

**ANALISIS PERDAGANGAN KOPI INDONESIA DI PASAR
INTERNASIONAL TAHUN 2011-2021**

SKRIPSI



OLEH :

RAJA ABDURRASYID

1900854201002

PROGRAM STUDI AGRIBISNIS

FAKULTAS PERTANIAN

UNIVERSITAS BATANGHARI

JAMBI

2024

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

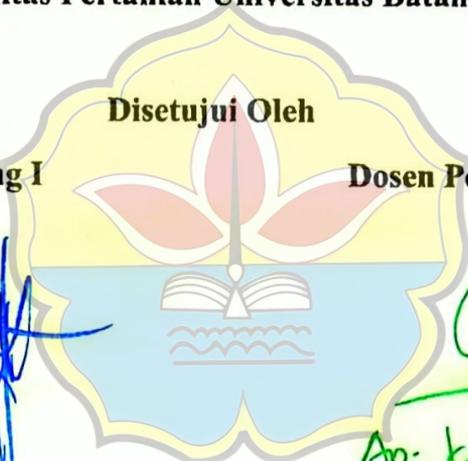
**ANALISIS PERDAGANGAN KOPI INDONESIA DI PASAR
INTERNASIONAL TAHUN 2011-2021**

**ANALYSIS OF INDONESIAN COFFEE TRADE IN INTERNATIONAL
MARKET 2011-2021**

OLEH :

RAJA ABDURRASYID
1900854201002

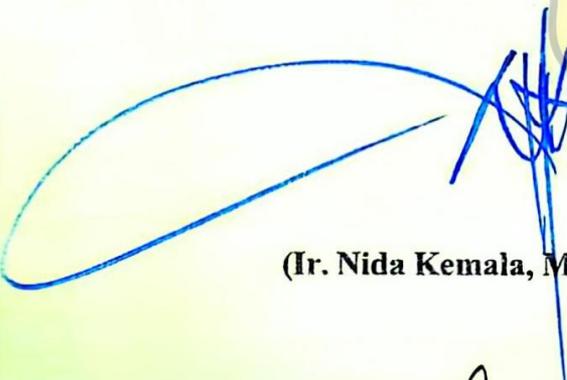
**Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Pertanian
Pada Fakultas Pertanian Universitas Batanghari-Jambi**



Disetujui Oleh

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II


(Ir. Nida Kemala, M.P)


(Mulyani S,P. M.Si)

Diketahui Oleh

Dekan Fakultas Pertanian

Ketua Program Studi Agribisnis


(Dr. Rudi Hartawan, SP., MP)


(Dr. Siti Abir Wulandari, S.TP., M.Si)

LEMBARAN PENGESAHAN SKRIPSI

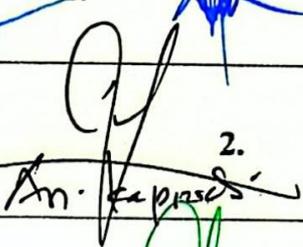
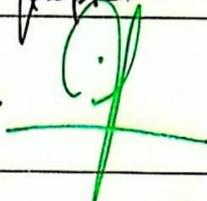
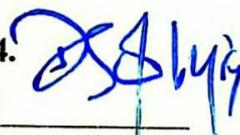
Skripsi ini telah diuji dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Skripsi
Fakultas Pertanian Universitas Batanghari Jambi

Hari/Tanggal : Selasa / 19 September 2024

Jam : 13.30 WIB

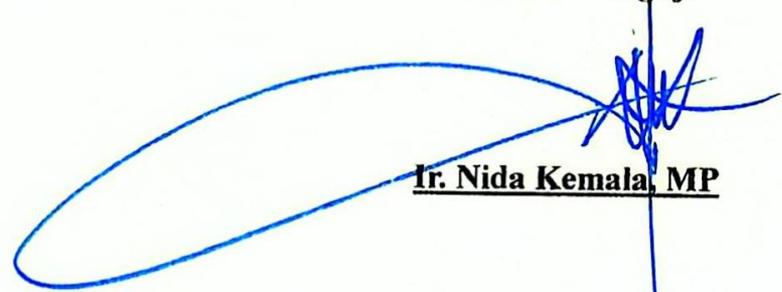
Tempat : Ruang Ujian Skripsi

TIM PENGUJI

No	Nama	Jabatan	Tanda Tangan
1	Ir. Nida Kemala, MP	Ketua	1. 
2	Mulyani, SP., M.Si	Anggota	2. 
3	Dr. Siti Wulandari, S.TP, M.Si	Anggota	3. 
4	Hj. Asmaida, S.Pi., M.Si	Anggota	4. 
5	Adilla Adistya, SP., M.Si	Anggota	5. 

Jambi, 19 September 2024

Ketua Tim Penguji


Ir. Nida Kemala, MP

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufik dan hidayah Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul “Analisis Perdagangan Ekspor Kopi Indonesia ke Pasar Internasional Tahun 2011-2021”. Selanjutnya sholawat dan salam penulis haturkan kepada junjungan alam Nabi Muhammad SAW yang telah senantiasa menjadi panutan dan tauladan bagi semua umat islam.

Skripsi ini bukanlah hasil karya dari perjuangan diri sendiri, namun dalam penulisannya terdapat banyak pihak yang turut membantu, memotivasi, dan memberikan dukungan. Oleh karena itu penulis mengucapkan terimakasih kepada Ibu Ir. Nida Kemala selaku pembimbing I dan Ibu selaku dosen Mulyani S,P. M.Si pembimbing II yang telah membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, karena banyak terdapat kekurangan dan kelemahan dalam penulisannya. Maka dari itu penulis mengharapkan kritik dan saran dari para pembaca agar dapat menunjang kesempurnaan skripsi ini dimasa yang akan datang.

Jambi, November 2024

Penulis

INTISARI

Raja Abdurrasyid (1900854201002) dengan judul Analisis Perdagangan Ekspor Kopi Indonesia ke Pasar Internasional Tahun 2011-2021. Di bawah bimbingan Ibu Nida Kemala dan Ibu Mulyani. Penelitian ini dilakukan di Indonesia dikarenakan Indonesia merupakan negara yang menghasilkan produksi terbesar ke 3 di dunia. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan perkembangan ekspor kopi Indonesia dari tahun 2011-2021 di pasar internasional, menentukan status negara Indonesia dalam perdagangan di dunia, menganalisis daya saing kopi Indonesia di pasar Internasional dan pertumbuhan ekspor kopi Negara Indonesia. Berdasarkan hasil penelitian, Nilai rata-rata ekspor kopi Indonesia selama 11 tahun yaitu US\$ 1.024.981/ tahun. Dimana nilai eksport terendah yaitu pada tahun 2017 dengan nilai sebesar US\$ 817.789 dan nilai ekspor tertinggi pada tahun 2012 yaitu sebesar US\$ 1.249.520. Komoditas kopi di Indonesia memiliki nilai ISP rata-rata sebesar 0,89. Hal ini menunjukkan bahwa Indonesia cenderung menjadi eksportir kopi. Akan tetapi nilai ISP Indonesia masih dibawah dari 3 Negara competitor. Nilai ECI komoditi kopi Indonesia memiliki rata-rata nilai yaitu 1,01. Yang berarti pertumbuhan ekspor kopi Indonesia mengalami penguatan pada 11 tahun terakhir. Nilai ECI Indonesia tertinggi berada pada tahun 2012 yaitu 1,44 dan terendah pada tahun 2014 yaitu dengan nilai 0,68. Hasil nilai RCA (*Revealed Comparative Advantage*) komoditi kopi Indonesia memiliki rata-rata nilai RCA yaitu 3,37 yang artinya nilai ini menunjukkan bahwa Indonesia sendiri memiliki keunggulan komparatif atau memiliki daya saing diatas rata-rata dunia. Tetapi rata-rata nilai RCA Indonesia masih dibawah 3 negara competitor. Nilai tertinggi RCA Indonesia berada pada tahun 2015 yaitu 4,31 dan nilai terendah berada pada tahun 2021 yaitu dengan nilai 2,26.

DAFTAR ISI

	HALAMAN
LEMBAR PENGESAHAN	I
KATA PENGANTAR	ii
INTISARI	iii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR GAMBAR	vi
DAFTAR LAMPIRAN	vii
I. PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	3
1.3. Tujuan Penelitian	3
1.4. Manfaat dan Kegunaan Penelitian	4
II. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Kerangka Pemikiran Teoritis.....	5
2.1.1. Kopi.....	5
2.1.2. Perdagangan Internasional.....	7
2.1.3. Konsep Ekspor.....	9
2.1.4. Peraturan Ekspor	10
2.1.5. Produksi	11
2.1.6. <i>Revealed Comparative Advantage</i> (RCA).....	11
2.1.7. Indeks Spesialisasi Perdagangan (ISP).....	12
2.1.8. Export Competitiveness Index (ECI)	13
2.2. Penelitian Terdahulu	14
2.3. Kerangka Pemikiran Operasional	16
III. METODOLOGI PENELITIAN	
3.1. Ruang Lingkup Penelitian.....	18
3.2. Metode, Sumber dan Jenis Data.....	18
3.3. Metode Pengambilan Sampel.....	19
3.4. Metode Analisis Data.....	19
3.5. Konsepsi dan Pengukuran Variabel	22
IV. GAMBARAN UMUM DAERAH PENELITIAN	
4.1. Letak Geografis	24
4.2. Gambaran Umum Kopi di Indonesia	25
4.3. Harga Kopi di Indonesia	26
V. HASIL DAN PEMBAHASAN	
5.1. Perkembangan Ekspor Kopi Indonesia di Pasar Internasional 2011-2021.....	28
5.2. Status Negara Indonesia dalam Perdagangan Kopi di Internasional.....	28
5.3. Pertumbuhan Ekspor Kopi Negara Indonesia dan 3 Negara Kompetitor	30
5.4. Daya Saing Indonesia di Pasar Internasional	32

VI. KESIMPULAN DAN SARAN	
6.1. Kesimpulan.....	36
6.2. Saran.....	36
DAFTAR PUSTAKA	38
LAMPIRAN.....	40



DAFTAR GAMBAR

No	Judul	Halaman
1.	Kerangka Pemikiran Operasional	17
2.	Grafik Perkembangan Harga Kopi di Indonesia 2012-2021.....	27
3.	Perbandingan Nilai ISP Kopi Indonesia, Brazil, Vietnam dan Colombia	29
4.	Perbandingan Nilai ECI Kopi Indonesia, Brazil, Vietnam, dan Colombia	31
5.	Perbandingan Nilai RCA Kopi Indonesia, Brazil, Vietnam, dan Colombia	33



DAFTAR LAMPIRAN

No	Judul	Halaman
1.	Luas Lahan, Produksi dan Produktifitas Kopi di Indonesia Tahun 2011-2021	40
2.	Data Pengekspor Kopi 10 Negara Terbesar di Dunia	41
3.	Data Ekspor Kopi Indonesia Menurut Negara Tujuan Tahun 2011-2021	42
4.	Data Import Kopi ke Indonesia Tahun 2011-2021	44
5.	Perbandingan Nilai Ekspor Kopi di Empat Negara Tahun 2011-2021	45
6.	Perbandingan Seluruh Nilai Ekspor Indonesia dan 3 Negara Kompetitor Tahun 2011-2021.....	46
7.	Nilai Ekspor Komoditi Kopi Dunia Tahun 2011-2021.....	47
8.	Total Nilai Ekspor Seluruh Komoditi Dunia Tahun 2011-2021 ...	48
9.	Nilai Import Komoditi Kopi di Empat Negara Pada Tahun 2011-2021	49
10.	Data Pendukung Perhitungan ISP (Indeks Spesialisasi Perdagangan) Empat Negara Tahun 2011-2021.....	50
11.	Perbandingan ISP Kopi Empat Negara di Pasar Internasional Tahun 2011-2021.....	51
12.	ECI (<i>Export Competitiveness Index</i>) Kopi Empat Negara Tahun 2011-2021	52
13.	Perbandingan Nilai ECI Kopi di Empat Negara Tahun 2011-2021	
14.	Data Pendukung Perhitungan RCA (Revealed Comprative Advantage) Empat Negara Tahun 2011-2021	53
15.	Data Pendukung Perhitungan Lanjutan 1 RCA (Revealed Comprative Advantage) Nilai Ekspor Komoditi Kopi dan Total Nilai Ekspor Seluruh Komoditi Empat Negara Tahun 2011-2021	54
16.	Data Pendukung Perhitungan Lanjutan 2 RCA (Revealed Comprative Advantage) Nilai Ekspor Komoditi Kopi dan Total Nilai Ekspor Seluruh Komoditi Empat Negara Tahun 2011-2021	55
17.	Perbandingan RCA Kopi Empat Negara di Pasar Internasional Tahun 2011-2021.....	56
18.	Jurnal Reu & LOA.....	58

I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Indonesia merupakan salah satu negara berkembang yang pertumbuhan ekonominya tumbuh positif dari tahun ke tahun. Pertumbuhan ekonomi ini dapat diartikan sebagai proses perubahan kondisi ekonomi suatu negara menuju keadaan yang lebih baik. Selama lima tahun terakhir (2016-2019) perekonomian Indonesia cenderung mengalami pertumbuhan yang positif. Namun, pertumbuhan PDB Indonesia memburuk hingga mencapai nilai negatif yaitu sebesar -2,07% (BPS, 2020).

Salah satu komoditas penting yang dapat mempengaruhi kinerja sektor pertanian adalah kopi. Hal ini karena Indonesia merupakan produsen terbesar keempat kopi di dunia dan komoditas ini adalah produk unggulan ekspor. Pada saat pandemi tahun 2020 komoditas kopi mampu mendongkrak pertumbuhan PDB dengan adanya peningkatan produksi yang diikuti dengan peningkatan volume ekspor. Pada tahun 2020 BPS mencatat total produksi kopi mencapai 753,90 (ribu ton) dengan volume ekspor 375.555,87 ton. Keadaan ini menjadikan komoditas kopi ikut berperan dalam pertumbuhan PDB Indonesia pada tahun tersebut, karena adanya peningkatan ekspor dapat meningkatkan devisa negara yang berguna untuk nilai PDB (Badan Pusat Statistik, 2020).

Berdasarkan pada Lampiran 1 dapat dilihat bahwa luas lahan perkebunan besar negara mengalami penurunan di tahun 2018 sampai 2021 sama halnya dengan perkebunan besar swasta mengalami penurunan pada tahun tersebut akan tetapi pada perkebunan rakyat mengalami peningkatan luas lahan dari tahun 2018-2021 yang mengakibatkan meningkatnya produksi kopi pada tahun tersebut.

Kopi khas Indonesia merupakan komoditas yang mempunyai potensi yang sangat besar untuk bersaing di pasar luar negeri khususnya Eropa, Amerika dan Asia. Potensi ini bisa mendatangkan devisa bagi Indonesia. Berdasarkan hal ini maka perlu dilihat tentang bagaimana potensi dan perkembangan permintaan ekspor kopi Indonesia ke berbagai negara Eropa, Amerika dan Asia.

Pada tahun 2022, jumlah ekspor kopi menempati urutan ke tiga di dunia dengan nilai ekspor 11,85 juta kantong. Nilai ekspor kopi mencapai 1,19 milyar US\$. Jumlah tersebut merupakan jumlah biji kopi yang telah di ekspor ke beberapa negara besar di dunia, salah satunya yaitu negara Brazil, Vietnam dan Colombia (Lampiran 2).

Berdasarkan Badan Pusat Statistik (2022), nilai ekspor kopi Indonesia mengalami peningkatan selama 10 tahun terakhir yaitu mulai tahun 2011-2021. Data tersebut menunjukkan nilai ekspor kopi Indonesia terbesar adalah negara Amerika Serikat dan nilai ekspor kopi Indonesia terendah adalah negara Denmark (Lampiran 3). Masih rendahnya pangsa ekspor kopi Indonesia jika dibandingkan dua negara kompetitor lain seperti Brazil, dan Vietnam masih menjadi hambatan yang cukup berarti dalam upaya meningkatkan kinerja ekspor kopi Indonesia walaupun jika dibandingkan dengan Colombia, Indonesia masih sedikit lebih unggul.

Indonesia merupakan salah satu anggota International Coffee Organization (ICO), sebagai anggota ICO maka Indonesia harus mematuhi berbagai peraturan yang ada di ICO. Salah satu peraturan yang sangat penting adalah adanya kuota ekspor yang diberikan untuk para anggotanya. Tujuan peraturan ini cukup mendasar yaitu untuk membatasi jumlah komoditas kopi di pasar internasional

yang jika jumlah kopi di pasar internasional terlalu banyak maka harga kopi akan menurun yang berakibat pada ruginya negara eksportir kopi di dunia.

Dalam perdagangan internasional komoditas kopi, daya saing kopi Indonesia menjadi sangat penting. Berdasarkan uraian di atas, penulis perlu untuk melakukan penelitian kajian tentang “Analisis Perdagangan Ekspor Kopi Indonesia ke Pasar Internasional Tahun 2011-2021”.

1.2. Rumusan Masalah

Rumusan masalah dari penelitian perdagangan ekspor kopi indonesia ke pasar internasional adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana perkembangan ekspor kopi Indonesia dari tahun 2011 – 2021 ke pasar internasional ?
2. Bagaimana status Negara Indonesia dalam perdagangan kopi di pasar Internasional ?
3. Bagaimana pertumbuhan ekspor kopi Negara Indonesia ?
4. Bagaimana daya saing kopi Indonesia di pasar Internasional ?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian perdagangan ekspor kopi indonesia ke pasar internasional adalah sebagai berikut :

1. Mendeskripsikan perkembangan ekspor kopi Indonesia dari tahun 2011-2021 di pasar internasional.
2. Menentukan status Negara Indonesia dalam perdagangan di pasar Internasional.
3. Menganalisis pertumbuhan ekspor kopi Negara Indonesia
4. Menganalisis daya saing kopi Indonesia di pasar Internasional

1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat yang penulis dapatkan dengan dilakukannya penelitian ini antara lain:

1. Bagi pemerintah : dijadikan referensi pemerintah terkait pengambilan kebijakan mengenai evaluasi serta faktor yang mempengaruhi kinerja ekspor kopi di Indonesia.
2. Bagi akademis : hasil penelitian ini diharapkan akan menambah referensi serta acuan pengembangan dan peningkatan produksi kopi Indonesia, serta faktor – faktor yang mempengaruhi ekspor kopi dan menambah refrensi tentang kopi



II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Kerangka Pemikiran Teoritis

2.1.1. Kopi

1. Pengertian kopi

Kopi merupakan buah yang berwarna hitam gelap dengan aroma khas biasanya diseduh menggunakan air panas dan pada dasarnya memiliki rasa pahit. Minuman kopi banyak digemari hampir seluruh masyarakat dunia. Aroma dan rasa yang khas pada kopi seringkali membuat para penikmat kopi merasa kecanduan. Kopi memiliki rasa yang khas di tiap daerah, hal ini disebabkan oleh perbedaan cara pemrosesan kopi hingga terciptanya kopi yang berkualitas (Kadapi, 2015).

