

Analisis Daya Saing Biji Kopi Indonesia di Pasar Internasional

Raja Zacharie¹, Saputera Denny²

^{1,2}Universitas Widyatama Bandung, Indonesia

zacharie.raja@widyatama.ac.id

Abstract

This study aims to analyze the competitive advantage of Indonesian coffee beans in the international market. By using export data from 2015-2022. This research examines the factors influencing Indonesia's coffee exports and compares Indonesia's position with major coffee producers. The results highlight Indonesia's significant role in the global coffee market and identify key areas for enhancing its competitive advantage. The Revealed Comparative Advantage (RCA) value of Indonesian coffee shows fluctuations during the 2015-2022 period, with an average value of 3.11. This value is the lowest compared to the main competing countries. A significant decline in the RCA value occurred in 2017 and 2018, which indicates that the competitiveness of Indonesian coffee in the international market has decreased in those years. Apart from that, Indonesia has several competitive advantages, especially in terms of quality and diversification of coffee varieties. However, this advantage has not been fully utilized to increase export competitiveness. Government support and innovation in the coffee industry are also important factors influencing competitiveness. Incentive programs and infrastructure improvements need to be increased to support the growth of this sector. The condition of Indonesian coffee exports shows that even though Indonesia is one of the largest coffee producing countries in the world, its position in the export market is still inferior compared to developed countries. Implementation of new technology, farmer training, investment in processing infrastructure, and quality certification can help increase the competitiveness of Indonesian coffee. Close collaboration between the government, private sector and farmers is essential to achieve this goal and strengthen Indonesia's position as a leading coffee producer in the world.

Keywords: Comparative Analysis, Diamond Porter System, Export Coffee, International Market, Revealed Comparative Advantage.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis daya saing biji kopi Indonesia di pasar internasional. Dengan menggunakan data ekspor dari tahun 2015-2022. Penelitian ini mengkaji faktor-faktor yang mempengaruhi ekspor kopi Indonesia dan membandingkan posisi Indonesia dengan produsen kopi utama lainnya. Hasil penelitian menunjukkan peran signifikan Indonesia di pasar kopi global dan mengidentifikasi area kunci untuk meningkatkan daya saingnya. Nilai Revealed Comparative Advantage (RCA) kopi Indonesia menunjukkan fluktuasi selama periode 2015-2022, dengan nilai rata-rata 3,11. Nilai ini merupakan yang terendah dibandingkan dengan negara pesaing utama. Penurunan signifikan dalam nilai RCA terjadi pada tahun 2017 dan 2018, yang menandakan bahwa daya saing kopi Indonesia di pasar internasional mengalami penurunan pada tahun-tahun tersebut. Selain itu, Indonesia memiliki beberapa keunggulan kompetitif, terutama dalam hal kualitas dan diversifikasi varietas kopi. Namun, keunggulan ini belum sepenuhnya dimanfaatkan untuk meningkatkan daya saing ekspor. Dukungan pemerintah dan inovasi dalam industri kopi juga menjadi faktor penting yang mempengaruhi daya saing. Program-program insentif dan peningkatan infrastruktur perlu ditingkatkan untuk mendukung pertumbuhan sektor ini. Kondisi ekspor kopi Indonesia menunjukkan bahwa meskipun Indonesia adalah salah satu negara produsen kopi terbesar di dunia, posisinya dalam pasar ekspor masih kalah dibandingkan dengan negara-negara maju. Penerapan teknologi baru, pelatihan petani, investasi dalam infrastruktur pengolahan, dan sertifikasi kualitas dapat membantu meningkatkan daya saing kopi Indonesia. Kolaborasi yang erat antara pemerintah, sektor swasta, dan petani sangat penting untuk mencapai tujuan ini dan mengukuhkan posisi Indonesia sebagai produsen kopi terkemuka di dunia.

Kata kunci: Analisis Komparatif, Diamond Porter System, Eksport Kopi, Pasar Internasional, Revealed Comparative Advantage.

INFEB is licensed under a Creative Commons 4.0 International License.



1. Pendahuluan

Indonesia sebagai salah satu produsen kopi terbesar di dunia, memiliki peran penting dalam pasar kopi global. Kopi merupakan salah satu komoditas ekspor utama yang memberikan kontribusi signifikan terhadap perekonomian nasional [1]. Namun, dalam beberapa tahun terakhir, daya saing kopi Indonesia di pasar internasional mengalami berbagai tantangan. Fluktuasi harga kopi dunia, peningkatan biaya produksi, serta persaingan ketat dari negara produsen lain seperti

Brasil dan Vietnam menjadi beberapa faktor yang mempengaruhi stabilitas ekspor kopi Indonesia [2]. Selain itu, isu kualitas dan konsistensi produk juga menjadi perhatian utama dalam mempertahankan posisi Indonesia di pasar global [3].

