

ANALISIS DAYA SAING EKSPOR KOPI SUMATERA SELATAN DI PASAR ASEAN

Trilita Apriani¹

¹Magister Administrasi Bisnis, FIABIKOM, Unika Atma Jaya

litacikman2013@gmail.com

ABSTRAK

Perkebunan merupakan salah satu subsektor yang sangat penting dan strategis dalam kehidupan sosial ekonomi masyarakat di Provinsi Sumatera Selatan. Sumatera Selatan memiliki jumlah produksi kopi yang tinggi dibandingkan dengan provinsi lain, namun pada kenyataannya rata-rata jumlah ekspor masih relatif kecil dibanding hasil produksinya. Penelitian deskriptif dengan metode kualitatif ini dilakukan secara intensif, di mana peneliti ikut terjun langsung di lapangan, dan melakukan analisis reflektif terhadap berbagai dokumen yang ditemukan di lapangan. Data primer diperoleh melalui wawancara dan observasi, sedangkan data sekunder di peroleh dari buku, jurnal, laporan, dari berbagai instansi yang relevan serta dari situs web yang kredibel. Selanjutnya, dianalisis daya saing ekspor kopi dengan pedoman Teori Diamond Porter dan analisis strategi dengan Strategi Generik Porter. Studi ini menemukan bahwa Sumatera Selatan memiliki keunggulan kompetitif antara lain faktor kondisi dengan sumber daya alam yang mendukung sehingga jumlah produksi yang melimpah, namun perlu ditunjang oleh kondisi faktor, infrastruktur yang lebih memadai, seperti akses jalan perkebunan dan pelabuhan laut sebagai akses perdagangan ekspor, serta pembenahan perumusan kebijakan tata niaga yang jelas. Strategi yang digunakan untuk meningkatkan daya saing ekspor kopi Sumatera Selatan, yakni dengan menciptakan produk yang unggul dalam hal diferensiasi, yaitu menciptakan kopi yang berkualitas dan berbeda, dibangun dengan cara menciptakan tim pekerja yang berkualitas dan berintegritas sehingga dapat menciptakan kualitas produksi dari hulu ke hilir, serta menawarkan harga yang kompetitif, sehingga dapat meningkatkan daya saing ekspor kopi Sumatera Selatan.

Kata Kunci: Keunggulan kompetitif, daya saing, diamond porter, strategi generik porter, ekspor kopi

ABSTRACT

Plantation is one of the most important and strategic sub-sectors in the socio-economic life of the people in South Sumatra Province. South Sumatra has a high amount of coffee production compared to other provinces, but in reality the average number of exports is not still relatively small compared to the results of its production. Descriptive research with a qualitative method was conducted intensively, in which researchers participated in the field, and conducted a comprehensive analysis of various documents found in the field. Primary data were obtained through interviews and observations, while secondary data were obtained from books, journals, reports, from various relevant agencies and from credible websites. Then, coffee export competitiveness is analyzed with Diamond Porter's Theory guidelines and strategy analysis with Porter's Generic Strategy. This study found that South Sumatra has competitive advantages including conditions with supporting natural resources so that the amount of production is abundant, but needs to be supported by factor conditions, more adequate infrastructure, such as access to plantation roads and seaports as access to export trade, and Improving the formulation of clear trade management policies. The strategy used to increase the competitiveness of South Sumatra coffee exports, namely by creating superior products in terms of differentiation, namely creating quality and different coffee, was built by creating a team of quality and integrity workers so as to create quality production from upstream to downstream, and offers competitive prices, so as to increase the competitiveness of South Sumatra coffee exports.

Keywords: Competitive advantage, competitiveness, diamond porter, generic strategy, coffee exports

I. PENDAHULUAN

Sektor pertanian memiliki peran yang cukup strategis dalam pembangunan perekonomian nasional dan menjadi sektor andalan dalam pertumbuhan ekonomi. Begitu juga program dan kebijakan pembangunan pertanian yang dijalankan pemerintah saat ini mampu mendongkrak dan berkontribusi nyata terhadap pertumbuhan ekonomi nasional. Selama periode 2013-2018, akumulasi tambahan nilai PDB Sektor pertanian yang mampu dihasilkan mencapai Rp1.375 triliun dan nilai PDB Sektor Pertanian tahun 2018 naik 47% dibandingkan dengan tahun 2013 (Kementerian Pertanian RI, 2018).

Perkebunan merupakan salah satu sub sektor yang sangat penting dan strategis dalam kehidupan sosial ekonomi masyarakat di Provinsi Sumatera Selatan. Di samping menjadi sumber pendapatan lebih dari 1,3 Juta kepala keluarga beserta keluarganya atau sekitar 4,2 juta penduduk Sumatera Selatan, perkebunan juga mempunyai kontribusi yang cukup besar 45,02 % terhadap Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) maupun terhadap perolehan devisa ekspor non migas. Menurut data BPS tahun 2013, ekspor produk perkebunan mencapai 1.508.233 Ton dengan nilai ekspor US\$. 2.883.376.178,- atau berkontribusi sebesar 87,58% dari total ekspor non migas dengan nilai US\$. 3.291.650.125, tahun 2017 mencapai US\$. 2.864.941.541,64 (Dinas Perkebunan Provinsi Sumatera Selatan, 2019).

Kopi Indonesia yang diekspor mencapai 467.790 ton dengan nilai US\$ 1,19 miliar atau setara Rp 16 triliun dengan kurs rupiah Rp 14 ribu per dolar Amerika Serikat (Kementerian Pertanian Direktorat Jenderal Perkebunan, 2019).

Sumatera Selatan memiliki keunggulan komparatif (*comparative advantages*) dalam beberapa komoditas perkebunan. Hal ini tergambar dari tingkat produksi relatif dan pangsa pasar produksi serta pangsa pasar ekspor di pasar Internasional bila dibandingkan dengan provinsi lain. Bahkan pada komoditas perkebunan utama seperti karet, kelapa sawit dan kopi berpeluang menjadi produsen dan eksportir terbesar. (Dinas Perkebunan Provinsi Sumatera Selatan, 2018).

Menurut Porter (1998:70), suatu negara memperoleh keunggulan daya saing/*competitive advantage* (CA) jika perusahaan (yang ada di negara tersebut) kompetitif. Daya saing adalah kemampuan untuk mempertahankan perolehan laba dan pangsa pasar dan kekuatan sebagai indikatornya. Daya saing ditentukan oleh keunggulan bersaing dengan cara menghasilkan produk dengan biaya yang lebih rendah atau memberikan manfaat yang unik kepada pembeli. Untuk memiliki daya saing diperlukan strategi bersaing yaitu dengan cara bagaimana memahami perilaku biaya dan bagaimana menciptakan serta mempertahankan keunggulan biaya. Di samping itu, perlu mengidentifikasi apa yang menciptakan nilai bagi pembeli melalui diferensiasi dan bagaimana melaksanakan strategi diferensiasi yang berhasil. Melalui kegiatan tersebut, produsen diharapkan mempunyai kemampulabaan (*profitability*) dalam menjalankan usaha. Suatu produk memiliki keunggulan komparatif belum menjamin memiliki keunggulan kompetitif, keunggulan kompetitif di samping ditentukan oleh keunggulan komparatif (biaya produksi) juga ditentukan oleh biaya pemasaran dan biaya lain-lainnya (Porter, 1998).

Berdasarkan data produksi kopi Sumatera Selatan rata-rata selama 5 tahun terakhir (2013-2017), dari data Kementerian Pertanian Ditjen Perkebunan 2017, sentra produksi kopi perkebunan rakyat terdapat di 6 provinsi sentra dengan total *share* 67,04% atau total produksi mencapai 418,42 ribu ton biji kopi. Sentra produksi kopi paling tinggi di Provinsi Sumatera Selatan sebesar 18,99% atau rata-rata produksi sebesar 121,25 ribu ton. Posisi kedua adalah Provinsi Lampung dengan kontribusi 17,24% atau produksi rata-rata mencapai 110,05 ribu ton pertahun, sementara empat provinsi sentra lainnya berkontribusi antara 5,19% hingga 9,26% yaitu di Provinsi Sumatera Barat, Aceh, Bengkulu dan Sumatera Utara atau produksi rata-rata berkisar antara 33,13 ribu ton hingga 59,14 ribu ton. Sementara provinsi lainnya berkontribusi 32,96% terhadap produksi kopi Indonesia (Kementerian Pertanian, 2017).

