# BAB II

**TINJAUAN PUSTAKA**

## Literatur Review

Penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan upaya pemberdayaan kopi kabupaten bandung melalui ekspor ke Amerika Serikat yaitu tesis oleh H. Hervinaldy dari Jurusan Hubungan Internasional Universitas Riau yang mendeskripsikan Strategi Pemerintah Indonesia Dalam Meningkatkan Ekspor Kopi Ke Amerikat Serikat.

Dalam penelitian tersebut di jelaskan mengenai perkembangan ekspor kopi Indonesia ke Amerika Serikat sejak tahun 2000 sampai tahun 2013 yang terus mengalami peningkatan sehingga tahun 2011 pemerintah membuat kebijakan baru mengenai ekspor kopi, selain itu di jelaskan juga mengenai potensi ekonomi kerakyatan melalui kopi dan meningkatkan kesejahteraan petani kopi. Diantaranya adalah memberikan penyuluhan pada petani-petani kopi dan mendisiplinkan proses ekspor kopi ke luar negeri. Penyuluhan-penyuluhan ini dengan tujuan agar petani kopi lebih memahami tentang pertanian kopi dan pengolahannya. Selain itu pemerintah juga memberi peringatan agar para petani kopi tidak dengan mudah menjual lahannya. Karena lahan itu akan menjadi aset anak cucu bangsa di masa yang akan datang. Sedangkan sebagai contoh dari perubahan di bidang hukum, telah diberlakukan hukum yang akan mengenakan denda terhadap tindakan ekspor yang dilakukan secara ilegal. Sehingga, dari peningkatan kesejahteraan petani kopi diharapkan akan meningkatkan ekonomi rakyat di Indonesia.[[1]](#footnote-1) Selain penjelasan mengenai strategi pemerintah, juga di jelaskan mengenai kelemahan pengolahan kopi Indonesia dan faktor-faktor yang mempengaruhi ekspor kopi Indonesia ke Amerika Serikat seperti faktor persaingan, permintaan dan teknologi industri pendukung dalam proses pengolahan kopi. Pemerintah Indonesia juga menjalankan program kerjasama dengan ikut serta dalam pameran dagang kopi internasional di Amerika Serikat dalam acara yang di selenggarakan SCAA (*Specialty Coffee Association of Amerika)* di Atlanta. Acara *The Speciality Coffe association Of America* (SCAA) tersebut berlangsung selama 4 hari dari tanggal 14 hingga 17 April 2016 dan pada hari kedua acara tersebut Indonesia dan Amerika Serikat menandatangani Nota Kesepahaman atau Memorandum of Understanding (MoU). Nota Kesepahaman (MoU) pembelian kopi senilai USD 18 juta dengan jumlah 200 kontainer antara anggota Asosiasi Kopi Spesialti Indonesia (AKSI) dengan Royal Coffee Inc. California dan New York. Penandatanganan MoU disaksikan langsung oleh Direktur Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional (PEN) Kementerian Perdagangan Nus Nuzulia Ishak.[[2]](#footnote-2)

Penelitian selanjutnya yang memiliki relevansi dalam pemberdayaan komoditas kopi melalui ekspor ke Amerikat Serikat adalah tesis Dewi Anggraini dari Program Studi Magister Ekonomi dan Studi Pembangunan Universitas Diponegoro yang berjudul Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Ekspor Kopi Indonesia Dari Amerika Serikat.

Penelitian tersebut menjelaskan menganai prospek ekspor kopi Indonesia ke Amerika yang cukup bagus karena cenderung mengalami peningkatan setiap tahun nya, selain itu Amerika juga merupakan negara eksportir kopi terbesar di dunia maka diteliti faktor apa saja yang berpengaruh pada permintaan ekspor kopi Indonesia. Dari hasil penelitian dapat di simpulkan faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan ekspor kopi Indonesia ke Amerika Serikat bahwa variabel pendapatan perkapita Amerika Serikat, Harga kopi dunia, harga teh dunia dan konsumsi kopi Amerika Serikat satu tahun sebelumnya berpengaruh secara signifikan terhadap volume ekspor kopi Indonesia dari Amerika Serikat.[[3]](#footnote-3)

Penelitian selanjutnya yang memiliki relevansi terhadap prospek ekspor kopi Indonesia adalah skripsi Indra Ismayudi Tanjung dari Program Studi Ekonomi Pembangunan Departemen Ekonomi Pembangunan Universitas Sumatera Utara yang berjudul Analisis Prospek Kopi Indonesia Ke Eropa.

Penelitian ini untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi prospek ekspor kopi Indonesia ke eropa. Dimana faktor yang diamati dalam penelitian ini adalah harga ekspor kopi Indonesia ke Eropa, nilai tukar rupiah terhadap dollar, volume ekspor kopi Indonesia ke Eropa tahun sebelumnya, dan total ekspor kopi Indonesia.[[4]](#footnote-4) Salah satu faktor yang memberikan pengaruh positif pada ekspor kopi Indonesia ke Eropa adalah volume ekspor kopi Indonesia pada tahun sebelum nya ke Eropa, hal tersebut juga berpengaruh signifikan pada tingkat kepercayaan terhadap kopi Indonesia. Sementara itu faktor yang memberikan pengaruh negatif pada ekspor kopi Indonesia ke Eropa adalah kurs Dollar Amerika tetapi tidak berpengaruh secara signifikan, sedangkan faktor negara yang berpengaruh secara signifikan pada volume ekspor kopi Indonesia ke Eropa adalah harga ekspor kopi Indonesia ke Eropa. Secara keseluruhan prospek ekspor kopi Indonesia ke Eropa cukup cerah karena rata-rata perkembangan ekspor kopi setiap tahunnya sebesar 13,68% dan persentase volume ekspor Indonesia hanya sebesar 38% dari total impor Eropa, sedangkan 62% disumbangkan oleh negara lain.[[5]](#footnote-5)

## Kerangka Teoritis

Untuk mempermudah proses penelitian, diperlukan adanya landasan berpijak untuk memperkuat analisa. Maka dalam melakukan pengamatan dan menganalisis masalah yang diangkat, diperlukan landasan sejumlah teori dari pakar yang dianggap relevan dengan masalah yang diajukan oleh penulis. Kerangka acuan sangat dibutuhkan dalam penulisan sebagai pedoman dalam melaksanakan penelitian untuk membantu memahami dan menganalisis permasalahan. Kerangka acuan ini ditopang oleh pendapat pakar yang berkompetensi dalam bidang kajian yang relevan dengan masalah yang diangkat penulis agar analisis yang dilakukan tidak melenceng dari jalur pembahasan yang telah ditentukan. Oleh karena itu, penulis akan menggunakan teori-teori yang berhubungan dengan permasalahan yang akan diteliti sebagai sarana dalam memahami suatu masalah serta menjadikannya sebagai pedoman dalam menganalisis objek penelitian.

