

KEPENTINGAN INDONESIA MERATIFIKASI *INTERNATIONAL COFFEE AGREEMENT*

Oleh: Handayana Putra Kurniawan¹

Pembimbing : Drs. Tri Joko Waluyo, M.si
Email and Phone : handayana.putra@yahoo.co.id/ +6281277698154
Bibliografi : 2 Jurnal, 5 Buku, 6 Website

Jurusan Hubungan Internasional
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Riau
Kampus Bina Widya km. 12,5 Simpang Baru-Pekanbaru 28293
Telp. (0761) 63277, 23430

Abstract

Indonesia is the third coffee producer in the world. These coffee exports are the second largest of Indonesia's national income from plantation sector after crude palm oil. These national incomes have to be maintained. Yet, Indonesia produces low grade quality coffee and difficult to compete on international market. Indonesia has to take a foreign policy to solve that problem. Then, Indonesia ratified International Coffee Agreement 2007. Indonesia has national interest on that policy. This research describes Indonesia's national interest ratifying International Coffee Agreement 2007.

This research uses Snyder's foreign policy theory and Donald E Nuchterlain's national interest theory. The method that is used in this research is qualitative research. Some of the datas are obtained from books, journals, articles, internet and other media. This research focuses on finding Indonesia's national interest on ratifying International Coffee Agreement 2007.

Coffee exports are very important for Indonesia. Though Indonesian coffee has low grade quality, it gives big national income for Indonesia. Indonesia's national interests on ratifying International Coffee Agreement 2007 to be Perpres No. 63 tahun 2008 are to increase Indonesia's coffee quality and to maintain national incomes. Indonesia gets transfer of technology and being helped to find new market to export coffee by International Coffee Organization.

Keywords: *International Coffee Agreement, national interest, foreign policy.*

¹ Mahasiswa Jurusan Ilmu Hubungan Internasional Universitas Riau Angkatan 2011

PENDAHULUAN

Penelitian ini membahas tentang kepentingan Indonesia dalam meratifikasi *International Coffee Agreement* tahun 2007. Negara-negara di dunia ini perlu menjalin hubungan perdagangan untuk memenuhi kebutuhan tiap-tiap negara tersebut.² Perdagangan internasional merupakan salah satu aspek penting dalam perekonomian suatu negara. Perdagangan internasional memiliki dampak yang luas terhadap perekonomian suatu negara terutama di negara berkembang dengan pendapatan yang rendah yang tidak memungkinkan untuk melakukan akumulasi tabungan dan modal. Perdagangan internasional memberikan harapan bagi negara untuk bisa menutupi kekurangan tabungan domestik yang diperlukan bagi pembentukan modal dalam rangka meningkatkan produktivitas perekonomiannya.

Secara umum sektor pertanian di negara berkembang sangat dipengaruhi oleh kecendrungan globalisasi dan liberalisasi. Salah satu komoditas pertanian yang sangat dipengaruhi oleh pasar global adalah komoditi kopi.³ Devisa dari kopi menunjukkan perkembangan yang cukup berarti bagi Indonesia. Lebih dari 90% produksi kopi Indonesia merupakan produksi kopi rakyat dan sisanya adalah produksi kopi perkebunan besar milik negara dan swasta. Sejak tahun 1984, Indonesia termasuk sebagai negara produsen dan pengekspor kopi dunia ketiga setelah Brazil dan Kolombia.⁴ Kopi merupakan

sumber devisa yang menjanjikan bagi Indonesia, hal ini setidaknya dapat memberikan gambaran bahwa jika terjadi krisis kopi maka banyak petani kopi yang terkena dampaknya.

Mutu kopi yang dihasilkan oleh Indonesia masih tergolong rendah jika dibandingkan dengan negara-negara lain yang juga merupakan produsen komoditi kopi, hal ini disebabkan karena di Indonesia penanganan proses produksinya masih sederhana. Sekitar 80% luas areal tanaman kopi di Indonesia dikelola oleh rakyat (perkebunan rakyat) dan 88,80% produksi kopi Indonesia berasal dari perkebunan kopi rakyat dengan sistem pertanian, teknik budidaya, perlakuan dalam proses pasca panen dan kondisi sosial petani kopi masih relatif sederhana dan bersifat tradisional sehingga menyebabkan mutu kopi yang dihasilkan petani kita sangat rendah.⁵ Indonesia masih memiliki beberapa kelemahan dalam memproduksi kopi seperti diantaranya produktivitas tanaman masih rendah (60% dari potensi produksi), karena masih menggunakan benih asalan, serta sebagian tanaman dalam kondisi tua dan rusak, pengelolaan belum sesuai standar teknis serta serangan hama penyakit, masih lemahnya kelembagaan petani. Produk yang dihasilkan dan diekspor berupa biji kopi (*green beans*), tingkat konsumsi kopi per kapita di dalam negeri masih rendah (0,86 kg/kapita/th) dibanding dengan Brazil dan Columbia (3-4 kg/kapita/th), terbatasnya akses permodalan dan masih terbatasnya kemitraan antara pengusaha/industri/eksportir dengan petani.⁶

² Widjaja Gunawan dan Yani Ahmad. 2000. *Hukum Tentang Perlindungan Konsumen*. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

³ Anon. 2013. *Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan komoditi kopi di Sumatera Utara*. USU, Medan.

⁴ *Ibid.* hlm 8

⁵ *Ibid.* hlm 9.

