatan dan hak-hak dari negara lain. Kerjasama internasional dilaksanakan guna meningkatkan hubungan bilateral antara dua negara untuk mencapai tujuan nasionalnya. Menurut **Koesnadi Kartasasmita** dalam **Organisasi dan Administrasi Internasional**, menjelaskan pengertian kerjasama internasional, yaitu :

“Kerjasama dalam masyarakat internasional suatu keharusan sebagai akibat terdapatnya hubungan interdependensi dan bertambah kompleksnya hubungan manusia dalam masyarakat internasional. Kerjasama internasional terjadi karena national understanding serta mempunyai arah tujuan sama, keinginan yang didukung oleh kondisi internasional yang saling membutuhkan. Kerjasama itu didasari oleh kepentingan bersama diantara negaranegara, namun kepentingan itu tidak identik (Kartasasmita, 1997: 20)”

Mekanisme pasar global merupakan suatu bentuk aplikasi dari perdagangan internasional, dimana dalam hal ini terjadi bentuk perdagangan namun dalam cakupan yang lebih luas.

Kopi juga telah menjadi realitas yang dapat menciptakan relasi social atau komunitas baru dalam suatu masyarakat. Suatu bentuk kerjasama telah dilakukan oleh Indonesia, hal ini ditujukan untuk memberikan kemudahan bahkan peluang untuk menembus pasar eropa. Organisasi yang melaukan ini adalah AEKI, karena AEKI adalah organisasi kopi di Indonesia. Aliasni yang dilakukan adalah untuk meningkatkan kualitas

biji kopi Indonesia dan untuk mengatasi krisis kopi global yang tengah mengalami *over supply*. Dari hal tersebut, penulis mencoba mengutip pendapat dari **Suwardi Wiriadmadja** tentang **Perdagangan Internasional** dalam bukunya *Pengantar Ilmu Hubungan Internasional*, yaitu :

“Kemakmuran suatu Negara merupakan suatu elemen yang dihasilkan ketika suatu Negara mampu memaksimalkan suatu bentuk perdagangan yang menguntungkan bagi negaranya atau dengan kata lain, ketika suatu Negara melakukan bentuk perdagangan yang menguntungkan maka hal tersebut akan menambah asset atau modal Negara yang selanjutnya akan berimbas pada bergesernya sector-sektor Negara ke arah yang lebih baik”.

AEKI (Asosiasi Eksportir Kopi Indonesia) menjadi wadah asosiasi bagi produsen yang hendak melakukan ekspor. Wadah ini harus dimanfaatkan semaksimal mungkin mengingat eksportir dengan skala kecil akan sulit melakukan distribusi langsung ke Eropa,

Dalam melaksanakan kegiatan perdagangan internasional tidak terlepas dari adanya kegiatan **ekspor dan impor** maka dari itu penulis kutip dari **Wikipedia**, yaitu :

“Ekspor adalah proses transportasi barang atau komoditas dari suatu Negara ke Negara lain. Proses ini seringkali digunakan oleh perusahaan dengan skala bisnis kecil sampai menengah sebagai strategi”.

Sementara pengertian impor, yaitu :

“Impor adalah proses transportasi barang atau komoditas dari suatu negara ke negara lain secara legal, umumnya dalam proses perdagangan. Proses impor umumnya adalah tindakan memasukan barang atau komoditas dari negara lain ke dalam negeri. Impor barang secara besar umumnya membutuhkan campur tangan dari bea cukai di negara pengirim maupun penerima. Impor adalah bagian penting dari perdagangan internasional”.

Penulis akan memaparkan pengertian tentang pasar menurut **Kotler dan Amstrong**, yaitu :

“Pasar adalah seperangkat pembeli aktual dan potensial dari sebuah produk atau jasa. Ukuran dari pasar sendiri tergantung pada jumlah orang yang menunjukkan kebutuhan, memiliki kemampuan dalam pertukaran.”

