

Daya Saing Kopi Arabika Bali Sebagai Komoditi Ekspor

IDA AYU LISTIA DEWI*, AAA WULANDIRA SAWITRI DJELANTIK

Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Udayana
Kampus Udayana, Jalan PB Sudirman Denpasar Bali, 80232

Email: *listiadewi60@unud.ac.id
wulandiradj@unud.ac.id

Abstract

Competitiveness of Bali Arabica Coffee as an Export Commodity

This study aims to examine the competitiveness of Balinese coffee from comparative advantage, and identify factors supporting the competitiveness of Balinese Arabica coffee. The research location was carried out in Catur Village, Kintamani District, Bangli Regency. Determining the location of research with a purpose method. Comparative advantage is seen from the value of the RCA index and competitive advantage is identified based on the Berlian Porter approach. The results of the analysis show that Bali coffee has low comparative competitiveness as shown by the RCA value of Bali coffee for 5 consecutive years < 1 . There are several factors that can increase the competitive advantage of Balinese Arabica coffee, according to Berlian Porter's approach, including: 1. Intermediate factor requirements other natural resources that support Bali Arabica coffee to become IG products. Experienced human resources more than 20 years. 2. Demand from foreign markets has decreased due to covid but the domestic market has increased rapidly. 3. Competition between coffee-producing countries makes each producer have to maintain the quality of its product. 4. There are many government roles related to regulations from upstream to downstream industries. The conclusion that can be drawn is that although the comparative advantage of Balinese coffee has low competitiveness, it will be covered by competitive advantages, especially Bali Arabica coffee which has a very good taste which has been registered as a Geographical Indication product.

Keywords: *comparative advantage, competitive advantage, arabica coffee, Geographical Indication products*

1. Pendahuluan

1.1. Latar belakang

Ekspor merupakan salah satu kegiatan ekonomi yang penting bagi Indonesia. Kegiatan ini diandalkan oleh pemerintah sebagai salah satu cara untuk menambah penghasilan negara dalam bentuk devisa. Aktivitas ekonomi muncul akibat adanya ketidakmampuan suatu negara menghasilkan produk yang dibutuhkannya. Disisi lain ada beberapa negara yang menghasilkan produk secara berlebih/melimpah melebihi

kebutuhan masyarakatnya. Kondisi ini yang sering menimbulkan terjadinya aktivitas ekspor-import.

Selain memiliki peluang, kinerja ekspor menghadapi tantangan yang semakin besar dan kompleks baik yang terkait dengan faktor-faktor domestik maupun global. Meningkatnya permintaan domestik atau kurang efisiensi produksi domestik sering menjadi alasan menurunnya kuantitas ekspor Indonesia. Berdasarkan hasil penelitian Fairuz (2022) dan (Alvaro, 2019) menyatakan bahwa secara parsial inflasi berpengaruh signifikan dengan arah negatif terhadap nilai ekspor Indonesia ke beberapa negara tujuan ekspor. Menurut (Alvaro, 2019), Inflasi adalah kecenderungan meningkatnya harga-harga secara umum dan terus menerus. Inflasi dapat terjadi di dalam perekonomian nasional suatu negara ataupun secara internasional.

Salah satu produk ekspor yang dapat diandalkan dalam ekspor adalah kopi. Indonesia adalah salah satu negara berkembang yang merupakan supplier utama kopi dunia. Area penanaman kopi Indonesia tersebar di beberapa pulau seperti Sumatera, Jawa, Bali, Flores dan Papua (Kemendag Republik Indonesia, 2018). Produksi kopi di Indonesia pada tahun 2019 sampai dengan 2021 cenderung meningkat. Tahun 2019 produksi kopi sebesar 752,51 ribu ton naik menjadi 762,38 ribu ton pada tahun 2020 atau naik sebesar 1,31%. Tahun 2021 produksi kopi naik menjadi 786,19 ribu ton atau meningkat sebesar 3,12% (Badan Pusat Statistika Indonesia, 2021).

Kopi Arabika memiliki peluang pasar yang lebih tinggi. Permintaan terhadap Kopi Arabika di pasar ekspor tinggi sedangkan jumlah produksi yang dihasilkan negara produsen tidak sebanyak permintaan yang ada. Ini juga yang mengakibatkan harga Kopi Arabika lebih tinggi dibandingkan dengan jenis kopi Robusta.