⁶ Bahan presentasi seminar industri pengolahan kopi. 2014. Diakses dari

Menimbang keadaan sumber daya kopi di Indonesia yang melimpah, dan Indonesia ingin menjual produk kopinya ke luar negeri (ekspor), maka Indonesia ikut dalam Organisasi Kopi Internasional atau *Internasional Coffee Organization* (ICO) dan ikut meratifikasi Persetujuan Kopi Internasional atau *International coffee Agreement* (ICA) tahun 2007 menjadi Perpres No. 63 tahun 2008. Negara-negara Anggota mengambil langkah-langkah yang diperlukan untuk memungkinkan mereka memenuhi kewajibannya berdasarkan perjanjian ini dan sepenuhnya bekerjasama satu sama lain untuk menjamin tercapainya tujuan-tujuan perjanjian. Negara Anggota terutama melaksanakan penyediaan semua informasi yang diperlukan dalam rangka memudahkan berlakunya perjanjian. Keikutsertaan Indonesia dalam organisasi produsen kopi juga dengan pertimbangan rasa solidaritas antar negara non-blok dan dalam pelaksanaan yang menyangkut intervensi pasar lebih banyak dipercayakan kepada dunia usaha melalui organisasi komoditi yang bersangkutan. Keberadaan organisasi produsen ini cukup bermanfaat bagi negara-negara produsen kopi.

International coffee Agreement (ICA) yang disahkan di London, Inggris, pada tanggal 28 September 2007 ini merupakan kumpulan dari berbagai tujuan yang ingin dicapai oleh anggota ICO, bentuk keanggotaan dan bentuk organisasi, hak-hak istimewa yang akan didapatkan, struktur dewan kopi internasional, promosi dan pengembangan pasar, kegiatan proyek pengembangan kopi, informasi serta forum untuk konsultasi, sengketa dan pengaduan. Indonesia menilai *International coffee Agreement* ini sangat penting sehingga

harus diratifikasi agar dapat dilaksanakan demi mencapai kepentingannya.

Produksi kopi di Indonesia dapat dibidang bagus, dengan produksi yang banyak, Indonesia dapat mengekspor ke luar negeri. Namun di lain sisi, Indonesia masih memiliki beberapa kekurangan dalam memproduksi kopi. Indonesia juga meratifikasi *International coffee Agreement* (ICA) tahun 2007 menjadi Perpres No. 63 tahun 2008. Pengambilan keputusan ini tentu saja memiliki kepentingan tersendiri bagi Indonesia demi mencapai kepentingannya. Berdasarkan ulasan pada latar belakang dan paparan diatas, maka peneliti tertarik untuk mengangkat pertanyaan penelitian yang akan menjadi fokus pembahasan dalam penelitian ini, yaitu Mengapa Pemerintah Indonesia meratifikasi *International Coffee Agreement* (ICA) tahun 2007?

KERANGKA TEORI

1. Teori Politik Luar Negeri (Teori Internal – Eksternal Setting Dari Snyder, Bruck dan Sapin).

Richard Snyder, H.W. Bruck, dan Burton Sapin adalah tokoh awal yang mengkaji teori - teori politik luar negeri. Mereka mencoba mengkaji lebih dalam “*state*” yang di dalam perspektif realisme hanya dijelaskan sebagai aktor utama yang memperjuangkan kepentingan nasional suatu negara yang tidak diuraikan secara lebih lanjut. Mereka mengatakan adalah penting untuk menganalisis aktor-aktor (para pembuat keputusan resmi) dalam hal-hal berikut:

- (a) pemilahan dan penghubungan obyek-obyek, kondisi-kondisi dan aktor-aktor lain- berbagai hal

dipersepsikan atau diharapkan dalam suatu konteks relational.

(b) keberadaan, pembuatan atau definisi dari tujuan-yang diinginkan dari situasi.

(c) pengaitan signifikansinya terhadap berbagai tindakan yang dihubungkan dengan situasi mengikuti beberapa kriteria pengiraan.

(d) penerapan *standards of acceptability* yang (1) mempersempit pilihan persepsi, (2) mempersempit pilihan obyek-obyek yang diinginkan, dan (3) mempersempit jumlah alternatif.⁷

Dengan demikian Snyder mengakui bahwa keputusan yang di buat oleh para pembuat keputusan negara dan keputusan politik luar negeri dipengaruhi oleh faktor-faktor diluar unit keputusan (*faktor internal* dari *setting-setting eksternal*). *Setting* adalah seperangkat pengelompokan faktor-faktor yang secara potensial relevan dan kondisi-kondisi yang mungkin mempengaruhi tindakan negara⁸. Hal yang mempengaruhi pembuatan keputusan negara tersebut terdiri dari dua hal: *internal* dan *eksternal*. *Setting internal* memberi arah pedoman kepada cara-cara masyarakat suatu negara diorganisasikan dan berfungsi. Di dalam ciri-ciri dan perilaku orang dan habitat fisik seperti politik domestik dan politik kepartaian, opini dan sikap publik, posisi geografis dan kekuatan nasional (kepentingan nasional). *Setting eksternal* menunjukkan pada faktor-faktor dan

kondisi yang ada di luar wilayah teritori negara. Dengan demikian pendekatan pembuatan keputusan politik luar negeri sangatlah kompleks, akan tetapi dapat di tarik dan diwakili dengan dua interval yang berpengaruh sangat kuat sekali di dalam metode pembuatan keputusan politik luar negeri. Faktor eksternal yang berada di luar teritori wilayah negara dan faktor internal yang terjadi di dalam negeri suatu negara adalah faktor-faktor yang mempengaruhi pembuatan keputusan.

