

BAB I

PENDAHULUAN

A. ALASAN PEMILIHAN JUDUL

Kopi merupakan komoditi yang memperoleh perhatian penting seluruh dunia, dihasilkan di banyak negara di kawasan tropik dan demikian mempunyai arti penting dalam perekonomian dan kehidupan masyarakat di banyak negara. Banyak negara negara produsen kopi yang menghasilkan kopi berjuta-juta karung yang kemudian masuk kedalam perdagangan dunia dan menyibukkan banyak kalangan bisnis di seluruh dunia, yang menyelenggarakan pergudangan, pengapalan, dan pengurusan ekspor-impor kopi sepanjang tahun.

Kegiatannya merupakan jaringan usaha dari negara-negara penghasil kopi dan pengimpor kopi. Perdagangan kopi internasional memerlukan dukungan dari perbankan, asuransi, telekomunikasi dan jaringan media informasi ke seluruh jaringan media informasi ke seluruh kalangan bisnis yang perlu mengikuti jadwal kerja di beberapa Terminal di seluruh dunia.

Kopi merupakan komoditi penyegar yang diperlukan oleh penduduk dunia, dari desa-desa kecil di pelosok-pelosok negara sampai di kota-kota metropolitan dan pusat-pusat pariwisata internasional di banyak negara. Minumanya digunakan sebagai penghangat pertemuan baik di kantor, kampung, sampai jamuan internasional.

Demikian melekatnya arti kopi dalam kegiatan manusia dan sebagian masyarakat masyarakat. Kopi dihasilkan manfaatnya yang memberikan

kegairahan kerja, disamping memberikan kehangatan dan kenikmatan tersendiri. Perkopian Indonesia merupakan satu bagian dari perkopian dunia, yang turut berperan dalam perkembangan kopi dunia dengan gejolak-gejolak yang bisa membawa keberuntungan maupun kegelisahan bagi masyarakat petani-pekebun kopi dan perkebunan-perkebunan yang bergerak di bidang bisnis kopi.

Selama perang dunia kedua dan masa pendudukan jepang dan beberapa tahun sesudahnya terjadi kerusakan berat di bidang perkopian Indonesia. Banyak kebun kopi di bongkar untuk penanaman ketela pohon, jagung, ubi-ubian dan tanaman pangan lainnya yang lebih dibutuhkan masyarakat waktu itu.

Perkembangan selanjutnya ditandai dengan semakin berkurangnya luas perkebunan kopi dan sebaliknya cepat bertambah luasnya tanaman kopi yang dikembangkan oleh petani-pekebun rakyat. Perluasan tanaman kopi pun menyebar ke berbagai daerah diluar jawa, terutama ke Lampung, Sumatera Selatan, dan Bengkulu, hal ini dikarenakan masih memungkinkan perluasan lahan penanaman kopi karena masih jarang penduduknya dan membuka lahan hutan untuk tanaman kopi masih leluasa dan memungkinkan.

Indonesia sebagai negara agraris yang cukup subur untuk lahan pertanian dan perkebunan termasuk untuk pengembangbiakan tanaman kopi, maka, wajar saja Indonesia bisa menjadi salah satu negara pengeksport kopi robusta terbesar di dunia. Kopi juga merupakan komoditas utama perdagangan kedua terbesar setelah minyak dan gas. Namun dengan terdorong oleh harga kopi yang relatif cukup baik, perkopian Indonesia mengalami penurunan. Hal ini disebabkan oleh perkembangan kopi yang

dihasilkan oleh petani kopi di Indonesia. Mereka kurang memelihara kebun kopinya dan kurang cermat dalam pengolahan biji kopi, mereka masih menggunakan sistem tradisional dan pengolahan kopi tersebut. Pengeringan dilakukan dengan penjemuran dengan alas dan tidak. Tentu hal ini akan mengakibatkan rusaknya mutu biji kopi yang dihasilkan. Selain itu mereka tidak melakukan “petik merah” dan pengolahan biji kopi tidak dilaksanakan secara baik. Hal itu diperparah lagi dengan praktik-praktik kalangan pedagang perantara dan agen-agen perusahaan pengolah kopi, yang mengakibatkan perkopian Indonesia digolongkan dalam mutu yang rendah.