Kopi dikenal dua jenis, yaitu kopi Arabika dan kopi Robusta. Kadar kafein pada kopi robusta sedikit lebih tinggi dibandingkan dengan kopi arabika. Di Indonesia kopi robusta yang paling banyak diproduksi yaitu mencapai 87,1% dari total produksi kopi di Indonesia. Di Indonesia kopi diperdagangkan dalam bentuk kopi biji, kopi sangrai, kopi bubuk, kopi instan, dan bahan makanan lainnya yang mengandung kopi (Rahmi, 2016).

Menurut Suwanto dan Octaviany (2010), klasifikasi Tanaman kopi mempunyai sistematika sebagai berikut:

Kingdom	: Plantae
Divisi	: Spermatophyta
Subdivisi	: Angiospermae
Kelas	: Dicotyledonae
Ordo	: Rubiales
Famili	: Rubiaceae
Genus	: Coffea
Spesies	: <i>Coffea sp</i>

2. Jenis-jenis kopi

Di dunia perdagangan, dikenal beberapa golongan kopi tetapi yang sering dibudidayakan hanya kopi robusta, arabika dan liberika. Penggolongan kopi tersebut umumnya didasarkan pada spesiesnya, kecuali Robusta. Kopi robusta bukan merupakan nama spesies karena kopi ini merupakan keturunan dari beberapa spesies kopi terutama *Coffea Canephora* (Najiyati, 1997).

- a. Kopi robusta atau yang disebut dengan *Coffea canephora*, pada awalnya hanya dikenal sebagai semak atau tanaman liar yang mampu tumbuh hingga beberapa meter tingginya. Kopi robusta pertama kali ditemukan di Kongo pada tahun 1898 oleh Emil Laurent. Namun terlepas dari itu ada yang menyatakan jenis kopi robusta ini telah ditemukan lebih dahulu oleh dua orang pengembara Inggris bernama Richard dan John Speake pada tahun 1862 (Yahmadi, 2007).
- b. Kopi arabika merupakan kopi yang paling banyak dikembangkan di dunia maupun di Indonesia khususnya. Kopi ini ditanam pada dataran tinggi yang memiliki iklim kering sekitar 1350-1850 meter dari permukaan laut. Sedangkan di Indonesia sendiri kopi ini dapat tumbuh subur di daerah tinggi sampai ketinggian 1200 meter di atas permukaan laut. Kopi arabika, merupakan kopi yang terbaik mutu dan citarasanya. Biji kopi yang dihasilkan berukuran besar dan berwarna hijau hingga merah gelap.
- c. Kopi liberika berasal dari Angola dan masuk ke Indonesia sejak tahun 1965. Meskipun sudah cukup lama penyebarannya tetapi hingga saat ini jumlahnya masih terbatas karena kualitas buah yang kurang bagus dan rendamannya rendah (Najiyati, 1997).

3. Manfaat Kopi

Kopi memiliki manfaat untuk tubuh, yaitu :

1. Salah satu dokter Cardiovasculer Institute di Beth Israel Deaconess Medical Center, Murray Mittleman mengatakan “riset menunjukkan bahwa minum kopi dapat menurunkan resiko diabetes tipe-2”. Para peneliti menyatakan komponen pada kopi dapat membantu metabolisme gula di dalam tubuh dapat mengurangiresiko terserang penyakit diabetes. Dari tiap cangkir kopi 13 yang dikonsumsi setiap hari, para ahli mencatat resiko seseorang terserang penyakit gula ini berkurang sebanyak 7% (Anggreani, 2015).
2. Mencegah gigi rusak. Komponen yang memberi kopi aroma dan rasa pahit, yaitu Trigonellin, di akui para peneliti italia memiliki zat anti bakteri dan antilekat yang mencegah gigi berlubang (Indriani, 2012).
3. Membangun stamina tubuh. Kafein memberi signal pada otak dan sistem syaraf untuk melakukan hal-hal secara berbeda. Penelitian menunjukkan dua cangkir kopi sanggup membangun stamina tubuh (Indriani, 2012).

2.1.2. Perdagangan Internasional

Perdagangan internasional yang dilakukan oleh tiap negara, baik ekspor maupun impor tidak bisa terlepas dari adanya proses pembayaran. Oleh sebab itu, timbulah mata uang asing atau sering disebut dengan valuta asing (valas). Harga valuta asing ditentukan oleh permintaan dan penawaran di dalam mekanisme pasar. Dalam ilmu ekonomi istilah nilai tukar atau kurs diartikan sebagai nilai mata uang suatu negara dengan nilai mata uang negara lain atau harga mata uang asing tertentu yang dinyatakan dalam mata uang dalam negeri (Nopirin, 2010).

Teori perdagangan internasional menjelaskan tentang arah perdagangan antara beberapa negara. Teori perdagangan internasional juga dapat menunjukkan keuntungan yang timbul akibat adanya perdagangan internasional (Nopirin, 2010).

Teori perdagangan internasional adalah teori yang menjelaskan tentang arah dan komposisi dari perdagangan yang dilakukan suatu negara dengan negara lainnya, serta bagaimana efek atau dampaknya terhadap perekonomian negara tersebut. Ada beberapa teori perdagangan internasional yang menjadi referensi dalam penetapan strategi kebijakan nasional untuk menyiasati keuntungan dari kegiatan ekspor-impor. Berikut adalah beberapa teori yang penting:

1. Teori Perdagangan Internasional Keunggulan Mutlak (Absolute Advantage): dikemukakan oleh Adam Smith dan David Ricardo, teori ini menjelaskan bahwa suatu negara dapat memperoleh keuntungan jika dapat memproduksi suatu barang dengan biaya yang lebih rendah dibandingkan dengan negara lain yang memproduksi barang yang sama.
2. Teori Perdagangan Internasional Keunggulan Komparatif (Comparative Advantage): dikemukakan oleh David Ricardo, teori ini menjelaskan bahwa suatu negara dapat memperoleh keuntungan jika dapat memproduksi suatu barang dengan biaya relatif yang lebih rendah dibandingkan dengan negara lain yang memproduksi barang yang sama.
3. Teori Perdagangan Internasional Keunggulan Mutlak dan Keunggulan Komparatif: kedua teori ini membantu menjelaskan bagaimana suatu negara dapat memperoleh keuntungan dengan melakukan perdagangan internasional. Teori keunggulan mutlak menjelaskan bahwa suatu negara dapat memperoleh keuntungan jika dapat memproduksi suatu barang

dengan biaya yang lebih rendah dibandingkan dengan negara lain yang memproduksi barang yang sama. Sedangkan teori keunggulan komparatif menjelaskan bahwa suatu negara dapat memperoleh keuntungan jika dapat memproduksi suatu barang dengan biaya relatif yang lebih rendah dibandingkan dengan negara lain yang memproduksi barang yang sama.

4. Teori Perdagangan Internasional Keuangan: dikemukakan oleh beberapa ahli, teori ini menjelaskan bahwa perdagangan internasional memiliki hubungan yang erat dengan keuangan. Hal ini dikarenakan perdagangan internasional serta keuangan tidak dapat dipisahkan antara satu dengan lainnya, karena memiliki keterkaitan yang sangat erat.
5. Manfaat Perdagangan Internasional: perdagangan internasional membantu membina hubungan yang baik antar negara, memungkinkan spesialisasi, meningkatkan

2.1.3. Konsep Ekspor

Ekspor adalah suatu proses kegiatan mengirim barang/jasa ke luar negeri. Ekspor merupakan salah satu kegiatan perdagangan internasional, yang berperan penting bagi perkembangan perekonomian suatu negara. Menurut Nopirin (2010), ekspor merupakan injeksi ke dalam aliran pendapatan seperti hanya investasi, karena ekspor berasal dari produksi dalam negeri dijual/dipakai oleh penduduk luar. Secara matematis rumusnya dapat ditulis sebagai berikut:

$$X_t = Q_t - C_t + S_{t-1}$$

Keterangan:

- X_t = Jumlah ekspor komoditas tahun ke t
 Q_t = Jumlah produksi domestik tahun ke t
 C_t = Jumlah konsumsi domestik tahun ke t

St-1 = Stok tahun sebelumnya.

Ekspor sangat penting dilakukan karena dengan ekspor negara memperoleh keuntungan serta pendapatan akan meningkat, kemudian ke depannya juga akan berdampak pada meningkatnya jumlah output dan pertumbuhan ekonomi. Dengan tingkat output yang tinggi maka diyakini dapat mengurangi kemiskinan dan juga pembangunan ekonomi dapat meningkat (Krisna N.M.A, 2014).

Ekspor suatu negara adalah impor negara lain. Dengan harga dianggap tetap, ekspor tergantung dari pendapatan luar negeri bukan pendapatan nasional negara tersebut (Nopirin, 2010). Dalam teori perdagangan internasional faktor-faktor yang mempengaruhi ekspor dapat dilihat dari dua sisi, yaitu sisi penawaran (supply) dan permintaan (demand) (Krugman dan Obstfeld, 2005; Salvatore, 1996) dalam (Sari. N, 2013).

2.1.4. Peraturan Ekspor

Pengelompokkan barang-barang ekspor diatur dalam Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Nomor 558 /MPP /Kep/ 12/ 1998 tanggal 4 Desember 1998 tentang Ketentuan Umum Dibidang Ekspor sebagaimana telah beberapa kali di ubah terakhir dengan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 01/M-DAG/PER/1/2007 Tanggal 22 Januari 2007.

Dalam pengaturan ekspor terdiri dari barang yang diatur ekspornya, barang yang diawasi ekspornya, barang yang dilarang dan barang yang bebas ekspornya. Kopi merupakan komoditi yang diatur ekspornya. Untuk pelaksanaan ekspor kopi, eksportirnya harus terdaftar sebagai eksportir Kopi (Sari N, 2013).

2.1.5. Produksi

Produksi atau memproduksi adalah suatu usaha atau kegiatan untuk menambah kegunaan (nilai guna) suatu barang. Kegunaan suatu barang akan bertambah apabila memberikan manfaat baru atau lebih dari bentuk semula (Putong, 2005). Kegiatan tersebut dalam ekonomi bisa dinyatakan dalam fungsi produksi. Fungsi produksi menunjukkan jumlah maksimum output yang dapat dihasilkan dari pemakaian sejumlah input dengan menggunakan teknologi tertentu.

Variabel produksi adalah produksi kopi Indonesia. Apabila produksi kopi terus mengalami peningkatan dan terjadi excess supply maka kopi yang berlebih tersebut akan di ekspor ke luar negeri. Jumlah produksi yang meningkat juga dapat menghindari Input (Kapital, tenaga kerja, tanah dan sumber alam, keahlian keusahawanan) Fungsi Produksi (dengan teknologi tertentu) Output (barang atau jasa) kekurangan ekspor ke suatu negara yaitu apabila konsumsi dalam negeri meningkat tajam maka dapat dipenuhi oleh jumlah produksi yang telah tersedia sehingga tidak mengganggu jumlah produksi yang akan diekspor ke luar negeri.

2.1.6. Indeks Spesialisasi Perdagangan (ISP)

Indeks Spesialisasi Perdagangan (ISP) digunakan untuk menentukan ambang batas di mana suatu komoditas tertentu diperdagangkan. ISP dapat menunjukkan apakah suatu negara masih merupakan negara eksportir atau importir kopi. Secara umum diperhitungkan ISP dapat digunakan dengan rumor di bawah ini (Kementrian Perdagangan, 2014).

$$ISP = \frac{Xia - Mia}{Xia + Mia}$$

dimana:

X_{ia} = Nilai ekspor suatu negara
 M_{ia} = Nilai impor suatu negara
 i = Komoditas
 a = Negara

Kriteria pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

- Jika nilai $ISP > 0$ (0 hingga +1) = memiliki daya saing kuat dan cenderung sebagai eksportir.
- Jika nilai $ISP \leq 0$ (0 hingga -1) = memiliki daya saing yang lemah dan cenderung sebagai importir

2.1.7. *Revealed Comparative Advantage (RCA)*

Revealed Comparative Advantage (RCA) pertama kali diperkenalkan oleh Bela Balassa pada tahun 1965 yang mengasumsikan bahwa pola keunggulan komparatif suatu negara dapat diamati dari data perdagangan yang sudah ada. Dampak positif yang ditimbulkan dari perkembangan perdagangan yang mengarah pada liberalisasi secara tidak langsung dapat diukur dengan menggunakan metode RCA.

Validasi metode RCA dilakukan dengan menggunakan rumus berikut

(Basri & Munandar, 2010):

$$RCA = \frac{X_{ij}/X_{it}}{W_j/W_t}$$

Keterangan :

X_{ij} = Nilai ekspor produk suatu negara
 X_{it} = Total nilai ekspor seluruh komoditas suatu negara
 W_j = Nilai ekspor produk
 W_t = Total nilai ekspor seluruh

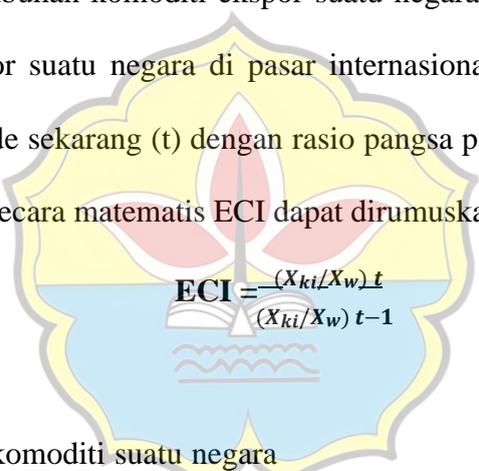
Kriteria pengambilan keputusan pada Revealed Comparative Advantages (RCA) dilihat dari syarat sebagai berikut:

- Jika $RCA > 1$, maka negara tersebut memiliki keunggulan komparatif suatu komoditas tersebut di atas rata-rata dunia.

Jika $RCA \leq 1$, maka negara tersebut tidak memiliki keunggulan komparatif suatu komoditas tersebut dibawah rata-rata dunia

2.1.8. Export Competitiveness Index (ECI)

Export Competitiveness Index (ECI) adalah metode yang digunakan untuk menghitung pertumbuhan komoditi ekspor suatu negara. ECI menunjukkan rasio pangsa pasar ekspor suatu negara di pasar internasional untuk suatu komoditas tertentu pada periode sekarang (t) dengan rasio pangsa pasar internasional periode sebelumnya (t-1). Secara matematis ECI dapat dirumuskan sebagai berikut :


$$ECI = \frac{(X_{ki}/X_w)_t}{(X_{ki}/X_w)_{t-1}}$$

dimana:

X_{ki} : Nilai ekspor komoditi suatu negara
 X_w : Nilai ekspor komoditi secara global
 t : Periode berjalan
 $t-1$: Periode sebelumnya

Kriteria pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

- Nilai $ECI > 1$, maka komoditas tersebut menghadapi peningkatan pangsa pasar (daya saing kuat)
- Nilai $ECI = 1$, maka komoditas tersebut menghadapi peningkatan atau penurunan yang sama di pangsa pasar (daya saing kuat atau lemah)
- Nilai $ECI < 1$, maka komoditas tersebut menghadapi penurunan pangsa pasar (daya saing lemah)

2.2. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu dilakukan oleh Maulani R.D., dan Diah W. (2020), berjudul Analisis Ekspor Kopi Indonesia pada Pasar Internasional. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Produk Domestik Bruto (PDB), Nilai Tukar, harga Kopi Internasional dan produksi kopi terhadap nilai ekspor kopi Indonesia di enam negara (Amerika Serikat, Jerman, Jepang, Italia, Malaysia, dan Inggris). Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif digunakan untuk melihat bagaimana pengaruh Gross Domestic Product (GDP), kurs, harga kopi internasional, dan produksi terhadap nilai ekspor kopi Indonesia. Obyek penelitian ini adalah 6 negara tujuan ekspor kopi terbesar dari Indonesia yaitu Amerika Serikat, Jerman, Jepang, Italia, Malaysia, dan Inggris. Data yang digunakan adalah nilai ekspor kopi Indonesia, GDP riil negara pengimpor, nilai tukar, harga kopi internasional, dan jumlah produksi kopi dalam negeri. Adapun data yang digunakan di dalam penelitian ini adalah data sekunder yang diperoleh dari beberapa instansi seperti website Badan Pusat Statistik (BPS), World Bank, dan International Coffee Organization (ICO). Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan Stata. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel PDB riil berpengaruh terhadap berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai ekspor kopi Indonesia di enam negara tujuan. Itu Nilai tukar tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai ekspor kopi Indonesia di enam negara tujuan harga kopi internasional berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai ekspor kopi Indonesia enam negara tujuan. Produksi dalam negeri berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai bangsa Indonesia ekspor kopi di enam negara nilai koefisien determinasi (R^2) diperoleh sebesar 0,9474. Ini berarti bahwa dari empat

variabel independen yaitu PDB riil, nilai tukar, harga kopi internasional, dan produksi mampu menjelaskan variabel terikat yaitu nilai ekspor kopi Indonesia. 94,74% dan sisanya 5,26% dijelaskan oleh variabel lain.

