

## **BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENDEKATAN MASALAH**

### **2.1 Tinjauan Pustaka**

#### **2.1.1 Kopi**

Kopi merupakan salah satu komoditas di sektor perkebunan dan merupakan tanaman yang telah lama dikembangkan oleh masyarakat Indonesia. Tanaman kopi merupakan sumber pendapatan bagi masyarakat, kopi merupakan salah satu komoditas ekspor utama dan pendapatan devisa bagi negara (Rahardjo, 2012). Kementerian Perdagangan Republik Indonesia (2018) tanaman kopi dapat tumbuh di dataran rendah dan dataran tinggi. Ketinggian minimum penanaman kopi adalah 500 meter di atas permukaan laut (mdpl), dan ketinggian maksimum adalah 2000 meter di atas permukaan laut.

Ada empat varietas kopi yang terkenal di Indonesia antara lain, kopi arabika, kopi robusta, kopi liberika, dan kopi ekselsa. Kopi tersebut memiliki nilai ekonomis dan komersial, yaitu kopi arabika dan kopi robusta. Untuk dua jenis kopi lainnya, tidak memiliki nilai ekonomis dan nilai komersial. Kopi arabika memiliki nilai jual yang lebih mahal dibandingkan dengan nilai kopi robusta, hal ini dikarenakan kopi arabika memiliki citra rasa yang tinggi dan kandungan kafein yang rendah. Namun, kopi robusta tidak rentan terhadap penyakit berbeda dengan kopi arabika yang rentan terhadap penyakit. Kopi liberika dan kopi ekselsa memiliki nilai ekonomi, ukuran, dan citra rasa yang rendah, sehingga tidak banyak dikonsumsi oleh masyarakat (Rahardjo, 2012).

Pengolahan biji kopi merupakan berbagai macam kegunaan untuk menghasilkan rasa tertentu dari masing-masing kopi. Namun, tidak hanya dari proses pengolahannya, tetapi juga dari daerah mana kopi itu berasal. Rendahnya jumlah petani dalam mengolah kopi serta menghasilkan nilai tambah yang tinggi, mengakibatkan rendahnya harga jual kopi. Kopi yang ditanam dan dirawat dengan baik, dipetik dalam kondisi matang dengan bijinya berwarna merah, ketika melalui proses panen dan pasca panen yang baik, maka akan menghasilkan kopi yang berkualitas tinggi. Setelah melewati proses penilaian *cupping score*, kopi bisa

mendapatkan status *specialty grade coffee*, yang dapat meningkatkan harga jual kopi.

*Specialty coffe* yang paling terkenal berasal dari Indonesia adalah kopi luwak, yaitu biji kopi yang telah melewati proses fermentasi melalui sistem pencernaan hewan luwak. Selain kopi luwak, Indonesia memiliki kopi specialty lainnya. Beberapa kopi specialty dari Indonesia dan telah dikenal di pasar kopi internasional antara lain Kopi Gayo, Kopi Mandailing, Kopi Lintong, Kopi Java, Kopi Toraja, Kopi Kintamani Bali, dan Kopi Flores. Kopi yang telah mendapatkan sertifikasi *specialty* dan berbagai sertifikasi lainnya umumnya memiliki nilai jual yang tinggi.

### **2.1.2 Ekspor Impor**

Dalam Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2009 tentang Lembaga Pembiayaan Ekspor, disebutkan bahwa ekspor adalah kegiatan mengeluarkan barang dari daerah pabean atau jasa Indonesia dari wilayah Negara Republik Indonesia. Sedangkan, impor merupakan Kegiatan memasukan barang atau jasa ke daerah pabean. Pelaku yang melakukan kegiatan impor disebut sebagai importir. Kegiatan ekspor impor terjadi karena suatu negara tidak mandiri dalam memenuhi kebutuhan negaranya, tetapi suatu negara saling membutuhkan dan saling mengisi (Adrian Sutedi, 2014).

Faktor-faktor yang mempengaruhi ekspor menurut Darmansyah (1986) diantaranya, harga internasional dari komoditas tersebut, nilai tukar uang (*exchange rate*), kuota ekspor-impor, dan tarif serta nontarif.

