

BAB 3

PELUANG DAN HAMBATAN KOPI INDONESIA DI AMERIKA SERIKAT SEBAGAI KOMODITI EKSPOR

Produk kopi dari Indonesia telah cukup dikenal di pasar mancanegara, jumlah ekspor kopi telah mampu menyumbang devisa yang cukup besar bagi Indonesia. Peluang ekspor yang dimiliki produk kopi Indonesia cukup besar jika dilihat dari jumlah permintaan ekspor kopi yang terus meningkat tiap tahunnya. Produk kopi Indonesia juga telah cukup terkenal di pasar kopi Internasional khususnya Amerika Serikat, berbagai jenis kopi baik *green coffee* (biji kopi mentah), *roasted coffee* (biji kopi yang telah disangrai), maupun kopi olahan dari Indonesia merupakan komoditi ekspor yang diimpor oleh Amerika Serikat (AS). Namun ekspor kopi Indonesia ke Amerika Serikat saat ini masih di dominasi oleh jenis kopi biji dari jenis arabika dan robusta di bandingkan dari jenis kopi *specialty* dan olahan. Biji kopi yang diimpor oleh AS dari Indonesia nantinya akan melalui tahap pengolahan kembali di AS hingga kemudian menjadi berbagai minuman kopi yang tersedia di *cafe* atau *coffee shop* di Amerika Serikat.

Dalam memungkinkan produk kopi Indonesia dijual ini Indonesia secara bertahap mulai mengkondisikan agar kopi

Indonesia dipasarkan dengan menggunakan identitas atau dengan *labeling* agar lebih memberikan informasi dan kejelasan sumber mengenai karakteristik kopi yang dihasilkan oleh tanah Indonesia. Secara mendasar kopi Indonesia memiliki keunggulan-keunggulan kompetitif dalam menghadirkan persaingan terhadap pangsa pasar Internasional dan khususnya Amerika Serikat.

3.1. Kendala Indonesia dalam Pengembangan Industri Kopi

Walaupun Indonesia merupakan salah satu produsen dan eksportir terbesar yang ada di dunia, namun segmentasi kepada Indonesia yang dianggap negara berkembang meyakini sebagian pihak importir bahwa Indonesia belum bisa untuk menyediakan kopi olahan yang di mana setiap negara importir dunia memiliki cara dan ciri khas nya masing-masing dalam mengolah kopi.

Tingginya angka produksi dan ekspor kopi Indonesia tentu saja merupakan satu hal yang positif, namun Indonesia saat ini masih sulit untuk bergerak jauh menyediakan kopi dari bentuk olahan, selama ini sebagian besar ekspor kopi Indonesia merupakan ekspor biji kopi. Sekitar 90% ekspor kopi yang dilakukan ialah berupa biji kopi mentah atau lebih dikenal dengan *green bean coffee*. Alasan negara pengimpor lebih mengutamakan impor kopi dalam bentuk biji ialah karena importir bisa dengan leluasa menggunakan biji kopi tersebut untuk dicampur, sebagai contoh espresso yang begitu identik dengan Italia, espresso merupakan cara penyajian ala Italia, sedangkan kopi yang digunakan merupakan hasil impor.

Kelemahan lainnya yaitu Indonesia belum mempunyai pengalaman untuk menyajikan kopi dalam bentuk olahan, konsumen atau importir kurang mempercayai alasannya kopi olahan tersebut belum tentu disajikan dengan bahan baku bermutu. Indonesia mempunyai sedikitnya dua kekurangan dalam mengembangkan pasar olahan kopi, yang pertama kualitas Indonesia masih terpaud dibandingkan produsen kopi lainnya yakni Brazil dan juga Vietnam. Yang kedua ialah Indonesia tidak memiliki kerjasama atau kesepakatan akses pasar internasional, contohnya Vietnam yang memiliki kerjasama dengan Uni Eropa, sebuah pusat perdagangan dengan regional yang dapat diakses ke negara manapun yang tergabung dengan Uni Eropa. Keuntungan kerjasama seperti ini ialah syarat-syarat untuk masuk ke pasar Uni Eropa akan lebih mudah bagi Vietnam dibandingkan Indonesia yang tidak memiliki kesepakatan.

Berdasarkan pernyataan para pelaku industri hilir kopi diketahui bahwa masalah utama dari terkendalanya pengembangan industri hilir kopi di Indonesia yaitu :

1. Adanya hambatan untuk dapat memasuki pasar industri kopi
2. Fasilitas dan Teknologi kurang memadai
3. Adanya hambatan dalam peraturan khususnya ketenagakerjaan, perpajakan dan perdagangan.
4. Kurangnya motivasi dari pengusaha.
5. Rendahnya modal.

6. Teknologi pengolahan dan pengemasan yang belum dikuasai sepenuhnya, dan
7. Kualitas sumber daya manusia untuk pemasaran produk hilir yang belum memadai.

Dalam menembus pasar ekspor dunia perlu kerjasama internasional yang dilakukan negara demi menjamin pemenuhan suplai kopi dengan produk olahan. Jaringan kerjasama internasional akan mempermudah produk masuk ke suatu negara, contohnya Vietnam lebih mudah masuk pasar Uni Eropa dibanding Indonesia dan Indonesia lebih mudah masuk ke Jepang hingga menjadikan Indonesia sebagai eksportir kopi terbesar di Jepang. Sarana prasarana dalam pengembangan industri hilir masih sangat minim. Tidak hanya kopi industri hilir karet nasional hanya mampu menampung 15% dari total produksi hasil karet nasional. Agroindustri lebih efektif jika dikembangkan dekat dengan bahan baku, artinya daerah yang telah menghasilkan kopi unggulan dan memiliki potensi untuk dikembangkan. Jangkauan industri dalam mendistribusikan dan membeli alat menjadi kendala hingga menghambat perkembangan industri.