Dari data tersebut menunjukkan bahwa banyaknya jumlah produksi kopi di Sumatera Selatan termasuk volume yang besar, jika dibandingkan dengan provinsi-provinsi lainnya di Indonesia. Namun, banyaknya volume produksi tidak cukup untuk dapat meningkatkan daya saing, karena menurut Porter (1985) hal-hal yang harus dimiliki atau dikuasai oleh setiap perusahaan atau negara untuk meningkatkan keunggulan kompetitifnya adalah terutama teknologi, tingkat kewirausahaan yang tinggi, tingkat efisiensi atau produktivitas yang tinggi kualitas tinggi dari produk yang dihasilkan, promosi perusahaan yang agresif, pelayanan purnajual yang baik, tenaga kerja dengan tingkat keterampilan dan pendidikan, etos kerja, disiplin, komitmen, kreatifitas dan motivasi yang tinggi, proses produksi mempunyai skala ekonomis, diferensiasi produk, modal dan prasarana serta sarana lainnya yang menunjang.

Tambunan (2004 : 90) menambahkan bahwa daya saing suatu negara sangat tergantung pada kapasitas masyarakatnya (terutama pengusaha) untuk berinovasi dan melakukan pembaharuan terus-menerus, dan untuk itu diperlukan teknologi dan sumber daya manusia berkembang terus. Perubahan-perubahan ini yang membuat keunggulan suatu negara di dalam persaingan global juga tidak selalu tetap, melainkan bisa di atas atau di bawah negara lain.

Tabel 1

Data Volume (KG) Ekspor Komoditi Kopi Menurut Provinsi Tahun 2015-2019

No	Provinsi	2015	2016	2017	2018	2019
1	NAD	2.195.540,00	2.277.784,00	6.606.679,20	13.225.064,50	20.113.621,50
2	Sumatera Utara	75.268.902,00	71.183.159,00	65.164.505,55	55.647.063,44	50.229.979,47
3	Sumatera Barat	333.780,00	917.700,00	614.440,00	134.400,00	255.00,00
4	Jambi	0	24.720,00	80.400,00	38.580,00	170.400,00
5	Sumatera Selatan	4.071.600,00	3.269.400,00	5.529.689,00	2.194.800,00	1.767.600,50
6	Bengkulu	0	0	0	0	7.000,00
7	Lampung	326.333.303.035,00	246.621.696,00	304.143.180,00	140.464.764,40	214.599.450,97
8	Riau	26.500,00	7.000,00	0	0	20,00
9	DKI Jakarta	95.172,00	76.501,00	33.193,09	64.955,71	15.804,70
10	Jawa Barat	840.638,00	1.242.234,00	593.798,72	891.327,20	958.755,16
11	Jawa Tengah	7.095.247,00	3.695.834,00	3.750.579,67	3.080.713,95	6.809.202,60
12	Yogyakarta	0	987,000	4.150,00	0	880,5
13	Jawa Timur	82.177.485,00	82.143.496,00	78.755.477,98	61.738.159,12	60.695.739,72
14	Banten	94.002,00	89.927,00	761.912,30	621.165,50	469.352,15
15	Bali	231.068,00	338.861,00	282.824,40	317.997,25	408.665,75
16	NTB	0	0	0	0	112,00
17	NTT	300,00	0	725,00	56.430,00	158.644,00
18	Kalimantan Barat	0	0	10.608,00	0	0
19	Sulawesi Utara	35.100,00	0	0	0	0
20	Sulawesi Selatan	3.222.290,00	2.717.733,00	1.429.792,00	1.427.593,00	2.189.526,00
21	Sulawesi Barat	0	38.400,00	26.400,00	57.600,00	38.400,00
22	Irian Jaya	0	0	30,00	0	0
23	Papua	20,00	1.074,00	1.237,00	129,00	12,00

Sumber : Kementerian pertanian data diolah, 2019

Dari data yang diperoleh dari Kementerian Pertanian bahwa sentra produksi kopi paling tinggi di Provinsi Sumatera Selatan sebesar 18,99% atau rata-rata produksi sebesar 121,25 ribu ton. Akan tetapi, jika di lihat dari data volume ekspor menunjukkan bahwa adanya kesenjangan antara rata-rata produksi, dengan volume ekspor yang terjadi pada komoditas kopi di Sumatera Selatan, di mana rata-rata volume ekspor hanya 3.366.617 atau 2,78% saja.

Kopi sebagai salah satu komoditas pertanian di subsektor perkebunan, mempunyai peluang yang cukup besar untuk dikembangkan. Peluang untuk meningkatkan daya saing perlu diwujudkan secara optimal oleh produsen kopi khususnya petani dengan sebaik-baiknya. Peluang ini salah satunya dapat diwujudkan dengan peningkatan daya saing komoditas kopi. Fenomena fluktuasi harga kopi internasional berdampak pada harga kopi di tingkat petani, khususnya petani Sumatera Selatan, karena biji kopi Indonesia sangat tergantung pada harga pasar internasional, sehingga mempengaruhi profitabilitas kopi di kalangan petani.

Petani di tuntut keras untuk meningkatkan daya saing produk dengan meningkatkan produktivitas, baik dari aspek efisiensi produktiv maupun kualitas produk. (Soetrisno dkk, 2017 : 103).

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Strategi Bersaing Dalam Pasar Global

Perusahaan dapat mengembangkan usaha bisnisnya tidak perlu membangun fasilitas fisik di negara lain, namun cukup menyediakan sarana untuk memasarkan dan mendistribusikan produk atau jasa mereka dengan cara mengekspor barang atau jasa ke negara lain. Keunggulan strategi ekspor berisiko rendah, karena perusahaan tidak perlu menginvestasikan dana untuk membangun pabrik dalam jumlah besar dan perusahaan tidak terkena aturan-aturan yang mungkin sangat ketat apabila mendirikan perusahaan di negara lain (Prapti, 2011:107).

Pada tingkat global terdapat dua tingkatan strategi yaitu strategi tingkat bisnis dan strategi tingkat korporat. Pada tingkatan bisnis perusahaan dapat menggunakan strategi generik yaitu *a low cost provider strategy, a broad differentiations strategy, a best cost provider strategy, a focused strategy based on low cost, dan a focused strategy based on differentiation*. (Porter, 1998:71).

Strategi tingkat bisnis internasional, kegiatan-kegiatan operasional negara asal (nasional) dapat menjadi keunggulan kompetitif sangat penting. Pada tingkat korporat perusahaan dapat menggunakan strategi multidomestik, global, transional atau kombinasi. Strategi multidomestik adalah sebuah strategi di mana keputusan-keputusan strategis dan operasinya didesentralisasikan ke unit-unit bisnis strategi di tiap negara untuk menyesuaikan produk-produk ke pasar lokal. Strategi global adalah strategi yang menawarkan produk-produk standar ke berbagai pasar di negara-negara yang berbeda dan strategi ini ditentukan oleh kantor pusat. Strategi transnasional adalah strategi yang bertujuan untuk mencapai efisiensi global dan daya respon lokal (Prapti, 2011:110).

2.2. Daya Saing Global

Prioritas pembangunan bidang ekonomi dititikberatkan pada keterkaitan antara industri, pertanian dan peningkatan sumber daya manusia, agar tercipta keseimbangan antara industri dan pertanian. Salah satunya adalah bagaimana menciptakan kemampuan sektor pertanian yang tangguh. Tangguhnya sektor pertanian akan tercermin dalam kemampuan pelaku dalam pembangunan pertanian dalam mendorong terwujudnya sistem pertanian secara berkelanjutan (Soetrisno dkk, 2017:33).

Menurut Porter (1998:70), suatu negara memperoleh keunggulan daya saing/*competitive advantage (CA)* jika perusahaan (yang ada di negara tersebut) kompetitif. Daya saing adalah kemampuan untuk mempertahankan perolehan laba dan pangsa pasar dan kekuatan indikator. Daya saing ditentukan oleh keunggulan bersaing dengan cara menghasilkan produk dengan biaya yang lebih rendah atau memberikan manfaat yang unik kepada pembeli. Untuk memiliki daya saing diperlukan strategi bersaing yaitu dengan cara bagaimana memahami perilaku biaya dan bagaimana menciptakan serta mempertahankan keunggulan biaya. Di samping itu, perlu mengidentifikasi apa yang menciptakan nilai bagi pembeli melalui diferensiasi dan bagaimana melaksanakan strategi diferensiasi yang berhasil. Melalui kegiatan tersebut, produsen diharapkan mempunyai kemampuan laba (*profitability*) dalam menjalankan usaha. Suatu produk memiliki keunggulan komparatif belum menjamin memiliki keunggulan kompetitif, keunggulan kompetitif di samping ditentukan oleh keunggulan komparatif (biaya produksi) juga ditentukan oleh biaya pemasaran dan biaya lain-lainnya (Porter, 1998).

Daya saing suatu negara ditentukan oleh kemampuan industri melakukan inovasi dan meningkatkan kemampuannya. Perusahaan memperoleh *competitive advantage (CA)* karena tekanan dan tantangan. Perusahaan menerima manfaat dari adanya persaingan di pasar domestik, supplier domestik yang agresif, serta pasar lokal yang memiliki permintaan tinggi.

