

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

2.1.1 Pengertian Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

Di Indonesia, sektor UMKM merupakan penyumbang utama kegiatan ekonomi domestik, penyedia lapangan kerja yang signifikan, dan sumber pendapatan tambahan melalui kegiatan ekonomi rumah tangga (Hanim and Noorman, 2018). Jumlah usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) mencapai 65,47 juta unit pada tahun 2019 (Mahdi, 2022). Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Indonesia yang berjumlah sekitar 64.200.000 berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi sebesar 8.575,89 triliun rupiah (Lukman and Kutty, 2023), sehingga pegiat UMKM sekarang ini merupakan salah satu penggerak utama perekonomian Indonesia, dan memberikan lapangan pekerjaan yang signifikan, dan sumber penghasilan tambahan melalui kegiatan ekonomi rumah tangga (Handoyo, Yudianto and Fitriyah, 2021). Pada saat ini komoditas kopi merupakan salah satu komoditas perkebunan yang banyak dicari dan cukup berpengaruh dalam penambahan devisa non migas di Indonesia (Munashiroh and Santoso, 2021). Ekspor produk perkebunan khususnya kopi mempunyai proporsi yang paling tinggi dibandingkan produk pertanian ekspor lainnya. Salah satu UMKM yang berpotensi untuk melakukan kegiatan ekspor adalah UMKM produk kopi. Kopi adalah produk yang populer, selain itu kopi merupakan produk ekspor paling terbesar kedua di dunia (Rinaldi, 2022). Kopi Indonesia selain menjadi konsumsi lokal juga menjadi komoditas ekspor di beberapa negara (Prayuda, 2016).

- a. Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.

- b. Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini.
- c. Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.
- d. Usaha Besar adalah usaha ekonomi produktif yang dilakukan oleh badan usaha dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan lebih besar dari Usaha Menengah, yang meliputi usaha nasional milik negara atau swasta, usaha patungan, dan usaha asing yang melakukan kegiatan ekonomi di Indonesia.
- e. Dunia Usaha adalah Usaha Mikro, Usaha Kecil, Usaha Menengah, dan Usaha Besar yang melakukan kegiatan ekonomi di Indonesia dan berdomisili di Indonesia.

Berdasarkan definisi di atas dapat dikatakan bahwa dari Usaha Mikro, Kecil dan Menengah merupakan suatu bentuk usaha kecil yang didirikan atas dasar inisiatif perorangan, kelompok, usaha kecil atau rumah tangga (Saefullah, Rohaeni and Tabroni, 2022). Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) merupakan penopang perekonomian Indonesia yang patut mendapat perhatian khusus karena mampu memperluas lapangan tenaga kerja dan mengurangi pengangguran di tengah persaingan lapangan kerja di

sektor pemerintahan (Suryati, 2021).

2.1.2 Kriteria Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

Untuk membedakan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM), diperlukan kriteria dan klasifikasi tertentu dalam mengklasifikasikan UMKM. Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Kriteria Usaha Mikro, Kecil dan Menengah adalah sebagai berikut:

a. Kriteria Usaha Mikro :

1. Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
2. Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).

b. Kriteria Usaha Kecil :

1. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
2. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah).

c. Kriteria Usaha Menengah

1. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
2. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah).

Beberapa hasil penelitian , memberikan hasil bahwa pendapatan

UMKM hanya sekitar 25% dari batas atas omset Rp300 juta; Usaha Kecil 65%, dan Usaha Menengah 59%. Menyiratkan bahwa produktivitas Usaha Mikro masih jauh lebih rendah daripada Usaha Kecil maupun Menengah dan membuatnya rapuh dan sulit untuk bertahan apalagi berkembang. Perlu adanya pendampingan yang melekat dan terstruktur agar Usaha Mikro dapat tumbuh dan berkembang. Sudah 10 tahun belakangan ini komposisi jumlah Usaha Mikro diangka 98,7%, berarti bisa diasumsikan bahwa hampir tidak ada Usaha Mikro yang mampu naik kelas (Hendratmoko, 2021)

2.1.3 Klasifikasi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

Berdasarkan perkembangannya Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) dapat diklasifikasikan menjadi 4 kelompok (Septiana, Hapsari and Karyono, 2016) :

1. *Livelihood Activities*, merupakan UMKM yang digunakan sebagai kesempatan kerja untuk mencari nafkah, yang lebih umum dikenal sebagai sektor informal, contohnya adalah pedagang kaki lima.
2. *Micro Enterprise*, merupakan UMKM yang memiliki sifat pengrajin tetapi belum memiliki sifat kewirausahaan.
3. *Small Dynamic Enterprise*, merupakan UMKM yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan mampu menerima pekerjaan subkontrak dan ekspor.
4. *Fast Moving Enterprise*, merupakan UMKM yang memiliki jiwa kewirausahaan dan akan melakukan transformasi menjadi Usaha Besar (UB).

2.1.4 Peran Penting UMKM Terhadap Ekspor Indonesia

Menurut Rahmadhani (2023) Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) menyanggah peran yang sangat dibutuhkan,

dilihat dengan berbagai karakteristik yang membuat UMKM dikatakan strategis. Salah satunya adalah UMKM dapat menyumbang devisa negara melalui ekspor yang nilainya cukup stabil. UMKM mempunyai peran dan berkontribusi terhadap ekspor nonmigas, dan mempunyai potensi pengembangan yang besar di masa depan. Terpantau, jumlah ekspor UMKM setiap tahunnya semakin meningkat.