Adanya perubahan terhadap selera konsumen luar dan dalam negeri juga strategi-strategi yang dilakukan negara-negara lain dan atau dari wilayah lain di Indonesia penghasil Kopi Arabika, mengakibatkan persaingan semakin tinggi. Kondisi ini juga dirasakan oleh pelaku di industri Kopi Arabika di Bali dalam bersaing di pasar internasional maupun pasar lokal. Kemampuan bersaing atau daya saing merupakan faktor penting untuk bertahan dalam dinamika ekonomi global. Konsep daya saing dapat dilihat melalui keunggulan komparatif dan kompetitif. David Ricardo memperkenalkan tentang teori keunggulan komparatif. Keunggulan komparatif muncul ketika suatu negara mendapatkan manfaat dari perdagangan internasional jika melakukan spesialisasi produksi dan mengeskpor suatu produk yang jumlah produksinya relatif lebih efisien serta melakukan impor untuk suatu produk yang jumlah produksinya relatif kurang efisien (Yulia dan Chandriyanti, 2021). Menurut Porter, suatu negara memperoleh keunggulan daya saing jika perusahaan tersebut kompetitif. Daya saing suatu negara ditentukan oleh kemampuan industri melakukan inovasi dan meningkatkan kemampuannya. Teori Berlian Porter menjelaskan bahwa ada empat atribut yang berkaitan keunggulan kompetitif yaitu kondisi faktor, kondisi permintaan, Industri pendukung dan terkait serta Strategi, struktur dan persaingan antar industri (Baso dan Anindita, 2018).

Daya saing suatu produk juga bersifat dinamis perlu diperbaharui secara periodik. Hal ini penting agar pemangku kepentingan dapat memastikan keberlanjutan industri kopi Arabika di Bali dan pembenahan program dimasa mendatang.

1.2. Rumusan Masalah Penelitian

Rumusan masalah penelitian adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana daya saing Kopi Bali sebagai komoditi ekspor?
2. Apakah faktor yang memperkuat daya saing kopi Arabika Bali dalam kegiatan ekspor?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisa hal-hal sebagai berikut:

1. Daya saing Kopi Bali sebagai komoditi ekspor.
2. Identifikasi faktor yang memperkuat daya saing kopi Arabika Bali dalam kegiatan ekspor.

2. Metodologi Penelitian

2.1 Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian dilaksanakan di Desa Catur Kecamatan Kintamani Kabupaten Bangli. Penentuan lokasi penelitian ditentukan dengan metode *purposive* yaitu memilih lokasi penelitian secara sengaja dengan pertimbangan Desa Catur merupakan sentra produksi kopi Arabika Bali. Waktu penelitian dilakukan selama dua bulan. Penelitian ini dimulai pada bulan Agustus sampai dengan September 2021.

2.2 Data dan Sumber Data

Keunggulan komperatif pada penelitian ini dilihat dari kondisi kemampuan Propinsi Bali dalam menghasilkan kopi, dianalisis dengan data sekunder. Data sekunder yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah beberapa data kuantitatif meliputi nilai ekspor kopi Bali, total nilai ekspor Bali, nilai ekspor kopi Indonesia, dan total ekspor Indonesia. Data sekunder diperoleh dari Dinas Pertanian dan Keamanan Pangan Provinsi Bali 2021, BPS Provinsi Bali 2021, dan BPS Indonesia 2021. Keunggulan kompetitif diidentifikasi melalui data primer terkait kondisi sumberdaya alam, sumberdaya manusia, ketersediaan modal petani, akses teknologi, permintaan pasar, dukungan industri terkait, strategi persaingan, dan peran pemerintah.

2.3 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang dipergunakan meliputi metode wawancara dan dokumentasi. Data terkait permasalahan daya saing dari keunggulan komparatif dikumpulkan dengan metode dokumentasi yang diperoleh dari lembaga terkait dengan cara *internet searching*. Identifikasi keunggulan kompetitif menggunakan metode wawancara dan juga mempergunakan studi literature yang diperoleh melalui *internet searching*.

2.4 Populasi dan Sampel

Mengidentifikasi keunggulan kompetitif yang dilakukan dengan metode wawancara dilakukan pada petani, unit pengolah hasil (UPH), dan penyuluh. Populasi petani yang dipergunakan untuk menggambarkan daya saing kopi Arabika Bali adalah seluruh petani kopi Arabika di Desa Catur yang terbagi dalam delapan subak abian yaitu Tri Guna Karya, Tri Karya Nadi, Wanasari Kenjung, Tiyung seni, Pebunut, Mertha Sari, Pujung Sari, dan Lalang. Jumlah total petani kopi adalah 404 orang. Metode penentuan jumlah sampel menggunakan metode slovin dengan tingkat eror 15% sebanyak 50 responden petani yang tersebar di delapan subak abian di desa Catur. Metode penentuan sampel dengan menggunakan teknik proporsional random sampling. Informan kunci yang dipergunakan meliputi lima industri pengolah, dan seorang penyuluh pertanian. Instrumen pengumpulan data dipersiapkan terlebih dahulu berupa pedoman wawancara berupa kuesioner.