#### **1) Harga Internasional**

Jika selisih harga antara pasar internasional dan domestik meningkat, maka jumlah komoditas ekspor akan meningkat. Fluktuasi harga dipengaruhi oleh dua faktor antara lain:

- a. Suatu keadaan perekonomian negara pengekspor, ketika pasar domestik mengalami inflasi, menyebabkan harga di pasar domestik meningkat, jika dilihat dari pasar internasional, harga komoditas tersebut mengalami penurunan.

b. Suatu harga di pasar internasional menjadi naik, harga internasional adalah keseimbangan antara penawaran ekspor dengan permintaan impor suatu komoditas di pasar dunia naik dan menyebabkan harga suatu komoditas di pasar domestik menjadi stabil, sehingga perbedaan harga di pasar internasional dan pasar domestik semakin besar. Dari sini akan membantu pengembangan ekspor suatu komoditas.

2) Nilai Tukar Uang (*Exchange rate*)

Nilai tukar suatu negara mempengaruhi pertumbuhan ekspor negara tersebut. Nilai tukar yang lebih kuat akan mengakibatkan penurunan jumlah ekspor suatu negara. Hal ini terjadi karena barang dalam negeri lebih mahal dibandingkan barang asing, begitu juga sebaliknya.

Kebijakan nilai tukar uang menurut Branson (1979) ditujukan untuk memperbaiki neraca pembayaran yang menyimpang melalui peningkatan ekspor. Hal ini berdampak pada kebijakan devaluasi, yaitu penurunan nilai mata uang domestik terhadap mata uang internasional.

3) Kuota Ekspor-Impor

Kuota adalah jumlah dari batas minimum atau maksimum yang berlaku untuk suatu negara untuk menentukan jumlah barang yang diekspor atau diimpor. Kuota ekspor adalah batasan jumlah barang atau komoditas yang ditetapkan oleh negara, sedangkan kuota impor adalah batasan jumlah barang atau komoditas dalam suatu negara.

Kuota ekspor bagi negara penghasil komoditas, maka ekspor komoditas tersebut akan terjadi kendala bagi negara yang memproduksi komoditas dalam jumlah yang relatif sedikit.

4) Kebijakan Tarif dan Nontarif

Kebijakan ini ditujukan untuk komoditas impor atau komoditas substitusi impor, kebijakan ini bertujuan untuk menjaga harga produk dalam negeri pada tingkat tertentu sehingga harga tersebut memberikan dorongan bagi pengembangan komoditas tersebut. Sementara itu, kebijakan non-tarif ditujukan untuk mendorong tujuan diversifikasi tujuan ekspor. Adapun teori dari permintaan dan penawaran ekspor:

a. Teori Permintaan Ekspor

Dalam ilmu ekonomi, permintaan akan suatu barang didefinisikan sebagai jumlah barang yang diinginkan konsumen di mana konsumen mampu membeli barang tersebut (Mankiw, 2007). Jumlah barang yang diminta tergantung pada harga barang. Hal ini sesuai dengan hukum permintaan yang berbunyi. Jika harga suatu barang naik maka jumlah barang yang diminta akan berkurang dan sebaliknya.

b. Teori Penawaran Ekspor

Dalam penawaran pasar adalah kebalikan dari sisi permintaan. Penawaran adalah jumlah barang yang ditawarkan oleh produsen yang dapat disediakan oleh produsen (Mankiw, 2007). Penawaran suatu barang dipengaruhi oleh harga barang tersebut dengan mengacu pada hukum penawaran yang berbunyi, Jika harga barang naik maka jumlah barang yang ditawarkan juga akan meningkat dengan asumsi dan sebaliknya *ceteris paribus*. Selain faktor harga, kuantitas barang yang ditawarkan juga dipengaruhi oleh harga barang lain, harga input, teknologi, ekspektasi dan faktor lainnya.

### 2.1.3 Perdagangan Internasional

Perdagangan internasional adalah proses jual beli yang bergerak dalam bisnis dengan pihak terkait yang terdiri dari lebih dari satu negara. Bisnis yang dimaksud antara lain mengeksport produk dari satu negara ke negara lain, investasi pembangunan di negara asing, membeli produk di suatu negara dan merakitnya di dalam negeri, serta meminjam dana bank untuk biaya operasional bisnis di suatu negara. Alasan terjadinya perdagangan internasional disebabkan oleh perbedaan iklim, perbedaan sumber daya manusia dalam mengolah sumber daya ekonomi. Perbedaan keadaan sumber daya alam, budaya, tenaga kerja, dan populasi karena perbedaan hasil dan jumlah produksi suatu negara. Adanya rasa kebersamaan, terciptanya kerja sama, hubungan politik dengan negara lain, terjadinya globalisasi yang mengakibatkan satu negara menjadi lebih unggul dari yang lain (Supardi, 2021).