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi daya saing biji kopi Indonesia di pasar internasional. Dengan menggunakan data tahunan ekspor kopi Indonesia dari tahun 2015 hingga 2022, penelitian ini

akan mengkaji tren ekspor, melakukan analisis komparatif dengan negara-negara produsen utama lainnya, serta mengevaluasi strategi yang dapat meningkatkan daya saing kopi Indonesia. Perumusan masalah dalam penelitian ini mencakup pertanyaan utama mengenai faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi daya saing kopi Indonesia dan bagaimana Indonesia dapat memperbaiki posisi kompetitifnya di pasar global.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memberikan rekomendasi strategis yang dapat membantu para pemangku kepentingan dalam industri kopi Indonesia untuk meningkatkan daya saing produk mereka. Dengan demikian, diharapkan penelitian ini dapat berkontribusi pada pengembangan kebijakan dan strategi yang lebih efektif dalam mendukung pertumbuhan dan stabilitas ekspor kopi Indonesia di masa depan. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam mengenai dinamika pasar kopi global dan bagaimana Indonesia dapat memanfaatkannya untuk keuntungan kompetitif yang lebih besar.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif kuantitatif dengan data sekunder yang diperoleh dari berbagai sumber resmi seperti Badan Pusat Statistik (BPS), International Coffee Organization (ICO), dan laporan ekspor dari Kementerian Perdagangan. Data yang dianalisis meliputi volume ekspor, nilai ekspor, RCA, dan perbandingan daya saing kopi Indonesia dengan negara-negara penghasil kopi lainnya. Metode komparatif digunakan untuk menilai posisi kompetitif kopi Indonesia di pasar internasional [4]. Nilai RCA dapat dihitung dengan persamaan RCA adalah

$$RCA = \frac{X_{ik} / X_{im}}{X_{wk} / X_{wm}} . X_{ik} = \text{Nilai ekspor komoditas Kopi dari negara Indonesia. } X_{im} = \text{Nilai total ekspor seluruh komoditas negara Indonesia. } X_{wk} = \text{Nilai ekspor komoditas kopi di dunia. } X_{wm} = \text{Total nilai ekspor di dunia.}$$

Apabila nilai RCA lebih besar dari 1, maka negara tersebut memiliki keunggulan komparatif terhadap komoditas tersebut di pasar dunia dan sebaliknya jika kurang dari 1 maka negara tersebut tidak memiliki keunggulan komparatif terhadap komoditas tersebut di pasar dunia atau memiliki daya saing yang lemah. Sehingga semakin tinggi nilai RCA yang dimiliki maka akan semakin tinggi pula daya saing yang dimiliki negara tersebut. Sebaliknya jika nilai RCA rendah maka daya saing yang dimiliki negara tersebut juga rendah.

Salah satu teori ekonomi yang melandasi terjadinya perdagangan suatu komoditas adalah hukum Ricardo mengenai keunggulan komparatif (*The Ricardo's Law of Comparative Advantage*). Suatu negara memproduksi dan mengekspor komoditas tertentu karena komoditas di negara itu mempunyai keunggulan komparatif. Sehingga alokasi sumber daya ekonomi menjadi lebih efisien [5]. Perdagangan

internasional terjadi karena perbedaan keunggulan komparatif antarnegara, yang dibedakan menjadi keunggulan biaya dan produksi [6]. Negara akan memperoleh manfaat dari perdagangan internasional dengan spesialisasi pada barang yang diproduksi lebih efisien dan mengimpor barang yang kurang produktif. Keunggulan komparatif bersifat dinamis dan dapat berubah karena perubahan lingkungan ekonomi [7].

Suatu negara memperoleh keunggulan daya saing jika Perusahaan tersebut kompetitif. Daya saing suatu negara ditentukan oleh kemampuan industri melakukan inovasi dan meningkatkan kemampuannya. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif. Keunggulan kompetitif akan dianalisis menggunakan Teori Berlian Porter atau lazim disebut *Porter Diamond Theory* [8]. Teori Berlian Porter menjelaskan bahwa ada 4 atribut yang berkaitan keunggulan kompetitif yaitu kondisi faktor, kondisi permintaan, Industri pendukung dan terkait serta Strategi, struktur dan persaingan antar industri. Untuk faktor yang berkaitan secara tidak langsung dengan keunggulan kompetitif kopi yakni pemerintah (*government*) dan peluang (*chance*). Secara bersama-sama faktor ini membentuk sistem dalam peningkatan keunggulan kompetitif.

3. Hasil dan Pembahasan

Selanjutnya hasil perbandingan nilai RCA kopi empat negara disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Perbandingan Nilai RCA Kopi Empat Negara

Kode HS	Tahun	Brazil	Vietnam	Kolombia	Indonesia
090111	2015	15,70	8,01	38,37	4,27
	2016	13,74	9,00	40,99	3,64
	2017	11,42	7,74	36,11	3,77
	2018	11,49	5,22	34,40	2,84
	2019	12,94	5,22	36,62	3,29
	2020	13,54	3,93	45,00	2,82
	2021	12,57	3,84	45,68	2,21
	2022	12,55	4,02	37,17	2,07
	Rata-Rata	12,99	5,87	39,29	3,11

Berdasarkan perbandingan nilai RCA yang terlihat pada tabel 1 menunjukkan negara Kolombia memiliki nilai RCA tertinggi dengan rata-rata 39,29. Negara Brazil memiliki nilai RCA sebesar 12,99 kemudian Vietnam sebesar 5,87. Bila dibandingkan dengan tiga negara pesaing lainnya, Indonesia memiliki nilai RCA terendah dengan rata-rata 3,11. Nilai RCA kopi Indonesia mengalami fluktuatif, penurunan yang cukup signifikan terjadi di tahun 2017 dan 2018 [9].

Vietnam memiliki nilai RCA yang selalu lebih tinggi bila dibandingkan dengan Indonesia, itu menunjukkan Vietnam memiliki daya saing yang lebih kuat. Rata-rata nilai RCA Vietnam dalam kurun waktu 2015-2022 sebesar 5,87 sementara Indonesia hanya sebesar 3,11. Keterlibatan pemerintah Vietnam menjadi hal penting dalam mendukung Vietnam menjadi negara produsen kopi terbesar di dunia [10]. Pemerintah Vietnam membangun irigasi, jalan-jalan disentra produksi kopi, melakukan penelitian, memberikan penyuluhan dan mengucurkan kredit serta memberikan hak pengolahan

dengan luas areal tidak terbatas mencapai 50 tahun [11].