Pasar dimaksudkan agar menjadi kondusif untuk meningkatkan kompetisi, meningkatkan spesialisasi, memperbesar ekonomi skala, memungkinkan barang dan faktor produksi untuk berpindah ke daerah di mana mereka paling bernilai, sehingga meningkatkan efisiensi alokasi sumber daya. Penulis akan memaparkan mengenai Pasar Tunggal Eropa menurut Wikipedia, yaitu :

“Pasar Tunggal Eropa, Pasar Internal atau Pasar Bersama adalah suatu pasar tunggal yang berupaya menjamin pergerakan bebas barang, modal, jasa dalam Uni Eropa (UE)”

Kuota ekspor kopi yang diperoleh dari ICO dibagikan kepada eksportir kopi yang telah terdaftar di wilayah-wilayah penghasil kopi di seluruh Indonesia berdasarkan surat keputusan dari Departemen Perdagangan Republik Indonesia. Distribusi jatah ekspor kepada para eksportir kopi yang telah terdaftar diatur dengan Surat Keputusan Menteri Perdagangan No. 85/KP/ III/ 86 tanggal 7 Maret 1986 tentang Ketentuan Jatah Nasional Ekspor Kopi (Suryono, 1991). Jatah ekspor kopi nasional tersebut diperhitungkan berdasarkan besarnya produksi kopi di dalam negeri dikurangi konsumsi domestik serta penyediaan penyangga yang perlu dipertahankan.

International Coffee Organization (ICO) merupakan suatu organisasi internasional dari perkopian dunia. ICO bertugas untuk mengorganisir asosiasi-asosiasi kopi di tiap Negara agar alur perkopian lebih terkendali. Adapun pernyataan yang penulis kutip dari **Teuku May Rudy** dalam bukunya **Administrasi dan Organisasi Internasional** memberikan pengertian organisasi internasional, yaitu :

“Organisasi Internasional sebagai pola kerjasama yang melintasi batas-batas negara dengan didasari struktur organisasi yang jelas dan lengkap serta diharapkan untuk berlangsung serta melaksanakan fungsinya secara berkesinambungan dan melembaga guna mengusahakan tercapainya tujuan yang disepakati bersama baik antar pemerintah maupun antar kelompok non pemerintah (Teuku May Rudy, 1998 : 3).”

Para eksportir kopi Indonesia memandang perlu membentuk wadah tunggal, asosiasi, untuk mencapai kedudukan terbaik di pasaran kopi dunia. Di samping itu pun bermanfaat bagi kepentingan para anggota sendiri maupun kepentingan memadukan usaha bersama dengan Pemerintah dalam menunjang pemasukan devisa Negara. Kemudian lahirlah AEKI (Asosiasi Eksportir Kopi Indonesia) yang di dunia perkopian internasional dikenal dengan nama *AICE (Association of Indonesian Coffee Exporters)*, pada tanggal 30 Juli 1979.

Indonesia adalah salah satu negara penghasil kopi dunia, seperti halnya dengan Negara negara eropa seperti Brazil, Kolumbia serta negara asia lain seperti Vietnam. Tanaman kopi di Indonesia, sebagian besar (90 %) di usahakan oleh petani dengan tingkat produktifitas yang masih relative rendah, yaitu hanya berkisar 500 kg/ha. Sedangkan perkebunan swasta dan Negara mampu mencapai produktifitas 1000 kg/ha. jika dilihat dari aspek kualitas/mutu, kopi yang dihasilkan juga masih cukup memprihatinkan, dimana mayoritas masih menempati mutu/grade Sedang/menengah (Grade 3 dan 4). Dengan mutu yang seperti itu, harga jual kopi petani di pasar tentu masih rendah dan inilah yang menyebabkan tingkat pendapatan petani kopi juga rendah. Penulis mencoba mengutip pernyataan tentang standar mutu kopi menurut **Phillip B. Crosby**, yaitu :

“Mutu adalah *conformance to requirement*, yaitu sesuai dengan yang diisyaratkan. Suatu produk memiliki mutu apabila sesuai dengan yang standar atau

kriteria mutu yang telah ditentukan, standar mutu tersebut meliputi bahan baku proses produks dan produksi jadi.”