Di era globalisasi saat ini, perdagangan internasional sangat penting selain perdagangan bebas dan globalisasi ekonomi. Tidak ada negara yang dapat memenuhi kebutuhan negaranya sendiri, sehingga perdagangan internasional ini sangat diperlukan untuk memenuhi kebutuhan yang tidak tersedia di suatu negara. Manfaat dan keunggulan perdagangan internasional adalah mampu mengkhususkan diri dalam menghasilkan barang dan jasa yang murah dan kompetitif. Sehingga dapat terjadi kegiatan ekspor yang pada gilirannya dapat meningkatkan pendapatan negara, cadangan devisa, transaksi modal dan luasnya kesempatan kerja (Rinaldi et al., 2017).

Perdagangan internasional dan persaingan global menyebabkan perusahaan dalam negeri mendapatkan persaingan yang lebih ketat dari perusahaan asing, dimana masing-masing negara dapat mengekspor produknya ke berbagai negara dan mengimpor untuk memenuhinya dari negara lain (Farina dan Husaini, 2017). Secara historis, teori-teori yang berkaitan dengan konsep perdagangan internasional atau kegiatan ekspor dan impor antar negara dimulai dari teori keunggulan absolut dan keunggulan komparatif.

- a. Teori keunggulan absolut yang diperkenalkan oleh Adam Smith menyatakan bahwa perdagangan didasarkan pada keunggulan absolut, yaitu jika suatu negara lebih efisien daripada negara lain dalam memproduksi suatu komoditas, tetapi kurang efisien dibandingkan negara lain dalam memproduksi komoditas lain, maka kedua negara dapat memperoleh keuntungan dengan mengkhususkan diri dalam cara spesialisasi masing-masing dan memproduksi komoditas yang memiliki keunggulan absolut dan menukarnya dengan komoditas lain yang memiliki kerugian absolut. Menurut Adam Smith, suatu negara akan mengekspor barang-barang tertentu karena negara tersebut dapat memproduksi barang dengan biaya yang jauh lebih rendah daripada negara lain, yaitu karena memiliki keunggulan absolut dalam produksi barang-barang tersebut. Selain itu, Keunggulan absolut menurut Adam Smith adalah kemampuan suatu negara untuk memproduksi barang dan jasa per unit menggunakan sumber daya yang lebih sedikit daripada kemampuan negara lain. Melalui proses ini,

sumber daya di kedua negara dapat digunakan dengan cara yang paling efisien. output yang dihasilkan juga akan meningkat.

- b. Teori perdagangan komparatif yang diperkenalkan oleh David Ricardo pada tahun 1817, menyatakan bahwa meskipun suatu negara kurang efisien daripada (atau memiliki kerugian absolut) dengan negara lain dalam memproduksi dua komoditas, masih ada dasar untuk dapat melakukan perdagangan yang menguntungkan kedua belah pihak. Negara harus mengkhususkan diri dalam memproduksi dan mengekspor komoditas yang memiliki kerugian absolut yang lebih kecil (ini adalah komoditas dengan keunggulan komparatif) dan komoditas impor yang memiliki kerugian absolut yang lebih besar (komoditas ini memiliki kerugian komparatif). Kelebihan dari teori keunggulan komparatif adalah dapat menjelaskan apa itu nilai tukar dan apa untungnya karena pertukaran dimana kedua hal tersebut tidak dapat dijelaskan oleh teori keunggulan absolut.

Ada beberapa faktor yang mendorong semua negara di dunia untuk melakukan perdagangan luar negeri. Dari faktor-faktor tersebut yang paling penting adalah (Sukirno, 2004):

- (1) Memperoleh barang yang tidak dapat diproduksi di dalam negeri.
- (2) Mengimpor teknologi yang lebih modern dari negara lain.
- (3) Memperluas pasar produk dalam negeri.
- (4) Manfaat dari spesialisasi.