Peraturan mengenai pajak, ketenagakerjaan, dan perdagangan yang belum mampu melindungi pengusaha membuat agroindustri ini kurang diminati oleh pengusaha karena kurangnya kepastian. Sehingga menurunkan motivasi pengusaha untuk mengolah kopi menjadi produk yang bernilai. Teknologi pengolahan kopi yang belum dikuasai menjadi kendala lainnya

dan didukung dengan kualitas sumber daya manusia yang belum mampu memenuhi spesifikasi standar.

3.2. Rintangan Ekspor Kopi

Hambatan yang diterima negara Indonesia dalam persaingan ekspor kopi cukup beragam, hambatan-hambatan yang hadir merupakan hambatan yang datang dari dalam beserta hambatan luar negeri. Industri kopi olahan dalam negeri belum dapat berkembang dikarenakan beberapa faktor yakni bagian teknis, sosial budaya, lingkungan dan juga ekonomi. Kendala yang mempengaruhi ekspor kopi Indonesia dapat dianalisis dengan beberapa keadaan sebagai berikut :

1. Aspek Kompetisi

Brazil bukan hanya negara yang menguasai jumlah produksi kopi dunia, Brazil juga merupakan salah satu negara pemasok utama kopi bagi negara Amerika Serikat. Kopi Brazil memiliki keunggulan dan sudah diakui dunia sebagai negara yang menghasilkan kopi arabika dengan kualitas bagus. Karena tingginya angka produksi dan angka ekspor tersebut, Brazil mampu mengendalikan 20.64% pangsa pasar kopi di Amerika Serikat, sedangkan Indonesia hanya memiliki 6.11% terhadap pangsa pasar kopi di Amerika.³²

Jenis kopi biji kopi arabika yang dihasilkan Brazil juga sangat beragam, contohnya *Brazilian Santos*,

³² Ekspor Impor Kopi Amerika Serikat, 2012

Bourbon, Typica, MundoNovo, dan lain-lain. Produksi kopi arabika Brazil yang tinggi membuat kopi Brazil mampu menguasai 25% pangsa pasar kopi dunia hal ini dikarenakan biji kopi arabika lebih diminati di pasar kopi dunia jika dibandingkan dengan biji kopi robusta.³³

Sedangkan produksi kopi Indonesia 80% dikuasai oleh Robusta dan sisanya memproduksi kopi Arabika. Kelemahan Indonesia yang sebagian besar produksi kopi merupakan jenis robusta karena jenis kopi robusta kurang diminati di pasar Amerika Serikat dibandingkan jenis arabika, juga dari harga jenis robusta lebih murah dengan perbandingan setengah harga dari kopi arabika

2. Aspek Keadaan

Terdapat 2 keadaan yang menjadi kendala terhadap ekspor kopi Indonesia dikarenakan aspek keadaan dan kondisi, yaitu sebagai berikut :

- a. Yang pertama merupakan masalah bahan baku yang eksportir kopi Indonesia hadapi sebagai kendala dan juga hambatan, jika pasar dunia menyukai kopi dengan varietas arabika berbanding terbalik dengan pertanian Indonesia yang menghasilkan lebih banyak varietas robusta. Hal ini dikarenakan budidaya kopi arabika yang menghabiskan banyak biaya dan membutuhkan ketelatenan dalam segala proses penanaman hingga kondisi pasca panen. Disinilah

³³ Brazilian Coffee Beans – Brazilian Coffee History

kekurangan dasar yang dimiliki petani Indonesia yaitu sumber modal yang tidak besar dan juga proses yang masih sangat tradisional

- b. Rendahnya tingkat teknologi yang dimiliki oleh para petani kopi lokal juga menjadi hambatan bagi ekspor kopi Indonesia. Kurangnya akomodasi terhadap produksi kopi, peralatan mesin dan teknologi yang berupa pengering, pengupas dan sortasi untuk menghasilkan biji kopi yang berkualitas. Hal ini terutama terjadi ditingkat usaha industri skala kecil dan menengah.

Terbatasnya penguasaan teknologi proses pada tahap *roasting* menyebabkan proses pengeringan dan pengolahan biji kopi mentah menjadi *roasted bean* cenderung lebih lama. Kurangnya kemampuan eksportir kopi dalam melakukan inovasi produk kopi olahan untuk meningkatkan daya saing juga menjadi alasan rendahnya jumlah ekspor kopi olahan Indonesia. Hingga saat ini permintaan ekspor kopi Indonesia dari luar negeri termasuk Amerika Serikat lebih didominasi oleh jenis biji kopi atau *coffee bean* dari jenis robusta dan arabika. Nantinya biji kopi ini akan diolah kembali oleh negara importir menjadi kopi olahan mengikuti selera dan keinginan di negara importir.

