

**PERAN ASOSIASI EKSPORTIR DAN INDUSTRI KOPI INDONESIA
(AEKI) DALAM MENINGKATKAN STANDAR MUTU DAN DAYA
SAING EKSPOR KOPI INDONESIA DI PASAR EROPA**

By: Shera Nur Izzah
(sheraizzah25@gmail.com)

Supervisor: Dr. Umi Oktyari Retnaningsih, MA

Bibliography: 13 Books, 9 Journals, 23 Websites

Jurusan Ilmu Hubungan Internasional- Konsentrasi Ekonomi Politik Internasional
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Kampus Bina Widya Km. 12, 5 Simpang Baru, Pekanbaru-Riau 28293
Telp: 0761-63272/ Fax: 0761-566821

ABSTRACT

European countries are potential market for Indonesian products such as coffee. However, the European Union has policies for imported products that are demanding in terms of environmentally friendly requirements. Indonesian coffee export has been challenged with Common Code for the Coffee (4C) for sustainability. This research describes the roles of Asosiasi Eksportir Industri Kopi Indonesia (AEKI) to improve Indonesian coffee's quality.

This qualitative research utilized secondary data with document analysis. The data came from books, journals, news from newspapers, official documents of Indonesian Statistic Bureau, and websites related to the topic. To analyze the data, researcher used level analysis of group with theory of export and international trade.

The research shows that AEKI played significant roles for helping Indonesian coffee farmer to comply with European Union's requirements, that is sustainability. Several actions have been done through funding for better seeds, fertilizer, and harvest so the quality of coffee bean can comply with the demand. National and international promotions was also done to market the product worldwide. The last but not the least, education for traditional coffee farmers to be competitive exporter players.

Key Words: Export, Coffee, Indonesian Coffee Exporters and Industry Association, Common Code for the Coffee Community, Sustainability

Pendahuluan

Kopi merupakan salah satu komoditas perkebunan yang memiliki peran penting dalam menunjang peningkatan ekspor non-migas di Indonesia. 0,5% dari ekspor non-migas atau 0,4% dari total ekspor Indonesia dihasilkan oleh komoditas kopi. Perolehan devisa negara yang dihasilkan komoditas kopi pada tahun 2014 mencapai sebesar US\$ 251 juta atau 10,1% dari nilai ekspor seluruh komoditas pertanian. Kopi juga memiliki manfaat bagi kesehatan karena kopi dapat menurunkan risiko terkena penyakit kanker, diabetes, batu empedu, dan penyakit jantung.¹

Kopi jenis Robusta (*Coffea Canephora*) dan jenis Arabika (*Coffea Arabica*) merupakan dua varietas kopi yang dibudidayakan di Indonesia. Perkebunan kopi di Indonesia dikelola oleh swasta dan rakyat. Lebih dari 90% dari total perkebunan kopi di Indonesia dibudidayakan oleh para petani kecil atau disebut juga sebagai perkebunan rakyat dimana komoditas ini menjadi sumber pendapatan utama petani sekitar 1,97 juta KK (Kepala Keluarga) yang tersebar diseluruh wilayah Indonesia.²

Data dari *International Coffee Organization* (ICO) mengemukakan bahwa konsumsi kopi di dunia terus meningkat dari tahun ke tahun sehingga peningkatan produksi kopi Indonesia memiliki

peluang untuk mengekspor ke negara-negara pengonsumsi kopi terbesar seperti Uni Eropa, Jepang, dan Amerika Serikat. Minuman kopi dikonsumsi sekitar 2,25 miliar gelas setiap hari di seluruh dunia.³

Permasalahan yang sering dihadapi Indonesia adalah jenis kopi Indonesia sering dikategorikan sebagai produk yang bermutu rendah. Kualitas kopi dipengaruhi oleh beberapa hal seperti negara asal tumbuh, varietas, dan pengamanan pasca panen dan disebabkan oleh perkembangan kopi yang tidak disertai dengan peningkatan standar mutu kopi yang dihasilkan oleh petani Indonesia.⁴

Untuk menetapkan mutu kopi yang dihasilkan, Indonesia menggunakan sistem nilai cacat (*Defects Value System*) sejak tanggal 1 Oktober 1983 sesuai dengan keputusan ICO. Dalam sistem cacat ini, semakin banyak nilai cacatnya, maka mutu kopi akan semakin rendah dan sebaliknya semakin kecil nilai cacatnya maka mutu kopi semakin baik.⁵

ICO mencatat Eropa menjadi *importer* kopi terbesar di dunia, menyerap hampir setengah produksi kopi dunia. Eropa tidak memproduksi kopi, karena itu Eropa bergantung sepenuhnya pada impor dari negara-negara produsen kopi,

¹ K Gunnars. "13 Health Benefits of Coffee, Based on Science", diakses dari <http://www.healthline.com/nutrition/top-13-evidence-based-health-benefits-of-coffee#section1>, pada tanggal 12 Oktober 2019.

² Desi Ratna Sari. 2016. "Analisis Posisi Ekspor Kopi Indonesia" Jom Faperta, Vol.3, No.1.

³ Rhendy Kencana Putra, "Outlook Kopi" (Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian Sekretariat Jenderal: Kementerian Pertanian), ham. 1.

⁴ Syafrijal Sinarno Pascal, "30 Tahun AEKI Berkarya" (Jakarta: Asosiasi Eksportir Kopi Indonesia, 2009), hlm. 6.

⁵ Multimeter Digital One Solution for Digital Meter, "Standar Mutu Biji Kopi" diakses dari <https://multimeter-digital.com/standar-mutu-biji-kopi.htm>, pada tanggal 06 Oktober 2019.

baik untuk konsumsi dalam negeri maupun untuk diekspor kembali.

Namun, negara konsumen kopi di pasar Uni Eropa menuntut kopi yang berkualitas dan aman bagi kesehatan. Tuntutan negara-negara tersebut diwujudkan dalam verifikasi pemenuhan standar atau regulasi yang diterapkan di Uni Eropa sehingga mutu dan kualitas kopi terjamin. Salah satu standar yang ditetapkan oleh Uni Eropa ialah standar keberlanjutan. Salah satu sertifikasi berkelanjutan yang berlaku di Uni Eropa adalah *Common Code for the Coffee Community* (4C). Lembaga sertifikasi 4C telah melakukan sertifikasi kopi di Indonesia sejak tahun 2006.

