



## Keunggulan Komparatif Ekspor Kopi di Indonesia

Ahmad Wildan Saputra Ramadhana<sup>1</sup>, Avinda Distaniar Aulia<sup>2</sup>, Toifur Ulum<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Faculty of Islamic Economics and Business, University Kiai Haji Achmad Siddiq, Jember, 68136, Indonesia

<sup>2</sup>Faculty of Islamic Economics and Business, University Kiai Haji Achmad Siddiq, Jember, 68136, Indonesia

<sup>3</sup>Faculty of Islamic Economics and Business, University Kiai Haji Achmad Siddiq, Jember, 68136, Indonesia

### Article History

Received : 25-March-2024  
Revised : 30-April-2024  
Accepted : 24-June-2024  
Published : 01-July-2024

### Keywords:

comparative; coffee exports; international market

### Corresponding author:

qwildan01@gmail.com

DOI: <https://doi.org/10.61476/095w2813>

### ABSTRACT

*Indonesia has a significant comparative advantage in the coffee export sector, supported by high product quality, diversity of coffee types, and ideal natural conditions for coffee cultivation. The unique taste of coffee in Indonesia, such as Arabica and Robusta, is recognized and appreciated in the international market. Nonetheless, Indonesia's coffee industry faces several challenges such as price fluctuations, climate change, inadequate infrastructure, limited access to funding, and intense global competition. To overcome these challenges and strengthen its position in the global market, a comprehensive strategy is needed. These strategies include improving product quality and consistency, developing infrastructure, diversifying and innovating products, increasing funding, and strengthening marketing and promotion. The implementation of these strategies is expected to improve the welfare of coffee farmers and producers, maximize Indonesia's coffee export potential, and maintain its comparative advantage in the global market. In addition, it is also important to increase collaboration between the government, private sector, and farming community in facing the challenges. With strong synergy, Indonesia's coffee industry can continue to grow and compete in the international market, and contribute significantly to the national economy.*

### ABSTRAK

Indonesia memiliki keunggulan komparatif yang signifikan dalam sektor ekspor kopi, didukung oleh kualitas produk yang tinggi, keanekaragaman jenis kopi, dan kondisi alam yang ideal untuk budidaya kopi. Keunikan cita rasa kopi di Indonesia, seperti Arabika dan Robusta, diakui dan dihargai di pasar internasional. Meskipun demikian, industri kopi Indonesia menghadapi beberapa tantangan seperti fluktuasi harga, perubahan iklim, infrastruktur yang belum memadai, akses pendanaan yang terbatas, dan persaingan global yang ketat. Untuk mengatasi tantangan ini dan memperkuat posisi di pasar global, diperlukan strategi yang komprehensif. Strategi tersebut meliputi peningkatan kualitas dan konsistensi produk, pengembangan infrastruktur, diversifikasi dan inovasi produk, peningkatan pendanaan, serta penguatan di bidang pemasaran dan promosi. Implementasi strategi-strategi ini diharapkan dapat meningkatkan kesejahteraan petani dan produsen kopi, memaksimalkan potensi ekspor kopi Indonesia, dan mempertahankan keunggulan komparatifnya di pasar global. Selain itu, penting juga untuk meningkatkan kolaborasi antara pemerintah, sektor swasta, dan komunitas petani dalam

menghadapi tantangan-tantangan yang ada. Dengan adanya sinergi yang kuat, industri kopi Indonesia dapat terus berkembang dan bersaing di pasar internasional, serta memberikan kontribusi signifikan bagi perekonomian nasional.

©2024, Ahmad Wildan Saputra Ramadhana, Avinda Distaniar Aulia, Toifur Ulum  
This is an open access article under CC BY-SA license



## PENDAHULUAN

Indonesia dengan kekayaan sumber daya alam dan lokasinya yang strategis dalam peta perdagangan dunia, telah menjadi magnet bagi pedagang asing selama berabad-abad. Interaksi yang terjadi antara pedagang asing dan masyarakat lokal memicu proses asimilasi budaya yang relatif lancar. Awalnya, pertukaran budaya ini memperkaya khazanah budaya Indonesia. Namun, seiring berjalannya waktu, budaya lokal mulai tergeser oleh pengaruh asing, seperti yang terjadi dalam budaya kopi Indonesia.

Meskipun kopi kini menjadi bagian integral dari budaya Indonesia, sebenarnya bukan tanaman asli kepulauan ini. Pada akhir abad ke-16, ketika Indonesia masih di bawah penjajahan Belanda, Perusahaan Hindia Timur Belanda (VOC) memperkenalkan tanaman kopi Arabika ke Indonesia. Tujuannya adalah untuk menghancurkan monopoli Arab dalam perdagangan kopi dunia. Pemerintah kolonial Belanda pertama kali menanam bibit kopi di sekitar Batavia (sekarang Jakarta), dan kemudian menyebarkannya ke daerah Sukabumi dan Bogor.

Karena tingginya permintaan pasar, perkebunan kopi mulai berkembang ke berbagai wilayah di Indonesia, termasuk Jawa Barat, Jawa Tengah, Jawa Timur, serta beberapa daerah di Sumatra dan Sulawesi. Ekspansi ini tidak hanya menjadikan kopi sebagai komoditas penting bagi ekonomi Indonesia, tetapi juga mempengaruhi kehidupan sosial dan budaya masyarakat setempat. Proses ini mencerminkan bagaimana pengaruh asing dapat memperkaya sekaligus menggeser budaya lokal. Kopi, yang awalnya adalah tanaman asing, kini menjadi bagian penting dari identitas budaya Indonesia, menunjukkan adaptasi dan integrasi elemen-elemen asing ke dalam kehidupan sehari-hari masyarakat Indonesia. (Gumulya & Helmi, 2017)