2.5 Metode Analisis

Metode analisis data sesuai dengan tujuan penelitian. Tujuan penelitian pertama untuk mengetahui keunggulan komperatif kopi Bali menggunakan metode deskriptif kuantitatif dengan pendekatan indek *Revealed Comparative Advantage* (RCA). Variabel penelitian yang dipergunakan untuk menghitung indeks RCA adalah nilai ekspor kopi Bali, nilai total ekspor Bali, nilai ekspor kopi Indonesia, dan total ekspor Indonesia lima tahun terakhir. Analisis yang digunakan untuk menganalisis tujuan dua yaitu mengidentifikasi faktor pendorong keunggulan kompetitif adalah analisis deskriptif kualitatif dengan pendekatan Berlian Poter. Variabel yang dipergunakan dalam pendekatan Berlian Poter adalah kondisi factor/input, kondisi permintaan, industri pendukung dan terkait, persaingan, struktur, dan strategi perusahaan, dan peranan pemerintah.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1 Keunggulan Komparatif Kopi Bali sebagai Komoditi Ekspor

Purwito dan Indriani (2015) menyatakan bahwa kemampuan komparatif dipergunakan untuk mengukur kinerja perdagangan seperti ketersediaan sumberdaya alam yang melimpah, tetapi ketersediaan modal dan teknologi tidak memadai untuk mengolah bahan baku tersebut. Menghitung keunggulan komparatif kopi Bali berarti mengukur kemampuan Bali dalam menghasilkan produk kopi dan membandingkannya dengan kemampuan keseluruhan wilayah Indonesia dalam menghasilkan kopi.

Pada penelitian ini keunggulan komperatif kopi Bali dilihat dengan menggunakan metode RCA (*Revealed Comparative Advantage*). Perhitungan nilai indeks RCA dalam kurun lima tahun terakhir dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 1.

Hasil Perhitungan Nilai Indeks RCA Komoditi Kopi Bali Lima Tahun Terakhir.

No	Tahun	Nilai Indeks RCA	Keterangan
1	2016	0,020	lemah
2	2017	0,042	lemah
3	2018	0,052	lemah
4	2019	0,171	lemah
5	2020	0,025	lemah

Sumber: data diolah dari data sekunder (BPS Indonesia (2021) dan BPS Provinsi Bali (2021))

Berdasarkan tabel di atas maka dapat diketahui bahwa selama kurun waktu lima tahun terakhir nilai indeks RCA < 1 ini berarti dilihat dari keunggulan komparatif daya saing kopi Bali rendah. Pangsa pasar ekspor komoditi kopi di Bali lebih rendah dari pangsa pasar ekspor kopi Indonesia. Pangsa pasar ekspor Bali pada komoditi ini lemah disebabkan kecilnya jumlah produksi kopi yang dihasilkan propinsi Bali dibandingkan dengan propinsi lainnya. Tentunya hal ini disebabkan akibat lebih kecilnya penguasaan lahan untuk usahatani kopi di Bali dibandingkan dengan propinsi lain. Di Indonesia terdapat 33 propinsi penghasil kopi dan Bali berada pada urutan 11 dilihat dari penguasaan luas lahan usahatani kopi (34.746 ha). Rata-rata produktifitas kopi di Bali (564 kg/ha) lebih rendah dari rata-rata produktifitas kopi di Indonesia (811 kg/ha) (BPS Indonesia, 2021).

Lemahnya produktifitas hasil kopi Bali tentunya disebabkan oleh beberapa hal. Usaha kopi di Provinsi Bali didominasi oleh perkebunan rakyat yang melakukan kegiatan pemeliharaan tanaman kopi belum sesuai dengan GAP usahatani kopi. Turunnya harga kopi dunia sejak tahun 2010 dan tingginya biaya usahatani kopi mengakibatkan banyak petani beralih ke tanaman lain seperti jeruk, sayuran, bunga, dan lainnya. Kurang trampil melakukan pemangkasan tanaman kopi. Umur tanaman yang sebagian besar di atas 20 tahun. Adanya program peremajaan tanaman oleh Pemerintah Provinsi Bali. Peremajaan umur tanaman merupakan program peningkatan produktivitas hasil panen di masa-masa mendatang, dengan menggantikan tanaman yang berumur lebih dari 20 tahun dengan tanaman muda. Cara panen yang salah yaitu dengan cara *grot* (petik secara sembarang) juga dapat mengakibatkan penurunan kuantitas hasil pada periode berikutnya, cara panen ini dilakukan pada jenis kopi Robusta, sedangkan jenis kopi Arabika sudah melakukan panen petik merah.