Dilain sisi Indonesia menghasilkan hampir 30 % kebutuhan kopi dunia. Di Indonesia kopi banyak dihasilkan di segitiga emas kopi yaitu Propinsi Sumatera Selatan, Bengkulu, dan Lampung.

Berikut adalah data dimana Indonesia sebagai salah satu negara pengeksport kopi terbesar di dunia pada tahun 2002 dalam juta *bag* / karung, dalam hal ini negara penghasil kopi terbesar yaitu Brasil dengan 22.100 per tahun, Vietnam dengan 12.500 per tahun, Colombia dengan 11.200 per tahun, Indonesia dengan 8.250 per tahun, India dengan 5.500 per tahun, Meksiko dengan 5.425 per tahun, Ethiopia dengan 5.200 per tahun, Uganda dengan 5.200 per tahun, Guatemala dengan 4.950 per tahun, Peru dengan 2.550 per tahun, Costa Rica dengan 2.500 per tahun, Honduras dengan 2.250 per tahun, Nicaragua dengan 1.550 per tahun, Cameroon dengan 1.550 per tahun, el salvador dengan 1.250 per tahun, Venazuela dengan 1.195 per tahun, Equador dengan 1.100 per tahun, dan lainnya 5.522 per tahun sumber USDA.¹

Selain membina eksportir dan menggalang kerjasama AEKI turut aktif dalam usaha membina petani-pekebun kopi dan membantu dalam penyediaan alat dan mesin pengolah kopi serta fasilitas lain-lain guna meningkatkan mutu kopi.

Akan tetapi, AEKI menemukan hambatan-hambatan dalam menangani permasalahan ini seperti kurangnya dukungan dari pemerintahan terutama permasalahan dana. Hambatan dan tantangan yang dihadapi perkopian Indonesia di pasar internasional semakin berat. Tidak hanya harga kopi yang terpuruk, namun berbagai persyaratan-persyaratan untuk masuk ke beberapa negara importir kopi semakin ketat. Hanya para eksportir yang profesional yang mampu mengarungi persaingan dan tantangan di pasar internasional.

Kurangnya perhatian pemerintah dalam memberikan bimbingan dan dorongan kepada eksportir yang masih tetap eksis di pasar kopi internasional. Selain itu kondisi keuangan negara pemerintah Indonesia sulit memainkan percaturan perkopian di pasar internasional. Program ekspor kopi yang telah direncanakan dengan Vietnam hingga kini belum di jalankan.

Selain itu kurang intensifnya Indonesia dalam menjaga hubungan dengan negara importir kopi menyebabkan beberapa negara mulai berpaling ke negara-negara produsen kopi lainnya. Promosi kopi, temu dagang dan pameran di beberapa negara yang selama ini diikuti oleh Indonesia sekarang sudah jarang atau semakin berkurang. Bagaimana pun hal itu sangat penting dilakukan untuk menjaga hubungan dengan negara importir dan menjaga pasar agar tidak di rebut oleh negara-negara produsen kopi lain.

Maka dari itu, tujuan penulis dalam memilih “STRATEGI AEKI DALAM MENEMBUS PASAR INTERNASIONAL” adalah sebagai berikut :

1. AEKI sebagai lembaga yang menangani permasalahan kopi Indonesia.
2. Adanya hambatan-hambatan yang di hadapi AEKI dalam meningkatkan produksi kopi Indonesia supaya dapat menembus standar mutu kopi internasional. Hambatan-hambatan tersebut antara lain, pertama rendahnya mutu kopi Indonesia, kedua adanya kebijakan-kebijakan dari negara-negara konsumen seperti: *UU Bioterrorism, OTA*, ketiga kalahnya pemodal Indonesia dengan pemodal asing, keempat adanya kebijakan dari organisasi kopi internasional (ICO) yang merugikan perkopian Indonesia seperti, program C4s.
3. Terjadinya krisis kopi akibat *over supply*, dimana harga kopi jatuh