3. Aspek Penawaran dan Permintaan

Produksi kopi Indonesia yang kurang stabil mengakibatkan para eksportir kopi kesulitan untuk mengimbangi

banyaknya penawaran dan permintaan dari importir. Luas areal perkebunan kopi Indonesia saat ini mencapai 1,2 juta hektar dengan sekitar 96% dari luas lahan tersebut merupakan perkebunan rakyat yang dikelola oleh petani kecil sisanya dimiliki oleh pihak swasta dan Pemerintah (PTP Nusantara).³⁴

Dengan luas lahan yang begitu besar seharusnya jumlah produksi kopi Indonesia telah mampu untuk memenuhi permintaan ekspor dari Amerika Serikat, namun kenyataannya para eksportir terkadang masih kewalahan dalam menghadapi permintaan ekspor kopi. Kurangnya pemahaman petani lokal dalam proses setelah panen yang sebagian besar masih dengan cara tradisional mengakibatkan mutu kopi yang dihasilkan untuk industri kopi olahan masih terbilang rendah. Selain itu pengaruh kondisi cuaca yang buruk telah menyebabkan rendahnya jumlah produksi biji kopi yang dihasilkan. Contohnya saja pada tahun 2011 produksi biji kopi Indonesia mengalami penurunan yang drastis yang disebabkan oleh cuaca ekstrem.

Kelemahan ini sangat berdampak dalam menghadapi daya saing karena hasil produksi kopi Indonesia belum secara total mampu menyediakan permintaan kopi dalam skala yang besar untuk memenuhi permintaan konsumen dalam dan luar negeri. Untuk di dalam negeri konsumsi kopi meningkat 2,1% setiap tahunnya, dihitung dari tahun 2014 hingga awal 2018 meningkatnya konsumsi dalam negeri akan berdampak

³⁴Direktorat Jendral Perkebunan Republik Indonesia

pengurangan jumlah ekspor karena kurang stabilnya dalam persediaan produksi kopi nasional.

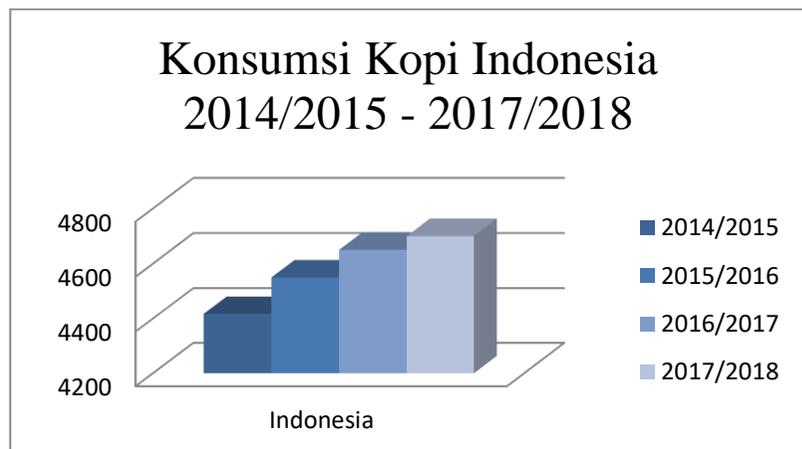
Tabel 3.1 Konsumsi Kopi Indonesia

In Thousand 60kg Bags - *Compound Annual Growth Rate (CAGR)*

Negara	2014/2015	2015/2016	2016/2017	2017/2018	CAGR 2014/2015- 2017/2018
Indonesia	4.417	4.550	4.650	4.700	2.1%

Sumber : International Coffee Organization

Grafik 3.1 Konsumsi Kopi Indonesia 2014/2015 - 2017/2018



Sumber :Olah Data

4. Aspek Pendukung

Kebanyakan petani kopi Indonesia hanya menjual hasil produksi perkebunannya kepada eksportir kopi atau pun perusahaan yang berafiliasi dengan kopi, dikarenakan ekspor kopi di Indonesia mempunyai aturan kapasitas dalam setahun ekspor kopi, ekspor dan produksi kopi biasanya dilakukan oleh perusahaan besar. Hal ini dikarenakan ekspor kopi Indonesia hanya dapat dilakukan oleh eksportir kopi terdaftar. Syarat untuk menjadi eksportir kopi terdaftar adalah para eksportir/perusahaan kopi harus mampu memenuhi standar mutu ekspor kopi yang diterapkan oleh kementerian perdagangan, harus memiliki surat persetujuan ekspor kopi (SPEK) dan harus mendapat pengakuan sebagai Eksportir Kopi Sementara yang diakui oleh Direktur Jenderal Kementerian Perdagangan Luar Negeri. Kurangnya perkembangan industri kopi dalam negeri ini yang kemudian menghambat perkembangan ekspor kopi Indonesia ke pasar kopi dunia. Kebijakan regulasi impor kopi yang diterapkan oleh Amerika Serikat terhadap barang ekspor kopi yang masuk ke Amerika Serikat juga merupakan hambatan ekspor yang dihadapi ekspor kopi Indonesia.

Amerika Serikat menerapkan kebijakan mengenai standar label dan produksi terhadap impor kopi yang masuk ke Amerika Serikat. Terhadap produksi dan labeling untuk perindustrian kopi di Amerika Serikat diatur oleh *Food and Drug Administration* (FDA) dalam *Federal Food, Drug and Cosmetic Act* (FD&CAAct)

dan *Fair Packaging and Labeling Act*. FDA memiliki misi untuk dapat mempromosikan serta mengawasi produk yang tersebar di pasaran dan secara berskala memperhatikan keamanan produk setelah dikonsumsi untuk dapat menjaga kesehatan masyarakat.