Hasil penelitian ini berbeda dengan hasil penelitian Viforit (2018) dimana keunggulan komparatif Kopi Arabika di Kabupaten Bener Meriah Propinsi Nanggroe Aceh Darussalam tergolong tinggi dilihat dari nilai indeks RCA > 1 . Hal ini disebabkan oleh tingginya produktifitas hasil panen kopi. Daerah ini juga didominasi oleh perkebunan kopi rakyat yang rata-rata penguasaan petani lebih dari satu hektar. Produktifitas hasil panen sangat tinggi, di atas produktivitas nasional.

3.2 *Mengidentifikasi keunggulan kompetitif yang dimiliki Kopi Arabika Kintamani sebagai komoditi ekspor*

Keunggulan kompetitif dalam penelitian ini adalah keunggulan yang dimiliki oleh komoditi kopi Bali yang dimunculkan dari langkah langkah spesifik/khusus untuk mengembangkan potensi dan kualitas produk kopi Bali khususnya Kopi Arabika Bali. Keunggulan kompetitif Kopi Arabika Bali dideskriptifkan dengan mengidentifikasi faktor pendorongnya menggunakan pendekatan Berlian Poter. Masing-masing faktor keunggulan kompetitif akan digambarkan pada bagian berikut.

A. Kondisi Faktor

Kondisi faktor menggambarkan ketersediaan sumberdaya pendukung keunggulan Kopi Arabika Bali mampu bersaing dalam ekspor, seperti tampak pada Tabel 2.

Tabel 2.

Identifikasi Kondisi Faktor Berdasarkan Pendekatan Berlian Poter pada Produk Kopi Arabika Kintamani Bali Tahun 2021

No	Kondisi faktor	Deskripsi kondisi di lapangan
1	Sumberdaya alam	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kebun kopi rata-rata ada pada ketinggian 1100-1400 dpl. Kecuraman lereng antara 0-60%. 2. Curah hujan 2990 mm/th, dengan 4-5 bulan kering, kelembaban relative 80-99%, temperature 15-250C. 3. Jenis tanah entisol dan inceptisol, mempunyai kesubura fisik dan kimia yang cukup baik. Penggunaan pupuk organik yaitu perpaduan antara pupuk kotoran sapi, kotoran kambing, dan kotoran ayam. 4. Kopi Arabika Bali merupakan salah satu produk Indikasi Geografis memperkaya kasanah kopi Nusantara.
2	Sumberdaya manusia	<ol style="list-style-type: none"> 1. Jumlah petani Kopi Arabika di kawasan MPIG Kintamani adalah sebesar 16.130 kepala keluarga di tahun 2020. 2. Usia petani rata-rata di atas 50 tahun dengan tingkat pendidikan rata-rata SD sampai SMP. 3. Pengalaman berusahatani kopi, 58% berada lebih besar sama dengan 20 tahun. 4. Keterampilan tambahan petani diperoleh dari kegiatan penyuluhan dan sekolah lapang seperti standar GAP, keterampilan memangkas, dan teknik panen yang tepat. 5. Kesadaran petani tinggi terhadap pencapaian kualitas panen.
3	Ketersediaan modal petani	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kepemilikan modal rendah. 2. Tersedia diakses permodalan seperti LPD, koperasi tani, perbankan dalam program KUR, dan pinjaman dari penebas. 3. Petani jarang mengakses pinjaman modal akibat kemampuan pengembalian hutang rendah, kecuali pada penebas yang dapat dibayar saat panen tiba.
4	Akses teknologi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Petani belum berbudidaya sesuai GAP . 2. Seluruh petani menggunakan tanaman penaung dengan jenis tanaman lamtoro dan jeruk, dapat menambah kesuburan tanah. 3. Menerapkan sistem pertanian semi organik dengan pupuk kandang, tetapi terpapar obat-obatan pada tanaman jeruk. 4. 100% petani di Desa Catur sudah menerapkan teknik panen pilihan, buah kopi merah dengan tingkat kematangan 95%.

Sumber data MPIG, 2007, dan data primer

B. Kondisi Permintaan

Kopi Arabika Bali menjadi salah satu produk Indikasi Geografis (IG) cita rasa kecut seperti buah citrus/jeruk menjadi keunikan cita rasa Kopi Arabika Bali. Banyak negara luar sangat menyukai kopi Arabika Bali. Bersama dengan kopi Arabika wilayah lain di Indonesia, kopi Arabika Bali menambah variasi cita rasa kopi nusantara. Inilah yang menyebabkan eksportir ataupun pedagang antar pulau berlomba mencari kopi Arabika Indikasi Geografis ke daerah penghasilnya masing-masing, termasuk kopi Arabika Bali. Rata-rata Unit Pengolahan Hasil (UPH) memiliki permintaan dari pedagang antar pulau atau eksportir sebanyak lima ton, hanya saja UPH belum mampu memenuhi secara maksimal. hal ini disebabkan karena sebagian hasil produksinya juga untuk memenuhi permintaan lokal.