B. TUJUAN PENULISAN

Dalam hal ini tujuan penulisan adalah :

1. Menjelaskan strategi yang diterapkan AEKI dalam menembus pasar internasional.
2. Mengaplikasikan pengetahuan yang telah didapat di bangku kuliah
3. Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana (S1) dari fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Muhammadiyah

C. LATAR BELAKANG MASALAH

Situasi perkopian dewasa ini nampaknya masih diwarnai dengan kondisi harga yang belum menguntungkan bagi kalangan produsen kopi dan produksi kopi global pun mengalami trend menurun. Dalam hal ini kopi dibagi menjadi dua jenis yaitu *Arabica dan Robusta*. Dimana harga kopi tersebut mengalami penurunan harga baik dalam pasar internasional maupun domestik. Penurunan harga tersebut sangat mempengaruhi kondisi perkopian nasional. Dampak dari turunnya harga kopi mengakibatkan tingkat produksi kopi Indonesia menjadi turun sehingga jumlah ekspor kopi Indonesia juga ikut menurun. Harga kopi di pasaran dunia mengalami penurunan yang begitu signifikan, berikut adalah data dalam tabel dimana harga kopi

Tabel 1.
 Harga kopi dari tahun 1980/1981 – 2003/2004

Tahun	Harga dalam cents/lb
1980/1981	64,51
1981/1982	64,55
1982/1983	59,65
1983/1984	60,81
1984/1985	65,19
1985/1986	97,61
1986/1987	72,84
1987/1988	63,29
1988/1989	62,86
1989/1990	50,97
1990/1991	49,56
1991/1992	43,94
1992/1993	41,35
1993/1994	62,34
1994/1995	114,79
1995/1996	90,30
1996/1997	93,90
1997/1998	103,60
1998/1999	75,57
1999/2000	60,56
2000/2001	41,54
2001/2002	32,36
2002/2003	35,20
2003/2004	42,94

Sumber: Nestor Osorio, *The World Coffe Market, Lessona From the Crisis And Future Scenarios*, London, 9 Februari 2005, hal 3

Tentu saja hal ini akan sangat mempengaruhi produksi kopi nasional yang kemudian akan mengakibatkan turunnya produksi kopi Indonesia. Selain itu dengan turunnya produksi didukung dengan harga yang rendah tentu saja akan berdampak pada pendapatan devisa negara dimana kita tahu bahwa kopi adalah penyumbang bagi devisa negara yang cukup besar selain migas.

