

BAB II

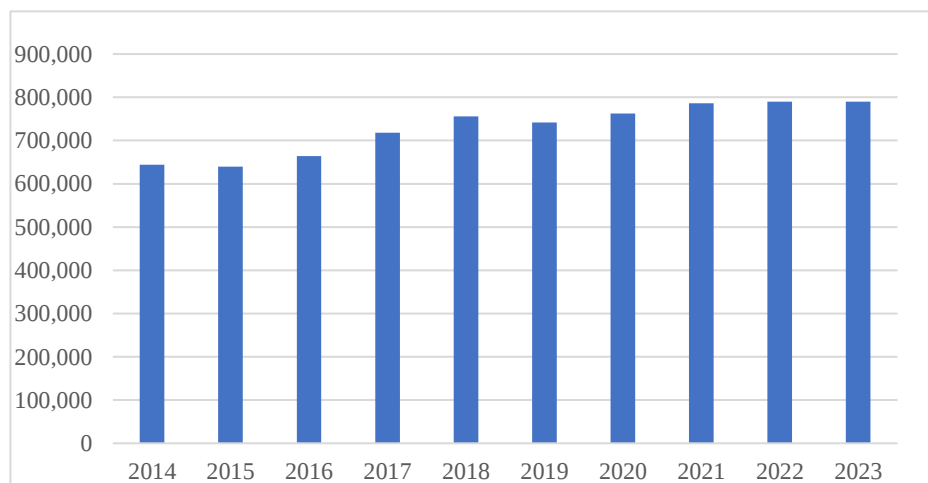
TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Kopi

Kopi merupakan komoditas yang melekat pada masyarakat sebagai minuman yang memiliki kandungan kafein didalamnya. Kopi dikenal sebagai minuman yang memiliki kandungan kafein berkadar tinggi yang memiliki manfaat dan juga dampak buruk bagi manusia (Latunra *et al.*, 2021). *Coffea arabica* (kopi arabika) dan *Coffea canephora* (kopi robusta) adalah dua varietas yang paling umum. Biji kopi berasal dari tanaman yang termasuk dalam genus *Coffea*, memiliki 2 spesies diantara 80 spesies di dunia yang sangat terkenal dan memiliki nilai jual tinggi yaitu *Coffea arabica* atau kopi arabika dan *Coffea canephora* Pierre ex Froehner atau kopi robusta (Priantari *et al.*, 2022). Di Indonesia, jumlah produksi kopi robusta lebih banyak dibandingkan kopi arabika. Kopi robusta lebih mudah tumbuh di Indonesia dibandingkan dengan kopi arabika sehingga kopi robusta lebih banyak ditanam dan diproduksi, hal ini dikarenakan kopi robusta mampu tumbuh pada ketinggian relatif rendah 100-800 meter diatas permukaan air dibanding kopi arabika yang hanya dapat tumbuh pada ketinggian 1.000-2.100 meter diatas permukaan laut dengan suhu 18-20 Celcius (Ardhiariska *et al.*, 2022).

Tingginya minat masyarakat dunia terhadap kopi membuka potensi pasar yang besar untuk Indonesia sebagai salah satu negara produsen kopi terbesar dunia. Keunggulan geografis dan iklim yang dimiliki Indonesia, serta ketersediaan lahan

dalam pengembangan komoditas kopi membuat prospek kopi Indonesia sangat besar karena mampu menghasilkan kopi yang memiliki cita rasa dan aroma yang digemari masyarakat dunia (Martauli, 2018). Kopi merupakan komoditas perkebunan yang memiliki peranan penting dalam perekonomian nasional terutama sebagai sumber devisa. Kopi berkontribusi terhadap penerimaan devisa negara karena merupakan komoditas unggulan ekspor Indonesia selain minyak dan gas, selain itu kopi juga memberikan lapangan kerja dan menjadi sumber pendapatan petani serta para pelaku ekonomi yang terlibat dalam kegiatan produksi, pengolahan dan pemasarannya (Wahyudi *et al.*, 2018). Tahun 2014 produksi kopi Indonesia tercatat sebanyak 643,8 ribu ton dan angka ini terus meningkat menjadi 789,6 ribu ton di tahun 2023 (BPS, 2024). Jumlah produksi kopi Indonesia dapat dilihat pada Ilustrasi 1.



Ilustrasi 1. Produksi Kopi Indonesia Tahun 2014-2023

Sumber: Badan Pusat Statistik (2024)

Perdagangan internasional membutuhkan kode *Harmonized System* (HS) yang merupakan penggolongan barang untuk mempermudah kegiatan perdagangan internasional. Kode HS adalah kode yang bersifat global yang merupakan

penggolongan barang untuk memudahkan pentarifan, transaksi perdagangan, dan tracking perdagangan (Arianda *et al.*, 2022). Kode HS untuk kopi Indonesia adalah 0901 (*coffee, whether or not roasted or decaffeinated*), 090111 (*Coffee; not roasted or decaffeinated*), 090112 (*Coffee; decaffeinated, not roasted*), 090121 (*Coffee; roasted, not decaffeinated*), 09122 (*Coffee: roasted, decaffeinated*) (UN Comtrade, 2023).