#### **2.1.4 Daya Saing**

Daya saing adalah kemampuan suatu negara untuk menghasilkan suatu produk barang dan jasa yang telah mengikuti uji coba internasional, serta mampu mempertahankan tingkat pendapatan yang tinggi dan berkelanjutan. Selain itu, daya saing adalah kemampuan dalam suatu daerah yang menghasilkan pada tingkat pendapatan dan memberikan kesempatan kerja yang tinggi serta tetap memperhatikan persaingan yang terjadi di suatu daerah. Upaya peningkatan kemampuan daya saing diharapkan mampu memanfaatkan sumber daya yang dimiliki secara optimal.

Sementara itu, menurut World Economic Forum (WEF), daya saing berarti kemampuan ekonomi nasional yang mencapai pertumbuhan ekonomi yang tinggi dan berkelanjutan. Komponennya terdiri dari kebijakan yang tepat, kelembagaan yang tepat, karakter ekonomi yang mendukung, dan terwujudnya pertumbuhan ekonomi yang tinggi dan berkelanjutan (Soetriono, 2017).

### **2.1.5 Teori keunggulan Komparatif**

Teori keunggulan komparatif adalah teori yang dikemukakan oleh David Ricardo. Dalam teori keunggulan komparatif, suatu negara mampu melakukan perdagangan meskipun salah satu negaranya belum memiliki keunggulan absolut atau dalam arti lain memiliki kelemahan absolut terhadap negara lain dalam memproduksi dua barang. Perdagangan masih akan menghasilkan keuntungan jika negara yang mengalami kerugian absolut mengkhususkan produksinya pada barang-barang yang memiliki kerugian absolut yang lebih kecil (I'id Badry, 2013).

David Ricardo menyederhanakan asumsinya, yaitu:

- (1) Hanya terdapat dua negara dan dua barang.
- (2) Perdagangan bersifat bebas.
- (3) Terdapat mobilitas tenaga kerja yang sempurna didalam negara, namun tidak ada mobilitas antara dua negara.
- (4) Biaya produksi konstan.
- (5) Tidak ada biaya transportasi.
- (6) Tidak ada perubahan teknologi

Suatu negara dapat mempertahankan keadaan di dalam pasar, jika negara tersebut memiliki keunggulan komparatif dalam suatu produk. Dengan memiliki keunggulan tersebut, komoditas di sektor pertanian dapat bersaing di pasar internasional. Hal ini akan berdampak pada pendapatan negara sehingga menjadi meningkat, serta terpenuhinya kebutuhan dalam negeri.

Tiga faktor yang mempengaruhi keunggulan komparatif dalam suatu negara adalah sebagai berikut:

- 1) Ada fasilitas produksi dan jumlah produksi yang berbeda dari satu negara ke negara lain.

- 2) Ada fakta bahwa di cabang-cabang produksi tertentu. Masyarakat dapat memproduksi lebih efisien jika skala produksi semakin besar.
- 3) Ada perbedaan dalam kemajuan teknologi.

Faktor-faktor inilah yang menjadi penentu pola perdagangan internasional, karena keunggulan komparatif itu sendiri dipengaruhi oleh faktor-faktor tersebut.

### **2.1.6 Teori Keunggulan Kompetitif**

Teori keunggulan kompetitif menurut Porter (1990) dalam bukunya *Competitive Advantage of Nations* menyatakan bahwa suatu negara yang memiliki tingkat persaingan yang tinggi antar perusahaan dalam negeri akan mendorong terbentuknya keunggulan kompetitif di suatu negara. Menurut Porter (1990), daya saing suatu negara tidak terkait langsung dengan dua faktor produksi, yaitu sumber daya alam yang tinggi dan sumber daya manusia yang murah sehingga suatu negara harus dimanfaatkan menjadi daya saing dalam perdagangan. Banyak negara di dunia ini memiliki tenaga kerja yang proporsional besar tetapi terbelakang dalam daya saing internasional. Begitu juga dengan tingkat upah yang relatif murah dibandingkan dengan negara lain, hal ini berkaitan dengan rendahnya motivasi untuk bekerja keras dan berprestasi (Hilmi dan Hamka, 2021).

Teori keunggulan kompetitif ini memiliki empat atribut, diantaranya (Sarwono dan Willy, 2014):

- (1) Kondisi faktor, yang diartikan sebagai tenaga kerja terampil, serta infrastruktur.
- (2) Kondisi permintaan, sifat dari permintaan untuk barang atau jasa.
- (3) Industri terkait dan industri pendukung, keberadaan atau ketiadaan pemasok dari negara tersebut yang bersifat kompetitif.
- (4) Strategi perusahaan, struktur dan persaingan, kondisi suatu negara dalam mengatur dan mempertahankan persaingan yang ada.