Selanjutnya penelitian dilakukan oleh Fitri Pratiwi (2019), berjudul Analisis Daya Saing Komoditas Kopi Di Indonesia Pada Pasar Asia. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui daya saing komoditas kopi di Indonesia pada pasar Asia dan faktor-faktor yang mempengaruhinya. Pengambilan data dalam penelitian ini dilakukan dengan secara sengaja pada lembaga resmi PBB (Perserikatan Bangsa-Bangsa) yaitu FAO (*Food Agriculture Organization*) dan lembaga resmi pemerintahan Indonesia BPS (Badan Pusat Statistik. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder bentuk metode analisis data time series yang diambil sebanyak 30 tahun dimulai pada tahun 1987-2016 (*time series*). Analisis data yang digunakan adalah analisis data kuantitatif. Metode analisis yang digunakan yaitu metode RCA (*Revealed Comparative Advantage*) dan Determinan OLS (*Ordinary Least Square*) dengan menggunakan Eviews. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Indonesia dapat bersaing di pasar Asia dalam perdagangan kopi. Nilai daya saing kopi di Indonesia pada pasar Asia menunjukkan nilai di atas satu, dimana merupakan nilai yang berarti bahwa Indonesia selalu mampu bersaing di pasar Asia, namun berdaya saing lemah. Faktor-faktor yang mempengaruhi daya saing kopi pada pasar Asia berupa harga kurs, jumlah produksi, dan harga kopi di Asia menunjukkan pengaruh yang signifikan. Variabel yang paling berpengaruh adalah produksi, harga kopi, dan terakhir nilai tukar.

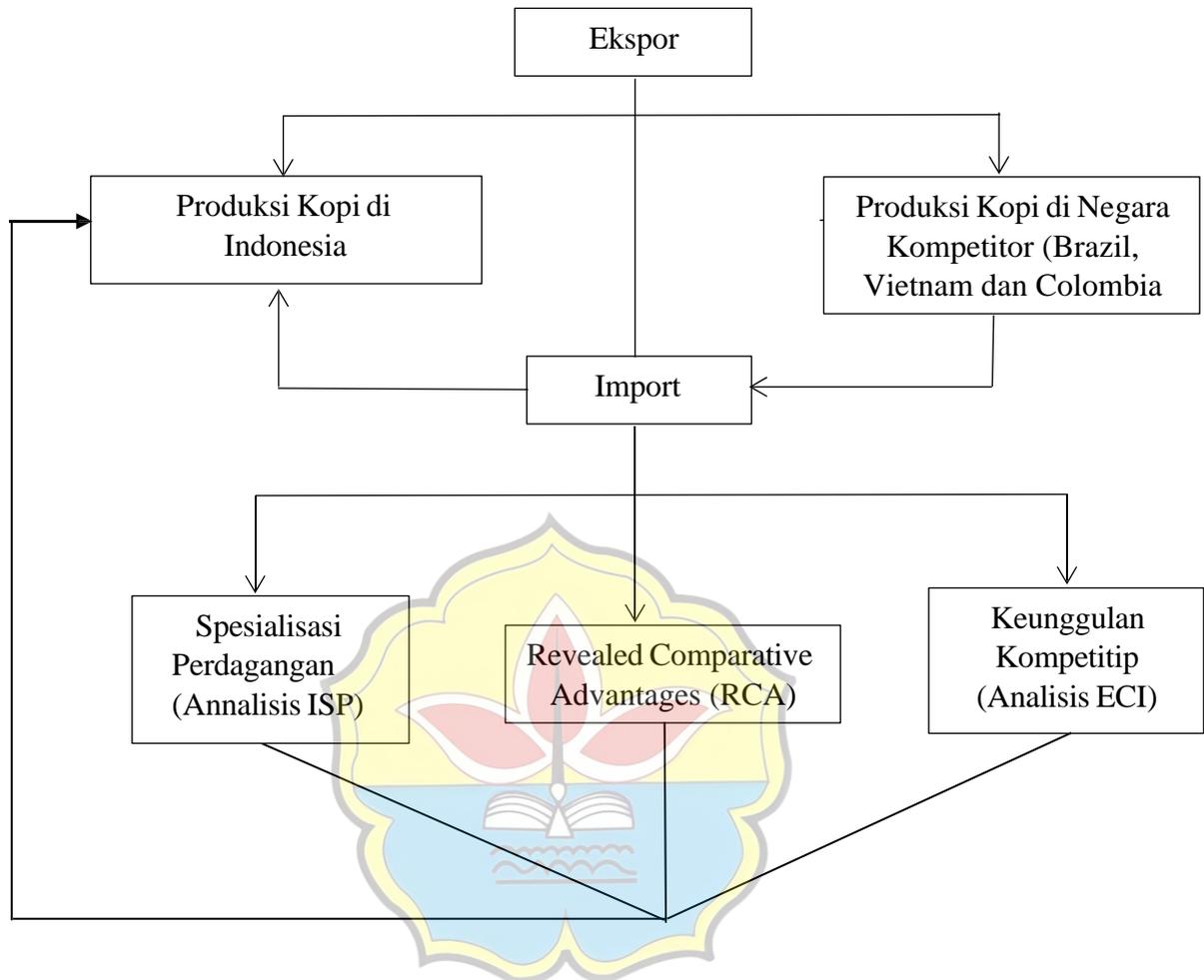
Selanjutnya penelitian dilakukan oleh Renata Nindi Savira et al (2022) berjudul Analisis Perdagangan Ekspor Kopi Indonesia Di Pasar Internasional. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh PDB negara pengimpor, jarak ekonomi, nilai tukar riil, dan penyederhanaan kebijakan terhadap volume ekspor kopi indonesia. Pendekatan penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode non-probability sampling dengan teknik purposive sampling. Data yang digunakan adalah data sekunder dari international trade center, bank dunia, dan indonesia world distance. Analisis data penelitian menggunakan metode fmols (fully-modified least square) untuk melihat pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel PDB, jarak ekonomi, nilai tukar riil, dan penyederhanaan kebijakan berpengaruh signifikan terhadap volume ekspor kopi indonesia (simultan dan parsial). Variabel-variabel tersebut berpengaruh positif, kecuali variabel jarak ekonomi berpengaruh negatif dan signifikan terhadap volume ekspor kopi indonesia.

2.3. Kerangka Pemikiran Operasional

Komoditas kopi merupakan komoditas bahan dasar minuman yang bernilai ekonomi tinggi dan paling populer di dunia. Kopi merupakan tanaman perkebunan primer yang diminati oleh semua kalangan baik di dalam negeri maupun luar negeri. Indonesia menjadi negara kedua sebagai penghasil kopi terbesar di Asia setelah Vietnam. Tingginya produksi kopi di Indonesia mendorong untuk melaksanakan perdagangan internasional dalam hal ini ekspor.

Ekspor sendiri berperan penting dalam pertumbuhan ekonomi serta penambah devisa bagi negara. Indonesia sendiri merupakan negara pengekspor kopi terbesar ketiga di dunia setelah Brazil dan Vietnam (BPS, 2023). Nilai ekspor

kopi Indonesia di periode tahun 2022/2023 mencapai 11,85 juta kantong. Hal inilah yang mendorong Indonesia untuk melakukan ekspor ke pasar Inetrnasional.



Gambar 1. Kerangka Pemikiran Operasional

III. METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini akan dilaksanakan di Indonesia dengan mengambil 3 negara kompetitor yaitu (Brasil, Vietman dan Kolombia), dimana Indonesia merupakan negara pengekspor kopi terbesar ke tiga di Dunia (Lampiran 2). Adapun data yang dibutuhkan dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Data ekspor kopi negara Indonesia
2. Data import kopi negara Indonesia
3. Data nilai dan jumlah ekspor kopi dunia
4. Serta data lain yang dibutuhkan dalam penelitian ini

3.2. Metode, Sumber dan Jenis Data

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah desk study. Metode desk study digunakan karena penelitian ini merupakan penelitian yang datanya bersifat sekunder. Data-data tersebut didokumentasikan melalui instansi-instansi pemerintahan terkait.

Jenis data yang di gunakan dalam penelitian adalah jenis data kuantitatif. Sumber data yang digunakan adalah data sekunder berupa data runtun waktu *time series* 11 tahun terakhir (2011-2021).

Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini yaitu skala rasio. Skala rasio adalah suatu skala pengukuran yang mempunyai nilai nol mutlak dan mempunyai jarak yang sama (Riduwan dan Akdon, 2010).

Data-data tersebut bersumber dari website resmi pemerintahan Indonesia maupun PBB yaitu Kementrian Pertanian, Kementrian Perdagangan, Badan Pusat Statistik, UN Comtrade, Internasional Trade Centre (ITC) dan Food Agriculture

Oganisation.

3.3. Metode Penarikan Sampel

Pada data sekunder, populasi yang ada berupa keseluruhan data yang dimiliki oleh sumber pemerintahan dalam negeri maupun dunia, dalam hal ini berupa keseluruhan data. Sampel penelitian ini adalah Indonesia Dimana Indonesia merupakan negara pengekspor kopi terbesar ke-3 di dunia yang ditentukan secara sengaja. Sampel yang digunakan ditentukan berupa data yaitu data 11 tahun terakhir.

3.4. Metode Analisis Data

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif baik kualitatif dan kuantitatif. Dalam metode analisis yang digunakan adalah *Revealed Comparative Advantages* (RCA), *Indeks Spesialisasi Perdagangan* (ISP), dan *Export Competitiveness Index* (ECI).

Untuk melihat status perdagangan Indonesia di pasar internasional dapat menggunakan alat analisis *Indeks Spesialisasi Perdagangan* (ISP). ISP digunakan untuk menentukan ambang batas di mana suatu komoditas tertentu diperdagangkan. ISP dapat menunjukkan apakah Indonesia merupakan negara eksportir atau importir kopi. Secara umum diperhitungkan ISP dapat dihitung menggunakan rumus di bawah ini (Kementrian Perdagangan, 2014).

$$ISP = \frac{Xia - Mia}{Xia + Mia}$$

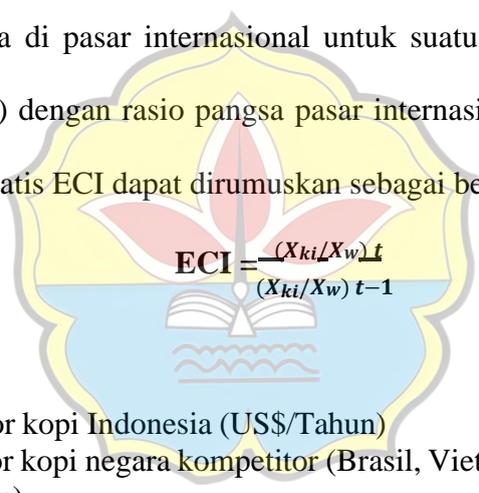
dimana:

Xia = Nilai ekspor kopi Indonesia (US\$)/ Tahun
Mia = Nilai impor kopi Indonesia (US\$)/ Tahun
i = Komoditas kopi
a = Negara Indonesia

Kriteria pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

- Jika nilai ISP > 0 (di atas 0 hingga +1) : memiliki daya saing kuat dan cenderung sebagai eksportir.
- Jika nilai ISP = 0 (sama dengan nol) : menunjukkan keseimbangan antara ekspor dan import dalam jumlah yang sama besar.
- Jika nilai ISP < 0 (dibawah 0 hingga -1) : memiliki daya saing yang lemah dan cenderung sebagai importer.

Selanjutnya untuk melihat pertumbuhan ekspor kopi Indonesia analisis yang digunakan yaitu Export Competitiveness Index (ECI). Export Competitiveness Index (ECI) adalah metode yang digunakan untuk menghitung pertumbuhan komoditi ekspor suatu negara. ECI menunjukkan rasio pangsa pasar ekspor suatu negara di pasar internasional untuk suatu komoditas tertentu pada periode sekarang (t) dengan rasio pangsa pasar internasional periode sebelumnya (t-1). Secara matematis ECI dapat dirumuskan sebagai berikut :


$$ECI = \frac{(X_{ki}/X_w)_t}{(X_{ki}/X_w)_{t-1}}$$

Dimana:

- X_{ki} : Nilai ekspor kopi Indonesia (US\$/Tahun)
X_w : Nilai ekspor kopi negara kompetitor (Brasil, Vietnam dan Kolombia) (US\$/Tahun)
t : Periode berjalan
t-1 : Periode sebelumnya

Kriteria pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

- Nilai ECI > 1, maka komoditas tersebut menghadapi peningkatan pangsa pasar (daya saing kuat)
- Nilai ECI = 1, maka komoditas tersebut menghadapi peningkatan atau penurunan yang sama di pangsa pasar (daya saing kuat atau lemah)
- Nilai ECI < 1, maka komoditas tersebut menghadapi penurunan pangsa pasar (daya saing lemah)

Untuk menganalisis daya saing kopi Indonesia di pasar internasional digunakan alat analisis RCA. Metode yang paling umum untuk menentukan

efektivitas komparatif dari suatu komoditi tertentu adalah metode RCA. Perhitungan RCA berdasarkan suatu konsep yang dimiliki oleh suatu wilayah. Dengan menggunakan metode RCA, kita dapat memperkirakan produksi setiap barang tertentu yang berasal dari suatu negara tertentu dengan membandingkan total produksi barang negara tersebut dengan harga barang tersebut secara global (Sa'idy, 2013).

Validasi metode RCA dilakukan dengan menggunakan rumus berikut (Basri & Munandar, 2010):

$$RCA = \frac{X_{ij}/X_{it}}{W_j/W_t}$$

Keterangan :

X_{ij} = Nilai ekspor produk kopi Indonesia (US\$)/ Tahun
 X_{it} = Nilai ekspor seluruh komoditi Indonesia (US\$)/ Tahun
 W_j = Nilai ekspor produk kopi negara kompetitor (US\$)/ Tahun
 W_t = Nilai ekspor seluruh komoditi negara kompetitor (US\$)/ Tahun
Negara Kompetitor (Brazil, Vietnam dan Colombia)

Kriteria pengambilan keputusan pada *Revealed Comparative Advantages*

(RCA) dilihat dari syarat sebagai berikut:

- Jika $RCA > 1$, maka negara tersebut memiliki keunggulan komparatif suatu komoditas tersebut di atas rata-rata dunia.
- Jika $RCA \leq 1$, maka negara tersebut tidak memiliki keunggulan komparatif suatu komoditas tersebut dibawah rata-rata dunia

3.5. Konsepsi dan Pengukuran Variabel

Konsepsi variabel disajikan untuk menjelaskan batasan-batasan terhadap variabel yang diteliti. Adapun variabel tersebut sebagai berikut :

1. Sampel adalah negara Indonesia
2. Negara kompetitor adalah negara selain Indonesia yang sama-sama memiliki potensi perdagangan komoditas kopi dunia, diambil tiga negara sebagai negara kompetitor dengan volume jumlah produksi kopi dunia yaitu Brazil, Vietnam dan Colombia.
3. Nilai ekspor Kopi merupakan besarnya nilai penjualan produk kopi dari dalam (Indonesia) ke luar negara tujuan (US\$/tahun).
4. Nilai impor kopi merupakan besarnya pembelian kopi dari luar ke dalam negara Indonesia (US\$/ tahun).
5. Volume produk merupakan kuantitas jumlah dari seluruh ekspor kopi yang dipasarkan di pasar dunia setiap tahun dihitung dalam satuan Ton.
6. Harga merupakan nilai produk kopi yang berlaku sesuai dengan periode (US\$/Ton).
7. Produk kopi yang di ekspor dan import adalah berupa keseluruhan bentuk kopi.
8. Perdagangan internasional adalah perdagangan lintas negara antar dua negara atau lebih yang mencakup ekspor dan impor.
9. Revealed Comparative Advantage (RCA) merupakan alat analisis yang digunakan untuk menghitung keunggulan komperatif komoditi kopi Indonesia di pasar dunia, sehingga bisa menggambarkan daya saing negara Indonesia di dunia.

10. Indeks Spesialisasi Perdagangan (ISP) adalah Indeks yang digunakan untuk menganalisis posisi atau status (ekspor/import) peran suatu negara dalam perdagangan di level dunia.
11. *Export Competitiveness Index* (ECI) adalah indeks untuk mengukur tingkat daya saing dari keunggulan kompetitif, sehingga bisa menggambarkan pertumbuhan ekspor suatu negara.



IV. GAMBARAN UMUM DAERAH PENELITIAN

4.1. Letak Geografis

Indonesia merupakan sebuah negara kepulauan terbesar di Dunia dengan gugusan pulau-pulau sebanyak 17.504 pulau sehingga sering disebut sebagai negara nusantara. Luas daratan Indonesia sebesar 1.910.921 km², dan luas lautan sebesar 3.544,743 km². Secara astronomis, Indonesia terletak antara 60 04' 30'' Lintang Utara dan 110 00' 36'' Lintang Selatan dan antara 94 05' 21'' sampai dengan 141 01' 10'' Bujur Timur dan dilalui oleh garis ekuator atau garis khatulistiwa yang terletak pada garis lintang 00 (BPS Indonesia, 2023).

Berdasarkan posisi geografisnya (Statistik Indonesia, 2023) negara Indonesia memiliki batas-batas sebagai berikut :

- Batas Utara: Negara Malaysia, Singapura, Vietnam, Filipina, Thailand, Palau, dan Laut Cina Selatan;
- Batas Selatan: Negara Australia, Timor Leste, dan Samudera Hindia;
- Batas Barat: Samudera Hindia;
- Batas Timur: Negara Papua Nugini dan Samudera Pasifik.

Batas-batas tersebut ada pada 111 pulau terluar yang perlu dijaga dan dikelola dengan baik. Pulau-pulau tersebut digunakan untuk menentukan garis pangkal batas wilayah negara Indonesia dengan negara lain (Keputusan Presiden Nomor 6 Tahun 2017 tentang Penetapan Pulau-Pulau Kecil Terluar).

Indonesia merupakan negara dengan jumlah penduduk terbesar keempat di Dunia. Berdasarkan sensus, penduduk Indonesia pada tahun 2019 sebesar 265.015 juta, dimana penduduk terbesar berasal dari Pulau Jawa.