Para eksportir kopi Indonesia memandang perlu membentuk wadah asosiasi untuk mencapai kedudukan terbaik di pasaran kopi dunia dan bermanfaat bagi kepentingan para anggota sendiri maupun kepentingan memadukan usaha bersama dengan Pemerintah dalam menunjang pemasukan devisa negara. Kemudian dibentuklah Asosiasi Eksportir dan Industri Kopi Indonesia (AEKI) atau *AICE (Association of Indonesian Coffee Exporters)*, pada tanggal 30 Juli 1979.⁶

Keberadaan AEKI diharapkan dapat meningkatkan kualitas komoditas ekspor internasional sehingga dapat menembus pasar internasional yang nantinya pasar internasional akan menjadi tempat bagi para eksportir kopi untuk menggalang kerjasama, selain itu AEKI diharapkan untuk aktif dalam pembinaan petani kopi dan juga turut membantu dalam penyediaan alat-

alat pertanian dalam produksi kopi yang tentunya lebih modern lagi guna menunjang kualitas biji kopi Indonesia.

Kerangka Pemikiran.

Perspektif Pluralisme. Kaum pluralis memandang hubungan internasional tidak hanya terbatas pada hubungan antar negara saja tapi juga merupakan hubungan antar individu dan kelompok kepentingan dimana negara tidak selalu sebagai aktor utama dan aktor tunggal. Pola interaksi hubungan internasional tidak dapat dipisahkan dengan segala bentuk interaksi yang berlangsung dalam pergaulan masyarakat baik oleh pelaku negara-negara (*states actors*) maupun oleh pelaku bukan negara (*non-states actors*).

Dalam penelitian ini penulis menggunakan tingkat analisa Perilaku Kelompok dimana tingkat analisa ini berasumsi bahwa, individu umumnya melakukan tindakan internasional dalam kelompok. Hubungan internasional sebetulnya adalah hubungan antar berbagai kelompok kecil di berbagai negara. Artinya, peristiwa internasional sebenarnya bukan ditentukan oleh individu, tetapi oleh kelompok kecil dan oleh organisasi, birokrasi, departemen, badan-badan pemerintah, dan sebagainya.

Ekspor merupakan kegiatan perdagangan internasional yang telah menjadi mesin pertumbuhan ekonomi bagi negara berkembang. Menurut Curry, ekspor adalah barang atau jasa yang dijual kepada negara asing untuk ditukarkan dengan barang lain (produk, uang).⁷ Suatu negara dapat mengekspor barang

⁶ Nawa Warsa, "AEKI Berkarya (1979-1988)" (Jakarta: Asosiasi Eksportir Kopi Indonesia, 1998).

⁷ Jeffrey Edmund Curry, "Memahami Ekonomi Internasional" (Jakarta: PPM, 2001).

produksi ke negara lain apabila barang tersebut diperlukan oleh negara lain dan mereka tidak dapat memproduksi barang tersebut atau produksinya tidak dapat memenuhi keperluan dalam negeri.

Faktor yang penting dalam kegiatan ekspor ialah kemampuan negara untuk mengeluarkan barang-barang yang dapat bersaing dalam pasar-pasar luar negeri. Mutu dan harga barang yang diekspor tersebut haruslah paling sedikit sama baiknya dengan yang diperjual belikan dalam pasar luar negeri.

Dalam kegiatan ekspor terdapat istilah keunggulan komparatif yang dipelopori oleh David Ricardo. Keunggulan komparatif dapat dikatakan bahwa suatu negara akan menspesialisasi dalam memproduksi barang yang lebih efisien dimana negara tersebut memiliki keunggulan komparatif. Bagi negara yang tidak memiliki faktor-faktor produksi yang menguntungkan, dapat melakukan perdagangan internasional, asalkan negara tersebut mampu menghasilkan satu atau beberapa jenis barang yang paling produktif dibandingkan negara lainnya.⁸

Perdagangan internasional dapat dikatakan sebagai mesin bagi pertumbuhan ekonomi di suatu negara. Gagasan utama terjadinya perdagangan internasional adalah adanya perbedaan potensi sumber-sumber daya yang dimiliki oleh setiap negara. Hal ini merupakan suatu landasan teori yang sangat berpengaruh dalam ilmu ekonomi internasional.

Berdasarkan teori perdagangan internasional, motif utama

melakukan perdagangan adalah memperoleh keuntungan yang timbul dengan adanya perdagangan internasional.⁹ Secara teoritis, perdagangan internasional terjadi karena dua alasan utama. Pertama, negara-negara berdagang karena pada dasarnya mereka berbeda satu sama lain. Setiap negara dapat memperoleh keuntungan dengan melakukan sesuatu yang relatif lebih baik.

Kedua, negara-negara melakukan perdagangan dengan tujuan untuk mencapai skala ekonomi (*economies of scale*) dalam produksi. Pola-pola perdagangan dunia yang terjadi mencerminkan perpaduan dari kedua motif ini.¹⁰

Pembahasan.

Tiga daerah penghasil utama kopi di Indonesia adalah Sumatera Selatan (21,20%), Lampung (18,35%) dan Sumatera Utara (9,23%). Delapan puluh tiga persen dari produksi kopi Indonesia merupakan kopi jenis Robusta dan 17% sisanya merupakan jenis Arabika. Beberapa di antara nama hasil dari produksi kopi Indonesia yang sudah dikenal di luar negeri secara komersial adalah kopi Arabika spesialti yaitu *Gayo Coffee*, *Lintong Coffee*, *Mandheling Coffee*, *Java Coffee*, *Luwak Coffee*, *Bali Kintamani Coffee*, *Toroja Coffee* dan *Bajawa Coffee* yang telah menjadi andalan kopi Indonesia yang sangat terkenal di luar negeri, karena

⁹ Dominick Salvatore, "Ekonomi Internasional" (Jakarta: Erlangga, 1997).

¹⁰ Faisal Basri & Haris Munandar, "Dasar-dasar Ekonomi Internasional: Pengenalan & Aplikasi Metode Kuantitatif" (Kencana: Jakarta, 2010).

mempunyai karakteristik dan cita rasa yang khas.¹¹

Produksi dan Ekspor Kopi Indonesia.

Produksi kopi di Indonesia adalah salah satu yang terbesar di dunia. Namun, Indonesia dinilai masih belum punya arah jelas dalam pengembangan kopi guna meningkatkan hasil produksinya. Produktivitas kopi Indonesia yang memiliki lahan perkebunan 1,2 juta hektar masih kalah dibandingkan dengan Vietnam yang hanya memiliki luas kebun kopi 630.000 hektar.¹²

Tabel 1. Produksi Kopi Indonesia Tahun 2005 – 2015

Tahun	Produksi Kopi (ton)	Perkembangan (%)
2005	640.365	-1,08
2006	682.158	6,25
2007	676.476	-0,83
2008	698.016	3,18
2009	682.690	-2,20
2010	686.921	0,61
2011	638.646	-7,03
2012	691.163	8,22
2013	675.881	-2,21
2014	685.089	1,36
2015	739.005	7,87
Rata-rata		2,11

Sumber: Direktorat Jenderal Perkebunan

Terlepas dari faktor lingkungan, alasan lain yang juga mempengaruhi produksi kopi adalah terbatasnya pengetahuan dan penerapan praktek

¹¹ Gabungan Eksportir Kopi Indonesia, “Areal dan Produksi”, diakses dari <https://gaeki.or.id/areal-dan-produksi/>, pada tanggal 17 Februari 2020.