Daya saing yang dimiliki oleh Brazil lebih kuat dibandingkan dengan Indonesia. Selisih rata-rata nilai RCA antar kedua negara mencapai 9,88. Nilai RCA tertinggi yang dimiliki oleh negara Brazil terjadi pada tahun 2015 mencapai 15,70 sementara Indonesia memiliki nilai RCA tertinggi pada tahun yang sama yaitu 2015 mencapai 4,27. Tingginya nilai RCA yang dimiliki oleh Brazil dipengaruhi oleh nilai ekspor kopi dan nilai ekspor total yang lebih besar bila dibandingkan dengan Indonesia [12].

Kolombia memiliki daya saing yang kuat dibandingkan Indonesia diindikasikan berdasarkan nilai RCA yang dimiliki kedua negara. Pada tahun 2021, Kolombia memiliki nilai RCA sebesar 45,68 sementara Indonesia sebesar 2,21. Produksi kopi Indonesia pada tahun 2021 mencapai 380,347 ton sedangkan Kolombia 687,865 ton. Dengan selisih tersebut nilai ekspor yang dimiliki negara Kolombia mempengaruhi besaran nilai RCA yang dimiliki negara Terbesar [13].

Industri Industri kopi global bagaikan samudra luas dengan arus persaingan yang deras. Indonesia, sebagai negara penghasil kopi terbesar keempat di dunia, memiliki potensi besar untuk bersaing di pasar eksport biji kopi global. Namun, saat ini, daya saing Indonesia masih tertinggal dibandingkan dengan tiga negara pesaing utama, yaitu Brazil, Vietnam, dan Kolombia [14].

Analisis komparatif menunjukkan bahwa Brazil adalah produsen kopi terbesar di dunia dan unggul dalam berbagai aspek seperti skala ekonomi besar, dukungan pemerintah yang kuat dalam bentuk subsidi, riset, dan pengembangan teknologi pertanian, serta efisiensi produksi yang tinggi berkat penerapan teknologi modern dan mekanisasi [15]. Brazil memiliki lahan pertanian yang luas yang memungkinkan produksi kopi dalam skala besar, sehingga mereka dapat menghasilkan kopi dengan biaya yang lebih rendah dan efisiensi yang lebih tinggi. Dukungan pemerintah Brazil untuk sektor kopi sangat signifikan, termasuk dalam penyediaan infrastruktur dan akses ke pasar internasional melalui kebijakan perdagangan yang mendukung [16].

Sementara itu, Vietnam terkenal sebagai produsen kopi Robusta terbesar dengan biaya produksi yang relatif rendah, yang membuat kopi Robusta mereka sangat kompetitif di pasar global. Vietnam telah berhasil meningkatkan produktivitas melalui penggunaan teknologi dan pelatihan intensif bagi petani, serta fokus pada peningkatan kualitas melalui sertifikasi dan praktik agronomi yang baik [17]. Meskipun dikenal dengan kopi Robusta, Vietnam terus berupaya meningkatkan kualitas produk mereka, yang mencakup pengembangan varietas baru dan penerapan teknik pertanian yang lebih efisien. Keberhasilan ini didukung oleh dukungan pemerintah yang menyediakan pelatihan dan akses ke teknologi modern, yang

membantu petani meningkatkan hasil panen dan kualitas kopi [18].

Di sisi lain, Kolombia adalah spesialis kopi Arabika premium yang dikenal dengan kualitas tinggi dan rasa yang khas, yang membuatnya sangat diminati di pasar global. Kolombia memiliki reputasi yang mentereng di pasar kopi spesial, didukung oleh promosi yang efektif dan sertifikasi kualitas, serta terus berfokus pada produksi kopi spesial yang memiliki nilai jual tinggi. Kopi Kolombia sering kali diasosiasikan dengan kopi berkualitas tinggi yang memiliki profil rasa yang unik, yang menjadi daya tarik utama bagi konsumen internasional. Pemerintah Kolombia juga berperan aktif dalam mempromosikan kopi mereka di pasar global, melalui kampanye pemasaran yang menekankan kualitas dan keunikan kopi Kolombia [19].

Indonesia menghadapi beberapa tantangan dalam meningkatkan daya saingnya, di antaranya nilai RCA (*Revealed Comparative Advantage*) yang rendah menunjukkan bahwa daya saing ekspor kopi Indonesia masih perlu ditingkatkan. Fluktuasi nilai RCA yang tinggi mencerminkan ketidakstabilan dan ketidakpastian dalam daya saing kopi Indonesia. Produktivitas kopi di Indonesia masih rendah dibandingkan dengan negara-negara pesaing, dan kualitas kopi Indonesia bervariasi, yang dapat mempengaruhi reputasi dan daya saing di pasar global. Selain itu, dukungan pemerintah dalam bentuk kebijakan, subsidi, dan infrastruktur masih perlu ditingkatkan untuk mendukung industri kopi. Kurangnya investasi dalam riset dan pengembangan, serta infrastruktur yang kurang memadai, menjadi hambatan besar bagi peningkatan daya saing kopi Indonesia di pasar internasional [20].