Kopi merupakan salah satu komoditas yang sangat penting dalam konteks perkebunan dan ekonomi nasional. Banyak peran serta kontribusi kopi dalam pembangunan industri perkebunan. Budidaya kopi menciptakan kesempatan kerja bagi ribuan petani di berbagai wilayah pedesaan. Proses penanaman, perawatan, dan panen kopi mempekerjakan banyak pekerja secara langsung maupun tidak langsung. Bagi petani kopi, hasil penjualan kopi adalah sumber pendapatan utama. Pendapatan ini memungkinkan mereka untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari, mendukung keluarga, dan meningkatkan taraf hidup mereka. Selain petani, industri kopi juga menciptakan lapangan kerja bagi pedagang pengumpul, pengolah kopi, eksportir, buruh perkebunan, dan buruh industri pengolahan kopi. Dengan demikian, kopi memberikan dampak ekonomi yang luas di berbagai sektor terkait. Pertumbuhan

industri kopi juga mendorong pengembangan infrastruktur di daerah-daerah penghasil kopi, seperti jalan, transportasi, dan fasilitas pendukung lainnya. Hal ini juga dapat membuka peluang investasi di berbagai sektor terkait. Daerah-daerah penghasil kopi sering kali menjadi destinasi wisata yang menarik bagi wisatawan domestik maupun internasional. Hal ini dapat membuka peluang bagi pengembangan pariwisata dan diversifikasi pendapatan bagi masyarakat setempat.

Dengan demikian, kopi bukan hanya memberikan kontribusi ekonomi yang signifikan melalui penjualan dan ekspor, tetapi juga memiliki dampak sosial dan ekonomi yang luas dalam pembangunan nasional. Oleh karena itu, pengembangan industri kopi perlu mendapatkan perhatian yang serius dalam upaya meningkatkan kesejahteraan petani dan masyarakat di wilayah-wilayah penghasil kopi. Perkebunan kopi di Indonesia didominasi oleh perkebunan rakyat, yang dikelola oleh petani-petani kecil di berbagai wilayah, terutama di daerah-daerah penghasil kopi seperti Jawa, Sumatera, Sulawesi, dan Nusa Tenggara. Selain itu, ada juga perkebunan kopi yang dimiliki oleh pemerintah dan sektor swasta. Dalam perkembangannya dari tahun ke tahun, perkebunan kopi rakyat mengalami pertumbuhan yang signifikan, baik dalam hal luas areal maupun produksi. Dengan adanya pertumbuhan yang signifikan dalam perkebunan kopi rakyat, diharapkan dapat memberikan kontribusi yang lebih besar terhadap ekonomi petani dan pembangunan nasional secara keseluruhan. Oleh karena itu, penting bagi pemerintah dan berbagai pihak terkait untuk terus mendukung dan memperkuat sektor perkebunan kopi rakyat di Indonesia.

Kopi, minuman yang populer di seluruh dunia, berasal dari tanaman yang melalui proses pengolahan seperti sangrai dan penghalusan menjadi bubuk. Sebagai salah satu komoditas global, kopi ditanam di lebih dari 50 negara, termasuk Indonesia yang merupakan salah satu dari lima negara terkemuka dalam produksi kopi. Indonesia kini berada di peringkat ketiga sebagai produsen kopi terbesar di dunia, dengan produksi mencapai 794,8 ribu ton pada tahun 2022, meningkat sekitar 1,1% dibanding tahun sebelumnya. Hal ini menegaskan posisi Indonesia sebagai salah satu produsen kopi terbesar, setelah Brasil dan Vietnam. Kualitas minuman kopi sangat bergantung pada kualitas biji dan cara pengolahannya. Tidak semua tanah bisa menjadi media tanam yang baik bagi tumbuhan kopi. Kualitas biji yang baik dapat meningkatkan nilai jual dan diminati oleh para konsumen. Daerah yang terbaik untuk menanam kopi adalah daerah tropis, sehingga Indonesia dengan iklim tropisnya menjadi tempat ideal bagi pengembangan kopi-kopi unggulan. Wilayah pegunungan, ketersediaan air, kesuburan tanah, dan curah hujan yang cukup menjadi faktor penentu produksi kopi yang sukses di Indonesia.

Ekspor komoditas kopi Indonesia didominasi oleh negara-negara seperti Amerika Serikat, Mesir, dan Jerman. Amerika Serikat adalah pengimpor kopi terbesar dari Indonesia. Berdasarkan data dari Trade Map 2023, ekspor kopi Indonesia ke pasar Amerika Serikat memiliki nilai ekspor paling tinggi dibandingkan dengan negara-negara pengimpor kopi lainnya. Dengan produksi yang besar dan kualitas yang diakui, Indonesia terus memainkan peran penting dalam pasar kopi global. Tantangan ke

depan adalah bagaimana mempertahankan dan meningkatkan kualitas produksi serta memperluas pasar ekspor ke negara-negara lain. Pemanfaatan teknologi pertanian dan peningkatan kemampuan sumber daya manusia dalam sektor kopi dapat menjadi kunci untuk menghadapi tantangan ini (Nadiyah Ananda et al., 2023).

## LANDASAN TEORI

1. Hukum keunggulan komparatif menurut Ricardo menyatakan bahwa meskipun suatu negara tidak memiliki keunggulan absolut dalam memproduksi dua jenis komoditas dibanding negara lain, perdagangan yang saling menguntungkan masih dapat terjadi selama terdapat perbedaan rasio harga antar negara yang memungkinkan perdagangan, dibandingkan dengan situasi di mana tidak ada perdagangan.

Menurut Simatupang dan Sudaryanto serta Simatupang, konsep keunggulan komparatif menggambarkan potensi daya saing suatu komoditas. Dalam hal ini, daya saing tersebut dianggap akan tercapai jika perekonomian tidak mengalami distorsi sama sekali. Komoditas yang memiliki keunggulan komparatif diakui juga memiliki efisiensi ekonomi. Artinya, dalam kondisi ideal tanpa adanya distorsi ekonomi, komoditas tersebut akan mampu bersaing secara efektif dan efisien di pasar.