1. **Ekonomi Politik Internasional**

Kajian dalam ilmu hubungan internasional mencangkup banyak aspek, salah satunya adalah hubungan antar negara dalam aspek ekonomi yang juga tidak lepas dari pengaruh politik seperti kebijakan yang di keluarkan oleh pemerintah suatu negara. Hal ini menghasilkan suatu kajian Ilmu Studi Ekonomi Politik Internasional (EPI) seperti yang dikemukakan oleh Menurut Gilpin (2001),

**“Studi EPI menekankan bahwa ekonomi mempengaruhi power, nilai, serta otonomi politik yang dimiliki oleh aktor-aktor powerful, terutama negara sebagai pemegang legitimasi dan monopoli ekslusif.”[[6]](#footnote-6)**

Seperti yang di jelaskan Giplin politik memiliki pengaruh yang sangat besar dalam perekonomian suatu negara, dimana kebijakan yang di ambil pemerintahan suatu negara dapat mempengaruhi power dan legitimasi pergerakan ekonomi mereka, sehingga mendapatkan keuntungan yang sebesar-besar nya, begitupun dengan faktor ekonomi yang mempengaruhi power atau kekuasaan suatu negara.

Tujuan ekonomi politik internasional adalah untuk memperoleh kemakmuran suatu negara yang dapat di capai dengan melakukan hubungan dagang yang saling menguntungkan. Menurut R.E.A Mamoer mengatakan tujuan dari ekonomi internasional itu adalah sebagai berikut:

**“Tujuan ekonomi internasional adalah untuk mencapai tingkat kemakmuran yang lebih tinggi bagi umat manusia. Melaksanaan ekonomi internasional adalah kerjasama bantu membantu antar bangsa dan negara. Dengan adanya kerjasama ini kebutuhan yang tidak dapat dipenuhi oleh persediaan didalam negeri dapat dipenuhi oleh negara lain”.[[7]](#footnote-7)**

Studi ekonomi politik internasional berkembang setelah terjadinya dua peristiwa besar yaitu perang dunia dan perang dingin, karena setelah 2 peristiwa tersebut terjadi pergeseran pola interaksi antar negara dalam hubungan internasional, salah satu penyebabnya adalah biaya perang yang besar mengakibatkan kehancuran ekonomi negara-negara yang terlibat perang dan berakhirnya perang dingin yang membuat persaingan ideologi tidak lagi relevan di kancah internasional. Sementara permasalahan ekonomi semakin menguat dengan meningkatnya interdependensi global dan regionalisme sehingga setiap negara di tuntut untuk dapat pelakukan kerjasama internasional yang bersifat bilateral maupun multilateral untuk mencapai kepentingannya masing-masing.

1. **Kerjasama Internasional**

Seperti hal nya manusia, negara sebagai invidu tidak dapat hidup dan bertahan sendiri tanpa melakukan hubungan dengan negara lain, maka suatu negara perlu melakukan **kerjasama internasional** dengan negara lain untuk memenuhi kebutuhan negaranya dan demi mencapai kepentingan negara nya. Kerjasama internasional ini dapat terbentuk karena kebutuhan internasional yang meliputi bidang ideologi, ekonomi, politik, sosial, lingkungan hidup, kebudayaan, pertahanan dan keamanan.[[8]](#footnote-8)

Tujuan utama kerjasama internasional adalah untuk memperjuangkan kepentingan negara nya di kancah internasional dan mencapai perdamaian dunia. Sementara secara lebih rinci tujuan negara melakukan kerjasama internasional adalah untuk memacu pertumbuhan ekonomi setiap negara, mewujudkan pengertian antar bangsa dalam membina dan menegakkan perdamaian dunia, menciptakan keadilan dan kesejahteraan yang merata bagi seluruh rakyatnya, memperluas lapangan kerja dan memperkuat rasa persahabatan[[9]](#footnote-9).

Dalam kerjasama internasional fokus utama tidak hanya pada metode dan sasaran kerjasama nya tetapi pada pencapaian hasil kerjasama internasional. Kerjasama akan di laksanakan apabila keuntungan lebih besar dari pada resiko buruk yang akan di hadapi. Oleh sebab itu, keberhasilan kerjasama dapat diukur dari perbandingan besarnya manfaat yang dicapai terhadap konsekuensi yang ditanggung. Disamping itu, keberhasilan kerjasama ditentukan oleh sifat dari tujuan kerjasama yang hendak dicapai.[[10]](#footnote-10)

Ada beberapa syarat dalam melakukan kerjasama internasional yang pertama adalah keharusan untuk saling menghargai kepentingan nasional masing-masing, komunikasi yang baik antar negara yang melakukan kerjasama sehingga ketika terjadi masalah dalam pelaksanaan kerjasama bisa di selsaikan dengan dialog antar negara yang melakukan kerjasama.

Suatu kerjasama internasional didorong oleh beberapa faktor:[[11]](#footnote-11)

1. Penguasaan ilmu pengetahuan dan teknologi.
2. Perbedaan kekayaan sumber daya alam.
3. Perbedaan selera.
4. Perbedaan iklim.
5. Keinginan memperluas pasar dan menambah keuntungan.
6. Kelebihan atau kekurangan produk dalam satu negara.

Terdapat beberapa bentuk kerjasama internasional yaitu kerjasama bilateral, kaerjasama regional, kerjasama multilateral dan kerjasama internasional. Kerjasama bilateral adalah kerjasama yang hanya di lakukan oleh dua negara saja, Kerjasama regional yaitu kerjasama yang di lakukan oleh negara dalam satu kawasan seperti ASEAN, Kerjasama multilateral adalah kerjasama yang dilakukan beberapa negara yang jumlah lebih dari dua dan kerjasama internasional adalah kerjasama yang di lakukan negara-negara di dunia tanpa mengenal batas wilayah contoh nya seperti dalam PBB.