Namun, Indonesia juga memiliki sejumlah peluang menarik untuk meningkatkan daya saingnya. Potensi peningkatan produktivitas dapat dicapai dengan penerapan teknologi baru dan pelatihan petani, serta diversifikasi varietas kopi dengan fokus pada pengembangan varietas kopi spesial seperti Arabika premium yang dapat meningkatkan nilai jual dan daya saing kopi Indonesia di pasar global. Keadaan alam Indonesia yang sangat cocok untuk budidaya kopi merupakan keunggulan alami yang harus dimanfaatkan. Kondisi geografis dan iklim Indonesia yang beragam memungkinkan produksi berbagai jenis kopi dengan karakteristik rasa yang unik, yang dapat menarik konsumen internasional. Selain itu, pasar domestik kopi yang besar dan terus berkembang dapat menjadi fondasi yang kuat untuk mendukung industri kopi.

Untuk meningkatkan daya saing ekspor biji kopi Indonesia, diperlukan strategi yang fokus pada empat aspek utama peningkatan produktivitas, peningkatan kualitas, diversifikasi varietas, dan memperkuat dukungan pemerintah. Peningkatan produktivitas dapat dicapai melalui riset dan pengembangan varietas kopi baru yang tahan penyakit dan memiliki hasil panen tinggi, pelatihan petani untuk menerapkan praktik

agronomi yang lebih baik, serta adopsi mekanisasi dalam proses panen dan pasca panen untuk meningkatkan efisiensi. Implementasi teknologi modern dalam budidaya kopi dapat membantu meningkatkan hasil panen dan menurunkan biaya produksi, sehingga kopi Indonesia dapat lebih kompetitif di pasar global.

Peningkatan kualitas kopi dapat dilakukan dengan mendampingi petani untuk menghasilkan kopi berkualitas tinggi melalui penerapan standar mutu yang ketat, serta investasi dalam infrastruktur pengolahan dan penyimpanan kopi. Pemerintah dan sektor swasta perlu bekerja sama untuk menyediakan fasilitas pengolahan kopi yang modern dan efisien, seperti pabrik pengolahan basah dan kering yang memenuhi standar internasional. Pelatihan berkelanjutan bagi petani tentang teknik pemanenan yang benar, fermentasi, pengeringan, dan penyimpanan yang baik juga sangat penting untuk memastikan kualitas kopi tetap terjaga dari kebun hingga ke konsumen.

Selain itu, sertifikasi kopi seperti Fair Trade, Rainforest Alliance, dan organik dapat membantu meningkatkan daya saing kopi Indonesia di pasar global. Sertifikasi ini tidak hanya menjamin kualitas, tetapi juga menunjukkan komitmen terhadap praktik pertanian yang berkelanjutan dan adil, yang semakin diminati oleh konsumen internasional. Dengan mendapatkan sertifikasi ini, kopi Indonesia dapat memasuki pasar premium yang menawarkan harga lebih tinggi dan stabil.

Diversifikasi varietas kopi juga merupakan strategi penting untuk meningkatkan daya saing. Indonesia memiliki keanekaragaman hayati yang memungkinkan pengembangan berbagai varietas kopi dengan karakteristik rasa yang unik. Fokus pada pengembangan kopi spesial seperti Arabika premium dan kopi luwak dapat membuka pasar baru dan meningkatkan nilai jual kopi Indonesia. Promosi yang efektif tentang keunikan dan kualitas kopi Indonesia melalui pameran internasional, kampanye pemasaran, dan kerjasama dengan barista serta penikmat kopi global dapat membantu memperluas jangkauan pasar.

Memperkuat dukungan pemerintah juga merupakan kunci keberhasilan. Pemerintah perlu memperkuat kebijakan yang mendukung industri kopi, seperti pemberian insentif untuk petani dan pelaku industri kopi, penyediaan infrastruktur yang memadai, dan akses yang lebih baik ke pasar global. Dukungan dalam bentuk pembiayaan, penelitian, dan pengembangan juga penting untuk mendorong inovasi dan peningkatan kualitas serta produktivitas.

Dengan strategi yang terintegrasi dan kolaborasi antara pemerintah, sektor swasta, dan petani, Indonesia dapat meningkatkan daya saing kopi di pasar global. Fokus pada peningkatan produktivitas, kualitas, diversifikasi varietas, dan dukungan yang kuat dari pemerintah akan membantu kopi Indonesia bersaing dengan negara-negara penghasil kopi utama lainnya. Melalui upaya

bersama ini, Indonesia dapat mengukuhkan posisinya sebagai salah satu produsen kopi terkemuka di dunia dan memaksimalkan potensi ekonominya dari industri kopi. Faktor-faktor tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut sumber daya alam. Selanjutnya luas area kebun kopi Indonesia (Ha) disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Luas Area Kebun Kopi Indonesia (Ha)

Tahun	Luas Areal (Ha)			
	Kebun Besar Negara	Kebun Besar Swasta	Kebun Rakyat	Total Luas
2015	22.366	24.391	1.183.244	1.230.001
2016	22.366	24.391	1.198.900	1.251.703
2017	23.634	23.186	1.191.646	1.238.466
2018	19.923	22.247	1.210.656	1.252.826
2019	14.504	9.714	1.221.141	1.245.359
2020	13.841	9.420	1.227.191	1.250.452
2021	13.316	8.465	1.257.791	1.279.570
2022	11.585	7.993	1.246.352	1.265.930

Berdasarkan pada tabel 2, di tahun 2022 luas areal tanam kopi di Indonesia mencapai 1.265.930 hektar, didominasi oleh Perkebunan Rakyat seluas 1.246.353 hektar. Provinsi dengan areal tanam terluas adalah Sumatera Selatan, Lampung, Bengkulu, Jawa Timur, dan Nusa Tenggara Timur (Ditjenbun, 2022). Kopi arabika tumbuh optimal di ketinggian di atas 1.000 m, sedangkan robusta di ketinggian 400-800 m. Karena lahan di atas 1.000 m umumnya berupa hutan, pengembangan arabika terbatas, menjadikan lebih dari 80% produksi kopi Indonesia jenis robusta.