2.1.5 Kendala dan Permasalahan

Menurut Pusat Pengkajian Perdagangan Luar Negeri (2021) berdasarkan Hasil Sensus Ekonomi yang dilakukan BPS menunjukkan terdapat beberapa kendala usaha yang dihadapi UMKM secara umum:

1. Adanya pesaing dari luar negeri yang menjual produknya dengan harga murah menjadi kendala bagi usaha kecil dan menengah di Indonesia.
2. Permasalahan permodalan. Sebanyak 11,70% UMKM telah menerima pinjaman atau mengajukan pinjaman, sedangkan sisanya sebesar 88,3% UMKM belum menerima pinjaman atau menghadapi kendala dalam mengajukan pinjaman.
3. Pemasaran. Selain pemasaran konvensional, di era digitalisasi saat ini, UMKM menghadapi kendala pemasaran di marketplace dan e-commerce karena terbatasnya peluang pemasaran dan online.
4. Bahan baku dan barang dagangan. Keterbatasan pasokan bahan baku dalam negeri memaksa pengusaha mengimpor bahan baku dengan risiko kenaikan harga sehingga berdampak pada biaya produksi yang lebih tinggi.

2.2 Produk Kopi UMKM

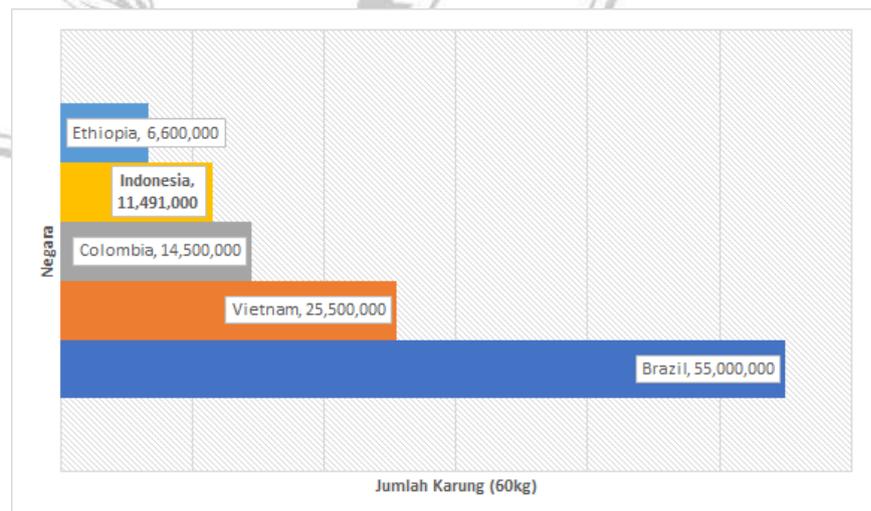
2.2.1 Definisi Kopi

Nasution (2018) menjelaskan bahwa produk kopi adalah

produk yang populer dan merupakan komoditas ekspor terbesar kedua di dunia. Jenis kopi yang paling diminati di pasar global adalah Arabika dan Robusta. Jika dilihat dari tingkat konsumsinya, 70% penduduk dunia merupakan konsumen kopi Arabika yang memiliki cita rasa mild dan aromatik. Sedangkan sisanya, 30% penduduk dunia ini adalah konsumen kopi Robusta yang memiliki rasa lebih pahit dan kadar kafein 50% lebih tinggi daripada kopi Arabika. Pada pasar ekspor, terdapat dua jenis produk kopi utama: biji kopi mentah (*green beans*) dan biji kopi sangrai (*roasted beans*). Masing-masing juga dibagi lagi dengan jenis yang dihilangkan kafeinnya atau tidak. Rinaldi (2022) menjelaskan meski pangsa pasar kopi Indonesia di pasar ekspor global saat ini masih kecil, setidaknya ada tiga alasan mengapa kopi memiliki potensi ekspor yang begitu besar bagi UMKM Indonesia :

1. Produksi Berlimpah

Indonesia merupakan negara penghasil biji kopi terbesar keempat setelah Brazil, Vietnam, dan Kolombia. Artinya produk kopi negara kita mempunyai keunggulan dari segi volume produksi dibandingkan negara lain.



Gambar 2.1 Jumlah Produksi Kopi 5 Negara Tertinggi, 2017.

Sumber: International Coffee Organization

2. Ruang ekspor lebih besar daripada konsumsi dalam negeri

Indonesia memiliki populasi 270 juta konsumen kopi, sekitar 60 hingga 70 persen produksi biji kopi Indonesia diekspor ke pasar global. Artinya, meskipun konsumsi kopi dalam negeri juga tinggi, ruang kapasitas yang tersedia untuk kopi ekspor masih banyak.

3. Beragam jenis asal kopi Indonesia yang unik dan populer

Indonesia merupakan salah satu negara yang memiliki jenis asal kopi terbanyak, yang disebut kopi single origin. Terdapat beragam jenis asal kopi Indonesia dari berbagai daerah di Sumatera, Jawa, Bali, Flores, sampai Papua. Terbukti setiap jenis kopi memiliki cita rasa yang unik. Faktanya, banyak varietas kopi Indonesia seperti Mandarin dan Toraja yang sudah populer di pasar global.