Mayoritas pekerjaan penduduk Indonesia adalah Rakyat Indonesia mayoritas 87% memeluk Agama Islam sehingga merupakan negara dengan penduduk muslim terbanyak di Dunia, dan selebihnya memeluk Agama Kristen, Hindu, Budha, dan konghucu. Bahasa utama yang digunakan oleh rakyat Indonesia merupakan bahasa Indonesia, dan bahasa lainnya yang digunakan adalah bahasa daerah.

4.2. Gambaran Umum Kopi di Indonesia

Indonesia merupakan salah satu produsen kopi terbesar di dunia. Tak hanya dikonsumsi dalam negeri, kopi Indonesia juga dikirim ke banyak negara. Menurut laporan Statistik Indonesia dari Badan Pusat Statistik (BPS), sepanjang 2023 volume ekspor kopi nasional mencapai 276,28 ribu ton, dengan nilai total US\$ 915,91 juta.

Perkebunan kopi di Indonesia menurut pengusahaannya dibedakan menjadi Perkebunan Besar (PB) dan Perkebunan Rakyat (PR). Perkebunan Besar terdiri dari Perkebunan Besar Negara (PBN), dan Perkebunan Besar Swasta (PBS). Selama tiga tahun terakhir, lahan kopi perkebunan perusahaan besar cenderung mengalami penurunan. Salah satu penyebabnya adalah alih fungsi lahan. Luas lahan perkebunan negara mengalami penurunan sebesar 3,79 persen tahun 2021 dan 12,99 persen pada tahun 2022. Sama halnya dengan perkebunan negara, luas lahan perusahaan swasta juga mengalami penurunan dimana pada tahun 2021 turun sebesar 10,14 persen dan tahun 2022 turun sebesar 5,56 persen (Statistik Kopi Indonesia, 2023).

Produksi kopi dari tahun 2020 sampai dengan 2022 mengalami fluktuasi. Pada tahun 2020 produksi kopi sebesar 762,38 ribu ton naik menjadi 786,19 ribu

ton pada tahun 2021 atau meningkat sebesar 3,12 persen. Tahun 2022 produksi kopi turun menjadi 774,96 ribu ton atau turun sebesar 1,43 persen. Data kopi di Indonesia diperoleh dari Direktorat Jenderal Perkebunan, Kementerian Pertanian (2022). Luas areal kopi perkebunan rakyat pada tahun 2021 sebesar 1.257 ribu hektar turun menjadi 1 246 ribu hektar pada tahun 2022.

4.3. Harga Kopi di Indonesia

Harga barang merupakan aspek pokok dalam pembahasan teori ekonomi dan pembentukan harga dari suatu barang terjadi di pasar melalui suatu mekanisme. Dalam mekanisme ini terdapat dua kekuatan pokok yang saling berinteraksi, yaitu penawaran dan permintaan dari barang tersebut. Apabila pada suatu tingkat tertinggi kuantitas barang yang diminta melebihi kuantitas barang yang ditawarkan maka harga akan naik, sebaliknya bila kuantitas barang yang ditawarkan pada harga tersebut lebih banyak daripada kuantitas permintaan, maka harga cenderung turun. Volatilitas harga mempunyai pengaruh positif untuk meningkatkan ekspor pertanian, namun ketidakmenentuan perubahan Ekonomi Pembangunan 2022 47 harga ekspor, merupakan resiko bagi pendapatan ekspor (Adubi, A. A. and Okunmadewa. F, 1999).

Harga kopi yang berlaku dalam pasar antara lain harga domestik yaitu harga yang berlaku pada pasar dalam negeri. Harga kopi ditingkat produsen Indonesia berdasarkan data BPS sepuluh tahun terakhir menunjukkan pertumbuhan yang signifikan meningkat.



Gambar 2. Perkembangan Harga Kopi di Indonesia 2012-2021

Sumber: BPS (2022)

Dari Gambar 2 terlihat bahwa harga kopi domestic paling rendah terjadi pada tahun 2013 yaitu sebesar Rp. 15.884. Dan harga kopi domestic paling tinggi terjadi pada tahun 2020 yaitu sebesar Rp 28.000, terjadinya kenaikan harga yang tinggi ini dikarenakan adanya pppm karena pandemic yang mengakibatkan specialty coffee konsumsinya turun sedangkan konsumsi ritel termasuk rumah tangga naik. Orang-orang tidak berani ke café tapi mereka bisa membeli kopi dan di konsumsi di rumah. Pada tahun 2021 harga kopi domestic terlihat kembali normal seperti tahun sebelum pandemic itu dikarenakan pada tahun 2021 keadaan sudah mulai membaik dan adanya kebijakan dari pemerintah yaitu new normal.

V. HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1. Perkembangan Ekspor Kopi Indonesia di Pasar Internasional 2011-2021

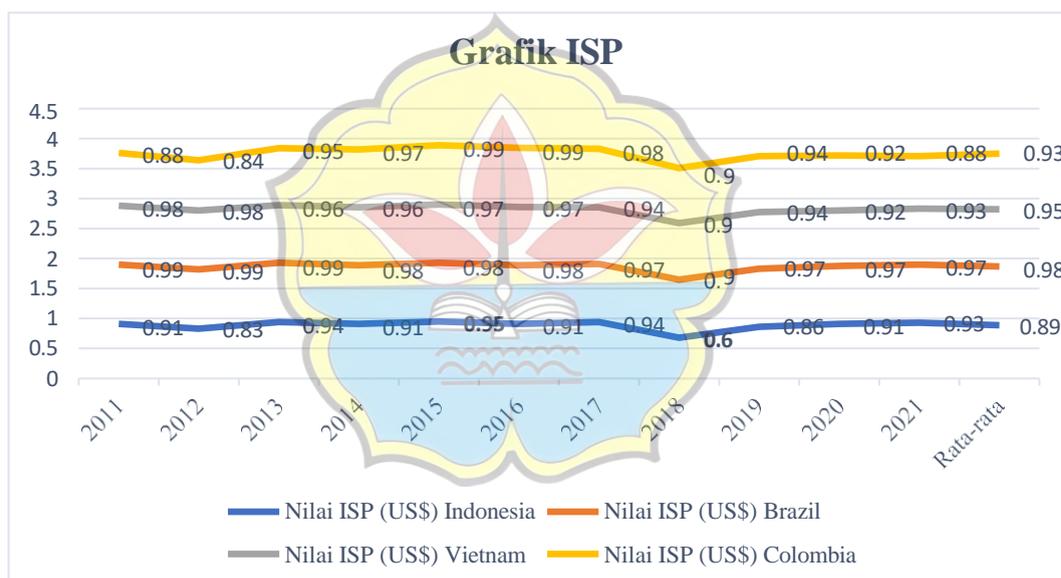
Tiga urutan volume ekspor kopi terbesar tahun 2022 adalah kopi Robusta, not roasted, not decaffeinated (HS 0901113000) sebesar 86,13 persen, kopi Arabica, not roasted, not decaffeinated (HS 0901112000) sebesar 11,10 persen; Coffee oth than Arabica WIB/robusta OIB, not roasted, not decaffeinated (HS 901119000) sebesar 1,91 persen, dan lainnya sebesar 0,86 persen (BPS Kopi Indonesia, 2023).

Nilai rata-rata ekspor kopi Indonesia yaitu US\$ 1.024.981/ tahun. Dimana nilai eksport terendah yaitu pada tahun 2018 dengan nilai sebesar US\$ 817.789 dan nilai ekspor tertinggi pada tahun 2012 yaitu sebesar US\$ 1.249.520. Nilai ekspor kopi mengalami penurunan pada tahun 2018, pertumbuhan nilai ekspor kopi pada tahun 2011 ke 2012 yaitu 17,03 % dan terjadi penurunan persentase nilai ekspor kopi pada tahun 2020 (US\$ 821.937) ke 2021 (US\$ 858.558) yaitu sebesar 4,27 % (Lampiran 5). Produksi kopi Indonesia sebagian besar diekspor ke mancanegara dan sisanya dipasarkan di dalam negeri. Ekspor Kopi Indonesia menjangkau lima benua yaitu: Asia, Afrika, Australia, Amerika, dan Eropa dengan pangsa utama di Eropa. Pada tahun 2022, lima besar negara pengimpor Kopi Indonesia adalah United States, India, Egypt, Germany Fed.Rep. dan Malaysia.

5.2. Status Negara Indonesia dalam Perdagangan Kopi di Internasional

Posisi suatu negara dalam perdagangan internasional sangatlah penting. Indeks Spesialisasi Perdagangan (ISP) merupakan alat analisis yang dapat digunakan oleh suatu negara untuk melihat apakah negara tersebut sebagai

eksportir atau importir suatu komoditas tertentu. ISP ini mempertimbangkan dari segi permintaan dan penawaran. Ekspor dari suatu barang terjadi apabila ada kelebihan atas barang tersebut di pasar domestik dan impor terjadi apabila pasar domestik tidak mampu memenuhi kebutuhan yang diperlukan. Menurut Tambunan (2004), analisis ISP digunakan untuk melihat apakah suatu negara memiliki kecenderungan untuk menjadi eksportir atau importir suatu produk tertentu. Berdasarkan perkembangan dapat dilihat gambar perbandingan nilai ISP kopi Indonesia, Brazil, Vietnam, dan Colombia kopi di pasar Internasional dari tahun 2011 hingga 2021:



Gambar 3. Perbandingan Nilai ISP Kopi Indonesia, Brazil, Vietnam, dan Colombia
Sumber : UN Comtrade (2024)

Berdasarkan Gambar 3 di atas, diketahui bahwa nilai ISP tertinggi berada pada tahun 2015 yaitu sebesar 0,95 dan nilai terendah berada pada tahun 2018 dengan nilai ISP 0,68. Perbandingan nilai ISP Indonesia pada tahun 2015 dan 2018 maka dapat dilihat bahwa nilai ISP pada tahun 2015 lebih tinggi dari tahun 2018, itu terjadi karena pada tahun 2015 (US\$ 1.197.734) terjadi peningkatan

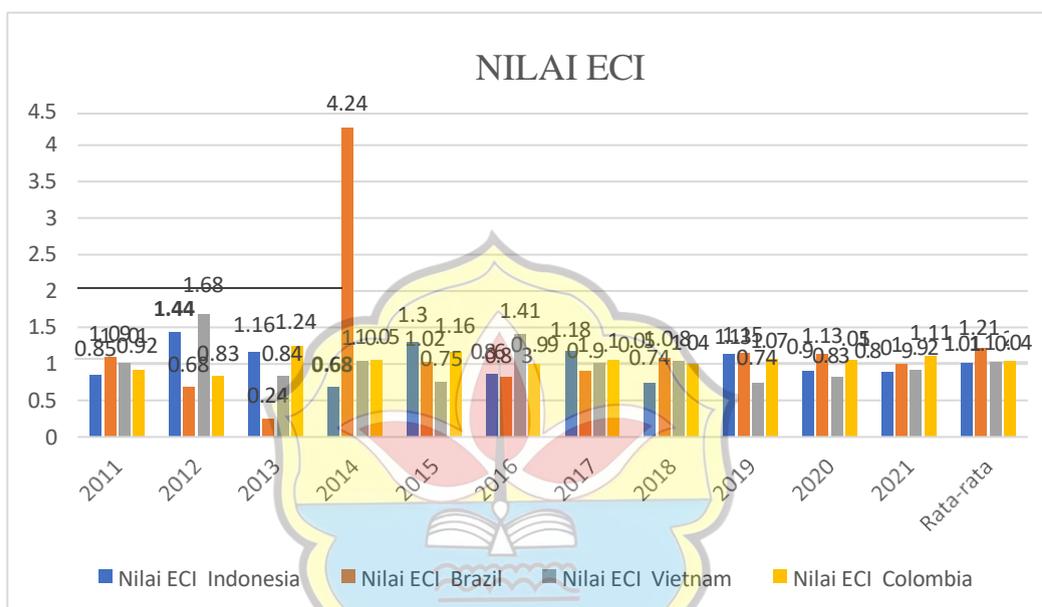
ekspor 13,20% dibandingkan pada tahun 2018 (U\$ 817.789) yang mana pada tahun tersebut nilai ekspor kopi Indonesia menurun sebesar 45,18% (Lampiran 5). Serta diikuti dengan turunnya nilai import kopi Indonesia pada tahun 2015 (U\$ 31.492) sebesar 48,51 % dibandingkan dengan nilai import kopi pada tahun 2018 (U\$ 155.779) yang mengalami peningkatan sebesar 78,44 % (Lampiran 9). Rata-rata nilai ISP komoditas kopi di Indonesia memiliki nilai ISP rata-rata sebesar 0.89. Nilai tersebut mengartikan bahwa komoditas kopi Indonesia memiliki daya saing yang kuat dikarenakan nilai ISP nya lebih besar dari 0 ($ISP > 0$). Akan tetapi nilai rata-rata ISP Indonesia lebih rendah dari 3 negara kompetitor. Dimana 3 negara kompetitor memiliki nilai rata-rata ISP yaitu Brazil dengan nilai ISP 0,98 di urutan pertama, Vietnam di urutan kedua dengan nilai ISP 0,95 dan di urutan ketiga Colombia dengan nilai ISP 0,93 yang artinya 3 negara kompetitor juga memiliki daya saing yang kuat (Lampiran 11).

Nilai ekspor kopi di empat negara terjadi peningkatan pada tahun 2021 dimana Indonesia meningkat sebesar 4,27% akan tetapi jauh ketinggalan dengan negara Colombia yang meningkat sebanyak 20,88% dan disusul dengan 2 negara kompetitor yang menyebabkan rata-rata nilai ISP Indonesia menjadi urutan ke 4 dari 3 negara kompetitor (Lampiran 5). Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Dita Milih Anggraini (2020) Dimana hasil penelitiannya nilai ISP sebesar 0.90 yang artinya kopi Indonesia memiliki daya saing yang kuat.

5.3. Pertumbuhan Ekspor Kopi Negara Indonesia dan 3 Negara Kompetitor

Menurut Saboiniene (2009), ECI (Export Competitiveness Index) menunjukkan rasio pangsa pasar ekspor suatu negara di pasar internasional untuk suatu komoditas tertentu pada periode sekarang (t) dengan rasio pangsa pasar

internasional periode sebelumnya (t-1). Nilai ECI memiliki tren daya saing suatu negara relatif terhadap negara lain untuk komoditas tertentu. Hasil perhitungan ECI (Export Competitiveness Index), kopi Indonesia, Brazil, Vietnam, dan Colombia dari tahun 2011 sampai dengan tahun 2021. Berikut kurva perbandingan nilai ECI kopi Indonesia, Brazil, Vietnam, dan Colombia di pasar Internasional dari tahun 2011 hingga tahun 2021:



Gambar 4. Perbandingan Nilai ECI Kopi Indonesia, Brazil, Vietnam, dan Colombia

Sumber : Diolah Dari Data Sekunder (2024)

Berdasarkan Gambar 4 di atas, diketahui bahwa rata-rata nilai ECI komoditi kopi Indonesia yaitu 1,01. Nilai ECI Indonesia menempati urutan keempat dari 3 negara kompetitor (Lampiran 13). Yang berarti kopi Indonesia menghadapi peningkatan pangsa pasar untuk kopi dipasar Internasional karena nilai ECI nya lebih dari satu ($ECI > 1$). Hal ini karena pertumbuhan nilai ekspor kopi Indonesia lebih besar daripada pertumbuhan nilai ekspor kopi Colombia di tahun tersebut. Dan pada tahun 2012 sampai 2021 nilai ECI komoditi kopi Indonesia mengalami peningkatan dan penurunan setiap tahunnya.

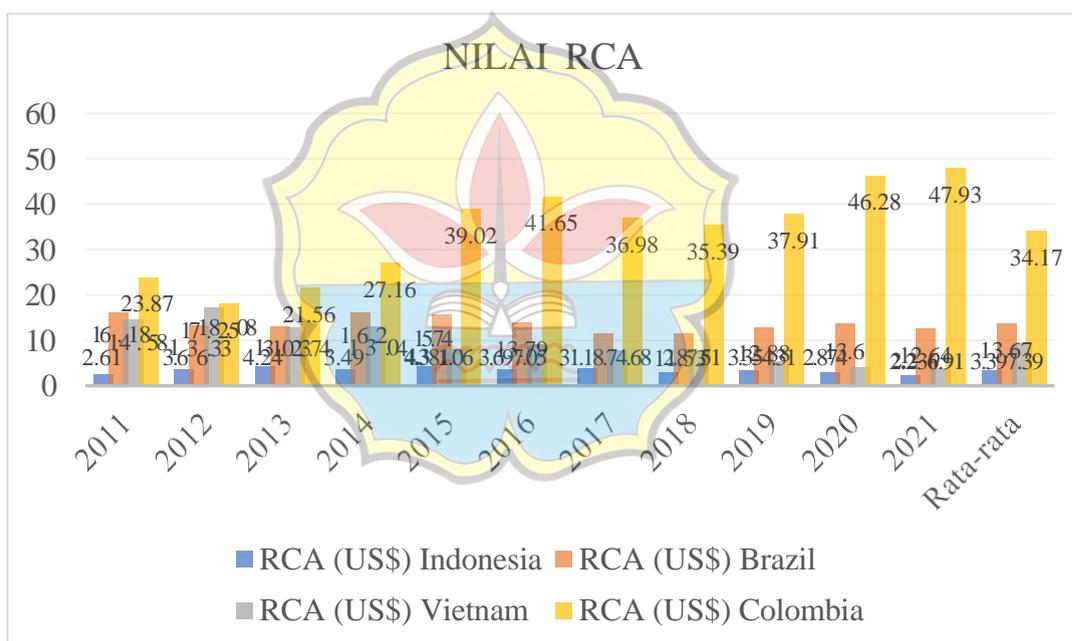
Nilai ECI komoditi kopi di 3 negara kompetitor di urutan pertama yaitu Brazil dengan rata-rata nilai 1.21 mengalami peningkatan di pangsa pasar internasional karena nilai ECI lebih besar dari 1 ($ECI > 1$). Di urutan kedua yaitu Colombia dengan rata-rata nilai 1.04 yang berarti pangsa pasar di internasional peningkatan karena nilai ECI lebih besar dari 1 ($ECI > 1$). Dan di urutan ketiga ada Vietnam dengan rata-rata nilai ECI 1,02 yang artinya mengalami peningkatan pangsa pasar karena nilai ECI lebih besar dari 1 ($ECI > 1$) (Lampiran 13).