2. Kegiatan ekspor dan impor didasari pada kondisi bahwa tidak ada negara yang sepenuhnya mandiri, karena setiap negara saling membutuhkan dan melengkapi satu sama lain. Setiap negara memiliki karakteristik yang berbeda-beda seperti sumber daya alam, iklim, geografis, struktur ekonomi, dan struktur sosial. Perbedaan ini mengakibatkan variasi dalam komoditas yang dihasilkan, biaya produksi, serta kualitas dan kuantitas produk. Adanya kebutuhan saling ketergantungan ini mendorong terjadinya perdagangan internasional. Setiap negara memiliki keunggulan dan kekurangan masing-masing. Komoditas yang dihasilkan oleh suatu negara mungkin belum bisa langsung digunakan karena masih berupa bahan mentah yang memerlukan pengolahan lebih lanjut. Bahan mentah ini kemudian mungkin dibutuhkan oleh negara lain sebagai bahan baku untuk industrinya.

Transaksi ekspor dan impor pada dasarnya adalah kegiatan sederhana yang melibatkan pembelian dan penjualan barang antara pengusaha di negara yang berbeda. Namun, proses pertukaran barang dan jasa yang melintasi batas negara ini sering menimbulkan berbagai masalah kompleks akibat perbedaan bahasa, budaya, adat istiadat, dan cara kerja. Siswanto Sutojo merangkum ciri-ciri khusus dari kegiatan ekspor sebagai berikut:

- a) Penjual (eksportir) dan pembeli (importir) dipisahkan oleh batas teritorial negara.

- b) Terdapat perbedaan mata uang antara negara pembeli dan penjual, dengan transaksi sering menggunakan mata uang asing seperti dolar Amerika, pound sterling Inggris, atau yen Jepang.
  - c) Hubungan antara pembeli dan penjual sering kali belum lama dan akrab, dengan pengetahuan masing-masing pihak tentang mitra dagang mereka, termasuk kemampuan membayar atau memasok komoditas, masih minim.
  - d) Ada perbedaan kebijakan pemerintah negara pembeli dan penjual dalam bidang perdagangan internasional, moneter, lalu lintas devisa, pelabelan, embargo, atau perpajakan. Selain itu, terdapat perbedaan dalam penguasaan teknik dan terminologi transaksi perdagangan internasional serta bahasa asing yang digunakan, seperti bahasa Inggris.
3. Pasar internasional mengacu pada arena di mana barang, jasa, atau sumber daya diperdagangkan antar negara. Ini mencakup semua aktivitas ekonomi yang melintasi batas-batas nasional, termasuk ekspor, impor, investasi langsung asing, dan perjalanan internasional. Pasar internasional memungkinkan negara-negara untuk saling memanfaatkan kekuatan ekonomi dan mengakses berbagai produk dan layanan dari seluruh dunia.
  4. Secara ilmiah, kopi dikenal dengan nama latin *coffea*. Untuk jenisnya, kopi arabika memiliki nama latin *coffea arabica*, kopi robusta dikenal dengan nama *coffea canephora* atau *coffea robusta*, dan kopi liberika memiliki nama latin *coffea liberica*. Kopi sebagai komoditas telah melalui sejarah panjang dan kini tanaman kopi dapat ditemukan di berbagai negara di dunia. Setiap negara memiliki karakteristik tanaman kopi yang berbeda, mulai dari varietas tanaman, lokasi geografis lahan tanam, hingga proses pascapanen.

Pohon kopi cenderung tumbuh baik di lahan yang subur dengan suhu sejuk, curah hujan yang cukup, dan sinar matahari yang teduh. Oleh karena itu, tidak mengherankan jika tanaman kopi banyak ditemukan di negara-negara yang dilalui oleh garis khatulistiwa, yang dikenal dengan sebutan "bean belt". Indonesia termasuk dalam jalur ini dan telah menjadi salah satu dari lima besar produsen kopi dunia selama bertahun-tahun.

Buah kopi menyerupai buah ceri sebelum bijinya diproses menjadi kopi yang siap disangrai. Ceri kopi berwarna hijau saat belum matang dan berubah menjadi merah ketika sudah siap dipanen. Anatomi buah kopi terdiri dari beberapa lapisan, mulai dari kulit luar (pulp), lapisan lendir (mucilage), lapisan perkamen (parchment), lapisan kulit tipis (silver skin), hingga biji kopi mentah (green bean). Setelah ceri matang dipetik dengan hati-hati, buah kopi tersebut akan melalui berbagai tahapan proses pascapanen, termasuk pengupasan, penjemuran, penyortiran, fermentasi, pencucian, dan tahapan lainnya.