## 2.2 Penelitian Terdahulu

Tabel 4. Penelitian Terdahulu

No	Nama dan Judul	Penelitian Terdahulu		
		Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Daya Saing Ekspor Pala di Pasar Internasional. (Asrol dan Herdiyanto)	Indonesia menjadi negara pegekspor pala karena nilai ISP 0,90 hingga 1,00 sedangkan untuk nilai RCA > 1 yang berarti Indonesia memiliki daya saing yang kuat. Untuk nilai CMS bernilai negatif pada pertumbuhan setandar, efek komposisi dan efek distribusi pasar namun bernilai positif pada efek daya saing.	Alat analisis <i>Revealed Comparative Advantage</i> (RCA) dan Indeks Spesialisasi Perdagangan (ISP).	a. Komoditas yang diteliti b. Analisis RSCA
2.	Daya Saing Teh di Pasar Internasional. (Fadhillah Ramadhani)	Indonesia relatif tidak bergantung pada produk impor, karena nilai IDR berada pada kisaran 0,1% hingga 16%. Nilai <i>Self Sufficiency Ratio</i> (SSR) memiliki rata-rata 280,015% yang berarti produksi dalam negeri sepenuhnya telah mampu mencukupi kebutuhan pasar domestik.	Analisis <i>Revealed Comparative Advantage</i> (RCA)	a. Komoditas yang diteliti b. Analisis Indeks Spesialisasi Perdagangan (ISP) c. Analisis RSCA

Tabel 4. Lanjutan

No	Nama dan Judul	Penelitian Terdahulu		
		Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
3.	<i>Analisis Crude Palm Oil (CPO) di Pasar Internasional (SML Turnip, Suharyono, dan MK Mawardi).</i>	<p>Nilai RCA yaitu 6,790 artinya ekspor teh Indonesia memiliki daya saing yang kuat.</p> <p>Nilai RCA Indonesia sebesar 66,12. Nilai RCA &gt; 1 artinya CPO Indonesia memiliki keunggulan komparatif yang sangat baik. Untuk nilai ISP sebesar 1, artinya posisi CPPO Indonesia sebagai negara eksportir.</p>	Alat analisis RCA dan ISP	<p>a. Komoditas yang diteliti</p> <p>b. Analisis RSCA</p>
4.	<i>Analisis Daya Saing Kopi Indonesia (RL Baso dan R Anindita).</i>	<p>Nilai RCA kopi Indonesia 5,50, nilai ini jauh lebih rendah dibandingkan dengan 3 negara lainnya, yaitu Brazil, Vietnam dan Kolombia. Untuk keunggulan kompetitif kopi Indonesia memiliki keunggulan pada faktor kondisi terkait sumber daya alam dan memiliki kelemahan pada faktor kondisi terkait sumberdaya manusia, IPTEK, serta ketersediaan infrastruktur.</p>	Alat analisis <i>Revealed Comparative Advantage</i> (RCA).	<p>a. Alat analisis Indeks Spesialisasi Perdagangan (ISP).</p> <p>b. Periode waktu yang akan diteliti</p> <p>c. Analisis RSCA</p>

