

**STRATEGI GABUNGAN ASOSIASI EKSPORTIR KOPI INDONESIA
DALAM MENGEMBANGKAN PASAR KOPI DI LUAR NEGERI TAHUN
2015-2016**

*STRATEGY OF INDONESIAN COFFEE EXPORTERS ASSOCIATION EXPAND
OVERSEAS MARKET 2015-2016*

Oleh :

Penulis 1 : Irwandy

Penulis 2: Drs. Jumadi M. Anwar, M.Si

Abstrak

Indonesia memiliki rekor ekspor kopi terbesar pada tahun 2013 dari tahun pertama Indonesia melakukan ekspor kopi. Pada tahun 2014 Indonesia mengalami penurunan ekspor, padahal Indonesia adalah sebuah negara dengan salah satu lahan terluas dunia dan memiliki varietas kopi yang berbeda jika dibandingkan dengan negara lain. GAEKI memiliki strategi untuk meningkatkan kembali ekspor pada tahun berikutnya dengan program kerjasama dan melakukan aliansi strategis dengan Asosiasi eksportir kopi di luar negeri. Aliansi yang dilakukan GAEKI sebagai perwakilan Indonesia memiliki dampak yang bagus pada ekspor di tahun berikutnya. Vicofa sebagai partner yang memiliki latar belakang yang sama dan memiliki banyak keunggulan yang dapat dijadikan landasan untuk dijadikan partner agar dapat mendongkrak ekspor kopi Indonesia.

Kata Kunci : GAEKI, Aliansi Strategis, Vicofa, Kopi, Perdagangan Internasional

Abstract

Indonesia has the largest record of coffee exports in 2013 from the first year Indonesia exported coffee. In 2014 Indonesia experienced a decline in exports, even though Indonesia was a country with one of the world's largest fields and had different coffee varieties compared to other countries. GAEKI has a strategy to increase exports in the following year with a collaborative program and conduct strategic alliances with coffee exporters abroad. GAEKI's alliance as a representative of Indonesia has a good impact on exports in the following year. Vicofa as a partner who has the same background and has many advantages that can be used as a basis for becoming a partner in order to boost the export of Indonesian coffee.

Key Word : GAEKI, Strategic Alliance, Vicofa, Coffee, International Trade

A. Latar Belakang Masalah

Kopi merupakan salah satu komoditas unggulan dari sector pertanian dari Indonesia meskipun Indonesia juga banyak mengekspor komoditas lain yang sangat besar seperti karet, sawit dan jagung. Kopi, meskipun bukan bahan kebutuhan primer namun permintaan kopi relatif besar baik didalam negeri maupun luar negeri.

Kopi telah menjadi salah satu tanaman rakyat yang diwajibkan pemerintah Hindia Belanda dalam pelaksanaan cultuur-stelsel. Daerah-daerah dari luar Jawa, terutama Sumatera, pun kemudian diharuskan menanam kopi.

GAEKI lahir disebuah kota di pulau Jawa yaitu di Surabaya. Setelah sah dan diakui sebagai organisasi oleh pemerintah GAEKI dapat berkedudukan di seluruh wilayah hukum Indonesia. Anggaran Dasar GAEKI dibuat dihadapan Notaris Machmud Fauzi, SH, Surabaya dalam Akta Pendirian Perkumpulan No. 5, tanggal 14 Oktober 2011, sesuai Staatsblad 1870 No. 64 & RUU Tentang Perkumpulan, Pengesahan sebagai Badan Hukum melalui SK Kementerian Hukum & HAM No. AHU-210.AH.01.06.Tahun 2011. Tanggal 2 Desember 2011, Pengumuman Berita Negara No. 103 Tanggal 27 Desember 2011

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan penjelasan diatas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian, yang akan menjadi fokus pembahasan dalam penelitian ini ialah :**“Bagaimana Strategi Gabungan Asosiasi Eksportir Kopi**

Indonesia mengembangkan pasar kopi Indonesia di luar negeri tahun 2015-2016?”