Posisi perkopian Indonesia baik dalam maupun diluar negeri sulit karena harga

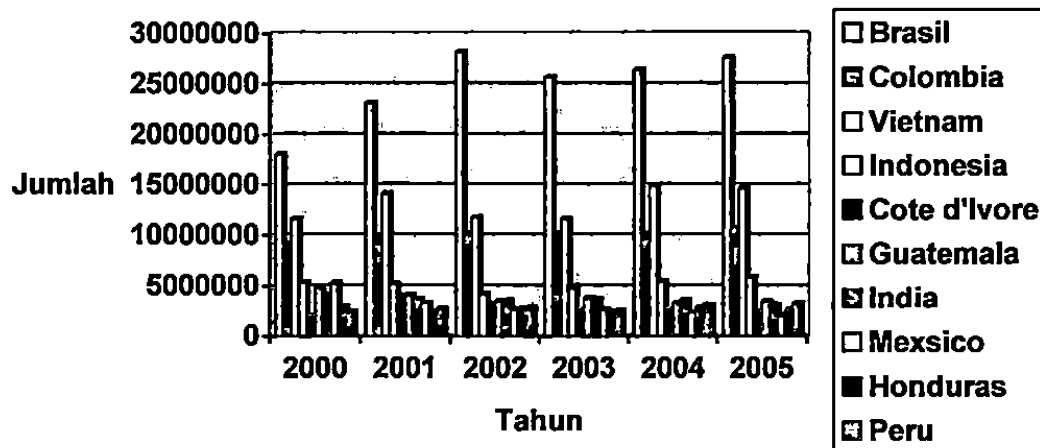
Hal ini disebabkan oleh

ketidakseimbangan produksi dengan konsumsi. Krisis moneter yang mendera Indonesia yang menyebabkan pemerintah Indonesia menunda dan membatasi program / kebijakan di bidang perkopian. Bantuan yang semula di berikan kepada petani serta subsidi pupuk ditiadakan. Bahkan pemerintah terkesan membiarkan hendak kemana arah perkopian kopi akan dibawa kedepan. Proses peningkatan mutu seakan-akan hanya menjadi mimpi belaka. Berikut adalah tabel data posisi volume ekspor kopi Indonesia dan negara-negara produsen kopi lainnya dan diagram volume ekspor kopi.

Table 2.
Volume Ekspor Kopi Indonesia dan Negara-Negara Produsen Kopi
Dalam 60 kg Karung

Nama negara	Volume ekspor kopi					
	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Brazil	18016389	23174056	28161046	25695568	26421252	27 633 534
Colombia	9176642	9943630	10273425	10244392	10194315	10 721 708
Vietnam	11618373	14106443	11771367	11631111	14858991	14 670 935
Indonesia	5357594	5243405	4285830	4794720	5455599	5 867 063
Cote d'Ivoire	1964983	4094522	3253215	2646649	2572734	2 396 451
Guatemala	4851593	4110378	3491328	3820800	3309581	3 480 589
India	4228791	3729701	3550130	3707066	3647333	3 167 456
Mexico	5303704	3333166	2644644	2594508	2360592	2 034 022
Honduras	2878560	2391613	2711260	2425237	2779189	2 579 185
Peru	2361566	2662796	2789464	2503025	3184062	3 316 334

Data Statistik Volume Ekspor Kopi Indonesia dan Negara-negara Produsen
Kopi dalam 60 kg Karung



Sumber: www.ico.com , diunduh pada tanggal 27 juni 2006

Dilain pihak, keuntungan yang diperoleh industri perkopian di negara-negara terus meningkat, dimana peminum kopi mengkonsumsi US\$ 55 milyar pertahun, namun pendapatan yang diterima oleh negara-negara produsen hanya sekitar US\$ 8 milyar, atau 15 % dari total harga yang dibayar oleh konsumen kopi. Hal ini dikutip dari data ICO, bahwa dari harga sekitar £ 1.75 per cangkir yang dibayar oleh peminum kopi di warung-warung kopi di Inggris, 75 *pence* adalah bagian yang diambil oleh *roaster / processors*, 44 *pence* bagian dari *retailer*, 30 *pence* bagian dari *exporting*, 17 *pence* biaya pengapalan, dan hanya 5 *pence* merupakan perolehan yang diterima oleh petani kopi.² Hal ini juga sangat berpengaruh terhadap produksi kopi nasional dimana Indonesia selaku negara produsen kopi dunia dirugikan karena ternyata keuntungan yang diperoleh negara semakin kecil dan nasib para petani tentu akan lebih menderita.

² www.icao.com (2005), 2 slides dengan ACPC ke 21 dan world

kementerian kerja sama ekonomi dan pembangunan Jerman sudah menyiapkan dana yang cukup besar guna membiayai proyek dua tahun kedepan.

Dalam sidang ICO di markasnya London, Inggris baru baru ini. Sidang ke 257 Badan Eksekutif ICO dan sidang 92 Dewan Kopi Internasional ini di hadiri 73 negara produsen dan konsumen. Dalam sidang ini membahas kelanjutan pembahasan proposal jerman mengenai produksi kopi yang berkelanjutan dengan menerapkan Common Code for the Coffe Community (C4) ungkap Dirjen bina pengolahan dan pemasaran hasil Pertanian Deptan RI Delima Hasri Azhari yang juga wakil ketua Dewan Kopi Internasional.⁵

Rencana pemberlakuan kebijakan C4 ini mengindikasikan mulai gencarnya upaya-upaya yang dilakukan negara-negara konsumen untuk menerapkan standarisasi komoditas ekspor strategis yang mereka konsumsi. Masih banyak pihak, terutama negara-negara produsen yang mempertanyakan keuntungan dan kerugian dari penerapan sistem ini.