Perbedaan dalam nilai-nilai nasional, budaya, struktur ekonomi, institusi, dan sejarah semuanya memberi kontribusi pada keberhasilan dalam persaingan. Perusahaan menjadi kompetitif melalui inovasi yang dapat meliputi peningkatan teknis proses produksi atau kualitas produk (Porter, 1985).

Salah satu kebijakan perdagangan yang seharusnya dilakukan oleh pemerintah yakni memberlakukan tarif bea masuk dengan alasan antara lain mempertahankan lapangan pekerjaan, melindungi produsen (petani), memberikan suatu tenggang waktu bagi agro industri yang baru tumbuh untuk meletakkan dasar operasional sebelum masuk persaingan berat dan ketat, memberikan hukuman terhadap praktik-praktik perdagangan yang tidak adil, dan untuk mengurangi ketidakseimbangan perdagangan (Hamdani, 2014:13).

2.3. Teori Keunggulan Kompetitif Diamond Porter

Selanjutnya Porter (1985) mengajukan *Diamond Model* (DM) atau Berlian Porter yang terdiri dari empat determinan (faktor-faktor yang menentukan) *National Competitive Advantage* (NCA). Empat atribut ini adalah: *factor conditions, demand conditions, related and supporting industries, dan firm strategy, structure, and rivalry*.

Menurut Porter (1985) hal-hal yang harus dimiliki atau dikuasai oleh setiap perusahaan atau negara untuk meningkatkan keunggulan kompetitifnya adalah terutama teknologi, tingkat kewirausahaan yang tinggi, tingkat efisiensi atau produktivitas yang tinggi kualitas tinggi dari produk yang dibuat, promosi yang luas dan agresif, pelayanan purnajual yang baik, tenaga kerja dengan tingkat keterampilan/pendidikan, etos kerja, disiplin, komitmen, kreatifitas dan motivasi yang tinggi, proses produksi mempunyai skala ekonomis, diferensiasi produk, modal dan prasarana serta sarana lainnya yang cukup.

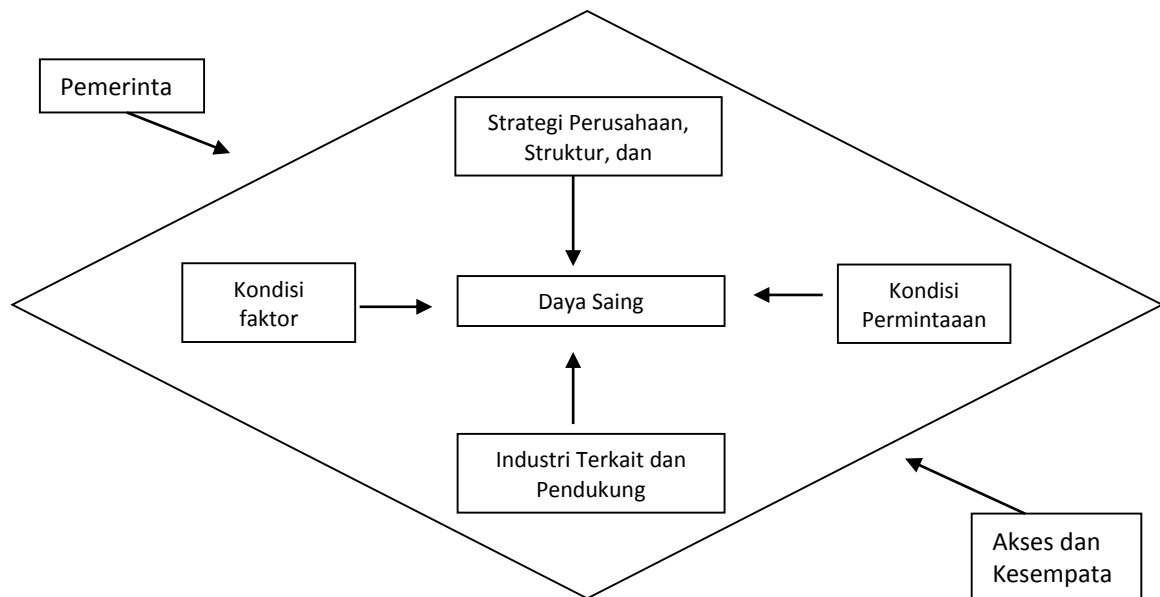
Jaringan distribusi di dalam dan terutama di luar negeri yang luas dan diorganisasikan serta dikelola secara profesional, proses produksi dilakukan dengan sistem *just-in-time* (JIT). Faktor-faktor keunggulan kompetitif ini saat ini semakin penting, terutama di pasar internasional dengan persaingan yang semakin sempurna.

Tambunan (2004:90) menambahkan bahwa daya saing suatu negara sangat tergantung pada kapasitas masyarakatnya (terutama pengusaha) untuk berinovasi dan melakukan pembaharuan terus-menerus, dan untuk itu diperlukan teknologi dan sumber daya manusia berkembang terus. Perubahan-perubahan ini yang membuat keunggulan suatu negara di dalam persaingan global juga tidak selalu tetap, melainkan bisa di atas atau di bawah negara lain.

Dari hasil studinya Porter (1985) menyimpulkan bahwa beberapa negara berhasil dalam industri tertentu karena lingkungan asalnya bersifat paling berpandangan ke depan, dinamis dan menantang. Secara spesifik, ada empat variabel domestik penting yang secara individual dan sebagai suatu sistem menentukan daya saing suatu negara (gambar 2.1) yakni sebagai berikut:

- 1) Kondisi faktor (tenaga kerja, modal, tanah, iklim, teknologi, kewirausahaan, faktor-faktor produksi lainnya, sumber daya alam dan infrastruktur)
- 2) Kondisi permintaan
- 3) Industri terkait dan industri pendukung
- 4) Strategi perusahaan, struktur dan persaingan

Gambar 1
Model Berlian Porter



Sumber : Porter (1985)

2.4. Penelitian Terdahulu

Setelah membaca dan mempelajari penelitian terdahulu yang terkait dengan studi yang akan dijadikan acuan, untuk membandingkan, maupun menyempurnakan penelitian terdahulu dalam beberapa literatur yang penulis dapatkan yang ada kaitannya dengan penulisan kajian ini yaitu sebagai berikut :

Narulita, Winandi dan Jahroh (2014), melakukan penelitian mengenai Daya Saing dan Strategi Pengembangan Agribisnis Kopi Indonesia, dengan menganalisis keunggulan komoditi kopi dengan menggunakan Teori Keunggulan Komparatif RCA, dan menganalisis keunggulan kompetitif dengan Teori Berlian Porter dan strategi analisis SWOT. Data dianalisis dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif maupun kuantitatif. Daya saing kopi Indonesia secara komparatif dianalisis dengan menggunakan RCA, sedangkan kompetitif dengan alat analisis Teori Berlian Porter serta untuk menganalisis strategi pengembangan agribisnis dengan alat analisis SWOT.

Hasil analisis RCA bahwa daya saing kopi Indonesia menunjukkan angka RCA lebih besar dari 1 yang artinya kopi Indonesia memiliki daya saing secara komparatif di pasar dunia, hasil analisis kompetitif Berlian Porter menyatakan bahwa kopi Indonesia juga memiliki keunggulan secara komparatif yang didukung oleh kondisi faktor (sumber daya alam, modal, tenaga kerja, IPTEK), industri terkait dan pendukung, peran pemerintah dan kesempatan. Sedangkan strategi yang peningkatan daya saing yang di hasilkan SWOT lebih banyak mengarah pada aspek teknis dan budidaya.

Lestari dan Anindita (2018) melakukan penelitian yang membahas mengenai analisis Daya Saing Kopi Indonesia dengan mengidentifikasi keunggulan komparatif dan kompetitif komoditi kopi Indonesia di pasar internasional dengan Teori Keunggulan Komparatif RCA dan Teori Berlian Porter.

Hasil analisis RCA nya bahwa daya saing kopi Indonesia tahun 2000-2013 mengalami fluktuatif, nilai RCA kopi Indonesia berada di posisi ke tiga setelah Kolombia dan Vietnam. Hasil analisis Teori Berlian Porter bahwa kopi Indonesia memiliki keunggulan pada faktor

kondisi terkait sumber daya alam dan Indonesia memiliki kelemahan pada faktor kondisi terkait sumber daya manusia, IPTEK, akses modal serta ketersediaan infrastruktur yang mendukung pengembangan industri kopi. Hasil kondisi masing-masing faktor ditambah dengan dua komponen pendukung yaitu peran pemerintah dalam menyusun kebijakan dan besarnya peluang untuk mengembangkan industri kopi Indonesia.