2.2.2 Jenis – jenis Kopi di Bidang Ekspor

International Coffee Organization (ICO) dalam (Samosir, 2023) memerinci terdapat 4 jenis kopi yang diperdagangkan secara global yakni kopi arabika, kopi robusta, kopi liberika dan kopi excelsa.

a. Arabika

Arabika merupakan salah satu jenis biji kopi yang paling populer dan terkenal di dunia. Arabika merupakan jenis tumbuhan tanaman kopi yang sangat peka terhadap lingkungannya dan juga rawan sakit. Jika salah satu tanaman terkena sakit, maka terdapat risiko penularan ke tanaman lain dan mengakibatkan gagal panen. Oleh sebab itu, perawatan tanaman kopi arabika harus dilakukan dengan baik. Tanaman ini akan tumbuh dengan baik di dataran tinggi, curah hujan yang stabil, variasi suhu minimal, terhindar dari sinar matahari langsung, dan memiliki tanah yang gembur. Biji kopi Arabika berkualitas tinggi cenderung memiliki rasa yang ringan dan

keasaman yang menyegarkan, serta intensitas rasa dan aroma yang kompleks. Menurut kebanyakan orang, hal ini membuat kopi Arabika memiliki rasa yang lebih lembut, manis, dan nikmat. Kopi Arabika memiliki kandungan kafein sekitar dua kali lipat dibandingkan kopi Robusta. Arabika sangat cocok bagi yang menyukai kopi dengan rasa yang segar, kompleks, aromatik, nyaman dan mudah diminum.

b. Robusta

Robusta merupakan jenis kopi yang paling banyak diproduksi kedua di dunia setelah Arabika, dan Indonesia sendiri merupakan salah satu produsen kopi Robusta terbesar di dunia. Tingginya produksi tersebut tidak lepas dari karakteristik tanaman Robusta yang sangat toleran terhadap lingkungan dan tahan terhadap berbagai penyakit. Kopi Robusta dapat bertahan hidup di berbagai ketinggian, namun lebih menyukai iklim panas dengan hujan yang tidak menentu. Umur simpan kopi Robusta berkaitan dengan kandungan kafeinnya yang tinggi, yang berfungsi sebagai pestisida alami dan sumber pertahanan diri. Kopi Robusta memiliki cita rasa yang kaya dan disebut kopi pahit. Namun selain rasanya yang tebal, Robusta memiliki tekstur yang lembut dan tingkat keasaman yang rendah sehingga seringkali meninggalkan rasa yang mirip dengan dark chocolate.

c. Liberica

Kopi jenis liberika kini sudah sangat jarang ditemukan. Salah satu negara yang masih memproduksi kopi Liberika adalah Indonesia, khususnya di wilayah Bengkulu dan Jambi. Tanaman kopi liberika sangat tahan terhadap perubahan kondisi lingkungan dan penyakit. Biji kopi liberika biasanya berukuran besar, asimetris, dan memiliki aroma bunga dan buah yang khas. Secara umum, kopi Liberika memiliki ciri rasa smoky

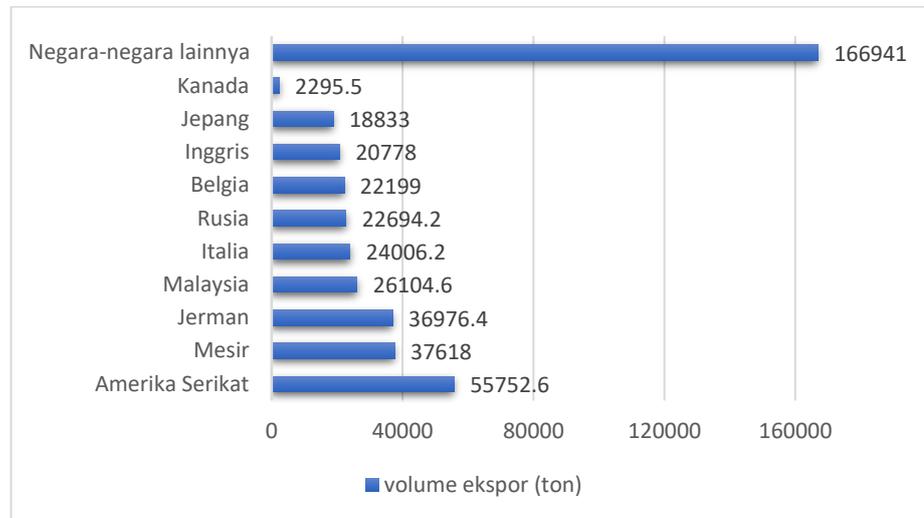
yang mirip dengan tembakau, dengan sisa rasa yang “woody” dan “earthy”. Liberika mempunyai rasa yang tebal, pahit, dan beraroma kuat.

d. Excelsa

Kopi Excelsa hidup dan tumbuh di Asia Tenggara. Tanaman kopi Excelsa tingginya 6 hingga 9 meter dan tumbuh pada ketinggian yang mirip dengan kopi Liberika. Namun karakteristik kopi Excelsa sangat berbeda dengan kopi Liberika. Kopi Excelsa memiliki ciri rasa yang sedikit asam yang mirip seperti buah. Di sisi lain, ia juga memiliki ciri kaya rasa yang mengingatkan pada kayu bakar serta aroma dan rasa yang kompleks. Kekuatan inilah yang menjadikan Kopi Excelsa memiliki ciri khas yang unik sehingga sering dicari oleh para penggemar kopi.