C. Kerangka Teori

Dalam penelitian ini teori dan konsep yang digunakan peneliti yaitu: **Teori aliansi strategi.**

D. Hipotesa

penulis dapat menyimpulkan dugaan sementara yakni: Gabungan Asosiasi Eksportir Kopi Indonesia sebagai perwakilan Indonesia meningkatkan dan mengembangkan Ekspor kopi Indonesia dengan melakukan sebuah aliansi dengan asosiasi eksportir kopi di luar negeri. GAEKI akan melakukan aliansi dengan ketentuan bahwa mitra tersebut memiliki teknologi baru yang belum dimiliki Indonesia, memiliki keserasian berupa tujuan serta filosofis, dan memiliki jaringan distribusi kopi.

E. Tujuan Penelitian

Penulis melakukan penelitian ini dengan tujuan untuk mengetahui secara langsung, strategi apa saja yang digunakan oleh eksportir kopi di pasar internasional dalam hal ini Gabungan Asosiasi Eksportir Kopi Indonesia untuk dapat meningkatkan ekspor dan mengembangkan pasar kopi.

F. Metode Penelitian

Penelitian ini akan menggunakan metode penelitian kualitatif. Teknik pengumpulan data penelitian ini menggunakan studi pustaka (Library

Research) dengan sifat penelitian deskriptif yaitu mengumpulkan data yang berhubungan dengan masalah yang dibahas lalu digambarkan secara sistematis. Adapun sumber data yang digunakan berupa buku teks, jurnal, artikel dan Website.

G. Pembahasan

1. Sejarah Dan Perkembangan Gabungan Asosiasi Eksportir Kopi Indonesia(GAEKI)

GAEKI sendiri didirikan di Kota Surabaya dan dapat didirikan pula di seluruh wilayah hukum Indonesia. Anggaran Dasar GAEKI dibuat dihadapan Notaris Machmud Fauzi, SH, Surabaya dalam Akta Pendirian Perkumpulan No. 5, tanggal 14 Oktober 2011, sesuai Staatsblaad 1870 No. 64 & RUU Tentang Perkumpulan, Pengesahan sebagai Badan Hukum melalui SK Kementerian Hukum & HAM No. AHU-210.AH.01.06.Tahun 2011, Tanggal 2 Desember 2011, Pengumuman Berita Negara No. 103 Tanggal 27 Desember 2011¹. Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia mengakui GAEKI sebagai perkumpulan tersebut sebagai badan hukum pada hari pengumuman anggaran dasar².

a. Tujuan dan Asas Organisasi

Tujuan dari di bentuknya GAEKI antara lain adalah:

¹<http://gaeki.or.id/legalitas/> diakses 18 mei 2018

²<http://gaeki.or.id/wp-content/uploads/2015/08/SK-BADAN-HUKUM-GAEKI.jpg> diakses 18 mei 2018

1. Melestarikan komoditas kopi sebagai salah satu icon agribisnis andalan ekspor nasional,
2. Mewujudkan komoditas kopi yang memiliki daya saing dan bermutu baik di dunia,
3. Menuju masyarakat yang sejahtera khususnya bagi semua pelaku usaha dalam bidang perkopian baik dari hulu sampai hilir,
4. Serta mendorong pertumbuhan perkopian nasional agar memberikan kontribusi terhadap perekonomian dan perolehan devisa negara.

b. Sistem keanggotaan

GAEKI membedakan anggotanya menjadi 2 yaitu anggota biasa dan anggota luar biasa. Anggota biasa adalah anggota/perusahaan dibidang perkopian yang memiliki status sebagai Eksportir Terdaftar Kopi. Namun sebaliknya Anggota luar biasa adalah anggota yang statusnya bukan sebagai Eksportir. Ada pula Anggota Kehormatan yaitu Lembaga atau perorangan yang dinilai berjasa dan mempunyai dedikasi yang tinggi bagi kemajuan dunia usaha perkopian serta mempunyai pengalaman luas dan keahlian dalam bidang perkopian.