Konsumen Amerika Serikat cenderung meminta peraturan yang lebih ketat dan informasi yang lebih akurat terhadap labeling, promosi, kemasan produk, dan kadar nutrisi yang diklaim oleh perusahaan penyedia makanan. Jika perusahaan melakukan indisiplin terhadap peraturan tersebut dapat mengakibatkan perusahaan penyedia makanan dikenai denda atau yang lebih parah lagi pelarangan untuk mengedarkan produk di pasar Amerika Serikat. Masalah ini merupakan hambatan bagi ekspor produk kopi Indonesia ke Amerika Serikat dikarenakan banyak jenis produksi kopi Indonesia masih belum memiliki sertifikasi produk. Sehingga beberapa produk ekspor kopi Indonesia khususnya kopi olahan masih belum dapat memenuhi standar impor yang diterapkan oleh Amerika Serikat dan kemudian berdampak pada menurunnya ekspor kopi Indonesia ke Amerika Serikat. Itulah mengapa produk kopi yang diimpor Amerika Serikat dari Indonesia lebih banyak berupa *coffee bean* curah yang dijual perkantong dari varietas kopi arabika dan varietas kopi robusta dibandingkan dengan jenis produk olahan kopi.

Faktor penghambat ini seharusnya mampu diantisipasi dengan memberikan petani-petani kopi Indonesia tata cara memproduksi kopi agar hasil yang didapat mampu mencapai

standar kualitas ekspor, stabilitas hasil produksi kopi dalam kualitas maupun kuantitas akan berpengaruh besar terhadap peningkatan jumlah yang dapat di ekspor atau dijual kepada konsumen dalam negeri.

3.3. Peluang dan Pasar Potensial Kopi Indonesia di Amerika

Berbagai hambatan yang ada dalam ekspor dan pemasaran produk kopi Indonesia di Amerika Serikat juga menghadirkan peluang bagi Indonesia dalam menginvasi pasar Amerika Serikat. Keunggulan Indonesia diharapkan dapat membuka peluang pangsa pasar kopi lebih besar di Amerika. Beberapa faktor yang menjadi keunggulan untuk Indonesia untuk menghadirkan daya saing yang lebih besar di pasar potensial Amerika Serikat

1. Aspek Kondisi

Pertanian kopi Indonesia yang punya lahan dengan tingkat tanah yang subur, ditambah keadaan alam Indonesia yang sangat cocok untuk pengembangan tanaman kopi karena faktor cuaca, iklim, dan cuaca yang mempengaruhi kualitas hasil produksi kopi. Tren konsumen kopi Amerika Serikat yang menyukai kopi dengan cita rasa yang kuat dan memiliki karakteristik aroma dianggap sebagai alasan kopi Indonesia memiliki peluang besar terhadap pemasaran kopi di Amerika Serikat.

Faktor kondisi seharusnya bisa memberikan Indonesia kesempatan dalam menghadapi persaingan ekspor kopi ke Amerika Serikat, daerah pegunungan yang terbentang di

Indonesia dapat memberikan peluang agar Indonesia dapat lebih memfokuskan budidaya kopi yang berharga jual lebih tinggi dengan kualitas terjamin yaitu kopi jenis arabika.

2. Kompetisi Terhadap Persaingan

Indonesia merupakan negara pertanian yang memiliki daerah luas, tekstur tanah dari Sabang hingga Merouke memiliki tekstur tanah yang berbeda dengan kadar air yang beragam, hal inilah yang menjadi kunci Indonesia dapat menghasilkan kopi unggulan dengan ciri khas berbeda-beda disetiap daerah. Biji kopi berkualitas tinggi itu dewasa ini disebut dengan *Specialty Coffe* yang memiliki grade dan kualitas tinggi, karena kopi yang dihasilkan tersebut juga dipengaruhi oleh alam dan tanah yang ditumbuhi tanaman kopi. *Third Wave Coffe* merupakan fenomena yang terjadi pada tahun 2002 di Amerika Serikat yang menganggap dan mendefinisikan kopi berdasarkan kualitas yang disajikan kopi tersebut. Jika dibandingkan dengan Indonesia yang mempunyai banyak varietas *coffee specialty* berbeda dengan Vietnam yang hanya memiliki dua varietas *specialty coffee* yaitu *Highlands Coffee* dan *Trung Nguyen Coffee*. Dengan fakta tersebut jika dibandingkan dengan Vietnam, Indonesia sebenarnya memiliki peluang besar terhadap pasar kopi Amerika berbarengan dengan hadirnya fenomena *third wave coffee* di negara adidaya tersebut yang mengutamakan kopi dengan kualitas tinggi layaknya *specialty coffee*.

3. Aspek Penawaran dan Permintaan

Jumlah permintaan dan penawaran ekspor kopi Indonesia ke Amerika Serikat meningkat dikarenakan terus bertumbuhnya konsumsi dan ketertarikan konsumen kopi di Amerika terhadap varietas kopi unggulan yang dihasilkan Indonesia. Tingginya jumlah permintaan impor kopi dari AS ini kemudian menjadi peluang ekspor bagi Indonesia untuk terus meningkatkan jumlah ekspor kopinya ke Amerika Serikat.

Devisa dari kopi menunjukkan perkembangan yang cukup berarti tahun 1969an pangsa devisa masih peringkat keenam. Pada tahun 1970an meningkat tajam menempati peringkat kedua setelah karet dalam subsektor perkebunan. Pada tahun 1986, kopi menyumbang devisa lebih dari US\$800juta atau 46,7% dari ekspor komoditi pertanian.³⁵

Pada 2015 kopi memasok US\$356,79juta untuk devisa melalui ekspor, naik 8% dari tahun sebelumnya, hal ini merupakan catatan bagus namun pemerintah beserta elemen yang terkait harus mampu menghadirkan stabilitas dalam menyajikan kopi baik itu dari kualitas produksi kopi maupun kuantitas jumlah yang selama ini menjadi masalah bagi komoditi kopi sebagai komoditi ekspor Indonesia.