Trianto (2014) melakukan penelitian tentang Analisis Daya Saing Komoditi Non Migas Sumatera Selatan. Penelitian tersebut yang bertujuan untuk mengetahui apakah pertumbuhan ekonomi suatu daerah ditentukan oleh keuntungan kompetitif yang dimiliki oleh daerah yang bersangkutan, dan apakah komoditi non migas suatu daerah tersebut memiliki keunggulan kompetitif dan komparatif di pasar internasional. Metode analisis yang digunakan adalah analisis daya saing RCA, yang hasilnya bahwa masing-masing komoditi non migas yang terdiri dari komoditi karet, kayu/produk, CPO, batu bara, udang, kopi dan teh tersebut bahwa hanya komoditi karet dan batubara yang dapat dikategorikan sebagai komoditi yang memiliki daya saing yang cukup tinggi dibanding dengan komoditi lainnya.

Dari berbagai pemaparan kajian pustaka di atas, dapat disimpulkan bahwa untuk mengetahui keunggulan suatu komoditi pertanian suatu negara maupun daerah harus memiliki keunggulan kompetitif dan memiliki strategi bersaing agar dapat meningkatkan nilai ekspor Indonesia yang diawali dari daerah penghasil komoditi terbesar komoditi khususnya kopi, agar dapat bersaing di pasar ekspor ASEAN. Penelitian tentang Analisis Daya Saing Ekspor Kopi Sumatera Selatan di Pasar ASEAN menganalisa bagaimana daya saing keunggulan produk kopi Sumatera Selatan yang di ekspor dan strategi apa yang digunakan untuk dapat meningkatkan produk domestik regional bruto (PDRB) Sumatera Selatan.

2.5. Kerangka Pemikiran

Penelitian Analisis Daya Saing Ekspor Kopi Sumatera Selatan di Pasar ASEAN akan menganalisis daya saing dengan menggunakan dua teori pendekatan, yakni untuk analisis keunggulan kompetitif menggunakan Teori Diamond Porter atau Berlian Porter. Untuk menganalisis strategi daya saing bisnis, menggunakan Teori Strategi Generik Porter.

Pada teori Berlian Porter akan dianalisis beberapa variabel antara lain, kondisi faktor yang mengacu pada input yang digunakan sebagai faktor produksi seperti tenaga kerja, sumber daya modal, sumber daya alam, sumber daya ilmu pengetahuan dan teknologi, modal dan infrastruktur. Faktor kedua pada Berlian Porter adalah kondisi permintaan yang mengacu pada tersedianya pasar domestik yang berperan penting dalam menghasilkan daya saing. Industri terkait dan industri pendukung sebagai variabel yang ke tiga adanya keterkaitan kuat antara industri pendukung dan perusahaan.

Faktor ke empat yang akan dianalisis adalah strategi dan struktur yang ada pada sebagian besar perusahaan dan intensitas persaingan pada industri tertentu. Faktor yang tidak kalah pentingnya adalah peran pemerintah yang melalui kewengannya memberikan fasilitas, dan tatanan bagi industri. Begitu halnya dengan peluang, yang merupakan faktor diluar kendali perusahaan, seperti adanya regulasi kemudahan ekspor, tarif pajak menurun, situasi politik yang menguntungkan dan sebagainya.

Untuk menganalisis strategi bersaing, menggunakan Teori Strategi Generik Porter. Agar perusahaan memiliki keunggulan bersaing dapat dilakukan dengan strategi generik untuk mencapai kinerja di atas rata-rata dalam suatu industri yakni keunggulan biaya, diferensiasi dan fokus. Sesuai dengan teori ini maka akan dianalisis apakah perusahaan menjadi produsen berbiaya rendah dalam industrinya, apakah perusahaan memiliki produk yang berbeda dengan perusahaan pesaing, dan apakah perusahaan memusatkan segmenya kepada *cost* yang rendah dan fokus terhadap produk yang bersifat unik.

Setelah dianalisis, maka dapat direkomendasikan untuk menggunakan strategi bersaing yang diharapkan dapat meningkatkan daya saing komoditi kopi, di mana jumlah produksi

meningkat, jumlah ekspor meningkat, sehingga dapat memiliki keunggulan kompetitif khususnya di pasar ASEAN.

III. METODE PENELITIAN

3.1. Tipe Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam studi ini adalah penelitian kualitatif. Metode kualitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan filsafat *postpositivisme*, yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah, di mana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian menekankan makna dari pada generalisasi (Sugiyono, 2013:9).

Penelitian deskriptif dengan metode kualitatif ini akan dilakukan secara intensif, di mana peneliti ikut berpartisipasi di lapangan, dan melakukan analisis reflektif terhadap berbagai dokumen yang ditemukan di lapangan. Melalui metode kualitatif ini digunakan untuk mendapatkan data yang mendalam, suatu data yang mengandung makna (Sugiyono, 2013:11).

3.2. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dalam studi ini, atau dari tangan pertama, baik melalui wawancara, dan observasi.

Dalam studi ini, data sekunder diperoleh dari buku, laporan, jurnal, renstra, dan situs web instansi terkait, yang diterbitkan oleh Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Sumatera Selatan, Badan Pusat Statistik Sumatera Selatan, Kementerian Pertanian Ditjen Perkebunan RI, dan eksportir. Data yang dimaksud antara lain, realisasi ekspor komoditi kopi Sumatera Selatan, data rekap berdasarkan komoditi dan negara tujuan, volume dan nilai ekspor kopi Sumatera Selatan, data luas lahan dan kepemilikan perkebunan kopi dan lain-lain.

3.3. Teknik Analisis Data

a. Analisis sebelum ke lapangan

Analisis dilakukan terhadap data hasil studi pendahuluan, atau data sekunder, yang akan digunakan untuk menentukan fokus penelitian.

b. Analisis data di lapangan Model Miles and Huberman

Pada saat wawancara, peneliti sudah melakukan analisis terhadap jawaban yang diwawancarai. Bila jawaban yang diwawancarai setelah dianalisis terasa belum memuaskan, maka peneliti akan melanjutkan pertanyaan lagi, sampai tahap tertentu, diperoleh data yang dianggap kredibel. Aktivitas dalam analisis data, yaitu data *reduction*, *data display*, dan *conclusion drawing/verification*.

Analisis data diawali dengan kegiatan reduksi data, dimana peneliti melakukan kegiatan merangkum dan memilih hal-hal pokok yang dianggap penting untuk menjawab permasalahan dalam penelitian. Kemudian, data tersebut disajikan dalam bentuk uraian singkat, bagan maupun *flowchart*. Lalu diakhiri dengan membuat kesimpulan yang dilengkapi dengan bukti-bukti yang valid dan konsisten. Kemudian data-data tersebut dianalisis dengan teknik analisis Teori Keunggulan Kompetitif Berlian Porter.

IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Sembilan puluh lima persen tanaman kopi yang dihasilkan adalah jenis robusta. Kualitas biji kopi yang dihasilkan dari sejumlah daeah penghasil kopi di Sumatera Selatan juga tak kalah

baiknya. Oleh karena itu biji kopi dari Sumatera Selatan hingga saat ini masuk ke pasar ekspor dan dipasarkan ke mancanegara.

Beberapa jenis kopi asal Sumatera Selatan antara lain kopi Semendo, kopi Ranau, kopi Dempo, kopi Besemah dan kopi Selangit (Kumparan.com, 2019). Salah faktor keunggulan mutlak yang dimiliki Sumatera Selatan yang tidak dimiliki provinsi lain adalah kondisi geografis seperti dataran tinggi, kondisi lahan yang luas, dan tingkat keasaman tanah yang dimiliki Sumatera Selatan merupakan kekayaan alam yang sangat mendukung untuk perkembangan tanaman kopi, sehingga membuat biji kopi Sumatera Selatan menghasilkan biji kopi dengan rasa yang khas. Menghasilkan 80% kopi robusta yang memiliki rasa khas yang pahit dan berkafein tinggi, dan arabika yang memiliki rasa asam dan berkafein rendah. Rasa khas biji kopi tersebut yang kemudian menjadi ciri kopi Indonesia, yang mampu menarik importir kopi dari berbagai negara untuk mengimpor kopi dari Indonesia yang berasal dari Sumatera Selatan.

Sekitar tahun 1990-2000, peranan utama Asosiasi Ekportir Kopi Indonesia (AEKI) Sumatera Selatan adalah membantu kegiatan pemasaran, terutama dalam mencari pasar baru. Upaya AEKI untuk mempererat kerjasama dengan masyarakat perkopian internasional atau lembaga yang terkait dengan bidang ekspor kopi dan upaya meningkatkan kinerja ekspor kopi Sumatera Selatan. Di samping itu AEKI juga melakukan sinergi dengan pemerintah dalam upaya untuk meningkatkan produktivitas kopi dalam usaha meningkatkan pendapatan petani kopi dan penerimaan devisa negara.