2.2.3 Performa Ekspor Kopi Indonesia

Kopi Indonesia mempunyai cita rasa dan aroma yang unik sehingga menarik daya tarik dan minat yang besar di kalangan orang asing. Hingga saat ini Indonesia telah memasarkan produk kopi secara global ke negara Amerika Serikat, Mesir, Belgia, Rusia, Jepang, Malaysia, Italia, dan Jerman (Annur, 2023). Maka dari itu, produk kopi berpotensi besar untuk diekspor oleh UMKM di Indonesia khususnya di Kabupaten Malang. Menurut laporan Statistik Indonesia 2023 dari Badan Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2022, negara kita menduduki peringkat ke-13 dalam daftar negara pengekspor kopi terbanyak di dunia. Pada Januari hingga Mei 2022, Indonesia berhasil mengekspor kopi senilai \$394 juta. Presentase ini sekitar 37% lebih tinggi dibandingkan penjualan Januari hingga Mei tahun sebelumnya.



Gambar 2.1 Volume Ekspor Kopi ke Negara Tujuan

Sumber: Badan Pusat Statistik (BPS) 2022

Amerika Serikat (AS) merupakan tujuan utama ekspor kopi nasional pada 2022, dengan volume mencapai 55,75 ribu ton atau 12,84% dari total ekspor nasional. Nilai ekspor kopi ke wilayah Joe Biden itu mencapai USD 268,04 juta.

Negara tujuan ekspor kopi terbesar selanjutnya adalah Mesir, dengan volume 37,61 ribu ton dan nilai USD 82,17 juta, kemudian Jerman dengan volume 36,97 ribu ton dan nilai USD 80,93 juta.

Volume ekspor kopi Indonesia ke Malaysia mencapai 26,1 ribu ton dengan nilai USD 53,25 juta, ekspor ke Italia 24 ribu ton senilai USD 48,98 juta, dan ekspor ke Rusia 22,69 ribu ton senilai USD 44,16 juta.

Adapun ekspor kopi ke Belgia mencapai 22,19 ribu ton senilai USD 65,04 juta, ke Inggris 20,77 ribu ton senilai USD 48,25 juta, ke Jepang 18,83 ribu ton senilai USD 59,05 juta, serta ke Kanada 2,29 ribu ton senilai USD 15,6 juta.

Kemudian volume ekspor ke negara-negara lainnya sebanyak 166,94 ribu ton dengan nilai USD 370,78 juta.

2.2.4 Klasifikasi *Grade* (Standar Mutu) Kopi Siap Ekspor

Sistem pemeringkatan mutu biji kopi pada umumnya mengacu pada beberapa kriteria yaitu origin, ekosistem, varietas, cara panen, cara pengolahan (pasca panen), ukuran biji, densitas biji, nilai cacat, dan cita rasa (Mulato, 2018). Asosiasi Eksportir dan Industri Kopi Indonesia atau yang disebut AEKI (2022) menjelaskan Standar Nasional Indonesia untuk Biji Kopi Indonesia telah menerapkan standar ekspor kopi biji berdasar sistem nilai cacat kopi sejak tahun 1990, yang menggantikan sistem Triase (Bobot per Bobot). Standar mutu kopi biji saat ini adalah Standar Nasional Indonesia Nomor 01-2907-2008 Kopi Biji, hasil dari beberapa kali revisi, disamping dengan mempertimbangkan perkembangan pasar global dan persyaratan internasional juga memperhatikan sebagian Resolusi ICO (International Coffee Organization) No: 407 tentang “Coffee Quality Improvement Program”. Mengetahui standarisasi minimum di dalam resolusi ICO 407, yaitu:

- a. Kopi Arabika: penilaian cacat maksimal 86/300 gram sampel menurut Standarisasi mutu Brazil/ New York.
- b. Kopi Robusta: penilaian cacat maksimal 150/300 gram sampel menurut standarisasi mutu Indonesia/Vietnam.
- c. Kandungan kadar air sebuah biji kopi: maksimal 12,5% yang berdasarkan metode ISO 6673

Cara menentukan standar mutu biji kopi dapat dibedakan berdasarkan hal hal sebagai berikut :

1. Jenis Mutu

Terdapat 4 tahapan untuk dapat menentukan jenis mutu sebuah kopi yaitu :

- a. Berdasarkan Jenis Kopi
 1. Kopi Arabika
 2. Kopi Robusta

3. Kopi Jenis Lainnya

b. Berdasarkan Cara Pengolahannya

1. Cara pengolahan kering (Dry process /DP)
2. Cara pengolahan basah (Wet Process/ WP)

c. Berdasarkan Nilai Cacat Kopi

- Mutu 1 : Jumlah nilai cacat maksimum 11
Mutu 2 : Jumlah nilai cacat 12 sampai dengan 25
Mutu 3 : Jumlah nilai cacat 26 sampai dengan 44
Mutu 4a : Jumlah nilai cacat 45 sampai dengan 60
Mutu 4b : Jumlah nilai cacat 61 sampai dengan 80
Mutu 5 : Jumlah nilai cacat 81 sampai dengan 150
Mutu 6 : Jumlah nilai cacat 151 sampai dengan 225

Catatan: untuk kopi arabika mutu 4 tidak dibagi menjadi sub mutu 4 a dan 4 b. Secara umum kopi arabika Indonesia diekspor 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.