c. Susunan Personalia GAEKI

Susuna personalia GAEKI terdiri dari Pembina, Dewan Penasehat, Badan Pengurus dan Badan Pengawas. Susunan personalia merupakan bentuk pengaplikasian dari manajemen personalia atau manajemen sumber daya manusia di sebuah organisasi. Penting untuk mengatur tugas setiap SDM di

dalam sebuah organisasi agar pekerjaan lebih mudah dilakukan dan tidak terjadi tumpang tindih pekerjaan.

d. Syarat Ekspor Kopi

Syarat Ekspor Kopi yang diterapkan GAEKI untuk anggotanya sebagai berikut :

1. Ekspor kopi hanya dapat dilakukan oleh perusahaan yang telah diakui sebagai Eksportir Terdaftar Kopi (ETK) dan Eksportir Kopi Sementara (EKS) oleh Direktur Jenderal Perdagangan Luar Negeri Kementerian Perdagangan.

2. Dalam setiap ekspor kopi juga harus dilengkapi dengan Surat Persetujuan Ekspor Kopi (SPEK). SPEK adalah surat persetujuan pelaksanaan ekspor kopi ke seluruh negara tujuan yang dikeluarkan oleh Dinas yang bertanggungjawab di bidang perdagangan di Propinsi/Kabupaten/Kota. SPEK juga dapat digunakan untuk pengapalan dari pelabuhan ekspor di seluruh Indonesia.

3. Disamping itu, kopi yang diekspor wajib sesuai dengan standar mutu yang ditetapkan Menteri Perdagangan dan harus disertai dengan Surat Keterangan Asal (certificate of origin) SKA Form ICO, yaitu surat keterangan yang digunakan sebagai dokumen penyerta barang (kopi) yang diekspor dari seluruh Indonesia, yang membuktikan bahwa barang (kopi) tersebut berasal, dihasilkan dan/atau diolah di Indonesia.

2. Perkembangan Kopi di Indonesia dan Dunia

a. Perkembangan Luas Areal dan Produksi Kopi di Indonesia

a.1 Perkembangan Luas Areal

Sistem pengusahaan kopi di Indonesia pada tahun 2014 96,2% merupakan perkebunan dikerjakan atau diolah oleh rakyat, 1,8% dimiliki oleh pemerintah/PBN, dan yang 2% adalah milik swasta atau PBS.

a.2 Perkembangan Produksi Kopi di Indonesia

Seiring dengan perkembangan luas areal kopi di Indonesia, produksi kopi Indonesia juga justru mengalami penurunan produksi pada periode 2010–2014 dengan rata-rata penurunan produksi kopi sekitar 1,50%. Peningkatan produksi kopi tertinggi pada periode tersebut terjadi pada tahun 1998 sebesar 20,08%, produksi kopi menjadi 514.451 ton dibandingkan produksi kopi pada tahun 1997 hanya mencapai 428.418 ton.³ Secara rata-rata pada tahun 2010-2014, kontribusi kopi robusta terhadap produksi kopi nasional mencapai 76,22% setiap tahunnya.

a.3 Perkembangan Harga Kopi di Indonesia

Perkembangan harga kopi pada beberapa pasar dalam negeri di Indonesia berdasarkan data BPS tahun 2010-2014 harga kopi di Indonesia cenderung meningkat, dengan rata-rata peningkatan sebesar 5,49% per tahun. Dua tahun terakhir harga kopi per kilogramnya memiliki kecenderungan meningkat, meningkat sekitar 4,68% di tahun 2012 (harga tahun 2011 sebesar Rp. 15,672,- menjadi Rp. 16.406 ,- di tahun 2012), dan menurun 3,18% di tahun 2013 menjadi Rp. 15.884, dan pada 2014 meningkat sekitar 10,24%.⁴