2.2. Perdagangan Internasional

Perdagangan internasional merupakan suatu kegiatan jual beli yang dilakukan oleh dua negara atau lebih. Perdagangan internasional diartikan kegiatan transaksi barang maupun jasa antara pelaku ekonomi suatu negara dengan pelaku ekonomi negara lain dimana pelaku ekonomi yang dimaksud antara lain adalah warga negara biasa, perusahaan ekspor, perusahaan impor, dan perusahaan industri maupun perusahaan negara (Ibrahim dan Halkam, 2021). Perdagangan internasional terjadi karena adanya permintaan di suatu negara yang tidak dapat disediakan oleh negara tersebut. Negara yang tidak dapat memenuhi permintaan dalam negaranya mengharuskan membeli atau mengimpor barang yang dibutuhkan dari negara lain yang menyediakan barang tersebut (Iqbal dan Khusaeni, 2022). Perdagangan internasional menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi pertumbuhan ekonomi suatu negara. Pertumbuhan ekonomi suatu negara dapat dilihat dari Produk Domestik Bruto (PDB), apabila nilai ekspor melebihi nilai impor maka akan terjadi kenaikan pendapatan PDB yang mengakibatkan negara tersebut mengalami

peningkatan pendapatan dan dampak positif pertumbuhan ekonomi (Devitasari *et al.*, 2023).

Perdagangan internasional menjadi pendorong utama dalam pertumbuhan ekonomi global. Melalui perdagangan internasional membuat setiap negara memanfaatkan keunggulan komparatif mereka, meningkatkan efisiensi produksi, dan memperluas pasar mereka di ranah global (Matondang *et al.*, 2024). Perdagangan internasional memberikan manfaat baik manfaat secara langsung maupun tidak langsung. Manfaat langsung dari adanya perdagangan internasional adalah adanya spesialisasi, dimana suatu negara dapat mengekspor barang yang diproduksi dan ditukarkan dengan apa yang dihasilkan negara lain dengan harga yang lebih rendah yang membuat negara mendapatkan keuntungan secara langsung melalui kenaikan pendapatan nasional, manfaat tidak langsung dari perdagangan internasional adalah menjadi sarana pemasukan gagasan, kemampuan, dan keterampilan yang merupakan perangsang bagi perkembangan teknologi (Kusuma *et al.*, 2021).

Laju pertumbuhan perdagangan internasional dipengaruhi oleh beberapa faktor ekonomi seperti inflasi, kurs nilai tukar, dan suku bunga. Inflasi mempengaruhi laju pertumbuhan perdagangan internasional karena menyebabkan kuantitas barang-barang menurun. Inflasi terjadi ketika nilai mata uang suatu negara mengalami penurunan sehingga harga barang dan jasa mengalami kenaikan, apabila kuantitas suatu barang menurun maka nilai ekspor juga akan menurun (Mahendra dan Kesumajaya, 2015). Kurs merupakan perbandingan nilai tukar mata uang setiap negara yang memiliki dampak terhadap kegiatan perdagangan

internasional. Ketika mata uang mengalami apresiasi membuat impor menjadi lebih murah, sebaliknya depresiasi mata uang membuat ekspor lebih menguntungkan karena barang dari negara tersebut menjadi lebih murah untuk dibeli oleh negara lain (Octavia dan Wulandari, 2016).