## METODE PENELITIAN

Metode ini bertujuan untuk menggambarkan data yang telah dikumpulkan untuk memberikan gambaran yang jelas tentang keunggulan komparatif ekspor kopi di Indonesia. Data yang digunakan dalam penelitian ini diambil dari Badan Pusat Statistik Nasional, yang mencakup berbagai informasi penting terkait produksi data ini digunakan sebagai pendukung untuk mendeskripsikan keunggulan komparatif ekspor kopi di Indonesia. Data yang diambil sebagai pendukung antara lain; Data yang dianalisis meliputi perkembangan produksi kopi dari berbagai produsen di Indonesia selama periode 2018-2022, yang memberikan gambaran tentang tren produksi kopi di Indonesia. Penelitian ini juga menggunakan data ekspor kopi ke berbagai negara selama tahun 2018-2022 untuk mengidentifikasi pasar utama dan potensi pasar baru bagi kopi Indonesia. Selain itu, data volume ekspor jenis kopi pada tahun 2022 dianalisis untuk memahami preferensi pasar internasional terhadap jenis-jenis kopi yang diekspor dari Indonesia. Data perkembangan volume dan nilai ekspor kopi dari tahun 2013 hingga 2022 juga digunakan untuk melihat tren jangka panjang dalam kinerja ekspor kopi Indonesia, termasuk peningkatan atau penurunan volume dan nilai ekspor dari tahun ke tahun.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Indonesia adalah salah satu negara produsen dan pengeksport kopi terbesar di dunia, dengan mayoritas hasil produksinya berupa varietas robusta. Dalam hal komoditas pertanian, kopi merupakan penyumbang devisa terbesar keempat bagi Indonesia. Kopi pertama kali diperkenalkan di Nusantara oleh Belanda, yang awalnya menanam pohon kopi di sekitar Batavia. Namun, tak lama kemudian, mereka memperluas produksi kopi ke wilayah Bogor dan Sukabumi di Jawa Barat pada abad ke-17 dan ke-18. Indonesia memiliki iklim yang hampir ideal untuk produksi kopi, sehingga perkebunan kopi segera didirikan di berbagai wilayah lain di Jawa, Sumatra, dan Sulawesi. (Kemlu, 2018)

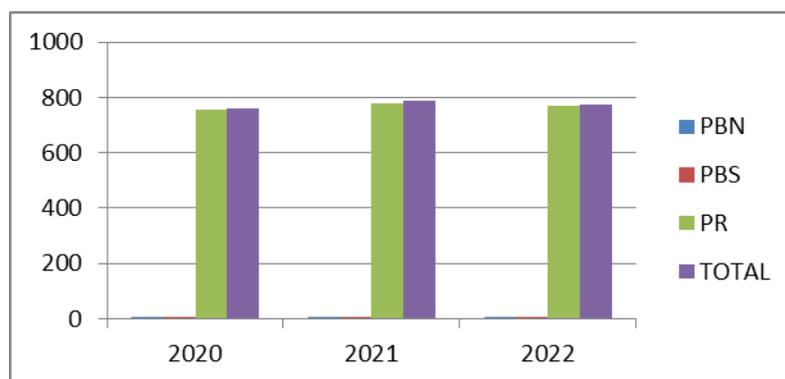
### Data perkembangan produksi kopi dari berbagai produsen di Indonesia

Tahun Years	Status Pengusahaan Category of Producers			Jumlah Produksi Kopi Production of Coffee
	Perkebunan Besar Negara Government Estates	Perkebunan Besar Swasta Private Estates	Perkebunan Rakyat Smallholders	
2018	13 267	14 868	727 916	756 051
2019	5 634	4 409	742 469	752 512
2020	3 703	1 387	757 290	762 380
2021	4 125	1 197	780 869	786 191
2022	2 886	1 088	770 987	774 961

Sumber: bps statistik

Data produksi kopi dari berbagai kategori produsen antara tahun 2018 hingga 2022 menunjukkan tren yang bervariasi. Perkebunan besar negara mengalami penurunan signifikan, dari 13.267 ton pada 2018 menjadi hanya 2.886 ton pada 2022. Perkebunan besar swasta juga menunjukkan penurunan serupa, dari 14.868 ton pada 2018 menjadi 1.088 ton pada 2022. Sebaliknya, produksi dari perkebunan rakyat relatif stabil, dengan sedikit fluktuasi, berkisar antara 727.916 ton pada 2018 dan 770.987 ton pada 2022. Penurunan produksi di perkebunan besar mungkin disebabkan oleh faktor-faktor seperti perubahan kebijakan, ekonomi, atau kondisi iklim yang tidak menguntungkan, sementara perkebunan rakyat menunjukkan ketahanan yang lebih baik.

#### Data perkembangan produksi



Sumber: bps statistik

Perkembangan produksi kopi dari tahun 2020-2022 mengalami pasang surut. Tahun 2020 produksi kopi meningkat sebesar 3,12% dari 762,38 ribu ton ke 786,19 ribu ton. Pada tahun 2022 turun sebesar 1,43% menjadi 774,96 ribu ton.

#### Data ekspor kopi ke berbagai negara

Negara Tujuan	2018	2019	2020	2021	2022
Berat Bersih: Ton					
Jepang	30.360,3	25.587,8	23.471,4	27.297,0	18.813,4
Singapura	7.814,1	8.717,1	5.212,9	5.377,0	6.571,6
Malaysia	37.319,8	34.662,2	36.103,8	29.059,1	26.085,4
India	2.236,6	12.578,5	19.998,0	22.109,6	43.596,9
Mesir	29.307,8	34.285,0	32.536,7	48.521,3	37.428,4
Maroko	11.075,1	9.663,9	9.603,7	12.164,1	9.230,4
Aljazair	5.007,9	4.872,6	5.919,6	3.918,1	13.142,5
Amerika Serikat	52.083,5	58.666,2	54.473,7	57.694,0	55.810,1