³Ibid

⁴Ibid

a.4 Perkembangan Konsumsi Kopi di Indonesia

Berdasarkan hasil Survei Sosial Ekonomi Nasional (SUSENAS) oleh BPS, permintaan kopi untuk konsumsi rumah tangga pada umumnya berupa kopi bubuk/kopi biji. Selama tahun 2010-2014, konsumsi kopi per kapita selalu mengalami peningkatan sekitar 2,76% per tahun. Pada tahun 2010, konsumsi kopi per kapita per tahun sebesar 1.288 kg/kapita/tahun dan meingkat sekitar 4,58% atau menjadi 1.347 kg/kapita/tahun pada tahun 2014. Pertumbuhan konsumsi kopi yang terbilang tidak stabil atau fluktuatif.

a.5 Perkembangan Ekspor dan Impor Kopi di Indonesia

a.5.1 Perkembangan Volume Ekspore Kopi Indonesia

Perkembangan volume ekspor kopi Indonesia pada tahun 2010– 2014 fluktuatif namun cenderung menurun dengan penurunan rata-rata sebesar 6,28% per tahun. Jika pada tahun 2010 volume ekspor kopi Indonesia sebesar 433.595 ton dengan nilai ekspor sebesar US\$ 814,3juta, maka tahun 2014 volume ekspor menurun menjadi 384.816 ton tetapi kalau melihat dari nilai cenderung meningkat menjadi senilai US\$ 1.039juta.

a.5.2 Perkembangan Volume Impor Kopi Indonesia

Perkembangan volume impor kopi Indonesia tahun 2010-2014. Impor kopi Indonesia cenderung fluktuatif per tahunnya. Pada periode 2010-2014, pertumbuhan impor kopi Indonesia rata-rata -33,34% per tahun. Impor kopi Indonesia pada tahun 2010 sebesar 19.755 ton dan menurun menjadi sebesar 19.111 ton pada tahun 2014.

a.5.3 Neraca Perdagangan Kopi Indonesia

Perbedaan volume ekspor dan impor yang besar menjadikan Indonesia selalu mengalami surplus pada neraca perdagangan, yang berarti dapat menyumbang devisa negara. Neraca perdagangan kopi Indonesia dari tahun 2010-2014 mengalami peningkatan, rata-rata per tahun meningkat sebesar 7,26%. Surplus kopi terbesar terjadi pada tahun 2013 sebesar US\$ 1.135,2 juta, sedangkan surplus terendah terjadi pada tahun 2010 sebesar US\$ 779,46juta.

b. Perkembangan Kopi di Dunia

a. Perkembangan Luas Tanaman Menghasilkan Produksi dan Produktivitas Kopi ASEAN dan Dunia

a.1 Perkembangan Luas Tanaman Menghasilkan Kopi di Negara-negara ASEAN

Menurut data yang bersumber dari FAO, secara umum perkembangan luas tanaman menghasilkan (harvested area) kopi di antara negara-negara anggota ASEAN (Brunei Darussalam, Kamboja, Indonesia, Laos, Malaysia, Myanmar, Filipina, Singapura, Thailand, dan Vietnam) selama periode tahun 2010–2013 cenderung meningkat. Tahun 2010 total luas tanaman menghasilkan kopi di negara-negara anggota ASEAN hanya sebesar 2.041.254 ha dan meningkat menjadi 2.069.144 ha di tahun 2013 atau meningkat sebesar 1,37%

dibandingkan dengan tahun 2010. Rata-rata laju pertumbuhan luas tanaman menghasilkan kopi di kawasan ASEAN adalah 0,46% per tahun.

a.2 Perkembangan Produksi Kopi di Negara-negara ASEAN

Vietnam menempati urutan pertama sebagai negara dengan produksi kopi terbesar di kawasan ASEAN dengan rata-rata produksi sebesar 1.645.995 ton atau berkontribusi sebesar 68,55% terhadap total produksi kopi di kawasan ASEAN diantara negara-negara ASEAN. Indonesia secara rata-rata memproduksi sebesar 556.500 ton kopi pada tahun 2011-2014. Kontribusi produksi kopi Indonesia di kawasan ASEAN hanya mencapai 23,17%.

