

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Sektor pertanian memiliki peran penting dalam membantu perkembangan perekonomian sebuah negara. Selain menyediakan makanan dan bahan baku, sektor pertanian juga mampu menyerap tenaga kerja paling banyak dan memberikan kontribusi devisa bagi suatu negara melalui ekspor produk – produk pertanian. Indonesia adalah salah satu negara dengan perolehan devisa yang cukup tinggi dari sektor pertanian. Produk perkebunan yang menjadi komoditi utama ekspor di antaranya kopi, kelapa sawit, karet, teh dan tembakau. Di Indonesia, kopi adalah salah satu sub sektor pertanian yang menghasilkan devisa terbesar ketiga setelah ekspor kayu dan karet (Kusumaningrum, 2019).

Saat ini total wilayah perkebunan kopi Indonesia kira-kira seluas 1,24 juta hektar dari 190,5 juta hektar luas daratan Indonesia. Terbagi atas 933.000 hektar perkebunan kopi robusta dan 307.000 hektar perkebunan kopi arabika. Lebih dari 96 % dari total perkebunan kopi dibudidayakan oleh para petani kecil. Sedangkan lahan yang dimiliki Perkebunan Besar Negara (PBN) hanya 2% dari total keseluruhan lahan perkebunan kopi di Indonesia dan 2% milik Perkebunan Besar Swasta (PBS). Sebagian besar hasil produksi biji kopi Indonesia adalah varietas robusta (83%) dan jenis arabika (17%). Hal tersebut membuktikan bahwa petani kopi memiliki peranan yang besar dalam keberhasilan ekspor kopi di Indonesia (Aulia & dkk, 2016).

Volume ekspor kopi asal Indonesia mencapai 412.370,3 ton pada tahun 2016 dan di tahun 2017 mengalami peningkatan mencapai 464.198,3 ton kopi. Menurut *International Coffee Organization* (ICO), perolehan ekspor kopi tersebut menempatkan Indonesia sebagai eksportir kopi terbesar ketiga di dunia. Indonesia menjalin perdagangan ekspor dengan berbagai negara pengonsumsi kopi dunia, seperti Eropa. Eropa adalah pasar yang besar untuk produk kopi, karena Eropa memiliki kontribusi sebesar 30% terhadap konsumsi kopi di dunia (Liputan6, 2013).

Jerman adalah salah satu negara di Eropa yang menjadi tujuan perdagangan kopi bagi Indonesia, karena Jerman merupakan negara impotir kopi terbesar apabila dibandingkan dengan negara lain di Uni Eropa (Rinaldi, 2020). Pada tahun 2016, *International Coffee Organization* (ICO) mencatat bahwa Eropa menyerap hampir setengah produksi kopi dunia. Pada tahun 2014, ekspor kopi Indonesia ke Jerman turun tiga peringkat dan menempati posisi ke-10 dengan jumlah ekspor sebesar 37.976,3 ton. Badan Pusat Statistik mencatat bahwa ekspor kopi asal Indonesia ke Jerman pada tahun 2016 seberat 42.628,3 ton (10,28%) dan menempati posisi kedua setelah ekspor kopi ke Amerika Serikat dengan total 67.309,2 ton (16,24%) (Badan Pusat Statistik, 2020). Ekspor kopi ke Indonesia ke Jerman terus mengalami fluktuasi setiap tahunnya. Indonesia dan Jerman sendiri sudah menjalin kerjasama sejak abad ke-19. Akan tetapi awal mula hubungan diplomatik antara negara Indonesia dan Jerman baru terjalin pada tahun 1952. Hubungan diplomatik antara kedua negara tersebut di tandai dengan peresmian KBRI di Bonn pada tahun 1976 (Arinda, 2018).

Tingginya konsumsi kopi di Jerman dikarenakan kopi sudah menjadi bagian dari budaya masyarakat dan produk-produk dari biji kopi berkembang dengan baik di Jerman

sejak abad 17. Jerman sendiri memiliki kebiasaan minum kopi pada saat pagi hari di temani dengan kue. Selain meminum kopi saat pagi hari, terdapat tradisi minum kopi pada siang ataupun sore hari yang dikenal dengan istilah “*Kaffee und kuchen*”. *Kaffee und Kuchen* sendiri merupakan tradisi yang dilestarikan oleh masyarakat Jerman yakni menikmati kopi panas dengan sepotong kue di siang hari. Tradisi minum kopi di Jerman tersebut seharusnya dapat terus meningkatkan ekspor kopi asal Indonesia ke Jerman. (Porter, n.d.).