d. Kriteria Penentuan Nilai Cacat Kopi

Sedangkan untuk penentuan besarnya nilai cacat biji kopi didasarkan atas :

Tabel 2.1 Syarat penentuan besarnya nilai cacat biji kopi

No	Jenis cacat	Nilai cacat
1	1 (satu) biji hitam	1 (satu)
2	1 (satu) biji hitam sebagian	1/2 (setengah)
3	1 (satu) biji hitam pecah	1/2 (setengah)
4	1 (satu) kopi gelondong	1 (satu)
5	1 (satu) biji coklat	1/4 (seperempat)
6	1 (satu) kulit kopi ukuran besar	1 (satu)
7	1 (satu) kulit kopi ukuran sedang	1/2 (setengah)
8	1 (satu) kulit kopi ukuran kecil	1/5 (seperlima)
9	1 (satu) biji berkulit tanduk	1/2 (setengah)
10	1 (satu) kulit tanduk ukuran besar	1/2 (setengah)
11	1 (satu) kulit tanduk ukuran sedang	1/5 (seperlima)

12	1 (satu) kulit tanduk ukuran kecil	1/10 (sepersepuluh)
13	1 (satu) biji pecah	1/5 (seperlima)
14	1 (satu) biji muda	1/5 (seperlima)
15	1 (satu) biji berlubang satu	1/10 (sepersepuluh)
16	1 (satu) biji berlubang lebih dari satu	1/5 (seperlima)
17	1 (satu) biji bertutul	1/10 (sepersepuluh)
18	1 (satu) ranting, tanah atau batu berukuran besar	5 (lima)
19	1 (satu) ranting, tanah atau batu berukuran sedang	2 (dua)
20	1 (satu) ranting, tanah atau batu berukuran kecil	1 (satu)

Catatan: Jumlah nilai cacat dihitung dari contoh uji seberat 300 gram. Jika satu biji kopi mempunyai lebih dari satu nilai cacat, maka penentuan nilai cacat tersebut didasarkan pada bobot nilai cacat terbesar.

2. Syarat Mutu

a. Syarat Mutu Umum

Kadar air kopi biji tidak lagi dibedakan berdasarkan jenis pengolahan (pengolahan basah dan kering) tapi sama-sama maksimum 12,5 %. Persyaratan lain tetap sama seperti standar sebelumnya yakni :

Tabel 2.1 Syarat mutu umum Biji Kopi

No	Kriteria	Persyaratan
1	Serangga Hidup	Tidak Ada
2	Biji berbau busuk atau berbau kapang	Tidak Ada
3	Kadar air (b/b)	Maksimal 12,5%
4	Kadar kotoran (b/b)	Maksimal 0,5%

b. Syarat Mutu Khusus Kopi Robusta

Berdasarkan ukuran biji. Standar ukuran biji kopinya sama dan didasarkan pada ukuran lubang bulat serta proses yang

digunakan untuk semua jenis biji kopi. Namun untuk lolos ayakan, biji kopi Robusta dibedakan berdasarkan proses pengolahannya (proses basah dan kering).

Tabel 2.2 Syarat mutu khusus Biji Kopi Robusta Basah

Ukuran	Kriteria	Persyaratan
Besar	Tidak lolos ayakan berdiameter 6,5 mm (Sieve No.16)	Maksimal Lolos 5%
Kecil	Lolos ayakan diameter 6,5 mm, tidak lolos ayakan berdiameter 3,5 mm (sieve no.9)	Maksimal Lolos 5%

Tabel 2.3 Syarat mutu khusus Biji Kopi Robusta Kering

Ukuran	Kriteria	Persyaratan
Besar	Tidak lolos ayakan berdiameter 7,5 mm (sieve no.19)	Maksimal Lolos 5%
Sedang	Lolos ayakan diameter 7,5 mm, tidak lolos ayakan berdiameter 6,5 mm (sieve no.16)	Maksimal Lolos 5%
Kecil	Lolos ayakan diameter 6,5 mm, tidak lolos ayakan berdiameter 5,5 mm (sieve no.14)	Maksimal Lolos 5%

c. Syarat Mutu Khusus Kopi Arabika Pengolahan Basah

Tabel 2.3 Syarat mutu khusus Biji Kopi Robusta Kering

Ukuran	Kriteria	Persyaratan
Besar	Tidak lolos ayakan berdiameter 6,5 mm (sieve no.16)	Maksimal Lolos 5%
Sedang	Lolos ayakan diameter 6,5 mm, tidak lolos ayakan berdiameter 6 mm (sieve no.15)	Maksimal Lolos 5%
Kecil	Lolos ayakan diameter 6 mm, tidak lolos ayakan berdiameter 5 mm (sieve no.13)	Maksimal Lolos 5%

d. Syarat Mutu Khusus Berdasarkan Jumlah Keping Biji

Jenis	Kriteria	Persyaratan
-------	----------	-------------

Peaberry	Tanpa ketentuan lolos ayakan	Maksimal Lolos 5%
Polyembrio	Tanpa ketentuan lolos ayakan dan tidak termasuk biji pecah	-

3. Cara Pengambilan Sampel

Dalam metode sampling atau pengambilan sampel kopi, prosesnya diambil secara acak sebanyak akar pangkat 2 dari jumlah karung. Kemudian dari jumlah tiap karung terpilih, akan diambil kembali secara acak bagian atas, tengah, dan bawah diambil dari setiap kantong terpilih sehingga menghasilkan 10 kg biji kopi. Dari proses pengambilan sampel inilah kita dapat mengetahui kualitas varietas (jenis mutu) kopi. Begitulah proses penentuan varietas kopi dengan kualitas terbaik agar menghasilkan kopi berkualitas tinggi yang memenuhi standar.