Konsumen kopi terus memekasakan penerapan standar baru dalam perdagangan kopi. Program ini adalah *C4 (Common Code for The Coffee Community)*. Rencana kebijakan C4 ini mengindikasikan mulai gencarnya upaya-upaya yang dilakukan Negara-negara konsumen untuk menerapkan standariasai komoditas ekspor yang mereka konsumsi, terlepas dari hal tersebut kebijakan ini masi menimbulkan spekulasi mengenai keuntungan dan kerugian yang akan ditimbulkan dari adanya program ini.

C4 merupakan inisiatif Negara konsumen untuk mengatur permintaan pasokan kopi melalui penerapan prinsip keberlanjutan mata rantai biji kopi sebagaimana prinsip sustainability dari *UN Millenium Development Goals* yang harus memenuhi dimensi social dan ekonomi para petani dan kelaurganya, namun metode ini masih berbenturan dengan Negara-negara produsen yang masih menggunakan metode sederhana dan alat-alat tradisional.

2. Hipotesis

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan sebelumnya penulis menarik kesimpulan sementara bahwa **“Jika AEKI mampu meningkatkan standar mutu kopi Indonesia sesuai standarisasi C4 (common Code for Coffee Community), dan turut serta dalam mempromisikan event di luar negeri juga melakukan kerjasama dengan ICO (International Coffee Organization), maka produksi kopi Indonesia yang sudah sesuai standarisasi C4 (common Code for Coffee Community) dapat menembus pasar Eropa”.**

3. Operasionalisasi Variabel dan Indikator

Operasionalisasi variabel dan indikator merupakan suatu pengoperasian variable agar dapat melakukan pembuktian terhadap hipotesis dengan menetapkan indikator-indikator dari variable penelitian yang bertolak ukur pada konsep teoritik, konsep empirik, dan konsep analisis.

Tabel 1.1

Tabel Operasionalisasi Variabel dan Indikator

Variabel Hipotesis (Teoritik)	Indikator (Empirik)	Verifikasi (Analisis)
Variabel Bebas : AEKI mampu meningkatkan standar mutu sesuai C4 (Common Code For Coffee Community)	1. Menyediakan alat pengering kopi agar petani tidak lagi menjumur kopi diatas tikar 2. Melakukan repackage agar lebih menarik perhatian konsumen	1. Penyediaan alat produksi kopi yang lebih modern 2. Mengubah bentuk kemasan dari kopi Indonesia guna menarik konsumen