Namun, sejak tahun 2000 kegiatan ekspor kopi mulai mengalami kelesuan, sehingga AEKI Sumatera Selatan sudah tidak aktif, maka pada tanggal 18 April 2018 didirikan sebuah wadah berhimpun para pelaku, penggiat kopi dalam memajukan kopi Sumatera Selatan yakni Dewan Kopi Sumatera Selatan.

Menurut Teori Keunggulan Berlian Porter, suatu negara mempunyai keunggulan kompetitif apabila mempunyai 4 faktor utama dan 2 faktor tambahan, yaitu 1) kondisi faktor, 2) kondisi permintaan, 3) industri terkait dan industri pendukung, 4) strategi perusahaan, struktur dan persaingan, serta 5) pemerintah dan 6) peluang.

Luasnya lahan perkebunan kopi yang dimiliki Sumatera Selatan juga merupakan kekayaan alam yang tidak dimiliki oleh provinsi lain, 290.972 ha luas perkebunan kopi saat ini dan kondisi alam merupakan sumber daya alam yang sangat mendukung dalam memproduksi kopi yang berkualitas, sehingga dapat menarik importir kopi dari berbagai negara untuk mengimpor kopi dari Indonesia asal Sumatera Selatan.

Kondisi permintaan kopi salah satunya kopi Pagaralam dapat dikirim hingga 7 – 20 ton perhari saat musim panen, hal tersebut terlihat banyaknya jumlah permintaan dari provinsi Lampung terhadap kopi Sumatera Selatan.

Keadaan industri terkait yang terdapat di Sumatera Selatan antara lain usaha pengadaan bibit kopi unggul, industri pupuk oleh PT Pusri milik pemerintah setempat. Sehingga dalam hal ini biasanya pemerintah membantu menyalurkan kepada petani-petani melalui dinas pertanian setempat di seluruh wilayah pedesaan dan dapat memberikan manfaat yang besar bagi petani di samping dengan harga murah mereka juga tidak kesulitan untuk mendapatkan pupuk yang diinginkan.

Keadaan industri pendukung yang ada antara lain, penyedia jasa mesin kupler yang dapat membantu petani mengupas kulit biji kopi agar proses pengeringan lebih cepat, penyedia jasa mesin penggiling biji kopi yang terdapat di setiap wilayah kecamatan yang dimiliki perorangan. Usaha mesin penggiling bubuk kopi yang juga hampir terdapat di pasar-pasar tradisional. Berbeda dengan penyedia jasa mesin penggoreng biji kopi hanya terdapat diperusahaan khusus yang pengolahan bubuk kopi tidak disewakan kepada pihak lain. Sehingga apabila petani kopi ingin menikmati kopi harus melakukan proses penggorengan secara tradisional yakni menggoreng dengan wajan biasa.

Strategi yang utama adalah meningkatkan kualitas produk, dengan melihat kondisi modal dan tenaga kerja petani sebagai produsen dalam ekspor kopi Sumatera Selatan, maka perusahaan bekerja sama dengan cara meminjamkan modal usaha agar petani dapat merawat, dan mengelola tanaman kopi yang berkualitas. Dan perusahaan juga harus mampu menjaga kualitas produk, kuantitas produk, menjaga kredibilitas perusahaan serta konsisten dengan perjanjian syarat bekerja sama sehingga dapat memenuhi permintaan konsumen secara terus-menerus atau berkelanjutan.

Salah satu ekportir kopi Sumatera Selatan yakni, PT Sulotco Jaya Abadi menggunakan strategi untuk dapat bersaing dengan dengan cara membangun tim pekerja yang berkualitas dan berintegritas sehingga dapat menciptakan kualitas produksi dari hulu ke hilir, agar dapat menghasilkan produk yang berkualitas tinggi di pasar domestik, ASEAN dan internasional. Dalam hal ini PT Sulotco dalam strateginya menganggap bahwa tim kerja dan kualitas produk merupakan kunci utama untuk dapat merebut permintaan pasar luar negeri, khususnya pasar ASEAN.

Struktur industri PT Sulotco Jaya Abadi yang mengutamakan tim kerja yang solid diharapkan akan mampu menciptakan tenaga kerja yang terus berkembang untuk menciptakan dan meningkatkan kualitas produk. Termasuk memelihara tenaga kerja dengan menyediakan fasilitas-fasilitas pendukung seperti pendidikan dan pinjaman lunak untuk biaya pendidikan.

Dalam hal peluang Sumatera Selatan memiliki potensi untuk menguasai pasar ekspor, hal tersebut didukung luasnya kebun kopi di Sumatera Selatan di banyaknya daerah penghasil kopi sehingga distribusi melimpah. Keadaan geografis yang mendukung juga merupakan peluang bagi penggiat kopi untuk dapat meningkatkan produktifitasnya.

Kesempatan lain, yang dapat dimanfaatkan mulai dari industri hilir hingga hulu adalah dengan peningkatan produktifitas dan kualitas. Melalui bantuan pemerintah dalam mendukung industri kopi, mulai dari bantuan peralatan dan teknologi, infrastruktur yang memadai, subsidi pupuk, peningkatan keterampilan para petani, agar memiliki daya saing.

Pemerintah juga memberi kemudahan melalui regulasinya, tidak mengenakan pajak ekspor kopi, dan menerapkan standar mutu sistem cacat (*defectsystem*) yang dapat meningkatkan mutu dan kualitas kopi, sehingga tidak lagi dikenai *price discount* dan menjadi peluang besar untuk dapat melakukan ekspor di pasar-pasar tradisional dan non-tradisional.

Hambatan dan Upaya

Sumatera Selatan memiliki daya saing agar dapat meningkatkan ekspor komoditas kopi, karena ditunjang oleh beberapa kondisi faktor antara lain faktor produksi, tenaga kerja, sumber daya alam dan infrastruktur yang sangat relevan. Namun, dari segi produktivitas, meskipun Sumatera Selatan tergolong sebagai daerah penghasil kopi terbesar di Indonesia (Statistik Perkebunan Kopi Tahun 2013-2019), namun Sumatera Selatan masih gagal memanfaatkan area lahan yang potensial untuk dapat memproduksi kopi. Hal ini terlihat dari rendahnya produktivitas produksi kopi di dalam negeri.

Hal tersebut disebabkan oleh faktor tenaga kerja yang tidak terdidik dan tidak terampil. Pendidikan dan keterampilan yang dimiliki sangat mempengaruhi daya saing nasional. Dari hasil penelitian petani Sumatera Selatan hanya mengandalkan keterampilan turun temurun yang diperoleh dari orang tua terdahulu yang awal mula bertani kopi, dan enggan mengikuti penyuluhan atau pelatihan yang diadakan oleh pemerintah baik daerah maupun pusat.

Peran serta pemerintah dalam hal ini untuk memberikan keterampilan yang memadai untuk para petani dengan terus meningkatkan penyuluhan-penyuluhan yang dibutuhkan petani dari pantauan hasil perkembangan produktifitas kopi, sehingga petani memiliki *skill* yang mumpuni baik dalam pemilihan bibit, pemeliharaan sebelum panen dan pasca panen serta pengelolaan kopi.

Sumber daya manusia yang memiliki pengetahuan dan keterampilan, akan mempengaruhi daya saing (Porter, 1985). Dengan tenaga kerja yang terampil dalam mengelola usaha tani kopi, maka akan dapat meningkatkan hasil produksi kopi baik kuantitas maupun kualitas sehingga meningkatkan daya saing.

Oleh sebab itu agar petani memperoleh kemudahan dan meningkatkan hasil produksi, pemerintah harus dapat memfasilitasi peralatan teknologi yang dibutuhkan petani mulai dengan memasyarakatkan teknologi sambung pucuk yang dapat meningkatkan produktivitas tanaman kopi, sehingga petani tidak lagi harus menunggu lama menikmati hasil panen, dan produktivitas tanamanpun meningkat.

Keadaan infrastruktur sistem transportasi di Sumatera Selatan belum memadai, salah satunya adalah jalan akses menuju sentra ekonomi tersebut yang berada jauh dari pemukiman yang berjarak antara 3-5 km tersebut merupakan jalan tanah yang terkadang berlumpur. Hal ini menyebabkan kendala yang dihadapi petani baik untuk mengakses perkebunan kopi tersebut, maupun membawa hasil panen. Kebanyakan petani hanya dapat menempuhnya dengan berjalan kaki atau dengan kendaraan roda dua yang sudah dimodifikasi disesuaikan dengan kondisi tanah. Padahal, penggunaan infrastruktur tersebut sangat mempengaruhi daya saing (Porter, 1985). Oleh sebab itu, agar daya saing dapat ditingkatkan salah satunya sistem transportasi harus di benahi. Semua akses perkebunan kopi perlu dibangun infrastruktur jalan yang memadai, sehingga petani mendapatkan kemudahan baik untuk menempuhnya maupun mengangkut hasil pertanian. Untuk mewujudkan infrastruktur yang memadai diharapkan sentuhan pemerintah untuk memberikan fasilitas infrastruktur yang berarti dengan menambah bangunan-bangunan jalan usaha tani hingga ke seluruh perkebunan rakyat secara bertahap dan merata.