¹² Kompas, “Lika – liku Produksi Kopi Indonesia dan Strategi Pemerintah Meningkatkan Produktivitasnya” pada <https://ekonomi.kompas.com/read/2018/04/27/101500626/liku-liku-produksi-kopi-indonesia-dan-strategi-pemerintah-meningkatkan-produktivitasnya?page=all>, diakses pada 17 Februari 2020.

pertanian yang baik oleh petani. Secara spesifik, terbatasnya penggunaan pupuk, ditambah dengan buruknya material bahan tanam, serta kurangnya investasi untuk pergantian tanaman yang sudah usang berkontribusi terhadap penurunan hasil panen lahan kopi di Indonesia.

Dengan adanya perdagangan internasional, Indonesia bisa melakukan kegiatan ekspor dan impor. Kegiatan ekspor ini merupakan salah satu motor penggerak yang dalam pertumbuhan ekonomi dan sebagai salah satu sumber pemasukan untuk devisa negara.

Tumbuhnya konsumsi kopi global tentu memberikan dampak positif bagi Indonesia yang merupakan salah satu negara produsen kopi terbesar di dunia. Menurut ICO menunjukkan bahwa konsumsi kopi dunia pada periode 2016-2017 tumbuh 1,9% menjadi 157,38 juta karung berisi 60 kg dari periode sebelumnya.¹³ Pada tahun 2015, lima besar negara pengimpor kopi Indonesia adalah United States, Jerman, Italy, dan Rusia.¹⁴

Terdapat beberapa jenis kopi yang biasa dipasarkan di Eropa, antara lain:

a) *Green coffee*, kurang lebih 80% diperdagangkan dalam kondisi belum diproses/kopi biji (*unroasted*), dimana negara-negara berkembang memegang peran penting.

¹³ Databoks, “Berapa Ekspor Kopi Indonesia?” diakses pada <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/03/24/berapa-ekspor-kopi-indonesia>, tanggal 17 Februari 2020

¹⁴ *Ibid* “Inilah 10 Negara Tujuan Utama Ekspor Kopi Indonesia” diakses pada <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2017/12/05/inilah-10-negara-tujuan-utama-ekspor-kopi-indonesia>, tanggal 05 November 2019.

b) *Roasted coffee*, merupakan kopi yang mayoritas dikonsumsi (sudah diolah/diproses) dan diproduksi sendiri.

c) *Decaffeinated coffee*, kopi yang diolah sedemikian rupa sehingga tidak mengandung kafein) dan diproduksi sendiri. Jenis kopi tersebut akhir-akhir ini menunjukkan peningkatan konsumsi karena sangat terkait dengan kepedulian masyarakat terhadap kesehatan.

d) Kopi instant.

e) *Ready to drink coffee*; jenis ini konsumennya sedikit dan lebih banyak digunakan pada sektor jasa *catering* sebagai *iced coffee*.

f) *Out of home*, dikonsumsi di luar rumah antara lain di bar, restoran, *coffee shop* dan lainnya.

Ketentuan Ekspor Kopi di Indonesia.

Dalam rangka mendorong peningkatan daya saing, terciptanya persaingan usaha yang sehat dibidang kopi dan memperhatikan keputusan rapat Kelompok Kerja Keanggotaan Indonesia dan Kontribusi Pemerintah Republik Indonesia pada organisasi-organisasi Internasional, perlu dilakukan pengalihan pembayaran kontribusi keanggotaan Indonesia pada ICO Pemerintah merubah Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 41/M-DAG/PER/9/2009 Tentang Ketentuan Ekspor Kopi menjadi Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 10/M-DAG/PER/5/2011.¹⁵

Ekspor kopi hanya dapat dilakukan oleh perusahaan yang telah diakui sebagai Ekspor Terdaftar Kopi (ETK) atau Ekspor Kopi Sementara (EKS) oleh Direktur

Ekspor Produk Pertanian dan Kehutanan Kementerian Perdagangan. Setiap ekspor kopi juga harus dilengkapi dengan Surat Persetujuan Ekspor Kopi (SPEK). SPEK merupakan surat persetujuan pelaksanaan ekspor kopi ke seluruh negara tujuan yang dikeluarkan oleh Dinas Perindustrian dan Perdagangan (Disperindag) setempat. Jadi, pengurusannya kembali ke Disperindag setempat.

Asosiasi Eksportir dan Industri Kopi Indonesia (AEKI).

Asosiasi Eksportir dan Industri Kopi Indonesia (AEKI) didirikan sebagai rasa kebersamaan dalam menyatukan langkah para pelaku ekspor kopi dalam menjawab permasalahan Pemerintah untuk mengambil bagian dalam tata niaga kopi yang mana sejak tahun 1969 Organisasi Kopi Dunia (ICO) menerapkan kuota bagi para anggotanya. Kelembagaan yang pertama dibentuk Pemerintah adalah SEKI (Sindikat Eksportir Kopi Indonesia) melalui SK Menteri Perdagangan nomor 98/KP/IV tanggal 15 April 1969 dimana dalam lembaga tersebut terdapat 195 eksportir kopi dan mencapai 249 anggota pada tahun 2013 yang terletak di Aceh, Sumatera Selatan, Sumatera Barat, Sumatera Utara, Lampung, Jakarta, Jawa Tengah, Jawa Timur, dan Sulawesi Selatan.

Oleh karena itu, dalam kesempatan Rapat Umum Anggota Luar Biasa AEKI tanggal 21 Juli 2008, singkatan AEKI yang semula Asosiasi Eksportir Kopi Indonesia dirubah menjadi Asosiasi Eksportir dan Industri Kopi Indonesia dengan singkatan yang sama yaitu AEKI. Visi dan Misi AEKI adalah menjadi wadah seluruh perusahaan eksportir, perusahaan industri pengolahan kopi

¹⁵ Gabungan Asosiasi Eksportir Kopi Indonesia, "Peraturan Ekspor", pada <http://gaeki.or.id/ketentuan-ekspor-kopi/>, diakses pada 21 Februari 2020.

dan perusahaan dibidang perkopian Indonesia lainnya yang berasaskan Pancasila dan Undang-Undang Dasar 1945.¹⁶ AEKI tidak terikat dan mengikatkan diri pada partai atau golongan politik apapun. AEKI (Asosiasi Eksportir dan Industri Kopi Indonesia) berdiri tahun 1979.