Sebagai negara berkembang kerjasama internasional menjadi solusi bagi Indonesia untuk memperjuangkan kepentingan negaranya di kancah internasional. Landasan **kerjasama internasional Indonesia** antara lain adalah,

1. Landasan ideal: Pancasila (Sila II)
2. Landasan Konstitusional: UUD 1945 (Pembukaan alinea I dan IV)
3. Landasan operasional GBHN (menurut GBHN (TAP MPR RI No. IV/MPR/1999) misi hubungan luar negeri Indonesia adalah perwujudan politik luar negeri yang berdaulat, bermartabat, bebas dan pro aktif bagi kepentingan nasionalnya dalam menghadapi perkembangan global.

Dalam kerjasama internasional Indonesia salah satu aspek penting dalam berjalannya kerjasama internasional yaitu melalui perdagangan internasional karena Indonesia sebagai negara beriklim tropis memiliki sumber daya alam yang melimpah dan menjadi komoditas perdagangan internasional yang menguntungkan.

1. **Perdagangan Internasional**

Perdagangan internasionaladalah “kegiatan memperdagangkan *output* barang atau jasa yang dilakukan oleh penduduk suatu negara dengan penduduk negara lain di dunia”.[[12]](#footnote-12)

Seiring dengan perkembangan perdagangan internasional, teori-teori yang mandasari perdagangan internasional juga mengalami perkembangan dari teori tradisional yang di kembangkan oleh Adam Smith, David Ricardo dan Heckcher-Ohlin sampai dengan teori lain yang lebih modern.[[13]](#footnote-13) Secara umum teori perdagangan tradisional memperlihatkan bahwa perdagangan bebas akan meningkatkan kesejahteraan negara-negara yang terlibat dengan asumsi bahwa setiap negara memiliki keunggulan komparatif di banding negara lainnya, sehingga setiap negara secara efektif memanfaatkan sumber daya langka nya sebagai spesialisasi produk. Sedangkan teori perdagangan baru atau teori pedagangan internasional modern mempunyai asumsi berbeda mengenai persaingan sempurna, *constant return to scale* dan barang homogen berubah menjadi persaingan tidak sempurna, *increasing return to scale* dan perbedaan produk. Teori baru ini merupakan penyempurnaan dari teori tradisional dengan penambahan faktor-faktor lain yang lebih kompleks dan canggih.

Semua teori perdagangan tersebut secara umum memperlihatkan bahwa perdagangan internasional yang bebas akan membawa manfaat bagi negara yang berdagang dan dunia.[[14]](#footnote-14)

Atas dasar pertimbangan banyak banyak nya teori dari perdagangan internasional, penulis menggunakan dua pendekatan teori yaitu teori komparatif dan konsep teori kompetitif yang akan dijabarkan lebih lanjut sebagai berikut:

1. Teori David Ricardo (Theory of Comparative Advantage)

Keunggulan komparatif yang dikemukakan oleh **David Ricardo** dalam bukunya Principles **of Political Economy and Taxation (1817)** yaitu :

**“walaupun sebuah negara kurang efisien dibanding (atau memiliki kerugian absolut terhadap) negara lain dalam memproduksi kedua jenis komoditi yang dihasilkan, namun masih tetap terdapat dasar untuk melakukan perdagangan yang menguntungkan kedua belah pihak.”[[15]](#footnote-15)**

Secara umum David Ricardo mendasarkan teorinya pada sejumlah asumsi yang disederhanakan, yaitu: (1) hanya terdapat dua negara dan dua barang (2) perdagangan bersifat bebas (3) terdapat mobilitas tenaga kerja yang sempurna di dalam negara namun tidak ada mobilitas antara dua negara (4) biaya produksi konstan (5) tidak ada biaya transportasi (6) tidak ada perubahan teknologi.[[16]](#footnote-16)

Berikut penjelasan dari sejumlah asumsi yang disederhanakan oleh David Ricardo di atas, terkait dengan pembahasan. Pertama, hanya terdapat dua negara dan dua barang, yaitu bahwa suatu komoditas (kopi) artinya akan bernilai tinggi dan memiliki keunggulan komparatif dan keunggulan kompetitif jika komoditas itu hanya dihasilkan oleh sebuah negara (Indonesia sebagai produsen) dan negara Amerika (sebagai konsumen). Kedua, perdagangan bersifat bebas, yaitu bebas artinya sebuah negara tidak terikat oleh perjanjian bilateral dan atau multilateral untuk menjual komoditasnya ke setiap negara pengimpor. Ketiga, terdapat mobilitas tenaga kerja yang sempurna di dalam negara namun tidak ada mobilitas antara dua negara, yaitu artinya seluruh tenaga kerja yang mengelola produksi komoditas kopi itu berasal dari domestik (dalam negeri), tidak mempekerjakan tenaga kerja dari negara pengimpor. Keempat, biaya produksi konstan, yaitu seluruh biaya produksi untuk menghasilkan bahan baku berasal dari pembiayaan dalam negeri (tidak menggunakan pinjaman dari negara pengimpor) sehingga biaya produksi kopi Indonesia relatif konstan dan tidak terlalu terpengaruh oleh nilai tukar mata uang asing. Kelima, tidak ada biaya transportasi, yaitu artinya sistem perdagangan komoditas dari negara Indonesia hanya berdasarkan perjanjian di atas pelabuhan Indonesia pada umumnya, tidak sampai di pelabuhan negara importir. Keenam, tidak ada perubahan teknologi, yaitu artinya sistem budidaya komoditas kopi (pra panen dan pasca panen) relatif tidak mengalami perubahan teknologi.

1. Teori Michael E. Porter

Penulis juga menggunakan teori dan konsep *Competitive Advantage* oleh Michael Porter. Teori Porter tentang daya saing nasional berangkat dari keyakinannya bahwa teori ekonomi klasik yang menjelaskan tentang keunggulan komparative tidak mencukupi, atau bahkan tidak tepat. Menurut Porter, , suatu negara memperoleh keunggulan daya saing / *competitive advantage* (CA) jika perusahaan (yang ada di negara tersebut) kompetitif. Daya saing suatu negara ditentukan oleh kemampuan industri melakukan inovasi dan meningkatkan kemampuannya.[[17]](#footnote-17)

Porter membedakan empat faktor dasar yang saling terkait dan dapat mendorong atau menghambat daya saing suatu negara, yang kemudian dikenal dengan *Porter’s Diamond Theory*, antara lain:[[18]](#footnote-18)

1. Faktor Kondisi. Faktor kondisi adalah kekuatan suatu negara yang dilihat berdasarkan faktor-faktor produksi yang dimiliki negara tersebut. Faktor-faktor produksi tersebut terdiri atas sumber daya alam, sumber daya manusia, ilmu pengetahuan dan teknologi, modal, dan infrastruktur.