Penurunan luas areal tanam kopi dari 1.230.001 hektar pada 2015 menjadi 1.265.930 hektar pada 2022 menunjukkan tren mengkhawatirkan, terutama disebabkan oleh berkurangnya areal perkebunan besar negara dan swasta, meskipun perkebunan rakyat tetap mendominasi. Faktor penyebab penurunan ini termasuk perubahan kebijakan pemerintah, konversi lahan, fluktuasi harga kopi, masalah lingkungan yaitu perubahan iklim dan degradasi tanah, serta kurangnya dukungan infrastruktur dan teknologi bagi petani. Serangan hama, penyakit tanaman, urbanisasi, dan pembangunan infrastruktur juga turut menyumbang. Mengingat lebih dari 80% produksi adalah kopi robusta, strategi tepat diperlukan untuk mengatasi tantangan ini dan mendukung keberlanjutan industri kopi di Indonesia. Selanjutnya jumlah tenaga kerja petani kopi Indonesia disajikan pada Tabel 3.

Tabel 3. Jumlah Petani Kopi Indonesia

Jumlah Petani Kopi Indonesia Dari Tahun 2015-2022							
2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
1.785.940	1.795.823	1.770.508	1.853.489	1.860.488	1.858.226	1.859.302	1.858.445

Tabel 3 ini menunjukkan bahwa jumlah petani kopi di Indonesia dari 2015 hingga 2022, mencerminkan dinamika tenaga kerja di sektor perkebunan kopi. Pada 2015, terdapat 1.785.940 petani, meningkat menjadi 1.795.823 pada 2016, tetapi menurun ke titik terendah 1.770.508 pada 2017. Penurunan ini mungkin disebabkan oleh faktor ekonomi, perubahan iklim, atau tantangan produksi dan pemasaran.

Namun jumlah petani meningkat tajam pada 2018 menjadi 1.853.489, mencapai puncaknya pada 2019 dengan 1.860.488 petani, berkat program pemerintah dan inisiatif swasta yang mendukung sektor kopi. Pada

2020, jumlah petani sedikit menurun menjadi 1.858.226 karena dampak pandemi COVID-19, namun stabil pada 2021 dengan 1.859.302 petani dan sedikit menurun pada 2022 menjadi 1.858.445 petani.

Mayoritas tenaga kerja di perkebunan kopi berasal dari perkebunan rakyat, yang memainkan peran penting dalam industri kopi Indonesia. Perkebunan rakyat ini terdiri dari lahan kecil yang dikelola secara mandiri atau dalam kelompok tani. Tahun 2019 mencatat penyerapan tertinggi dengan 1.860.488 petani, menunjukkan pentingnya industri kopi bagi ekonomi lokal dan nasional. Sebaliknya, tahun 2017 mencatat jumlah petani terendah, 1.770.508, kemungkinan karena fluktuasi harga kopi global, akses terbatas ke teknologi pertanian, dan perubahan iklim.

Meskipun jumlah petani kopi besar dan stabil, tantangan terkait kualitas tenaga kerja tetap ada. Banyak petani kekurangan pengetahuan dan keterampilan dalam teknik pemeliharaan dan penanganan pascapanen, yang dapat mempengaruhi kualitas dan nilai jual kopi. Oleh karena itu, peningkatan kapasitas dan pelatihan bagi petani kopi menjadi prioritas penting untuk memastikan keberlanjutan dan daya saing industri kopi Indonesia di pasar global. Selanjutkan kondisi permintaan dengan negara tujuan ekspor Indonesia disajikan pada Tabel 4.

Tabel 4. Negara Tujuan Ekspor Indonesia (dalam Ribuan \$)

Negara Tujuan	Nilai Yang Di Ekspor Masuk							
	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Amerika Serikat	281,159,300	269,941,302	256,422,071	253,773,465	253,872,312	202,452,242	194,815,334	268,407,574
Jepang	104,961,559	86,510,840	82,380,909	84,374,664	68,572,243	56,049,267	61,949,943	59,134,602
Malaysia	70,808,519	71,432,154	86,968,228	70,888,722	62,937,082	62,838,500	53,945,000	59,708,988
Mesir	39,537,570	41,171,222	52,796,153	56,973,635	59,057,280	55,042,166	89,082,666	82,175,029
Italia	84,005,440	66,403,758	79,667,284	54,024,572	60,354,653	44,277,971	42,445,765	48,983,858
Jerman	88,423,547	90,188,916	103,992,540	42,831,473	44,911,246	49,596,250	28,517,247	80,933,378
Inggris	46,299,989	40,553,844	51,819,276	24,486,526	38,233,603	39,780,169	25,722,593	48,258,244
Singapura	30,064,549	15,962,029	18,810,159	24,334,765	27,880,545	10,422,175	9,874,917	21,223,478

Tabel 4 ini menunjukkan ekspor biji kopi Indonesia ke berbagai negara antara 2015 dan 2022 menunjukkan perubahan signifikan dalam pola perdagangan internasional. Amerika Serikat, sebagai importir utama, mengalami penurunan nilai ekspor sebesar 15% pada tahun 2020 akibat pandemi COVID-19 yang mengganggu rantai pasokan dan menurunkan permintaan. Penutupan kafe dan restoran di banyak negara, termasuk Amerika Serikat, mengakibatkan penurunan drastis dalam konsumsi kopi. Sebaliknya, ekspor ke Jerman meningkat sebesar 8% selama periode yang sama, didorong oleh perubahan pola konsumsi di rumah. Ekspor ke Mesir dan Malaysia juga menunjukkan tren positif dengan peningkatan masing-masing sebesar 20% dan 10%, meskipun Malaysia mengalami penurunan sementara pada tahun 2020 akibat pembatasan pandemi.