C4 merupakan inisiatif negara konsumen untuk mengatur permintaan dan pasokan kopi melalui penerapan prinsip keberlanjutan / kelangsungan mata rantai biji kopi sebagaimana prinsip *sustainability* dari *UN Millenium Develotment Goals*, yang harus memenuhi dimensi sosial dan ekonomi para petani / pekerja dan keluarganya.⁶ Yang pada akhirnya program ini menimbulkan kesulitan bagi negara produsen yang masih menggunakan metode sederhana dan alat-alat tradisional.

Selain itu krisis kopi telah memukul para petani kopi di negara produsen kopi di dunia. Hasil penjualan kopi tidak cukup lagi menutupi biaya produksi. Banyak

keluarga petani kopi yang kehidupannya tergantung pada hasil penjualan kopi tidak mapu lagi menyekolahkan anak mereka, membeli obat-obatan, dan bahan makanan yang cukup. Sebab bagi para petani, kopi adalah mata pencaharian utama mereka. Ketika harga kopi jatuh kehidupan mereka juga sangat terpukul.

Kejatuhan harga kopi sudah terlihat sejak tahun 1997 tapi sejak tahun 2001 hingga kini harga kopi masih tetap rendah. Sehingga banyak petani dan pengusaha kopi nasional banyak yang gulung tikar. Dalam hal ini terdapat empat faktor utama penyebab turunnya harga kopi yaitu :⁷

1. restrukturisasi pasar dari yang diatur bebas
2. tidak ada keseimbangan pasar, para petani tidak memiliki modal dan para *roaster* mengambil keuntungan melimpah
3. rendahnya mutu kopi
4. tidak ada alternatif akibat kegagalan pemberdayaan sentra-sentra kopi.

Hal ini tentu saja mempersulit para petani kopi Indonesia, karena bibit dan peralatan yang mereka gunakan masih bersifat lokal atau tradisional dan keterbatasan modal yang dimiliki oleh para petani kopi. . Meskipun krisis perkopian tidak kunjung berakhir, bukan berarti Asosiasi Eksportir Kopi Indonesia (AEKI) maka di masa yang AEKI bisa menjalankan program yang telah disusun, kendati terbentur masalah dana yang terbatas. Selain itu, AEKI sebagai badan yang mewadahi kopi Indonesia mempunyai tugas yaitu bagaimana dengan kondisi dan situasi yang dialami para petani kopi selain harga yang masih rendah dan meningkatkan mutu kopi Indonesia supaya perkopian Indonesia tetap eksis dalam persaingan kopi Internasional ?

D. POKOK PERMASALAHAN

Jadi berdasarkan latar belakang di atas maka dapat di tarik rumusan masalah yaitu: “*Bagaimana strategi AEKI dalam menembus pasar kopi Internasional ?* “

E. KERANGKA DASAR TEORI

Dalam sebuah penelitian maka diperlukan sebuah pisau analisis untuk lebih memfokuskan permasalahan yang diteliti. Pisau analisis ini lebih dikenal dengan teori atau konsep-konsep yang relevan dengan permasalahan yang diteliti

Konsep Kuota Ekspor

Dalam perjanjian internasional membatasi kuantitas satu jenis barang yang boleh diekspor oleh satu negara. Akibatnya adalah pembatasan jumlah barang yang diimpor.⁸ Maka dari itu suatu negara tidak boleh melebihi jumlah ekspor kopi yang nantinya akan mengakibatkan turunnya harga kopi dunia. Dengan melihat konsep ini berarti kita bisa melihat bahwa suatu negara itu tidak boleh melebihi kuota kopi yang seharusnya di ekspor.