Indonesia memiliki peluang dalam ekspor biji kopi organik dan berkelanjutan ke Jerman jika dilihat dari kondisi pasar, banyaknya konsumsi kopi di Jerman dan konsumen Jerman menyukai biji kopi dari Indonesia. Selain itu Indonesia memiliki perkebunan kopi yang luas. Terdapat 3 kelas pasar kopi di Jerman, yaitu pasar kelas bawah yang menjual kopi blended dengan kualitas rendah, pasar kelas menengah yang menjual kopi kualitas tinggi dan pasar kelas atas yang menjual kopi dengan kualitas sangat tinggi (*specialty coffee*) (Kementerian Perdagangan). Saat ini, pertumbuhan pasar di Jerman terjadi pada produk yang telah dinilai *sustainable*. Maka dari itu kopi *sustainable* perlu difokuskan untuk meningkatkan ekspor kopi ke Jerman karena konsumen kopi di Jerman sangat memperhatikan etika dalam proses pembelian biji kopi. Yang dimaksudkan kopi *sustainable* ialah biji kopi yang higienis dan kejelasan dengan memperhatikan kadar air. Menurut Kementerian Perdagangan, Indonesia berpeluang meningkatkan ekspor kopi ke Jerman dengan melakukan promosi produk (Rinaldi, 2020).

Dengan tingginya konsumsi dan ekspor kopi Jerman, seharusnya para petani maupun eksportir kopi berusaha meningkatkan nilai tambah produk kopi tersebut dengan teknologi yang lebih modern, agar menghasilkan biji kopi dengan mutu tinggi. Namun

pada kenyataannya, Indonesia mengalami hambatan dari segi kualitas kopi yang masih tergolong rendah, yaitu didominasi oleh grade V dan VI (mutu rendah). Tingginya harga kopi premium Indonesia juga merupakan hambatan untuk memasuki pasar di Jerman. Selain itu, produk yang masuk ke Jerman harus sesuai dengan peraturan yang ada terkait *ecolabel*. Kemudian, Jerman juga mementingkan pada keberlanjutan produksi kopi. Hal ini, menekankan tentang kejelasan dan ke higienisan produk kopi, bersertifikasi budidaya yang berkelanjutan atau *sustainable agriculture*. Hambatan lainnya dalam produksi kopi adalah adanya perubahan cuaca di Indonesia. Menurut Inisiatif Perdagangan Berkelanjutan (IDH), kopi ekspor asal Indonesia hanya 7% yang sudah tersertifikasi dan terbukti berkelanjutan. (Kementerian Perdagangan).

Dengan adanya peluang serta hambatan dalam melakukan ekspor kopi ke Jerman maka Indonesia memerlukan strategi untuk dapat terus meningkatkan ekspor kopi ke Jerman dengan memaksimalkan peluang serta meminimalisasi hambatan. Hal tersebut dapat dilakukan dengan memperhatikan segala aspek mulai dari regulasi hingga mutu kopi Indonesia sendiri. Karena dalam perkembangannya tidak semua jenis kopi dapat memasuki pasar Jerman. Hanya produk yang bersertifikasi berkelanjutan serta mengikuti regulasi dari Jerman yang dapat menembus pasar.

Banyak peneliti yang telah melakukan penelitian mengenai ekspor kopi ke berbagai negara, salah satu diantaranya dari jurnal yang berjudul “Analisis Determinan Ekspor Kopi Indonesia ke Jerman Periode 1993-2011” yang ditulis oleh Richie Jeff Komaling meneliti tentang faktor-faktor yang paling berpengaruh terhadap volume ekspor kopi ke Jerman periode tahun 1993-2011. Hasil dari penelitiannya adalah bahwa

pendapatan perkapita Jerman, harga kopi dunia dan konsumsi kopi Jerman berpengaruh secara signifikan terhadap volume ekspor kopi Indonesia ke Jerman (Komaling, 2013).

Kemudian penelitian mengenai ekspor kopi ke Jerman dari jurnal berjudul “Fluktuasi Ekspor Kopi Indonesia ke Jerman tahun 2010-2014” yang ditulis oleh Mutiara Sari pada tahun 2018 yang meneliti tentang ekspor kopi Indonesia ke Jerman pada tahun 2010-2014 mengalami fluktuasi dimana angka terendah pada tahun 2011 sebesar 27 ton dan tertinggi pada tahun 2010 sebesar 63 ton. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa harga kopi domestik, harga kopi dunia, tingkat konsumsi kopi, PDB per kapita dan nilai tukar rupiah berpengaruh terhadap ekspor kopi Indonesia ke Jerman pada tahun 2010-2014 (Sari, 2018).

B. Rumusan Masalah

Dari paparan latar belakang masalah diatas, maka penulis menarik rumusan masalah yaitu:”Bagaimana Strategi Indonesia Dalam Meningkatkan Ekspor Kopi ke Jerman pada Tahun 2016-2019?”