Politik luar negeri Indonesia adalah transformasi kepentingan nasional. Sedangkan kepentingan nasional bersifat fluktuatif dan dinamis sebagai respon terhadap peristiwa penting dunia. Adapun faktor internal dan eksternal telah mempengaruhi karakteristik politik luar negeri pada setiap periode pemerintahan. Apabila setiap Negara, dalam entitasnya menetapkan kebijakan yang mengatur hubungannya dengan dunia internasional maka kebijakan tersebut sekaligus berfungsi menjelaskan keterlibatannya dalam isu-isu internasional. Kebijakan Negara baik domestik maupun internasional selalu didasarkan pada usaha memelihara dan mewakili kepentingan nasional. Seketika kepentingan nasional itu dibawa keluar maka saat itu pula kepentingan nasional dikemas dalam politik luar negeri.

Oleh karena itu faktor internal yang mempengaruhi kebijakan luar negeri Indonesia dalam meratifikasi *International coffee Agreement (ICA)* tahun 2007 menjadi Perpres No. 63 tahun 2008 adalah faktor determinan situasi ekonomi yang mana ekspor kopi ke luar negeri merupakan sumber yang sangat besar bagi devisa Negara. Tentu saja pengambilan kebijakan ratifikasi ini sudah melewati tahap-tahap atau

⁷ Eby Hara, Abu Bakar. 2011. *Pengantar Analisis Politik Luar Negeri , Dari Realisme sampai Konstruktivisme, Nuansa* , Bandung.

⁸ Snyder, Richard C., H.W Bruck, and Burton Sapin. 1962. *Foreign Policy Decision Making: An Approach to the Study of International Politics*. Glencoe: Free Press.

langkah-langkah utama dalam menentukan pengambilan kebijakan. Seperti misalnya mempertimbangkan situasi ekonomi domestic yang mana Indonesia membutuhkan devisa dari penjualan kopi ini keluar negeri. Dalam draft ICA banyak perjanjian-perjanjian yang akan menguntungkan Indonesia. Ratifikasi ICA ini tentu saja juga akan memudahkan proses ekspor kopi Indonesia kedepannya. Kebijakan ratifikasi ini juga memperperhatikan keadaan mutu dan kualitas produk kopi Indonesia yang dinilai rendah dan tidak dapat bersaing di pasar internasional.

Faktor eksternal yang menjadi sorotan utama bagi Indonesia adalah kondisi komoditas kopi internasional yang fluktuatif dan selalu berubah dalam hal mutu produksi, meningkatnya permintaan konsumen serta semakin majunya industri pengolahan kopi dengan berbagai teknologi membuat Indonesia merasa tertantang dalam memproduksi kopi untuk pasar internasional. Di sisi lain, Indonesia juga mengerti akan kekurangan yang dimilikinya, maka dari itulah Indonesia membutuhkan ICA ini untuk diratifikasi agar dapat berperan dalam ICO dan menjalin hubungan dengan berbagai negara eksportir lainnya dan juga dapat berbagi informasi tentang cara bagaimana memproduksi kopi yang bermutu tinggi serta pertukaran teknologi.

2. Konsep Kepentingan Nasional

Penelitian ini juga menggunakan konsep kepentingan nasional yang digunakan oleh Donald E. Nuchterlain. Donald E. Nuchterlain mengemukakan kepentingan sebagai kebutuhan yang dirasakan oleh suatu negara dalam hubungannya dengan Negara lain yang merupakan lingkungan

eksternalnya.⁹ Kepentingan nasional inilah yang memberikan kontribusi yang besar bagi pembentukan pandangan-pandangan keluar bagi suatu bangsa. Kepentingan nasional yang dirumuskan oleh Donald E. Nuchterlain terbagi atas empat poin, yaitu:

1. *Defense Interest*: Kepentingan untuk melindungi Negara atau rakyat dari ancaman fisik dari Negara lain atau perlindungan ancaman terhadap sistem suatu Negara.

2. *Economic Interest*: Kepentingan ekonomi yang berupa tambahan nilai secara ekonomi dalam hubungannya dengan Negara lain dimana hubungan perdagangan yang dilakukan dengan Negara lain akan memberikan keuntungan.

3. *World Order Interest*: Kepentingan tata dunia dengan adanya jaminan pemeliharaan terhadap sistem politik dan ekonomi internasional dimana suatu Negara dapat merasakan keamanan sehingga rakyat dan badan usahanya dapat beroperasi diluar batas Negara dengan aman.

4. *Ideological Interest*: Kepentingan ideologi dengan perlindungan terhadap serangkaian nilai-nilai tertentu yang dapat dipercaya dan dapat dipegang masyarakat dari suatu Negara yang berdaulat.

Dalam konteks ratifikasi ICA menjadi Perpres No. 63 tahun 2008, kepentingan ekonomilah yang sangat menonjol. Objek yang dikaji merupakan hasil subsector perkebunan yaitu kopi. Sebagaimana yang diungkapkan Donald, Indonesia membutuhkan lingkungan eksternal untuk mencapai kepentingan

⁹ Nuchterlain, Donald E..1979. *National Interest A new Approach*, Orbis. Vol 23. No.1 (Spring).

ekonominya. Dalam penelitian ini, lingkungan eksternal tersebut adalah *International Coffe Organization* yang mengeluarkan *International Coffe Agreement*. Dalam draft ICA, terdapat berbagai cara dalam mengatasi kelemahan produksi kopi Indonesia, salah satu contohnya adalah penelitian dalam meningkatkan mutu kopi. Mutu kopi Indonesia dinilai kurang memenuhi standart di dunia Internasional, maka dari itu, untuk bisa menaikkan standar mutu kopinya, Indonesia meratifikasi ICA ini.