Dengan adanya kelebihan jumlah ekspor kopi atau *over suply* tentu akan mengakibatkan turunnya harga kopi dunia. AEKI sebagai sebuah lembaga yang mengurus masalah kopi nasional di Indonesia mempunyai peran untuk bisa menghadapi masalah *over suply* kopi, AEKI harus bisa menggunakan perannya dengan sebaik mungkin. AEKI harus bisa mengawasi jumlah barang yang diekspor agar tidak terjadi kelebihan yang nantinya juga akan membawa dampak terhadap

negara dan para petani kopi. Dampak tersebut seperti turunnya devisa negara mengingat kopi merupakan salah satu sumber pendapatan devisa yang cukup besar, hancurnya perekonomian keluarga para petani kopi.

Dengan adanya kuota ekspor tersebut tentu nagara-negara akan mengawasi jumlah ekspor kopi mereka. Sehingga harga kopi dunia tidak akan turun yang mengakibatkan hancurnya nasib para petani kopi. Begitu pula yang harus dilakukan oleh AEKI dalam menaikkan mutu dan menjaga kuota ekspor agar produksi kopi Indonesia tidak kalah dalam bersaing dengan produksi kopi dari negara-negara produsen kopi. Serta jumlah kopi yang beredar didunia itu tetap stabil dan harga kopi tetap tinggi.

Kebijakan perdagangan strategis

Kebijakan pemerintah untuk menciptakan keunggulan komparatif dalam perdagangan dengan berbagai cara seperti pemberian subsidi pada kegiatan penelitian dan pengembangan suatu produk, atau pemberian subsidi untuk membantu suatu bidang industri meingkatkan produksi sehingga mencapai tingkat efisiensi produksi yang lebih baik daripada pesaingnya di luar negeri.⁹

Dengan kebijakan ini pemerintah akan melakukan usaha untuk meningkatkan produksi kopi Indonesia. Dengan cara pemberian subsidi kepada petani melalui AEKI ini diharapkan produksi kopi Indonesia mengalami peningkatan mutu kopi

Seperti yang dilakukan oleh AEKI dalam meningkatkan mutu dan jumlah kopi hasil panen. Dalam hal ini AEKI melakukan upaya pengembangan produk kopi dan kegiatan penelitian untuk meningkatkan kualitas ekspor dengan mendirikan pusat pelatihan dan pengembangan kopi seperti, pendirian Pusat Pengembangan dan Penelitian Kopi (P3K) di Hanakau, Lampung Barat, yang bekerja sama dengan Pemda setempat.¹⁰

Hal ini dilakukan dengan tujuan meningkatkan mutu kopi dan meningkatkan kesejahteraan petani kopi di Indonesia. Selain itu dengan didirikannya pusat pelatihan tadi jumlah mutu kopi meningkat dan kopi Indonesia bisa lebih bersaing dengan produk kopi dari negara-negara produsen kopi dunia lainnya.

Teori keunggulan komparatif

Dalam buku ekspor impor seri bisnis Internasional no 13, dikatakan bahwa salah satu hal yang menjadi landasan untuk kemungkinan memperdagangkan komoditi dalam pasar Internasional adalah *pertama*, yaitu apabila komoditi ekspor mempunyai keunggulan mutlak dan keunggulan komparatif dalam biaya produksi dibandingkan dengan biaya produksi negara lain. Asas ini ditekankan pada masalah biaya produksi, tingkat produktifitas dan efisiensi dari komoditi yang bersangkutan. Kopi merupakan tumbuhan yang tumbuh didaerah beriklim tropis tertentu. Produk tersebut menempati kedudukan monopoli karena faktor alam dan lokasi yang sulit ditandingi. Sedang komoditi dikatakan memiliki keunggulan komparatif bilamana

¹⁰ *Warta Kopi Indonesia* edisi 1997th VIII/September-Oktober 2004, hal. 9

biaya produksinya lebih murah yang disebabkan oleh baiknya pemanfaatan kombinasi faktor produksi seperti, bahan baku, tenaga kerja, teknologi.