2.2.5 Syarat Ekspor Kopi yang Harus Dipenuhi Pelaku UMKM

Kopi adalah salah satu komoditas ekspor yang diatur tata niaga ekspornya, dalam Buku Tarif Kepabeanan Indonesia HS Nomor 09.01 dan 21.01. Ketentuan tentang ekspor kopi diatur beberapa kali dengan Peraturan Menteri Perdagangan RI, dan mengalami perubahan lagi terakhir kali dengan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 10/M-DAG/PER/5/2011. Syarat yang dimaksud, diantaranya (Indonesia Logistik, 2023) :

1. Menerbitkan Surat Izin Mengekspor Produk

Menerbitkan surat izin usaha untuk UMKM sebelum bisa menjual produk. Tujuan dari penerbitan surat izin ini ialah menyatakan bahwa tempat usaha telah diperbolehkan secara resmi untuk berdagang ke luar negeri. Selain itu, surat izin ekspor juga perlu mendapat pengesahan dari dua lembaga bisnis kopi yang berada di bawah naungan Kementerian Perdagangan. Kedua lembaga tersebut adalah ETK (Eksportir

Terdaftar Kopi), serta EKS (Eksportir Kopi Sementara).

2. Membuat Surat-Surat Berdagang

Seluruh ekspor kopi yang dilakukan UMKM dan pelaku usaha lainya harus disertai Surat Persetujuan Ekspor Kopi (SPEK). SPEK merupakan persetujuan yang dikeluarkan oleh instansi yang bertanggung jawab di bidang perdagangan untuk mengekspor kopi ke seluruh negara tujuan. SPEK juga dapat digunakan untuk pengapalan dari pelabuhan ekspor seluruh Indonesia

3. Menyusun Daftar Barang atau Packing List

Selain surat berharga, cara mengekspor kopi berikut ini memerlukan dokumentasi penting: Dokumen ini merupakan daftar produk atau packing list yang memuat informasi mengenai produk tersebut. Isi *packing list* meliputi jenis produk, jumlah, dan berat total. Daftar terperinci itu sendiri biasa disebut sebagai Nota *Invoice*, yaitu sebuah dokumen faktur yang dapat diterbitkan pelaku UMKM untuk kepentingan komersial.

4. Produk Wajib Memenuhi Standar Internasional

Produk kopi bukanlah barang yang dapat pelaku UMKM jual dengan kualitas biasa saja. Oleh karena itu, terdapat sebuah standar mutu khusus bernama SKA (Surat Keterangan Asal). Surat keterangan tersebut menyatakan bahwa produk kopi dari sebuah UMKM memang berasal dari Indonesia begitu pula dengan pengolahan dan mutunya. Contohnya, ada jenis-jenis mutu biji kopi yang wajib diperhatikan oleh pelaku UMKM Kopi. Yang terpenting adalah produk kopi yang diekspor wajib sesuai standar mutu yang ditetapkan Menteri Perdagangan Mulai dari Mutu Tingkat 1 sampai Mutu Tingkat 6. Ada pula penilaian standar kopi yang mencakup kebersihan biji kopi, warna biji kopi, kadar air dalam biji, serta apakah ada biji yang

pecah atau tidak.

5. Menerbitkan Dokumen Pabean

Sebuah UMKM memerlukan penerbitan surat PEB (Pemberitahuan Ekspor Barang) yang menandakan pekerjaan ekspor telah selesai. Adanya surat PEB tersebut akan membuat pelaku UMKM berhak untuk menerbitkan dokumen NPE (Nota Pelayaran Ekspor). Inilah dokumen yang diperlukan agar produk dari sebuah UMKM Kopi mendapatkan perlindungan dari instansi-instansi yang mengelola urusan ekspor dan impor.

6. Menunjukkan Sertifikat-Sertifikat Resmi

Langkah ekspor kopi yang terakhir ini akan membantu pembeli dalam mengurus pabean mereka. Contohnya adalah *Certificate of Origin* yang menunjukkan asal produk kopi yang dijual oleh sebuah UMKM. Ada pula *Certificate of Phytosanitary* sebagai bukti bahwa produk kopi aman dari zat-zat berbahaya. Sertifikat ketiga adalah tanda pengakuan produk dari ICO (*International Coffee Organization*).

2.3 Ekspor

2.3.1 Pengertian Ekspor

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 2 Tahun 2009 tentang Lembaga Pembiayaan Ekspor Indonesia, menjelaskan ekspor adalah kegiatan mengeluarkan barang dari daerah pabean Indonesia dan/atau jasa dari wilayah Negara Republik Indonesia. Menurut Bea Cukai, ekspor adalah kegiatan mengeluarkan barang ke luar daerah pabean sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan kepabeanan.

