

BAB IV

KESIMPULAN

Dari penelitian yang telah dilakukan, keempat atribut yang telah dijelaskan berkaitan antara satu sama lain. Dilihat dari atribut yang pertama, jumlah produksi kopi Indonesia selama tujuh tahun terakhir berkisar antara 630 ribu ton hingga 690 ribu ton. Jumlah tersebut kurang untuk memenuhi permintaan konsumsi kopi domestik yang hampir mencapai setengah jumlah total produksi, yaitu 300 ribu ton. Hal ini dikarenakan terdapat permasalahan dalam sumber daya manusia, yakni petani kopi yang merupakan rantai awal proses produksi kopi. Para petani kopi tersebut masih terbatas dalam memperoleh akses pada berbagai informasi teknologi, permodalan, dan pasar yang diperlukan untuk mengembangkan usaha tani. Pendidikan yang diperoleh petani pun masih rendah karena umumnya mereka tinggal di pedesaan. Sementara masyarakat yang mendapatkan pendidikan tinggi enggan untuk berkarir di sektor pertanian dan lebih memilih untuk bekerja di sektor yang dianggap lebih bergengsi dan menguntungkan. Akses modal pun masih sulit untuk didapatkan oleh petani karena berbagai persyaratan dan faktor administratif yang cenderung rumit dan kurangnya sosialisasi dan informasi keberadaan skema kredit untuk pengembangan usaha tani. Permasalahan-permasalahan tersebut menjadikan atribut *factor conditions* satu-satunya atribut yang masih lemah. Jika kendala tersebut tidak diatasi, industri kopi Indonesia akan kehilangan kesempatan

untuk memenuhi permintaan pasar sekaligus kehilangan kesempatan untuk memperkuat perdagangan kopi.

Temuan dari faktor yang kedua, yaitu *demand conditions*, adalah permintaan domestik terhadap kopi Indonesia meningkat sebesar rata-rata 6,9 persen setiap tahunnya. Tercatat pada tahun 2017 konsumsi kopi Indonesia secara domestik mencapai sejumlah 350 ribu ton. Angka ini setengah dari jumlah produksi kopi Indonesia, padahal hasil produksi kopi Indonesia tidak hanya digunakan untuk memenuhi kebutuhan domestik saja, melainkan juga digunakan untuk ekspor. Meningkatnya permintaan domestik terhadap kopi Indonesia ini disebabkan oleh dua hal. Pertama ialah jumlah populasi masyarakat Indonesia yang meningkat dengan cepat hingga kini mencapai sejumlah 260 juta jiwa. Kedua ialah dampak dari berkembangnya perekonomian Indonesia yang menyebabkan pendapatan masyarakat Indonesia ikut meningkat. Dengan pendapatan yang bertambah, gaya hidup masyarakat pun berubah sehingga jumlah masyarakat kelas menengah menjadi bertambah. Masyarakat kelas menengah ini menjadikan meminum kopi sebagai kebiasaan dan bagian dari salah satu gaya hidup mereka. Di zaman di mana masyarakat yang satu dengan mudah mendapatkan informasi mengenai gaya hidup masyarakat yang lainnya, tren gaya hidup akan dengan mudah ditiru. Masyarakat yang hidup di kota besar kini mencari kopi berkualitas tinggi karena mereka sudah lebih paham bagaimana seharusnya kopi dibuat dan bagaimana rasa yang seharusnya dimiliki oleh kopi yang mereka minum, terutama kopi yang berasal dari biji *specialty coffee*. Atribut *demand conditions* pun menjadi atribut yang paling kuat karena terpengaruh langsung oleh *Third Wave Coffee Culture*.

Pada bagian atribut ketiga, atribut yang akan cukup kuat ke depannya, Tanamera Coffee dan Anomali Coffee merupakan salah satu industri pendukung karena keduanya merupakan kedai kopi yang mengkurasi berbagai macam *specialty coffee* khas Indonesia. Anomali yang didirikan lebih dahulu dari Tanamera berhasil melakukan diversifikasi dalam bisnisnya karena hasil pangangan biji kopi mereka yang digemari banyak orang. Sehingga Anomali kemudian menjadi kedai kopi *micro-roastery* yang menyuplai biji *specialty coffee* kepada para pengusaha ritel. Anomali juga menyediakan mesin kopi untuk para kliennya tersebut. Tanamera juga melakukan hal yang sama, yakni melakukan diversifikasi terhadap bisnisnya, dan menjadikan Tanamera sebagai salah satu *leading roastery* untuk biji *specialty coffee*. Tanamera pun membeli biji kopinya langsung dari petani dengan tujuan petani kopi dapat terbantu sekaligus meningkat pendapatannya dengan hadirnya Tanamera yang kini telah memiliki tujuh gerai waralaba di Indonesia. Baik Anomali maupun Tanamera membuka kelas pelatihan barista dan *roasting* dengan tujuan semakin banyak barista Indonesia yang mampu menyajikan kopi berkualitas.