Sebelum Pandemi Covid 19 permintaan kopi lebih banyak datang dari distributor besar antar pulau, akibat tingginya permintaan luar negeri. Terlebih lagi Kopi Arabika Bali banyak digemari oleh konsumen luar negeri seperti Amerika, Jepang, dan beberapa negara Asia Tenggara. Saat terjadinya pandemic, kondisi ini sangat berbeda, permintaan dari distributor besar antar pulau menurun tajam. Tetapi kondisi ini mampu ditutupi oleh peningkatan permintaan lokal dari *coffee shop*. Sampai tahun 2021 permintaan lokal terus meningkat, hal ini ternyata akibat maraknya bisnis *coffee shop* di daerah Bali. Saat ini kopi sudah diminati oleh generasi muda dan terkesan lebih kekinian dan modern. Permintaan atas kopi ke depan terus berkembang hal ini diungkapkan oleh pelaku industri pengolahan kopi di daerah Kintamani. Ini menunjukkan bisnis kopi ke depan berpotensi terus berkembang. Dinamika permintaan pada industri hilir akan mengakibatkan peningkatan mutu produk akhir yang dihasilkan oleh industri pengolah dan industri hulunya. Ini juga berdampak pada penguatan keunggulan kompetitif kopi Arabika Bali di masa mendatang.

C. Industri Terkait dan Pendukung

Industri terkait dan pendukung yang terlibat dalam kemajuan bisnis perkopian khususnya Arabika di Bali adalah industri hulu, pengolah kopi, dan industri hilir.

a. Industri hulu

Subak abian memiliki arti penting dalam upaya peningkatan daya saing kopi Arabika Bali. Subak abian merupakan suatu kelembagaan yang anggotanya kumpulan petani pada usaha lahan kering/perkebunan. Subak abian di Desa Catur merupakan penyedia bahan baku kopi dalam bentuk gelondong segar. Luas lahan kopi di Desa Catur sebesar 470 hektar di tahun 2018. Di Desa Catur terdapat delapan subak abian penyedia bahan baku segar. Produktivitas hasil panen gelondong segar per ha sebesar 450 kg, nilai ini masih dikategorikan rendah. Hanya saja tidak semua subak abian tersebut menerapkan standar GAP yang benar. pengukuran terhadap kualitas tanah tidak dilakukan secara rutin, pemberian kuantitas pupuk bervariasi antar petani, tidak semua petani trampil dalam pemangkasan, iklim yang tidak menentu, dan penjarangan buah jarang dilakukan oleh petani. Kualitas panen yang dihasilkan karakter bijinya lebih kecil-kecil sehingga dari segi ukuran belum masuk kategori mutu tinggi.

Kurangnya pemupukan atau waktu pemupukanyang tidak pas, mengakibatkan biji kopi yang dihasilkan hanya berkembang pada satu keping sisi saja, ini mempengaruhi produktivitas hasil. Gelondong segar yang di hasilkan sudah memenuhi standar mutu yaitu matang pohon. Petani di Desa Catur sudah melakukan sistem panen petik merah.

b. Unit Pengolahan Hasil (UPH)

Unit pengolah hasil adalah UMKM yang memproses kopi gelondong merah hasil petani anggota subak abian di Desa Catur menjadi beberapa jenis kopi seperti HS, kopi *bean*, kopi sangrai, dan kopi bubuk. Di Desa Catur terdapat empat UPH yaitu Catur Paramita, Gunung Catur, Tri Guna Karya, dan kelompok Tani Arabika Catur. Dari ke empat UPH hanya satu yang belum maksimal melakukan pengolahan hasil, karena kelompok tersebut baru berdiri di tahun 2020 dan baru juga menerima bantuan peralatan dari Dinas Pertanian dan Ketahanan Pangan Provinsi Bali. Ada beberapa metode pengolahan kopi Arabika di Kintamani yaitu metode Natural (*dry proses*), *Honey Proses*, *full-wash*. Produk Kopi Arabika yang dihasilkan oleh industri pengolah kopi di Bali bila dilihat dari sasaran pasarnya terdiri dari dua jenis, yaitu kopi premium/*specialty* dan kopi rakyat. Kopi premium/*specialty* dihasilkan dari biji kopi yang berkualitas, dari pemilihan penggunaan bahan baku (gelondong merah tingkat kematangan 95% dan biji kering tidak cacat dengan kadar air 12%), metode pengolahan yang terstandar, dan proses penyangraian yang tepat sehingga menghasilkan produk akhir bermutu tinggi. Kopi rakyat diperoleh dari biji yang kurang berkualitas (hasil panen terakhir kopi segar petani, dipanen dengan cara asalan tanpa dicampur dengan kopi rijk berasal dari kopi segar petik merah yang tampilan fisik bijinya tidak sempurna dari warna, biji berlubang, dan biji pecah.