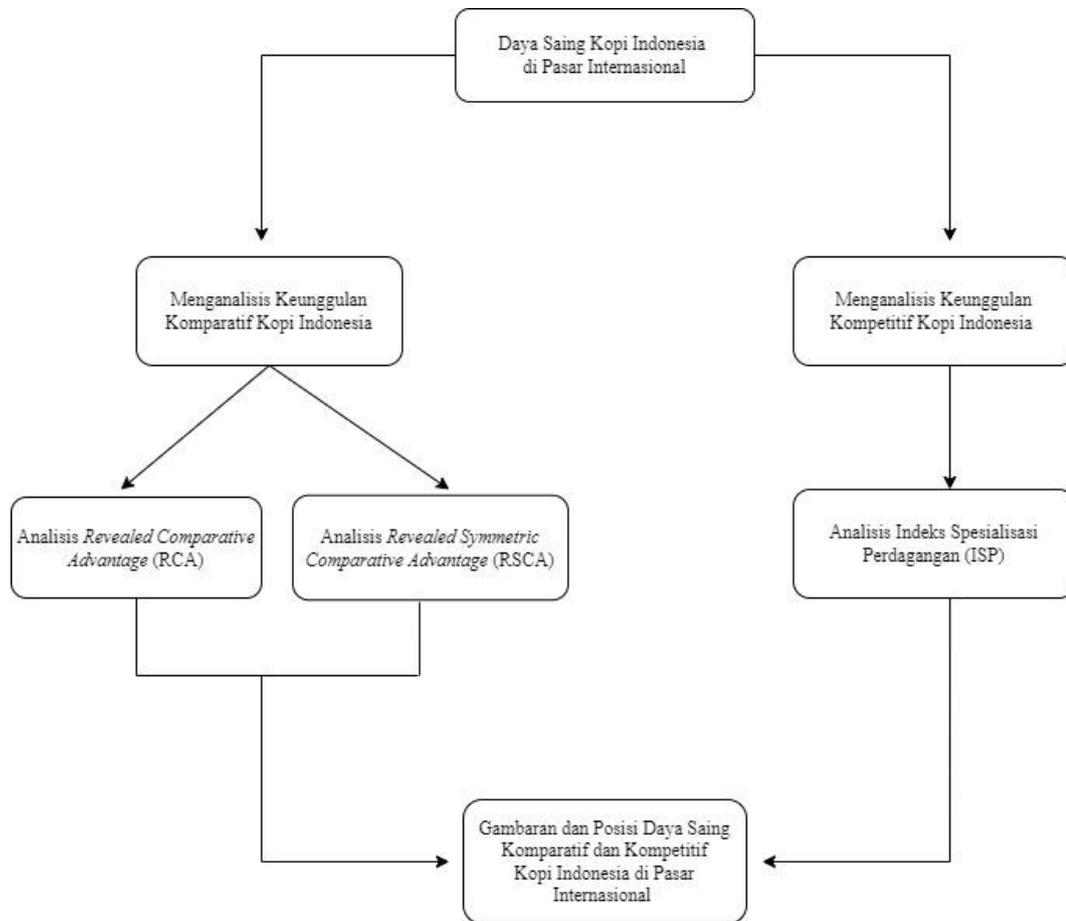
### 2.3 Pendekatan Masalah

Pada tahun 2013 Indonesia menduduki peringkat ketiga sebagai negara penghasil kopi terbesar di dunia, kemudian pada tahun 2017 Indonesia menduduki peringkat keempat. Namun, jumlah produksi kopi Indonesia dari tahun 2011 hingga 2020 cenderung meningkat. Hal ini menunjukkan bahwa kopi Indonesia memiliki kualitas yang baik sehingga dapat bersaing dengan negara penghasil kopi lainnya.

Produksi kopi Indonesia selalu menunjukkan peningkatan, namun volume ekspor kopi Indonesia masih cenderung fluktuatif. Hal inilah yang menjadi salah satu alasan Indonesia belum mampu bersaing dengan Brasil dan Vietnam sebagai negara pengeksport kopi terbesar di dunia. Berdasarkan hal tersebut, tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis daya saing kopi Indonesia di pasar internasional dengan menggunakan analisis keunggulan kopi Indonesia ditinjau dari segi komparatif dan kompetitif.

Analisis yang digunakan untuk keunggulan komparatif adalah *Revealed Competitive Advantage* (RCA) dan *Revealed symmetric Comparative Advantage* (RSCA) agar dapat menggambarkan komoditas di suatu negara memiliki keunggulan daya saing kuat. Keunggulan kompetitif dapat digambarkan dengan menggunakan analisis Indeks Spesialisasi Perdagangan (ISP), yaitu indeks yang digunakan untuk menghitung spesialisasi perdagangan di suatu negara (Bustami dan Hidayat, 2013). Analisis menggunakan ISP ini untuk menunjukkan posisi atau tahap perkembangan kopi Indonesia dengan negara lain yang sebanding, seperti Brasil yang berada di peringkat 1, Vietnam dengan peringkat 2, Kolombia peringkat 3, dan Etiopia peringkat 5.

Penelitian ini, diharapkan kopi Indonesia mampu meningkatkan produktivitasnya di pasar internasional, sehingga mampu mengalahkan beberapa negara pesaing (Brasil, Vietnam, Kolombia, Etiopia) serta mampu menghasilkan produk dengan kualitas unggulan.



Gambar 3. Alur Pendekatan Masalah