C. Landasan Teori

Landasan teori bertujuan untuk membantu penulis untuk menentukan tujuan dan arah penulisan. Dengan melihat dari latar belakang sementara pokok permasalahan yang ada, maka untuk mempermudah menjawab rumusan masalah penulis menggunakan konsep *Sustainable Agriculture* dan konsep **diplomasi ekonomi**.

1. Konsep Sustainable Agriculture

Pengertian pertanian berkelanjutan (*Sustainable Agriculture*) ialah pengelolaan sumber daya untuk usaha pertanian dengan tujuan membantu kebutuhan manusia

sekaligus mempertahankan dan meningkatkan kualitas lingkungan serta melestarikan sumber daya alam yang ada. Maksud dari Pertanian berkelanjutan adalah yang berkelanjutan secara ekonomi yang dicapai dengan: penggunaan energi yang lebih sedikit, minimalnya jejak ekologi, lebih sedikit barang berkemasan, pembelian lokal yang meluas dengan rantai pasokan pangan singkat, lebih sedikit bahan pangan terproses, kebun komunitas dan kebun rumah yang lebih banyak, dan sebagainya. Pertanian berkelanjutan sangat bergantung pada pengembalian nutrisi ke tanah dengan meminimalisasi penggunaan sumber daya alam seperti gas alam (yang digunakan sebagai bahan baku pupuk) dan mineral (fosfat). Faktor yang paling penting dalam pendayagunaan sumber daya alam di suatu lahan adalah tanah, cahaya matahari, udara, dan air (Dinas Pertanian, 2019).

Sistem produksi berkelanjutan memiliki 4 dimensi yang berkaitan satu sama lain, yaitu dimensi lingkungan fisik, yang meliputi kelestarian lahan, kedua dimensi ekonomi, yaitu saling ketergantungan antar pelaku agribisnis, ketiga dimensi sosial, yaitu kesejahteraan petani atau karyawan yang terlibat dalam agribisnis, dan yang terakhir adalah dimensi kesehatan, yaitu tidak berdampak negatif terhadap kesehatan pengguna produk (Pujiyanto, 2007).

Menurut Ananda dan Herath (2003) dalam Sasongko Putra, faktor yang mempengaruhi keberhasilan pertanian berkelanjutan, antara lain adanya faktor kelembagaan, faktor kebijakan pemerintah dan faktor perubahan teknologi. Selain faktor tersebut, penguatan kelembagaan petani, pengembangan pengkaderan petani ataupun kelompok tani sadar akan pertanian berkelanjutan, peningkatan kegiatan teknologi

pertanian berkelanjutan juga merupakan kunci keberhasilan pembangunan pertanian berkelanjutan (Putra S. , Purwanto, & Kismartini, 2013).

Dalam mewujudkan keberhasilan pertanian berkelanjutan, berdasarkan hal yang telah disebutkan diatas maka, pemerintah Indonesia menerapkan kebijakan pengembangan kopi Nasional berupa program kebijakan ISCO*ffee* yang telah tertulis dalam Peraturan Menteri Pertanian RI nomor 52/Permentan/OT.140/9/2012. Dengan *sustainable agriculture*, maka Indonesia dapat menerapkan peraturan mengenai *ecolabel* agar produk kopi asal Indonesia dapat terus meningkat di pasar Jerman. (Kementerian Pertanian, 2012).

2. **Diplomasi Ekonomi**

Definisi dari diplomasi ekonomi adalah sebagai perumusan dan kebijakan yang berkaitan dengan produksi, pergerakan atau pertukaran barang, jasa, tenaga kerja dan investasi di negara lain (Berridge, 2003). Diplomasi ekonomi merupakan aktivitas yang menyangkut metode maupun proses pengambilan keputusan internasional terkait dengan kegiatan ekonomi lintas negara seperti ekspor, impor, investasi, pinjaman, bantuan dan migrasi yang dilakukan oleh aktor negara dan non negara (Van Bergeijk & Moons, 2007).

Rana (2007) mendefinisikan, diplomasi ekonomi adalah proses yang dilalui suatu negara dalam menjalankan hubungan luar negeri, guna meningkatkan pendapatan negara di segala bidang, kegiatan, terutama sektor perdagangan, investasi dan segala pertukaran yang menguntungkan secara ekonomi di tingkat bilateral, regional ataupun multilateral. Menurut Rana, partisipasi dalam diplomasi ekonomi tidak hanya dilakukan oleh aktor negara seperti kementerian luar negeri ataupun kementerian perdagangan,

tetapi aktor non negara harus turut aktif berpartisipasi karena hal tersebut menjadi kunci sukses diplomasi ekonomi (Rana, 2007).