c. Industri hilir

Kopi Arabika *Specialty* di jual kepada konsumen luar negeri, luar pulau, dan *coffee shop* yang ada di wilayah Bali. kopi rakyat di jual secara tradisional di warung-warung sekitar Desa Catur. Frekuensi permintaan konsumen dari luar Bali umumnya setiap tahun sekali dalam jumlah pembelian rata-rata lima ton. Terjadi dinamika selera konsumen luar negeri, dimana sebelum tahun 2018 permintaan kopi premium metode pengolahan *full wash* lebih disukai oleh konsumen setelah tahun 2020 beralih ke jenis *honey*. Penjualan langsung dengan pasar luar negeri belum dilakukan secara terkoordinasi oleh seluruh UPH di Desa Catur, mereka bergerak secara sendiri-sendiri. Hal ini disebabkan karena variasi kemampuan pimpinan UPH baik dari kapasitas produksi, permodalan, kemampuan teknologi informasi, manajemen usaha, dan kurangnya akses pasar luar negeri. UPH juga melakukan aktivitas ekspor antar pulau melalui kerjasama tidak berMoU dengan distributor di luar Bali seperti dari Surabaya, Jakarta, dan Samarinda. Penjualan kopi juga mempergunakan distributor lokal untuk memasarkan kopi keluar Bali ataupun di wilayah Bali, seperti PT. Nusa Agro Bali, Mangsi *Coffee*, dan Bali *Bean*. Jumlah rata-rata permintaan konsumen industri pengolahan hilir (distributor lokal dan perusahaan penyangraian kopi di Bali) yaitu sekitar 10-15 kg kopi *green bean* setiap 14 hari sekali. Permintaan konsumen *coffee shop* bervariasi dari semua jenis metode olahan kopi hanya saja kuantitasnya lebih

sedikit. Rata-rata jumlah permintaan *coffee shop* antara 5-10 kg kopi sanggrai per minggu. Konsumen dari pemilik *coffee shop* bertambah setiap tahunnya.

D. Struktur, Persaingan, dan Strategi

Bila dilihat dari pelaku pasar, produk kopi global dikuasai oleh tiga pelaku besar pengekspor kopi dunia yaitu Brasil, Vietnam, Kolombia. Ketiga negara tersebut merupakan pesaing terbesar kopi Indonesia. Dilihat dari jumlah pelaku pasar yang terlibat dan besarnya hambatan menembus pasar, maka perdagangan kopi global dapat dikategorikan dalam bentuk pasar *oligopoly*. Secara konsep ekonomi mikro ekonomi bila usaha ada di pasar oligopoly dan posisi usaha tidak memiliki kekuatan, maka yang dapat dilakukan antara lain mengikuti perilaku pemimpin di pasar tersebut. Harus terus melakukan pengembangan mutu dengan cara perbaikan produktifitas dan kualitas hasil produk, menjajagi pasar baru, dan terus melakukan trobosan-trobosan variasi produk tersier pada khusus produk Indikasi Geografis.

Dilihat dari pasar nasional sruktur pasar lebih menunjukkan pasar persaingan monopolistic dimana jumlah penjual banyak, dengan produk yang hampir sama, tetapi terdapat perbedaan cita rasa produk (aroma citrus) sehingga memiliki *bargaining power*. Menjaga kelestarian budaya lokal melalui pemeliharaan tanaman kopi Arabika di Bali harus terus dilaksanakan. Pelestarian bibit lokal (varietas Kopyor, S795, dan USDA 762) dan melesterikan pemeliharaan tanaman berbasis budaya lokal harus tetap di pertahankan. Meningkatkan keterampilan UPH melalui pelatihan proses pengolahan produk tersier sesuai keinginan pasar ekspor.

UPH dan Industri hilir pada pasar lokal baik sebagai distributor, pedagang besar ataupun pengecer yang melakukan *branding* atas produk akhirnya memiliki pesaing yang kuat berasal dari sesama pelaku industri hilir di Bali dan di luar Bali. Industri hilir besar dari luar Bali dengan *branding* usahanya menjual berbagai varian jenis kopi nusantara termasuk dari kopi arabika Bali. Pelaku ini juga yang banyak merebut pasar *coffee shop* di Bali. Ada beberapa *brand* kuat yang banyak menguasai pasar lokal seperti Kebonkopi Bali Kintamani, *Worcac* Bali Kintamani, *Sunset Lotus* Kintamani, *JJ Royal Coffee* Kintamani, *Black Eye* Bali Kintamani, *Tanamera Coffee* Bali Kintamani, dan *Otten* Bali Kintamani (Irawan, 2021). Melakukan efisiensi dalam proses produksi harus dilakukan oleh UPH dan industri hilir kopi Arabika Bali lokal. Mereka dituntut kreatif mensosialisasikan *branding* produknya lewat promosi media sosial. Memilih target pasar yang berbeda dengan kompetitor dan mengenali perilaku konsumen targetnya dapat menjadi pilihan dalam menghindari pesaing besar. Langkah yang paling penting dilakukan di tingkat UPH adalah mengaktifkan kembali koperasi MPIG sebagai wadah penjualan kopi Arabika terpusat sehingga mudah dalam koordinasi dan komunikasi.