PEMBAHASAN

Penelitian ini akan menjelaskan tentang kepentingan Indonesia meratifikasi *International Coffe Agreement* (ICA) 2007 dan apa saja keuntungan yang didapat Indonesia setelah meratifikasi ICA 2007 tersebut.

Gambaran Umum Kopi Indonesia

Tanaman kopi di Indonesia sebagian besar terletak di sebelah selatan khatulistiwa, seperti di Sumatera bagian Selatan, Jawa, Sulawesi bagian Selatan, Bali, dan Nusa Tenggara. Beberapa varietas kopi banyak diusahakan di Indonesia antara lain *Abesinia*, *Pasumah*, *Marago Type*, *Luwak* dan *Congensis*. Di dunia perdagangan, dikenal beberapa golongan kopi, tetapi yang sering dibudidayakan hanya kopi Arabika dan Robusta. Lebih dari 40 jenis varietas kopi yang ada di dunia, terdapat dua jenis kopi utama yang paling banyak diperdagangkan. Salah satunya yaitu kopi Arabika. Hampir 75 persen produksi kopi di dunia merupakan kopi jenis Arabika dan Indonesia menyumbang 10 persen dari jumlah tersebut.

Kopi yang banyak diproduksi dan diekspor oleh Indonesia adalah kopi arabika dan kopi robusta.

Kopi Arabika adalah spesies asli yang berasal dari Ethiopia. Tumbuh di Afrika barat, India barat, Brazil dan Jawa. Tanaman ini termasuk dalam familia *Rubiaceae* (kopi-kopian) dan *genus Coffea*. Kopi arabika merupakan tanaman perdu tahunan yang memiliki akar tunggang. Tingginya antara 7-12 m dan mempunyai cabang. Sedangkan Robusta adalah jenis kopi terbanyak yang diproduksi oleh Indonesia. Kopi robusta berasal dari kata 'robust' yang artinya kuat, sesuai dengan gambaran postur (*body*) atau tingkat kekentalannya yang kuat. Dipasaran, kopi robusta dijual dengan harga lebih rendah dibanding arabika. Sehingga untuk menghemat biaya produksi petani kopi robusta cenderung mengabaikan penanganan pasca panen. Pada gilirannya akan membuat mutu kopi yang dihasilkan rendah. Aroma kopi robusta tidak sekuat arabika, dengan tingkat kekentalan (*body*) sedang hingga berat dan citarasa pahit. Kandungan kafein kopi robusta lebih dari dua kali lipat arabika, yaitu berkisar 1,7-4%.

Komoditas Kopi Indonesia

Posisi Indonesia juga cukup strategis dalam perdagangan kopi dunia, karena Indonesia menempati posisi ketiga sebagai negara produsen dan pengekspor kopi terbesar di dunia setelah Brazil dan Colombia.¹⁰ Tujuan ekspor kopi utama Indonesia antara lain adalah ke negara- negara anggota MEE (Masyarakat Ekonomi Eropa), negara kawasan Amerika khususnya negara Amerika Serikat serta negara di kawasan Asia seperti Jepang, Singapura, Korea dan Malaysia, hampir 90 persen pasar ekspor kopi Indonesia berada di tiga

¹⁰ Purnamasari, Meidina. 2014. Analisis Daya Sain Kopi Indonesia di Pasar Dunia. AGRISE Volume XIV No. 1 Bulan Januari 2014.

kawasan tersebut.¹¹ Hal ini merupakan prospek yang cukup cerah bagi Indonesia untuk dapat meningkatkan devisa negara dari ekspor kopi pada tiga kawasan tersebut.

Potensi perdagangan kopi Indonesia sangat menjanjikan, namun potensi tersebut tidak dapat dimaksimalkan jika masih terdapat beberapa kendala diberbagai bidang. Salah satunya adalah produktivitas kopi di Indonesia adalah menggunakan bahan tanam unggul yang sesuai dengan agroekosistem tempat tumbuh kopi dan penerapan teknologi budidaya yang tidak standar sehingga menghasilkan biji kopi yang kurang berkualitas. Di samping itu, pola pengelolaan perkebunan kopi rakyat di Indonesia sebagian besar dilakukan secara tradisional, dibandingkan dengan negara pengespor kopi lainnya.

International Coffee Agreement (ICA)

International Coffee Agreement (ICA) merupakan perjanjian yang disepakati oleh negara-negara pengeksport kopi sejak tahun 1962. Perjanjian yang terbaru adalah perjanjian yang disepakati oleh 77 Anggota Dewan Kopi Internasional yang diadakan di London pada tanggal 28 September 2007.¹² Perjanjian ini merupakan instrumen penting dalam kerjasama perdagangan kopi internasional dan akan memberikan kerangka hukum untuk kegiatan inti yang dilakukan oleh Organisasi. Perjanjian ini banyak memberikan keuntungan bagi negara yang meratifikasinya, dimulai dari mendapatkan keanggotaan dalam

Organisasi Kopi Internasional (ICO), inovasi baru pada pengembangan dan pendanaan proyek-proyek pembangunan kopi, pembentukan Forum Konsultasi Keuangan Sektor Kopi, menanggapi kebutuhan untuk peningkatan akses informasi pada topik terkait keuangan dan manajemen risiko di sektor kopi, meningkatkan transparansi pasar, kegiatan-kegiatan seperti kampanye informasi, penelitian, pengembangan kapasitas dan studi yang berkaitan dengan produksi dan konsumsi kopi. Perjanjian ini telah disepakati sejak tahun 1962 dan Indonesia telah ikut serta sejak awal perjanjian ini dibentuk dan merupakan anggota senior sebagai negara pengeksport kopi. Perjanjian ini telah beberapa kali diperbaharui agar mendapatkan hasil yang lebih optimal sejak tahun 1962 hingga yang terbaru tahun 2007.