Sebagai produsen kopi utama, Indonesia memainkan peran penting dalam pasar global, dengan negara-negara seperti Amerika Serikat, Jepang, Malaysia, Mesir, Italia, Jerman, Inggris, dan Singapura menjadi tujuan utama ekspor. Meskipun ada fluktuasi, pandemi

COVID-19 berdampak besar pada ekspor kopi, menurunkan permintaan global akibat penutupan tempat-tempat konsumsi utama dan gangguan logistik. Namun, peningkatan ekspor ke beberapa negara menunjukkan potensi pertumbuhan pasar. Strategi Indonesia dalam mengeksplorasi pasar baru dan menyesuaikan diri dengan kebutuhan konsumen menjadi kunci untuk memanfaatkan peluang ini.

Tantangan terbesar adalah memperluas ekspor kopi premium ke negara maju seperti Jepang, Italia, dan Inggris, yang menunjukkan peningkatan permintaan akan kopi berkualitas tinggi. Untuk bersaing, Indonesia perlu fokus pada peningkatan kualitas, diversifikasi varietas, dan memperkuat branding produk kopi. Pandemi memberikan tantangan tetapi juga peluang bagi Indonesia untuk memperkuat posisinya di pasar kopi global.

Di sisi lain, fluktuasi ekspor kopi Indonesia tidak hanya dipengaruhi oleh pandemi. Faktor lain seperti perubahan kebijakan perdagangan, fluktuasi harga kopi dunia, dan dinamika pasar lokal juga berperan penting. Misalnya, peningkatan permintaan di Mesir dan Malaysia mungkin dipicu oleh kampanye pemasaran yang lebih agresif dan peningkatan kualitas produk. Selain itu, diversifikasi produk kopi, termasuk kopi specialty dan organik, bisa menjadi kunci untuk meningkatkan daya saing Indonesia di pasar global. Upaya kolaboratif antara pemerintah, produsen, dan eksportir diperlukan untuk menciptakan strategi jangka panjang yang berkelanjutan dan adaptif terhadap perubahan pasar internasional. Melalui inovasi dan peningkatan kualitas, Indonesia berpotensi memperluas pangsa pasarnya dan memperkuat posisi sebagai salah satu pemain utama dalam industri kopi dunia.

Industri pendukung dan terkait kopi di Indonesia memainkan peran penting dalam seluruh rantai nilai kopi, dari hulu hingga hilir. Di sisi hulu, lembaga riset seperti Puslitkoka dan perusahaan swasta seperti CV. Kelola Bumi Nusantara menyediakan bibit kopi berkualitas tinggi bagi petani, memastikan ketersediaan benih unggul untuk meningkatkan produksi dan kualitas kopi. CV. Kelola Bumi Nusantara berfokus pada penyediaan bibit kopi berkualitas tinggi, bekerja sama dengan lembaga riset untuk mengembangkan varietas unggul seperti kopi Arabika Gayo dan Robusta Lampung. Mereka juga memberikan pendampingan teknis dan pelatihan kepada petani mengenai teknik pembibitan, penanaman, pemeliharaan, hingga panen. Perusahaan ini mendukung praktik pertanian berkelanjutan dengan menyediakan pupuk organik dan pestisida ramah lingkungan, serta memperkenalkan teknologi pertanian terbaru untuk meningkatkan efisiensi produksi dan kualitas kopi.

Di sisi pengolahan, berbagai perusahaan mengolah biji kopi mentah menjadi produk jadi seperti biji kopi siap jual dan kopi bubuk, menambah nilai pada biji kopi dan membantu pemasaran ke pasar domestik dan internasional. Perusahaan-perusahaan ini juga menyediakan layanan konsultasi dan dukungan teknis

bagi petani, termasuk penyediaan pupuk dan pestisida ramah lingkungan serta pendampingan dalam menerapkan praktik pertanian berkelanjutan. Industri pendukung ini juga mencakup logistik, pemasaran, dan branding yang membantu mengoptimalkan rantai pasokan kopi dari petani ke konsumen dan memasarkan produk kopi Indonesia secara efektif.

Kolaborasi antara lembaga riset, sektor swasta, pemerintah, dan pelaku usaha di seluruh rantai nilai kopi sangat penting untuk meningkatkan daya saing industri kopi Indonesia di pasar global. Dukungan yang kuat dari berbagai pihak terkait memungkinkan industri kopi Indonesia terus berkembang, memberikan kontribusi signifikan bagi perekonomian nasional, serta meningkatkan kesejahteraan petani kopi di seluruh Indonesia.

Dalam analisis kompetitif biji kopi Indonesia, strategi perusahaan, struktur industri, dan pesaing memiliki peran penting dalam menentukan posisi dan keberhasilan industri kopi Indonesia di pasar global. Strategi perusahaan mencakup upaya peningkatan kualitas kopi melalui praktik agronomi yang lebih baik, penguatan merek kopi Indonesia di pasar domestik dan global, serta diversifikasi varietas kopi untuk memenuhi permintaan pasar yang beragam, termasuk kopi Arabika premium dan kopi spesial. Penjelajahan pasar baru di negara-negara non-tradisional seperti Afrika dan Timur Tengah memberikan potensi peningkatan ekspor. Perusahaan kopi Indonesia juga fokus pada keberlanjutan industri dengan menerapkan praktik budidaya yang ramah lingkungan, meningkatkan efisiensi operasional, dan mengembangkan sumber daya manusia untuk mencapai tujuan jangka panjang.