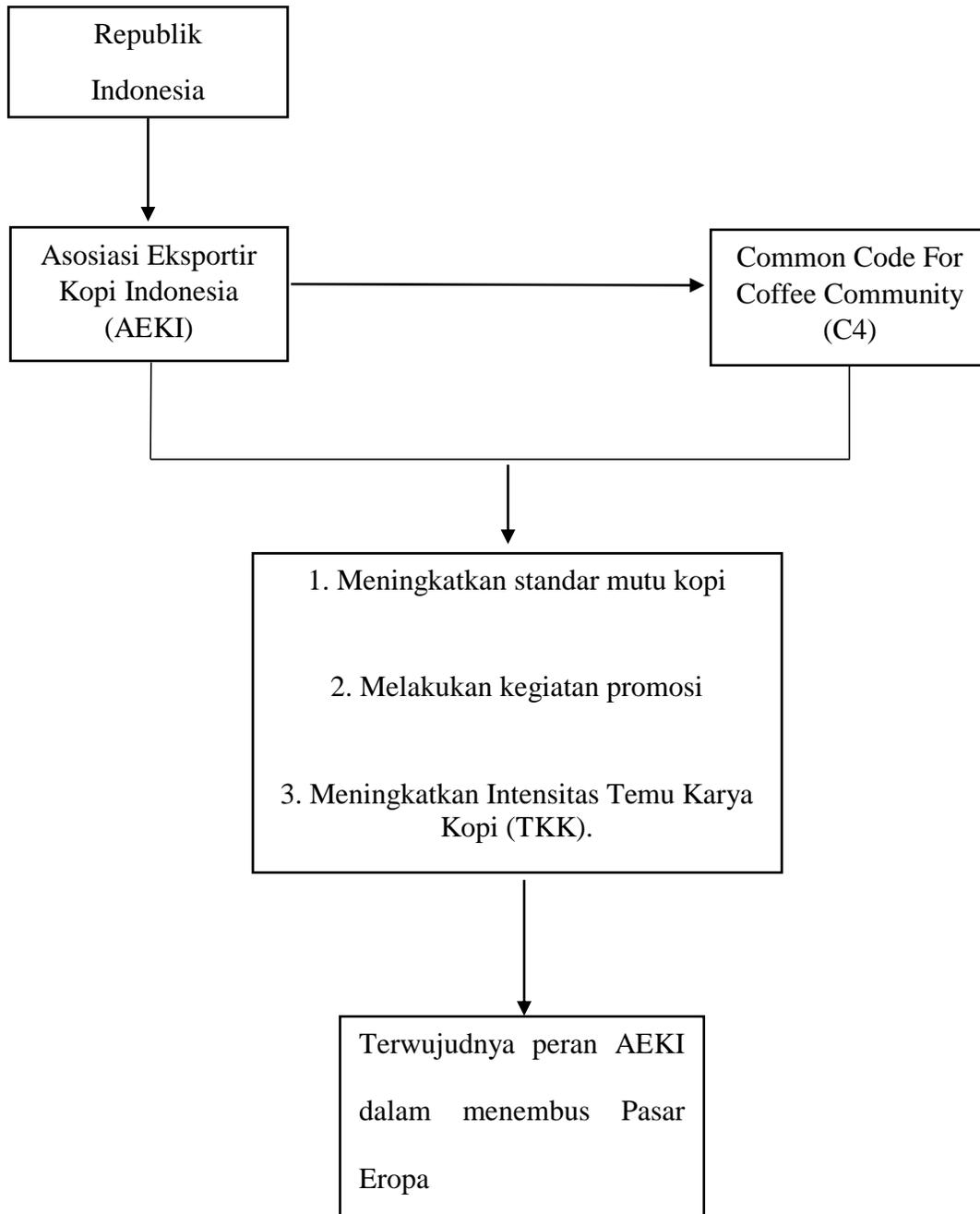
	<p>3. Meningkatkan produktivitas ekspor.</p> <p>4. Turut serta dalam promosi event di luar negeri.</p> <p>5. Meningkatkan hubungan kerjasama dengan ICO</p>	<p>3. Menjadikan jumlah presentasi ekspor lebih banyak daripada impor.</p> <p>4. Menghadiri secara intensif event di luar negeri, seperti Pameran World of Coffee.</p> <p>5. Kerjasama yg dijalin AEKI dan ICO yg telah dilakukan sejak 1979</p>
Variabel Hipotesis (Teoritik)	Indikator (Empirik)	Verifikasi (Analisis)
Variabel Terikat : Indonesia mampu memproduksi kopi sesuai dengan sesuai standarisasi C4 (Common Code For Coffee Community) dan	<p>1. Indonesia harus mampu meningkatkan <i>taste</i> dari biji kopinya</p> <p>2. C4 (Common Code For Coffee Community)</p>	<p>1. Melakukan pengolahan biji kopi basah. (Sumber jambi.litbang.pertanian.go.id)</p> <p>2. Standarisasi C4 adalah sehat, bebas kontaminasi</p>

<p>dapat menembus pasar Eropa.</p>	<p>untuk mengatur pasokan kopi melalui penerapan prinsip keberlanjutan.</p> <p>3. Indonesia menjadi negara eksportir kopi ketiga terbesar di dunia</p> <p>4. Eropa menjadi importer kopi terbesar di dunia</p>	<p>pestisida, pupuk, dan residu kimia, bersifat organik.</p> <p>Sumber: (Lihat, Kopi Indonesia, edisi 122/Th.XI/September-Oktober 2004)</p> <p>3. Volume ekspor kopi Indonesia berkisar 350 ribu ton per tahun dengan rincian kopi robusta (85%) dan arabika (15%)</p> <p>Sumber : ICO</p> <p>4. Eropa mensyaratkan <i>traceability</i> atau pelacakan produk kopi mulai dari sumber awal hingga tersedia di meja konsumen. (Sumber : Apindo)</p>

4. Skema Kerangka Teoritis

Gambar 1.1

Skema Kerangka Teoritis



E. Metode dan Teknik Pengumpulan Data

1. Tingkat Analisis

Tingkat analisis merupakan suatu proses memilah dan memilih beberapa masalah sehingga pada akhirnya diketahui masalah mana yang harus dianalisis.

