

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Hubungan perdagangan lintas bangsa sangat memengaruhi perkembangan ekonomi suatu negara. Apabila suatu negara berhasil menjual lebih banyak produk ke luar negeri daripada jumlah produk yang dibeli dari luar negeri, maka pendapatan negara akan meningkat, dapat berpotensi memberikan dampak positif pada perkembangan keuangan. Perdagangan global memungkinkan suatu negara untuk fokus pada produksi komoditas dan layanan dengan biaya yang ekonomis, yang nantinya dapat dijual ke negara lain. Ekspor Indonesia melibatkan berbagai sektor ekonomi, seperti pertanian, hutan, perikanan, pertambangan, industri, dan jasa. Kopi, kelapa sawit, cengkeh, teh, lada, kina, tembakau, dan coklat adalah beberapa produk ekspor dari sektor pertanian. (Fitriani, 2019). Menurut Ewaldo (2015:10), ekspor adalah tindakan legal pengiriman layanan atau barang antara negara, biasanya di konteks jual-beli. Dalam kebanyakan kasus, metode eksportasi melibatkan pengiriman komoditas atau barang dari wilayah domestik menuju bangsa lainnya sesuai dengan peraturan serta prosedur pemerintah.

Daya saing menggambarkan keunggulan yang dimiliki oleh suatu negara dalam menghasilkan suatu komoditi tersebut secara efisien dibanding negara lain. Suatu negara harus berdaya saing untuk dapat tetap eksis di dalam perdagangan internasional. Daya saing telah menjadi kunci bagi perusahaan, negara, maupun wilayah untuk bisa berhasil dalam partisipasinya dalam globalisasi dan perdagangan bebas dunia. Untuk meningkatkan daya saing suatu wilayah, perlu dilakukan identifikasi dan analisis potensi wilayah tersebut, terutama berbasis keunggulan lokal. Hal ini disebabkan karena setiap wilayah mempunyai potensi lokal yang spesifik yang dapat membantu pengembangan ekonominya. Setiap wilayah juga dapat

menarik kegiatan bisnis, kehadiran pekerja dan lembaga yang menunjang dari potensi lokal tersebut (Tarigan, 2022).

Banyak negara, terutama yang sedang berkembang, menganggap tanaman kopi sebagai salah satu komoditas pertanian yang menarik. Perkebunan kopi dianggap sebagai sumber peluang pekerjaan yang signifikan dan dapat memberikan devisa yang sangat penting bagi perkembangan ekonomi negara tersebut (Spillane dalam Raharjo, 2013). Perdagangan kopi global mencakup hampir seluruh negara, dengan negara maju bertindak sebagai konsumen dan negara berkembang bertindak sebagai produsen. Dengan demikian, kopi dianggap sebagai salah satu komoditas penting dalam perdagangan internasional (Ismail, dkk. 2017).

Sebagai negara yang mengandalkan pertanian (agraris), sektor pertanian memiliki peran yang signifikan dalam perekonomian Indonesia. Usaha perkebunan merupakan sektor pertanian yang memiliki dampak paling signifikan dalam perekonomian negara. Sektor ini memiliki peran strategis dalam mendorong pertumbuhan ekonomi negara, karena berkontribusi dalam membentuk Produk Domestik Bruto (PDB) wilayah, memperoleh pendapatan dari luar negeri, menjadi sumber pangan, penyedia faktor-faktor bagi industri, mengurangi tingkat kemiskinan, serta menciptakan peluang kerja (Alexander dan Nadapdap. 2019). Menurut Purnamasari dkk (2014), Salah satu negara berkembang di dunia yang mengekspor kopi paling banyak adalah Indonesia, bersama dengan Brazil, Kolumbia, dan Vietnam. Pabrik kopi tersebar di berbagai pulau seperti Jawa, Flores, Bali, Sumatera dan Papua.

Sebagai komoditas ekspor, kinerja komoditas perkebunan sangat dipengaruhi oleh daya saing. Sebuah komoditas tidak mampu bertahan di pasar global jika tidak memiliki kemampuan bersaing. Berikut disajikan data volume ekspor tanaman perkebunan pada tabel 1.1.

Tabel 1. 1 Volume Ekspor Tanaman Perkebunan Tahun (Ton) 2013-2017

No	Komoditi	Tahun				
		2013	2014	2015	2016	2017
1	Kelapa Sawit	20.579.984	22.893.892	26.474.752	23.044.533	27.379.327
2	Karet	2.701.995	2.623.471	2.630.313	2.578.791	2.991.909
3	Kelapa	1.295.442	1.711.603	1.826.310	1.564.260	1.878.834
4	Kopi	534.023	384.826	502.021	414.638	467.790
5	Teh	70.840	66.399	61.695	51.319	54.187

Sumber: Badan Pusat Statistik Indonesia, 2018

Tabel 1.1 menunjukkan bahwa, meskipun kopi masih jauh di belakang karet, kelapa sawit, dan kelapa, itu tetap menjadi salah satu produk utama yang menjadi unggulan dalam bagian bisnis perkebunan Indonesia. Kopi berada di peringkat keempat untuk volume ekspor dengan rata-rata 460.659,6 ton jumlah ekspor.

Indonesia berada di peringkat keempat sebagai produsen kopi terbesar setelah Brasil, Vietnam, dan Kolombia. Meskipun posisinya lebih rendah daripada negara-negara seperti Brasil dan Vietnam, Indonesia tetap mampu bersaing. Kopi Indonesia dapat dikirim ke negara-negara besar. Amerika Serikat merupakan salah satu destinasi utama ekspor kopi dari Indonesia. Data statistik ekspor makro yang disajikan oleh Badan Pusat Statistik menunjukkan bahwa negara tersebut menjadi tujuan ekspor terbesar bagi kopi Indonesia, diikuti oleh negara-negara lain seperti Jerman, Malaysia, Italia, Rusia, dan beberapa negara lainnya. Pemerintah dapat memanfaatkan secara efektif peluang ekspor kopi Indonesia untuk meningkatkan daya saing ekspor, sehingga dapat meningkatkan perekonomian negara.

Seperti yang dinyatakan oleh Adam Smith dalam Harahap (2018), negara-negara bersaing untuk memperkuat ekonominya satu sama lain, bukan dengan kekuatan militer. Karena globalisasi menghasilkan persaingan yang semakin intens, sehingga hanya negara dengan kemampuan bersaing yang tangguh yang mampu bertahan, menurut Tambunan dalam Ratna

(2016). Jadi, produsen kopi Indonesia harus dapat memenuhi permintaan pelanggan dengan lebih baik daripada produsen kopi di negara pesaing.

Konsumsi kopi di Amerika Serikat adalah yang paling tinggi di seluruh dunia. Ini dipicu oleh adat kebiasaan orang Amerika dalam menikmati secangkir kopi dalam rutinitas harian mereka, baik sebagai awal aktivitas, wadah berdiskusi mengenai urusan bisnis, maupun sebagai cara untuk menciptakan suasana hangat dan akrab. Maka dari itu, perkumpulan pengusaha kopi Indonesia mengenali Amerika Serikat sebagai pasar yang memiliki potensi utama untuk meningkatkan ekspor kopi dari Indonesia. Kopi Indonesia unggul dalam aspek kompetitif dan tersedia dengan harga yang lebih ekonomis (Abdurrahman. 2017). Hal ini tergambar dari kenyataan bahwa negara-negara di Amerika Serikat secara konsisten membeli kopi dari Indonesia dan sangat menyukai rasa kopinya, sehingga kopi asal Indonesia dikenal sebagai varietas unggul di Amerika Serikat dengan julukan "Java," yang mengacu pada kopi yang memiliki mutu tinggi menurut pandangan masyarakat Amerika. Data perkembangan ekspor kopi menurut negara tujuan utama dapat dilihat pada tabel 1.2.