Nilai ECI menunjukkan pertumbuhan ekspor kopi suatu negara, dalam hal ini nilai ECI Indonesia tertinggi terjadi pada tahun 2012 sedangkan nilai ECI Indonesia terendah terjadi pada tahun 2014. Nilai ECI Indonesia di tahun 2012 tertinggi karena didukung oleh data yang menunjukkan pertumbuhan ekspor yang meningkat sebesar 17,03% sedangkan ditahun 2014 terjadi penurunan nilai ekspor dari tahun sebelumnya sebesar 12,93%.

5.4. Daya Saing Indonesia di Pasar Internasional

Analisis keunggulan komparatif komoditi kopi Indonesia di pasar Internasional dilakukan dengan menganalisis kode HS 4 digit, yaitu HS 0902. Analisis keunggulan komparatif dilakukan dengan menggunakan metode Revealed Comparative Advantage (RCA). Nilai RCA digunakan untuk membandingkan keunggulan komparatif kopi Indonesia dengan negara-negara pengekspor utama kopi di pasar Internasional. Nilai RCA yang lebih tinggi menunjukkan bahwa suatu negara memiliki keunggulan komparatif yang lebih besar dan daya saing yang lebih kuat di pasar Internasional relatif terhadap negara lain.

Dari 10 negara penghasil kopi dunia maka diambil 3 negara penghasil terbesar yaitu negara Brazil, Vietnam dan Colombia agar bisa membandingkan daya saing ekspor kopi Indonesia di pasar Internasional. Keunggulan komparatif untuk kode HS 0902 memperlihatkan bahwa Indonesia memiliki keunggulan komparatif kuat namun berada dibawah ketiga negara pesaingnya. Perhitungan RCA dilakukan dengan menganalisis keempat negara berdasarkan volume tertinggi kopi di pasar internasional yaitu Brazil, Vietnam, Kolombia dan Indonesia. Berikut perbandingan nilai RCA kopi Indonesia, Brazil, Vietnam dan Colombia di pasar Internasional dari tahun 2011 hingga 2021:



Gambar 5. Perbandingan Nilai RCA Kopi Indonesia, Brazil, Vietnam, dan Colombia

Sumber : UN Comtrade, 2024 (Diolah)

Berdasarkan Gambar 5 di atas, diketahui bahwa nilai RCA Indonesia tertinggi berada pada tahun 2015 yaitu dengan nilai 4,31 yang artinya pada tahun 2015 Indonesia memiliki daya saing yang kuat dan nilai RCA Indonesia terendah berada pada tahun 2021 dengan nilai RCA 2,26 yang artinya sama pada tahun

tersebut Indonesia juga memiliki keunggulan komparatif dan daya saing yang kuat (Lampiran 17). RCA tertinggi Indonesia yang terjadi pada tahun 2015 didukung oleh data yang menunjukkan bahwa proporsi nilai ekspor komoditas kopi terhadap total ekspor negara Indonesia menempati posisi tertinggi (0,0079699). Sedangkan RCA terendah Indonesia yang terjadi pada tahun 2021 disebabkan oleh posisi proporsi nilai ekspor kopi Indonesia terhadap total ekspor berada pada tingkatan terendah (0,0037073) (Lampiran 15).

Nilai RCA kopi Indonesia memiliki rata-rata nilai RCA yaitu 3,37 yang artinya nilai ini menunjukkan bahwa Indonesia sendiri memiliki keunggulan komparatif atau memiliki daya saing yang kuat. Dibandingkan dengan 3 negara kompetitor Indonesia menjadi urutan terakhir dimana Colombia memiliki nilai rata-rata RCA tertinggi yaitu dengan nilai rata-rata 34,17, disusul dengan Brazil yaitu memiliki rata-rata 13,67 dan urutan ketiga yaitu Vietnam dengan nilai rata-rata RCA 9,39 yang artinya ketiga negara tersebut memiliki keunggulan komparatif daya saing yang begitu kuat dibandingkan dengan negara Indonesia (Lampiran 17). Menurut Tambunan (2001) berpendapat bahwa keunggulan komparatif merupakan keunggulan alamiah yang dimiliki oleh suatu negara. Dalam hal ini, nilai RCA kopi Indonesia lebih rendah dari 3 negara kompetitor karena Indonesia memiliki luas lahan yang lebih kecil dibandingkan Brazil, Vietnam, dan Colombia. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Dhamar Imam Muslim (2022) dimana hasil analisis data ekspor, indeks RCA kopi Indonesia periode 2001-2020 memiliki nilai yang lebih dari satu ($RCA > 1$), maka kopi Indonesia memiliki keunggulan komparatif dan memiliki daya saing yang kuat di pasar internasional.

RCA (*Revealed Comparative Advantage*) komoditi kopi Indonesia menurun di tahun 2020 dan 2021. Nilai RCA Indonesia tertinggi sebesar 4,24 terjadi pada tahun 2013, menandakan bahwa Indonesia memiliki daya saing yang kuat karena nilai $RCA > 1$. Nilai RCA terendah sebesar 2,26 terjadi pada tahun 2021, menandakan bahwa Indonesia memiliki daya saing yang kuat juga karena nilai $RCA > 1$. Walaupun Indonesia menduduki peringkat ketiga ekspor kopi dunia namun pada tahun tersebut mengalami penurunan volume ekspor kopi Indonesia yang hanya 11.850.000 ke pasar internasional (*Badan Pusat Statistik, 2023*). Berdasarkan UN Comtrade (2023) kontribusi nilai ekspor kopi tahun 2021 sebesar 0,37% terhadap total nilai ekspor Indonesia untuk seluruh barang di kawasan pasar Internasional.



VI. KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

1. Nilai rata-rata ekspor kopi Indonesia selama 11 tahun yaitu US\$ 1.024.981/ tahun. Dimana nilai eksport terendah yaitu pada tahun 2017 dengan nilai sebesar US\$ 817.789 dan nilai ekspor tertinggi pada tahun 2012 yaitu sebesar US\$ 1.249.520.
2. Komoditas kopi di Indonesia memiliki nilai ISP rata-rata sebesar 0.89. Hal ini menunjukkan bahwa Indonesia cenderung menjadi eksportir kopi. Akan tetapi nilai ISP Indonesia masih dibawah dari 3 Negara competitor.
3. Hasil nilai RCA (*Revealed Comparative Advantage*) komoditi kopi Indonesia memiliki rata-rata nilai RCA yaitu 3,37 yang artinya nilai ini menunjukkan bahwa Indonesia sendiri memiliki keunggulan komparatif atau memiliki daya saing diatas rata-rata dunia. Tetapi rata-rata nilai RCA Indonesia masih dibawah 3 negara competitor. Nilai tertinggi RCA Indonesia berada pada tahun 2015 yaitu 4,31 dan nilai terendah berada pada tahun 2021 yaitu dengan nilai 2,26.
4. Nilai ECI komoditi kopi Indonesia memiliki rata-rata nilai yaitu 1,01. Yang berarti pertumbuhan ekspor kopi Indonesia mengalami penguatan pada 11 tahun terakhir. Nilai ECI Indonesia tertinggi berada pada tahun 2012 yaitu 1,44 dan terendah pada tahun 2014 yaitu dengan nilai 0,68.

6.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan simpulan di atas, maka dapat diajukan saran sebagai berikut. Hasil penelitian diperoleh bahwa ekspor kopi tetap berjalan sesuai kebutuhan, sehingga dapat disarankan kepada pemerintah untuk membantu

eksportir dalam memudahkan pengiriman kopi ke luar negeri agar ekspor kopi yang dilakukan dapat berjalan lancar. Selain itu, pemerintah diharapkan tetap menjaga kestabilan nilai tukar dolar AS terhadap rupiah agar permintaan ekspor kopi tetap stabil. Sehingga dapat disarankan kepada eksportir untuk tetap melaksanakan kegiatan ekspor karena berdasarkan teori penawaran, ketika harga barang naik maka pedagang akan giat melakukan penawaran barang kendati permintaan menurun.

Adanya flukuasi produksi untuk di ekspor dari tahun 2011 sampai 2021, sehingga membuat kondisi produksi kopi menjadi tidak stabil. Maka dari itu kondisi stabilitas produksi kopi di Indonesia berpengaruh kepada ISP, ECI dan RCASTabil.



DAFTAR PUSTAKA

- Ariyadi, M. Y. 2019. Analisis pengaruh GDP riil, kurs dan harga udang terhadap volume ekspor udang di Indonesia menurut negara tujuan tahun 2011-2017 [UPN “Veteran” Yogyakarta]. In PhD Thesis. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Badan Pusat Statistik. 2020. Statistik Kopi Indonesia. bps.go.id. https://webapi.bps.go.id/v1/api/view/domain/0000/model/statictable/lang/ind/id/1014/key/WebAPI_KEY
- Balassa, Bela. 1965. Trade Liberalisation and Revealed Comparative Advantage. Manchester: The Manchester School
- Basri, F dan Munandar, H. 2010, “Dasar – Dasar Ekonomi Internasional: Pengenalan & Aplikasi Metode Kuantitatif”, Edisi Pertama, Kencana, Jakarta.
- Cahyadi , Ni Made Ayu Krisna dan Made Sukarsa. 2014. Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Ekspor Kertas Dan Barang Berbahan Kertas Di Indonesia Tahun 1988-2012. Jurnal Ekonomi Pembangunan. Vol. 4 No. 1 Januari 2014: 63 – 70. Bali: Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana.
- Fitri Pratiwi. 2019. Analisis Daya Saing Komoditas Kopi Di Indonesia Pada Pasar Asia. Makassar. <https://digilibadmin.unismuh.ac.id/upload>
- Gujarati, D. N., & Porter, D. C. 2010. Basic Econometrica (5th ed.). Mc Graw Hill.
- Kadapi, M. 2015. Aktivitas Antioksidan Kopi Biji Rambutan Non Kafein dengan Variasi Perbandingan Komposisi Beras Hitam yang Berbeda. [Naskah Publikasi]. Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Surakarta. Hal 12-13
- Kementerian Perdagangan Republik Indonesia. 2014. Indeks Spesialisasi Harga (ISP). <http://www.kemendag.go.id/addon/isp/>
- Najiyati, S. dan Danarti. 1997. Budidaya Kopi dan Pengolahan Pasca Panen. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Navulan, Sari Dewi dan Moh. Nur Syechalad. 2013. Faktor-faktor yang mempengaruhi ekspor kopi arabika Aceh. Vol. 1 No.1 Februari 2013. Jurnal Ilmu Ekonomi. Pascasarjana Universitas Syiah Kuala. Aceh
- Nicholson, Walter. 2002. Mikro Ekonomi Intermediate dan aplikasinya. Edisi Kedelapan. Erlangga. Jakarta.

Nopirin. 2010. Ekonomi Internasional. Edisi Ketiga. BPFE. Yogyakarta.

Putong, Iskandar. 2005. Teori Ekonomi Mikro. Mitra Wacana Media. Jakarta.

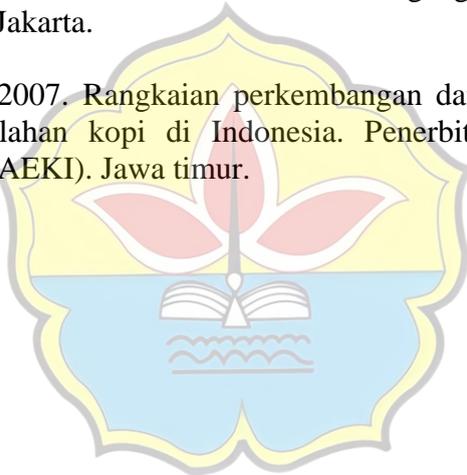
Renata Nindi Savira, Ratya Anindita, Condro Puspo Nugroho. 2022. Analisis Perdagangan Ekspor Kopi Indonesia Di Pasar Internasional. Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis (JEPA).
<https://jepa.ub.ac.id/index.php/jepa/article/view/1139>

Riska Dwi Maulani dan Diah Wahyuningsih. 2020. Analisis Ekspor Kopi Indonesia pada Pasar Internasional. Jurnal Ilmiah Universitas Trunojoyo.
<https://journal.trunojoyo.ac.id/pamator/article/view/8692>

Sa'idy, I'id Badry. 2013. Dekomposisi Pertumbuhan Ekspor Tekstil dan Prduk Tekstil ke Amerika Serikat. Journal of Economics and Policy, 6(1): 10-16.

Tambunan, Tulus. 2004. Globalisasi dan Perdagangan Internasional. Ghalia Indonesia. Jakarta.

Yahmadi, Mudrig. 2007. Rangkaian perkembangan dan permasalahan budidaya dan pengolahan kopi di Indonesia. Penerbit asosiasi eksportir kopi Indonesia (AEKI). Jawa timur.



Lampiran 1. Luas Lahan dan Produksi Kopi di Indonesia Tahun 2011-2021

Tahun	Perkebunan Besar Negara		Perkebunan Besar Swasta		Perkebunan Rakyat	
	Luas Lahan (Ha)	Produksi (Ton)	Luas Lahan (Ha)	Produksi (Ton)	Luas Lahan (Ha)	Produksi (Ton)
2011	22.572	9.099	26.159	13.118	1.184.967	616.429
2012	22.565	13.577	25.056	15.759	1.187.669	661.827
2013	22.556	13.945	25.076	16.591	1.194.081	645.346
2014	22.369	14.293	24.462	16.687	1.183.664	612.877
2015	22.366	19.703	24.391	17.281	1.183.244	602.371
2016	22.366	14.628	25.391	17.238	1.198.900	632.005
2017	23.634	14.500	23.186	15.790	1.191.646	685.799
2018	19.923	13.267	22.247	14.868	1.210.656	727.916
2019	14.504	5.634	9.714	4.409	1.221.141	742.469
2020	13.841	3.703	9.420	1.387	1.227.191	757.290
2021	13.315	4.125	8.464	1.197	1.257.791	780.869
Jumlah	220.011	126.474	223.566	134.325	13.240.950	7.465.198

Sumber : Statistik Kopi Indonesia, 2022

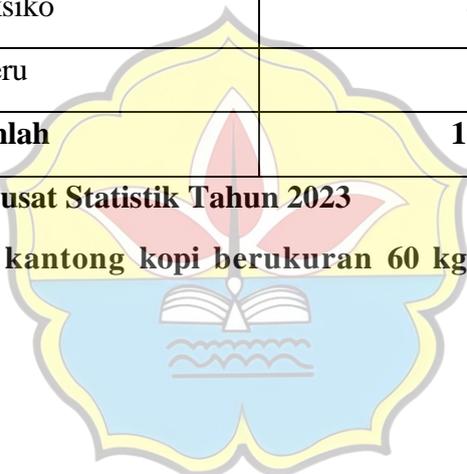


Lampiran 2. Data Pengekspor Kopi 10 Negara Terbesar di Dunia

Nama Negara	Value (Kantong)
Brasil	62.600.000
Vietnam	29.750.000
Indonesia	11.850.000
Kolombia	11.300.000
Ethiopia	8.270.000
Uganda	6.565.000
India	6.250.000
Honduras	5.400.000
Meksiko	4.089.000
Peru	3.625.000
Jumlah	149.699.000

Sumber : Badan Pusat Statistik Tahun 2023

Keterangan : Satu kantong kopi berukuran 60 kg

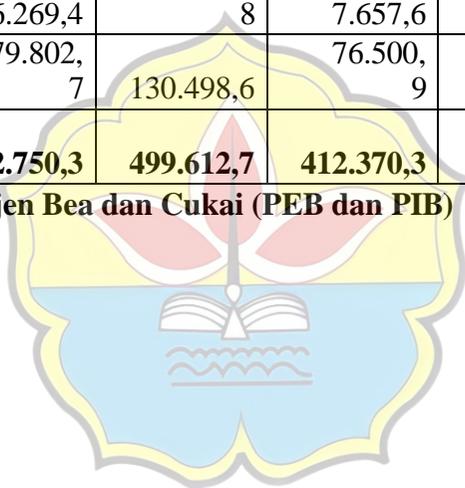


Lampiran 3. Data Ekspor Kopi Indonesia Menurut Negara Tujuan Tahun 2011-2021

Negara Tujuan	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
	(TON)										
Jepang	58.878,9	51.438,4	41.920,4	41.234,3	41.240,1	35.351,9	29.503,0	30.360,3	25.587,8	23.471,4	27.297,0
Singapura	6.240,4	9.154,1	8.677,9	7.725,9	9.212,9	7.099,1	7.178,0	7.814,1	8.717,1	5.212,9	5.377,0
Malaysia	26.382,1	33.134,1	40.580,4	29.136,2	38.347,5	39.049,0	41.394,1	37.319,8	34.662,2	36.103,8	29.059,1
India	12.162,4	19.884,0	18.292,4	14.434,3	19.303,0	11.574,0	8.291,0	2.236,6	12.578,5	19.998,0	22.109,6
Mesir	10.013,9	17.594,6	17.538,3	15.694,6	20.854,2	21.142,7	24.039,6	29.307,8	34.285,0	32.536,7	48.521,3
Maroko	10.013,0	11.268,6	12.874,3	10.418,7	11.069,1	9.720,5	11.072,4	11.075,1	9.663,9	9.603,7	12.164,1
Aljazair	7.298,4	10.488,9	24.265,5	10.590,6	16.911,6	9.885,0	19.022,9	5.007,9	4.872,6	5.919,6	3.918,1
Amerika Serikat	48.094,7	69.651,6	66.138,1	58.308,5	65.481,3	67.309,2	63.237,6	52.083,5	58.666,2	54.473,7	57.694,0
Inggris	14.868,4	16.312,4	20.781,0	14.349,2	21.052,6	18.355,8	21.937,5	7.555,1	18.923,5	21.349,5	12.259,5
Jerman	26.461,0	50.978,2	60.418,5	37.976,7	47.662,4	42.628,3	44.739,6	13.082,6	18.451,4	21.320,8	13.334,8
Italia	27.344,4	29.080,8	38.152,5	29.745,5	43.048,3	35.804,6	38.102,9	27.929,5	35.452,2	27.237,5	24.590,0
Rumania	1.497,0	1.362,0	507,6	397,9	492,6	282,0	1.207,8	1.076,0	1.140,0	585,6	509,4
Georgia	6.893,0	9.133,5	12.029,	10.277,	12.167,	11.209,	11.706,	10.746,	12.229,	12.748,	13.398,0