Tingkat analisa yang digunakan oleh penulis didalam penelitian ini adalah tingkat analisa induksionis. Analisa ini adalah suatu tingkat analisa dimana unit analisisnya (unit yang dianggap sebagai variabel dependen) pada tingkatan yang lebih tinggi. Jika dikaitkan dengan penelitian ini, maka penulis menempatkan **Peran AEKI** sebagai variabel bebas sekaligus sebagai unit analisa dan menempatkan **Penembusan Pasar Eropa** sebagai variabel terikat sekaligus sebagai unit eksplanasi.

2. Metode Penelitian

Untuk menguraikan sebuah data dibutuhkan suatu metode agar masalah yang diteliti bisa lebih terperinci baik penulis maupun pembaca dapat memahami apa tujuan dari penelitian ini. Maka penulis menggunakan metode deskriptif. Metode deskriptif merupakan metode mengumpulkan dan menyusun data sebelum pada akhirnya dilakukan proses analisis. Dalam penelitian ini metode deskriptif dapat menjelaskan **Peran Asosiasi Eksportir Kopi Indonesia (AEKI) Guna Menembus Pasar Eropa.**

3. Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data-data yang relatif lengkap serta dapat dipercaya dalam penulisan ini, maka penulis menggunakan metode Library Reseach atau Studi Kepustakaan, dimana

teknik pengumpulan data dengan mengadakan suatu penelaahan terhadap buku-buku, literatur-literatur, catatan-catatan, makalah-makalah, surat kabar, laporan-laporan, dan dokumen-dokumen lainnya yang ada hubungannya dengan masalah yang ingin dipecahkan.

F. Lokasi dan Lama Penelitian

Dalam mengumpulkan data dan informasi yang akan digunakan peneliti, maka peneliti melakukan riset ke instansi yang memiliki relevansi dengan masalah yang diteliti. Lokasi yang dituju adalah :

Nama Instansi : Asosiasi Eksportir Kopi Indonesia (AEKI)

Alamat : Jl. RP. Soeroso No.20, Kota Jakarta Pusat (10350)

Telp : (021) 31936306

Fax : 2500355

E-mail : sphpaeki@gmail.com

Tabel 1. 2**Lama Penelitian**

No.	KETERANGAN	BULAN				
		FEBRUARI	MARET	APRIL	MEI	JUNI
1.	Pengajuan Proposal					
2.	Pengumpulan Data					
3.	Bimbingan					
	a. Pengajuan Judul					
	b. BAB I					
	c. BAB II					
	d. BAB III					
	e. BAB IV					
	f. BAB V					
	g. Lampiran					
4.	Sidang Skripsi					

G. Sistematika Penulisan

Dalam kajian ini penulis akan membagi pada lima Bab dengan uraian sebagai berikut :

BAB I : Merupakan pendahuluan yang memuat latar belakang penelitian, identifikasi masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, kerangka teoritis dan hipotesis, metode dan teknik pengumpulan data, lokasi dan lama penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : Menjelaskan apa itu AEKI (Asosiasi Eksportir Kopi Indonesia) dan Kebijakan Ekonomi Indonesia

BAB III : Mengemukakan tentang apa itu Pasar Eropa dan Common Code for Coffee Community (C4).

BAB IV : Menguraikan serta menjawab hipotesis dan identifikasi masalah penelitian.

BAB V : Bab akhir yang menutup karya tulis, yang berisi rangkuman yang disusun dengan bentuk kesimpulan