Tabel 1. 2 Ekspor Kopi Menurut Negara Tujuan Utama (Ton), 2016-2020

No	Negara Tujuan	2016	2017	2018	2019	2020
1	Amerika serikat	67.309,2	63.237,6	52.083,5	58.666,2	54.473,7
2	Malaysia	39.049,0	41.394,1	37.319,8	34.662,2	36.103,8
3	Italia	35.804,6	38.102,9	27.929,5	35.452,2	27.237,5
4	Mesir	21.142,7	24.039,6	29.307,8	34.285,0	32.536,7
5	Jepang	35.351,9	29.503,0	29.503,0	25.587,8	23.471,4
6	Jerman	42.628,3	44.739,6	13.082,6	18.451,4	21.320,8

Sumber: UN Comtrade

Tabel 1.2 mengindikasikan bahwa Amerika Serikat menerima jumlah impor kopi terbesar dari Indonesia. Jumlah kopi yang diekspor Indonesia lebih dari 50.000 ton setiap tahunnya. Ekspor kopi tertinggi sebesar 67.309,2 ton terjadi pada tahun 2016. Terdapat bermacam-macam

faktor yang mempengaruhi jumlah kopi yang diekspor oleh Indonesia ke Amerika Serikat, seperti harga kopi internasional, PDB per kapita Amerika Serikat, dan kurs rupiah terhadap dolar Amerika Serikat.

Salah satu indikator untuk mengukur kesejahteraan masyarakat adalah Gross Domestic Product (GDP). Peningkatan kesejahteraan masyarakat akan mendorong peningkatan produksi masyarakat dan ekspor. Jika nilai tukar mata uang melemah, ini bisa memiliki dampak buruk pada nilai tukar. Penurunan nilai mata uang dapat menyebabkan harga ekspor lebih terjangkau di pasar internasional, sehingga berpotensi meningkatkan kegiatan ekspor. Faktor lain yang berpengaruh adalah kurs mata uang, seperti kenaikan nilai tukar rupiah terhadap dolar bisa mendorong pertumbuhan ekspor karena peningkatan harga jual yang lebih tinggi. Perubahan harga juga berpengaruh terhadap volume ekspor, karena volume ekspor cenderung meningkat ketika harga barang di pasar internasional melebihi harga di pasar domestik. Namun, apabila nilai barang di pasar domestik lebih tinggi, maka volume ekspor akan turun (Nanda. 2019).

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, penulis merasa tertarik untuk menjalankan sebuah penelitian yang berjudul **“Analisis Daya Saing dan Faktor yang Mempengaruhi Ekspor Kopi Indonesia ke Amerika Serikat”**

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimanakah perkembangan ekspor kopi di Indonesia pada tahun 2008-2022?
2. Bagaimanakah perkembangan daya saing ekspor kopi Indonesia ke Amerika pada tahun 2008-2022?
3. Faktor apa sajakah yang mempengaruhi ekspor kopi di Indonesia berdasarkan negara tujuan ekspor?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yang dilakukan adalah:

1. Untuk mengetahui bagaimana perkembangan ekspor kopi di Indonesia pada tahun 2008-2022
2. Untuk mengetahui perkembangan daya saing ekspor kopi Indonesia ke Amerika pada tahun 2008-2022
3. Untuk mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi ekspor kopi Indonesia berdasarkan negara tujuan ekspor

1.4 Manfaat Penelitian

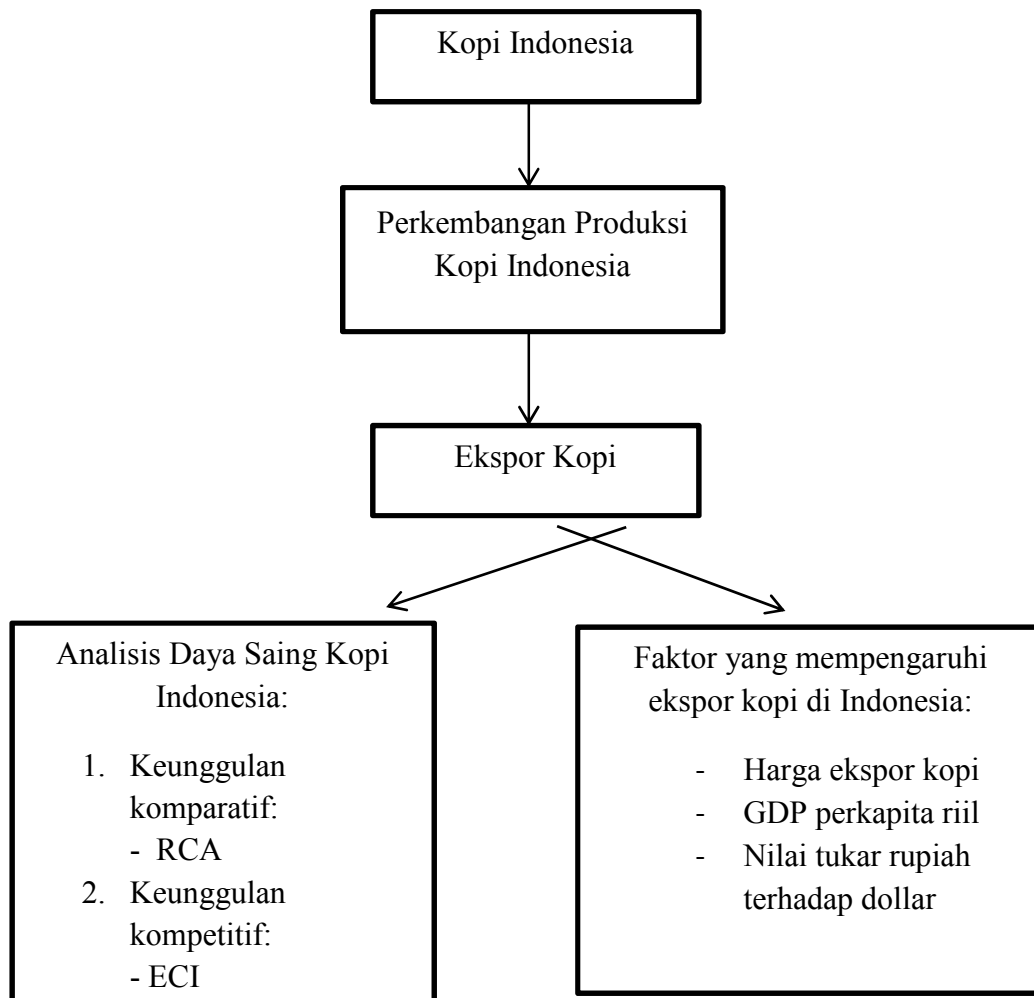
1. Sebagai tugas akhir dari studi menuju gelar Sarjana (S1) di Program Studi Agribisnis, yang terletak di Fakultas Pertanian, Universitas HKBP Nommensen Medan.
2. Untuk digunakan sebagai sumber referensi dan informasi bagi individu atau kelompok yang memerlukan, baik dalam konteks akademis maupun bisnis.

1.5 Kerangka Pemikiran

Komoditi kopi Indonesia merupakan salah satu komoditi yang memiliki produksi terbanyak nomor 4 dari seluruh negara pengekspor kopi. Bisa dikatakan bahwa komoditi kopi Indonesia tidak kalah bersaing dari negara-negara lainnya. Apabila negara Indonesia melakukan ekspor maka pertumbuhan ekonomi di sebuah negara meningkat dan juga memberikan devisa bagi negara.

Penelitian ini akan menganalisis pertumbuhan produksi kopi, kompetisi kopi Indonesia dalam ekspor, serta elemen yang memengaruhi keluaran ekspor kopi Indonesia. Karena setiap peningkatan atau penurunan ekspor akan menunjukkan daya saing terhadap produk tersebut. Maka, studi ini akan melakukan analisis untuk melihat bagaimana perkembangan produksi kopi di Indonesia serta menerapkan metode Revealed Comparative Advantage (RCA) dan Export

Competitiveness Index (ECI) dalam analisis kuantitatif. Tujuan analisis kuantitatif ini adalah untuk mengetahui apakah kopi tersebut unggul di Indonesia. Analisis regresi linier berganda juga akan dimanfaatkan dalam mengidentifikasi elemen-elemen yang berdampak pada ekspor kopi Indonesia. Rincian pemikiran ini dapat ditemukan dalam Gambar 1.1 di bawah ini :



Gambar 1. 1 Kerangka Pemikiran Daya Saing dan Faktor yang Mempengaruhi Ekspor Kopi Indonesia ke Amerika

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Komoditas Kopi

Nama latin *coffea* adalah jenis tanaman perkebunan tropis yang disebut kopi. Genus *coffea* mencakup jenis tanaman semak belukar yang disebut kopi. Kopi dapat ditanam di sebagian besar negara beriklim tropis, termasuk di Indonesia (Pratiwi, 2019). Tanaman kopi berasal dari Ethiopia di Afrika, dan ada tiga Jenis kopi Indonesia adalah Robusta, Arabika, dan Liberika. Kopi adalah salah satu produk perkebunan yang paling terkenal di Indonesia (Hamzah, 2020). Khususnya di wilayah-wilayah yang paling banyak menghasilkan biji kopi di Indonesia, seperti Sumatera Selatan, Lampung, Sumatera Utara, dan Jawa Timur, biji kopi memiliki peran penting sebagai penyokong devisa negara, pencipta lapangan kerja, dan penghasilan bagi para petani dan pelaku bisnis lainnya (Turnip dalam Nopriyandi & Haryadi, 2017).