International Coffee Agreement (ICA) 2007

Perjanjian Kopi Internasional ketujuh dan yang terbaru ini disepakati oleh 77 Anggota Dewan Kopi Internasional yang ditandatangani di London pada tanggal 28 September 2007. Tujuan keseluruhan Perjanjian ini adalah untuk memperkuat sektor kopi global dan mempromosikan ekspansi berkelanjutan dalam lingkungan berbasis pasar untuk kemajuan semua peserta di sektor tersebut. Tujuan baru lainnya termasuk mendorong anggota untuk mengembangkan prosedur keamanan pangan yang tepat di sektor kopi, mendorong anggota untuk mengembangkan strategi untuk membantu masyarakat lokal dan petani skala kecil untuk mendapatkan keuntungan dari produksi kopi, dan memfasilitasi ketersediaan informasi pada alat dan jasa keuangan.

¹¹ AEKI (Asosiasi Eksportir Kopi Indonesia). 2006. *Statistik Kopi 2003-2005*. Jakarta.

¹² International Coffee Organization. 2008. *International Coffee Agreement 2007*. <http://www.ico.org/ica2007.asp>. Diakses Februari 2015.

Keuntungan meratifikasi *International Coffee Agreement 2007*

Perjanjian ini merupakan instrumen kunci dalam kerjasama internasional dalam bidang kopi dan keanggotaan dalam organisasi. Keuntungan yang didapat oleh negara yang meratifikasinya adalah:

1. Hubungan antar pemerintah dan kontak dekat dengan sektor swasta. Anggota berhak untuk menunjuk perwakilan di Dewan Kopi Internasional dan mengadakan pertemuan dua kali dalam setahun di markas ICO di London untuk meninjau situasi pasar kopi dan mengembangkan kebijakan kopi. Keanggotaan juga memfasilitasi kontak dekat dengan sektor kopi swasta.
2. Pengembangan kebijakan perdagangan kopi internasional. Anggota memiliki akses dalam forum dimana produsen dan konsumen negara dapat membahas isu-isu kunci dan kesulitan yang berkaitan dengan perdagangan kopi internasional, mengembangkan kebijakan, dan solusi secara tepat waktu.
3. Pembiayaan sektor kopi. Forum Konsultasi di Sektor Keuangan Kopi memfasilitasi konsultasi pada topik terkait keuangan dan manajemen risiko di sektor kopi, dengan penekanan khusus pada kebutuhan produsen skala kecil dan menengah serta masyarakat lokal di daerah-daerah penghasil kopi. Forum

ini berurusan dengan topik mulai dari agregasi sebagai platform di mana akses petani kecil untuk membiayai dan manajemen risiko dapat dicapai secara lebih efektif, untuk membantu negara-negara penghasil untuk terlibat dengan lembaga multilateral.

4. Proyek pengembangan kopi. Keanggotaan ICO memungkinkan negara anggota untuk berpartisipasi dalam proyek-proyek pengembangan kopi, transfer teknologi, termasuk pengembangan pasar kopi, di mana ICO telah mensponsori proyek-proyek yang bertujuan mempromosikan akses manajemen risiko harga kopi untuk kredit, pengembangan bursa komoditas, dan penguatan kapasitas komersial dan manajemen produsen. ICO memiliki proyek yang dirancang untuk mengurangi hama utama dan penyakit yang mempengaruhi kopi, sehingga meningkatkan kualitas tanaman dan pendapatan bagi petani kecil.
5. Kualitas kopi. Kualitas kopi penting dalam industri kopi internasional dan secara luas dipandang sebagai sarana utama meningkatkan konsumsi kopi global. ICO memiliki program peningkatan kualitas kopi yang menetapkan standar target kopi ekspor seperti kadar air maksimum, dan memainkan peran penting

dalam meningkatkan kualitas kopi di pasar dunia dalam kepentingan produsen dan konsumen. 29 negara produsen saat ini berpartisipasi dalam program ini, yang mencakup lebih dari 68% dari ekspor kopi dunia. Keanggotaan ICO memungkinkan negara untuk berkontribusi terhadap upaya meningkatkan kualitas kopi yang ada di kepentingan jangka panjang sektor kopi mereka.

6. Peningkatan permintaan kopi. Upaya untuk mempromosikan konsumsi memiliki peran penting dalam mencapai ekonomi kopi dunia yang seimbang dan berkelanjutan. Keanggotaan memungkinkan negara untuk mengambil bagian inisiatif untuk mempromosikan konsumsi, seperti menyediakan panduan praktis untuk meningkatkan permintaan untuk kopi. Organisasi juga telah mensponsori penciptaan ICO *Coffee Club*, komunitas kolaboratif di Internet dimana peserta dapat berinteraksi dan mengembangkan cara-cara untuk meningkatkan konsumsi dunia di pasar tradisional dan negara produksi. Berdasarkan Perjanjian 2007 ini, rencana aksi untuk mempromosikan konsumsi termasuk tujuan untuk mempromosikan nilai melalui kualitas, kesehatan, kelestarian dan diferensiasi. Hal ini juga bertujuan untuk

mendukung negara-negara penghasil kopi untuk meningkatkan pendapatan, dengan fokus khusus pada petani kecil, dengan ICO bertindak sebagai fasilitator.