2. Faktor Permintaan. Faktor permintaan berkaitan dengan permintaan akan barang dan jasa oleh konsumen yang berada dalam suatu negara, dimana permintaan tersebut dipengaruhi oleh komposisi keinginan dan kebutuhan konsumen, jangkauan pasar dan tingkat pertumbuhan pasar, mekanisme penyaluran kebutuhan dan keinginan konsumen domestik ke pasar luar negeri.

3. Faktor Industri Pendukung. Faktor industri pendukung berkaitan dengan ketersediaan industri yang dapat memasok dan mendukung persaingan internasional.

4. Faktor Strategi, Struktur, dan Persaingan.Faktor strategi, struktur, dan persaingan mengacu pada bagaimana suatu perusahaan dijalankan, diorganisasikan, bagaimana struktur manajemen yang ada, serta bagaimana kondisi persaingan di pasar.

Perdagangan internasional idtentik dengan ekspor dan impor yaitu perdagangan yang di lakukan antar dua negara atau lebih. Ekspor dilakukan untuk meningkatkan devisa negara dari luar negri dan ekspor dikatakan berhasil apabila mengalami surplus yaitu perbandingan ekspor lebih besar daripada jumlah barang yang di impor.

Menurut Setianto, bahwa Lipsey memiliki pendapat jika suatu negara dapat mengekspor barang-barang yang dihasilkan kenegara lainnya yang tidak dapat dihasilkan oleh negara pengimpor. Ekspor sangat penting bagi perekonomian Indonesia untuk dua hal, yakni sebagai sumber utama devisa yang diperlukan terutama untuk pendanaan impor kebutuhan industri dalam negeri dan masyarakat, dan sebagai salah satu penggerak pertumbuhanekonomi, yang berarti peningkatan kesempatan kerja dan pengurangankemiskinan. Dengan demikian, ekspor merupakan bagian penting dari perdagangan internasional.[[19]](#footnote-19)

Sukirno mengatakan bahwa terdapat tiga faktor yang menentukan tingkat ekspor suatu negara, yaitu :[[20]](#footnote-20)

1. Daya saing dan keadaan ekonomi negara lain.

Dalam perdagangan internasional, kemampuan suatu negara menjual barang ke luar negeri tergantung pada kemampuannya menyaingi barang-barang yang sejenis di pasar internasional.Besarnya pangsa pasar barangtersebut di luar negeri ditentukan oleh pendapatan penduduk di negaratujuan ekspor.

1. Proteksi negara lain

Adanya proteksi terhadap barang impor di negara lain akan berpengaruh terhadap penurunan tingkat ekspor suatu negara.

1. Valuta asing

Meningkatnya kurs mata uang negara pengimpor terhadap mata uang negara pengekspor akan berpengaruh pada peningkatan daya beli negara pengimpor sehingga volume ekspor negara pengekspor juga akan meningkat.

Dalam pelaksanaan transaksi ekspor impor berbagai masalah mungkinakan dihadapi oleh eksportir – importir baik yang bersifat ekstern dan intern :

1. Ekstern[[21]](#footnote-21)
2. Kepercayaan Antara Eksportir–Importir

Salah satu faktor ekstern yang penting untuk menjamin terlaksananya transaksi antara eksportir–importir adalah kepercayaan. Dua pihak yang tempatnya berjauhan dan belum saling mengenal merupakan suatu risiko bila dilibatkan dengan pertukaran barang dengan uang

1. Pemasaran

Ke negara mana barang akan dipasarkan untuk mendapatkan harga yang sebaik–baiknya merupakan faktor yang perlu dipertimbangkan. Sebaliknya bagi importir penting diketahui adalah dari mana barang-barang tertentu sebaiknya akan diimpor untuk memperoleh kondisi-kondisi pembayaran yang lebih baik. Dalam usaha mengamankan kegiatan–kegiatan dalam bidang ekspor maka teristimewa bagieksportir perlu ditekankan keharusan mempelajari teknik–teknik pemasaran, mengetahui potensi barang–barang yang diperdagangkan dan memperkenalkan keistimewaan barang–barang tersebut

1. Kurang Pemahaman Akan Tersedianya Kemudahan–Kemudahan Internasional

Tersedianya kemudahan–kemudahan internasional banyak membantu eksportir yang menyediakan kemudahan tarif untuk barang tertentu bagi pengembangan perdagangan antar negara

1. Intern[[22]](#footnote-22)
2. Persiapan–Persiapan Teknis

Keharusan perusahan–perusahaan ekspor–impor untuk memenuhisyarat–syarat berusaha adakalanya tidak mendapat perhatian yang sungguh–sungguh.Persiapan–persiapan teknis yang seharusnya telah dilakukan diabaikan karena diburu oleh tujuan yang lebih utama yakni mengejar hasil yang cepat dan nyata dari perdagangan itu sendiri, sehingga persyaratan–persyaratan dasar untuk pelaksanaan transaksi ekspor–impor itu terlupakan.

1. Kurang Sempurna dalam Mempersiapkan Barang – Barang

Khusus dalam transaksi ekspor, kurang mampunya eksportir dalammenanggulangi penyiapan–penyiapan barang dapat menimbulkan akibat tidak baik bagi kelangsungan hubungan transaksi dengan rekan dagang di luar negeri.

1. Kebijaksanaan dalam Pelaksanaan Ekspor-Impor

Kelancaran pelaksanaan transaksi ekspor–impor pada hakikatnyatergantung dari peraturan–peraturan yang mendasarinya.Peraturan–peraturan yang apabila sering berubah–ubah dapat membingungkan dan menimbulkan salah pengertian dan kekeliruan, baik di pihak pengusaha di dalam negeri maupun rekan dagangnya di luar negeri.Karena itu biasanya diperlukan waktu atau masa transisi dimana semua pihak telah siap dengan perubahan–perubahan yang ada. Selain itu,diperlukan penjelasan–penjelasan yang cukup tentang latar belakang perubahan–perubahan dan tujuannya, sehingga masing–masingpihak memaklumi dan mengetahui aturan permainan dalam traksaksi–transaksi selanjutnya.