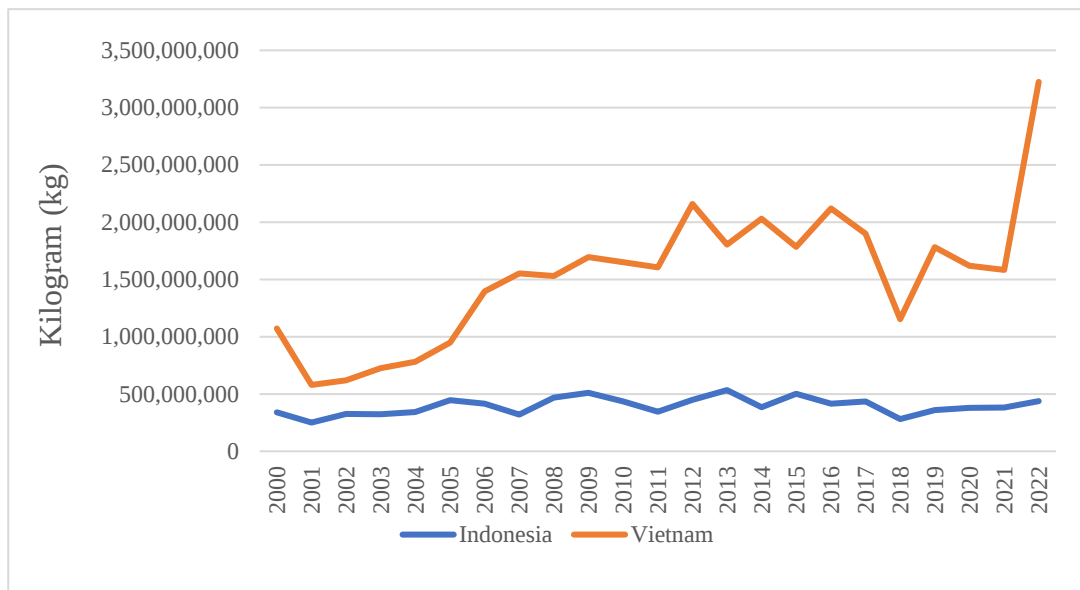
Suku bunga dapat memberikan pengaruh terhadap suatu barang dalam kegiatan ekspor. Apabila sumber pembiayaan dalam memproduksi barang didapatkan dengan bunga yang rendah mengakibatkan produsen memproduksi lebih banyak barang sehingga jumlah barang yang diekspor juga akan meningkat (Suryanto dan Kurniati, 2022). Teori perdagangan internasional, keuntungan yang dirasakan dari adanya perdagangan internasional dapat diperoleh dari dua belah pihak. Terdapat analisis yang mendasari terjadinya perdagangan internasional serta keuntungan perdagangan (*gains from trade*) yang diperoleh yaitu apabila suatu negara menjual barang atau jasa ke negara lain maka hampir pasti manfaat dan keuntungannya dapat diperoleh negara yang terkait (Iqbal dan Khusaeni, 2022).

2.3. Ekspor

Ekspor merupakan kegiatan pengiriman barang atau jasa dari suatu negara ke negara lain dengan tujuan perdagangan. Ekspor merupakan kegiatan menjual hasil output suatu negara ke negara lain yang menggunakan sistem pembayaran, baku kualitas, jumlah, serta kondisi penjualan lainnya yang telah disetujui oleh kedua belah pihak yaitu negara pengekspor dan negara pengimpor (Manihuruk *et al.* 2023). Negara yang melakukan kegiatan ekspor merupakan negara yang telah mampu mencukupi kebutuhan dalam negaranya. Apabila suatu negara telah mampu

memenuhi kebutuhan di dalam negeri maka ia bisa mengirimkan produk atau jasa ke negara lain yang belum mampu memproduksinya (Ramadhan *et al.*, 2022). Kurangnya potensi sumber daya pada negara lain membentuk adanya sebuah ketergantungan antar negara yang menyebabkan ekspor memegang peranan penting dalam perdagangan internasional. Setiap negara membutuhkan berbagai jenis sumber daya untuk memenuhi kebutuhan negara tersebut, namun tidak semua sumber daya dimiliki oleh suatu negara, terdapat negara yang memiliki kekayaan sumber daya alam namun tidak memiliki sumber daya lain sehingga timbul adanya ketergantungan dengan negara lain (Silitonga *et al.*, 2017)

Indonesia merupakan negara berkembang yang menggantungkan perkembangan ekonominya pada peranan ekspor. Tingkat ekspor yang tinggi akan menambahkan pendapatan negara yang dapat memberikan surplus pada neraca perdagangan dan pengaruh positif pada pertumbuhan ekonomi suatu negara (Devitasari *et al.*, 2023). Ekspor memegang peranan penting pada devisa negara, apabila ekspor mengalami penurunan maka akan mengakibatkan penurunan pada cadangan devisa negara. Suatu negara dapat mendatangkan sumber daya moneter dengan melakukan ekspor, sehingga cadangan devisa akan tumbuh seiring dengan pertumbuhan ekspor (Kumala dan Rakhmanita, 2023). Indonesia merupakan negara dengan produksi kopi robusta terbesar di dunia. Akan tetapi, posisi Indonesia tergeser oleh negara Vietnam, dimana sejak tahun 2000 Vietnam mampu mendahului Indonesia dalam mengekspor kopi di pasar dunia. Volume ekspor kopi Indonesia dan Vietnam dapat dilihat pada Ilustrasi 2.