a.3 Perkembangan Produktivitas Kopi di Negara-negara ASEAN

Jika ditinjau dari sisi produktivitasnya, tingkat produktivitas kopi di kawasan ASEAN periode tahun 2010-2013 cenderung meningkat meskipun fluktuatif. Pada periode tersebut, laju pertumbuhan produktivitas kopi hanya sebesar 6,23% per tahun dengan produktivitas tertinggi dicapai pada tahun 2012 yaitu sebesar 1.217kg/ha.

a.4 Perkembangan Luas Tanaman Menghasilkan Kopi Dunia

Perkembangan luas tanaman menghasilkan kopi dunia pada periode tahun 2010–2013 cenderung fluktuatif setiap tahunnya dan terlihat tidak terdapat peningkatan pada tahun 2013. Rata-rata laju pertumbuhan luas tanaman menghasilkan kopi dunia sejak tahun 2010–2013 ialah -1,32% pertahun. Berdasarkan data dari FAO, total luas tanaman menghasilkan kopi dunia pada tahun 2013 mencapai angka 10.142.885 ha. Luasan ini tidak banyak berubah

dari sejak tahun 2010 dengan luas tanaman menghasilkan kopi mencapai 10.561.154.⁵

a.5 Perkembangan Produksi Kopi Dunia

Perkembangan produksi kopi dunia dari tahun 2010 hingga 2014 terlihat berfluktuasi namun terus mengalami peningkatan pada setiap tahunnya. Pada tahun 2010, produksi kopi di dunia mencapai 1.899.000 ton dan meningkat di tahun 2014 menjadi 2.388.600 ton. Rata-rata pertumbuhan produksi selama periode tersebut adalah sebesar 1,67 %. Menurut data dari USDA, produksi kopi dunia tertinggi pada tahun 2013 yang mencapai 9.340.260 ton.

a.6 Perkembangan Produktivitas Kopi Dunia

Laju pertumbuhan produktivitas kopi dunia dari tahun 2010 hingga 2013 terus mengalami peningkatan dengan rata-rata pertumbuhan sebesar 3,29% (Gambar 20). Menurut data dari FAO, produktivitas tertinggi kopi dunia tercapai pada tahun 2012 yaitu sebesar 912 kg/ha. Sementara pada tahun 2013, produktivitas kopi dunia mencapai 880 kg/ha menurun 3,51% dibandingkan tahun 2012.

3. STRATEGI GAEKI DALAM MENGEMBANGKAN PASAR KOPI INDONESIA DI LUAR NEGERI TAHUN 2015-2016

a. Capability (kemampuan)

Tahun 2016 Indonesia hanya menghasilkan kopi dengan luas 1.233.294 ha di antaranya 1,19 juta/ha dimiliki oleh rakyat atau perkebunan rakyat dengan

⁵Ibid

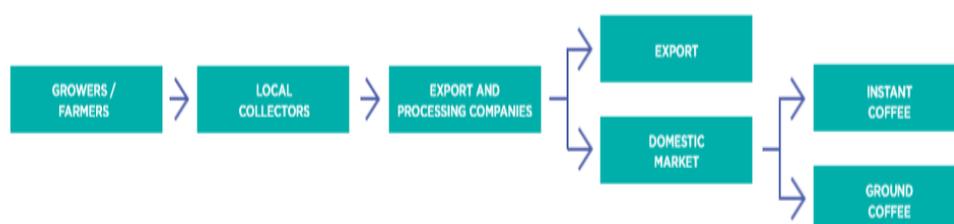
produktivitas hanya 0,7 ton/ha. Sedangkan Vietnam dengan luas areal kira-kira dua kali lebih kecil dibandingkan Indonesia mampu menghasilkan kopi rata-rata 2,7 Ton/ha⁶. Dalam hal ini terlihat jelas bahwa kemampuan dari segi manapun Vietnam 3 kali lebih unggul dibandingkan Indonesia.