Keadaan infrastruktur ekspor belum memadai karena Palembang belum memiliki pelabuhan besar untuk perdagangan kopi ke luar negeri karena kondisi alam yakni pendangkalan sungai. Kondisi tersebut menjadi penyebab kegiatan ekspor kopi melemah, sehingga semua eksportir Sumatera Selatan memilih untuk pindah ke Lampung karena dekat dengan pelabuhan.

Kenyataan tersebut, semakin memperparah pasar kopi Sumatera Selatan, antara kopi Sumatera Selatan dan Lampung tidak ada perbedaan dan batasan. Semua kopi yang dibeli dari petani Sumatera Selatan diklaim menjadi nama “kopi Lampung” baik untuk dijual ke pasar domestik maupun luar negeri. Kopi Sumatera Selatan semakin tenggelam diantara menggeliatnya pasar ekspor Lampung. Sehingga, dari data menunjukkan bahwa produksi kopi, dan nilai ekspor Lampung lebih tinggi dari Sumatera Selatan.

Oleh sebab itu, untuk memperbaiki dan meningkatkan ekspor, Sumatera Selatan harus memperbaiki infrastruktur pelabuhan, agar perdagangan kopi menjadi lebih mudah. Karena perdagangan kopi ke mancanegara memiliki potensi besar, hal ini didukung oleh beberapa daerah penghasil seperti Pagaram, Lahat, Muara Enim, OKU Selatan, Empat Lawang dan Musi rawas yang hasilnya panennya melimpah.

Dari wilayah Pagaram dapat diidentifikasi jumlah kopi yang dikirim ke Lampung sebesar 105 ton perhari, yang dibeli oleh perusahaan-perusahaan ekportir baik untuk kebutuhan domestik, maupun untuk diekspor. Kondisi permintaan domestik kopi di Sumatera Selatan rutin menerima permintaan kopi dari perusahaan-perusahaan Lampung yang tergiur dengan kualitas kopi Sumatera Selatan, hal ini terbukti di mana perusahaan bersedia meminjamkan dana lebih awal kepada petani sebelum masa panen, sehingga petani memperoleh kemudahan untuk menjual hasil panennya. Sementara, perusahaan dapat langsung melakukan penawaran ke pasar luar negeri untuk mengekspor kopi guna memenuhi kebutuhan kopi di pasar luar negeri, dalam hal ini jumlah besaran ekspor tidak dapat diketahui oleh petani maupun pedagang.

Namun, hal kondisi tersebut dapat menenggelamkan nama kopi Sumatera Selatan, kenyataan bahwa pemerintah terkait tidak dapat mengidentifikasi besaran permintaan luar negeri, dan hengkangnya semua eksportir yang ada Sumatera Selatan, dan mengharuskan

petani menjadi bergantung kepada perusahaan-perusahaan di Lampung. Permintaan luar negeri terhadap kopi Lampung, bukan Sumatera Selatan. Data volume ekspor kopi di perusahaan eksportir dapat teridentifikasi dengan baik, namun kopi sudah berbaur menjadi satu antara kopi Sumatera Selatan dengan kopi Lampung.

Perkembangan luas areal lahan kopi yang menyebar di seluruh wilayah Sumatera Selatan, dianggap dapat melahirkan industri kopi, di mana meningkatnya luas areal maka akan meningkatkan produksi yang dihasilkan, maka hal ini akan dapat memberikan peluang-peluang dengan menjamurnya berbagai industri terkait dan pendukung industri kopi untuk melakukan permintaan terhadap komoditas kopi baik permintaan domestik maupun luar negeri.

Perkembangan jumlah permintaan ekspor (Tabel 1) yang mampu dipenuhi Sumatera Selatan selama kurun waktu lima tahun yakni tahun 2015-2019 menunjukkan bahwa terjadi penurunan setiap tahunnya, walaupun tahun 2017 mencapai angka tertinggi yakni 5.529.690 kg senilai U\$\$ 10.777.391,54, kembali terjadi penurunan hingga tahun 2019 yakni hanya 1.767.600,50 kg atau senilai U\$\$ 2.026.796,81.

Data tersebut merupakan bukti bahwa kopi Sumatera Selatan dengan jumlah produksinya tenggelam karena petani menjual kopi tersebut ke Lampung, dan diekspor oleh Lampung dengan nama kopi Lampung. Salah satu penyebabnya karena terdapat beberapa daerah penghasil kopi tersebut lebih dekat dengan Lampung, sehingga menghemat biaya angkut dibanding ke Palembang yang jaraknya lebih jauh. Penyebab lainnya adalah eksportir Lampung melakukan pendekatan kepada petani, dengan cara memberikan pinjaman uang sebelum waktu panen.

Menurut Porter (1985 : 78), semakin maju suatu masyarakat dan semakin *demanding* pelanggan dalam negeri, maka industri akan selalu berupaya untuk meningkatkan kualitas produk atau melakukan inovasi guna memenuhi permintaan pelanggan lokal maupun luar negeri yang tinggi. Dalam hal ini, seharusnya untuk meningkatkan produktifitas kopi yang berkualitas, petani dapat menahan hingga hingga kopi siap panen, sehingga menghasilkan biji kopi yang berkualitas tinggi. Baik untuk memenuhi pasar dalam negeri yakni memenuhi permintaan industri kopi maupun untuk memenuhi permintaan pasar luar negeri.

Oleh sebab itu, agar dapat memperoleh permintaan dari pasar luar negeri, dan menggiatkan kembali ekspor kopi di Sumatera Selatan, pengenalan produk kopi Indonesia juga dapat dilakukan dengan pameran produk di luar negeri atau diagendakan dalam misi dagang luar negeri. Dalam hal ini peran pemerintah juga berkewajiban untuk terus mengingatkan kepada setiap *stakeholders* bahwa peningkatan kualitas produk kopi merupakan isu nasional dan dikomunikasikan lewat seminar, workshop, pertemuan-pertemuan, dan publikasi di media masa (Carlos et al, 2011). Dengan demikian, maka diharapkan akan ada buyer sebagai importir yang akan meningkatkan volume ekspor kopi Sumatera Selatan dan meningkatkan daya saing.

Pengolahan pasca panen hampir tidak dimiliki oleh petani kecil karena alat pengolahan pasca panen yang cukup mahal dan tentu tidak efisien bila digunakan untuk usaha tani skala kecil. Oleh sebab itu, untuk menekan biaya, para petani perlu bergabung dalam kelompok tani atau koperasi agar bisa mengumpulkan modal dan melakukan pengolahan bersama agar lebih efisien, ataupun secara bersama meminta bantuan pemerintah untuk pengadaan peralatan pasca panen. Masalah lainnya adalah “sifat” petani kecil biasanya perlu dana secepat mungkin setelah melakukan panen atau mungkin bahkan sebelum panen. Peran pedagang pengumpul/tengkulak dimulai dari tahap ini, mereka membeli hasil panen atau meminjamkan uang kepada para petani sebelum panen dengan syarat petani harus menjual panennya kepada tengkulak. Sayangnya sebagian tengkulak tidak terlalu peduli terhadap kondisi kualitas dari kopi yang dikumpulkannya, karena setiap tingkat kualitas kopi ternyata mempunyai pasar masing-masing. Hal ini menyebabkan petani terjebak dalam siklus yang menjadikan petani kehilangan motivasi untuk meningkatkan produktivitas maupun kualitas kopinya. Siklus ini, dalam jargon pemasaran, dikenal dengan dengan istilah *interlocked market* (Susila, 2005).

Industri hilir yang menggunakan produk industri utama sebagai bahan bakunya. Perkembangan industri hilir kopi Sumatera Selatan juga belum optimal, seluruh kelembagaan yang terlibat di dalam industri ini sama-sama memiliki tanggung jawab terhadap perkembangan industri hilir dan peningkatan daya saing kopi dalam kapasitasnya masing-masing. Menurut Deperin (2009) belum terjadi kemitraan strategis yang optimal dari setiap *stakeholders*, mulai dari petani, kelompok petani, perkebunan besar, pengumpul, eksportir, lembaga penelitian, *coffeehouses*, dan pemerintah, baik pusat maupun daerah.