2.3.2 Peranan Ekspor

Ekspor merupakan salah satu sektor ekonomi yang mempunyai peranan penting dalam memperluas pasar industri

yang pada akhirnya akan mendorong industri dan perekonomian lainnya. Peranan sektor ekspor antara lain :

1. Memperluas pasar produk lokal melalui ekspor Indonesia merupakan salah satu cara untuk meningkatkan pasar produk dalam negeri.
2. Terbukanya lapangan kerja, kegiatan ekspor ini juga akan berdampak pada banyaknya lapangan kerja bagi masyarakat.
3. Mengekspor produk Indonesia ke negara lain juga akan meningkatkan aktivitas produksi dalam negeri yang tentunya membutuhkan lebih banyak tenaga kerja.

2.3.3 Tujuan Ekspor

Semua pelaku ekonomi, baik organisasi/perusahaan, individu, maupun negara, mempunyai tujuan dan hal yang ingin dicapai dalam memperdagangkan barang dan jasa ke luar negeri. Ada beberapa alasan untuk hal ini, namun semuanya terkait dengan tujuan bisnis yaitu meningkatkan pendapatan atau menyelesaikan masalah penjualan dalam negeri. Menurut Ball et all (2014: 132), dari sudut pandang perusahaan, pengusaha biasanya melakukan ekspor dengan tujuan sebagai berikut:

1. Melayani pasar di mana perusahaan tidak memiliki atau hanya memiliki sedikit fasilitas produksi.
2. Memenuhi persyaratan pemerintah tuan rumah yang mengharuskan anak perusahaan lokal melakukan ekspor untuk menutupi biaya impor.
3. Memperhatikan harga agar tetap kompetitif di pasar dalam negeri.
4. Menguji pasar global dan persaingan luar negeri dengan biaya yang efektif.
5. Memenuhi permintaan pelanggan yang sebenarnya atau potensial terhadap produk ekspor perusahaan.
6. Menyeimbangkan siklus penjualan di pasar dalam negeri.

7. Memperoleh tambahan penjualan uang, perusahaan dapat menggunakan kelebihan produksi untuk mengurangi biaya tetap per unit.
8. Memperluas siklus hidup produk dan mengembalikan produk ke tingkat peluncuran siklus hidupnya dengan mengekspor produk ke pasar dimana produk tersebut belum pernah diekspor sebelumnya.
9. Menanggapi persaingan pasar dari pesaing asing di pasar dalam negeri
10. Merespon persaingan pasar dari pesaing asing yang berada di pasar negara asal perusahaan dengan masuk ke pasar negara asal mereka.
11. Meraih kesuksesan dengan mengikuti jejak ekspor dan kesuksesan perusahaan lain.

2.3.4 Manfaat Ekspor

Salah satu keuntungan mengekspor adalah memungkinkan UMKM memperoleh pangsa pasar baru ketika pasar domestik sudah terlalu jenuh dengan kompetitor. Keuntungan melakukan kegiatan ekspor bagi suatu negara antara lain (Rafli, 2022) :

1. Meningkatkan devisa negara

Kegiatan ekspor dan pengiriman produk Indonesia ke luar negeri oleh eksportir otomatis dapat meningkatkan pendapatan perekonomian negara. Kegiatan ekspor juga dapat membuka peluang pasar baru di luar negeri, menumbuhkan dan meningkatkan investasi, dan memperluas jangkauan pasar dalam negeri.

2. Mengembangkan industri dalam negeri

Karena pada awalnya ada permintaan barang dari luar negeri, maka eksportir berperan menjual barang ke luar negeri. Permintaan yang datang akan berdampak langsung terhadap perkembangan industri dalam negeri dan menciptakan iklim

bisnis yang mendukung.

3. Pelatihan untuk meningkatkan daya saing di pasar internasional

Menjadi eksportir atau melakukan kegiatan ekspor secara langsung memberikan dampak untuk lebih terbiasa bersaing di pasar dan perdagangan internasional.

4. Menjadikan harga produk terkendali

Keuntungan mengekspor ke negara lain adalah agar dapat mengontrol harga suatu produk sekaligus menangani kelebihan kapasitas sebuah produk di dalam negeri. Ini disebabkan pada saat produk mudah diproduksi dan kapasitasnya melimpah, harga produk dalam negeri akan menjadi lebih murah. Untuk mengatasi hal tersebut perlu dilakukan upaya menekan harga produk dengan melakukan ekspor ke negara yang lebih membutuhkan agar harga produk tetap terkendali.

5. Membuka lapangan kerja

Kegiatan ekspor secara tidak langsung menciptakan lapangan kerja baru. Dengan demikian, kegiatan ekspor juga berkontribusi dalam mengurangi tingkat pengangguran. Lebih lanjut, pertumbuhan ekspor Indonesia akan menciptakan lapangan kerja dan berujung pada penurunan angka kemiskinan.

Menurut Hamdani (2015) menyebutkan sejumlah manfaat dari aktivitas ekspor antara lain :

1) Manfaat secara makro

- a. Meningkatkan potensi sumber daya ekonomi.
- b. Meningkatkan pertumbuhan perekonomian nasional.
- c. Memperluas kesempatan kerja dan menghasilkan devisa.
- d. Mengembangkan sosial budaya bangsa.
- e. Menunjang pengembangan SDM dan IPTEK.

2) Manfaat secara mikro

- a. Mengembangkan dan memperluas pemasaran.
- b. Memperluas aktivitas perusahaan.
- c. Meningkatkan penjualan dan pendapatan.
- d. Meningkatkan produksi dengan menggunakan idle capacity.