E. Peranan Pemerintah

Pemerintah memiliki peran sebagai fasilitator dan pendorong agar tujuan peningkatan daya saing komoiti ekspor khususnya kopi terus meningkat. Banyak hal yang dilakukan pemerintah untuk memperkuat daya saing industri kopi Bali.

a. Kebijakan terkait peningkatan kualitas kopi dan kelancaran ekspor kopi

Menurut informasi penyuluh pertanian Desa Catur, ada beberapa kebijakan.

- 1) Peraturan Menteri Pertanian Nomor 49 Tahun 2014 tentang pedoman teknis budidaya kopi yang baik.
- 2) Keputusan Menteri Pertanian No. 88/KPTS/KB.020/11/2017 tentang pedoman produksi, sertifikasi, peredaran dan pengawasan benih tanaman kopi.
- 3) Peraturan Menteri Pertanian Nomor 52 Tahun 2012 Tentang Pedoman Penanganan Pascapanen Kopi.
- 4) Permendag No. 10/M-DAG/PER/5/2011 mengenai perizinan ekspor kopi hanya untuk Eksportir Terdaftar Kopi (ETK) dan Eksportir Kopi Sementara (EKS).
- 5) Permendag No. 27/M-DAG/PER/7/2008 pasal 9, tentang standar mutu ekspor yang ditetapkan Menteri Perdagangan dan Surat Keterangan Asal (SKA).
- 6) Peraturan Menteri Pertanian RI nomor 52/Permentan/OT.140/9/2012 mengenai teknologi pasca panen dan kebijakan ekspor berupa ISCOffee.

b. Bantuan sarana dan prasarana

- 1) Bantuan varietas Sigara Rutang pada kelompok tani di Desa Catur tahun 2018.
- 2) Bantuan sarana dan prasarana pascapanen dan pengolahan perkebunan berupa peralatan pengolahan kopi seperti alat ukur kadar air, pulper, wosher, para – para, mesin ayakan, huller, dan bak fermentasi tahun 2020-2021.

c. Pendampingaan Peningkatan keterampilan petani dan industri pengolahan

- 1) Pelatihan pascapanen dan penyaluran Kredit Usaha Rakyat (KUR) oleh Bank Artha Graha yang berlangsung di Kintamani pada 15-18 November 2016
- 2) Bimbingan Teknis (Bimtek) Budidaya dan Pasca Panen Kopi Tahun 2021 yang diselenggarakan oleh Ditjen Perkebunan Kementerian Pertanian RI

d. Membantu mempertemukan penjual dan pembeli

Menggelar Kintamani Coffee Festival (KCF) di anjungan Panorama Penelokan, Kintamani Bangli pada tanggal 28 - 29 November 2019, bekerja sama dengan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif.

Menurut Sukiada dan Parameswari, (2020) bentuk dukungan pemerintah adalah bersama dengan BUMN menjalin kerjasama dalam membantu permodalan petani kopi meningkatkan semangat pembudidayaan. Bantuan permodalan yang diberikan oleh kedua lembaga ini mencapai 1 milyar rupiah di tahun 2018. Pemerintah juga membentuk asosiasi terkait kegiatan ekspor kopi yang bernama Asosiasi Eksportir dan Industri Kopi Indonesia (AEKI). Menurut Izzah (2020) AEKI bertanggungjawab terkait tata niaga kopi Indonesia di pasar ekspor. Lembaga ini mempelajari dinamika kebijakan perdagangan kopi dunia, kuantitas kebutuhan kopi

dunia, karakteristik kualitas kopi, sertifikasi dan regulasi perdagangan kopi di masing-masing negara tujuan.

4. Kesimpulan dan Saran

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan pada bagian sebelumnya maka dapat diambil beberapa kesimpulan yaitu daya saing Kopi Bali sebagai komoditi ekspor dilihat dari keunggulan komparatif tergolong rendah, ini dilihat dari nilai RCA sebesar 3,47. Pangsa pasar kopi Bali lebih rendah dari pangsa pasar kopi secara keseluruhan di Indonesia. Faktor-faktor yang mempengaruhi daya saing kopi Arabika Bali dalam pasar global adalah adalah peningkatan keunggulan kompetitif. Saat ini keunggulan kompetitif kopi Arabika Bali antara lain. 1) Potensi kopi Arabika Bali sebagai produk Indikasi Geografis. 2) Memiliki kekhasan dari cita rasa citrus/jeruk. 3) Potensi sumberdaya manusia memiliki kesadaran pribadi untuk mempertahankan kualitas kopi yang dihasilkan. 4) Tumbuhnya pasar lokal membuat potensi pertumbuhan permintaan mendatang semakin baik. 5) Bantuan pemerintah terkait industri perkopian dari pembentukan regulasi, bantuan sarana prasarana, peningkatan kualitas kopi, dan pemasaran.