Oleh sebab itu, diharapkan antara industri hulu dan industri hilir dan lembaga terkait serta pemerintah harus bersinergi untuk menciptakan produk yang memiliki daya saing. Sebab menurut Porter (1985), dengan bersinergi maka manfaat industri pendukung dan industri terkait akan meningkatkan efisiensi dan produktifitas yang dapat menciptakan daya saing.

Upaya Peningkatan Dengan Strategi Ekspor

Kemampuan perusahaan dalam menyusun strategi agar dapat memperkenalkan komoditas kopi ke manca negara, merupakan faktor terpenting, karena strategi bersaing adalah bagaimana posisi relatif suatu perusahaan yang menentukan kemampuan laba perusahaan berada di atas atau di bawah rata-rata industri (Porter, 1985).

Perusahaan yang memiliki tipe dasar keunggulan bersaing di atas dikombinasikan dengan ruang lingkup perusahaan yang dilakukan untuk mencapainya dan menghasilkan tiga pilihan strategi generik untuk mencapai kinerja di atas rata-rata suatu industri, yakni keunggulan biaya, diferensiasi dan fokus biaya/diferensiasi (Porter, 1985).

Menurut Porter (2007) untuk dapat bersaing harus menerapkan strategi generik yang didalamnya merangkum *costleadership*, *differentiation*, dan *focus*. *Costleadership* memusatkan diri pada semua aktifitas strategis yang berimbang pada pengurangan biaya, sedangkan strategi *differentiation* ialah menciptakan citra perusahaan yang baik dengan menawarkan produk yang unik atau berbeda. Dalam hal ini perusahaan mampu menciptakan produk yang berbeda dengan pesaingnya, karena perusahaan dapat menjaga kualitas kopi dari industri hilir hingga industri hulu.

Strategi yang diterapkan PT Sulotco Jaya Abadi sudah sangat baik, perusahaan mampu menciptakan produk unggul yang terjaga mutu dan kualitasnya karena produk berada di bawah pengawasan dalam setiap perkembangannya. Perusahaan tidak perlu merasa khawatir dengan hasil produk karena di pantau secara terus menerus.

Perusahaan ini memiliki perkebunan sendiri, dengan menerapkan metode perkebunan organik gima menjaga keseimbangan alam di areal perkebunan. Dalam membuka perkebunan kopi perusahaan menerapkan pola kemitraan usaha bersama masyarakat sekitar dengan menyediakan bibit unggul dari Litbang USA, sehingga perusahaan ini mampu membuka peluang kerja bagi masyarakat untuk menanam bibit kopi. Yakni dengan sistem bagi hasil mampu menciptakan rasa kepemilikan terbangun dengan apik, dan keyakinan akan masa depan juga akan menjadi lebih baik, hal tersebut membuktikan bahwa perusahaan memiliki struktur organisasi yang mendukung perkembangan perusahaan.

Berdasarkan analisa dari teori strategi generik Porter perusahaan ini hanya menerapkan strategi *differentiations*, di mana produk perusahaan telah menghasilkan unik dalam industrinya dalam dimensi produk, maupun struktur. Sejauh ini perusahaan hanya fokus bagaimana menciptakan produk yang unik, yakni produk yang berkualitas sehingga mampu bersaing. Strategi bersaing merupakan suatu unit usaha dalam sebuah industri adalah menemukan posisi dalam industri tersebut di mana perusahaan dapat melindungi diri dengan sebaik-baiknya terhadap tekanan persaingan atau dapat mempengaruhi tekanan tersebut secara positif (Porter, 1998).

Namun, PT Sulotco Abadi menawarkan harga jual produk yang kurang kompetitif. Padahal harga merupakan salah satu daya tarik tersendiri bagi pelanggan. Harga kopi yang

ditawarkan PT Sulotco Jaya Abadi termasuk tinggi, sehingga dianggap kurang kompetitif. Walaupun terkadang terdapat beberapa konsumen tidak terlalu memperhatikan harga jika kualitas memenuhi standar yang diharapkan.

Berikut adalah daftar harga jual biji kopi PT Sulotco Jaya Abadi, baik nasional (domestik) maupun internasional (ekspor).

Tabel 2

Harga Jual Kopi PT Sulotco Jaya Abadi

No	Tahun	Harga Jual/kg	Keterangan
Nasional			
1	2014	Rp 70.000 – 77.000	Grade 1
2	2015-2016	Rp 70.000 – 77.000	Grade 1
3	2017-2018	Rp 70.000 – 80.000	Grade 1
		Rp 40.000	Grade 2
		Rp 17.000	Grade 3
3	2019	Rp 27.000 – 28.000	Grade 1
Ekspor			
1	2014	US\$6,75 - US\$7,75	Grade 1
2	2015-2016	US\$6,4 - US\$7,4	Grade 2
3	2017	US\$6,2 - US\$7,2	Grade 1
4	2018	US\$6,2- US\$7,2	Grade 1

Sumber : Kementerian pertanian data diolah, 2019

Dibandingkan dengan harga kopi ekspor internasional tahun tahun 2018 rerata sekitar US\$ 5,3 - US\$ 5,5 sementara perusahaan menawarkan harga US\$6,2- US\$7,2. Sebaiknya perusahaan dalam hal ini menerapkan harga standar secara internasional, menawarkan harga yang lebih rendah atau paling tidak harga menetapkan harga standar internasional sebagai strategi agar dapat meningkatkan volume permintaan ekspor.

Jika suatu perusahaan menerapkan strategi bersaing dengan biaya rendah dan diferensiasi maka perusahaan akan unggul dalam hal biaya dan unggul diferensiasi, sebagai dasar yang berasal dari struktur industri. Keunggulan bersaing merupakan hasil dari kemampuan perusahaan menanggulangi beberapa faktor persaingan secara lebih baik ketimbang pesaingnya (Porter, 1998 : 7).

Strategi Generik Porter harus di terapkan oleh perusahaan, tidak saja unggul dalam biaya tetapi juga harus memusatkan keunggulan biaya dalam segmen targetnya, mampu menciptakan produk yang unik dan dapat memusatkan segmen targetnya. Di mana segmen yang menjadi target haruslah memiliki pembeli yang kebutuhannya khusus atau sistem produk dan pengiriman yang ada harus lebih sesuai bagi segmen ini ketimbang bagi segmen lain. Dengan demikian, perusahaan akan unggul dalam bersaing, dapat meningkatkan produk yang berkualitas guna memenuhi kebutuhan pelanggan (Porter, 1998:9).

Apabila industri hulu dalam hal ini perusahaan unggul dalam bersaing, maka secara otomatis akan meningkatkan produktifitas industri hilirnya yakni petani Sumatera Selatan sebagai produsen. Dengan banyaknya permintaan pasar, maka harga jual meningkat, dengan peningkatan harga jual maka dapat meningkatkan kesejahteraan petani, sehingga petani meningkatkan produktifitas.

Berdasarkan teori struktur industri PT Sulotco Jaya Abadi yang mengutamakan tim kerja yang solid diharapkan akan mampu menciptakan tenaga kerja yang terus berkembang untuk menciptakan dan meningkatkan kualitas produk. Termasuk memelihara tenaga kerja dengan menyediakan fasilitas-fasilitas pendukung seperti pendidikan dan pinjaman lunak untuk biaya pendidikan. Sebab, pemeliharaan merupakan suatu usaha untuk meningkatkan atau mempertahankan kondisi fisik, mental, dan sikap karyawan agar tetap loyal dan bekerja

produktif guna menunjang pencapaian tujuan perusahaan (Sugiyono, 2016:7). Dengan demikian hal tersebut dapat mendukung dalam perbaikan dan inovasi di dalam perusahaan.

Peran pemerintah dalam mendorong industri kopi di Indonesia, dan Sumatera Selatan khususnya sangat berpengaruh terhadap faktor-faktor yang menentukan tingkat daya saing. Di mana pemerintah bertindak sebagai fasilitator agar perusahaan dan industri semakin meningkatkan daya saingnya. Pemerintah berperan mengatur relugasi-regulasi dan kebijakan yang dapat memperkuat faktor penentu daya saing dengan memfasilitasi lingkungan industri dalam upaya memperbaiki kondisi faktor daya saing sehingga dapat berdaya guna secara efektif dan efisien (Porter, 1998:28). Oleh sebab itu, kebijakan pemerintah melalui beberapa elemen terkait berkewajiban melaksanakan monitoring dan evaluasi pembangunan perkebunan, baik dalam bidang pelayanan, pengolahan dan pemasaran hasil baik domestik maupun ke luar negeri harus dilakukan secara menyeluruh dan kontinyu. Peran pemerintah dalam hal menggiatkan kembali ekspor kopi secara mandiri juga memiliki peranan penting, pemerintah hendaknya membuat regulasi yang mengatur tata niaga kopi Sumatera Selatan, sehingga produk kopi Sumatera Selatan yang diekspor melalui pelabuhan Lampung tidak lagi diklaim menjadi kopi Lampung. Dalam hal ini pemerintah hendaknya mematenkan brand kopi Sumatera Selatan sehingga, kopi Sumatera Selatan yang diekspor tetap menjadi kopi Sumatera Selatan. Di samping itu juga pemerintah harus membuat regulasi, sehingga ada batasan-batasan tertentu bagi ekportir untuk dapat membeli kopi langsung dari petani Sumatera Selatan, dalam hal ini peran pemerintah untuk memfasilitasi agar *cost* yang dikeluarkan petani untuk menjual kopi ke Sumatera Selatan bisa lebih murah daripada ke Lampung. Dengan memfasilitasi regulasi dan kebijakan di lingkungan industri, diharapkan akan mampu memperbaiki kondisi permasalahan ekspor yang dihadapi, dan dapat meningkatkan faktor daya saing sehingga dapat berdaya guna secara efisien dan efektif.