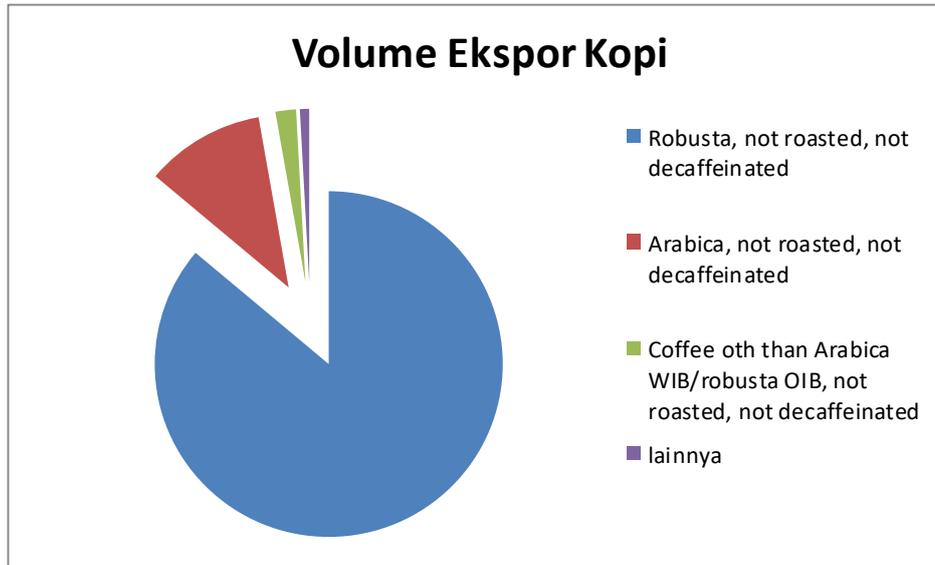
Inggris	7.555,1	18.923,5	21.349,5	12.259,5	20.778,0
Jerman	13.082,6	18.451,4	21.320,8	13.334,8	36.976,4
Italia	27.929,5	35.452,2	27.237,5	24.590,0	24.006,2
Rumania	1.076,0	1.140,0	585,6	509,4	340,0
Georgia	10.746,0	12.229,6	12.748,0	13.398,0	15.902,6
Belgia	6.207,0	16.259,6	14.758,1	14.434,0	22.179,8
Belanda	1.631,5	1.604,2	1.490,8	2.243,5	3.597,8
Denmark	62,6	38,2	75,5	41,3	19,3
Perancis	265,8	2.945,3	4.376,4	5.993,4	874,7
Lainnya	33.650,0	59.689,2	84.293,9	91.566,5	98.427,3
<b>Jumlah</b>	<b>277.411,2</b>	<b>355.766,5</b>	<b>375.555,9</b>	<b>384.510,6</b>	<b>433.780,8</b>

Data ekspor kopi dari 2018 hingga 2022 menunjukkan tren yang bervariasi di berbagai negara tujuan. Ekspor ke Jepang mengalami penurunan signifikan dari 30.360,3 ton pada 2018 menjadi 18.813,4 ton pada 2022. Sebaliknya, ekspor ke Singapura menunjukkan peningkatan dari 5.212,9 ton pada 2020 menjadi 6.571,6 ton pada 2022. Malaysia, meskipun mengalami fluktuasi, juga menurun dari 37.319,8 ton pada 2018 menjadi 26.085,4 ton pada 2022. India mengalami peningkatan drastis dari 2.236,6 ton pada 2018 menjadi 43.596,9 ton pada 2022. Ekspor ke Mesir mencapai puncaknya pada 2021 dengan 48.521,3 ton, namun turun ke 37.428,4 ton pada 2022. Maroko relatif stabil, tetapi sedikit menurun dari 11.075,1 ton pada 2018 menjadi 9.230,4 ton pada 2022. Aljazair menunjukkan peningkatan signifikan pada 2022, mencapai 13.142,5 ton. Amerika Serikat konsisten menjadi pasar terbesar, dengan ekspor stabil di sekitar 50.000-60.000 ton per tahun. Inggris dan Jerman juga menunjukkan tren peningkatan yang kuat, dengan Jerman mencapai 36.976,4 ton pada 2022. Italia mengalami penurunan dari 35.452,2 ton pada 2019 menjadi 24.006,2 ton pada 2022. Negara-negara seperti Georgia dan Belgia menunjukkan tren peningkatan yang stabil, sementara negara lain seperti Rumania dan Denmark memiliki volume ekspor yang relatif kecil dan fluktuatif. Total ekspor kopi secara keseluruhan meningkat dari 277.411,2 ton pada 2018 menjadi 433.780,8 ton pada 2022, mencerminkan pertumbuhan permintaan global yang kuat terhadap kopi dari Indonesia.

#### **Data Volume Ekspor Jenis Kopi**

Tiga urutan volume ekspor kopi terbesar tahun 2022 adalah Robusta, not roasted, not decaffeinated sebesar 86,13 persen, Arabica, not roasted, not decaffeinated sebesar

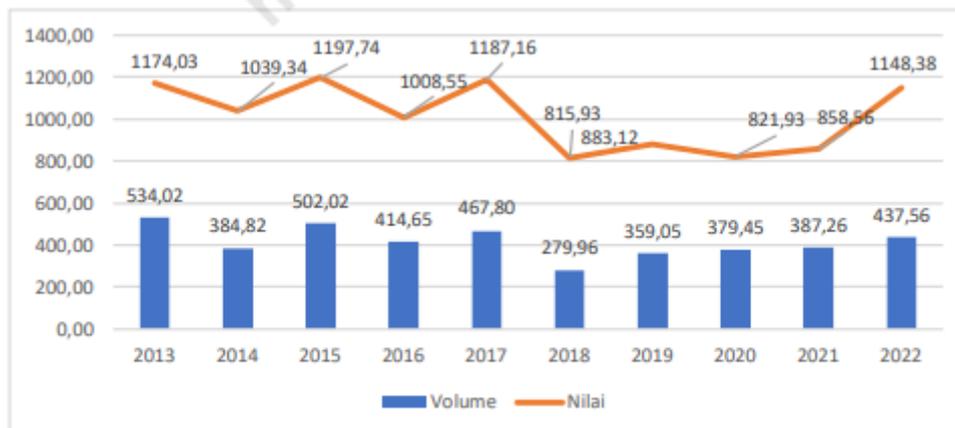
11,10 persen; Coffee oth than Arabica WIB/robusta OIB, not roasted, not decaffeinated sebesar 1,91 persen, dan lainnya sebesar 0,86 persen.