Tanaman kopi termasuk dalam kategori tanaman hari pendek, yang berarti mereka membentuk bunga saat durasi siang hari kurang dari 12 jam. Tanaman ini tumbuh terutama di wilayah dengan curah hujan berkisar antara 1000-2000 mm per tahun, dan wilayah ini terletak di antara 20° lintang utara dan 20° lintang selatan. Suhu yang paling cocok bagi pertumbuhan tanaman kopi adalah sekitar 26° C. Sebagian besar tanaman kopi Indonesia terletak di sebelah Selatan khatulistiwa dari 21 Maret hingga 23 September. Di sebelah Utara khatulistiwa, hari pendek berlangsung dari 23 September hingga 23 Maret (Siahaan dalam Pratiwi, 2019). Salah satu tanaman perkebunan yang paling penting adalah kopi karena dua alasan. Yang pertama

adalah karena kualitas produksinya. Dengan menjadi pusat produksi bahan mentah dan pusat penyerapan tenaga kerja, tanaman ini membantu ekonomi. Pada tahun 2012, Indonesia menghasilkan sekitar 8,8% dari total produksi kopi dunia, sehingga menjadi negara terbesar ketiga dalam produksi kopi, setelah Brazil dan Kolombia. Setelah minyak bumi, kopi menjadi salah satu produk pertanian yang paling banyak diperjualbelikan (Sahat, dkk, 2016).

2.2 Teori Heckscher-Ohin

Menurut teori Heckscher-Ohin, adanya perbedaan dalam teknologi dan komponen produksi menyebabkan perdagangan antar negara. Negara akan lebih cenderung akan mengarah pada ekspor produk yang memanfaatkan faktor produksi yang tersedia dalam jumlah yang lebih besar (Abdurrahman. 2017).

Teori Heckscher-Ohlin menyatakan bahwa kecenderungan suatu negara untuk berfokus pada ekspor barang dengan menggunakan sumber daya produksi yang lebih melimpah dibandingkan dengan sumber daya yang digunakan untuk produksi barang lain. Jawaban itu umumnya benar jika dikaitkan dengan kenyataan. Negara-negara yang memiliki banyak sumber daya alam cenderung mengeksport sumber daya ini ke negara lain, contohnya Saudi Arabia, Perancis, dan Spanyol. India, Indonesia, dan Tiongkok adalah negara yang berpenduduk padat tetapi kurang memiliki faktor produksi kapital dan cenderung mengeksport produk padat karya. Namun, menurut Teori Heckscher-Ohlin, negara maju akan berdagang dengan negara berkembang jika negara tersebut memiliki perbedaan selera yang ditunjukkan oleh perbedaan kondisi ekonomi negara tersebut. Karena perbedaan sumber daya dan faktor produksi antara negara maju dan berkembang (Assiddiq. 2019).

2.3 Teori Penawaran

Penawaran merujuk pada produk-produk pertanian yang disediakan oleh produsen atau penjual untuk diperdagangkan. Selama faktor-faktor lain tidak berubah, hukum penawaran menyatakan bahwa hubungan antara jumlah barang yang ditawarkan dan harga barang adalah positif. Penawaran keseluruhan suatu produk merupakan hasil akumulasi produksi dari setiap unit produksi dalam suatu periode produksi, yang juga termasuk sisa produksi dari periode sebelumnya. Perubahan hasil pertanian dipengaruhi oleh perubahan harga ketika produksi didorong oleh pendapatan bersih. Grafik penawaran perusahaan menggambarkan berbagai jumlah produk yang bisa diproduksi dan dijual pada berbagai tingkat harga (Wati. 2020).

Produsen dalam ekonomi memproduksi komoditas dan layanan dengan maksud menjualnya kepada pembeli akhir dalam rangka meraih profit. Ini dikenal sebagai penawaran, yaitu jumlah produk dan layanan yang diujakan oleh pembuat kepada konsumen dengan variasi harga dan waktu. Penelitian ini membahas ekspor kopi dari Indonesia ke mancanegara, sehingga konsep teori penawaran sangat relevan. Faktor-faktor seperti harga barang, harga barang lain, biaya produksi, selera masyarakat, dan struktur pasar mempengaruhi penawaran, dan teori penawaran menjelaskan hubungan antara jumlah barang yang ditawarkan dengan faktor-faktor tersebut (Nanda. 2019).

Permintaan dan penawaran memainkan peran penting dalam menentukan faktor-faktor yang mempengaruhi ekspor. Permintaan untuk barang ekspor dapat dipengaruhi oleh kebijakan devaluasi, pendapatan global, harga ekspor, dan nilai tukar mata uang. Sebaliknya, penawaran produk ekspor dapat dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti investasi, impor bahan baku, dan kebijakan deregulasi. Harga ekspor, harga dalam negeri, dan nilai tukar juga dapat mempengaruhi penawaran (Kusandrina 2016).

2.4 Perdagangan Internasional

Perdagangan internasional terjadi ketika rakyat suatu negara dan rakyat negara lain bertukar barang dan jasa menggunakan perjanjian bersama. Perdagangan jenis ini dapat terjadi antara individu dan pemerintah suatu negara atau antara individu dan pemerintah negara lain (Nopriyandi & Haryadi, 2017). Perdagangan internasional adalah perdagangan dengan tujuan mendapatkan keuntungan (perdagangan) yang melibatkan elemen dari dua negara atau lebih (internasional). Mendapatkan manfaat tidak hanya terbatas pada hal-hal keuangan, tetapi juga dapat mencakup manfaat nonfinansial seperti peningkatan visibilitas, persaingan di dalam dunia bisnis, serta keuntungan strategis lainnya (Laili, 2021).

Perdagangan internasional memainkan peran utama untuk mendorong pertumbuhan ekonomi sebuah negara, yang melibatkan pertukaran barang antara berbagai negara melalui aktivitas ekspor dan impor. Dalam konteks perekonomian yang terbuka, fokus lebih dititikberatkan pada ekspor daripada impor (Pratiwi, 2019). Perdagangan internasional dapat membantu mobilitas faktor internasional. Ada tiga asumsi yang tidak sesuai dengan kenyataan dalam memprediksi kesetaraan harga-harga, yaitu:

Kedua negara memproduksi selalu kedua jenis barang sekaligus.

1. Kedua negara memproduksi selalu kedua jenis barang sekaligus.
2. Teknologi yang digunakan di kedua negara sama.
3. Perdagangan antara kedua negara membuat harga barang menjadi sama (Ibrahim, 2021)

Manfaat akan diperoleh oleh negara-negara yang terlibat dalam aktivitas perdagangan lintas negara. Adam Smith mengatakan bahwa perdagangan didasarkan pada keunggulan absolut. Dia menjelaskan model dua negara dan dua komoditas di mana produksi komoditas di masing-masing negara berbeda karena efisiensi tenaga kerja sebagai satu-satunya faktor produksi.