Ilustrasi 2. Volume Ekspor Kopi Indonesia dan Vietnam 2000-2022 (kantong 60 kilogram Kopi)

Sumber: *United Nation Comtrade* (2023)

Volume Ekspor kopi Vietnam secara konsisten lebih tinggi dibandingkan Indonesia dalam dua dekade terakhir. Data United Nations Comtrade (2023) menunjukkan bahwa sejak tahun 2000, Vietnam mengalami lonjakan ekspor kopi yang signifikan, sementara ekspor kopi Indonesia cenderung stagnan. Keunggulan Vietnam dalam ekspor kopi tidak hanya disebabkan oleh faktor geografis, tetapi juga didukung oleh faktor sumber daya manusia dan kebijakan pertanian yang progresif. Peningkatan volume ekspor kopi Vietnam didukung oleh perluasan area tanam, efisiensi budidaya serta peningkatan jumlah pohon kopi yang produktif (USDA, 2007). Selain itu dukungan infrastruktur dan kebijakan pemerintah turut memperkuat ekspor. Pertumbuhan nilai ekspor Vietnam berasal dari berbagai sektor unggulan, namun kopi tetap memberikan kontribusi yang signifikan (GSO, 2009). Indonesia disisi lain menghadapi keterbatasan dalam produktivitas lahan,

teknologi, dan skala usaha petani kopi yang sebagian besar masih dalam perkebunan rakyat. Meskipun Indonesia memiliki lahan yang lebih luas, keterbatasan ini menyebabkan kinerja ekspor Indonesia tidak mampu menyaingi Vietnam (Kementan, 2023).

Ekspor memiliki beberapa cara dalam melakukan pembayaran. Pelaksanaan pembayaran ekspor dapat dilakukan secara tunai atau kredit yang dapat dilaksanakan dengan cara pembayaran dimuka (*advance payment*), *Letter of Credit* (L/C), wesel inkaso (*collection draft*) dengan kondisi *document against payment* dan *document against acceptance*, perhitungan kemudian (*open account*), konsinyasi, dan pembayaran lain yang disetujui dan sesuai dengan negara penjual dan negara pembeli (Agustina *et al.*, 2023).

2.4. Daya Saing

Daya saing merupakan kemampuan suatu negara dalam menghasilkan produk, menjual, dan mempertahankan produk untuk bersaing secara efektif di pasar global maupun domestik. Daya saing merupakan kemampuan suatu komoditas dari suatu negara memasuki pasar internasional untuk bersaing dan bertahan dalam pasar tersebut (Wardani dan Mulatsih, 2017). Efisiensi suatu komoditas dapat dilihat dari daya saingnya. Daya saing suatu komoditas yang bersifat *tradable* dapat dikatakan efisien tergantung pada daya saingnya di pasar dunia (Shabri *et al.*, 2023). Daya saing mendefinisikan pembangunan produktivitas negara. Menurut Porter tahun 1990, daya saing internasional adalah pengukuran pembangunan produktivitas nasional, apabila terjadi perubahan daya saing maka

menunjukkan perubahan produktivitas nasional, terlebih pada suatu kondisi setelah terjadinya krisis yang mengganggu produktivitas nasional (Nugrahaeni, 2024).

Daya saing perdagangan internasional menjadi indikator untuk suatu negara dalam memasarkan produk atau jasanya di pasar internasional. Daya saing mengacu pada kemampuan suatu negara dalam memasarkan produknya dan bersaing dengan negara lain di pasar internasional (Patone *et al.*, 2020). Kemampuan daya saing suatu negara dapat dilihat dari keunggulan kompetitif dan komparatif. Keunggulan kompetitif dan komparatif merupakan indikator dari kemampuan suatu komoditi untuk memasuki pasar dan mampu bertahan dalam pasar tersebut (Ginting *et al.*, 2022).

2.5. Keunggulan Komparatif

Teori keunggulan komparatif dikenalkan oleh David Ricardo pada awal abad 19. Keunggulan komparatif menjelaskan bagaimana suatu negara dapat memproduksi barang atau jasa dengan biaya yang lebih rendah dibanding dengan pesaing lainnya. Ketika suatu negara dapat memproduksi barang atau jasa tanpa memiliki keunggulan absolut tapi biaya peluang lebih rendah daripada negara lain merupakan teori dari keunggulan komparatif (Oktavian dan Maulana, 2019). Sebuah negara akan mendapatkan keuntungan dari perdagangan internasional apabila mampu menggolongkan produksi agar dapat memproduksi lebih efisien. Teori keunggulan komparatif, suatu negara akan diuntungkan jika masing-masing negara dapat melakukan spesialisasi komoditas yang dapat diproduksi lebih efisien dibanding dengan negara lain (Iqbal dan Khusaeni, 2022). Pada dasarnya suatu

perdagangan akan tetap menguntungkan bagi kedua belah pihak meskipun satu negara kurang efisien atau memiliki kerugian absolut dalam memproduksi suatu barang. Suatu negara dapat memperoleh keuntungan dari perdagangan dengan berspesialisasi pada produksi barang yang paling efisien dibandingkan negara lain, lalu memperdagangkannya untuk mendapatkan barang yang kurang efisien untuk diproduksi, sekalipun negara tersebut tidak memiliki keunggulan absolut dalam memproduksi semua barang. (Matondang *et al.*, 2024).