³⁵Direktorat Jendral Perkebunan Republik Indonesia

3.4. Konsumen Kopi Amerika Serikat

Konsumsi kopi Amerika Serikat memperlihatkan tren yang meningkat, begitu juga dengan industri kopi yang ada di Amerika. Menurut hasil survei oleh *National Coffee Association* (NCA) 64% orang Amerika berusia 18 tahun atau diatas 18 tahun menyatakan mengkonsumsi kopi di pagi hari sebelum mereka diwawancarai. Ini meningkat 62% dibandingkan survei serupa pada tahun sebelumnya.

Survei NCA ini menggunakan 3.000 responden bagi yang mengkonsumsi kopi di hari sebelum responden tersebut diwawancarai, dengan fakta ini kopi menjadi titik terang bagi industri makanan global. Diantara orang Amerika yang menjadi responden survei, 79% menikmati kopi di rumah dan 36% responden mengkonsumsi kopi di kafe atau lokasi *out of home*.³⁶

Wall Street Journal menerbitkantulisan yang menyatakan kopi dapat mengurangi resiko penyakit jantung dan penuaandini (*Alzheimer*) karena kafein yang ada didalam kopi, karena hal tersebut kaum muda yang berusia 18 tahun atau lebih mengalami peningkatan dalam konsumsi kopi.

Dari konsumsi kopi Amerika Serikat, kopi jenis arabika sangatlah diminati dibandingkan kopi robusta karena pilihan kopi arabika yang memiliki karakteristik rasa yang dominan

³⁶ National Coffee Association

dibandingkan kopi yang dihasilkan dari jenis robusta. Namun dewasa ini karena permintaan yang tinggi terhadap kopi arabika dan terbatasnya ketersediaan jenis kopi arabika, jenis robusta menjadi pilihan, pada tahun 2012 konsumsi robusta meningkat dan data ini didukung oleh survei Bloomberg yang menyebutkan konsumsi global kopi jenis arabika menurun hingga 6,2%.³⁷

Dari tahun 2014 menuju awal 2018 konsumsi kopi Amerika Serikat meningkat dengan sangat cepat, dengan rata-rata pertumbuhan konsumen 3.2% setiap tahunnya menuju 2018.

Tabel 3.2 Konsumsi Kopi Amerika Serikat

In Thousand 60kg Bags - Compound Annual Growth Rate (CAGR)

Negara	2014/2015	2015/2016	2016/2017	2017/2018	CAGR 2014/2015- 2017/2018
Amerika Serikat	23.743	25.336	25.775	26.112	3.2%

Sumber : International Coffee Organization

³⁷ Bloomberg – Perusahaan Media Massa Multimedia di Amerika Serikat

**Grafik 3.2 Konsumsi Kopi Amerika Serikat 2014/2015 -
2017/2018**



Sumber :Olah Data

3.5. Specialty Coffee Indonesia

Sebagian petani Indonesia yang merupakan petani kelas kecil menengah yang tidak terlalu memiliki modal yang besar biasanya lebih mengupayakan tanaman kopi robusta yang tidak membutuhkan biaya besar jika dibandingkan dengan budidaya kopi arabika, hal inilah yang mengakibatkan pertanian Indonesia sebanyak 80% menghasilkan kopi varietas robusta dan 20% menghasilkan varietas arabika, namun dengan upaya perbaikan pertanian dan permodalan diharapkan untuk kedepannya jarak produksi kedua varietas kopi ini berkurang dengan tujuan 70%

produksi kopi robusta dan meningkatkan produksi kopi arabika ke angka 30%.³⁸

KOPI SPESIALTY INDONESIA DI DUNIA

TABEL 3.3 Arabika (High level Specialty Coffee in The World)

Daerah	Nama Kopi	Jumlah
Aceh	<i>Gayo Coffee</i>	30.000 – 40.000 ton
Sumatra Utara	<i>Mandheling Coffee</i>	10.000 – 15.000 ton
Sumatra Utara	<i>Linthong Coffee</i>	5.000 – 10.000 ton
Bengkulu	<i>Mangkuraja Coffee</i>	1.000 – 1.500 ton
Jawa Barat	Java Preanger	500 – 1.500 ton
Jawa Timur	<i>Java Coffee</i>	3.000 – 5.000 ton
Sulawesi Selatan	<i>Toraja Coffee</i>	5.000 – 10.000 ton
Sulawesi Selatan	<i>ToarcoToraja Estate Coffee</i>	500 – 1.000 ton
Sulawesi Selatan	<i>Kalosi Coffee</i>	5.000 – 10.000 ton
Bali	<i>Bali Kintamani Coffee</i>	2.000 – 3.000 ton
Bali	<i>God Mountain Coffee</i>	500 – 1.000 ton
Nusa Tenggara Timur	<i>Flores Bajawa Coffee</i>	2.000 – 3.000 ton
Papua	<i>Baliem Valley Coffee</i>	500 – 1.000 ton
Sumatera, Jawa, Bali, dll	Kopi Luwak	20 – 30 ton

Sumber :Kementrian Perdagangan Republik Indonesia

³⁸Areal dan Produksi – Gabungan Eksportir Kopi Indonesia (GAEKI)

TABEL 3.4 Robusta Specialty (On Progress / Promotion)

Daerah	Nama Kopi	Jumlah
Jawa Timur	Java Robusta WIB	10.000 – 15.000 ton
Bali	Bali Robusta WIB	500 – 1.500 ton
Lampung	<i>Linthong Coffee</i>	100.000 – 150.000 ton
Nusa Tenggara Timur	Flores Robusta AP	10.000 – 20.000 ton