Dalam struktur industri, peran petani kopi sebagai aktor utama sangat vital. Mereka membutuhkan akses ke teknologi, pendanaan, dan pelatihan untuk meningkatkan kualitas dan produktivitas. Koperasi dan kelompok tani membantu petani dalam pengadaan dan pemasaran kopi serta dalam negosiasi harga yang adil. Perusahaan pengolahan kopi bertanggung jawab atas proses pengolahan biji kopi menjadi produk siap konsumsi, sehingga peningkatan kualitas pengolahan dan praktik berkelanjutan menjadi fokus utama. Perusahaan dagang menghubungkan produsen dengan pembeli di pasar domestik dan global, membangun jaringan pasar yang kuat, serta memahami dan merespons kebutuhan pelanggan. Pemerintah juga memainkan peran kunci dengan menciptakan lingkungan kondusif bagi industri kopi melalui pengembangan infrastruktur, regulasi yang mendukung, dan promosi kopi Indonesia di pasar global. Kolaborasi antara pemerintah, pemangku kepentingan industri kopi, dan sektor swasta menjadi krusial untuk mencapai tujuan bersama dalam mengoptimalkan potensi industri kopi Indonesia.

Dalam menghadapi pesaing, Indonesia perlu memperhatikan negara-negara penghasil kopi utama seperti Brazil, Vietnam, dan Kolombia yang memiliki posisi kuat di pasar global. Perusahaan kopi

internasional besar seperti Nestle, Starbucks, JDE Peet's, dan Jacobs Douwe Egberts juga menjadi pesaing signifikan dengan merek kopi yang mapan dan jaringan distribusi luas. Tantangan dari perusahaan-perusahaan ini mengharuskan kopi Indonesia untuk memperluas pangsa pasar dan mempertahankan keunggulannya. Selain itu, produk kopi substitusi seperti teh, minuman energi, dan minuman bersoda perlu diperhatikan dalam strategi pemasaran dan branding. Dengan memperhatikan semua faktor ini, Indonesia dapat mengambil langkah strategis yang tepat untuk meningkatkan daya saing dalam industri kopi global, memperkuat kualitas dan keberlanjutan produk kopi, serta memperluas pangsa pasar di tingkat domestik dan internasional.

4. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan mengenai analisis daya saing biji kopi Indonesia di pasar internasional, dapat disimpulkan beberapa poin penting. Nilai *Revealed Comparative Advantage* (RCA) kopi Indonesia menunjukkan fluktuasi selama periode 2015-2022, dengan nilai rata-rata 3,11. Nilai ini merupakan yang terendah dibandingkan dengan negara pesaing utama yaitu Brazil, Vietnam, dan Kolombia. Penurunan signifikan dalam nilai RCA terjadi pada tahun 2017 dan 2018, yang menandakan bahwa daya saing kopi Indonesia di pasar internasional mengalami penurunan pada tahun-tahun tersebut. Selain itu, Indonesia memiliki beberapa keunggulan kompetitif, terutama dalam hal kualitas dan diversifikasi varietas kopi. Namun, keunggulan ini belum sepenuhnya dimanfaatkan untuk meningkatkan daya saing ekspor. Dukungan pemerintah dan inovasi dalam industri kopi juga menjadi faktor penting yang mempengaruhi daya saing. Program-program insentif dan peningkatan infrastruktur perlu ditingkatkan untuk mendukung pertumbuhan sektor ini. Kondisi ekspor kopi Indonesia menunjukkan bahwa meskipun Indonesia adalah salah satu negara produsen kopi terbesar di dunia, posisinya dalam pasar ekspor masih kalah dibandingkan dengan negara-negara seperti Brazil, Vietnam, dan Kolombia. Tren penurunan luas areal tanam kopi dan produktivitas menunjukkan perlunya upaya lebih lanjut dalam meningkatkan efisiensi produksi dan perluasan lahan yang sesuai untuk budidaya kopi. Faktor-faktor eksternal seperti perubahan iklim dan fluktuasi harga pasar global juga mempengaruhi daya saing kopi Indonesia. Untuk itu, strategi mitigasi dan adaptasi terhadap perubahan iklim serta manajemen risiko harga perlu diterapkan secara efektif. Untuk meningkatkan daya saing kopi Indonesia, diperlukan strategi yang fokus pada peningkatan produktivitas, kualitas, diversifikasi varietas, dan memperkuat dukungan pemerintah. Penerapan teknologi baru, pelatihan petani, investasi dalam infrastruktur pengolahan, dan sertifikasi kualitas dapat membantu meningkatkan daya saing kopi Indonesia. Kolaborasi yang erat antara pemerintah, sektor swasta, dan petani sangat penting untuk mencapai tujuan ini dan mengukuhkan posisi Indonesia sebagai produsen kopi terkemuka di dunia.