Sumber: bps statistik

### Data perkembangan volume dan nilai ekspor kopi

Volume ekspor dan nilai kopi sepuluh tahun terakhir cenderung berfluktuasi. Volume ekspor berkisar antara 279,96 ribu ton sampai dengan 534,02 ribu ton dan Nilai ekspor berkisar antara US\$ 815,93 juta sampai dengan 1 197,74 juta



Sumber: bps statistik

Pada tahun 2021, volume total ekspor mencapai 387,26 ribu ton, yang meningkat menjadi 437,56 ribu ton pada tahun 2022, mengalami kenaikan sebesar 12,99%. Demikian pula, nilai ekspor juga mengalami peningkatan, dari US\$ 858,56 juta pada tahun 2021 menjadi US\$ 1.148,38 juta pada tahun 2022, mengalami kenaikan sebesar 33,76%.

### Keunggulan komparatif

Indonesia merupakan negara kepulauan yang terletak di wilayah beriklim tropis dan dilewati oleh garis khatulistiwa. Keberadaan pegunungan yang tersebar di berbagai pulau memberikan kondisi tanah yang subur dan cocok untuk pertanian. Dengan tanah yang kaya akan mineral dan kondisi iklim yang ideal, Indonesia mampu

menghasilkan berbagai jenis komoditas tanaman yang bernilai ekonomi tinggi, salah satunya adalah kopi. Kopi Indonesia terkenal dengan kualitasnya yang unggul dan variasi rasa yang khas. Beberapa daerah penghasil kopi terkenal di Indonesia seperti kopi dari Sumatra, seperti kopi Gayo, Mandailing, dan Lintang, dikenal dengan cita rasanya yang kuat dan berkarakter, seringkali dengan nuansa rempah dan cokelat. Kopi Jawa, khususnya kopi dari daerah pegunungan Ijen dan daerah sekitar, memiliki rasa yang lebih halus dan manis, sering dengan sedikit keasaman. Kopi Toraja dari Sulawesi dikenal dengan kompleksitas rasanya yang seringkali mencakup aroma bunga dan cita rasa yang seimbang antara keasaman dan kepahitan. Kopi Bali, terutama dari daerah Kintamani, terkenal dengan rasa yang bersih dan sedikit buah-buahan karena teknik budidaya yang unik dan kondisi tanah vulkanik. Kopi dari Papua, meskipun lebih sedikit dikenal, memiliki potensi dengan rasa yang unik dan kompleksitas tinggi.

Dengan adanya iklim yang ideal kondisi tanah yang subur paparan matahari yang cukup dan kelembapan yang relatif dapat menjadikan hasil produksi kopi unggul secara komparatif karena kopi di Indonesia sangat banyak jenis dan macam cita rasa yang berbeda yang tentunya tidak dimiliki oleh negara lain. Produksi kopi di Indonesia tidak hanya memberikan keuntungan ekonomi bagi negara, tetapi juga mendukung mata pencaharian jutaan petani kopi lokal. Pengembangan dan inovasi dalam metode pertanian berkelanjutan terus diupayakan untuk menjaga kualitas dan keberlanjutan industri kopi di Indonesia. Dengan kondisi alam yang mendukung dan keberagaman jenis kopi yang dihasilkan, Indonesia memiliki posisi yang kuat sebagai salah satu produsen kopi terbesar dan berkualitas di dunia.

Beberapa faktor yang mendukung keunggulan komperatif kopi Indonesia di pasar global tentang kualitas dan variasi yang dimana jenis kopi yang dimiliki Indonesia terkenal dengan berbagai jenis kopi yang sangat berkualitas tinggi seperti arabika, robusta, dan kopi special kopi luwak. Setiap daerah di Indonesia memiliki karakteristik unik yang dapat memberikan cita rasa kopi. Aroma dan rasa kopi di Indonesia mempunyai rasa yang kompleks dan khas yang mana biasanya sering dihargai dan disukai oleh para pecinta kopi diseluruh Indonesia. Kondisi alam yang dimiliki Indonesia menjadi faktor pendukung selanjutnya, dimana Negara Indonesia memiliki iklim dan geografis yang terdiri dari banyak pegunungan dan tanah vulkanis sehingga dapat memberikan lingkungan yang ideal untuk pertumbuhan tanaman kopi. Keanekaragaman hayati yang mendukung menjadi kontribusi terhadap variasi cita rasa kopi yang dimiliki Indonesia. Tenaga kerja yang terampil juga dimiliki oleh Negara Indonesia yang dimana Indonesia memiliki petani yang berpengalaman dan menguasai teknik budidaya serta pemrosesan kopi yang baik, pengetahuan tradisional dan modern juga dimiliki oleh para petani di Indonesia dengan hal itu dapat membantu meningkatkan kualitas dan produktivitas kinerja pegawai. Beberapa dukungan dan kebijakan pemerintah seringkali menjadi faktor pendukung adanya potensi kopi di Indonesia, seperti contoh kebijakan ekspor yang dilakukan pemerintah sebagai bentuk dukungan ekspor kopi serta memberikan pemberian insentif dan pelatihan untuk petani dalam melakukan distribusi dan promosi di pasar internasional.

Melalui kerjasama internasional dengan beberapa lembaga dapat membantu untuk meningkatkan standar produksi dan kualitas kopi di Indonesia. Dengan banyaknya keunggulan yang dimiliki Indonesia, kopi Indonesia mampu bersaing di pasar global, baik dari segi kualitas maupun volume ekspor yang pada akhirnya akan memberikan kontribusi signifikan terhadap ekonomi nasional.