2.3.5 Ciri – Ciri Ekspor

Menurut Siswanto Sutojo dalam Sutedi (2014) menyimpulkan ciri – ciri khusus dari kegiatan ekspor yaitu :

1. Antara eksportir dan pembeli (importir) komoditas yang diperdagangkan dipisahkan oleh teritorial kenegaraan.
2. Terdapat perbedaan mata uang antara negara importir dan eksportir yang sering kali pembayaran dilakukan menggunakan mata uang asing.
3. Terdapat perbedaan kebijaksanaan pemerintah negara di bidang perdagangan internasional, moneter lalu lintas devisa, *labeling, embargo*, atau perpajakan.
4. Terdapat perbedaan antara eksportir dan importir dalam hal kemampuan teknis, terminologi dalam transaksi bisnis internasional serta bahasa asing yang biasa digunakan dalam transaksi tersebut, seperti bahasa Inggris.

2.3.6 Jenis Kegiatan Ekspor

Kegiatan ekspor yang dilakukan oleh UMKM sendiri diklasifikasikan menjadi dua (Utomo and Shaleh, 2017), yaitu:

- a. *Direct Exporting* (Ekspor Langsung)

Ekspor langsung adalah ekspor barang dan jasa yang dilakukan oleh UMKM yang memproduksinya. Untuk menghindari kelemahan ekspor tidak langsung dilakukan dengan membentuk:

- a) *Domestic- Based Export Department Or Division*

- b) *Overseas Sales Bbranch Or Subsidiary*
- c) *Travelling Export Sales Representative*
- d) *Foreign - Based Distributors Or Agents*

b. *Indirect Exporting* (Ekspor Tidak Langsung)

Ekspor tidak langsung adalah kegiatan mengekspor barang ke luar negeri melalui jasa perantara, baik melalui agen ekspor atau menjual barang tersebut ke perusahaan lain dan kemudian perusahaan mengekspornya. Berbagai jenis perantara yang dapat digunakan meliputi:

- a) *Domestic- Based Export Merchant*
- b) *Domestic- Based Export Agent*
- c) *Cooperative - Organization*
- d) *Export – Management Company*

2.3.7 Pengelompokan Komoditas Ekspor

Berdasarkan Keputusan Menteri Perdagangan Republik Indonesia No.01/M-DAG/PER/1/2007, komoditi ekspor di Inonesia dikelompokan menjadi beberapa bagian yaitu sebagai berikut :

1. Barang yang diatur tata niaga ekspornya

Barang ini adalah barang yang ekspornya hanya dapat dilakukan oleh eksportir terdaftar. Eksportir terdaftar adalah perusahaan atau perorangan yang telah mendapatkan pengakuan dari Kementerian Perdagangan untuk mengekspor barang tertentu sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan, yaitu:

- a. Produk Perkebunan : Kopi
- b. Produk Kehutanan : Rotan ataupun Kayu
- c. Produk Industri : Aseton dan Butanol
- d. Produk Pertambangan: Intan, Timah, dan Emas

2. Barang yang diawasi ekspornya

Barang ini adalah barang yang ekspornya hanya dilakukan

oleh eksportir yang telah mendapat persetujuan ekspor dari Menteri Perdagangan atau pejabat yang ditunjuk (eksportir khusus). Barang yang diawasi ekspornya, yaitu:

- a. Produk Peternakan : Bibit Sapi, Kulit Buaya
- b. Produk Perikanan : Ikan Napoleon dan Benih Ikan Bandeng
- c. Produk Perkebunan : Kelapa Sawit
- d. Produk Pertambangan: Gas, Biji Logam Mulia, Perak, dan Emas
- e. Produk Industri : Tembaga, Kuningan, Alumunium, dan Pupuk Urea

3. Barang yang dilarang ekspornya

Barang ini adalah barang yang dilarang ekspornya karena pertimbangan yaitu:

1. Produk Pertanian: anak ikan dan ikan arwana, benih ikan sidat, ikan hias botia, udang galah ukuran 8 cm dan udang panaedae
2. Produk Kehutanan: kayu bulat, bahan baku serpih, bantalan kereta api atau trem dari kayu dan kayu gergajian Produk Kelautan: pasir laut
3. Produk Pertambangan: bijih timah dan konsentratnya, abu dan residu yang mengandung arsenik, logam atau senyawanya dan lainnya, terutama yang mengandung timah dan batu mulia.

2.3.8 Peraturan / Regulasi Ekspor

Ada beberapa persyaratan teknis yang harus dimiliki sebagai persyaratan dasar transaksi ekspor impor (Risa, 2018), yaitu:

1. Harus merupakan badan usaha berbentuk CV, PT, PERUM dan sebagainya.
2. Memiliki Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP) yang diterbitkan berdasarkan domisili unit usaha untuk melakukan

perdagangan di seluruh wilayah Indonesia. Surat tersebut dapat digunakan untuk perdagangan ke seluruh Indonesia dan berlaku seumur hidup selama badan usaha yang bersangkutan masih berdiri.

3. Terdaftar dan memiliki izin kartu pengenalan ekspor yang disebut APE (Angka Pengenal Ekspor) yang diterbitkan berdasarkan domisili unit usaha.
4. Memiliki kemampuan dan pengalaman ekspor, baik dari segi kemampuan modal hingga pengalaman pemasaran internasional.
5. Memiliki Referensi Bank Devisa