Kedua, apabila komoditi tersebut sesuai dengan selera dan kebutuhan konsumen di luar negeri. Hal ini dipandang dari sudut kepentingan konsumen. Komoditi yang mempunyai potensi ekspor dipandang dari sudut selera konsumen ini adalah komoditi yang mutu, desain, ketepatan waktu penyerahan, pengaturan packing dan standarisasi peduduk itu sesuai dan memenuhi selera komsumen. Melihat hal tersebut kopi merupakan sebuah suatu produk yang dipandang sebagai komoditi ekspor yang dapat memberikan sumbangan devisa karena banyak peminat kopi di dunia ini.

Ketiga , yaitu bila komoditi tersebut diperlukan untuk diekspor dalam rangka pengamanan cadangan strategis nasional .¹¹

Dengan teori ini dimaksudkan Indonesia mempunyai hasil perkebunan yang bisa menghasilkan sumber devisa yaitu kopi. Kopi merupakan salah satu penghasil devisa negara yang cukup besar. Indonesia disini mempunyai suatu yang tidak dimiliki oleh negara-negara lain karena kopi hanya bisa hidup di daerah tropis. Dengan hasil produksi yang cukup banyak tersebut Indonesia bisa menciptakan suatu yang bisa menjadi keunggulan tersendiri dibanding dengan negara lain. Dengan adanya tenaga kerja dan bahan baku yang mudah didapat tentu hal itu akan mempermudah Indonesia dalam menciptakan sebuah keunggulan sehingga dapat menunjang pendapatan negara.

Konsep Aliansi Strategis

Aliansi strategis merupakan bentuk kerja sama antara beberapa perusahaan untuk tujuan yang bersifat umum dan jangka panjang. Dalam hal ini aliansi strategis mempunyai tujuan yang jelas, yaitu untuk mengembangkan sayap dan jaringan bisnis yang ada, juga dapat meningkatkan kinerja sehingga dapat menang dalam persaingan.¹²

AEKI sebagai sebuah organisasi kopi Indonesia dalam hal ini melakukan kegiatan aliansi strategis. AEKI melakukan kerja sama dengan sebuah organisasi kopi Vietnam yaitu Asosiasi Eksportir Kopi dan Kakao Vietnam (Vicofa)¹³. Hal tersebut bertujuan untuk meningkatkan mutu kopi dan mengatasi krisis kopi global yang mengalami *over suply* yang berkepanjangan.

Sebagaimana kita ketahui bahwa Vietnam adalah salah satu negara penghasil kopi terbesar di dunia. Dengan adanya kerja sama ini diharapkan Vietnam dapat mengawasi jumlah ekspor kopinya ke pasar agar tidak terjadi *over suply* dan mutu kopi yang diharapkan benar-benar sesuai dengan standar internasional sehingga kopi Indonesia bisa bersaing dan mendapatkan pangsa pasar yang lebih luas di pasar internasional.

F. HIPOTESIS

Berdasarkan Latar Belakang diatas yang dikaitkan dengan teori keunggulan komparatif, kuota ekspor, kebijakan perdagangan strategis, sertra aliansi strategis

¹² Ricardus Eko Indrajit, *Kolaborasi Sistem Informasi Perusahaan*, www.sinarindonesia.com

¹³ Lihat *Kopi Indonesia*, edisi 123/Th XI/November-desember 2004, hal 28

dapat disimpulkan bahwa strategi yang digunakan oleh AEKI dalam menembus pasar perdagangan kopi Internasional adalah keunggulan Indonesia yang merupakan salah satu produsen kopi terbesar no IV di dunia. Sebagai produsen no IV dunia, Indonesia mempunyai *bargaining position* baik dalam mempengaruhi kebijakan maupun penentuan harga kopi.

Indonesia juga bisa lebih meningkatkan mutu kopi nasional sehingga bisa menembus pasar internasional dan tidak kehilangan pasar di dunia serta memberikan sumbangan devisa negara.