Sumber :KementrianPerdaganganRepublik Indonesia

Dewasa ini dengan beriring waktu kopi berubah yang awalnya dicap dengan minuman orang tua beralih menjadi sebuah gaya hidup dan bahkan menjadi suatu kebutuhan dalam kehidupan kaum muda . Hal ini terlihat dengan adanya peningkatan pemenuhan kebutuhan dalam negeri yang pada awal tahun 90an mencapai 120.000 ton, dewasa ini telah mencapai sekitar 180.000 ton.³⁹

Perubahan segmentasi kopi yang masuk kedalam gaya hidup segala golongan, perlu adanya stabilisasi terhadap produksi kopi nasional karena pengaruh meningkatnya konsumsi dalam negeri maka akan jadi masalah apabila produksi kopi nasional tak dapat ditingkatkan atau dijaga keseimbangannya. Saat ini

³⁹Direktorat Jendral Perkebunan. Statistik Perkebunan Indonesia – Tree Crop Estate Statistics Of Indonesia. Kopi - Coffee

perkebunan kopi Indonesia memiliki total luas areal 1,24 juta hektar, 933 ha perkebunan kopi varietas robusta dan 307 ha perkebunan kopi varietas arabika. Dengan persentase 96% total wilayah pertanian tersebut merupakan perkebunan kopi rakyat dan 90% perkebunan tersebut merupakan perkebunan kecil.⁴⁰

Layaknya kompetitor produsen kopi Indonesia yaitu Vietnam, varietas kopi yang dihasilkan Indonesia merupakan varietas robusta yang terbilang kopi dengan kualitas kurang bagus. Sedangkan varietas arabika yang mempunyai harga jual tinggi dan merupakan varietas kopi dengan grade tinggi lebih banyak dihasilkan oleh negara seperti Brazil dan Kosta Rika. Oleh karena itu, sebagian besar ekspor kopi Indonesia (80%) terdiri dari biji robusta.⁴¹

Pada saat ini ekspor kopi Indonesia masih bergantung kepada ekspor biji kopi karena kurang berkembangnya sektor industri kopi, namun sektor ini akan terus diupayakan untuk dapat membuka peluang lebih dari komoditi kopi. Data tahun 2012 memperlihatkan 70% dari total produksi yang dihasilkan pertanian kopi Indonesia diekspor kepada negara-negara seperti Jepang, Amerika Serikat dan beberapa negara lainnya, namun seiring berjalannya waktu dengan tingkat konsumsi dalam negeri yang meningkat berdampak kepada penurunan jumlah ekspor

⁴⁰Badan Pusat Statistik (BPS - Statistics Indonesia) - Perkebunan Kopi Indonesia

⁴¹Badan Pusat Statistik (BPS - Statistics Indonesia) - Ekspor Kopi Menurut Negara Tujuan Utama, 2000-2015.

Konsumsi kopi di Indonesia meningkat menggunakan hitungan CAGR (*compound annual growth rate*) 2,1% dalam rentang waktu 2014-2018, dengan demikian perlu adanya peremajaan dan pengolahan yang terstruktur untuk mengimbangi jumlah ekspor dengan keperluan konsumen dalam negeri.

Gambar 3.1

Persebaran Cita rasa Kopi Indonesia



Sumber :Rumah Kopi Ranin

Kopi Sumatra

Gambar 3.2 Kopi Sumatra – Starbucks Coffee



Sumber : Starbucks Coffee

Kopi Sumatera adalah salah satu kopi paling terkenal di dunia. Kopi Sumatra yang sangat dikenal berasal dari Sumatra Utara yaitu Kopi Mandailing dan kopi Linthong, ciri khas yang hadir dari dua kopi Sumatra ini lebih kepada rasa kopi yang cukup pekat dengan kombinasi tekstur halus dan aroma rempah yang begitu kuat. Beberapa ahli kopi mengatakan kopi Sumatera memiliki cita rasa unik karena dengan karakteristik aroma rempah dan juga *earthy*. Kopi Sumatera memiliki tekstur halus dan berbau tajam. Hal inilah yang menyebabkan kopi Sumatera menjadi salah satu kopi yang sangat diminati tidak hanya di Indonesia namun juga diberbagai negara di dunia termasuk Amerika. Kopi Sumatera diproses dalam dua cara yaitu proses *semi-washed* dan *dry-processed*.

Kopi Sumatra merupakan salah satu primadona yang sangat memikat di Amerika Serikat, salah satu perusahaan kopi Amerika Serikat yaitu Starbucks Coffee yang menjual beragam kopi dari seluruh dunia dan salah satu kopi yang sangat di sukai dunia ialah kopi Sumatra. Direktur Starbucks Indonesia, Anthony Cotta dalam temu media di Starbucks Oakwood menyebutkan kopi Sumatra tidak hanya digemari di Indonesia namun juga sangat disukai dunia.⁴²

Kopi Sulawesi

Tumbuh di tanah Toraja yang diberkahi dengan keadaan alam yang subur dan berkualitas memberikan kopi Toraja suatu cita rasa yang khas, Rasa kopi yang kuat dengan tekstur asam yang *high* menjadikan kopi ini menjadi pilihan bagi penikmat kopi, peminat terbesar kopi Toraja adalah Jepang, konsumen Jepang melalui Specialty Coffee Association of Japan mengakui bahwa kopi Toraja merupakan salah satu kopi berkelas dan berkualitas di dunia. Kopi Toraja memiliki ciri biji lebih kecil dibandingkan kopi varietas arabika lainnya dan biji yang lebih mengkilap.