Ricardo juga menganggap bahwa keabsahan teori nilai berdasarkan tenaga kerja (*labor theory of value*). *Labor theory of value* menurut Ricardo mengatakan bahwa tenaga kerja adalah satu-satunya faktor dalam menentukan nilai suatu produk. Keunggulan komparatif disempurnakan oleh G. Haberler yang kurang setuju dengan *labor theory of value* milik Ricardo. Menurut G. Haberler teori biaya imbalan (*theory opportunity cost*) lebih relevan dalam menentukan keunggulan komparatif. Argumentasi G. Haberler adalah harga suatu komoditas dengan komoditas lain ditentukan oleh biaya untuk memproduksinya, biaya ini bukan hanya dalam bentuk uang tetapi juga apa yang harus dikorbankan untuk menghasilkan komoditas tersebut (Prasetya, 2018). Berbeda dengan teori Ricardo dan G. Haberler, Eli Hecksher dan Bertil Ohlin berpendapat adanya perbedaan keunggulan komparatif karena perbedaan faktor. Perbedaan biaya produksi dalam menghasilkan suatu komoditas di setiap negara terjadi karena adanya perbedaan faktor produksi yang dimiliki oleh masing-masing negara yang kemudian mendorong terjadinya perdagangan barang antar negara (Paryadi, 2020).

Teori tersebut menyatakan sebuah negara akan mengekspor barang yang memiliki faktor produksi yang berlebih ke negara lain dan mengimpor barang yang memiliki faktor produksi yang langka di negara tersebut. Suatu negara akan mengekspor komoditas yang dapat diproduksi dengan sumber daya yang murah dan berlimpah di negara tersebut dan mengimpor komoditas yang membutuhkan sumber daya yang lebih langka dan lebih mahal didalam negara tersebut (Zakiyyah, 2023). Teori komparatif membuat kita menyadari bahwa adanya perdagangan barang dan jasa antar negara karena memiliki perbedaan dalam konsep sumber daya alam, sumber daya manusia, sumber keuangan, dan kemampuan setiap negara dalam memproduksi suatu produk. Terdapat beberapa negara yang memiliki sumber daya manusia dalam memproduksi suatu barang namun tidak diberkahi sumber daya alam yang cukup, ada juga negara yang dilimpahkan sumber daya alam namun tidak memiliki kemampuan dalam mengelolanya sehingga terjadi adanya pertukaran antar negara untuk membangun pertumbuhan dan taraf hidup yang baik bagi warga negaranya (Adeleye *et al.*, 2015).

Terdapat banyak alat analisis untuk mengukur daya saing suatu komoditas di suatu negara. Alat analisis yang dapat digunakan dalam mengukur daya saing komparatif adalah RCA, CMSA, EPD, dan RSCA. *Revealed Comparative Advantage* adalah metode yang digunakan untuk mengukur seberapa besar daya saing komparatif suatu produk dari negara tertentu dibandingkan dengan negara lain. RCA merupakan alat analisis yang membandingkan pangsa ekspor suatu komoditas di sebuah negara dengan pangsa ekspor yang sama di negara lain untuk menunjukkan seberapa kuat daya saing industri negara tersebut (Sari dan Tety,

2017). *Constant Market Share Analysis* (CMSA) adalah metode yang digunakan untuk mengukur perubahan dalam pangsa pasar ekspor suatu negara dan membedakan faktor-faktor yang berkontribusi pada perubahan tersebut. CMSA digunakan untuk mengukur pangsa pasar suatu komoditas pada suatu negara dibandingkan dengan negara lain, metode ini menganalisis apakah perubahan pangsa pasar disebabkan oleh perubahan struktur global, daya saing, atau faktor lainnya (Permatasari dan Rustariyuni, 2015).

Export Product Dynamic (EPD) digunakan untuk mengetahui dinamika ekspor suatu komoditas di pasar internasional yang akan menghasilkan empat posisi yaitu *Rising Star*, *Lost Opportunity*, *Falling Star*, dan *Retreat*. *Lost opportunity* merupakan posisi yang menunjukkan terdapat pangsa pasar pada produk-produk yang dinamis, *Rising Star* menunjukkan posisi pangsa pasar meningkat dan produk ekspor memiliki pertumbuhan yang cepat, *Falling Star* menunjukkan kondisi penurunan pangsa pasar, dan *Retreat* posisi kemunduran suatu komoditas (Sitepu *et al.*, 2024). *Revealed Symmetric Comparative* (RSCA) merupakan modifikasi dari metode RCA dimana RSCA mengubah RCA menjadi skala yang lebih simetris dengan nilai antara -1 dan +1. RSCA memiliki nilai yang simetri dengan interval -1 dan 1, dimana nilai kurang dari 0 menunjukkan komoditas tidak memiliki keunggulan komparatif, sebaliknya jika lebih dari 0 maka komoditas memiliki keunggulan komparatif (Harniti dan Jamil, 2020). Keunggulan komparatif pada penelitian ini diukur menggunakan alat analisis *Revealed Comparative Advantage* (RCA).