Atribut terakhir, yaitu *Firm Strategy, Structure, and Rivalry* merupakan atribut yang tidak lemah maupun tidak kuat. Klaster bisnis kopi Indonesia masih membutuhkan waktu beberapa tahun lagi agar mampu menghasilkan biji *specialty coffee* berkualitas agar dapat bersaing dengan biji kopi berkualitas standar Internasional.

Daftar Pustaka

Buku

- Cohn, Theodore, H. *Global Political Economy*. New York: Pearson, 2010.
- Creswell, John W. *Qualitative Inquiry & Research Design Choosing Among Five Approaches Second Edition*. USA: Sage Publications, 2007.
- Creswell, John W. *Research Design, Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches Third Edition*. USA: Sage Publications, 2009.
- Porter, Michael. *The Competitive Advantage of Nations*. New York: The Free Press, 1990.
- Seyoum, Belay. *Export-Import Theory, Practices, and Procedures, Second Edition*. New York: Routledge Taylor and Francis, 2009.

Jurnal & Presentasi

- “Budidaya dan Pasca Panen Kopi”, Pusat Penelitian dan Pengembangan Perkebunan. (2010).
- “Country Plan 2017: Indonesia”. Global Coffee Platform.
- “Outlook Kopi”. *Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian Sekretariat Jenderal – Kementerian Pertanian* (2015).
- “Retas: Aroma Kopi Nusantara”. Badan Ekonomi Kreatif, Vol. 5. (2017).
- Anwar, Irfan. “Indonesia Coffee Market”. (Probat Day 2014, Bali, 7 November 2014). PowerPoint Presentation.

- Direktur Jenderal Industri Agro dan Kimia. “Roadmap Industri Pengolahan Kopi”. Departemen Perindustrian (2009).
- International Coffee Organization. “Vision 2020”. International Coffee Organization. London (2016).
- Kementerian Pertanian. *Rencana Strategis Kementerian Pertanian Tahun 2015 – 2019* (Indonesia, 2015).
- Michael E. Porter. “The Competitive Advantage of Nations”. *Harvard Business Review*. March-April (1990).
- Market Access Secretariat. “Global Analysis Report: Foodservice Profile Indonesia”. *Agriculture and Agri-Food Canada* (2016).
- Neilson, Jeff. “The Value Chain for Indonesian Coffee in a Green Economy”. *Buletin RISTRI*. Volume 4, No. 3 (2013).
- Ronan Torres Quintao dan Eliane Pereira Zamith Brito. “Brazilian Journal of Marketing Connoisseurship Consumption and Market Evolution: An Institutional Theory Perspective on The Growth of Specialty Coffee Consumption in The USA”. *Brazilian Journal of Marketing*, Vol.15, N.1 (2016).
- Setyawan Agus Anton, dkk. “An Assessment of SME Competitiveness in Indonesia”. *Journal of Competitiveness* Vol.7 Issue 2, Juni (2015).
- Sudjarmoko, Bedy. “Prospek Pengembangan Industrialisasi Kopi Indonesia”. *SIRINOV*, Volume 1, No.3 (2013).
- The Conference Board of Canada. “An Analysis of The Global Value Chain for Indonesian Coffee Exports”. *The Canada—Indonesia Trade and Private Sector Assistance Research Report* (2018).

Website

“About Us”. Anomali Coffee. Diakses pada 21 April 2018.
<http://store.anomalicoffee.com/content/4-about-us>

“About Us”. Specialty Coffee Association of Indonesia. Diakses pada 2 Mei 2018.
<http://www.scai.or.id/coffee/landing/>

“Coffee Culture in Indonesia – Where to Find The Best Coffee”. 12Go Asia. Diakses pada 28 April 2018.
<https://12go.asia/en/indonesia/coffee-culture>

“Coffee Consumption in Indonesia Seen Climbing as Incomes Expand”. The Malaysian Reserve. Diakses pada 28 April 2018.
<https://themalaysianreserve.com/2017/03/31/coffee-consumption-in-indonesia-seen-climbing-as-incomes-expand/>

“Industri Kopi Indonesia”. Asosiasi Eksportir dan Industri Kopi Indonesia. Diakses pada 19 September 2017.
http://www.aeki-aice.org/industri_kopi_aeki.html