Kopi Bali Kintamani

Kopi Bali Kintamani merupakan varietas kopi arabika yang terbilang unik, karena kopi ini memiliki cita rasa buah jeruk,

⁴² Kopi Sumatra Paling Digemari di Seluruh Starbucks Dunia.
<https://lifestyle.kompas.com/read/2018/03/07/061400420/kopi-sumatra-paling-digemari-di-seluruh-starbucks-dunia>. Diakses tanggal 30 Agustus 2019. Pukul 16.16

hal itu disebabkan pertanian kopi yang berdekatan dengan perkebunan jeruk, menjadikan kopi Bali Kintamani salah satu kopi yang sangat terkenal. Kopi Bali Kintamani memiliki cita rasa halus dengan tingkat asam yang cukup dan kopi ini merupakan salah satu kopi yang dilindungi oleh indikasi geografis.

Kopi Aceh Gayo

Satu lagi kopi dari Sumatra yang mendunia, kopi yang berasal dari Dataran Tinggi Gayo, Aceh Tengah ini merupakan kopi yang tidak hanya dikonsumsi dalam skala besar didalam negeri namun juga menjadi salah satu jenis kopi yang menjadi primadona ekspor kopi Indonesia. Pertanian kopi Gayo ini merupakan perkebunan kopi varietas arabika terbesar di Asia, dengan cita rasa lebih pahit, tingkat keasaman yang cukup rendah dan aroma yang begitu tajam membuat kopi ini diminati pasar dalam dan luar negeri.

Gambar 3.3 – Persebaran Daerah Penghasil Kopi Indonesia



Sumber : Valid News

Kopi Papua Wamena

Kopi yang berasal dari wilayah Timur Indonesia ini tumbuh pada ketinggian 1.500 MDPL dengan suhu 20 derajat. kopi ini memiliki cita rasa ringan dan memiliki keharuman tajam yang nikmat. Kopi Papua Wamena memiliki tingkat keasaman yang rendah, mungkin dikarenakan letak geografisnya dan juga struktur tanah tempat kopi ini bertumbuh.

Kopi Jawa

Kopi Jawa merupakan salah satu jenis kopi yang memiliki aroma rempah alami menjadikan kopi jenis ini dinikmati karena memiliki karakteristik yang berbeda dengan kopi produksi Indonesia lainnya. Meskipun cita rasa dan aroma kopi Jawa tidak

sekuat kopi Sumatera ataupun Sulawesi, tetapi kopi ini tetap memiliki penikmat sendiri karena aroma rempah alami yang dihasilkan.

Gambar 3.4 - Peta Produsen Kopi Dunia



Sumber : Kementerian Pertanian Perindustrian Republik Indonesia

3.6.Fakta *The Third Wave Coffee*

Pembahasan mengenai *specialty coffee* maka kita akan masuk kedalam sebuah kejadian unik yaitu '*The Third Wave Coffee*. *The Third Wave Coffee* merupakan sebuah fenomena yang mengkategorikan kopi kedalam minuman berkualitas layaknya wine. Kopi saat ini tidak hanya dianggap sebagai sebuah komoditi, untuk kopi yang berkualitas akan ada pembagian kelasnya hingga menuju *premium coffee* atau juga disebut

groument coffee, saat adanya pembagian kelas kopi inilah lahirnya istilah *specialty coffee*.

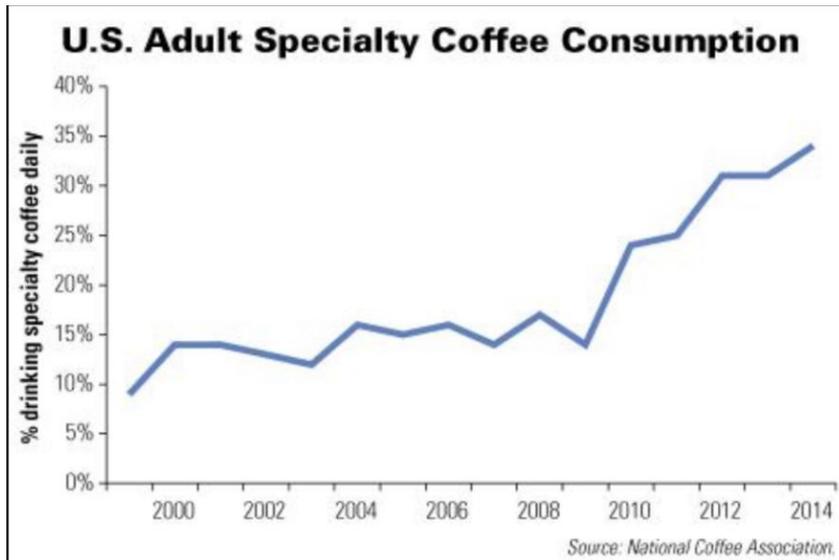
Pada tahun 2002 pertama kali *The Third Wave Coffee* dipaparkan dari Thrish Rothgeb didalam sebuah tulisan *Wreking Ball Coffee Roaster*, yang kemudian dipublish oleh *Roaster Guild* yaitu *The Flamekeeper*, Thrish menyebutkan ada 3 pola dan tahapan terjadi diaktivitas perkopian, dari pernyataan tersebutlah lahir istilah '*The Third Wave Coffee*' yang populer hingga saat ini.⁴³

The Third Wave Coffee ini bangkit dari para penikmat kopi itu sendiri, penikmat kopi yang mulai tertarik mengenai asal dari biji kopi, proses hingga penyajian agar mendapatkan aroma dan cita rasa terbaik. Fenomena *The Third Wave Coffee* membuka era dimana kopi menjadi transparan. Transparan yang dimaksud adalah informasi darimana biji kopi berasal, bagaimana biji kopi diproses, serta pemberian informasi mengenai penyajian terhadap biji kopi tersebut. Pada saat ini dikenal penyajian kopi '*Single Origin*' dengan metode *manual brew*, dengan menggunakan biji kopi *Specialty* yang biasanya biji kopi tersebut memiliki *Score Cupping* diatas 80 poin.