2.6. Keunggulan Kompetitif

Keunggulan kompetitif merupakan salah satu indikator suatu negara mampu memasuki pasar internasional terhadap suatu barang yang diperdagangkan. Keunggulan kompetitif merupakan kemampuan suatu negara menyusun strategi untuk mendapatkan posisi yang menguntungkan didalam suatu perdagangan internasional (Amelia, 2016). Menurut *Porter's Diamond Model* terdapat 4 faktor dalam menentukan daya saing kompetitif suatu komoditas yaitu faktor kondisi, kondisi permintaan, industri terkait dan pendukung, serta strategi, pendukung dan persaingan (Rustian dan Tantri, 2020). Keunggulan kompetitif adalah kemampuan perusahaan untuk menawarkan sesuatu yang lebih menarik bagi pelanggan dibandingkan dengan apa yang ditawarkan oleh pesaing. Keunggulan kompetitif terjadi ketika pelanggan merasa mendapatkan nilai lebih dari bertransaksi dengan suatu organisasi dibanding dengan pesaingnya (Suryati *et al.*, 2022).

Keunggulan kompetitif bersifat persaingan. Persaingan dalam perdagangan internasional memungkinkan setiap negara untuk menciptakan keunggulan kompetitif pada produknya dengan memfokuskan produksi pada produk tersebut (Nugraha *et al.*, 2023). Keunggulan kompetitif merupakan konsep yang menyatakan bahwa keadaan sumber daya alam suatu negara bukanlah penghalang karena hal itu dapat ditingkatkan dengan segala macam cara. Keunggulan kompetitif merupakan konsep yang menyatakan bahwa sumber daya alam yang terbatas bukan suatu hambatan untuk bersaing karena pada dasarnya negara dapat menciptakan keunggulan dengan berinovasi, meningkatkan kualitas, dan mengoptimalkan sumber daya yang dimiliki melalui berbagai upaya (Wardani dan

Mulatsih, 2017). Keunggulan suatu negara dapat dilihat dari bagaimana perusahaan di dalam negara tersebut mampu berkompetisi dalam menghasilkan produk yang dapat bersaing di pasar. Keunggulan kompetitif memberikan nilai ekonomi dan daya tarik yang lebih besar dibandingkan pesaingnya, sehingga mengharuskan perusahaan untuk terus berinovasi agar tetap unggul dan memenangkan persaingan (Suryati *et al.*, 2022).