Vietnam memiliki teknologi Sistem penyimpanan air otomatis, teknologi ini memiliki jangkauan kemampuan yang sangat luas yaitu untuk meningkatkan operasi, manajemen air yang lebih baik dan efisiensi dari irigasi. Praktek Teknologi ini di terapkan pada irigasi pertanian yang memiliki fokus pada teknik, agronomi, manajemen dan lembaga. Kesuksesan dari praktek ini bergantung pada tingkat pembauran atau saling terintegrasi dan dimensi sosial ekonomi lokal atau daerah penerapan teknologi tersebut

b. **Compability (keserasian)**

Vietnam Coffee - Cocoa Association adalah organisasi non-pemerintah, nirlaba dan mewakili perusahaan, organisasi ekonomi dan entitas yang memproduksi, mengolah dan melakukan bisnis jasa ekspor, Melakukan penelitian dan teknologi serta sebagai organsiasi yang melakukan pelatihan di sektor kopi.

c. **Complementary (kemampuan)**



⁶ VietnamNet. 2017. *Vietnam vows to reorganize coffee production*. <http://english.vietnamnet.vn/fms/business/178490/vietnam-vows-to-reorganize-coffee-production.html> diakses pada 18 agustus 2018

Gambar diatas merupakan sebuah denah alur distribusi kopi dari petani hingga sampai pada konsumen atau penikmat kopi. Terdapat 4 tingkat yang harus dilalui agar kopi tersebut dapat dipasarkan. Petani yang memiliki bagian kerja untuk menghasilkan dari menanam pohon kopi hingga menjadi biji kopi yang sering disebut Fresh Cherry. Biji kopi yang sudah siap kemudian dikumpulkan agar dapat diambil oleh pengumpul dalam bentuk green bean atau yang belum di gongseng. Kemudian para eksportir dan perusahaan mengambil kopi dari pengumpul untuk diproses dan diekspor. Vietnam pengekspor tetap ke 20 negara dengan 10.000 ton pertahun. Jerman, Amerika Serikat, Italia, Spanyol dan Jepang adalah 5 negara importir terbesar kopi vietnam yang mengimpor kopi 129.327,4 ton setiap tahunnya.

4. Kesimpulan

Ditinjau dari hasil observasi secara menyeluruh, yang dikumpulkan dari berita, internet, jurnal serta wawancara dengan pihak Gabungan Asosiasi Eksportir Kopi Indonesia atau yang disingkat GAEKI, maka penulis dapat menarik kesimpulan dari karya ilmiah yang berjudul “Strategi Gabungan Asosiasi Eksportir Kopi Indonesia dalam Mengembangkan Pasar Kopi Indonesia di Luar Negeri pada Tahun 2015-2016” ,yaitu ialah, karena motivasi utama Indonesia melakukan kerjasama dengan VICOFA yang pertama secara keseluruhan ialah untuk memaksimalkan lahan kopi yang seharusnya Indonesia mampu menghasilkan kopi lebih banyak. Kedua mengembalikan posisi Indonesia sebagai negara produsen kopi terbesar ketiga di dunia pada tahun 2013, lalu yang ketiga ialah GAEKI sebagai

Eksportir atau sebagai pemasok kopi Indonesia dan partnernya GAEKI sebagai importir yang mana langsung memasarkan Kopi yang disediakan GAEKI. Sehingga seperti pada pernyataan Kanter (1994:98) kelengkapan dapat menghubungkan perusahaan-perusahaan yang menghasilkan produk yang berbeda dalam bentuk aliansi strategi. Complementary ini sering diwujudkan dalam hubungan kolaborasi yang disebut value chain partnership seperti customer – supplier relationship. Ini mengapa GAEKI dan Indonesia adalah satu kesatuan dalam permasalahan kopi.