Perkembangan pemikiran selanjutnya difokuskan pada alasan mengapa perdagangan terjadi, dimana David Ricardo menunjukkan bahwa keunggulan absolut hanyalah kasus khusus dari keunggulan komparatif dan keunggulan dilihat dari perspektif biaya peluang komoditas yang dihasilkan. Dengan konsep ini, perdagangan tetap berlangsung meskipun salah satu negara mengalami kerugian mutlak atas kedua komoditas tersebut, selama biaya peluang untuk memproduksinya di kedua negara berbeda. Selain itu, Heckscher dan Ohlin juga mengungkapkan bahwa proporsi faktor produksi yang ada di setiap negara berbeda satu sama lain. Sehingga, keunggulan komparatif yang dihitung berdasarkan biaya peluang yang lebih rendah, berasal dari faktor pendukung yang berbeda di setiap negara. Sedangkan tesis pendahuluan tentang peningkatan kesejahteraan akibat perdagangan internasional tetap tidak berubah. Kedua negara akan memperoleh manfaat dari peningkatan kesejahteraan yang digambarkan dengan kemampuan untuk mengkonsumsi kombinasi dua komoditas di luar kurva kemungkinan produksi (kurva frontier), yang berarti menjangkau terjauh dari kurva indifferen sosial. Ketersediaan barang hanya meningkat sebagai akibat dari pertukaran, sementara itu, kuantitas faktor produksi tetap tidak berubah. Sebuah negara akan memiliki keunggulan komparatif dalam perdagangan peralatan investasi jika memiliki jumlah sumber daya modal yang lebih tinggi daripada negara-negara lain di seluruh dunia. Perdagangan tersebut akan meningkatkan permintaan komoditas dunia sehingga negara penghasil komoditas tersebut akan meningkatkan produksinya. Tingkat pengangguran dan upah riil akan meningkat karena peningkatan produksi, yang berarti peningkatan permintaan faktor produksi, yaitu modal dan tenaga kerja. Perdagangan internasional memberikan lebih banyak manfaat terutama bagi negara-negara berkembang, dimana dengan integrasi ekonomi, pertumbuhan dapat dipercepat

melalui berbagai saluran termasuk peningkatan inovasi, limpahan teknologi dan penghapusan replikasi dalam penelitian dan pengembangan (R&D) (Tampubolon dan Nababan. 2018).

2.5 Konsep Daya Saing

Daya saing merujuk pada kemampuan produsen untuk menghasilkan barang dengan biaya produksi yang ekonomis, sehingga mampu menjualnya dengan harga yang menguntungkan di pasar global (Febriyanthi dalam Ustriaqi, 2016). Menurut Simanjuntak dalam Wulansari & Yulianto (2016), daya saing didefinisikan sebagai kemampuan produsen untuk menghasilkan barang dengan kualitas tinggi dan biaya produksi yang rendah sehingga dapat dijual dengan harga yang kompetitif di pasar global dan menghasilkan keuntungan yang memadai sambil mempertahankan keberlanjutan produksi.

Kemampuan sebuah komoditas untuk masuk dan bertahan di pasar internasional dikenal sebagai daya saing ekspor (Hagi dkk, 2012). Keunggulan komparatif dan kompetitif suatu negara mempengaruhi daya saingnya di pasar perdagangan global. Keunggulan komparatif merujuk pada keadaan yang ada secara alami, sedangkan keunggulan kompetitif merupakan hal yang dapat diperoleh, dikembangkan, atau diciptakan (Tambunan dalam Tupamahu, 2015).

2.5.1 Keunggulan Komparatif

Balassa dalam Kementerian Perdagangan (2013) menemukan suatu pengukuran terhadap keunggulan komparatif suatu negara secara empiris dengan melakukan penghitungan matematis terhadap data-data nilai ekspor suatu negara dibandingkan dengan nilai ekspor dunia. Penghitungan Balassa ini disebut Revealed Comparative Advantage (RCA) yang kemudian dikenal dengan Balassa RCA Index (Tupamahu, 2015). Indeks RCA merupakan metode yang dikenalkan oleh Bela Balassa, dasar pemikiran yang melandasi metode ini adalah bahwa kinerja ekspor suatu negara sangat ditentukan tingkat daya saing relatifnya terhadap produk serupa

buatan negara lain, tentu dengan asumsi (*ceteris paribus*) bahwa faktor-faktor lain yang mempengaruhi pertumbuhan ekspor tetap tidak berubah (Bustami & Hidayat, 2013).

Tambahan dalam Bustami & Hidayat (2013) memberikan definisi RCA yaitu jika ekspor dari suatu negara dari suatu jenis barang, sebagai suatu presentase dari jumlah ekspor dari negara tersebut lebih tinggi daripada pangsa dari barang yang sama di dalam jumlah ekspor dunia, berarti negara tersebut memiliki keunggulan komparatif atas produksi dan ekspor dari barang tersebut. RCA merupakan salah satu metode pengukuran yang berbentuk dinamis. Hal tersebut didukung dengan pernyataan Basri dan Munandar (2010) yang menyatakan bahwa RCA merupakan salah satu metode yang dinamis dan mampu digunakan untuk melakukan analisis daya saing. RCA digunakan dalam banyak penelitian untuk mengukur perubahan keunggulan komparatif suatu bangsa dalam produk (Zuhdi & Suharno, 2015). RCA merupakan salah satu dari alat analisis untuk mengukur keunggulan komparatif suatu negara. Metode RCA pertama kali diperkenalkan oleh Balassa pada tahun 1965. Kata Revealed dalam RCA berarti bahwa keunggulan komparatif suatu negara dapat diungkapkan dari pola perdagangannya (eksportnya) (Manalu, dkk. 2019).

Rumus RCA yaitu:

$$RCA_{ij} = \left(\frac{X_{ij}}{X_{it}} \right) / \left(\frac{X_{nj}}{X_{nt}} \right)$$

Dimana:

X_{ij} = nilai ekspor komoditas j oleh negara i

X_{it} = total nilai ekspor negara i

X_{nj} = nilai ekspor dunia untuk komoditas j

X_{nt} = total nilai ekspor dunia

Dalam keterangan rumus RCA negara diubah menjadi Indonesia karena pada penelitian ini peneliti menganalisis ekspor produk Kopi Indonesia. Apabila nilai RCA yang diperoleh lebih besar dari 1 maka negara/provinsi eksportir memiliki keunggulan komperatif (daya saing) untuk komoditas dimaksud, di negara/provinsi tujuan dan pada tahun yang diamati.

2.5.2 Keunggulan Kompetitif

Keunggulan kompetitif adalah ukuran seberapa layak suatu bisnis atau keuntungan privat. Ini dihitung dengan menggunakan harga pasar nilai uang resmi yang berlaku (berdasarkan analisis finansial). Komoditi yang memiliki keunggulan kompetitif juga dianggap lebih menguntungkan secara finansial. (Saptana, 2008). Pendekatan Export Competitiveness Indeks (ECI) digunakan untuk menganalisis tingkat daya saing di pasar global. Menurut Mahmood (2000), Export Competitiveness Indeks (ECI) adalah alat analisis dan landasan untuk membangun dan memperkuat daya saing, terutama dalam hal keunggulan kompetitif (Sinta, dkk. 2017). ECI dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$ECI = \frac{\left(\frac{X_{ij}}{X_{jD}}\right)_t}{\left(\frac{X_{ij}}{X_{jD}}\right)_{t-1}}$$

Keterangan:

X_{ij} = Nilai ekspor suatu komoditas negara/ provinsi i pada tahun j

X_{jD} = Nilai ekspor suatu komoditas dunia pada tahun j

t = periode berjalan

t - 1 = periode sebelumnya

Suatu komoditas memiliki tren daya saing yang lebih besar jika nilai ECInya lebih besar dari 1, dan sebaliknya, jika nilai ECInya kurang dari 1, maka komoditas tersebut memiliki daya saing yang lebih rendah.