“Jumlah Curah Hujan dan Jumlah Hari Hujan di Stasiun Pengamatan BMKG”. Badan Pusat Statistik. Diakses pada 2 Agustus 2018.
<https://www.bps.go.id/stactable/2017/02/08/1959/jumlah-curah-hujan-dan-jumlah-hari-hujan-di-stasiun-pengamatan-bmkg-2011-2015.html>

“Kementerian Perindustrian: Gaya Hidup Dorong Industri Kopi Tumbuh”. Siaran Pers Kementerian Republik Indonesia. Diakses pada 19 September 2017.
<http://www.kemenperin.go.id/artikel/15421/Menperin:-Gaya-Hidup-Dorong-Industri-Kopi-Tumbuh>

“Kopi”. Indonesia Investments. Diakses pada 28 April 2018.
<https://www.indonesia-investments.com/id/bisnis/komoditas/kopi/item186?>

“Latar Belakang PPKI”. Asosiasi Eksportir dan Industri Kopi Indonesia. Diakses pada 2 Mei 2018.
http://www.aeki-aice.org/training_aeki.html

“Luas Areal dan Produksi”. Asosiasi Eksportir dan Industri Kopi Indonesia. Diakses pada 19 Februari 2018.
http://www.aeki-aice.org/areal_dan_produksi_aeki.html

“Membership”. Specialty Coffee Indonesia. Diakses pada 2 Mei 2018.
<http://www.scai.or.id/coffee/landing/index.php#member>

“Mengenal Tanaman Kopi”. Balai besar Pelatihan Pertanian Lembang. Diakses pada 2 Agustus 2018.
<http://www.bbpp-lembang.info/index.php/arsip/artikel/artikel-pertanian/1034-mengenal-tanaman-kopi>

“Prosedur Menjadi Anggota AEKI”. Asosiasi Eksportir Kopi Indonesia. Diakses pada 2 Mei 2018.
http://www.aeki-aice.org/term_of_members_aeki.html

“Santos Jaya Abadi”. Business Units Kapal Api Global. Diakses pada 25 Juni 2018.
<http://kapalapiglobal.com/index.php?ourbusiness&sbudetail=SJA&sbu#sbu>

“SCAI Beri Pelatihan Agroforestry Pada Petani Kopi”. Specialty Coffee Association of Indonesia,. Diakses pada 2 Mei 2018.
<http://www.scai.or.id/coffee/landing/news.php?news=15&87a=qEHRmSCAI%20Beri%20Pelatihan%20Agroforestry%20Pada%20Petani%20Kopi>

“Sejarah Singkat Penyebaran Kopi di Indonesia”. Tanamera Coffee Indonesia. Diakses pada 19 September 2017.
<https://tanameracoffee.com/ID/sejarah-penyebaran-kopi-di-indonesia/>

“Sekilas Tentang AEKI”. Asosiasi Eksportir Kopi dan Industri Kopi Indonesia. Diakses pada 2 Mei 2018.
http://www.aeki-aice.org/history_aeki.html

“Starbucks in Indonesia”. Starbucks. Diakses pada 25 Juni 2018.
<http://www.starbucks.co.id/about-us/our-heritage/starbucks-in-indonesia>

Adam, Aulia. “Nama Besar Indonesia di Dunia Kopi”. Tirto ID. Diakses pada 20 September 2017.
<https://tirto.id/nama-besar-indonesia-di-dunia-kopi-bP4K>

Arshad, Arlina. “Coffee Lovers Fuel Surge in Specialty Cafes in Indonesia”. The Straits Times,. Diakses pada 23 April 2018.
<http://www.straitstimes.com/asia/se-asia/hot-shot>

Azis, Abdul. “Begini Prospek Industri Kopi Indonesia”. Tempo.co. Diakses pada 19 Februari 2017.
<https://bisnis.tempo.co/read/705664/begini-prospek-industri-kopi-indonesia>

Biro Informasi dan Hukum. “Rayakan Hari Kopi, Kementerian Perindustrian Terus Tingkatkan Ekspor Kopi Nasional”. Kemaritiman. Diakses pada 19 Februari 2018.
<https://maritim.go.id/rayakan-hari-kopi-kemenperin-terus-tingkatkan-ekspor-kopi-nasional/>

Cho, Nicholas. “The BGA and The Third Wave”. Coffee Geek. Diakses pada 26 April 2018.
<http://coffeegeek.com/opinions/bgafiles/04-02-2005/>