Tujuan AEKI adalah mewujudkan mayarakat perkopian yang sejahtera, tangguh dan mampu memberikan kontribusi terhadap pembangunan perekonomian nasional. Tugas utama AEKI adalah:¹⁷

1. Mengarahkan anggota menjadi profesional dan memiliki citra yang baik
2. Memberikan perlindungan dan memperjuangkan kepentingan anggota
3. Membantu upaya pemerintah dalam meningkatkan pengetahuan dan keterampilan petani serta pelaku usaha lain dalam bidang perkopian
4. Memberikan pendapat dan saran kepada pemerintah dan lembaga lain dalam pengambilan keputusan terhadap kebijakan perkopian nasional
5. Menjalin dan membina kerjasama dengan lembaga terkait dibidang perkopian baik di dalam maupun di luar negeri.

Dengan permintaan dan kebutuhan yang tinggi yang dipercayakan kepada AEKI, maka mulai di perkenalkan PPKI (Pusat Pelatihan Kopi Indonesia) pada awal bulan Mei 2015, sebagai bentuk

¹⁶ Asosiasi Eksportir dan Industri Kopi Indonesia, dari https://www.aeki.aice.org/profile_aeki.html, pada tanggal 15 Januari 2020.

¹⁷ Asosiasi Eksportir dan Industri Kopi Indonesia. "Visi dan Misi" dari http://www.aeki.org/profile_aeki.html, pada 08 Agustus 2020.

keseriusan AEKI dalam menjalankan misi Pemerintah ini.

PPKI hadir dalam konsep yang profesional melengkapi fasilitas Pelatihan dan bekerjasama dengan para *trainer-trainer* yang kompeten dan berpengalaman serta terbukti mempunyai dedikasi tinggi dalam dunia perkopian. PPKI menyiapkan sumber daya manusia yang memenuhi standard kompetensi yang bersertifikasi kepada seluruh pelaku perkopian dari hulu ke hilir.

Selain menjadi perantara antara produsen dan pelanggan kopi Indonesia, AEKI juga bertugas untuk meningkatkan kesejahteraan para petani. Mutu kopi yang dihasilkan petani tentunya akan mempengaruhi kesejahteraan mereka. Oleh karena itu AEKI diharapkan untuk bisa meningkatkan mutu dan kualitas kopi dari petani Indonesia sehingga bisa menghasilkan produksi yang memuaskan.

a. Mutu Biji Kopi Indonesia

Standar mutu biji kopi di pasar internasional dan pasar dalam negeri tentunya memiliki standar mutu sendiri. Standar mutu biji kopi yang berlaku saat ini adalah Standar Nasional Indonesia No 01-2907-2008 Kopi Biji, hasil dari beberapa revisi, disamping dengan mempertimbangkan perkembangan pasar global dan persyaratan internasional juga memperhatikan sebagian resolusi ICO No. 407 tentang *Coffee Quality Improvement Program*.¹⁸

Rendahnya mutu biji kopi yang dihasilkan mempengaruhi produksi akhir kopi sehingga menghambat

¹⁸ Asosiasi Eksportir dan Industri Kopi Indonesia. "Mutu Kopi" pada https://www.aeki.aice.org/mutu_kopi_aeki.html, diakses 2 April 2020.

peningkatan produksi kopi di Indonesia. Untuk memperoleh biji kopi yang bermutu baik maka diperlukan penanganan pasca panen yang tepat dengan melakukan setiap tahapan secara benar. Para petani kopi mayoritas masih belum memiliki pengetahuan yang luas tentang bagaimana dalam memelihara kopi.

Menurut AEKI, ekspor biji kopi Indonesia lebih didominasi oleh grade 4 dan 5 (mutu rendah). Kualitas ini tentunya masih perlu ditingkatkan lagi untuk mendapatkan premi harga, seperti yang dialami oleh Vietnam. Indonesia memang merupakan salah satu negara produsen kopi terbesar di dunia, tetapi hanya sebagian kecil yang diproduksi berdasarkan standar *sustainability* (keberlanjutan). Padahal, Uni Eropa merupakan pasar global terbesar untuk kopi berbasis *sustainability*. Uni Eropa juga mensyaratkan *traceability* atau pelacakan produk kopi mulai dari sumber awal hingga tersedia di meja konsumen. Hal ini berdampak bagi produsen kopi Indonesia.

Dalam kondisi pasar dunia seperti diuraikan di atas, daya saing kopi Indonesia menjadi penting. Kinerja ekspor yang kurang memuaskan tersebut dapat diartikan daya saing kopi Indonesia bermasalah. Dengan adanya peningkatan mutu biji kopi yang dihasilkan oleh petani Indonesia, maka ini akan meningkatkan daya saing ekspor kopi Indonesia di pasar Uni Eropa.

Potensi Pasar Kopi di Uni Eropa. Uni Eropa tidak memproduksi kopi, oleh karena itu mereka bergantung pada impor dari negara-negara produsen kopi, termasuk dari Indonesia. Total impor negara-

negara Uni Eropa sejumlah 3.1 Juta ton atau 8.9 juta euro. Pasar kopi Eropa tergolong potensial, baik untuk kopi Arabika maupun Robusta.

Pada tahun 2014, negara pemasok utama produk kopi ke Uni Eropa didominasi oleh 10 negara, di antaranya Brasil, Vietnam, Honduras, Swiss, Peru, Kolombia, Italia, Ethiopia, Belanda dan Indonesia. Beberapa tahun yang lalu Brasil, Vietnam, dan Honduras konsisten bertahan sebagai *top-3 suppliers* kopi ke Uni Eropa. Posisi ketiga pernah diduduki Indonesia selama periode 2009-2012. Ini membuktikan bahwa Indonesia juga pernah menjadi salah satu eksportir andalan Uni Eropa. Laporan *European Coffee Federation – ECF* tahun 2014 menyebutkan untuk selang Januari-Juni 2013, Uni Eropa mengimpor 1.134.435 sak kopi dari Indonesia dari total keseluruhan 24.066.517 sak kopi.¹⁹

Peluang dan insentif untuk memenuhi standar *sustainability* dan *traceability*, berupa skema sertifikasi sosial dan ekologis yang disyaratkan oleh Uni Eropa kerap menjadi hambatan terhadap rantai nilai (*value chain*) kopi di dalam negeri. *Sustainability* dan *traceability* ini perlu diperhatikan dengan serius jika ingin meningkatkan pangsa pasar kopi Indonesia di Uni Eropa. Berikut negara-negara yang menjadi pengimpor utama kopi Indonesia:²⁰

Tabel 2. Negara Pengimpor Kopi Indonesia

¹⁹ Sehat Dinati Simamora, "Market Brief Langkah dan Strategi Ekspor ke Uni Eropa: Produk Kopi" diakses pada <http://www.apindo.or.id>. Pada 20 Februari 2020.