2.6 Ekspor

Ekspor merupakan proses perdagangan lintas negara yang berkontribusi pada peningkatan permintaan domestik, mendorong pertumbuhan sektor industri skala besar, berhubungan dengan situasi politik yang tidak stabil, dan mempengaruhi fleksibilitas sistem sosial. Ekspor memainkan peran penting dalam mendukung setiap program pembangunan, yaitu menggerakkan ekonomi dan pembangunan (generating sektor). Akibatnya, ekspor mendapat perhatian yang sangat besar dalam kegiatan ekonomi. Meningkatkan kekayaan negara, yang pada gilirannya meningkatkan pendapatan perkapita, adalah alasan utama mengapa suatu negara harus mendorong ekspor (Yuwinda, 2017). Dalam Manik (2022) Ekspor merujuk pada legalnya pengiriman barang dari satu negara ke negara lain. Proses ekspor komoditas dijelaskan oleh tiga faktor: pertama, komoditas tersebut dibuat dengan biaya produksi yang lebih ekonomis dibandingkan dengan produk serupa di negara tujuan. Kedua, ekspor dilakukan untuk menjaga persediaan strategis negara. Terakhir, komoditas diekspor sesuai dengan permintaan dan kebutuhan konsumen di luar negeri. Menurut Fernandi (2021) kegiatan ekspor terbagi menjadi dua jenis yaitu:

1. Ekspor langsung

Merupakan metode untuk menunjuk perwakilan di negara lain untuk menjual barang atau jasa dari suatu negara. Perwakilan perusahaan di luar negeri bertanggung jawab atas penjualan. Keuntungannya termasuk pengawasan penyaluran barang yang lebih baik dan tidak perlu mempekerjakan produksi di negara lain. Kelemahannya adalah peningkatan biaya transportasi dan hambatan perdagangan.

2. Ekspor Tidak Langsung

Proses penjualan barang atau jasa di suatu negara melibatkan perantara, seperti perusahaan eksportir, yang kemudian mengelola penjualan tersebut. Keuntungannya terletak pada sentralisasi faktor produksi negara, menghindarkan perlunya terlibat langsung dalam aktivitas ekspor. Namun, tantangannya termasuk kurangnya pengawasan dalam distribusi dan ketidaktahuan mengenai operasional di negara tujuan.

2.6.1 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Ekspor

Menurut Abdurahman (2017), terdapat tiga elemen yang memengaruhi proses ekspor, yaitu sebagai berikut.

- **Pendapatan Perkapita Negara Tujuan Ekspor**

Tingkat konsumsi dalam negeri adalah salah satu faktor yang memengaruhi penggunaan produk pertanian. Pendapatan per orang Amerika Serikat merupakan jumlah upah dan imbalan lain yang diterima oleh faktor-faktor yang terlibat dalam produksi dalam suatu periode tertentu. Konsep ini berhubungan dengan total pendapatan konsumen dan menyebabkan peningkatan pendapatan per orang Amerika Serikat akan mendorong permintaan negara ini terhadap barang-barang impor.

- **Nilai Tukar Rupiah Terhadap Dollar**

Nilai tukar, atau kurs nominal, merujuk pada perbandingan harga mata uang antara dua negara. Nilai tukar atau kurs adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan harga mata uang ini. Kemampuan untuk membeli kopi buatan Indonesia dengan rupiah akan meningkat jika nilai tukar rupiah terhadap dolar Amerika melemah, tetapi jika nilai tukar rupiah menguat, kemampuan untuk membeli barang dengan rupiah akan menurun. Harga barang yang dibuat di dalam negeri atau yang dibeli di luar negeri sangat dipengaruhi oleh kurs valuta asing.

- **Harga**

Sebuah hipotesis berdasarkan prinsip dasar ekonomi yang berkaitan dengan harga ekspor menyatakan bahwa terdapat hubungan negatif antara harga yang ditawarkan untuk sebagian besar barang dagangan dan jumlah permintaan untuk barang tersebut. Dengan kata lain, jumlah permintaan untuk suatu barang dagangan berkorelasi negatif dengan harganya. Sebaliknya, hubungan antara harga dan penawaran adalah positif, yang berarti bahwa jumlah barang yang akan ditawarkan lebih besar jika harganya lebih tinggi.

Pada dasarnya, elemen yang mempengaruhi ekspor tidak terlepas dari elemen yang mempengaruhi permintaan. Volume permintaan untuk barang tersebut di negara tujuan memengaruhi besarnya ekspor barang tersebut ke negara tersebut. Jika permintaan atau impor dari negara tujuan tidak ada, ekspor atau penawaran barang tersebut tidak akan terjadi. Berdasarkan berbagai faktor, permintaan terhadap suatu produk bisa dipengaruhi, termasuk harga produk itu sendiri, harga barang serupa, pendapatan individu, preferensi pribadi, jumlah populasi, proyeksi harga di masa depan, distribusi pendapatan, serta upaya produsen dalam meningkatkan penjualan (Manik. 2022).

Jika negara tidak dapat memproduksi barang tersebut atau produksinya tidak dapat memenuhi kebutuhan dalam negeri, ia memiliki hak untuk mengekspor barang yang dibuat ke negara lain. Kemampuan negara untuk mengeluarkan produk yang kompetitif di pasar asing merupakan komponen yang lebih signifikan. Dengan kata lain, kualitas dan biaya produk yang diekspor harus setidaknya sebanding dengan produk yang diperjual belikan di pasar internasional. Seberapa besar ekspor suatu negara dipengaruhi oleh pertanyaan orang asing tentang apa yang dapat diekspor. Secara umum, dikatakan bahwa jumlah ekspor yang dapat dilakukan oleh suatu negara berkorelasi positif dengan jumlah jenis barang yang memiliki

keistimewaan tersebut yang dibuat oleh negara tersebut Jumlah ekspor, impor, dan saldo ekspor suatu negara dipengaruhi oleh sejumlah variabel, termasuk: 1) preferensi masyarakat terhadap barang buatan dalam dan luar negeri, 2) harga barang, 3) nilai tukar mata uang, 4) pendapatan masyarakat dalam dan luar negeri, 5) biaya pengiriman lintas negara, dan 6) kebijakan perdagangan internasional yang diterapkan oleh pemerintah. Beberapa faktor yang memengaruhi volume dan nilai ekspor sebuah negara termasuk pendapatan dan produksi luar negeri, nilai tukar mata uang (kurs), dan perbandingan harga barang dalam negeri dan luar negeri, menurut Samuelson dan Nordhaus (2004). Kemungkinan besar volume dan nilai ekspor negara akan meningkat jika produksi internasional meningkat atau nilai tukar mata uang negara lain melemah; sebaliknya, jika faktor-faktor tersebut berubah sebaliknya (Permadi. 2018).

Menurut Fernandi (2021) Ada tiga faktor yang mempengaruhi perkembangan ekspor baik yang bersumber dari suatu negara maupun dari negara lain, yakni :

1. Kebijakan negara dalam perdagangan internasional. Eksportir akan termotivasi untuk meningkatkan jumlah ekspor mereka jika pemerintah membuat kebijakan yang membantu mereka. Kebijakan seperti itu dapat mengurangi berbagai biaya, menyederhanakan proses ekspor, dan menyediakan sarana ekspor.
2. Situasi pasar di negara lain. Harga di pasar global dapat dipengaruhi oleh kemampuan penawaran dan permintaan dari berbagai negara. Jika jumlah komoditi yang diminta lebih sedikit dari jumlah yang ditawarkan di pasar dunia, harga komoditi akan turun. Exportir mengurangi ekspor karena situasi seperti ini.
3. Kemampuan eksportir untuk memanfaatkan peluang yang muncul di pasar. Para eksportir harus memanfaatkan peluang dengan cermat.

2.6.2 Peranan dan Manfaat Ekspor

Pengaruh ekspor sangat signifikan terhadap kondisi ekonomi suatu negara. Dalam rangka memproduksi berbagai barang, negara akan melakukan impor bahan baku dan peralatan produksi yang diperlukan. Langkah ini akan berkontribusi pada peningkatan nilai barang tersebut. Produk Domestik Bruto adalah nilai peningkatan yang dihasilkan oleh semua unit produksi ekonomi. Peran ekspor sebagai penggerak pertumbuhan ekonomi dapat dilihat dari laju pertumbuhan PDB Indonesia dari tahun ke tahun (Ishaq. 2021). Para pelaku ekspor memperoleh keuntungan. Salah satu dari manfaat ini adalah peningkatan keuntungan bisnis dan devisa nasional, pembukaan pasar baru di luar negeri, pemanfaatan kapasitas yang lebih besar di dalam negeri, dan peningkatan persaingan di pasar global. Selain itu, ekspor meningkatkan pendayagunaan sumber daya domestik suatu negara, menciptakan lapangan kerja baru dan meningkatkan kapasitas setiap produsen untuk bersaing dengan produsen lain (Kusandrina. 2016).