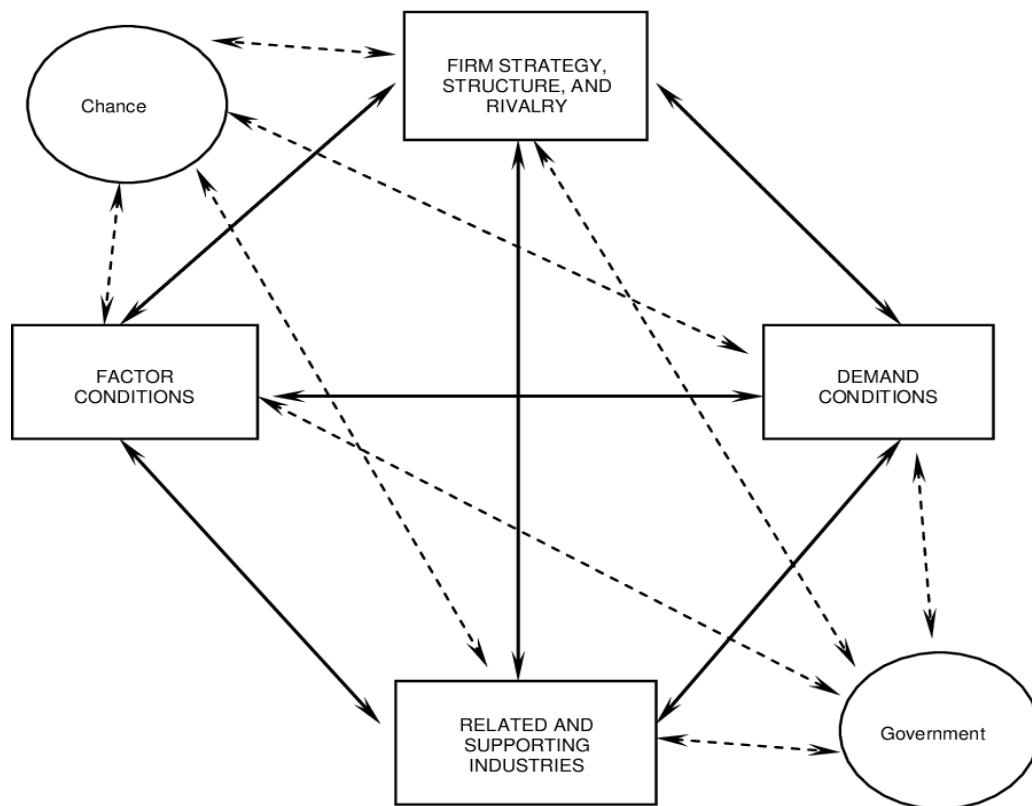
Mengukur keunggulan terdapat beberapa metode seperti ISP, ECI, dan *Porter's Diamond Model*. Indeks Spesialisasi Perdagangan merupakan analisis yang digunakan untuk mengetahui posisi atau tahapan perkembangan suatu produk. Metode ISP menganalisis perkembangan suatu komoditas dengan menggambarkan apakah negara dengan komoditas tersebut menjadi negara eksportir atau negara importir (Tajulfitri, 2019). *Export Competitiveness Index* (ECI) merupakan alat analisis daya saing suatu komoditas di sebuah negara secara kompetitif. Nilai ECI menunjukkan perbandingan antara pangsa pasar ekspor sebuah negara di pasar internasional terhadap komoditas pada periode tertentu (t) dibandingkan dengan periode sebelumnya (t-1) (Sukmayanti *et al.*, 2022). *Porter's Diamond Model* merupakan alat analisis yang digunakan untuk mengukur daya saing kompetitif suatu komoditas dengan memperhatikan 4 model. Dalam pengukurannya *Porter's Diamond Model* memiliki 4 komponen yang diperhatikan yaitu faktor kondisi, kondisi permintaan, industri terkait dan pendukung, strategi, struktur dan persaingan serta dua komponen pendukung yaitu komponen pemerintah dan faktor kesempatan. Keunggulan kompetitif pada penelitian ini diukur dengan

menggunakan alat analisis Indeks Spesialisasi Perdagangan (ISP) dan *Porter's Diamond Model*.

2.7. Porter's Diamond Model

Porter's Diamond Model merupakan alat analisis yang digunakan untuk mengukur daya saing kompetitif suatu komoditas. Model yang dibuat oleh porter bertujuan untuk mengetahui daya saing yang diterapkan dalam skala negara, daerah, industri, dan perusahaan individual baik barang maupun jasa (Prayoga, 2019). Model analisis ini dibuat untuk mengetahui dan menganalisis faktor-faktor internal dan eksternal dalam suatu industri (Yunianti, 2018).

Porter's Diamond Model dalam pengukurannya memperhatikan 4 komponen yaitu faktor kondisi, kondisi permintaan, industri terkait dan pendukung, strategi, struktur dan persaingan. Model tersebut menggambarkan hubungan yang saling terkait dengan variabel lainnya (Rustian dan Widiastuti, 2020). Terdapat dua komponen pendukung yang mendukung keempat komponen tersebut yaitu komponen pemerintah dan faktor kesempatan. Peran pemerintah yang dimaksud adalah sebagai pembuat kebijakan dan peraturan yang menguntungkan dalam pertumbuhan domestic yang secara tidak langsung meningkatkan daya saing negara tersebut. Faktor kesempatan merupakan kondisi internal dan eksternal perusahaan yang tidak berada dalam kendali perusahaan seperti keadaan sosial, politik suatu negara, situasi keamanan, inovasi, kondisi pasar keuangan dan nilai tukar, lonjakan permintaan global atau regional, perubahan mendadak dalam biaya input, serta perkembangan teknologi yang signifikan (Prayoga, 2019).



Ilustrasi 3. *Porter's Diamond Model*

Faktor kondisi merupakan input yang digunakan dalam menghasilkan suatu produk untuk bersaing. Faktor kondisi yang dimaksud oleh Porter adalah faktor-faktor dasar yang dibutuhkan dalam operasional produk seperti tenaga kerja, sumber daya alam, biaya, pengetahuan dan teknologi, serta infrastruktur (Rustian dan Tantri, 2019). Kondisi permintaan ini merujuk pada keadaan pasar domestik suatu negara yang berkaitan dengan sifat konsumen (Prayoga, 2019). Sehingga hal ini dapat mendorong perusahaan dalam menciptakan produk yang berkualitas sehingga menjadi hal yang penting dalam meningkatkan daya saing. Industri terkait dan pendukung merupakan Kerjasama antar industri dalam suatu komoditas guna meningkatkan penjualan. Kerjasama industri terkait dan pendukung akan mencapai

tujuan apabila terbentuk kepercayaan. Kepercayaan yang timbul dalam suatu kerjasama merupakan kunci dari kesuksesan dalam membawa keberhasilan usaha (Tanguy, 2016). Strategi perusahaan, struktur, dan persaingan merupakan suatu hal yang penting dalam *Porter's Diamond Model*. Strategi perusahaan, struktur, dan persaingan menggambarkan bagaimana perusahaan dibuat, diatur, dikelola, dan bagaimana persaingannya dengan pesaingnya (Srinivasan, 2014).