### **Kendala dan Tantangan yang Perlu di Hadapi untuk meningkatkan dan mempertahankan posisi di pasar global**

Pada dasarnya Indonesia memiliki keunggulan yang komperatif dalam ekspor maupun produksi kopi tetapi dalam prosesnya Indonesia memiliki kendala serta tantangan yang perlu dihadapi dalam meningkatkan dan mempertahankan posisi di pasar global. Di antaranya adalah:

1. **Fluktuasi Harga Kopi**, harga kopi dipengaruhi oleh kondisi pasar global yang dimana didalamnya terdapat supply dan demand, spekulasi pasar, dan kebijakan perdagangan internasional. Maka dari itu ketergantungan masyarakat kepada pasar global menjadi kendala adanya kondisi pasar, sehingga para petani sering kali menghadapi fluktualisasi harga yang tajam dan tidak sebanding dengan biaya produksinya. Hal tersebut yang akan berdampak kepada pendapatan para petani secara signifikan.
2. **Perubahan Iklim**, perubahan iklim di beberapa Negara menyebabkan ketidakpastian dalam pola cuaca, dan hal ini dapat berpengaruh kepada produksi kopi. Bencana alam yang dihadapi juga rentan menjadi kendala bagi petani kopi, karena bencana alam tidak dapat di prediksi secara tepat, dan akan terjadi secara tiba tiba. Seperti contoh, Negara Indonesia cenderung rentan bencana alam seperti gempa bumi, hingga letusan gunung yang dapat merusak area pertanian kopi.
3. **Permasalahan Infrastruktur**, beberapa infrastruktur transportasi maupun alat lainnya yang belum memadai di beberapa daerah menjadi kendala terbesar bagi daerah penghasil kopi dan dapat menghambat distribusi kopi untuk di ekspor. Keterbatasan teknologi dalam pengolahan dan penyimpanan pasca panen dapat menurunkan kualitas kopi yang akan di ekspor.
4. **Pembiayaan yang kurang**, banyak petani yang mengalami kesulitan dalam mendapatkan akses ke pendaan dan kredit yang dibutuhkan untuk investasi maupun perbaikan teknologi ataupun mesin. Lembaga keuangan beberapa kali sering menganggap sector pertanian beresiko tinggi, dengan hal itu lembaga keuangan enggan memberikan pinjaman.
5. **Peningkatan Persaingan Global**, persaingan yang ketat menjadi kendala dan tantangan bagi Negara penghasil kopi lainnya. Seperti Negara brazil, Vietnam, dan kolombia yang juga merupakan produsen kopi besar dengan strategi ekspor dan teknologi yang lebih maju. Standar dan sertifikasi juga menjadi pendukung adanya ekspor kopi sebagai bentuk pendukung permintaan dan penawaran di pasar global.

Mengatasi kendala dan tantangan yang di alami diperlukan upaya yang terpadu dari berbagai pihak, termasuk pemerintah, sector swasta, lembaga keuangan, dan komunitas petani kopi. Dengan hal itu, jika bentuk dan dukungan tepat dan baik maka Indonesia dapat lebih maksimal lagi dalam mengembangkan potensi keunggulan komperatif dalam ekspor dan produksi kopi di pasar global.

### **Bentuk Strategi Penguatan dalam Keunggulan Komparatif Ekspor Kopi di Indonesia**

Dalam memperkuat keunggulan komparatif dalam ekspor kopi di Indonesia, diperlukan strategi yang komprehensif dan berkelanjutan. Berikut strategi yang ditawarkan:

1. Peningkatan Kualitas dan Konsistensi Produk

Penyelenggaraan program pelatihan yang didukung pemerintah menjadi langkah awal dalam penguatan strategi penguatan untuk mendukung petani dalam praktik budidaya yang baik, proses dan teknik pasca-panen, serta pengolahan. Hal ini menjadi bentuk dorongan yang dilakukan pemerintah untuk mengurangi permasalahan yang ada, serta membantu petani dan produsen untuk memperoleh sertifikasi internasional seperti organic, fair trade, dan rainforest alliance yang dapat meningkatkan daya saing di pasar global.

2. Pengembangan Infrastruktur

Peningkatan akses transportasi membantu petani untuk mempermudah transportasi di daerah penghasil kopi serta memperlancar distribusi dan mengurangi biaya logistik. Investasi dalam pengembangan fasilitas bagi petani seperti pengolahan pasca-panen yang modern dapat memproduksi kualitas kopi yang baik dan dapat bersaing dengan Negara-negara penghasil kopi berkualitas lainnya.

3. Diversifikasi Produk dan Inovasi

Mendorong pengembangan untuk menciptakan varietas kopi baru yang lebih bertahan terhadap penyakit dan perubahan iklim atau pembentukan inovasi produk baru dapat meningkatkan nilai tambah bagi produk. Seperti kopi siap minum, kopi instan premium, dan produk turunan kopi lainnya.

4. Peningkatan Akses Pendanaan

Skema pembiayaan khusus bagi petani serta mengembangkan yang disesuaikan dengan kebutuhan petani dapat mendukung perkembangan kopi di Indonesia. Ataupun dengan cara kerjasama dengan beberapa lembaga keuangan untuk menyediakan akses pembiayaan yang lebih mudah bagi petani dan produsen kopi.

5. Penguatan Pemasaran dan Promosi

Ketikan ketersediaan fasilitas terpenuhi yang menjadi bahan selanjutnya yakni penguatan pemasaran dan promosi bagi para perusahaan kopi. Seperti mengikuti dalam pameran internasional untuk memperkenalkan kopi produk lokal. Branding di pemasaran digital juga sebagai pendukung kuat untuk membantu menjangkau konsumen global.

#### 6. Pengembangan Klaster dan Koperasi Petani

Pembentukan koperasi petani dapat memperkuat posisi tawar dan meningkatkan efisiensi produksi serta pemasaran. Klaster membantu dalam melakukan koordinasi dan kolaborasi antara petani, produsen, dan pemerintah.

#### 7. Peningkatan Kesejahteraan Petani

Pengimplementasian program yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan petani dan memberikan pendampingan dan dukungan teknis yang berkelanjutan kepada petani dapat meningkatkan kemampuan dan pengetahuan bagi petani. Seperti contoh, asuransi kesehatan, pendidikan yang layak, dan program pengentasan kemiskinan.