⁴³"FIRST, SECOND AND THIRD WAVE COFFEE".

<https://majalah.ottencoffee.co.id/sejarah-first-second-and-third-wave-coffee/>. Diakses tanggal 30 Agustus 2019. Pukul 20.10

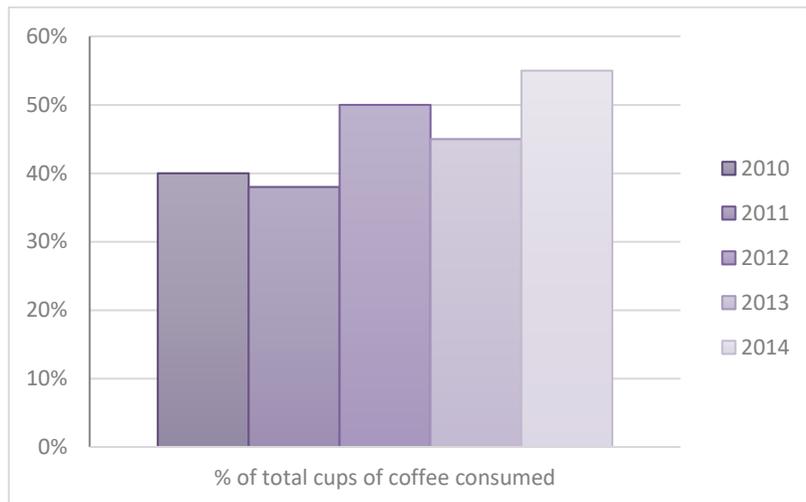
Gambar 3.5 Konsumsi *Specialty Coffee* Amerika Serikat



Sumber : National Coffee Organization

Data dari *Specialty Coffee Association of America* (SCAA) menyebutkan bahwa satu dari dua cangkir kopi merupakan kopi *specialty*, dan menurut *National Coffee Association* (NCA), konsumsi kopi *specialty* naik tiga kali lipat dari tahun 2000 menuju 2015. Menurut *Specialty Coffee of America* jumlah pembeli kopi *specialty* di Amerika Serikat meningkat sepuluh kali lipat dalam kurun waktu 20 tahun. Pada tahun 1993 dengan jumlah pembelian 2.850 meningkat sangat pesat 10 tahun kemudian pada 2013 dengan jumlah pembelian mencapai 29.300. 45% dari pembeli merupakan perusahaan waralaba besar seperti *Starbucks* dan 55% merupakan *independent*, diartikan seperti pengusaha lokal yang memiliki *café* atau *coffee shop* yang hanya dalam ruang lingkup kecil.

Grafik 3.3 Konsumsi *Coffee Specialty* di Amerika Serikat



Sumber : National Coffee Association

Era *The Third Wave Coffee* ini memperlihatkan besarnya peluang Indonesia di Amerika Serikat untuk dapat meningkatkan pemasaran di pasar mancanegara mengingat Indonesia saat ini sedang mengupayakan peningkatan produksi kopi arabika untuk mengurangi ketimpangan terlalu banyaknya produksi kopi robusta Indonesia. Walaupun Amerika Serikat saat ini mengalami resesi akibat perang dagang Amerika dan China serta pemulihan yang bisa dibilang lambat, namun pertumbuhan kopi *specialty* di Amerika Serikat seperti tidak dapat dibendung. Seperti yang dibahas sebelumnya data dari *Specialty Coffee Association of*

America yang memberikan informasi satu dari dua cangkir kopi yang diminum warga Amerika Serikat merupakan kopi *specialty*.

Dari pembahasan diatas dapat disimpulkan komoditi kopi yang merupakan salah satu primadona hasil alam Indonesia yang mempunyai potensi dan peluang yang besar untuk dipasarkan di Amerika Serikat, walaupun masih terdapat kendala seperti belum modernnya teknologi yang dipergunakan sebagian besar petani, meningkatnya konsumsi lokal yang mengakibatkan pengurangan angka ekspor, dan kurang stabilnya hasil produksi kopi nasional, baik itu dari kualitas hasil panen yang masih sering terganggu karena faktor cuaca ataupun dikarenakan kesalahan proses pasca panen dan kuantitas jumlah hasil panen nasional yang mengalami fluktuasi. Namun dengan kebijakan dari pemerintah Indonesia dan tata cara pengolahan dari waktu ke waktu yang terus diperbaiki dan ditingkatkan maka pasar Amerika Serikat merupakan pasar potensial bagi komoditi kopi Indonesia untuk menambah pendapatan devisa negara melalui ekspor.

Indonesia yang diberkahi alam masih harus mengusahakan potensi yang dapat dihasilkan seperti kopi, *The Third Wave Coffee* yang melanda Amerika Serikat merupakan salah satu peluang bagi Indonesia untuk lebih mengupayakan komoditi kopi Indonesia agar memiliki tempat sempurna untuk menaikkan pangsa pasar kopi di Amerika Serikat. Strategi promosi merupakan salah satu cara agar kopi Indonesia dapat lebih dikenal karakteristiknya dengan tujuan kopi Indonesia dapat menjadi pilihan terbaik bagi konsumen Amerika Serikat.