²⁰ Gabungan Eksportir Kopi Indonesia "Export" diakses pada <http://gaeki.or.id/en/ekspor/>, tanggal 21 Februari 2020.

Negara	Pangsa (%)
Eropa	42
- Jerman	
- Italia	
- Inggris	
- Lain-lain	
Jepang	9
Amerika Serikat	17
Afrika	10
- Algeria	
- Mesir	
- Maroko	
Asia	20
Lainnya	2
Jumlah	100

Sumber: Gabungan Eksportir Kopi Indonesia

Berdasarkan tabel di atas bisa dilihat bahwa ekspor kopi Indonesia didominasi oleh negara-negara Uni Eropa seperti Jerman, Italy, Inggris, Belgia, Rusia, dan negara lainnya yang mencapai pangsa 42%. Kemudian diikuti oleh Amerika Serikat dengan pangsa sebesar 17% dan Jepang dengan pangsa 9%.

Dominasi negara-negara Uni Eropa menunjukkan bahwa sesungguhnya Uni Eropa pun membutuhkan produksi kopi Indonesia. Pemahaman ini seharusnya menjadi motivasi, terutama produsen kopi, bahwa kopi Indonesia juga layak dan diperhitungkan di pasar internasional. Produsen kopi, terutama petani, harus jeli melihat peluang ini dan bertekad meningkatkan kualitas produksi dan memenuhi sertifikasi yang disyaratkan oleh Uni Eropa dan juga negara-negara importir lainnya.

Salah satu parameter yang menentukan kelas kualitas kopi adalah sertifikasi yang disertakan. Sertifikasi menjadi alat untuk menjunjung tinggi konsep *sustainability* dalam perdagangan kopi. Semakin banyak sertifikasi yang disertakan maka produk kopi tersebut semakin mengikuti standar keberlanjutan (*sustainable*) dan biasanya produk kopi tersebut semakin tinggi kelasnya.

Standar Mutu Kopi di Pasar Eropa

Persyaratan mutu kopi Uni Eropa dikelompokkan menjadi persyaratan hukum (wajib) dan tambahan yang berlaku untuk semua eksportir kopi. Keamanan pangan merupakan hal penting dalam persyaratan hukum (wajib) dan persyaratan tambahan untuk kopi, termasuk pencegahan kontaminasi.

a. Persyaratan Wajib

Persyaratan wajib juga disebut sebagai *legal requirements* Berikut persyaratan wajib yang harus dipenuhi untuk memasarkan kopi di Uni Eropa.²¹

1. Keamanan Pangan.

Untuk produk makanan, termasuk kopi, undang-undang Uni Eropa fokus pada keamanan pangan. Undang-undang Pangan (*General Food Law*) ditetapkan dalam Regulasi Uni Eropa 178/2002 adalah kerangka hukum untuk keamanan pangan di Uni Eropa.

2. Hindari Kontaminasi Untuk Memastikan Keamanan Pangan.

²¹ *Export Helpdesk* EU adalah layanan online yang disediakan oleh Komisi Uni Eropa untuk mempermudah akses pasar bagi negara-negara berkembang ke Uni Eropa. www.exporthelp.europa.eu.

Kontaminan adalah zat yang mungkin ada sebagai hasil dari berbagai tahap: pertumbuhan, pemrosesan, pengemasan, pengangkutan atau penyimpanan. Ambang batas untuk beberapa kontaminan diterapkan untuk menghindari dampak negatif pada mutu makanan dan risiko terhadap kesehatan manusia.

3. Pelarut Ekstraksi Untuk Kopi Tanpa Kafein.

Ada batasan batas residu maksimum untuk pelarut ekstraksi seperti metil asetat (20 mg/kg dalam kopi), diklorometana (2 mg/kg dalam kopi panggang) dan etil metilketon (20 mg/kg dalam kopi).

4. Persyaratan Umum Tentang Pengemasan.

Semua produk makanan yang masuk ke Uni Eropa harus sesuai dengan peraturan perundangan makanan di Uni Eropa. Jika ada salah satu persyaratan dari hukum pelabelan Uni Eropa yang tidak dapat dipenuhi maka produk impor tersebut tidak dapat di jual.

b. Persyaratan Tambahan

Persyaratan tambahan atau *non-legal requirements* ini merupakan ketentuan yang ditetapkan oleh *buyers, private sectors*, ataupun *Non-Government Organizations* yang berafiliasi di Uni Eropa dan memiliki perwakilan di hampir seluruh negara-negara produsen kopi. Persyaratan kopi lainnya yang sering diminta pembeli di Uni Eropa antara lain:

1. Klasifikasi Mutu.

Ciri kopi hijau terkait dengan mutu dasar dan fisiknya: faktor-faktor seperti kadar air, warna, keriput kehijauan, ukuran biji dan jumlah cacat dapat menurunkan nilai

dan kualitas kopi; ketidakhadiran mereka dapat menghasilkan kopi premium (kopi spesial).

2. Standar Manajemen Mutu.

Organisasi Kopi Internasional menetapkan standar (sukarela) mutu ekspor kopi minimum untuk Arabika dan Robusta di bawah resolusi 420 (resolution 420). Resolusi tersebut bertujuan untuk mengurangi ekspor biji dengan mutu yang lebih rendah. Eksportir kopi disarankan untuk mengikuti resolusi ini dengan seksama, kecuali untuk ekspor kopi spesial yang dapat dikecualikan dari beberapa penerapan selama secara jelas disebutkan dalam *Certificate of Origin*.

3. Tanggung Jawab Perusahaan.

4. Sertifikasi Berkelanjutan Untuk Pasar Eropa.

Sertifikasi *Common Code for the Coffee Community (4C)*.

Sertifikasi 4C merupakan sertifikasi yang paling tinggi pertumbuhannya dibanding sertifikasi lainnya. Penjualan kopi bersertifikat 4C mengalami kenaikan yang drastis pada tahun 2012, berbeda dengan sertifikasi lain yang menunjukkan tren pertumbuhan moderat dari tahun ke tahun. Pertumbuhan jumlah sertifikasi ini menggambarkan peningkatan kesadaran dan kepedulian konsumen terhadap produk yang dikonsumsi sehingga mengharuskan produsen memenuhi sertifikasi tersebut.

Standar dan sertifikasi berkelanjutan seperti 4C berpotensi mendorong petani untuk menerapkan praktik pertanian yang baik (*Good Agricultural Practices/GAP*) sehingga diharapkan produksi dan produktivitas kopi meningkat. Dengan karakter *base-line*, 4C sering dianggap sebagai sertifikasi yang paling ringan persyaratannya.