Diplomasi ekonomi memiliki jangkauan yang lebih luas daripada tugas “komersil” dimasa lalu dan tugas diplomasi ekonomi lebih luas daripada perdagangan. Tiga contoh konkrit yaitu mobilisasi, investasi, promosi pariwisata dan pengelolaan citra negara. Masing-masing ketiga tugas tersebut relevan dengan kegiatan diplomasi dan memberikan umpan balik kepada elemen lain dari proses diplomasi serta menunjukkan diplomasi yang semakin luas dan terintegrasi. Pada tiap negara, model diplomasi ekonomi dikembangkan sesuai dengan karakteristik negara yang bersangkutan. Bentuk kerjasama ekonomi kawasan juga termasuk salah satu model diplomasi ekonomi (Djelantik, 2008).

Menurut Sukawarsini Djelantik, dalam bukunya yang berjudul diplomasi: antara teori & praktik, pada bab diplomasi ekonomi dan perdagangan menyatakan terdapat 4 pilar dalam kegiatan diplomasi ekonomi yaitu:

1. Promosi perdagangan
2. Promosi peluang investasi
3. Menarik masuknya teknologi yang memadai
4. Pengelolaan bantuan ekonomi

Dalam penelitian ini, untuk meningkatkan ekspor kopi ke Jerman adalah dengan melakukan promosi perdagangan sebagai bukti bagaimana Indonesia meningkatkan ekspor kopi ke Jerman. Dalam promosi perdagangan yang bersifat keluar sangat erat dengan ekspor dan impor. Maka dalam diplomasi ekonomoni, promosi perdagangan menjadi salah satu cara membangun citra negara. Kegiatan promosi perdagangan

dilakukan dengan cara memasarkan dan memperkenalkan produk agar dapat diterima masyarakat asing (Djelantik, 2008).

D. Hipotesis

Berdasarkan latar belakang masalah dan pertanyaan penelitian serta dengan teori yang digunakan maka penulis menyimpulkan dugaan sementara terkait strategi pemerintah Indonesia dalam meningkatkan ekspor kopi ke Jerman, melalui:

1. Strategi peningkatan kopi Indonesia melalui kebijakan standarisasi dan sertifikasi mutu kopi.
2. Strategi promosi perdagangan Indonesia di pasar Jerman dengan tujuan membuka pemahaman bahwa kopi asal Indonesia sudah sesuai dengan standar Jerman.

E. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis strategi apa yang dilakukan oleh pemerintah Indonesia dalam meningkatkan ekspor kopi ke Jerman.

Selain itu manfaat dari penelitian ini adalah sebagai penerapan dari teori dan ilmu yang diperoleh selama ini serta bagi masyarakat akademik dapat digunakan sebagai sumber inspirasi dan sumber referensi bagi penelitian.

F. Jangkauan Penelitian

Jangkauan penelitian ini menganalisis tentang strategi Indonesia dalam memenangkan persaingan pasar kopi internasional terutama pasar Jerman. Selain itu juga meneliti strategi pemerintah Indonesia terkait dalam meningkatkan ekspor kopi Indonesia dan meningkatkan kerjasama perdagangan kopi Indonesia ke Jerman. Fokus ruang lingkup

dalam pembahasan ini difokuskan pada tahun 2016-2019. Karena dalam waktu tersebut ekspor kopi Indonesia ke Jerman mengalami fluktuasi dan dalam waktu tersebut pemerintah Indonesia melakukan usaha meningkatkan ekspor kopi ke Jerman dengan promosi perdagangan.

G. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif analitis yang bertujuan memaparkan atau mendeskripsikan. Metode deskriptif adalah metode penelitian dengan cara mengumpulkan data yang sebenarnya, kemudian data tersebut dianalisis. Jenis kualitatif yang mana dalam penelitian ini menggunakan studi kepustakaan sebagai teknik dan acuan dalam pengumpulan data. Data yang digunakan dalam penelitian ini dikumpulkan dan didapat dari literatur yang berhubungan dengan permasalahan diatas yang kemudian disertai dengan analisa. Jenis data yang digunakan penelitian ini adalah data sekunder yang didapatkan dari berbagai macam literatur dalam berbagai sumber seperti buku, media online, web site, jurnal dan situs lainnya yang berkaitan dengan permasalahan yang di bahas dalam penelitian ini.

H. Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan dari penelitian ini, yaitu:

BAB I

Pada bab ini berisi Latar belakang masalah tentang ekspor kopi Indonesia ke Jerman, rumusan masalah dari paparan latar belakang, landasan teori yang digunakan dalam penelitian ini, hipotesa, tujuan penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II

Mengemukakan tentang perkembangan komoditas pertanian sub perkebunan tanaman kopi di Indonesia.

BAB III

Mengemukakan kondisi pasar kopi di Jerman, hambatan serta peluang bagi Indonesia dalam ekspor kopi ke Jerman dan strategi yang dilakukan pemerintah Indonesia dalam meningkatkan ekspor kopi ke Jerman pada tahun 2016-2019.

BAB IV

Menunjukkan kesimpulan serta saran yang diperoleh dari penelitian ini.