Untuk lebih jelasnya, strategi yang diambil Indonesia dalam menembus pasar perdagangan kopi Internasional adalah sebagai berikut :

- a. Ikut melakukan retensi bersama negara-negara produsen kopi lainnya
- b. Melakukan promosi ke luar negeri.
- c. Melindungi para petani dengan menolak proyek C4s.
- d. Peningkatan mutu kopi nasional sesuai dengan standar internasional.
- e. Mengadakan kerja sama dengan negara lain untuk meningkatkan mutu kopi Indonesia

G. METODE PENELITIAN

Dalam Ilmu Hubungan Internasional seringkali ditemukan kesulitan dalam teknik meneliti permasalahan internasional yang dikarenakan adanya jarak, kompleksitas masalah, kerahasiaan oleh lembaga yang bersangkutan atas masalah yang diteliti. Oleh karena itu penulis menggunakan teknik *library research* atau penelitian kepustakaan yang meliputi buku-buku literatur, jurnal ilmiah, makalah

makalah, majalah, surat kabar, bulletin, kliping, internet maupun dokumentasi yang lain.

H. JANGKAUAN PENELITIAN

Dalam jangkauan penelitian ini penulis membatasi persoalan perdagangan internasional yang dihadapi AEKI mulai dari tahun 2000 sampai tahun 2005. Namun, pembahasan tersebut tidak bersifat kaku dan dapat berkembang sejauh data tersebut dapat mendukung penulisan karya tulis ilmiah ini. Saya memilih tahun 2000 sebagai tahun dasar dari jangkauan penelitian karena pada tahun produksi mengalami peningkatan yang sangat kecil dan harga mengalami penurunan karena ketidakseimbangan permintaan dan penawaran.

I. SISTEMATIKA PENULISAN

Secara keseluruhan, dalam karya tulis ini penulis membagi kedalam Lima Bab dengan uraian sebagai berikut:

BAB I: merupakan pendahuluan yang memuat alasan pemilihan judul, tujuan penulisan, latar belakang masalah, pokok permasalahan, kerangka dasar teori, hipotesa, metode penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II: mengemukakan gambaran umum tentang Asosiasi Eksportir kopi Indonesia mulai dari tahun berdiri, sejarah perkembangan, serta struktur organisasi secara garis besar.

BAB III: mengemukakan hambatan-hambatan yang dihadapi oleh AEKI dalam meningkatkan ekspor kopi Indonesia

BAB IV: merupakan realisasi dari strategi yang dilakukan oleh Asosiasi Eksporir Kopi Indonesi (AEKI)

BAB V: merupakan Bab akhir yang menutup karya tulis ini, yang berisi rangkuman dari bab-bab sebelumnya serta disusun dalam bentuk kesimpulan.

J. KERANGKA PENULISAN

BAB I PENDAHULUAN

- A. Alasan Pemilihan Judul
- B. Tujuan penulisan
- C. Latar Belakang Masalah
- D. Perumusan Masalah
- E. Kerangka Dasar
- F. Hipotesis
- G. Metodologi Penelitian
- H. Jangkauan Penelitian
- I. Sistematika Penulisan
- J. Kerangka Penulisan

BAB II ASOSIASI EKSPORTIR KOPI INDONESIA (AEKI)

- A. Sejarah Perkembangan AEKI
- B. Struktur Organisasi AEKI
- C. Peranan AEKI

BAB III HAMBATAN - HAMBATAN YANG DIHADAPI OLEH ASOSIASI EKSPORTIR KOPI INDONESIA (AEKI)

- A. Kebijakan yang dikeluarkan oleh ICO tentang C-4
- B. Kebijakan-kebijakan negara konsumen
- C. *Over supply* kopi di pasar internasional

BAB IV STRATEGI YANG DITERAPKAN AEKI

- A. Menolak retensi kopi, sementara waktu memfokuskan pada promosi dalam dan luar negeri
- B. Menolak program C 4 dan kebijakan-kebijakan dari negara konsumen
- C. Meningkatkan mutu kopi sesuai dengan standar internasional