Metode *Porter's Diamond Model* merupakan metode yang digunakan untuk menganalisis faktor-faktor penentu daya saing kompetitif. Analisis mendalam yang menggunakan model nantinya dapat mengetahui interaksi dari komponen terkait sehingga dapat mengidentifikasi sumber-sumber keunggulan kompetitif dari suatu negara industri tertentu, mengetahui permasalahan yang terjadi, kendala, dan kemudian strategi yang sesuai guna meningkatkan keunggulan kompetitifnya. Oleh karena itu metode *Porter's Diamond Model* digunakan pada penelitian ini sebagai alat analisis untuk menjawab tujuan penelitian.

2.8. Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian terdahulu yang relevan dan dijadikan rujukan pada penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 1. Penelitian Terdahulu

Judul (Nama Peneliti, Tahun)	Metode	Hasil
Analisis Daya Saing Ekspor Kopi Indonesia Pada Pasar Internasional. (Ananda, A. N., Azzahra, T. S., Widia, S., & Wikansari, R. 2023)	Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan perhitungan RCA. Jenis data yang digunakan adalah data sekunder time	Berdasarkan hasil penelitian menggunakan analisis RCA didapatkan bahwa nilai RCA Indonesia-USA memiliki rata-rata 6 yang artinya Indonesia memiliki daya saing yang kuat terhadap negara USA. Nilai RCA komoditas kopi

Judul (Nama Peneliti, Tahun)	Metode	Hasil
	series dari tahun 2018-2022	Indonesia-Mesir dalam kurun waktu 2018-2022 memiliki rata-rata 33 yang artinya memiliki daya saing yang kuat. nilai RCA komoditas kopi Indonesia-Jerman dalam kurun waktu 2018-2022 memiliki rata-rata 7 yang artinya Indonesia memiliki daya saing yang lebih unggul dibandingkan dengan negara eksportir lain yang melakukan ekspor ke Jerman. Sehingga Indonesia terbilang unggul dalam mengekspor kopi terhadap Amerika, Mesir, dan Jerman
Analisis daya saing ekspor kopi Indonesia dengan Brazil di pasar internasional (Azra, I., Santoso, K. M., Tiffani, M., Kerenhappuch, W., & Wikansari, R. 2022).	Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Metode perhitungan data menggunakan <i>Revealed Comparative Advantage</i> (RCA)	Hasil penelitian ini adalah Brazil lebih unggul dalam nilai ekspor dibandingkan dengan Indonesia. Salah satu faktor penyebab adalah volume ekspor kopi Brazil memiliki volume lebih tinggi dibandingkan dengan volume produksi kopi Indonesia. Penyebab rendahnya nilai ekspor kopi Indonesia yaitu karena rendahnya kualitas biji kopi karena mayoritas petani Indonesia merupakan petani kecil yang terbatas dalam pengetahuan maupun teknologi
Analisis daya saing ekspor kopi Indonesia dan Vietnam di Pasar ASEAN 5 (Zuhdi, F & Suharno. 2015)	Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Metode perhitungan menggunakan <i>Revealed Comparative Advantage</i> (RCA)	ASEAN karena memiliki nilai RCA lebih dari satu, namun nilai RCA yang dimiliki Indonesia tidak lebih tinggi dibanding Vietnam. Sehingga kopi Vietnam lebih memiliki daya saing dibandingkan Indonesia. hasil EPD menunjukkan Indonesia maupun Vietnam berada pada

Judul (Nama Peneliti, Tahun)	Metode	Hasil
	dan <i>Export Product Dynamic</i> (EPD	kuadran rising star yang artinya kinerja perdagangan ekspor berjalan cepat dan dinamis dimana pertumbuhan ekspor Indonesia

Berdasarkan penelitian terdahulu, terdapat kesamaan dalam topik analisis daya saing kopi, terutama dalam penggunaan metode RCA. Keterbaruan penelitian ini terletak pada penggunaan data global untuk menghitung RCA dan ISP dalam mengukur keunggulan daya saing komparatif dan kompetitif. Penelitian ini menggunakan *Porter's Diamond Model*, yang masih jarang diterapkan dalam analisis daya saing keunggulan kompetitif komoditas di suatu negara.