Selain itu, adanya kesempatan untuk meningkatkan produksi dan kesempatan untuk dalam jumlah yang besar dan menjualnya ke pasar domestik dan manca negara. Porter (1998) mengemukakan bahwa peran kesempatan yang berada di luar kendali perusahaan dan pemerintah dapat mempengaruhi daya saing.

Namun, peluang-peluang kebanyakan diabaikan oleh industri, hal tersebut salah satunya banyaknya penghasil kopi daerah juga berdampak membuat pemasaran kopi terhambat, sehingga untuk menciptakan peluang besar tersebut, perlu campur tangan pemerintah dalam mengdongkrak kelambanan ekspor yang terjadi yakni dengan membuat regulasi mengenai brand kopi di bawah satu bendera “kopi sriwijaya”.

Dalam hal ini pemerintah sudah seharusnya membuat aturan tata niaga kopi. Misalnya, membuat aturan bahwa pihak manapun dapat membeli hasil kopi Sumatera Selatan, tetapi *brand* kopi Sumatera Selatan tidak boleh dihilangkan. Untuk itu pemerintah perlu untuk menetapkan atau mematenkan kopi dengan brand memiliki ciri khas tersendiri sebagai salah satu indeks geografis, sehingga di kenal, dan dapat bersaing di pasar ekspor internasional.

Sumatera Selatan juga memiliki potensi untuk menguasai pasar ekspor, hal tersebut didukung luasnya kebun kopi di Sumatera Selatan di banyaknya daerah penghasil kopi sehingga distribusi melimpah. Keadaan geografis yang mendukung juga merupakan peluang bagi penggiat kopi untuk dapat meningkatkan produktivitasnya. Akan tetapi peluang tersebut belum dapat dimanfaatkan secara efektif karena dari luas lahan yang belum mampu menghasilkan produksi yang maksimal.

Kondisi infrastruktur juga menjadi faktor penghambat Sumatera Selatan untuk dapat dikenal di manca negara, karena saat ini keadaan pelabuhan yang mengalami kedangkalan tidak mampu membawa dan mengirim komoditas kopi ke manca negara secara penuh, dapat dilakukan melalui Lampung. Itupan hampir sebagian hasil kopi dikuasai oleh perusahaan eksportir Lampung.

V. KESIMPULAN

Sumatera Selatan memiliki daya saing antara lain faktor kondisi, yakni memiliki sumber daya alam yang mendukung, sehingga jumlah produksi melimpah. Namun rata-rata tenaga kerjanya tidak terdidik/terlatih yang menyebabkan hasil produksi dan kualitas menurun. Keadaan infrastruktur seperti akses jalan perkebunan yang belum layak, pelabuhan laut sebagai akses perdagangan ekspor mengalami pendangkalan. Serta belum adanya perumusan kebijakan tata niaga kopi agar tidak diklaim oleh daerah lain, kesemunya membutuhkan pembenahan dan kerjasama yang terintegrasi antara industri hulu, industri hilir dan pemerintah.

Strategi yang digunakan untuk meningkatkan daya saing ekspor kopi Sumatera Selatan, yakni dengan menciptakan produk yang unggul dalam hal diferensiasi, yaitu menciptakan kopi yang berkualitas dan berbeda, dibangun dengan cara menciptakan tim pekerja yang berkualitas dan berintegritas sehingga dapat menciptakan kualitas produksi dari hulu ke hilir, serta menawarkan harga yang kompetitif.

VI. UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menghaturkan terima kasih kepada Dr. Eko Widodo, selaku Dekan FIABIKOM Unika Atmajaya, Dr. rer.pol. A.Y. Agung Nugroho Ketua Program Studi Magister Administrasi Bisnis Unika Atmajaya, serta George Martin Sirait, Ph.D Dosen MAB Unika Atmajaya, yang telah memberikan arahan, meluangkan waktu dan tenaga memberikan suport, membimbing, memberikan petunjuk dan saran di setiap kesempatan.

Terima kasih atas kesempatan ruang dan waktu kepada Duta Kopi Sumsel Ibu Salamah, PT Sulotco Abadi Lampung, dan petani kopi Sumatera Selatan.

Seluruh keluarga, Ayahnda Yarasman, suami Bambang Tetuko SE, MM, serta putra dan putriku Aljabbar Rizal Azhar, Nailah Saniya Faza, Zabifah Farras Huriyah yang menjadi penyemangat sehingga penelitian dapat diselesaikan dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Anton, Trianto (2014) Analisis Daya Saing Komoditi non migas Sumatera Selatan, *Jurnal Kajian Ekonomi Sumatera Selatan*.
- Baso, Ria Lestari dan Ratya, Anindita (2018) Analisis Daya Saing Kopi Indoneisa, *Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis Univeristas Brawijaya*, 2 (1) : 1-9.
- Carlos et al. (2011) *ASEAN Coffe Industry: Brewing Sustainability Through Differentiated Coffees*, Learning Team Project For ABS. 25 November 2013.
- Departemen Perindustrian (2009), *Peran Industri Kopi Bagi Peningkatan Kontribusi GDP Indonesia. Temu Karya Kopi VI. 16 November 2009*, Jakarta.
- Dinas Perkebunan Provinsi Sumatera Selatan (2019), *Jurnal Dinas Perkebunan Sumatera Selatan 2019*.
- Dinas Perkebunan Provinsi Sumatera Selatan (2018), *Renstra Dinas Perkebunan Sumatera Selatan 2013-2018*.
- Hamdani (2007) *Seluk Beluk Perdagangan Ekspor-Import*. Jakarta: Bushindo.
- Kementerian Pertanian RI (2019) *Data Sistem Informasi Ekspor Komoditi Kopi Menurut Provinsi 2015-2019*.
- Kementerian Pertanian RI Direktorat Jenderal Perkebunan (2017) *Statistik Perkebunan Indonesia Komoditas Kopi 2016-2018*.
- Kementerian Pertanian RI Direktorat Jenderal Perkebunan (2018) *Statistik Perkebunan Indonesia Komoditas Kopi 2017-2019*.
- Kumaran (2019) *5 Pilihan Kopi Robusta Khas 'Bumi Sriwijaya' Sumatera Selatan* tersedia di <https://kumaran.com.cdn.ampproject.org> di akses tanggal 24 Maret 2020

- Narulita, Sari; Asmarantaka, Ratna Winandi dan Jahroh, Siti (2014) Analisis Daya Saing dan Strategi Pengembangan Agribisnis Kopi Indonesia, *Jurnal Agribisnis Indonesia*, Pascasarjana Institut Pertanian Bogor, 2 (1) : 63-74.
- Porter, Michael E (2007) *Strategi Bersaing Teknik Menganalisis Industri dan Pesaing*, Tangerang: Kharisma Publishing.
- Porter, Michael E (1998) *Strategi Bersaing Teknik Menganalisis Industri dan Pesaing*, Tangerang: Kharisma Publishing.
- Porter, Michael E. (1985) *Keunggulan Bersaing Menciptakan dan Mempertahankan Kinerja Unggul*, Jakarta: Erlangga.
- Prapti Lestari, Endah, (2011) *Pemasaran Strategik Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif*, Jakarta: Graha Ilmu.
- Soetrisno; Hidayat, Ariel; Martha, Fike; dan Ratna, Dwi (2017) *Daya Saing Agribisnis Kopi Robusta*, Yogyakarta: IntiMedia
- Sugiyono (2013) *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*, Bandung: Alfabeta
- Sugiyono (2016) *Pemeliharaan Karyawan dalam Sumber Daya Manusia* Bandung: Alfabeta
- Susila, W. R. (2005) *Targeted Investigation of Robusta Coffee Processing and Marketing Chain in Lampung*. Food And Agriculture Organization United Nations: Jakarta
- Tambunan, Tulus T.H (2004) *Globalisasi dan Perdagangan Internasional*, Bogor: Ghalia Indonesia