Namun demikian, di Indonesia, mayoritas petani kopi (sekitar 93% pada tahun 2014) masih tidak bersertifikat. Petani dapat menggunakan kriteria dasar 4C sebagai batu loncatan bagi mereka untuk berpartisipasi dalam skema yang lebih menuntut seperti RA, FT, dan UTZ.

Sebagai organisasi petani kopi, AEKI memiliki tanggungjawab untuk mengatur pelatihan menjamin bahwa petani memenuhi kriteria untuk mendapatkan sertifikasi, oleh karena itu peran organisasi petani sangat penting dalam sertifikasi.

Hambatan yang Dihadapi Eksportir Kopi Indonesia

Dalam upaya untuk meningkatkan volume ekspor kopi Indonesia ke pasar internasional dan Uni Eropa memiliki permasalahan yang cukup kompleks, mulai dari hulu hingga ke hilir. Di antaranya:

1. Kualitas dan Sumber Daya Manusia

Rendahnya mutu produksi kopi Indonesia terutama disebabkan oleh pengelolaan kebun, panen dan penanganan pasca panen yang kurang memadai karena hampir seluruh kopi robusta diproduksi oleh perkebunan rakyat. Selain itu, masih adanya petani yang menggunakan bibit asalan dan menghasilkan biji kopi dengan mutu yang tergolong rendah serta kurangnya kemampuan petani untuk melaksanakan *Good Agricultural Practices* (GAP) dan hanya sebagian kecil kopi yang diproduksi berdasarkan standar *sustainability* (keberlanjutan).

2. Modal

Permasalahan modal dalam industri kopi adalah biaya investasi untuk pengolahan pasca panen kopi cukup tinggi sehingga hal tersebut

mempengaruhi produk kopi yang akan diekspor.

3. Infrastruktur dan Industri Pendukung

Permasalahan infrastruktur dan industri pendukung yang dialami adalah kurangnya alat pengolahan kopi pasca panen. Untuk memenuhi permintaan pasar kopi terhadap kopi olahan, produsen kopi Indonesia memerlukan teknologi yang sesuai untuk menghasilkan produk kopi yang diinginkan.

4. Faktor Strategi, Struktur Dan Persaingan

Banyaknya industri kopi kecil yang belum mampu mengolah kopi dengan baik karena terbatasnya teknologi modern pengolahan pasca panen sehingga industri kopi kecil belum mampu bersaing dengan industri kopi besar yang dapat menghasilkan kopi olahan lebih banyak dan dengan mutu yang lebih tinggi. Produktivitas perkebunan yang buruk adalah penyebab utama kopi Indonesia tidak dapat meningkat.

Peran Asosiasi Eksportir dan Industri Kopi Indonesia.

Dengan adanya regulasi yang diterapkan Uni Eropa, kopi Indonesia hanya sebagian yang berhasil masuk ke negara-negara Eropa. Hal tersebut dikarenakan hambatan-hambatan yang terjadi di Indonesia, selain itu Indonesia juga harus memenuhi standar *sustainability* yang merupakan standar internasional untuk produk pangan.²²

²² Indonesia Trade Promotion Center. "Brief Market : Peluang Usaha Produk Biji Kopi di Italia". Pada <http://djpen.kemendag.go.id/membership/data/files/58213-bijikopi.pdf>, diakses pada 08 Agustus 2020.

Dampak dari adanya regulasi tersebut terhadap ekspor kopi Indonesia adalah menurunnya volume ekspor kopi Indonesia. Pada tahun 2013 ekspor kopi Indonesia mencapai 534.023 ton dengan nilai 1.174.029 US\$ dan mengalami penurunan hingga mencapai 384.816 ton dengan nilai 1.039.341 US\$ pada tahun 2014.²³

Peran Asosiasi Eksportir dan Industri Kopi Indonesia (AEKI) dalam meningkatkan mutu biji kopi Indonesia yang pada akhirnya akan berpengaruh terhadap peningkatan daya saing ekspor biji kopi Indonesia di pasar Uni Eropa:

1. Peran AEKI Dalam Meningkatkan Kualitas dan Sumber Daya Manusia

Pada tahun 2015 pemerintah melakukan upaya melalui anggaran dana APBNP yang dialokasikan untuk kegiatan intensifikasi kopi arabika, intensifikasi kopi robusta, peremajaan kopi robusta, dan perluasan kopi arabika dan kopi robusta. Untuk permasalahan SDM, pada bulan Mei 2015 dibentuklah Pusat Pelatihan Kopi Indonesia (PPKI), sebagai bentuk keseriusan AEKI dalam menjalankan misi Pemerintahan.

PPKI hadir dalam konsep yang profesional melengkapi fasilitas pelatihan dan bekerjasama dengan para *trainer* yang kompeten. AEKI menyiapkan sumber daya manusia yang memenuhi standar kompetensi yang bersertifikasi kepada seluruh pelaku perkopian dari hulu hingga hilir, melingkupi: pekebun, pedagang, pebisnis kopi, dan lain-lain. Sehingga AEKI dapat membantu apa yang menjadi harapan

²³ Direktorat Jendral Perkebunan. "Statistik Perkebunan Indonesia : 2014-2016 Kopi". Kementerian Pertanian.

asosiasi dan pemerintah untuk meningkatkan kualitas dan daya saing Sumber Daya Manusia Indonesia untuk meningkatkan produksi dan kualitas kopi Indonesia di mata dunia internasional.

2. Peran AEKI dalam Permasalahan Modal

Dalam meningkatkan produktifitas kopi tentunya diperlukan modal oleh para petani, juntuk mendukung petani dan produsen kopi Indonesia maka AEKI menyediakan dana bantuan melalui Kredit Usaha Rakyat (KUR) sebesar 5,9 miliar dengan kerjasama bersama pemerintah sehingga petani bisa menjadikan dana ini sebagai modal dalam membeli bibit dan pupuk berkualitas, serta merawat kebun kopi dengan baik. Dengan demikian, produksi kopi dalam negeri kian meningkat dari sisi kualitas dan kuantitasnya yang pada akhirnya memperkuat nilai tawar kopi nasional di mata internasional.²⁴

3. Peran AEKI dalam Permasalahan Infrastruktur dan Industri Pendukung.

Untuk mengatasi permasalahan tersebut, pemerintah Indonesia mendirikan koperasi-koperasi yang bertujuan untuk membantu proses pemasaran kopi dari petani kopi kecil ke eksportir kopi besar. Pemerintah juga telah mendirikan beberapa lembaga atau organisasi khusus yang menangani jalannya ekspor kopi di Indonesia yang menjadi tempat berkumpulnya para eksportir kopi dalam negeri.

Lembaga atau organisasi tersebut adalah Asosiasi Eksportir Kopi

²⁴ Antara News. "AEKI Usung Kesejahteraan Petani Kopi" pada <https://m.antaranews.com/amp/berita/549126/aeki-usung-kesejahteraan-petani-kopi>, diakses pada 2 April 2020.