			6	1	5	6	5	0	6	0	
Belgia	19.165, 6	15.430, 6	20.832, 6	14.341, 9	5.541,8	12.152, 7	13.156, 2	6.207,0	16.259, 6	14.758, 1	14.434,0
Belanda	1.008,0	1.039,8	1.430,9	1.704,2	3.442,1	6.398,7	2.915,0	1.631,5	1.604,2	1.490,8	2.243,5
Denmark	194,1	230,3	267,1	342,6	269,3	248,7	57,2	62,6	38,2	75,5	41,3
Perancis	4.090,7	8.832,0	12.228, 2	6.269,4	13.017, 8	7.657,6	2.415,7	265,8	2.945,3	4.376,4	5.993,4
Lainnya	65.456, 6	91.996, 9	135.204,0	79.802, 7	130.498,6	76.500, 9	124.221,3	33.650, 0	59.689, 2	84.293, 9	91.566,5
Jumlah	346.062,6	447.010,8	532.139,3	382.750,3	499.612,7	412.370,3	464.198,3	277.411,2	355.766,5	375.555,9	384.510, 6

Sumber : Diolah dari dokumen kepabeanan Ditjen Bea dan Cukai (PEB dan PIB)



Lampiran 4. Data Import Kopi ke Indonesia Tahun 2011-2021

Tahun	Volume (Ton)	Nilai (US\$)
2011	18.108	49.119
2012	52.645	117.175
2013	15.800	38.838
2014	19.111	46.768
2015	12.462	31.492
2016	25.172	48.473
2017	14.221	33.583
2018	78.847	155.778
2019	32.102	66.186
2020	16.136	38.280
2021	13.568	32.694
Jumlah	298.172	658.386
Rata-rata	27.107	59.853

Sumber : Badan Pusat Statistik Kopi Indonesia, 2022

Lampiran 5. Nilai Ekspor Kopi di Empat Negara Tahun 2011-2021

NEGARA	NILAI (US\$/TAHUN)											Rata-rata
	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	
INDONESIA	1.036.672	1.249.520	1.174.046	1.039.610	1.197.734	1.008.549	1.187.258	817.789	883.123	821.937	858.558	1.024.981
BRAZIL	8.024.954	5.738.667	4.595.882	6.051.933	5.565.582	4.855.884	4.613.489	4.371.253	4.553.569	4.996.305	5.833.256	5.381.889
VIETNAM	2.761.069	3.545.276	2.551.422	3.311.396	2.415.423	3.040.194	3.101.427	2.891.547	2.218.820	1.976.606	2.155.507	2.724.426
COLOMBIA	2.657.524	1.956.065	1.922.533	2.516.695	2.576.547	2.462.525	2.582.564	2.335.422	2.363.170	2.522.879	3.188.816	2.462.249

Sumber: UN Comtrade, 2023

Catatan Persentasi Pertumbuhan (ISP)

Negara	Nilai Ekspor		pertumbuhan (%)	Nilai Ekspor		pertumbuhan (%)
	2014	2015		2017	2018	
INDONESIA	1.039.610	1.197.734	13,20	1.187.258	817.789	-45,18
BRAZIL	6.051.933	5.565.582	-8,74	4.613.489	4.371.253	-5,54
VIETNAM	3.311.396	2.415.423	-37,09	3.101.427	2.891.547	-7,26
COLOMBIA	2.516.695	2.576.547	2,32	2.582.564	2.335.422	-10,58

Sumber : Diolah dari data sekunder, 2024

Catatan Persentasi Pertumbuhan (ECI)

Negara	Nilai Ekspor		pertumbuhan (%)	Nilai Ekspor		pertumbuhan (%)
	2011	2012		2013	2014	
INDONESIA	1.036.672	1.249.520	17,03	1.174.046	1.039.610	-12,93
BRAZIL	8.024.954	5.738.667	-39,84	4.595.882	6.051.933	24,06
VIETNAM	2.761.069	3.545.276	22,12	2.551.422	3.311.396	22,95
COLOMBIA	2.657.524	1.956.065	-35,86	1.922.533	2.516.695	23,61

Sumber : Diolah dari data sekunder, 2024

Lampiran 6. Nilai Ekspor Seluruh Komoditas di Indonesia dan 3 Negara Kompetitor Tahun 2011-2021

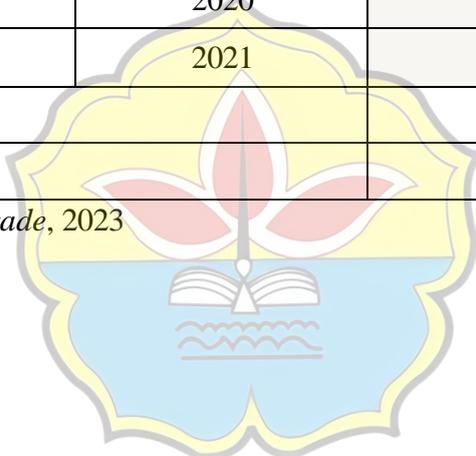
NILAI (US\$/TAHUN)	NEGARA			
	INDONESIA	BRAZIL	VIETNAM	COLOMBIA
2011	203.496.619	253.665.437	96.905.674	56.953.516
2012	190.031.839	239.952.538	114.529.171	60.273.618
2013	182.551.754	232.543.660	132.032.854	58.821.870
2014	176.036.194	220.920.757	150.217.139	54.794.812
2015	150.282.258	191.134.325	162.016.742	35.690.767
2016	144.494.206	185.235.401	176.580.787	31.095.444
2017	168.810.637	217.739.177	215.118.607	37.770.123
2018	180.215.036	239.889.210	243.698.698	41.769.699
2019	167.682.996	223.998.669	264.610.323	39.496.225
2020	163.306.490	209.180.242	281.441.457	31.045.676
2021	231.587.887	280.814.577	335.792.598	40.488.600
RATA-RATA	178.045.083	226.824.908	197.540.368	44.381.850

Sumber: *UN Comtrade, 2023*

Lampiran 7. Nilai Ekspor Komoditi Kopi Dunia Tahun 2011-2021

No	Tahun	Nilai (US\$)
1	2011	35.968.750
2	2012	33.024.085
3	2013	28.594.890
4	2014	31.897.463
5	2015	30.376.078
6	2016	30.276.707
7	2017	32.470.864
8	2018	30.535.315
9	2019	29.601.674
10	2020	30.742.341
11	2021	36.383.423
Jumlah		349.871.590
Rata-rata		31.806.508

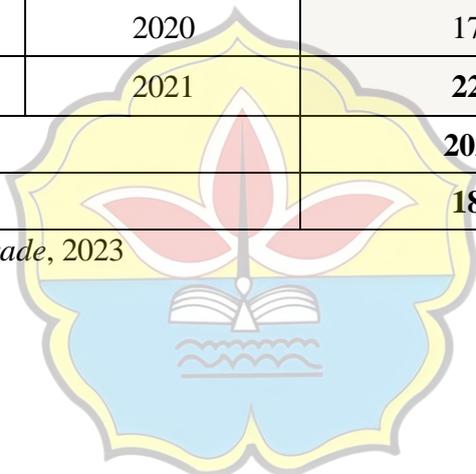
Sumber: *UN Comtrade, 2023*



Lampiran 8. Total Nilai Ekspor Seluruh Komoditi Dunia Tahun 2011-2021

No	Tahun	Nilai (US\$)
1	2011	18.399.904.734
2	2012	18.399.904.734
3	2013	18.858.694.469
4	2014	18.862.720.756
5	2015	16.416.919.465
6	2016	15.923.088.641
7	2017	17.562.524.929
8	2018	19.328.239.838
9	2019	18.757.982.008
10	2020	17.508.141.058
11	2021	22.142.506.697
Jumlah		202.160.627.329
Rata-rata		18.378.238.848

Sumber: *UN Comtrade*, 2023



**Lampiran 9. Nilai Import Komoditi Kopi di Empat Negara Pada Tahun
2011-2021**

Tahun	Import (US\$)			
	Indonesia	Brazil	Vietnam	Colombia
2011	49.119	41.315	29.108	171.724
2012	117.196	36.893	34.497	175.236
2013	38.839	33.752	48.574	51.666
2014	46.768	49.382	63.929	36.791
2015	31.492	67.073	37.937	15.447
2016	48.472	53.649	48.565	17.128
2017	33.583	74.619	91.041	30.538
2018	155.779	60.990	86.793	96.060
2019	66.186	73.885	67.059	73.027
2020	38.280	64.101	84.956	101.024
2021	32.693	74.444	74.374	203.141
Jumlah	658.407	630.103	666.833	971.782
Rata-rata	59.855	57.282	60.621	88.344

Sumber : *UN Comtrade*, 2023

Catatan Persentase Nilai Import (ISP)

Negara	Nilai Ekspor		pertumbuhan (%)	Nilai Ekspor		pertumbuhan (%)
	2014	2015		2017	2018	
INDONESIA	46.768	31.492	-48,51	33.583	155.779	78,44
BRAZIL	49.382	67.073	26,38	74.619	60.990	-22,35
VIETNAM	63.929	37.937	-68,51	91.041	86.793	-4,89
COLOMBIA	36.791	15.447	-138,18	30.538	96.060	68,21

Sumber : Diolah Dari data sekunder, 2024

**Lampiran 10. Data Pendukung Perhitungan ISP (Indeks Spesialisasi
Perdagangan) Empat Negara Tahun 2011-2021**

Data Pendukung Perhitungan ISP								
Tahun	Xia-Mia				Xia+Mia			
	Indonesia	Brazil	Vietnam	Colombia	Indonesia	Brazil	Vietnam	Colombia
2011	987.553	7.983.639	2.731.961	2.485.800	1.085.791	8.066.269	2.790.177	2.829.248
2012	1.132.324	5.701.774	3.510.779	1.780.829	1.366.716	5.775.560	3.579.773	2.131.301
2013	1.135.207	4.562.130	2.502.848	1.870.867	1.212.885	4.629.634	2.599.996	1.974.199
2014	992.842	6.002.551	3.247.467	2.479.904	1.086.378	6.101.315	3.375.325	2.553.486
2015	1.166.242	5.498.509	2.377.486	2.561.100	1.229.226	5.632.655	2.453.360	2.591.994
2016	960.077	4.802.235	2.991.629	2.445.397	1.057.021	4.909.533	3.088.759	2.479.653
2017	1.153.675	4.538.870	3.010.386	2.552.026	1.220.841	4.688.108	3.192.468	2.613.102
2018	662.010	4.310.263	2.804.754	2.239.362	973.568	4.432.243	2.978.340	2.431.482
2019	816.937	4.479.684	2.151.761	2.290.143	949.309	4.627.454	2.285.879	2.436.197
2020	783.657	4.932.204	1.891.650	2.421.855	860.217	5.060.406	2.061.562	2.623.903
2021	825.865	5.758.812	2.081.133	2.985.675	891.251	5.907.700	2.229.881	3.391.957

Sumber : UN Comtrade, 2023 (Diolah)

Keterangan :

Xia : Nilai ekspor komoditi kopi negara (Indonesia, Brazil, Vietnam dan Colombia) (US\$)/ Tahun

Mia : Nilai impor komoditi kopi negara (Indonesia, Brazil, Vietnam dan Colombia) (US\$)/ Tahun

Lampiran 11. ISP Kopi Empat Negara di Pasar Internasional Tahun 2011-2021

Tahun	Nilai ISP			
	Indonesia	Brazil	Vietnam	Colombia
2011	0,91	0,99	0,98	0,88
2012	0,83	0,99	0,98	0,84
2013	0,94	0,99	0,96	0,95
2014	0,91	0,98	0,96	0,97
2015	0,95	0,98	0,97	0,99
2016	0,91	0,98	0,97	0,99
2017	0,94	0,97	0,94	0,98
2018	0,68	0,97	0,94	0,92
2019	0,86	0,97	0,94	0,94
2020	0,91	0,97	0,92	0,92
2021	0,93	0,97	0,93	0,88
Rata-rata	0,89	0,98	0,95	0,93

Sumber: UN Comtrade, 2023 (Diolah)

Catatan : Negara Indonesia, Brazil, Vietnam dan Colombia memiliki daya saing kuat dan cenderung sebagai eksportir.

- a. Jika nilai $ISP > 0$ (di atas 0 hingga +1) = memiliki daya saing yang kuat dan cenderung sebagai eksportir
- b. Jika nilai $ISP = 0$ (sama dengan 0) = memiliki daya saing yang sama kuat atau lemah cenderung sebagai eksportir atau importir
- c. Jika nilai $ISP < 0$ (dibawah 0 hingga -1) = memiliki daya saing yang lemah dan cenderung sebagai importir.

**Lampiran 12. Nilai ECI (*Export Competitiveness Index*) Kopi Empat
Negara Tahun 2011-2021**

ECI (<i>Export Competitiveness Index</i>)				
Tahun	ECI= (Xki/Xw) t			
	Indonesia	Brazil	Vietnam	Colombia
2010	0,090818176	1,135800512	0,233490548	0,243253883
2011	0,077112982	1,243164146	0,235603179	0,224781575
2012	0,111167181	0,850064458	0,396374789	0,185700087
2013	0,129445105	0,207869297	0,331678250	0,231036190
2014	0,087509082	0,881216727	0,344641338	0,241921538
2015	0,113448080	0,899167715	0,258614393	0,280708167
2016	0,097363419	0,745766262	0,365102598	0,276544430
2017	0,115295975	0,671419272	0,369952516	0,290104867
2018	0,085202134	0,723147726	0,384286110	0,289016308
2019	0,096668742	0,833206742	0,284469135	0,308688694
2020	0,086558043	0,938904112	0,236971266	0,323659807
2021	0,076810730	0,940410754	0,218154814	0,360427298

Sumber : Data Sekunder Diolah, 2023

Keterangan:

Xki : Nilai ekspor kopi Indonesia

Xw : Nilai ekspor kopi (Brazil, Vietnam dan Colombia)

t : Periode berjalan

Lampiran 13. Perbandingan Nilai ECI Kopi di Empat Negara Tahun 2011-2021

Tahun	Nilai ECI			
	Indonesia	Brazil	Vietnam	Colombia
2011	0,85	1,09	1,01	0,92
2012	1,44	0,68	1,68	0,83
2013	1,16	0,24	0,84	1,24
2014	0,68	4,24	1,04	1,05
2015	1,3	1,02	0,75	1,16
2016	0,86	0,83	1,41	0,99
2017	1,18	0,9	1,01	1,05
2018	0,74	1,08	1,04	1
2019	1,13	1,15	0,74	1,07
2020	0,9	1,13	0,83	1,05
2021	0,89	1	0,92	1,11
Rata-rata	1,01	1,21	1,02	1,04

Sumber : UN Comtrade, 2023 (Diolah)

Catatan : Pangsa pasar ekspor kopi negara Indonesia dan Vietnam menghadapi tren daya saing yang menurun atau daya saing melemah. Dibandingkan dengan negara Brazil dan Colombia tren daya saing meningkat atau daya saing kuat.