1. **Ekspor**

Dalam ekspor sendiri tentunya setiap negara akan mengekspor barang-barang unggulan yang dimiliki oleh setiap negara, dimana barang tersebut sulit di dapatkan oleh negara lain, tetapi di negara tersebut memiliki tingkat produksi yang tinggi, Indonesia sebagai salah satu negara yang memiliki sumber daya alam yang unggul di mana ekspor komoditi indonesia menjadi salah satu cara untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi serta untuk memenuhi kepentingan nasionalnya, dan salah satunya yang menjadi komoditas unggulan Indonesia adalah kopi*.*

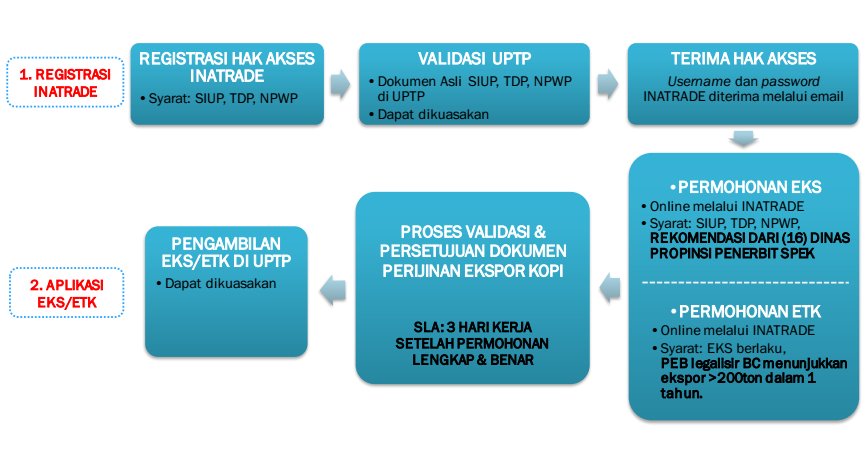
Ketentuan tentang ekpor kopi diatur beberapa kali dengan Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia, yaitu peraturan Nomor 26/M-DAG/PER/12/2005, diganti dengan Nomor 27/M-DAG/PER/7/2008 dan terakhir Nomor 41/M-DAG/PER/9/2009 Tentang Ketentuan Ekspor Kopi yang terakhir kali mengalami perubahan dengan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 10/M-DAG/PER/5/2011.[[23]](#footnote-23)

Syarat ekspor kopi[[24]](#footnote-24) :

1. Ekspor kopi hanya dapat dilakukan oleh perusahaan yang telah diakui sebagai Eksportir Terdaftar Kopi (ETK) dan Eksportir Kopi Sementara (EKS) oleh Direktur Jenderal Perdagangan Luar Negeri Kementrian Perdagangan.

2. Dalam setiap ekspor kopi juga harus dilengkapi dengan Surat Persetujuan Ekspor Kopi (SPEK). SPEK adalah surat persetujuan pelaksanaan ekspor kopi ke seluruh negara tujuan yang dikeluarkan oleh Dinas yang bertanggungjawab di bidang perdagangan di Propinsi/Kabupaten/Kota. SPEK juga dapat digunakan untuk pengapalan dari pelabuhan ekspor di seluruh Indonesia.

3. Disamping itu, kopi yang diekspor wajib sesuai dengan standar mutu yang ditetapkan Menteri Perdagangan dan harus disertai dengan Surat Keterangan Asal (certificate of origin) SKA Form ICO, yaitu surat keterangan yang digunakan sebagai dokumen penyerta barang (kopi) yang diekspor dari seluruh Indonesia, yang membuktikan bahwa barang (kopi) tersebut berasal, dihasilkan dan/atau diolah di Indonesia.

Gambar 2.1. Prosedur Ekspor Kopi Indonesia[[25]](#footnote-25)

1. **Kepentingan Nasional**

Dengan melihat tujuan dari diadakannya hubungan kerja sama antar negara dalam bidang perdagangan internasional, dapat dikatakan tujuan utama yang ingin dicapai adalah demi untuk melaksanakan kepentingan nasional masing-masing negara tersebut.

Selanjutnya menurut Mohtar Mas’oed, mengenai definisi dari kepentingan nasional menyebutkan:

**Kepentingan nasional setiap negara adalah mengejar kekuasaan, yaitu apa saja yang bisa membentuk dan mempertahankan pengendalian suatu negara atas negara lainnya. Hubungan kekuasaan atau pengendalian ini bisa diciptakan melalui teknik-teknik paksaan maupun kerja sama. Kekuasaan dan kepentingan dianggap sebagai suatu sarana dan sekaligus tujuan tindakan politik internasional.[[26]](#footnote-26)**

Sebagaimana yang tercantum dalam alinea keempat UUD 1945, bahwa kepentingan nasional Indonesia adalah:

**“Kepentingan nasional Indonesia adalah melindungi segenap bangsa dan tumpah darah Indonesia, mencerdaskan kehidupan bangsa, memajukan kesejahteraan umum dan ikut melaksanakan ketertiban dunia yang berlandaskan kemerdekaan, perdamaian abadi dan keadilan sosial”.**

Berdasarkan uraian mengenai kerjasama, perdangan dan kepentingan nasional diatas pemerintah harus bisa memanfaatkan itu untuk mendapatkan citra positif Indonesi sebagai negara penghasil kopi yang berkualitas.

1. **Perkembangan Kopi Indonesia**

Tanaman kopi pertama kali ditemukan di Ethiopia sebuah negara di Afrika di bawa ke Indonesia oleh kolonial Belanda pada tahun 1696. Kopi di Indonesia tumbuh dengan baik, bukan hanya hasil panen yang melimpah tetapi juga rasa yang unik sehingga pada masa kolonial Belanda kopi menjadi salah satu komoditas ekspor andalan, terutama kopi Java Preanger yang di tanam di wilayah Jawa Barat.

Lima belas tahun setelah benih kopi arabika pertama ditanam di Jawa oleh Belanda pada 1696, Bupati Cianjur Aria Wira Tanu mengirimkan sekitar empat kuintal kopi ke Amsterdam. Ekspor kopi itu untuk pertama kalinya memecahkan rekor harga dalam lelang di sana. Pada 1726, sebanyak 2.145 ton kopi asal Jawa membanjiri Eropa, menggeser kopi Mocha dari Yaman yang menjadi penguasa pasar. Sejak itu, kopi asal Jawa populer dengan sebutan Java Coffee.[[27]](#footnote-27)

Kepopuleran kopi arabika ini tidak berlangsung lama karena terserang wabah penyakit karat daun dan hama sehingga tanaman kopi arabika diganti dengan tanaman kopi jenis lain yaitu kopi robusta yang di kenal lebih tahan hama dan wabah penyakit. Selain digantikan tanaman kopi robusta, banyak juga perkebunan kopi arabika yang digantikan oleh komoditas pertanian lain nya sehingga kepopuleran Indonesia sebagai negara penghasil kopi mulai meredup.