Dengan menerapkan strategi dan bentuk dukungan dari pemerintah dan pemangku kebijakan lainnya dapat memperkuat posisi Indonesia di keunggulan komparatifnya dalam ekspor kopi, serta dapat meningkatkan kesejahteraan petani yang tujuan akhirnya untuk meningkatkan dan mengamankan pangsa pasar global yang lebih besar.

## SIMPULAN DAN SARAN

Indonesia memiliki keunggulan komparatif yang signifikan dalam ekspor kopi berkat beberapa faktor yang mendukungnya. Keunggulan ini didorong oleh kualitas dan variasi produk yang tinggi, kondisi alam yang ideal, tenaga kerja terampil, serta dukungan dari pemerintah. Kualitas kopi di Indonesia dikenal dengan aroma dan rasa yang khas, dengan beberapa variasi jenis kopi seperti Arabika dan Robusta yang dihargai di pasar global.

Namun, untuk mempertahankan dan meningkatkan keunggulan ini, Indonesia menghadapi beberapa tantangan, termasuk fluktuasi harga kopi, perubahan iklim, masalah infrastruktur, keterbatasan akses pendanaan, peningkatan persaingan global, dan kesejahteraan petani yang belum optimal. Dengan hal demikian, untuk mengatasi tantangan ini dan memperkuat keunggulan komparatif, diperlukan strategi yang mencakup peningkatan kualitas dan konsistensi produk, pengembangan infrastruktur produk dan inovasi, peningkatan akses pembiayaan dan lain sebagainya. Dengan implementasi strategi yang tepat, Indonesia dapat lebih memaksimalkan serta memanfaatkan potensinya dalam ekspor kopi, serta meningkatkan kesejahteraan petani dan mampu bersaing dengan pasar global.

Untuk memperkuat posisi Indonesia dalam ekspor kopi global, pemerintah perlu mengimplementasikan program pelatihan bagi petani, meningkatkan akses transportasi dan fasilitas pengolahan pasca-panen, serta mendorong diversifikasi produk dan inovasi. Selain itu, penting untuk mengembangkan skema pembiayaan khusus bagi petani, memperkuat pemasaran dan promosi produk kopi Indonesia, serta membentuk koperasi dan klaster petani untuk meningkatkan efisiensi produksi dan pemasaran. Peningkatan kesejahteraan petani juga harus menjadi prioritas melalui program asuransi, pendidikan, dan dukungan teknis yang berkelanjutan. Dengan strategi yang

komprehensif dan dukungan dari berbagai pihak, Indonesia dapat mempertahankan dan meningkatkan keunggulan komparatifnya dalam ekspor kopi serta meningkatkan kesejahteraan petani kopi lokal.

## DAFTAR PUSTAKA

- Gumulya, D., & Helmi, I. S. (2017). Kajian Budaya Minum Kopi Indonesia. *Jurnal Dimensi Seni Rupa Dan Desain*, 13(2), 153–172. <https://doi.org/10.25105/dim.v13i2.1785>
- kemlu. (2018). *Kopi Indonesia*. Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia. <https://kemlu.go.id/chicago/id/read/kopi-indonesia/4484/etc-menu#:~:text=Jumlah Produksi Kopi Indonesia menurut,4%2C4 ribu ton>.
- Nadiyah Ananda, A., Sagita Azzahra, T., Susanti, W., & Wikansari, R. (2023). *Analisis Daya Saing Ekspor Kopi Indonesia Pada Pasar Internasional Analysis of the Competitiveness of Indonesian Coffee Exports in the International Market*. 7(1).
- SAPTANA, S., FRIYATNO, & SUPENA. (2002). Analisis Keunggulan Komparatif Dan Kompetitif Komoditas Kentang Dan Kubis Di Wonosobo Jawa Tengah. *SOCA: Socioeconomics of Agriculture and Agribusiness*, 3(1), 1–30.
- Hardenta, A. D., Ariefiti, S. D., & Abyapta, W. R. (2023). Pengaruh Implementasi Kebijakan Proteksionisme Melalui Tingkat Komponen Dalam Negeri Terhadap Tender/Seleksi Internasional. *Jurnal Hukum Ius Quia Iustum*, 30(1), 114–137. <https://doi.org/10.20885/iustum.vol30.iss1.art6>
- Sutedi, A. (2014). Hukum ekspor dan impor. Raih Asa Sukses. Jakarta, Indonesia.
- Yoga A.Musika. (2023). *Anatomi Kopi Dan Jenis Biji Kopi Indonesia*. Otten Coffee. <https://ottencoffee.co.id/majalah/kopi>
- Badan Pusat Statistik Indonesia. (2023). Statistik Kopi Indonesia 2022. Jakarta Pusat: Badan Pusat Statistik.
- Badan Pusat Statistik Indonesia. (2023). Ekspor Kopi Menurut Tujuan Utama, 2000-2022. Jakarta Pusat: Badan Pusat Statistik
- Devi Harapah. (2022). *Oh, ini ternyata yang membuat kopi Indonesia begitu istimewa*. Media Indonesia. <https://mediaindonesia.com/weekend/511867/oh-ternyata-ini-yang-membuat-kopi-indonesia-begitu-istimewa>
- Dita Milih Anggraini, Iwan Aminudin, Acep Muhib, “Daya Saing Kopi Indonesia di Pasar Internasional”, *Sharia Agribusiness Journal*, Vol.2, No.1, (2022)
- Sabrina Tasya, Suhaeni, I Putu Eka Wijaya, “Analisi Daya Saing Komparatif Komoditi Kopi (Coffe Sp.) Indonesia Di Pasar Internasional”, *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, Vol.8, No.12, Agustus (2022): 335-341