Keterangan:

- Nilai ECI > 1, maka komoditas tersebut menghadapi peningkatan pangsa pasar (daya saing kuat)
- Nilai ECI = 1, maka komoditas tersebut menghadapi peningkatan atau penurunan yang sama di pangsa pasar (daya saing kuat atau lemah)

Nilai ECI < 1, maka komoditas tersebut menghadapi penurunan pangsa pasar (daya saing lemah)

Lampiran 14. Data Pendukung Perhitungan RCA (Revealed Comparative Advantage) Empat Negara Tahun 2011-2021

Data Pendukung Perhitungan RCA								
Tahun	Xij				Xit			
	Indonesia	Brazil	Vietnam	Colombia	Indonesia	Brazil	Vietnam	Colombia
2011	1.036.672	8.024.954	2.761.069	2.657.524	203.496.619	253.665.437	96.905.674	56.953.516
2012	1.249.520	5.738.667	3.545.276	1.956.065	190.031.839	239.952.538	114.529.171	60.273.618
2013	1.174.046	4.595.882	2.551.422	1.922.533	182.551.754	232.543.660	132.032.854	58.821.870
2014	1.039.610	6.051.933	3.311.396	2.516.695	176.036.194	220.920.757	150.217.139	54.794.812
2015	1.197.734	5.565.582	2.415.423	2.576.547	150.282.258	191.134.325	162.016.742	35.690.767
2016	1.008.549	4.855.884	3.040.194	2.462.525	144.494.206	185.235.401	176.580.787	31.095.444
2017	1.187.258	4.613.489	3.101.427	2.582.564	168.810.637	217.739.177	215.118.607	37.770.123
2018	817.789	4.371.253	2.891.547	2.335.422	180.215.036	239.889.210	243.698.698	41.769.699
2019	883.123	4.553.569	2.218.820	2.363.170	167.682.996	223.998.669	264.610.323	39.496.225
2020	821.937	4.996.305	1.976.606	2.522.879	163.306.490	209.180.242	281.441.457	31.045.676
2021	858.558	5.833.256	2.155.507	3.188.816	231.587.887	280.814.577	335.792.598	40.488.600

Sumber : *UN Comtrade*, 2023 (Diolah)

Keterangan :

Xij = Nilai ekspor komoditi kopi dari negara Indonesia ke pasar Internasional (US\$)/ Tahun

Xit = Total nilai ekspor seluruh komoditi dari negara Indonesia ke pasar Internasional (US\$)/ Tahun

Lampiran 15. Data Pendukung Perhitungan Lanjutan 1 RCA (Revealed Comparative Advantage) Nilai Ekspor Komoditi Kopi Dan Total Nilai Ekspor Seluruh Komoditi Empat Negara Tahun 2011-2021

Data Pendukung Perhitungan RCA				
Tahun	RCA=Xij/Xit			
	Indonesia	Brazil	Vietnam	Colombia
2011	0,0050943	0,03164	0,02849	0,04666
2012	0,0065753	0,02392	0,03096	0,03245
2013	0,0064313	0,01976	0,01932	0,03268
2014	0,0059057	0,02739	0,02204	0,04593
2015	0,0079699	0,02912	0,01491	0,07219
2016	0,0069799	0,02621	0,01722	0,07919
2017	0,0070331	0,02119	0,01442	0,06838
2018	0,0045379	0,01822	0,01187	0,05591
2019	0,0052666	0,02033	0,00839	0,05983
2020	0,0050331	0,02389	0,00702	0,08126
2021	0,0037073	0,02077	0,00642	0,07876

Sumber : *Data Sekunder Diolah, 2023*

Keterangan :

Data Pendukung Lanjutan 1 RCA = Xij/Xit

Xij = Nilai ekspor komoditi kopi dari negara Indonesia ke pasar Internasional (US\$)/ Tahun

Xit = Total nilai ekspor seluruh komoditi dari negara Indonesia ke pasar Internasional (US\$)/ Tahun

Lampiran 16. Data Pendukung Perhitungan Lanjutan 2 RCA (Revealed Comparative Advantage) Nilai Ekspor Komoditi Kopi Dan Total Nilai Ekspor Seluruh Komoditi Empat Negara Tahun 2011-2021

Data Pendukung Perhitungan RCA			
Tahun	RCA		
	W_j	W_t	W_j/W_t
2011	35.968.750	18.399.904.734	0,001954833
2012	33.024.085	18.399.904.734	0,001794797
2013	28.594.890	18.858.694.469	0,001516271
2014	31.897.463	18.862.720.756	0,001691032
2015	30.376.078	16.416.919.465	0,001850291
2016	30.276.707	15.923.088.641	0,001901434
2017	32.470.864	17.562.524.929	0,001848872
2018	30.535.315	19.328.239.838	0,001579829
2019	29.601.674	18.757.982.008	0,001578084
2020	30.742.341	17.508.141.058	0,001755888
2021	36.383.423	22.142.506.697	0,001643148

Sumber : *Data Sekunder Diolah, 2023*

Keterangan :

Data Pendukung Lanjutan 2 RCA = W_j/W_t

W_j = Nilai ekspor produk kopi di Dunia (US\$)/ Tahun

W_t = Nilai ekspor seluruh komoditi di Dunia (US\$)/ Tahun

Lampiran 17. Perbandingan RCA Kopi Empat Negara di Pasar Internasional Tahun 2011-2021

Tahun	RCA			
	Indonesia	Brazil	Vietnam	Colombia
2011	2,61	16,18	14,58	23,87
2012	3,66	13,33	17,25	18,08
2013	4,24	13,03	12,74	21,56
2014	3,49	16,2	13,04	27,16
2015	4,31	15,74	8,06	39,02
2016	3,67	13,79	9,05	41,65
2017	3,8	11,46	7,8	36,98
2018	2,87	11,53	7,51	35,39
2019	3,34	12,88	5,31	37,91
2020	2,87	13,6	4	46,28
2021	2,26	12,64	3,91	47,93
RATA-RATA	3,37	13,67	9,39	34,17

Sumber: Data Sekunder Diolah, 2024

Keterangan :

- Jika $RCA > 1$, maka negara tersebut memiliki keunggulan komparatif suatu komoditas tersebut di atas rata-rata dunia.
- Jika $RCA \leq 1$, maka negara tersebut tidak memiliki keunggulan komparatif suatu komoditas tersebut dibawah rata-rata dunia

ANALISIS PERDAGANGAN KOPI INDONESIA DI PASAR INTERNASIONALTAHUN 2011-2021

Raja Abdurrasyid, Nida Kemala dan Mulyani

Agribusiness Study Program, Faculty of Agriculture, Batanghari University

Jl. Slamet Riyadi-Broni, Jambi. 3622. Tel. +6274160103

email: abdurrasyidraja@gmail.com

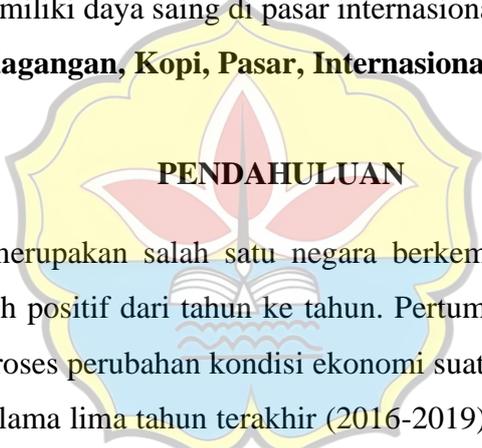
Abstract: This research was conducted in Indonesia because Indonesia is a country that produces the 3rd largest coffee production in the world. This research aims to describe the development of Indonesian coffee exports from 2011-2021 on the international market, determine the status of Indonesia in world trade, analyze the competitiveness of Indonesian coffee on the international market and the growth of Indonesian coffee exports. Based on research results, the average value of Indonesian coffee exports for 11 years was US\$ 1,024,981/year. The lowest export value was in 2017 (US\$ 817,789) and the highest export value was in 2012 (US\$ 1,249,520). Indonesia tends to have status as a coffee exporter (ISP = 0.89). The growth of Indonesian coffee exports has strengthened in the last 11 years (ECI = 1.01). Indonesia's ECI value was highest in 2012 (ECI = 1.44) and lowest in 2014 (ECI = 0.68). Indonesia itself has a comparative advantage or has competitiveness above the world average (RCA = 3.37). Indonesia's highest RCA value was in 2015 (RCA = 4.31) and the lowest value was in 2021 (RCA = 2.26), both ISP, ECI and RCA had greater values so that Indonesia as a coffee exporter experienced strengthening and competitive advantage or have competitiveness in international markets.

Keywords: Trade, Coffee, Market, International

Abstrak : Penelitian ini dilakukan di Indonesia dikarenakan Indonesia merupakan negara yang menghasilkan produksi kopi terbesar ke 3 di dunia. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan perkembangan ekspor kopi Indonesia dari tahun 2011-2021 di pasar internasional, menentukan status negara Indonesia dalam perdagangan di dunia, menganalisis daya saing kopi Indonesia di pasar

Internasional dan pertumbuhan ekspor kopi Negara Indonesia. Berdasarkan hasil penelitian, Nilai rata-rata ekspor kopi Indonesia selama 11 tahun yaitu US\$ 1.024.981/ tahun. Nilai eksport terendah yaitu pada tahun 2017 (US\$ 817.789) dan nilai ekspor tertinggi pada tahun 2012 (US\$ 1.249.520). Indonesia cenderung menjadi berstatus sebagai eksportir kopi (ISP = 0,89). Pertumbuhan ekspor kopi Indonesia mengalami penguatan pada 11 tahun terakhir (ECI = 1,01). Nilai ECI Indonesia tertinggi berada pada tahun 2012 (ECI = 1,44) dan terendah pada tahun 2014 (ECI = 0,68). Indonesia sendiri memiliki keunggulan komparatif atau memiliki daya saing diatas rata-rata dunia (RCA = 3,37). Nilai tertinggi RCA Indonesia berada pada tahun 2015 (RCA = 4,31) dan nilai terendah berada pada tahun 2021 (RCA = 2,26), baik ISP, ECI dan RCA memiliki nilai lebih besar sehingga Indonesia menjadi eksportir kopi mengalami penguatan dan keunggulan komperatir atau memiliki daya saing di pasar internasional.

Kata Kunci : Perdagangan, Kopi, Pasar, Internasional



PENDAHULUAN

Indonesia merupakan salah satu negara berkembang yang pertumbuhan ekonominya tumbuh positif dari tahun ke tahun. Pertumbuhan ekonomi ini dapat diartikan sebagai proses perubahan kondisi ekonomi suatu negara menuju keadaan yang lebih baik. Selama lima tahun terakhir (2016-2019) perekonomian Indonesia cenderung mengalami pertumbuhan yang positif. Namun, pertumbuhan PDB Indonesia memburuk hingga mencapai nilai negatif yaitu sebesar -2,07% (BPS, 2020).

Salah satu komoditas penting yang dapat mempengaruhi kinerja sektor pertanian adalah kopi. Hal ini karena Indonesia merupakan produsen terbesar keempat kopi di dunia dan komoditas ini adalah produk unggulan ekspor. Pada saat pandemi tahun 2020 komoditas kopi mampu mendongkrak pertumbuhan PDB dengan adanya peningkatan produksi yang diikuti dengan peningkatan volume ekspor. Pada tahun 2020 BPS mencatat total produksi kopi mencapai 753,90 (ribu ton) dengan volume ekspor 375.555,87 ton. Keadaan ini menjadikan komoditas kopi ikut berperan dalam pertumbuhan PDB Indonesia pada tahun tersebut, karena

adanya peningkatan ekspor dapat meningkatkan devisa negara yang berguna untuk nilai PDB (Badan Pusat Statistik, 2020).

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini akan dilaksanakan di Indonesia dengan mengambil 3 negara kompetitor yaitu (Brasil, Vietman dan Kolombia), dimana Indonesia merupakan negara pengekspor kopi terbesar ke tiga di Dunia.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah desk study. Metode desk study digunakan karena penelitian ini merupakan penelitian yang datanya bersifat sekunder. Data-data tersebut didokumentasikan melalui instansi-intansi pemerintahan terkait.

Jenis data yang di gunakan dalam penelitian adalah jenis data kuantitatif. Sumber data yang digunakan adalah data sekunder berupa data runtun waktu *time series* 11 tahun terakhir (2011-2021). Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini yaitu skala rasio. Skala rasio adalah suatu skala pengukuran yang mempunyai nilai nol mutlak dan mempunyai jarak yang sama (Riduwan dan Akdon, 2010).

Pada data sekunder, populasi yang ada berupa keseluruhan data yang dimiliki oleh sumber pemerintahan dalam negeri maupun dunia, dalam hal ini berupa keseluruhan data. Sampel penelitian ini adalah Indonesia Dimana Indonesia merupakan negara pengekspor kopi terbesar ke-3 di dunia yang ditentukan secara sengaja. Sampel yang digunakan ditentukan berupa data yaitu data 11 tahun terakhir.

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif baik kualitatif dan kuantitatif. Dalam metode analisis yang digunakan adalah *Revealed Comparative Advantages (RCA)*, *Indeks Spesialisasi Perdagangan (ISP)*, dan *Export Competitiveness Index (ECI)*.

Untuk melihat status perdagangan Indonesia di pasar internasional dapat menggunakan alat analisis *Indeks Spesialisasi Perdagangan (ISP)*. ISP digunakan untuk menentukan ambang batas di mana suatu komoditas tertentu diperdagangkan. ISP dapat menunjukkan apakah Indonesia merupakan negara eksportir atau importir kopi. Secara umum diperhitungkan ISP dapat dihitung menggunakan

rumus di bawah ini (Kementrian Perdagangan, 2014).

$$ISP = \frac{Xia - Mia}{Xia + Mia}$$

Dimana :

Xia = Nilai ekspor kopi Indonesia (US\$)/ Tahun

Mia = Nilai impor kopi Indonesia (US\$)/ Tahun

i = Komoditas kopi

a = Negara Indonesia

Kriteria pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

- Jika nilai $ISP > 0$ (di atas 0 hingga +1) : memiliki daya saing kuat dan cenderung sebagai eksportir.
- Jika nilai $ISP = 0$ (sama dengan nol) : menunjukkan keseimbangan antara ekspor dan import dalam jumlah yang sama besar.
- Jika nilai $ISP < 0$ (dibawah 0 hingga -1) : memiliki daya saing yang lemah dan cenderung sebagai importer.

Selanjutnya untuk melihat pertumbuhan ekspor kopi Indonesia analisis yang digunakan yaitu Export Competitiveness Index (ECI). Export Competitiveness Index (ECI) adalah metode yang digunakan untuk menghitung pertumbuhan komoditi ekspor suatu negara. ECI menunjukkan rasio pangsa pasar ekspor suatu negara di pasar internasional untuk suatu komoditas tertentu pada periode sekarang (t) dengan rasio pangsa pasar internasional periode sebelumnya (t-1). Secara matematis ECI dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$ECI = \frac{(X_{ki}/X_w) t}{(X_{ki}/X_w) t-1}$$

Dimana :

- X_{ki} : Nilai ekspor kopi Indonesia (US\$/Tahun)
 X_w : Nilai ekspor kopi negara kompetitor (Brasil, Vietnam dan Kolombia)(US\$/Tahun)
 t : Periode berjalan
 $t-1$: Periode sebelumnya

Kriteria pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

- Nilai $ECI > 1$, maka komoditas tersebut menghadapi peningkatan pangsa pasar (daya saing kuat)
- Nilai $ECI = 1$, maka komoditas tersebut menghadapi peningkatan ataupun penurunan yang sama di pangsa pasar (daya saing kuat atau lemah)
- Nilai $ECI < 1$, maka komoditas tersebut menghadapi penurunan pangsa pasar (daya saing lemah)

Untuk menganalisis daya saing kopi Indonesia di pasar internasional digunakan alat analisis RCA. Metode yang paling umum untuk menentukan efektivitas komparatif dari suatu komoditi tertentu adalah metode RCA. Perhitungan RCA berdasarkan suatu konsep yang dimiliki oleh suatu wilayah. Dengan menggunakan metode RCA, kita dapat memperkirakan produksi setiap barang tertentu yang berasal dari suatu negara tertentu dengan membandingkan total produksi barang negara tersebut dengan harga barang tersebut secara global (Sa'idy, 2013).

Validasi metode RCA dilakukan dengan menggunakan rumus berikut (Basri & Munandar, 2010):

$$RCA = \frac{X_{ij}/X_{it}}{W_j/W_t}$$

Keterangan :

- X_{ij} = Nilai ekspor produk kopi Indonesia (US\$)/ Tahun
 X_{it} = Nilai ekspor seluruh komoditi Indonesia (US\$)/ Tahun
 W_j = Nilai ekspor produk kopi negara kompetitor (US\$)/ Tahun
 W_t = Nilai ekspor seluruh komoditi negara kompetitor (US\$)/ Tahun Negara Kompetitor (Brazil, Vietnam dan Colombia)

Kriteria pengambilan keputusan pada *Revealed Comparative Advantages*

(RCA) dilihat dari syarat sebagai berikut:

- Jika $RCA > 1$, maka negara tersebut memiliki keunggulan komparatif suatu komoditas tersebut di atas rata-rata dunia.
- Jika $RCA \leq 1$, maka negara tersebut tidak memiliki keunggulan komparatif suatu komoditas tersebut dibawah rata-rata dunia

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Perkembangan Ekspor Kopi Indonesia di Pasar Internasional 2011-2021

Tiga urutan volume ekspor kopi terbesar tahun 2022 adalah kopi Robusta, not roasted, not decaffeinated (HS 0901113000) sebesar 86,13 persen, kopi Arabica, not roasted, not decaffeinated (HS 0901112000) sebesar 11,10 persen; Coffee oth than Arabica WIB/robusta OIB, not roasted, not decaffeinated (HS 901119000) sebesar 1,91 persen, dan lainnya sebesar 0,86 persen (BPS Kopi Indonesia, 2023).

Nilai rata-rata ekspor kopi Indonesia yaitu US\$ 1.024.981/ tahun. Dimana nilai eksport terendah yaitu pada tahun 2018 dengan nilai sebesar US\$ 817.789 dan nilai ekspor tertinggi pada tahun 2012 yaitu sebesar US\$ 1.249.520. Nilai ekspor kopi mengalami penurunan pada tahun 2018, pertumbuhan nilai ekspor kopi pada tahun 2011 ke 2012 yaitu 17,03 % dan terjadi penurunan persentase nilai ekspor kopi pada tahun 2020 (US\$ 821.937) ke 2021 (US\$ 858.558) yaitu sebesar 4,27 %. Produksi kopi Indonesia sebagian besar diekspor ke mancanegara dan sisanya dipasarkan di dalam negeri. Ekspor Kopi Indonesia menjangkau lima benua yaitu: Asia, Afrika, Australia, Amerika, dan Eropa dengan pangsa utama di Eropa. Pada tahun 2022, lima besar negara pengimpor Kopi Indonesia adalah United States, India, Egypt, Germany Fed.Rep. dan Malaysia.