Karena perluasan pasar antara negara-negara, ekspor memainkan peran penting dalam ekonomi, menurut Yuwinda (2017). Perluasan industri tertentu memungkinkan pertumbuhan industri lain, yang pada gilirannya mendorong sektor ekonomi lainnya. Pernyataan di atas menggambarkan peran yang dimainkan oleh sektor ekspor, yaitu:

1. Pasar internasional membuka pintu untuk produk tertentu. Menurut para ahli ekonomi klasik, jika suatu industri memiliki kemampuan untuk menjual barangnya ke pasar internasional daripada hanya di pasar dalam negeri, maka industri tersebut dapat berkembang dengan cepat.
2. Permintaan yang baru muncul sebagai hasil dari ekspor, meningkatkan permintaan di pasar domestik. Persaingan mendorong bisnis domestik untuk melakukan hal-hal baru untuk meningkatkan produktivitas.

3. Memperluas kegiatan ekspor mempermudah pertumbuhan sektor tertentu karena pertumbuhannya tanpa membutuhkan banyak investasi kapital sosial. Misalnya, jika produk tersebut dijual di dalam negeri, potensi pasarnya mungkin terbatas karena tingkat pendapatan riil yang rendah atau hubungan transportasi yang buruk. Oleh karena itu, permintaan dalam negeri meningkat seiring dengan produksi ekspor. Akibatnya, ekspor secara langsung meningkatkan output sektor tertentu. Selain itu, perusahaan dipengaruhi oleh permintaan luar negeri untuk menerapkan bagian produksinya, seperti modal, dan teknik produksi yang lebih efisien. Ini memungkinkan mereka bersaing di pasar perdagangan dalam hal harga dan kualitas. Tujuan dari penelitian tahun 2014 oleh Purnamasari dkk, adalah untuk menilai daya saing ekspor kopi Indonesia di pasar global. Penelitian ini berfokus pada periode 1990-2011 dan membandingkan peran Indonesia sebagai salah satu eksportir utama dalam industri kopi.

2.7 Penelitian Terdahulu

1. Penelitian yang dilakukan oleh Purnamasari dkk. pada tahun 2014 bertujuan untuk mengevaluasi daya saing ekspor kopi Indonesia di pasar global. Penelitian ini berfokus pada periode 1990-2011 dan membandingkan peran Indonesia sebagai salah satu eksportir utama dalam industri kopi. Penelitian ini menggunakan perhitungan Revealed Comparative Advantage (RCA), Kinerja Ekspor Komparatif (CEP), dan Market Share Indeks (MSI). Hasil perhitungan RCA menunjukkan bahwa di antara negara pengeksportir kopi utama lainnya, Indonesia memiliki nilai RCA yang paling rendah. Ini menunjukkan bahwa meskipun Indonesia adalah salah satu pengeksportir kopi terbesar, negara tersebut masih belum memiliki keunggulan yang signifikan. Hal yang sama berlaku untuk perhitungan kinerja ekspor komparatif (CEP), di mana Indonesia berada di urutan

terakhir. Salah satu negara dengan nilai RCA dan CEP tertinggi adalah Kolombia. Namun, Jepang adalah pasar yang potensial bagi Indonesia dari segi bagian pasar. Dengan bagian pasar yang relatif stabil selama sepuluh tahun terakhir, ada kemungkinan bahwa akan ada peningkatan pada tahun-tahun berikutnya.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Hidayat dan Sutriyono pada tahun 2010 berjudul "Daya Saing Ekspor Kopi Robusta Indonesia di Pasar Internasional" menggunakan pendekatan komparatif dan deskriptif. Metode Comparative Advantages Revealed (RCA), Acceleration Ratio (AR), Index of Trade Specialization (ISP), dan Sensitivitas digunakan untuk melakukan analisis. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menemukan keunggulan komparatif kopi robusta, menganalisis ekspor kopi, menilai posisi dan daya saing Indonesia, dan merunut sensitivitas kopi robusta terhadap perubahan harga di seluruh dunia. Hasil analisis dan diskusi menunjukkan bahwa Indonesia memiliki keunggulan dalam produksi kopi robusta, dengan nilai RCA melebihi 1 dari 2004 hingga 2008. (2) Dari tahun 2004 hingga 2006, Indonesia menguasai pasar kopi yang kuat, atau menjadi lebih kuat baik di pasar domestik maupun ekspor. Namun, pada tahun 2007-2008, mereka mengalami kesulitan untuk mengambil alih pasar, yang mengakibatkan posisinya melemah baik di pasar domestik maupun ekspor. (3) Dari tahun 2004 hingga 2008, Indonesia menunjukkan daya saing yang signifikan, bahkan mungkin menjadi salah satu negara penghasil dan pengekspor kopi yang kuat. (4) Jika harga kopi robusta di seluruh dunia meningkat sebesar 5%, 10%, dan 20%, maka keunggulan komparatif akan meningkat, performa ekspor kopi juga akan meningkat, dan posisi daya saing kopi robusta kemungkinan akan tetap stabil.

Sebaliknya, jika harga kopi robusta turun sebesar 5%, 10%, dan 20%, maka keunggulan komparatif akan menurun, dan posisi daya saing kopi robusta kemungkinan akan tetap stabil.

3. Penelitian yang dipublikasikan oleh Hadi dan Tety pada tahun 2012 berjudul "Analisis Daya Saing Ekspor Minyak Sawit Indonesia Dan Malaysia Di Pasar Internasional" memiliki tujuan untuk mengevaluasi perubahan dalam daya saing ekspor minyak sawit dari Indonesia dan Malaysia di pasar internasional serta memeriksa performa ekspor minyak sawit kedua negara tersebut di pasar global. Temuan dari penelitian ini mencakup hal berikut: (1) Tingkat ekspor dan pangsa pasar minyak sawit dari kedua negara, terutama di Asia dan Eropa, telah mengalami peningkatan yang signifikan dalam hal daya saing.(2) Meskipun ada beberapa tahun di mana pertumbuhan standar ekspor minyak sawit dari Indonesia dan Malaysia memiliki dampak positif, namun secara umum, pertumbuhan ekspor minyak sawit dari kedua negara lebih banyak dipengaruhi oleh pertumbuhan ekspor minyak sawit secara global.(3) Minyak sawit dari Malaysia memiliki daya saing yang lebih tinggi daripada minyak sawit dari Indonesia di pasar Asia, sementara di Eropa, minyak sawit Malaysia lebih kompetitif.(4) Walaupun Indonesia memiliki volume ekspor minyak sawit yang lebih rendah daripada Malaysia, namun daya saingnya masih kuat terutama jika dibandingkan dengan Malaysia, meskipun indeks RCA (Revealed Comparative Advantage) Indonesia lebih rendah.(5) Nilai rata-rata indeks spesialisasi perdagangan yang mengukur rasio ekspor neto terhadap total perdagangan menunjukkan hasil positif bagi minyak sawit dari Indonesia dan Malaysia. Ini mengindikasikan bahwa keduanya

adalah negara eksportir minyak sawit. Penelitian ini menunjukkan perubahan dalam daya saing ekspor minyak sawit Indonesia dan Malaysia di pasar internasional serta kinerja ekspor minyak sawit kedua negara di tingkat global.