Indonesia (AEKI) dan Gabungan Eksportir Kopi Indonesia (GAEKI). Kedua organisasi ini menjadi tempat berkumpulnya para eksportir kopi lokal yang membantu para eksportir dan petani kopi dalam negeri untuk dapat meningkatkan hasil produksi kopi serta menjadi sarana untuk membantu memasarkan produk kopi Indonesia baik didalam maupun luar negeri dan memantau perkembangan ekspor kopi Indonesia di pasar luar negeri.

4. Peran AEKI dalam Pemasaran Produk Kopi Indonesia

Eropa rutin mengadakan pameran kopi setiap tahun. Pameran ini akan menciptakan jaringan antara eksportir Indonesia dengan para importir, pengecer, agen, *roaster*, barista, dan distributor di seluruh Uni Eropa. Selain mengikuti promosi, mengembangkan produk kopi dalam bentuk kapsul/pod yang dapat dimasukkan ke dalam mesin kopi espresso bisa menjadi salah satu inovasi yang bisa dilakukan oleh produsen kopi Indonesia.

AEKI bisa memberikan pelatihan dalam pengemasan dan pengolahan produk kopi yang dihasilkan kepada para produsen kopi ataupun menyediakan alat pengolah kopi yang lebih modern sehingga bisa menghasilkan produk kopi yang menarik. Selain dalam memperbaharui kemasan produk, AEKI juga bisa memberikan panduan bagi para petani dalam meningkatkan produksi kopi arabika mengingat harga dari kopi arabika lebih tinggi daripada robusta.

Pencapaian Usaha Meningkatkan Ekspor ke Pasar Eropa

Melihat upaya yang telah dilakukan AEKI dan pemerintah Indonesia dalam meningkatkan mutu kopi dan ekspor, telah mengalami

keberhasilan walaupun belum sepenuhnya maksimal. Keberhasilan upaya yang dilakukan Indonesia dapat dilihat dengan meningkatnya kemampuan petani dalam memahami *Good Agricultural Practices* (GAP) dan sistem keberlanjutan yang sesuai standar mutu kopi serta tersedianya alat pengolahan kopi dan telah dioperasikan. Dengan pemahaman mengenai *Good Agricultural Practices* (GAP), para petani dapat mengolah perkebunan kopi dengan baik dan menghasilkan mutu kopi sesuai standar mutu kopi Indonesia.

Pencapaian produksi kopi juga mengalami peningkatan dari tahun 2015. Pada tahun 2016 produksi kopi nasional sebesar 663.871 ton, pada tahun 2017 menjadi 668.667 ton dan pada tahun 2018 mencapai 674.636 ton. Selain itu kapasitas ekspor kopi juga mengalami peningkatan, pada tahun 2018 terjadi lonjakan ekspor 21,49% menjadi 216.000 ton dengan peningkatan nilai menjadi US\$ 580 juta. Dengan meningkatnya mutu dan kualitas produksi kopi Indonesia maka Indonesia dapat memperluas dan mengembangkan pangsa pasar ke negara lain, seperti Amerika Serikat, dan negara-negara Asia (Malaysia, Taiwan, Philipina, Korea Selatan, Jepang, dan Singapura).

SIMPULAN

Indonesia merupakan negara agraris yang cukup subur untuk lahan pertanian dan perkebunan termasuk untuk pengembangbiakan tanaman kopi. Permasalahan yang dihadapi saat ini ialah masih rendahnya mutu dan produktifitas kopi Indonesia sehingga kalah bersaing dengan sesama negara ASEAN yaitu Vietnam. Dari 10 jenis kopi spesialti yang ada di dunia, lima di antaranya berasal dari Indonesia. Sayangnya, pengakuan dunia internasional

terhadap kualitas kopi Indonesia ternyata belum menggairahkan petani dan pelaku usaha kopi di Indonesia. Indonesia menduduki posisi keempat sebagai negara penghasil kopi terbesar di dunia setelah Brasil, Vietnam dan Kolombia.

Uni Eropa menjadi salah satu negara konsumen kopi terbesar di dunia, Eropa tidak memproduksi kopi, karena itu Eropa bergantung sepenuhnya pada impor dari negara-negara produsen kopi, baik untuk konsumsi dalam negeri maupun untuk diekspor kembali. Pasar kopi Eropa tergolong potensial, baik untuk kopi Arabika maupun Robusta. ICO mencatat Eropa menjadi *importer* kopi terbesar, menyerap hampir setengah produksi kopi dunia.

Negara konsumen kopi di pasar Uni Eropa menuntut kopi yang berkualitas dan aman bagi kesehatan. Tuntutan negara-negara tersebut diwujudkan dalam kopi yang bersertifikat. Uni Eropa juga meminta produk yang *sustainability* atau yang menerapkan sistem keberlanjutan.

Common Code for the Coffee Community (4C) adalah lembaga sertifikasi dunia yang telah melakukan sertifikasi kopi di Indonesia sejak tahun 2006. 4C merupakan inisiatif negara konsumen untuk mengatur permintaan pasokan kopi melalui penerapan prinsip keberlanjutan.

Asosiasi Eksportir dan Industri Kopi Indonesia (AEKI) dibentuk dan berperan dalam mengembangkan langkah untuk membentuk kesatuan pandangan dalam menghadapi persoalan tata niaga internasional tersebut. Untuk memasuki pasar Uni Eropa ini, banyak peraturan dan

ketentuan yang harus dipatuhi oleh eksportir kopi Indonesia.

Banyaknya regulasi dan kebijakan yang diterapkan oleh Uni Eropa tentunya menjadi tantangan bagi para eksportir. AEKI sebagai wadah yang menampung semua para eksportir dan menjadi naungan harus ikut berperan dalam menyesuaikan mutu biji kopi Indonesia agar sesuai dengan standar keberlanjutan yang diterapkan oleh Uni Eropa sehingga dengan meningkatnya mutu biji kopi maka akan memberikan pengaruh terhadap peningkatan daya saing ekspor biji kopi Indonesia di pasar Uni Eropa.

Dari penelitian ini dapat dilihat bahwa AEKI memiliki peran yang bisa membantu dalam peningkatan mutu dan kualitas kopi Indonesia sehingga meningkatkan daya saing ekspor ke pasar Eropa. Beberapa peran yang dilakukan oleh AEKI dalam menghadapi hambatan ekspor ke Eropa di antaranya:

a. Dalam Meningkatkan Kualitas dan Sumber Daya Manusia

Pada tahun 2015 pemerintah melakukan upaya melalui anggaran dana APBNP yang dialokasikan untuk kegiatan intensifikasi kopi arabika, intensifikasi kopi robusta, peremajaan kopi robusta, dan perluasan kopi arabika dan kopi robusta. Kegiatan ini memberikan pemahaman, pelatihan serta fasilitas kepada petani untuk melaksanakan *Good Agricultural Practices* (GAP). Pada implementasinya.