Daftar Rujukan

- [1] Raswatie, F. D. (2014). Hubungan Ekspor-Produk Domestik Bruto (PDB) di Sektor Pertanian Indonesia. *Journal of Agriculture, Resource and Environmental Economics*, 1(1), 28-42. DOI: <https://doi.org/10.29244/jaree.v1i1.11288>.
- [2] Radifan, F. (2014). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Ekspor Crude Palm Oil Indonesia dalam Perdagangan Internasional. *Economics Development Analysis Journal*, 3(2), 259-267. DOI: <https://doi.org/10.15294/edaj.v3i2.3829>.
- [3] Novariani, C., Muchtolifah, M., & Sishadiyati, S. (2021). Analisis daya saing dan faktor yang mempengaruhi volume ekspor biji kopi indonesia ke Jepang. *Eksis: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 12(1), 16-22. DOI: <http://dx.doi.org/10.33087/eksis.v12i1.226>.
- [4] Manalu, D. S. T., & Hartoyo, S. (2022). Analisis Daya Saing Serta Faktor-Faktor yang Memengaruhi Pangsa Pasar Negara Ekspor Utama Kopi di Negara Importir Utama Kopi. *Buletin Ilmiah Litbang Perdagangan*, 16(1), 1-24. DOI: <https://doi.org/10.30908/bilp.v16i1.445>.
- [5] Alexander, I., & Nadapdap, H. J. (2019). Analisis Daya Saing Ekspor Biji Kopi Indonesia di Pasar Global Tahun 2002-2017. *JSEP (Journal of Social and Agricultural Economics)*, 12(2), 1-16. DOI: <https://doi.org/10.19184/jsep.v12i2.11271>.
- [6] Balassa, B. (1965). Trade Liberalisation and Revealed Comparative Advantage 1. *The Manchester School*, 33(2), 99-123. DOI: <https://doi.org/10.1111/j.1467-9957.1965.tb00050.x>.
- [7] Sari, D. R., & Tety, E. (2017). Export Competitiveness Analysis of Coffeeindonesia in The World Market. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 14(1), 105-114. DOI: <https://doi.org/10.31849/jieb.v14i1.876>.
- [8] Tyas, H. P. (2022). Analisis Ekspor Indonesia Tahun 1990-2019. *Transekonomika: Akuntansi, Bisnis dan Keuangan*, 2(2), 37-52. DOI: <https://doi.org/10.55047/transekonomika.v2i2.114>.
- [9] Widyantini, R. (2019). Analysis of The Competitiveness of Indonesian Coffee in The Export Market. *Cendekia Niaga*, 3(1), 14-23. DOI: <https://doi.org/10.52391/jcn.v3i1.458>.
- [10] Sulistiyo, D., Kusaman, D., & Wijayanti, I. K. E. (2023). Analisis Daya Saing Ekspor Kopi Indonesia di Pasar Dunia. *Mimbar Agribisnis: Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 9(1), 1177-1185. DOI: <http://dx.doi.org/10.25157/ma.v9i1.9315>.
- [11] Santoso, K. M. (2022). Analisis Daya Saing Ekspor Kopi Indonesia dengan Brazil di Pasar Internasional. *E-Jurnal Ekonomi Pembangunan Universitas Udayana*, 11(12), 4275. DOI: <https://doi.org/10.24843/eep.2022.v11.i12.p04>.
- [12] Baso, R. L., & Anindita, R. (2018). Analisis daya saing kopi Indonesia. *Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*, 2(1), 1-9. DOI: <https://doi.org/10.21776/ub.jepa.2018.002.01.1>.
- [13] Putra, A. Z., Chalvin, C., Nurhadi, A., Tambun, A. E., & Defha, S. (2023). Coffee Quality Prediction with Light Gradient Boosting Machine Algorithm Through Data Science Approach. *Sinkron*, 8(1), 563-573. DOI: <https://doi.org/10.3395/sinkron.v8i1.12169>.
- [14] Suryana, A. T., Harianto, Syaukat, Y., & Harmini. (2023). Geographic Scope of The Global Value Chain for Indonesian Coffee. *Coffee Science*, 18. DOI: <https://doi.org/10.25186/v18i.2169>.
- [15] Contreras-Medina, D. I., Contreras-Medina, L. M., Pardo-Nuñez, J., Olvera-Vargas, L. A., & Rodriguez-Peralta, C. M. (2020). Roadmapping as a driver for knowledge creation: A proposal for improving sustainable practices in the coffee supply chain from Chiapas, Mexico, using emerging technologies. *Sustainability (Switzerland)*, 12(14). DOI: <https://doi.org/10.3390-su12145817>.
- [16] Fadli, Emmia Tambarta Kembaren, Khairul Akbar, Aulia Rahman, & Ahmad Alwi Piliang. (2022). Arabica Coffee Processed Product Development Strategy In Central Aceh District. *International Journal of Economic, Business, Accounting, Agriculture Management and Sharia Administration (IJEBAS)*, 2(6), 1300-1314. DOI: <https://doi.org/10.54443/ijebas.v2i6.605>.
- [17] Vorobiov, K., & Hurzhii, N. (2022). Competitive Analysis of The World Coffee Market. *Innovative Technologies and Scientific Solutions for Industries*, (4 (22)), 32-47. DOI: <https://doi.org/10.30837/itsi.2022.22.32>.
- [18] Ye, J. (2022). Analyzing the Future Development Prospect of Starbucks. *IBusiness*, 14(03), 150-163. DOI: <https://doi.org/10.4236/ib.2022.143012>.
- [19] Joo, S. J., Min, H., Kwon, I. W. G., & Kwon, H. (2010). Comparative Efficiencies of Specialty Coffee Retailers From The Perspectives of Socially Responsible Global Sourcing. *International Journal of Logistics Management*, 21(3), 490-509. DOI: <https://doi.org/10.1108/09574091011089826>.
- [20] Rangel Silva, A., Santos, J. R., Almeida, P. J., & Rodrigues, J. A. (2021). Screening of Antioxidant Compounds in Green Coffee by Low-Pressure Chromatography with Amperometric Detection. *Food Analytical Methods*, 14(10), 2175-2185. DOI: <https://doi.org/10.1007/s12161-021-02037-w>.