Memasuki era tahun 2000-an komoditas kopi mulai menggeliat kembali di Indonesia, salah satu pengaruhnya adalah gaya hidup masyarakat perkotaan. Meski begitu pada tahun 2012 sekitar 70% hasil panen kopi di Indonesia masih di ekspor ke luar negeri seperti Jepang, Korea, negara-negara Eropa dan negara yang paling besar menyerap hasil panen kopi Indonesia yaitu Amerika Serikat.

Dalam hal negara penghasil kopi, Indonesia masih menduduki peringkat 4 di bawah Brazil, Vietnam dan Kolombia. Faktor luas lahan dan hasil panen masih menjadi kendala Indonesia. Pada saat ini, perkebunan kopi Indonesia mencakup total wilayah kira-kira 1,24 juta hektar, 933 hektar perkebunan robusta dan 307 hektar perkebunan arabika. Lebih dari 90% dari total perkebunan dibudidayakan oleh para petani skala kecil yang memiliki perkebunan relatif kecil sekitar 1-2 hektar, masing-masing[[28]](#footnote-28). Sementara hasil panen dari setiap hektar lahan di Indonesia adalah 600 kilogram, berbeda dengan Brazil yang bisa menghasilkan 1 ton dari setiap sati hektar lahan perkebunan kopi, hasil panen yang sedikit itu karena mayoritas tanaman kopi arabika yang adalah adalah tanaman peninggalan masa kolonial Belanda sehingga usia nya yang sudah tidak produktif.

Memasuki era kepemimpinan presiden Jokowi industri komoditas kopi mulai serius di kembangkan, mulai dari kebijakan untuk memperluas lahan pertanian kopi, pemberian bibit, pendidikan pengolahan pasca panen hingga pendistribusian mesin-mesin yang dapat membantu produktivitas petani kopi. Bahkan pada era pemerintahan ini presiden disebut memiliki cara diplomasi nya sendiri yaitu diplomasi kopi karena fokusnya untuk membangun industri komoditas kopi. Menteri Sekretariat Kabinet Negara **Pramono Anung** mengatakan[[29]](#footnote-29) :

**"Dalam kurun waktu kurang lebih 6-8 bulan ini Presiden sangat concern terhadap perkembangan industri kopi. Dan bahkan dalam Ratas-Ratas dan Sidang Kabinet dan juga ada tamu-tamu negara, itu Presiden sekarang menyiapkan suvenirnya berupa kopi,"**

Presiden Jokowi juga diketahui selalu membawa kopi pada setiap kunjungan nya keluar negeri sebagai strategi memperkenalkan kopi Indonesia pada dunia. Salah satu yang menjadi alasan nya adalah faktor ekonomi dalam kopi yang tinggi dan faktor filosofis dalam kopi seperti kebersamaan, ada dialog, ada sharing dan ada saling berbagi. Itu yang menjadi kekuatan diplomasi Jokowi dan mengandung unsur akar kekuatan Nusantara.

Menurut **Triawan Munaf** Kepala Badan Ekonomi Kreatif Indonesia[[30]](#footnote-30):

**“Pak Presiden menginginkan adanya perbaikan posisi Indonesia sebagai produsen kopi dunia. Seperti kita tahu, saat ini Indonesia berada di peringkat keempat negara penghasil kopi di dunia. Pak Presiden ingin Indonesia naik ke peringkat ketiga, lalu kedua, atau bahkan jadi nomor satu.”**

Dengan perhatian penuh dari pemerintah pada industri komoditas kopi harus direspon dengan baik oleh petani dan pengolah agar menghasilkan kopi yang berkualitas. Dalam perkembangan nya Indonesia memiliki beberapa kopi andalan yang juga memiliki harga ekonomi yang tinggi seperti kopi luwak yaitu kopi hasil fermentasi sistem pencernaan hewan luwak yaitu hewan sejenis musang, hewan jenis ini memilih buah kopi yang kualitasnya paling bagus dan tingkat kematangan yang paling pas untuk di konsumsi sehingga kopi hasil permentasi sistem pencernaanyapun merupakan kopi yang berkualias, selain itu cara memproduksinya yang tidak mudah dan membutuhkan banyak waktu dan tenaga membuat kopi luwak ini memiliki harga ekonomi yang tinggi. Selain kopi luwak jenis olahan kopi andalan Indonesia yang sedang menjadi primadona yaitu kopi *specialty,* kopi yang diolah dengan sangat serius dan teliti mulai dari proses pemetikan, sortasi, suhu pengeringan dan kadar air. Kopi *specialty* juga memiliki harga yang mahal karena produksinya yang lama dan membutuhkan ketelitian. Menurut **Sarah Palmer**, Global Sales Manager Synesso Synesso[[31]](#footnote-31):

**“Tren global saat ini mulai banyak mengarah ke kopi spesialti. Baik dari penyeduhan kopi, kepedulian terhadap kualitas kebun kopi, dan cara menghasilkan kopi berkualitas tinggi. Industri kopi di Indonesia berkembang dan orang-orang semakin tertarik dan senang. Mereka ingin belajar lebih banyak dan memahaminya.”**

Sejak era pemerintahan Jokowi yang fokus meningkatkan industri komoditas kopi baik dalam dan luar negeri, perkembangan kopi Indonesia meningkat secara perlahan, baik dari industri hulu seperti luas lahan pertanian, produksi hasil panen, kualitas olahan hingga ke hilir yaitu mulai banyak nya masyarakat yang beralih dari kopi kemasan ke kopi arabika hasil olahan petani, dengan banyak nya masyarakat yang mengkonsumsi kopi arabika ini membuat mulai berjamurnya kedai-kedai kopi baik di kota-kota besar maupun kecil, selain itu ekspor kopi Indonesia juga meningkat karna bukan hanya pemerintah yang mempromosikan kopi tetapi masyarakat atau individu melalui peran *citizen diplomacy* nya juga mempromosikan kopi Indonesia kepada dunia, baik secara langsung maupun secara online.