Daftar Pustaka

- Athoillah, Ahmad. (2013). “strategi kerjasama internasional PT.Pismatex Textile Industry dalam menghadapi era ASEAN-China Free Trade Area”. Skripsi. Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
- Direktorat Jenderal Perkebunan. 2013. “Komoditas Kopi di Indonesia 2012-2014”. ditjenbun.pertanian.go.id/tinymcpuk/gambar/file/statistik/2014/KOPI%20Ok.pdf. 27 juni 2018
- Habibah, Alifia Nisa “peran Asosiasi Eksportir Kopi Indonesia (AEKI) dalam meningkatkan standar mutu kopi sesuai dengan COMMON CODE FOR COFFEE COMMUNITY (C4) guna menembus pasar Eropa”. Thesis (skripsi (S1)) Universitas Pasundan
- Handoko, J. (2008). Strategi Aliansi: Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kesuksesannya serta Implikasinya pada Keunggulan Bersaing (Studi Pada PT. Kahar Duta Sarana Semarang) (Doctoral dissertation, Program Pascasarjana Universitas Diponegoro). Diakses pada 08 mei 2018
- Hartono, “produksi kopi nusantara ketiga terbesar didunia”, kemenperin, <http://www.kemenperin.go.id/artikel/6611/Produksi-Kopi-Nusantara-Ketiga-Terbesar-Di-Dunia.%20Diakses%2028%20Agustus%202013> diakses pada 14 februari 2018
- international coffee organization. (2017, february 13). *Historical Data on the Global Coffee Trade*. Retrieved from [ico.org: http://www.ico.org/new_historical.asp](http://www.ico.org/new_historical.asp)
- International Trade Centre. 2017. List of supplying markets for a product imported by United States of America. https://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_TS.aspx?nvpm=1|842|||0901||4|1|1|2|1|2|1|1. Diakses 17 agustus 2018.
- IPSOS. 2013. “Vietnam’s Coffee Industry”. <http://www.ipsosconsulting.com/pdf/Ipsos-Research-Note-Vietnam-Coffee.pdf>.

Jatmika, S. (2016). SKRIPSI: Metodologi dan Romantika. Yogyakarta: Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Kanter, R. M. (1994). Collaborative advantage. *Harvard business review*, 72(4), 96-108

kementerian perindustrian. (2013, juni 25). *siaran pers*. Retrieved from <http://www.kemenperin.go.id>:
<http://www.kemenperin.go.id/artikel/6611/Produksi-Kopi-Nusantara-Ketiga-Terbesar-Di-Dunia.%20Diakses%2028%20Agustus%202013>

Kulkarni, S. (2011). Innovative Technologies for Water Saving in Irrigated Agriculture. *International Journal of Water Resources and Arid Environments*. 1. 226-231.

Lestari Mustiana. 2017. Kirim Ahli ke Vietnam, RI Belajar Tingkatkan Produktivitas Kopi. <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-3655467/kirim-ahli-ke-vietnam-ri-belajar-tingkatkan-produktivitas-kopi>.

Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian. 2016. Outlook Kopi. Kementerian Pertanian. Jakarta epublikasi.setjen.pertanian.go.id/epublikasi/outlook/2016/Perkebunan/OUTLOOK%20KOPI%202016/files/assets/common/downloads/OUTLOOK%20KOPI%202016.pdf outlook kopi. 27 juni 2018

World Bank. 2015. Vietnam - Agriculture Competitiveness Project (English). Washington, D.C. : World Bank Group. <http://documents.worldbank.org/curated/en/613891467998481010/Vietnam-Agriculture-Competitiveness-Project>

WEBSITE

Food and Agriculture Organization of United Nation (FAO). 2016. <http://faostat.fao.org>

United States Department of Agriculture (USDA). 2016. <http://fas.usda.gov>

<http://gaeki.or.id/legalitas/> diakses pada 14 maret 2018

<http://epublikasi.setjen.pertanian.go.id/arsip-outlook/75-outlook-perkebunan/338-outlook-kopi-2015> diakses tanggal 08 maret 2018

<http://balittri.litbang.pertanian.go.id/index.php/berita/info-teknologi/474-persiapan-dan-kesesuai-lahan-tanaman-kopi>