Farisa, Rian. “Discovering The Third Wave Coffee Movement in Indonesia”. Jakpost Travel. Diakses pada 21 April 2018.
<http://www.jakpost.travel/article/discovering-the-third-wave-coffee-movement-in-indonesia-1M8cJiuePKVjgLDR.html>

Fauzi, Achmad. “Bangun Pusat Pelatihan, Petani Kopi Indonesia Digelontor Dana Rp1,3 Miliar”. Kompas. Diakses pada 2 Mei 2018.
<https://ekonomi.kompas.com/read/2016/08/04/140000326/Bangun.Pusat.Pelatihan.Petani.Kopi.Indonesia.Digelontor.Dana.Rp.1.3.Miliar>

Fauziah, Meiliani. “Ekspor Kopi Indonesia Melonjak”. *Republika*. Diakses pada 10 Oktober 2017.

<http://www.republika.co.id/berita/ekonomi/makro/13/04/02/mkme00-ekspor-kopi-indonesia-melonjak>

Gander, Kashmira. “Coffee in The UK: How Britain Became Addicted to Cafe Culture”. *Independent*. Diakses pada 8 Oktober 2017.

<http://www.independent.co.uk/life-style/food-and-drink/features/coffee-in-the-uk-how-britain-became-addicted-to-cafe-culture-uk-coffee-week-a6985691.html>

Gay, Wes. “How Creating A Culture Around Coffee Can Boost Millennial Engagement at Work”. *Forbes*. Diakses pada 8 Oktober 2017.

<https://www.forbes.com/sites/wesgay/2016/09/16/how-creating-a-culture-around-coffee-can-boost-millennial-engagement-at-work/#35ebb0c7936a>

Idris, Muhammad. “Kopi RI Dicari Pasar Dunia, Tapi Produksinya Kurang”. *Detik Finance*. Diakses pada 10 Oktober 2017.

<https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/3497150/kopi-ri-dicari-pasar-dunia-tapi-produksinya-kurang>

Karina, Audrey. “The Rise and Rise of Third-Wave Coffee Joints”. *Manual*. Diakses pada 21 April 2018.

<https://manual.co.id/article/rise-rise-coffee-joints/>

Kilbride, Danielle. “5 Things You Didn’t Know About Indonesia’s Specialty Cafes”, *Perfect Daily Grind*. Diakses pada 18 Mei 2018

<https://www.perfectdailygrind.com/2017/04/5-things-didnt-know-indonesias-specialty-cafes/>

Kuhn, Anthony. “Indonesia Wakes Up and Smells Its Own Coffee – Then Drinks It”. *National Public Radio*. Diakses pada 28 April 2018.

<https://www.npr.org/sections/thesalt/2017/02/26/517035587/indonesia-wakes-and-up-and-smells-its-own-coffee-then-drinks-it>

Masdakaty, Yulin. “Mengapa Musim Hujan Bisa Merusak Panen Kopi?”. Majalah Otten Coffee. Diakses pada 2 Agustus 2018.
<https://majalah.ottencoffee.co.id/mengapa-musim-hujan-bisa-merusak-panen-kopi/>

Newton, Tanya. “A Brief History of Coffee Consumption”. Perfect Daily Grind. Diakses pada 19 September 2017.

<https://www.perfectdailygrind.com/2017/07/brief-history-coffee-consumption/>

Perkasa, Surya. “Hikayat Kopi indonesia”. Telusur Metro TV News. Diakses pada 19 September 2017.

<http://telusur.metrotvnews.com/news-telusur/GKdX4WEK-hikayat-kopi-indonesia>

Rosary, Regina Kunthi. “Helat Indonesia Coffee Events 2017, BGI Targetkan Barista Nasional Tembus 10 Besar Kompetisi Dunia”. Tribun Lifestyle. Diakses pada 2 Mei 2018.

<http://www.tribunnews.com/lifestyle/2016/11/08/helat-indonesia-coffee-events-2017-bgi-targetkan-barista-nasional-tembus-10-besar-kompetisi-dunia>

Smith, Oliver. “Mapped: The Countries That Drink The Most Coffee”. The Telegraph. Diakses pada 11 Oktober 2017.

<http://www.telegraph.co.uk/travel/maps-and-graphics/countries-that-drink-the-most-coffee/>

Yanuar. “Punya Potensi untuk Berkembang, Ini Harapan Petani Kopi Lokal,” Liputan 6. Diakses pada 1 Mei 2018.

<https://www.liputan6.com/lifestyle/read/3216118/punya-potensi-untuk-berkembang-ini-harapan-petani-kopi-lokal>