2. Status Negara Indonesia dalam Perdagangan Kopi di Internasional

Posisi suatu negara dalam perdagangan internasional sangatlah penting. Indeks Spesialisasi Perdagangan (ISP) merupakan alat analisis yang dapat digunakan oleh suatu negara untuk melihat apakah negara tersebut sebagai eksportir atau importir suatu komoditas tertentu. ISP ini mempertimbangkan darisegi permintaan dan penawaran. Ekspor dari suatu barang terjadi apabila ada kelebihan atas barang tersebut di pasar domestik dan impor terjadi apabila pasar domestik tidak mampu memenuhi kebutuhan yang diperlukan. Menurut Tambunan (2004), analisis ISP digunakan untuk melihat apakah suatu negara memiliki kecenderungan untuk menjadi eksportir atau importir suatu produk tertentu. Berdasarkan perkembangan dapat dilihat pada tabel perbandingan nilai ISP kopi Indonesia, Brazil, Vietnam, dan Colombia kopi di pasar Internasional dari tahun 2011 hingga 2021:

Tahun	Nilai ISP			
	Indonesia	Brazil	Vietnam	Colombia
2011	0,91	0,99	0,98	0,88
2012	0,83	0,99	0,98	0,84
2013	0,94	0,99	0,96	0,95
2014	0,91	0,98	0,96	0,97
2015	0,95	0,98	0,97	0,99
2016	0,91	0,98	0,97	0,99
2017	0,94	0,97	0,94	0,98
2018	0,68	0,97	0,94	0,92
2019	0,86	0,97	0,94	0,94
2020	0,91	0,97	0,92	0,92
2021	0,93	0,97	0,93	0,88
Rata-rata	0,89	0,98	0,95	0,93

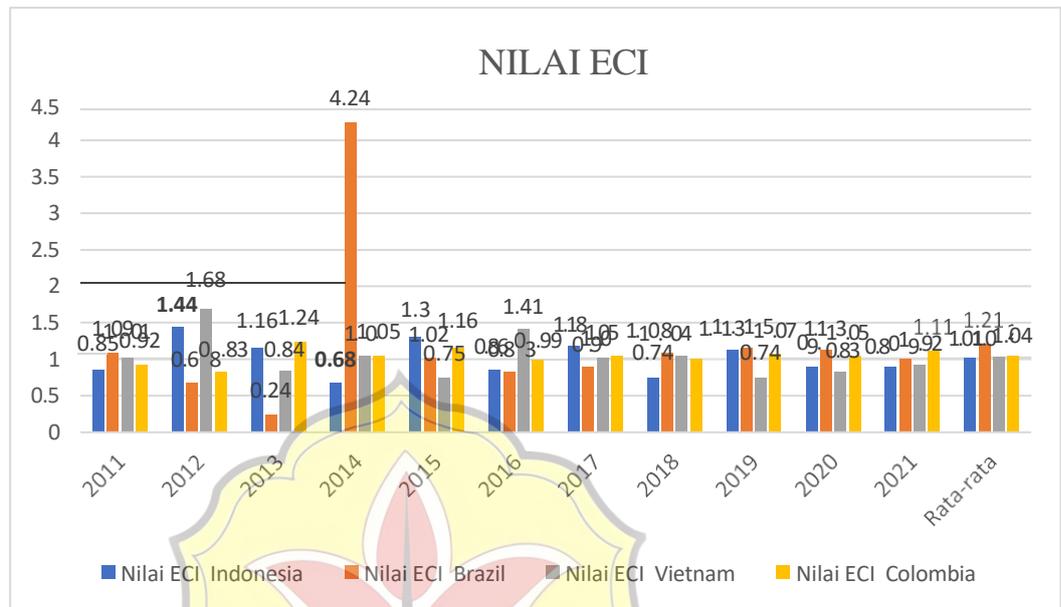
Berdasarkan Tabel diatas, diketahui bahwa nilai ISP tertinggi berada pada tahun 2015 yaitu sebesar 0,95 dan nilai terendah berada pada tahun 2018 dengan nilai ISP 0,68. Perbandingan nilai ISP Indonesia pada tahun

2015 dan 2018 maka dapat dilihat bahwa nilai ISP pada tahun 2015 lebih tinggi dari tahun 2018, itu terjadi karena pada tahun 2015 (US\$ 1.197.734) terjadi peningkatan ekspor 13,20% dibandingkan pada tahun 2018 (US\$ 817.789) yang mana pada tahun tersebut nilai ekspor kopi Indonesia menurun sebesar 45,18%. Serta diikuti dengan turunnya nilai import kopi Indonesia pada tahun 2015 (US\$ 31.492) sebesar 48,51 % dibandingkan dengan nilai import kopi pada tahun 2018 (US\$ 155.779) yang mengalami peningkatan sebesar 78,44 %. Rata-rata nilai ISP komoditas kopi di Indonesia memiliki nilai ISP rata-rata sebesar 0.89. Nilai tersebut mengartikan bahwa komoditas kopi Indonesia memiliki daya saing yang kuat dikarenakan nilai ISP nya lebih besar dari 0 ($ISP > 0$). Akan tetapi nilai rata-rata ISP Indonesia lebih rendah dari 3 negara kompetitor. Dimana 3 negara kompetitor memiliki nilai rata-rata ISP yaitu Brazil dengan nilai ISP 0,98 di urutan pertama, Vietnam di urutan kedua dengan nilai ISP 0,95 dan di urutan ketiga Colombia dengan nilai ISP 0,93 yang artinya 3 negara kompetitor juga memiliki daya saing yang kuat

3. Pertumbuhan Ekspor Kopi Negara Indonesia dan 3 Negara Kompetitor

Menurut Saboiniene (2009), ECI (Export Competitiveness Index) menunjukkan rasio pangsa pasar ekspor suatu negara di pasar internasional untuk suatu komoditas tertentu pada periode sekarang (t) dengan rasio pangsa pasar internasional periode sebelumnya (t-1). Nilai ECI memiliki tren daya saing suatu negara relatif terhadap negara lain untuk komoditas tertentu. Hasil perhitungan ECI (Export Competitiveness Index), kopi

Indonesia, Brazil, Vietnam, dan Colombia dari tahun 2011 sampai dengan tahun 2021. Berikut kurva perbandingan nilai ECI kopi Indonesia, Brazil, Vietnam, dan Colombia di pasar Internasional dari tahun 2011 hingga tahun 2021:



Gambar 1. Perbandingan Nilai ECI Kopi Indonesia, Brazil, Vietnam, dan Colombia

Berdasarkan Gambar 1 di atas, diketahui bahwa rata-rata nilai ECI komoditi kopi Indonesia yaitu 1,01. Nilai ECI Indonesia menempati urutan keempat dari 3 negara kompetitor. Yang berarti kopi Indonesia menghadapi peningkatan pangsa pasar untuk kopi dipasar Internasional karena nilai ECInya lebih dari satu ($ECI > 1$). Hal ini karena pertumbuhan nilai ekspor kopi Indonesia lebih besar daripada pertumbuhan nilai ekspor kopi Colombia di tahun tersebut. Dan pada tahun 2012 sampai 2021 nilai ECI komoditi kopi Indonesia mengalami peningkatan dan penurunan setiap tahunnya.

Nilai ECI komoditi kopi di 3 negara kompetitor diurutan pertama yaitu Brazil dengan rata-rata nilai 1.21 mengalami peningkatan di pangsa

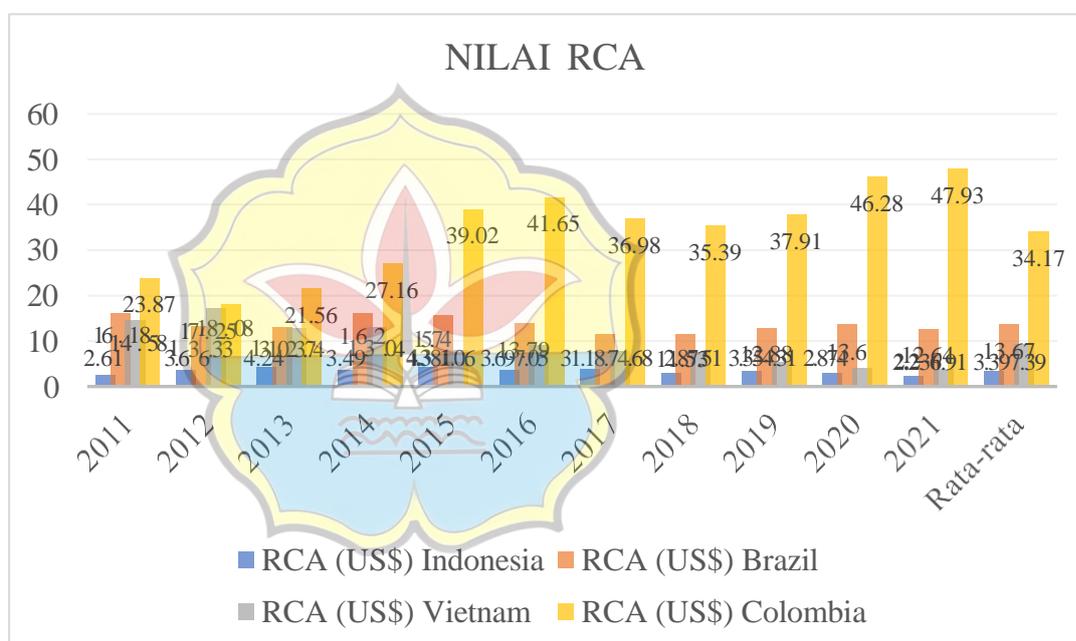
pasar internasional karena nilai ECI lebih besar dari 1 ($ECI > 1$). Di urutan kedua yaitu Colombia dengan rata-rata nilai 1.04 yang berarti pangsa pasar di internasional peningkatan karena nilai ECI lebih besar dari 1 ($ECI > 1$). Dan di urutan ketiga ada Vietnam dengan rata-rata nilai ECI 1,02 yang artinya mengalami peningkatan pangsa pasar karena nilai ECI lebih besar dari 1 ($ECI > 1$).

Nilai ECI menunjukkan pertumbuhan ekspor kopi suatu negara, dalam hal ini nilai ECI Indonesia tertinggi terjadi pada tahun 2012 sedangkan nilai ECI Indonesia terendah terjadi pada tahun 2014. Nilai ECI Indonesia di tahun 2012 tertinggi karena didukung oleh data yang menunjukkan pertumbuhan ekspor yang meningkat sebesar 17,03% sedangkan ditahun 2014 terjadi penurunan nilai ekspor dari tahun sebelumnya sebesar 12,93%.

4. Daya Saing Indonesia di Pasar Internasional

Analisis keunggulan komparatif komoditi kopi Indonesia di pasar Internasional dilakukan dengan menganalisis kode HS 4 digit, yaitu HS 0902. Analisis keunggulan komparatif dilakukan dengan menggunakan metode Revealed Comparative Advantage (RCA). Nilai RCA digunakan untuk membandingkan keunggulan komparatif kopi Indonesia dengan negara-negara pengekspor utama kopi di pasar Internasional. Nilai RCA yang lebih tinggi menunjukkan bahwa suatu negara memiliki keunggulan komparatif yang lebih besar dan daya saing yang lebih kuat di pasar Internasional relatif terhadap negara lain. Dari 10 negara penghasil kopi dunia maka diambil 3 negara penghasil terbesar yaitu negara Brazil,

Vietnam dan Colombia agar bisa membandingkan daya saing ekspor kopi Indonesia di pasar Internasional. Keunggulan komparatif untuk kode HS 0902 memperlihatkan bahwa Indonesia memiliki keunggulan komparatif kuat namun berada dibawah ketiga negara pesaingnya. Perhitungan RCA dilakukan dengan menganalisis keempat negara berdasarkan volume tertinggi kopi di pasar internasional yaitu Brazil, Vietnam, Kolombia dan Indonesia. Berikut perbandingan nilai RCA kopi Indonesia, Brazil, Vietnam dan Colombia di pasar Internasional dari tahun 2011 hingga 2021:



Gambar 2. Perbandingan Nilai RCA Kopi Indonesia, Brazil, Vietnam, dan Colombia

Berdasarkan Gambar 2 di atas, diketahui bahwa nilai RCA Indonesia tertinggi berada pada tahun 2015 yaitu dengan nilai 4,31 yang artinya pada tahun 2015 Indonesia memiliki daya saing yang kuat dan nilai RCA Indonesia terendah berada pada tahun 2021 dengan nilai RCA 2,26 yang artinya sama pada tahun tersebut Indonesia juga memiliki keunggulan komparatif dan daya saing yang kuat. RCA tertinggi Indonesia yang terjadi

pada tahun 2015 didukung oleh data yang menunjukkan bahwa proporsi nilai ekspor komoditas kopi terhadap total ekspor negara Indonesia menempati posisi tertinggi (0,0079699). Sedangkan RCA terendah Indonesia yang terjadi pada tahun 2021 disebabkan oleh posisi proporsi nilai ekspor kopi Indonesia terhadap total ekspor berada pada tingkatan terendah (0,0037073).

Nilai RCA kopi Indonesia memiliki rata-rata nilai RCA yaitu 3,37 yang artinya nilai ini menunjukkan bahwa Indonesia sendiri memiliki keunggulan komparatif atau memiliki daya saing yang kuat. Dibandingkan dengan 3 negara kompetitor Indonesia menjadi urutan terakhir dimana Colombia memiliki nilai rata-rata RCA tertinggi yaitu dengan nilai rata-rata 34,17, disusul dengan Brazil yaitu memiliki rata-rata 13,67 dan urutan ketiga yaitu Vietnam dengan nilai rata-rata RCA 9,39 yang artinya ketiga negara tersebut memiliki keunggulan komparatif daya saing yang begitu kuat dibandingkan dengan negara Indonesia. Menurut Tambunan (2001) berpendapat bahwa keunggulan komparatif merupakan keunggulan alamiah yang dimiliki oleh suatu negara. Dalam hal ini, nilai RCA kopi Indonesia lebih rendah dari 3 negara kompetitor karena Indonesia memiliki luas lahan yang lebih kecil dibandingkan Brazil, Vietnam, dan Colombia. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Dhamar Imam Muslim (2022) dimana hasil analisis data ekspor, indeks RCA kopi Indonesia periode 2001-2020 memiliki nilai yang lebih dari satu ($RCA > 1$), maka kopi Indonesia memiliki keunggulan komparatif dan memiliki daya saing yang kuat di pasar internasional.

RCA (*Revealed Comparative Advantage*) komoditi kopi Indonesia menurun di tahun 2020 dan 2021. Nilai RCA Indonesia tertinggi sebesar 4,24 terjadi pada tahun 2013, menandakan bahwa Indonesia memiliki daya saing yang kuat karena nilai $RCA > 1$. Nilai RCA terendah sebesar 2,26 terjadi pada tahun 2021, menandakan bahwa Indonesia memiliki daya saing yang kuat juga karena nilai $RCA > 1$. Walaupun Indonesia menduduki peringkat ketiga ekspor kopi dunia namun pada tahun tersebut mengalami penurunan volume ekspor kopi Indonesia yang hanya 11.850.000 ke pasar internasional (*Badan Pusat Statistik, 2023*). Berdasarkan UN Comtrade (2023) kontribusi nilai ekspor kopi tahun 2021 sebesar 0,37% terhadap total nilai ekspor Indonesia untuk seluruh barang di kawasan pasar Internasional.



KESIMPULAN

1. Nilai rata-rata ekspor kopi Indonesia selama 11 tahun yaitu US\$ 1.024.981/ tahun. Dimana nilai ekspor terendah yaitu pada tahun 2017 dengan nilai sebesar US\$ 817.789 dan nilai ekspor tertinggi pada tahun 2012 yaitu sebesar US\$ 1.249.520.
2. Komoditas kopi di Indonesia memiliki nilai ISP rata-rata sebesar 0.89. Hal ini menunjukkan bahwa Indonesia cenderung menjadi eksportir kopi. Akan tetapi nilai ISP Indonesia masih dibawah dari 3 Negara competitor.
3. Hasil nilai RCA (*Revealed Comparative Advantage*) komoditi kopi Indonesia memiliki rata-rata nilai RCA yaitu 3,37 yang artinya nilai ini menunjukkan bahwa Indonesia sendiri memiliki keunggulan komparatif atau memiliki daya saing diatas rata-rata dunia. Tetapi rata-rata nilai RCA Indonesia masih dibawah 3 negara competitor. Nilai tertinggi RCA Indonesia berada pada tahun 2015 yaitu 4,31 dan nilai terendah berada pada tahun 2021 yaitu dengan nilai 2,26.
4. Nilai ECI komoditi kopi Indonesia memiliki rata-rata nilai yaitu 1,01. Yang berarti pertumbuhan ekspor kopi Indonesia mengalami penguatan pada 11 tahun terakhir. Nilai ECI Indonesia tertinggi berada pada tahun 2012 yaitu 1,44 dan terendah pada tahun 2014 yaitu dengan nilai 0,68.

DAFTAR PUSTAKA

- Ariyadi, M. Y. 2019. Analisis pengaruh GDP riil, kurs dan harga udang terhadap volume ekspor udang di Indonesia menurut negara tujuan tahun 2011-2017 [UPN “Veteran” Yogyakarta]. In PhD Thesis. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Badan Pusat Statistik. 2020. Statistik Kopi Indonesia. bps.go.id. https://webapi.bps.go.id/v1/api/view/domain/0000/model/statictable/lang/ind/id/1014/key/WebAPI_KEY
- Basri, F dan Munandar, H. 2010, “Dasar – Dasar Ekonomi Internasional: Pengenalan & Aplikasi Metode Kuantitatif”, Edisi Pertama, Kencana, Jakarta.
- Cahyadi , Ni Made Ayu Krisna dan Made Sukarsa. 2014. Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Ekspor Kertas Dan Barang Berbahan Kertas Di Indonesia Tahun 1988-2012. Jurnal Ekonomi Pembangunan. Vol. 4 No. 1 Januari 2014: 63 – 70. Bali: Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana.
- Fitri Pratiwi. 2019. Analisis Daya Saing Komoditas Kopi Di Indonesia Pada Pasar Asia. Makassar. <https://digilibadmin.unismuh.ac.id/upload>
- Gujarati, D. N., & Porter, D. C. 2010. Basic Econometrica (5th ed.). Mc Graw Hill.
- Kadapi, M. 2015. Aktivitas Antioksidan Kopi Biji Rambutan Non Kafein dengan Variasi Perbandingan Komposisi Beras Hitam yang Berbeda. [Naskah Publikasi]. Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Surakarta. Hal 12-13
- Renata Nindi Savira, Ratya Anindita, Condro Puspo Nugroho. 2022. Analisis Perdagangan Ekspor Kopi Indonesia Di Pasar Internasional. Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis (JEPA). <https://jepa.ub.ac.id/index.php/jepa/article/view/1139>
- Riska Dwi Maulani dan Diah Wahyuningsih. 2020. Analisis Ekspor Kopi Indonesia pada Pasar Internasional. Jurnal Ilmiah Universitas Trunojoyo. <https://journal.trunojoyo.ac.id/pamator/article/view/8692>
- Sa’idy, I’id Badry. 2013. Dekomposisi Pertumbuhan Ekspor Tekstil dan Puduk Tekstil ke Amerika Serikat. Journal of Economics and Policy, 6(1): 10-16.