4.2 Saran

Saran yang dapat diberikan untuk meningkatkan daya saing kopi Arabika Bali adalah sebagai berikut mendorong petani anggota subak abian untuk menerapkan GAP dalam pemeliharaan tanaman kopi, untuk meningkatkan produktivitas hasil panen. Memetakan program peremajaan tanaman secara bertahap untuk menghindari penurunan drastis hasil panen kopi Arabika Bali. Memberikan pendampingan manajerial bagi unit UPH untuk memastikan usaha yang dijalankan sehat dan berkesinambungan. Mengaktifkan kembali peran koperasi MPIG, sehingga komunikasi dan koordinasi antar unit UPH terjalin kembali dan tidak berjalan sendiri-sendiri.

5. Ucapan Terima Kasih

Ucapan terima kasih diberikan kepada Pimpinan Universitas Udayana dan Pimpinan Fakultas Pertanian Udayana, atas bantuan pendanaan penelitian melalui anggaran PNBP Fakultas Pertanian Tahun 2020 dan ditunda pada pelaksanaan tahun 2021 akibat pandemic Covid 19.

Daftar Pustaka

- Alvaro, R. 2019. *Pengaruh Nilai Kurs, Inflasi, Dan Pdb Terhadap Ekspor Tembaga Di Indonesia*. 4(1), 64–81.
- Badan Pusat Statistika Indonesia. 2021. *Statistik Kopi Indonesia 2021*. Jakarta. BPS Indonesia.
- Badan Pusat Statistik Provinsi Bali. 2021. *Statistik Daerah Provinsi Bali*. Denpasar. BPS Provinsi Bali.

- Baso, R. L., dan Anindita, R. 2018. *Analisis Daya Saing Kopi Indonesia Analysis. Ekonomi Pertanian dan Agribisnis Jurnal Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis (JEPA)*, 2(1), 1–9.
- Fairuz, Machariri Rifa. 2022. *Pengaruh Inflasi dan Nilai Tukar Terhadap Nilai Ekspor Indonesia Ke Cina*. Skripsi Program Studi Keuangan dan Perbankan D4, Fakultas Akuntansi, Politeknik Negeri Jakarta. Di akses pada <https://repository.pnj.ac.id/>.
- Irawan, Ade. 2021. *Pilihan Kopi Kintamani Bali yang Paling Populer*. Berita Online. <https://www.sehatq.com/review/pilihan-kopi-kintamani-bali>
- Izzah, S.N. *Peran Asosiasi Eksportir dan Industri Kopi Indonesia (AEKI) dalam Meningkatkan Mutu dan Daya Saing Ekspor Kopi Indonesia di Pasar Eropa*. JOM FISIP, 7(2), 1-16. <https://jom.unri.ac.id/index.php/JOMFISIP/article/download/28217/27193>
- Kementerian Perdagangan Republik Indonesia. 2018. *Specialty Kopi Indonesia*. Warta Ekspor. Edisi Pebruari.
- Purwito, Ali dan Indriani. 2015. *Ekspor, Impor, Sistem Harmonisasi, Nilai Pabean dan Pajak dalam Kepabean*. Mitra Wacana Media. Jakarta.
- Sukiada, N. W. R. P., dan Parameswari, A. A. A. I. 2020. *Nation Branding Kopi Arabika Kintamani (Studi Kasus: Kopi Gunung Catur, Desa Catur, Kintamani, Bangli)*. SOCA: Jurnal Sosial, Ekonomi Pertanian, 14(1), 180. <https://doi.org/10.24843/soca.2020.v14.i01.p15>
- Viforit, A. 2018. *Analisis Keunggulan Kompetitif Dan Komparatif Kopi Arabika Di Kabupaten Bener Meriah*. Tesis. Program Studi Magister Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Sumatera Utara Medan. <https://repositori.usu.ac.id/handle/123456789/15716>
- Yulia, S., dan Chandriyanti, I. 2021. *Analisis Daya Saing Komparatif dan Kompetitif Ekspor Komoditas Batu Bara Tiga Negara Berkembang (Indonesia, Afrika Selatan dan Kolombia)*. Ecoplan, 4(2), 99–110. <https://doi.org/10.20527/ecoplan.v4i2.339>