7. Komunikasi yang positif pada sektor kopi. Anggota ICO mendapatkan manfaat untuk memobilisasi inisiatif kerja sama dengan perwakilan dari sektor swasta dalam memproduksi kopi dan negara-negara konsumen. ICO bekerjasama dengan sektor swasta untuk menyebarkan informasi positif pada kopi untuk media dan pihak lain yang berkepentingan. Hasilnya adalah Program Pendidikan Kopi, yang menyebarkan informasi tentang berbagai efek kesehatan yang positif dari minum kopi.
8. Pelatihan dan informasi. Anggota ICO juga mendapatkan keuntungan dari lokakarya dan seminar yang diadakan. Topik-topik yang diangkat seperti Mencapai pasokan yang berkelanjutan di pasar kopi, Indikasi Geografis, kopi gourmet dan kopi organik yang mempertemukan para pakar terkemuka di bidang tersebut, serta Konferensi Kopi Dunia tingkat tinggi yang diselenggarakan secara teratur. Kesembilan, informasi dan sumber. Anggota memiliki akses ke informasi yang obyektif dan komprehensif di pasar kopi dunia, dengan laporan

berkala tentang situasi pasar dan studi ekonomi untuk menginformasikan pengambilan keputusan mereka, dan data statistik yang komprehensif pada perdagangan kopi dunia dan ekonomi

International Coffee Organization (ICO)

International Coffee Organization (ICO)/Organisasi Kopi Internasional didirikan pada tahun 1963. Berdirinya sebuah organisasi internasional tentu saja memiliki tujuan-tujuan yang ingin dicapai oleh negara-negara anggota. Organisasi kopi internasional mempunyai tujuan sebagai berikut:

1. Mempromosikan kerjasama internasional dalam bidang perkopian;
2. Menyediakan suatu forum konsultasi (wadah) antar pemerintah, dan negosiasi apabila diperlukan, tentang masalah perkopian dan cara untuk mencapai keseimbangan yang layak antara penawaran dan permintaan dunia atas dasar yang menjamin penawaran kopi yang memadai pada harga yang wajar bagi para konsumen dan pasar-pasar kopi dengan harga yang menguntungkan bagi para produsen, dan yang akan mendukung keseimbangan jangka panjang antara produksi dan konsumsi;
3. Menyediakan suatu forum konsultasi tentang permasalahan kopi dengan sektor swasta;
4. Memfasilitasi perluasan dan transparansi perdagangan kopi internasional;

5. Bertindak sebagai suatu pusat untuk melakukan pengumpulan dan analisa serta penyebaran dan publikasi informasi ekonomi dan teknik, data statistik dan hasil-hasil studi, penelitian dan pengembangan bidang perkopian;
6. Mendorong Anggota untuk mengembangkan ekonomi perkopian yang berkesinambungan;
7. Mempromosikan, mendorong dan meningkatkan konsumsi kopi;
8. Menganalisa dan memberikan saran dalam persiapan proyek-proyek yang memberikan manfaat bagi ekonomi perkopian dunia;
9. Mempromosikan kualitas kopi dan;
10. Mempromosikan pelatihan dan program-program informasi yang dirancang untuk membantu alih teknologi yang berkaitan dengan bidang perkopian kepada para Anggota.

Standar Mutu Kopi Ekspor menurut *International Coffee Organization*

Standar ini merupakan hasil dari beberapa kali revisi, dengan mempertimbangkan perkembangan pasar global dan persyaratan internasional serta memperhatikan Resolusi ICO (*International Coffee Organization*) No: 407 tentang “*Coffee Quality Improvement Program*”.¹³ Menurut resolusi ICO No. 407, standar minimum biji kopi ekspor adalah:

¹³ Mutu kopi. 2015. <http://www.aeki-aiice.org/page/mutu-kopi/id>. Diakses 20 Juni 2015.

1. Kopi Arabika : nilai cacat maks 86 per 300 gr *sample* menurut standar mutu Brazil/New York;
2. Kopi Robusta : nilai cacat maks 150 per 300 gr *sample* menurut standar mutu Indonesia/Vietnam;
3. Kandungan kadar air biji kopi: maks 12,5 % berdasarkan metode ISO 6673.

Standar Mutu Biji Kopi juga dapat dibedakan berdasarkan hal-hal sebagai berikut :

- Jenis Mutu;
- Syarat Mutu;
- Cara Pengambilan Contoh (Sample)

Kepentingan Indonesia Meratifikasi ICA 2007

Kepentingan Pemerintah Indonesia meratifikasi ICA 2007 adalah untuk meningkatkan kualitas kopi Indonesia agar dapat bersaing di pasar Internasional serta mempertahankan sumber devisa negara. Indonesia mendapat banyak keuntungan dalam meratifikasi ICA 2007 ini, Indonesia dapat mengikuti program untuk meningkatkan kualitas kopi dan transfer teknologi dari ICO dan negara-negara anggota ICO lainnya, memperkuat sektor kopi global dan mempromosikan ekspansi berkelanjutan dalam lingkungan berbasis pasar untuk kemajuan semua peserta di sektor tersebut, mengembangkan prosedur keamanan pangan yang tepat di sektor kopi, mendorong anggota untuk mengembangkan strategi untuk membantu masyarakat lokal dan petani skala kecil untuk mendapatkan keuntungan dari produksi kopi, dan memfasilitasi ketersediaan informasi pada alat dan jasa keuangan.