Perkembangan kopi ini juga disambut oleh kalangan muda yang menjadikan kopi sebagai industri dan gaya hidup. Mulai banyak kalangan muda yang terjun ke dunia kopi baik sebagai barista, *roastery* atau *Qgrader* bahkan tidak sedikit yang langsung terjun ke bidang pengolahan pasca panen dan menjadi petani kopi muda. Menurut Presiden **Jokowi**[[32]](#footnote-32):

**"Saya kira anak-anak muda kita dengan membangun sebuah pasca panen yang baik, 'packaging' yang baik kemudian memprosesnya dengan barista-barista yang baik dan menjualnya tidak melalui cara yang biasa, bisa dengan online store, toko online, saya kira ini akan lebih gampang kita masuk dan bertarung di pasar dunia,"**

Salah satu daerah dengan perkembangan kopi yang pesat adalah Kabupaten Bandung, selain merupakan salah satu daerah penghasil kopi arabika *specialty* andalan Indonesia yang sudah terkenal di dunia, daerah Kabupaten Bandung juga mulai di banjiri dengan kedai-kedai kopi dan peningkatan penikmat kopi asli yang signifikan.

## C. Hipotesis Penelitian

Berdasarkan pada perumusan masalah dan kerangka teoritis diatas, maka penulis dapat menarik kesimpulan suatu hipotesis sebagai berikut: **Jika Upaya peningkatan daya saing dalam bidang produktivitas dan peningkatan nilai ekonomi komoditas kopi kabupaten Bandung melalui ekspor ke Amerika Serikat berjalan efektif maka kesejahteraan petani dan industri kopi di Kabupaten Bandung akan meningkat.**

## D. Operasional Variable dan Indikator

Untuk membantu dan menganalisis penelitian lebih lanjut, maka penulis membuat suatu definisi oprasional variabel dan indikator konsep hipotesis di atas yaitu:

**Tabel 2.1 Verifikasi Variable dan Indikator**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Variable dalam Hipotesis (Teoritik) | Indikator (Empirik) | Verifikasi (Analisi) |
| Variabel Bebas: Jika upaya pembudidayaan komoditas kopi kabupaten Bandung melalui ekspor ke Amerika Serikat berjalan efektif | Pemerintah Indonesia mulai sering memfasilitasi branding kopi Indonesia dan mengikuti pameran kopi di Amerika | 1.Pemerintah Indonesia mengikut sertakan beberapa kopi kabupaten Bandung dalam Specialty Coffee Association of America Expo di Atlanta, Amerika Serikat, 14-17 April 2016. Selain itu Bekraf juga memfasilitasi  2. Bekraf memfasilitasi dan memberikan dana untuk branding dan promosi pada *event Global Speciality Coffee Expo (GSCE)*  3. Pemerintah menempatkan gerai promosi kopi pada acara IMF SPRING MEETENG 2017 di Amerika. |
| Variabel Terikat: maka tingkat kesejahteraan masyarakat meningkat. | Dengan mengoptimalkan program-program yang di ikuti pemerintah baik pameran di luar negri atau kebijakan yang mendasar pada proses tanam dan pasca panen | Ekspor kopi Indonesia ke AS mencapai US$ 312 juta di tahun 2017. Nilai ini meningkat dari tahun 2016 yang jumlahnya US$ 304 juta.  Paviliun Indonesia berhasil mencatatkan transaksi potensial US$ 25 juta pada pameran Global Specialty Coffee Expo (GSCE) 2018 di Seattle, AS.  Semenjak menjuari kontes SCAA di Atlanta Amerika harga kopi Java Preanger meroket hingga Rp.200.000 perkilo untuk harga lokal dan Rp.600.000 perkilo untuk harga ekspor  Dengan terciptanya branding Indonesia sebagai negara penghasil kopi berkualitas bukan hanya jumlah ekspor yang meningkat tetapi serapan kopi oleh pembeli lokal pun meningkat dan mulai berjamurnya kedai kopi yang menyajikan kopi premium Indonesia. |

## E.Skema Kerangka Teoritis

**Gambar 3.1 Skema dan Alur Penelitian**

Upaya pemberdayaan komoditas kopi kabupaten bandung

Program pemberdayaan yang dilakukan pemerintah seperti mengikuti pameran, mengadakan workshop dan memberikan mesin-mesin yang bermanfaat baik pada segi pertanian atau industri pasca panen

Pemerintah pusat dan daerah berkejasama dalam mempromosikan serta membangun industri kopi juga menjalin kerjasama dengan organisasi kopi internasional dan juga industri kopi di luar negeri

Maka branding kopi Indonesia akan semakin bagus dan meningkatkan ekspor kopi Indonesia untuk dapat meningkatkan kesejahteraan rakyat

1. H. Hervinaldy. “STRATEGI PEMERINTAH INDONESIA DALAM MENINGKATKAN EKSPOR KOPI KE AMERIKA SERIKAT”, JOM FISIP Vol. 4 No. 2 – Oktober 2017 dalam <http://jom.unri.ac.id/index.php/JOMFSIP/article/view/15986> ., diakses pada tanggal 29 Mei 2018. [↑](#footnote-ref-1)
2. *Ibid.* [↑](#footnote-ref-2)
3. Dewi Anggraeni. “FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERMINTAAN

   EKSPOR KOPI INDONESIA DARI AMERIKA SERIKAT”, Tesis Program Studi Magister Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan tidak diterbitkan, PROGRAM PASCASARJANA UNIVERSITAS DIPONEGORO SEMARANG, 2006 hlm. 96. [↑](#footnote-ref-3)
4. Indra Ismayudi Tanjung. “ANALISIS PROSPEK EKSPOR KOPI INDONESIA KE EROPA”, Skripsi PROGRAM STUDI EKONOMI PEMBANGUNAN DEPARTEMEN EKONOMI PEMBANGUNAN tidak di terbitkan, FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS SUMATERA UTARA MEDAN, 2013. [↑](#footnote-ref-4)
5. *Ibid.* [↑](#footnote-ref-5)
6. Geovani, “Tiga Pendekatan Dominan dalam Studi Ekonomi Politik Internasional : Liberalisme, Nasionalisme, dan Marxisme” dalam <http://giovanni-d-a-fisip10.web.unair.ac.id/artikel_detail-42357-Umum-Tiga%20Pendekatan%20Dominan%20dalam%20Studi%20Ekonomi%20Politik%20Internasional%20:%20%20Liberalisme,%20Nasionalisme,%20dan%20Marxisme.html> diakses 1 Juli 2018. [↑](#footnote-ref-6)
7. R.E.A Mamoer, Ekonomi International: SuatuPengantar, (Bandung: Yayasan Fakultas UNPAD 1974), hlm. 1. [↑](#footnote-ref-7)
8. Anak Agung Banyu Perwita dan Yanyan Mochammad Yani , 2006, *Pengantar Hubungan Internasional*, Bandung : PT. Remaja Rosdakarya, hal 23. [↑](#footnote-ref-8)
9. Desy Fatma, “Kerjasama Internasional: Pengertian, Tujuan, Manfaat dan Contohnya” dalam <https://ilmugeografi.com/ilmu-sosial/kerjasama-internasional> diakses 1 Juli 2018 [↑](#footnote-ref-9)
10. Sjamsumar Dam dan Riswandi, Kerjasama ASEAN, Latar Belakang, Perkembangan, dan Masa Depan, Ghalia Indonesia, Jakarta, 1995. p. 15 [↑](#footnote-ref-10)
11. Ani rahmani, “6 Faktor Pendorong Terjadinya Perdagangan Internasional”, Jurnal (Online), November 27, 2017 dalam <https://www.jurnal.id/id/blog/2017/6-faktor-pendorong-terjadinya-perdagangan-internasional> diakses 1 Juli 2018. [↑](#footnote-ref-11)
12. Amsah Hendri Doni, dkk. “Prospek Perdagangan Internasional dan Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia”, Jurnal Kajian Ekonomi. Volume 1 Nomor 1, Mei 2012.202 dalam <http://ejournal.unp.ac.id/index.php/ekonomi/article/download/744/613>, diakses 1 Juli 2018. [↑](#footnote-ref-12)
13. Tim Bank Indonesia, *Kerjasama Perdagangan Internasional: Peluang dan Tantangan Bagi Indonesia* (Jakarta: PT. Alex Media Komputindo, 2007), hlm. 2. [↑](#footnote-ref-13)
14. Ibid. [↑](#footnote-ref-14)
15. RIANTO, “TEORI KEUNGGULAN KOMPARATIF DAVID RICARDO” Binus University (Online) dalam <https://sbm.binus.ac.id/2016/10/11/teori-keunggulan-komparatif-david-ricardo/>., diakses 1 juli 2018 [↑](#footnote-ref-15)
16. I.B. Sa’idy, ‘Analisis Daya Saing Komoditas Tekstil dan Produk Tekstil Indonesia di Amerika Serikat,’ *Economics Development Analysis Journal*, vol. 2, no. 4, November 2013 dalam http://lib.unnes.ac.id/17566/, diakses 1 Juli 2018

    [↑](#footnote-ref-16)
17. Novita, “*COMPETITIVE ADVANTAGE DI INDONESIA*” Binus University (Online) dalam <https://sbm.binus.ac.id/2016/11/15/competitive-advantage-di-indonesia/>., diakses 1 Juli 2018. [↑](#footnote-ref-17)
18. Porter,Michael. 1990. *The Competitive Advantage of Nations*. The Macmillan Press. Hal: 21-36. [↑](#footnote-ref-18)
19. S. Sukirno. Makro Ekonomi Modern. PT. Raja Grafindo Perkasa., Jakarta, 2000, p.19 [↑](#footnote-ref-19)
20. Ibid., hlm. 21. [↑](#footnote-ref-20)
21. R. Hutabarat. Transaksi Ekspor Impor. Erlangga, Jakarta, 1994, pp. 4-6 [↑](#footnote-ref-21)
22. Ibid., hlm. 7-9. [↑](#footnote-ref-22)
23. Peraturan Ekspor dalam “<http://gaeki.or.id/ketentuan-ekspor-kopi/>” diakses 2 Juli 2018 [↑](#footnote-ref-23)
24. Ibid. [↑](#footnote-ref-24)
25. Kebijakan tata niaga ekspor kopi dalam “<http://aeki-aice.org/uplfilprd/1702051133276+0700_4fac14bDektanhut%20Kemendag%20-%20Prosedur%20Perijinan%20Ekspor%20Kopi.pdf>” diakses 2 juli 2018 [↑](#footnote-ref-25)
26. Mochtar Mas’oed, *Ilmu Hubungan Internasional* (Jakarta: Karya Pustaka, 1990), hlm. 163. [↑](#footnote-ref-26)
27. “SEJARAH KOPI DUNIA DAN INDONESIA”, dalam https://investigasi.tempo.co/247/kopi-dari-kebun-sampai-ke-cangkir., diakses 18 Juli 2018. [↑](#footnote-ref-27)
28. “Kopi”, dalam <https://www.indonesia-investments.com/id/bisnis/komoditas/kopi/item186>? Diakses 18 Juli 2018. [↑](#footnote-ref-28)
29. Fitang Budhi Adhitia, “Diplomasi Kopi Ala Jokowi: Bangun Kebersamaan Hingga Promosi di Negeri Orang” IDN Times (online), Indonesia, Maret 25, 2018, dalam <https://www.idntimes.com/news/indonesia/fitang-adhitia/diplomasi-kopi-ala-jokowi/full> diakses 18 Juli 2018. [↑](#footnote-ref-29)
30. “Aroma Kopi Nusantara” dalam <http://www.bekraf.go.id/berita/page/17/aroma-kopi-nusantara-retas-vol5-november-2017> diakses 18 Juli 2018. [↑](#footnote-ref-30)
31. Maya Safira, “Ahli Kopi Amerika: Perkembangan Kopi Indonesia Sangat Luar Biasa” DetikFood (online), Indonesia, September 18, 2017, dalam <https://food.detik.com/info-kuliner/d-3648605/ahli-kopi-amerika-perkembangan-kopi-indonesia-sangat-luar-biasa> diakses 18 Juli 2018. [↑](#footnote-ref-31)
32. Ant, “Mantap! Presiden Jokowi Dorong Pebisnis Kopi Bertarung di Pasar Dunia” OkeZone (online), Indonesia, Oktober 10, 2017 dalam <https://economy.okezone.com/read/2017/10/01/320/1786708/mantap-presiden-jokowi-dorong-pebisnis-kopi-bertarung-di-pasar-dunia> diakses 18 Juli 2018. [↑](#footnote-ref-32)