4. Penelitian yang disebut sebagai "Analisis Daya Saing Ekspor Kopi Indonesia dan Vietnam di pasar ASEAN" oleh Sinta et al. (2017) bertujuan untuk (1) Mempelajari bagaimana ekspor kopi Indonesia dan Vietnam berkembang di pasar ASEAN dari tahun 1998 hingga 2013, (2) Mempelajari daya saing dari tahun 1998 hingga 2013, dan (3) Mempelajari perbedaan daya saing dari tahun 1998 hingga 2013. Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini adalah rangkaian waktu perdagangan dari tahun 1998 hingga 2013 dari pasar ASEAN, Vietnam, dan Indonesia. Analisis perbandingan yang terungkap (RCA), Indeks Persaingan Ekspor (ECI), Indeks Spesialisasi Perdagangan (ISP), Persentase Pasar Tetap (CMS), dan Uji t perbedaan rata-rata digunakan dalam penelitian ini. Hasil analisis menunjukkan bahwa ekspor Indonesia lebih rendah daripada Vietnam. Kedua negara memiliki daya saing ekspor kopi di pasar ASEAN ($RCA > 1$, $ECI > 1$, ISP bernilai positif, dan CMS bernilai positif untuk efek komposisi komoditi; hanya Vietnam yang memiliki efek daya saing). Selain itu, hasil uji beda menunjukkan posisi daya saing yang signifikan dan perbedaan komparatif, dengan $RCA = 0,025$ dan ISP bernilai positif. Indikator yang digunakan menunjukkan bahwa nilai Indonesia lebih rendah daripada Vietnam.
5. Penelitian berjudul "Analisis Daya Saing Produk Ekspor Provinsi Sumatera Utara" dilakukan oleh Bustami dan Hidayat pada tahun 2013. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menentukan bagaimana produk ekspor unggulan

berkembang dan seberapa besar daya saingnya di Provinsi Sumatra Utara. Menurut Klasifikasi Perdagangan Internasional Standar (SITC), sepuluh produk ekspor utama Provinsi Sumut harus diteliti. Data deret waktu dari tahun 2000–2010 digunakan dalam penelitian ini. Data dievaluasi melalui analisis persaingan menggunakan Revealed Comparative Advantage (RCA), Revealed Trade Comparative Advantage (RCTA), dan Indeks Spesialisasi Perdagangan (ISP). Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada sepuluh produk unggulan di Provinsi Sumatera Utara yang memiliki berbagai daya saing. Meskipun ada beberapa produk unggulan yang tidak berdaya saing atau tidak berdaya saing, Provinsi Sumatera Utara masih mengekspor produk unggulan.

6. Ustiaji (2016) dengan judul penelitian “Analisis Daya Saing Komoditi Ekspor Unggulan Indonesia di Pasar Internasional”. Penelitian ini menggunakan pendekatan Advantage Comparative Revealed (RCA). Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menentukan perkembangan, kontribusi, dan daya saing dari beberapa komoditi unggulan Indonesia. Mereka termasuk udang, kakao, kopi, elektronik, karet dan produk karet, sawit dan produk sawit, hasil hutan, alas kaki, kendaraan, dan produk tekstil dan tekstil (TPT). Hasil menunjukkan bahwa beberapa komoditi unggulan Indonesia telah mengalami peningkatan yang signifikan. Antara tahun 2010 dan 2014, komoditi sawit menempati posisi teratas dalam hal kontribusi ekspor terbesar dari komoditi unggulan tersebut. Antara tahun 2010 dan 2014, perhitungan RCA menunjukkan bahwa industri sawit, hasil hutan, alas kaki, kakao, kopi, karet, dan tekstil memiliki daya saing yang lebih besar dari rata-rata global.

7. Putranto dan Suwali (2022): Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Ekspor Kopike Amerika Serikat Tujuan penelitian ini adalah untuk menemukan nilai ekspor kopi Indonesia ke Amerika Serikat dari tahun 2001 hingga 2020, serta komponen yang mempengaruhinya. Studi kasus kuantitatif digunakan. Analisis statistik deskriptif dan analisis regresi linear berganda digunakan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) ekspor kopi Indonesia ke Amerika memiliki nilai FOB tertinggi sebesar 330.814.000 USD pada tahun 2012 dan terendah sebesar 41.981.000 USD pada tahun 2001. Ekspor rata-rata sebesar 191.115.000 USD dari tahun 2001 hingga 2020. (2) GDP riil AS, kurs atau nilai tukar, harga kopi internasional, dan volume ekspor merupakan beberapa faktor yang secara bersamaan memengaruhi nilai ekspor kopi ke Amerika Serikat. Faktor-faktor ini menyumbang 95,1% dari total nilai R².
8. Raharja (2020) membahas persaingan dan faktor-faktor yang memengaruhi ekspor kopi Indonesia ke Jerman. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menyelidiki daya saing dan pengaruh ekspor kopi Indonesia ke Jerman dari hasil produksi, harga, dan Gross Domestic Product (GDP) per kapita Jerman. Studi kasus adalah pendekatan yang digunakan. Runtun waktu sekunder dari tahun 1984 hingga 2014 digunakan. Studi ini dilakukan antara Maret 2020 dan September 2020. Daya saing ekspor kopi Indonesia ke pasar Jerman dinilai menggunakan model Revealed Comparative Advantage (RCA) dalam penelitian ini. Selain itu, penelitian ini menggunakan regresi linier berganda untuk memeriksa variabel yang mempengaruhi ekspor kopi Indonesia ke Jerman. Hasilnya menunjukkan bahwa ekspor kopi Indonesia ke Jerman memiliki

keunggulan, dengan rata-rata nilai RCA 12,53. Harga ekspor, hasil produksi, dan Gross Domestic Product (GDP) per kapita Jerman adalah semua faktor yang sangat memengaruhi ekspor kopi Indonesia ke Jerman. Namun, ekspor kopi Indonesia ke Jerman dipengaruhi positif dan signifikan oleh GDP per kapita Jerman. Sebaliknya, hasil produksi berpengaruh negatif dan tidak signifikan.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Sumber Data

Data yang diperoleh dalam penelitian ini berupa data sekunder yang merupakan data time series yang telah tersedia secara elektronik dan cetak dari lembaga penyedia data statistik selama 15 tahun terakhir (2008-2022). Adapun sumber data yang di dapat yakni data sekunder seperti data ekspor kopi didapat dari *United Nation Commodity Trade* (UN Comtrade), data produksi kopi Indonesia diperoleh dari Direktorat Jenderal Perkebunan, data harga kopi global didapat dari World Bank, sedangkan data nilai tukar didapat dari Statistik Indonesia. Sumber-sumber lain diperoleh melalui jurnal penelitian, perpustakaan serta media elektronik lainnya.

3.2 Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk menjawab masalah yang pertama dilakukan dengan pengambilan data ekspor kopi dari tahun 2008-2022 dalam bentuk tabel kemudian dianalisis secara deskripsi menggunakan grafik sebagai gambaran perkembangan ekspor kopi di Indonesia.
2. Menggunakan metode analisis kuantitatif dimana data yang diperoleh dalam bentuk angka, digunakan untuk menganalisis daya saing keunggulan komparatif dan kompetitif. Untuk mengukur daya saing keunggulan komparatif maka digunakan Metode *Revealed Comparative Advantage* (RCA). Analisis *Revealed Comparative Advantage* (RCA) digunakan untuk mengukur kekuatan daya saing ekspor komoditi kopi di Indonesia.

Rumus RCA yaitu:

$$RCA_{ij} = \left(\frac{X_{ij}}{X_{it}} \right) / \left(\frac{X_{nj}}{X_{nt}} \right)$$

Dimana:

X_{ij} = Nilai ekspor kopi Indonesia ke Amerika

X_{it} = Total nilai ekspor Indonesia ke Amerika

X_{nj} = Nilai impor kopi Amerika Serikat dari Dunia

X_{nt} = Total nilai impor Amerika Serikat dari Dunia

Apabila nilai RCA yang diperoleh lebih besar dari 1 maka Indonesia memiliki keunggulan komparatif (daya saing) untuk komoditas dimaksud, di Amerika Serikat dan pada tahun yang diamati.

Sedangkan untuk mengukur keunggulan kompetitif maka digunakan metode atau Pendekatan Export Competitiveness Indeks (ECI). ECI dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$ECI = \frac{\left(\frac{X_{ij}}{X_{jD}}\right)_t}{\left(\frac{X_{ij}}{X_{jD}}\right)_{t-1}}$$

Keterangan:

X_{ij} = Nilai ekspor kopi Indonesia pada tahun j

X_{jD} = Nilai impor kopi Amerika pada tahun j

t = Periode berjalan

t-1 = Periode sebelumnya

Jika ECI suatu komoditas > 1 , berarti komoditas tersebut menghadapi tren daya saing yang meningkat. Sebaliknya, apabila nilai ECI < 1 , maka komoditas tersebut mengalami penurunan daya saing.