Bidang pengolahan dan pemasaran produk kopi Indonesia masih menghadapi beberapa permasalahan,¹⁴ diantaranya: *Pertama*, rendahnya daya saing produk kopi, baik kopi biji maupun kopi olahan yang disebabkan oleh rendahnya mutu dan tampilan produk, rendahnya tingkat efisiensi produksi dan pemasaran, rendahnya akses pelaku usaha terhadap informasi, lemahnya budaya pemasaran dan kewirausahaan pelaku, serta minimnya sarana dan prasarana pengolahan dan pemasaran produk kopi. *Kedua*, rendahnya tingkat keberlanjutan usaha-usaha pengolahan dan pemasaran produk kopi yang disebabkan oleh kecilnya skala usaha (tidak mencapai skala ekonomi), masih tersekatnya subsistem produksi usaha tani (*on-farm*) dengan pengolahan dan pemasaran, belum berorientasi pasar, pemanfaatan teknologi yang kurang ramah lingkungan, kurang profesionalnya sumber daya manusia, serta lemahnya kemitraan dan kelembagaan usaha. *Ketiga*, pembangunan pengolahan dan pemasaran produk kopi belum banyak menyentuh masyarakat bawah, khususnya para petani kecil sehingga hasilnya pun belum banyak dinikmati oleh petani kopi.

Banyaknya kendala dan permasalahan produksi kopi Indonesia membuat Pemerintah Indonesia mengambil kebijakan untuk meratifikasi Internasional Coffee Agreement tahun 2007. Dibalik pengambilan kebijakan ratifikasi tersebut, Pemerintah Indonesia memiliki maksud dan kepentingan-kepentingan yang ingin dicapai. Dilihat dari kondisi komoditas kopi Indonesia, ekspor kopi merupakan sumber devisa yang besar bagi Indonesia, namun

¹⁴ Kustiari, Reni. 2007. Op.cit. hlm 50

berfluktuasi. Naik-turunnya devisa negara dari ekspor kopi ini dikarenakan kopi Indonesia tidak memiliki kualitas yang baik sehingga kalah dalam persaingan dengan produsen lain di pasar Internasional.

Meningkatkan Kualitas Kopi Indonesia

Nilai mutu kopi Indonesia meningkat setelah meratifikasi ICA 2007 ini. Berkat program-program dan fasilitas yang disediakan, mutu kopi ekspor Indonesia meningkat dari grade menengah (3 dan 4) menjadi kualitas mutu nomor 1. Secara umum kopi arabika Indonesia diekspor sudah dalam bentuk mutu 1, sedangkan kopi robusta sekitar 60 % diekspor dalam mutu 4, sekitar 30 % diekspor dalam mutu 5 dan mutu 6, serta sekitar 10 % diekspor dalam mutu 1 dan mutu 2.

Dalam peningkatan kualitas kopi yang dilakukan secara transfer teknologi ini juga memberi keuntungan kepada daerah-daerah di Indonesia yang memiliki jenis kopi khusus (kopi spesialti) untuk meningkatkan cara produksi serta promosi kopi spesialti daerah masing-masing ke dunia internasional.

Mempertahankan Sumber Devisa Negara

Salah satu kepentingan Indonesia meratifikasi ICA 2007 adalah mempertahankan sumber devisa negara. Sektor kopi memberi pemasukan yang cukup besar bagi negara, secara umum ekspor kopi Indonesia dari tahun 2005 hingga tahun 2013 terus mengalami fluktuasi, baik volume maupun nilainya.

Dari total volume ekspor kopi Indonesia, persentase ekspor kopi biji robusta rata-rata per tahun mencapai 75%, kopi arabika mencapai 18%, dan sisanya berupa kopi olahan sebesar

7%.¹⁵ Tahun 2012 kontribusi kopi terhadap devisa negara mencapai US\$ 1,566 miliar. Tahun 2013 mencapai US\$ 1,468 miliar.¹⁶ Kopi termasuk dalam sepuluh komoditas unggulan ekspor nasional yang ditetapkan oleh pemerintah selain kelapa sawit, karet dan kakao. Kontribusi kopi terhadap penerimaan devisa negara memiliki porsi yang besar setiap tahunnya. Tujuan ekspor kopi Indonesia didominasi oleh negara-negara Eropa, USA, dan beberapa negara Asia seperti Jepang, Malaysia, Korea Selatan, Taiwan, Filipina, Singapura dan beberapa negara Afrika seperti Afrika Selatan, Mesir dan UEA.

Tingginya devisa dari sektor kopi meski berfluktuasi ini membuat pemerintah tidak ingin kehilangan sektor ini. Berbagai upaya dilakukan oleh Pemerintah Indonesia untuk mempertahankan sumber devisa negara dari sektor kopi ini, salah satunya adalah meratifikasi ICA 2007. Dengan meratifikasi ICA, Indonesia dapat aktif dalam ICO. Dalam rangka untuk mempertahankan sumber devisa ini, selain meningkatkan kualitas kopi, Indonesia juga dapat berupaya untuk mempromosikan kopi ke pasar yang lebih luas. Tentu saja jika mendapat pasar yang luas, pendapatan terhadap negara akan meningkat, keberlangsungan produksi kopi akan terus berlanjut serta pendapatan bagi petani juga akan meningkat.

¹⁵ GAEKI. 2011. *Ekspor Kopi*.

<http://gaeki.or.id/ekspor/>. Diakses April 2015.

¹⁶ Sumbayak, Michael. 2015. *Tantangan Kopi Indonesia*.

<http://vibiznews.com/2015/03/19/tantangan-kopi-indonesia-di-tahun-2015-bagian-i/>. Diakses April 2015.