Untuk permasalahan SDM, pada bulan Mei 2015 dibentuklah Pusat Pelatihan Kopi Indonesia (PPKI), sebagai bentuk keseriusan AEKI dalam menjalankan misi Pemerintahan. PPKI hadir dalam konsep yang profesional melengkapi fasilitas pelatihan dan bekerjasama

dengan para *trainer* yang kompeten. AEKI menyiapkan sumber daya manusia yang memenuhi standar kompetensi yang bersertifikasi kepada seluruh pelaku perkopian dari hulu hingga hilir

b. Permasalahan Modal

AEKI menyediakan dana bantuan melalui Kredit Usaha Rakyat (KUR) sebesar 5,9 miliar dengan kerjasama bersama pemerintah sehingga petani bisa menjadikan dana ini sebagai modal dalam membeli bibit dan pupuk berkualitas, serta merawat kebun kopi dengan baik. Dengan demikian, produksi kopi dalam negeri kian meningkat dari sisi kualitas dan kuantitasnya yang pada akhirnya memperkuat nilai tawar kopi nasional di mata internasional.

c. Permasalahan Infrastruktur

Pemerintah telah mendirikan beberapa lembaga atau organisasi khusus yang menangani jalannya ekspor kopi di Indonesia yang menjadi tempat berkumpulnya para eksportir kopi dalam negeri. Lembaga atau organisasi tersebut adalah Asosiasi Eksportir Kopi Indonesia (AEKI) dan Gabungan Eksportir Kopi Indonesia (GAEKI). Kedua organisasi ini menjadi tempat berkumpulnya para eksportir kopi lokal yang membantu para eksportir dan petani kopi dalam negeri untuk dapat meningkatkan hasil produksi kopi serta menjadi sarana untuk membantu memasarkan produk kopi Indonesia baik didalam maupun luar negeri dan memantau perkembangan ekspor kopi Indonesia di pasar luar negeri.

d. Pemasaran Produk Kopi Indonesia

Selain mengikuti promosi, mengembangkan produk kopi dalam bentuk kapsul/pod yang dapat dimasukkan ke dalam mesin kopi

espresso bisa menjadi salah satu inovasi yang bisa dilakukan oleh produsen kopi Indonesia. Produk kopi dalam bentuk kapsul/pod dapat menjadi *market leader* dikarenakan hal ini menjadi tren baru di pasar Uni Eropa. AEKI bisa memberikan pelatihan dalam pengemasan dan pengolahan produk kopi yang dihasilkan kepada para produsen kopi ataupun menyediakan alat pengolah kopi yang lebih modern sehingga bisa menghasilkan produk kopi yang menarik. Selain dalam memperbaharui kemasan produk, AEKI juga bisa memberikan panduan bagi para petani dalam meningkatkan produksi kopi arabika mengingat harga dari kopi arabika lebih tinggi daripada robusta.

DAFTAR RUJUKAN

BUKU

Basri, Faisal dan Haris Munandar. 2010. *Dasar-dasar Ekonomi Internasional: Pengenalan & Aplikasi Metode Kuantitatif*. Jakarta: Kencana.

Curry, Jeffrey Edmund. (2001). *Memahami Ekonomi Internasional*. Jakarta: PPM.

Pascal, Syafrijal Sunarno. (2009). *30 Tahun AEKI Berkarya*. Jakarta: AEKI.

Putra, Rhendy Kencana. (2015). *Outlook Kopi*. Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian Sekretariat Jenderal: Kementerian Pertanian.

Salvatore, Dominick. (1997). *Ekonomi Internasional (5th ed)*. (Munandar, Haris, Trans). Jakarta: Erlangga.

Warsa, Nawa. (1988). *AEKI Berkarya (1979-1988)*. Jakarta: AEKI.

JURNAL

Sari, Desi Ratna. 2016. Analisis Posisi Ekspor Kopi Indonesia. *Jom Faperta*, Vol.3, No.1.

Ustriaaji, Farid. 2016. Analisis Daya Saing Komoditi Ekspor Unggulan Indonesia di Pasar Internasional. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, Vol.14, No. 02.

WEBSITE

Antara News. *AEKI Usung Kesejahteraan Petani Kopi*. <https://m.antaranews.com/amp/berita/549126/aeki-usung-kesejahteraan-petani-kopi>

Asosiasi Eksportir dan Industri Kopi Indonesia, https://www.aeki.aice.org/profile_aeki.html

Asosiasi Eksportir dan Industri Kopi Indonesia. *Mutu Kopi*. https://www.aeki.aice.org/mutu_kopi_aeki.html

Databoks. 2018. *Berapa Ekspor Kopi Indonesia?*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/03/24/berapa-ekspor-kopi-indonesia>

Databoks. 2017. *Inilah 10 Negara Tujuan Utama Kopi Ekspor Kopi Indonesia*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2017/12/05/inilah-10-negara-tujuan-utama-ekspor-kopi-indonesia>

Gabungan Eksportir Kopi Indonesia. *Areal dan Produksi*. <https://gaeki.or.id/areal-dan-produksi/>

Gabungan Asosiasi Eksportir Kopi Indonesia. *Peraturan Ekspor*. <http://gaeki.or.id/ketentuan-ekspor-kopi/>

Gabungan Eksportir Kopi Indonesia. *Export*. <http://gaeki.or.id/en/ekspor/>

Gunnars, K. 2017. *13 Health Benefits of Coffe, Based On Science*. <http://www.healthline.com/nutrition/top-13-evidence-based-health-benefits-of-coffee#section1>

Indonesia Trade Promotion Center. 2016. *Brief Market : Peluang Usaha Produk Biji Kopi di Italia*. <http://djpen.kemendag.go.id/membership/data/files/58213-bijikopi.pdf>

Kompas. *Lika – liku Produksi Kopi Indonesia dan Strategi Pemerintah Meningkatkan Produktivitasnya*. <https://ekonomi.kompas.com/read/2018/04/27/101500626/liku-liku-produksi-kopi-indonesia-dan-strategi-pemerintah-meningkatkan-produktivitasnya?page=all>

Multimeter Digital *One Solution for Digital Meter. Standar Mutu Biji Kopi*. <https://multimeter-digital.com/standar-mutu-biji-kopi.htm>.

Persyaratan Mutu Kopi Uni Eropa. <http://inatrimis.kemendag.go.id/index.php?id=akses-pasar-uni-eropa-kopi>

Simamora, Sehat Dinati. *Market Brief Langkah dan Strategi Ekspor ke Uni Eropa*. <http://www.apindo.or.id>.