3. Untuk mengidentifikasi masalah (3) yang digunakan adalah model regresi linear berganda. Data yang dibutuhkan adalah nilai ekspor kopi, GDP perkapita riil negara tujuan ekspor, nilai tukar riil rupiah terhadap dollar. Maka persamaan linier berganda yang di peroleh dengan menggunakan rumus:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + \mu$$

Keterangan :

Y = Nilai ekspor kopi Indonesia

a = Koefisien intersep

b_1 - b_3 = Koefisien regresi

X_1 = Harga kopi internasional (USD/Ton)

X_2 = GDP perkapita riil Amerika Serikat (USD)

X_3 = Nilai tukar nominal rupiah terhadap dollar (Rp/USD)

μ = Random error

3.3 Uji Hipotesis

Metode pengambilan keputusan yang didasarkan pada teori, analisis, dan temuan penelitian dan observasi dikenal sebagai uji hipotesis. Uji statistik dengan koefisien determinasi (R^2), uji parsial (t), dan uji serentak (F) dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh masing-masing koefisien variabel bebas terhadap variabel terikat baik secara bersamaan maupun secara parsial.

3.3.1 Uji F-Statistik

Uji F juga dikenal sebagai uji signifikansi simultan, menentukan apakah semua variabel bebas mempengaruhi variabel terikat secara bersamaan. Berikut adalah hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini :

Menurut hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternatif (H_1)

1. $H_0: \beta_1 = \beta_2 = \beta_3 = 0$, artinya semua variabel bebas secara bersamaan tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

2. $H_1: \beta_1 \neq \beta_2 \neq \beta_3 \neq 0$, artinya semua variabel bebas secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

- Mencari nilai F_{hitung}

Rumus untuk mencari F_{hitung} adalah: $\frac{JKR(k-1)}{JKG(n-k)}$

Keterangan:

JKR = Jumlah Kuadrat Regresi

JKG = Jumlah kuadrat Galat

k = Banyaknya koefisien regresi

n = Banyaknya sampel

Apabila nilai $F_{hitung} \leq F_{tabel}$, maka H_0 diterima, artinya variabel bebas secara bersama-sama (simultan) tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat. Sebaliknya jika nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak, variabel bebas secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat

3.3.2 Uji t-parsial

Uji parsial atau uji t digunakan untuk menguji bagaimana pengaruh masing-masing variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikatnya. Pada uji t digunakan kriteria hipotesis seperti berikut:

1. Harga kopi internasional (X_1)

$H_0: \beta_1 = 0$, artinya harga kopi tidak berpengaruh terhadap ekspor kopi Indonesia ke Amerika.

$H_1: \beta_1 > 0$, artinya harga kopi berpengaruh positif dan signifikan terhadap ekspor kopi Indonesia ke Amerika.

Rumus untuk mencari t_{hitung} adalah: $t_h = \frac{\beta_1 - B_1}{S_{\beta_1}}$

Keterangan:

β_1 = Koefisien regresi

B_1 = parameter

$S\beta_1$ = simpangan baku

Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap ekspor kopi Indonesia ke Amerika. Kemudian jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak, artinya harga kopi internasional tidak berpengaruh terhadap ekspor kopi Indonesia ke Amerika.

2. GDP Perkapita Amerika (X_2)

$H_0: \beta_2 = 0$, artinya GDP Perkapita Amerika tidak berpengaruh terhadap ekspor kopi Indonesia ke Amerika.

$H_1: \beta_2 > 0$, artinya GDP Perkapita Amerika berpengaruh positif dan signifikan terhadap ekspor kopi Indonesia ke Amerika.

Rumus untuk mencari t_{hitung} adalah: $t_h = \frac{\beta_2 - B_2}{S\beta_2}$

Keterangan:

β_2 = Koefisien regresi

B_2 = parameter

$S\beta_2$ = simpangan baku

Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya GDP Perkapita Amerika berpengaruh positif dan signifikan terhadap ekspor kopi Indonesia ke Amerika. Kemudian jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak, artinya GDP Perkapita Amerika tidak berpengaruh terhadap ekspor kopi Indonesia ke Amerika.

3. Nilai Tukar atau Kurs (X_3)

$H_0: \beta_3 = 0$, artinya nilai tukar rupiah tidak berpengaruh terhadap ekspor kopi Indonesia ke Amerika.

$H_1: \beta_3 > 0$, artinya nilai tukar rupiah berpengaruh positif dan signifikan terhadap ekspor kopi Indonesia ke Amerika.

Rumus untuk mencari t_{hitung} adalah: $t_h = \frac{\beta_3 - B_3}{S_{\beta_3}}$

Keterangan:

β_3 = Koefisien regresi

B_3 = parameter

S_{β_3} = simpangan baku

Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya nilai tukar secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap ekspor kopi Indonesia ke Amerika. Kemudian jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak, artinya nilai tukar tidak berpengaruh terhadap ekspor kopi Indonesia ke Amerika.

Selain membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel} uji t dapat juga dilakukan dengan membandingkan nilai probability dengan taraf signifikannya. Apabila nilai signifikansi $< 0,05$ maka koefisien variabel bebas signifikan mempengaruhi variabel terikat dan sebaliknya jika signifikansi $> 0,05$ maka koefisien variabel bebas tidak signifikan mempengaruhi variabel terikatnya. Pengujian terhadap hasil regresi dilakukan dengan menggunakan uji t pada derajat keyakinan 95% atau $\alpha = 5\% = 0,05$ dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Jika nilai probability t-statistik $< 0,05$ maka H_0 ditolak H_1 diterima.
2. Jika nilai probability t-statistik $> 0,05$ maka H_0 diterima H_1 ditolak.

3.3.3 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa besar keberagaman variabel tak bebas yang dapat dijelaskan oleh keragaman variabel-variabel bebas. Nilai koefisien determinasi R^2 adalah $0 \leq R^2 ; R^2 \rightarrow 1$, artinya semakin angkanya mendekati 1 maka semakin baik garis regresi karena mampu menjelaskan data aktualnya.

3.4 Defenisi dan Batasan Operasional

1. Kopi merupakan tanaman perkebunan yang memiliki nilai ekonomis yang cukup tinggi diantara tanaman perkebunan lainnya dan berperan penting sebagai sumber devisa negara.
2. Daya saing adalah kemampuan suatu daerah, industri atau negara untuk memasarkan komoditinya masuk kedalam pasar luar daerah maupun luar negeri dan kemampuan untuk bertahan dalam pasar tersebut.
3. Data ekspor kopi yang digunakan dalam penelitian ini adalah data statistik periode 2008-2022 yang dinyatakan dalam volume dan nilai.
4. Keunggulan komparatif merupakan sebuah kegiatan ekonomi yang dilakukan oleh sebuah daerah untuk meningkatkan dan memasarkan sebuah produk diluar daerah atau luar negeri. *Revealed Comparative Advantage* (RCA) digunakan untuk mengetahui tingkat daya saing komoditas kopi. Jika $RCA > 1$ maka komoditas tersebut memiliki daya saing secara komparatif, begitu pula sebaliknya.
5. Keunggulan kompetitif keunggulan suatu negara dalam memproduksi dan menjual produk dalam pasar internasional. *Export Competitiveness Indeks* (ECI) sebagai alat analisis sekaligus kerangka dalam membangun dan memperkuat daya saing khususnya pada keunggulan kompetitif. Jika $ECI > 1$ maka komoditas tersebut memiliki daya saing secara kompetitif, begitu pula sebaliknya.

6. Harga ekspor kopi adalah harga di tingkat eksportir yang dinyatakan dalam satuan USD/ton. Periode waktu yang digunakan adalah tahun 2008-2022.
7. GDP adalah total nilai barang dan jasa akhir yang dihasilkan di dalam suatu negara selama suatu periode waktu tertentu. GDP per kapita negara tujuan ekspor yaitu Amerika Serikat dengan periode waktu yang di gunakan adalah tahun 2008-2022.
8. Nilai tukar nominal yaitu perbandingan harga relatif dari mata uang antara dua negara yang diberlakukan di pasar valuta asing adalah nilai tukar mata uang nominal ini (Rp/USD). Periode waktu yang digunakan adalah tahun 2008-2022.