KESIMPULAN

Ratifikasi ICA 2007 memberi keanggotaan pada *International Coffee Organization* (ICO), ICO ini memberikan fasilitas-fasilitas kepada negara anggota yang telah meratifikasi draft ICA untuk meningkatkan kualitas kopi yang akan diekspor, seperti: transfer teknologi, konsultasi, kemitraan dengan organisasi internasional dan lembaga khusus kopi, pengetahuan bercocok tanam, bantuan darurat ketika negara produsen mengalami penurunan produktivitas secara besar-besaran. membangun ekonomi kopi yang berkelanjutan. Mutu kopi yang baik akan memberi dampak yang baik terhadap keberlangsungan ekonomi negara produsen. Mutu kopi yang bagus akan meningkatkan penawaran dari negara pengimpor dan dapat bersaing di pasar internasional. Hal itu akan mempertahankan sumber devisa Indonesia bahkan meningkatkannya meski implementasinya belum berjalan efektif.

Industri perkopian Indonesia masih memiliki beberapa tantangan yang harus dihadapi, diantaranya sebagai berikut:

1. Perlunya menyikapi tuntutan pembangunan ekonomi domestik dan perubahan lingkungan ekonomi internasional, baik karena pengaruh liberalisasi ekonomi maupun karena perubahan-perubahan fundamental dalam pasar produk pertanian internasional.
2. Perlunya menyikapi perubahan pada sisi permintaan yang menuntut kualitas tinggi, kuantitas besar, ukuran seragam, ramah

lingkungan, kontinuitas produk dan penyampaian secara tepat waktu, serta harga yang kompetitif. Dari sisi penawaran yang terkait dengan produksi, perlu diperhatikan masalah pengurangan luas lahan produktif, perubahan iklim yang tidak menentu serta pemanasan global, adanya penerapan bioteknologi dalam proses produksi dan pasca panen, dan aspek pemasaran.

3. Agar menjadikan produk kopi dan olahannya mempunyai daya saing kuat, baik di dalam maupun di luar negeri dibutuhkan pengetahuan secara rinci preferensi konsumen yang berkembang, termasuk meningkatnya tuntutan konsumen akan informasi nutrisi serta jaminan kesehatan dan keamanan produk-produk pertanian.
4. Perwujudan ekonomi dari kepedulian masyarakat akan kelestarian lingkungan dan hak asasi manusia telah memaksa masuknya aspek lingkungan dan hak asasi manusia dalam keputusan ekonomi, baik konsumsi, produksi maupun perdagangan.
5. Munculnya negara-negara pesaing (*competitor*) yang menghasilkan produk sejenis (Vietnam dan India) semakin mempersulit pengembangan pasar kopi, baik di negara-negara tujuan ekspor tradisional (Amerika Serikat,

Jerman dan Jepang) maupun negara-negara tujuan ekspor baru (wilayah potensial pengembangan).

Namun demikian, masih terdapat peluang-peluang untuk pengembangan perkopian Indonesia, diantaranya sebagai berikut.

1. Permintaan produk-produk kopi dan olahannya masih sangat tinggi.
2. Peluang ekspor terbuka terutama bagi negara-negara pengimpor wilayah nontradisional seperti Asia Timur, Asia Selatan, Timur Tengah dan Eropa Timur.
3. Kelimpahan sumberdaya alam dan letak geografis di wilayah tropis merupakan potensi besar bagi pengembangan agribisnis kopi.
4. Permintaan produk kopi olahan baik pangan maupun non pangan cenderung mengalami kenaikan setiap tahun, sebagai akibat peningkatan kesejahteraan penduduk, kepraktisan dan perkembangan teknologi hilir.

Tersedianya bengkel-bengkel alat dan mesin pertanian di daerah serta tersedianya tenaga kerja. Seperti alat pemecah biji kopi, alat pengupas kulit kopi, dan lantai jemur.

DAFTAR PUSTAKA

Jurnal

Anon. 2013. *Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan komoditi kopi di Sumatera Utara*. USU, Medan.

Purnamasari, Meidina. 2014. Analisis Daya Sain Kopi Indonesia di Pasar

Dunia. AGRISE Volume XIV No. 1 Bulan Januari 2014.

Buku

AEKI (Asosiasi Eksportir Kopi Indonesia). 2006. *Statistik Kopi 2003-2005*. Jakarta.

Eby Hara, Abu Bakar. 2011. *Pengantar Analisis Politik Luar Negeri, Dari Realisme sampai Konstruktivisme, Nuansa*, Bandung.

Nucterlain, Donald E..1979. *National Interest A new Approach*, Orbis. Vol 23. No.1 (Spring).

Snyder, Richard C., H.W Bruck, and Burton Sapin. 1962. *Foreign Policy Decision Making: An Approach to the Study of International Politics*. Glencoe: Free Press.

Widjaja Gunawan dan Yani Ahmad. 2000. *Hukum Tentang Perlindungan Konsumen*. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

Website

Bahan presentasi seminar industri pengolahan kopi. 2014. Diakses dari <http://agro.kemenperin.go.id/2024-Seminar-dan-Pameran-Kopi-Nusantara-2014>.

GAEKI. 2011. *Ekspor Kopi*. <http://gaeki.or.id/ekspor/>. Diakses April 2015.

International Coffee Organization. 2008.

International Coffee Agreement 2007. <http://www.ico.org/ica2007.asp>. Diakses Februari 2015.

Mutu kopi. 2015. <http://www.aekiaice.org/page/mutu-kopi/id>. Diakses 20 Juni 2015.

Sumbayak, Michael. 2015. *Tantangan Kopi Indonesia*.
<http://vibiznews.com/2015/03/19/tantangan-kopi-indonesia-di-tahun-2015-bagian-i/>. Diakses April 2015.