

## Competitiveness of Indonesian Coffee Commodities in Global Market

**Erlambang Budi Darmanto**  
Universitas Terbuka, Indonesia  
Email: [erlambang@gmail.com](mailto:erlambang@gmail.com)

### Abstract

The scope of this research includes international trade in coffee commodities using the Harmonized System (HS) code 0901. The method used in this research uses Revealed Comparative Advantage (RCA) and Trade Specialization Index (ISP). RCA method, the four largest coffee exporting countries in Indonesia have an average value of 3.10. These values mean that Indonesia has a strong comparative advantage but is still below Colombia, Brazil, and Vietnam. Based on ISP analysis, the position or stage of development of the Indonesia's coffee trade with a value of 0.88. This indicates that the coffee commodity is at the fourth stage or maturity stage. Indonesian coffee is already at the stage of standardizing the technology used and shows that Indonesia as a coffee exporter in the global market.

**Keywords:** Coffee, Competitiveness, Exsports, RCA, TSI

### INTRODUCTION

Perdagangan kopi merupakan salah satu sektor yang sangat penting dalam ekonomi internasional, mengingat permintaan akan komoditas ini terus meningkat di seluruh dunia (Baffes, & Onal, 2012). Sebagai salah satu minuman paling populer, kopi memiliki nilai ekonomi yang tinggi dan menjadi sumber pendapatan yang signifikan bagi negara-negara penghasilnya. Indonesia, sebagai salah satu produsen kopi terbesar di dunia, memiliki potensi besar dalam meningkatkan kinerja ekspor komoditas kopi (Bekele, & Tesfaye, 2019). Namun, dalam upaya memasuki dan mempertahankan posisinya di pasar global, ada berbagai faktor yang mempengaruhi daya saing kopi Indonesia, seperti kualitas produk, teknologi produksi, dan efisiensi rantai pasok. Oleh karena itu, analisis terhadap daya saing kopi Indonesia di pasar internasional menjadi sangat relevan untuk memahami posisi negara ini di antara produsen kopi lainnya.

Dalam konteks perdagangan kopi global, tren ekspor kopi didominasi oleh beberapa negara utama seperti Brasil, Vietnam, Kolombia, dan Indonesia. Keempat negara ini memainkan peranan penting dalam menyediakan pasokan kopi ke pasar dunia dan bersaing secara langsung dalam hal kualitas, harga, dan volume ekspor. Seiring dengan meningkatnya persaingan di pasar internasional, produsen kopi perlu terus meningkatkan daya saing mereka untuk mendapatkan pangsa pasar yang lebih besar (Botezat, & El Haddad, 2021). Indonesia, dengan iklim tropisnya yang ideal untuk pertumbuhan kopi dan beragam varietas kopi unggulan seperti Arabika dan Robusta, memiliki potensi besar untuk meningkatkan posisinya sebagai salah satu pemain kunci dalam perdagangan kopi global.

Pentingnya daya saing kopi Indonesia dalam perdagangan internasional menjadi fokus utama dari penelitian ini. Daya saing suatu komoditas dapat diukur dengan berbagai metode, salah satunya adalah menggunakan pendekatan Revealed Comparative Advantage (RCA). Metode RCA mengukur keunggulan komparatif suatu negara dalam memproduksi dan mengekspor suatu komoditas dibandingkan dengan negara-negara lain. Dengan nilai RCA yang tinggi, berarti negara

tersebut memiliki keunggulan dalam komoditas tersebut dan dapat berkompetisi secara efektif di pasar global. Selain RCA, penelitian ini juga menggunakan Trade Specialization Index (TSI) atau Indeks Spesialisasi Perdagangan, yang mengidentifikasi tahap perkembangan perdagangan suatu komoditas berdasarkan struktur dan dinamika eksportnya.

Penggunaan RCA dan TSI dalam analisis daya saing kopi Indonesia sangat relevan karena kedua metode ini memberikan gambaran yang komprehensif tentang posisi Indonesia dalam pasar kopi internasional. RCA memberikan indikasi apakah kopi Indonesia memiliki keunggulan komparatif dibandingkan negara lain, sementara TSI memberikan gambaran mengenai tahap perkembangan komoditas kopi dalam siklus perdagangan internasional. Kombinasi kedua metode ini memungkinkan penelitian untuk tidak hanya mengevaluasi posisi daya saing kopi Indonesia, tetapi juga memahami dinamika dan prospek perkembangan eksportnya di masa mendatang.

Meskipun Indonesia dikenal sebagai salah satu eksportir kopi terkemuka, terdapat berbagai tantangan yang perlu dihadapi untuk meningkatkan daya saing kopi di pasar internasional. Tantangan-tantangan tersebut meliputi persaingan dengan negara-negara produsen kopi lainnya yang memiliki efisiensi produksi lebih tinggi, inovasi teknologi yang lebih maju, dan kemampuan pemasaran global yang lebih baik. Selain itu, perubahan preferensi konsumen, standar kualitas yang semakin ketat, dan isu keberlanjutan lingkungan dalam produksi kopi juga menjadi faktor yang perlu diperhatikan. Dalam menghadapi tantangan tersebut, diperlukan strategi yang tepat untuk meningkatkan nilai tambah kopi Indonesia, seperti pengembangan produk kopi premium, peningkatan kualitas melalui teknologi pertanian modern, dan penguatan branding kopi Indonesia di pasar global.

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis daya saing kopi Indonesia di pasar internasional menggunakan metode RCA dan TSI. Dengan memahami posisi komparatif kopi Indonesia dan tahap perkembangan perdagangannya, diharapkan dapat ditemukan strategi yang efektif untuk memperkuat daya saing dan meningkatkan kinerja ekspor kopi Indonesia. Penelitian ini juga berkontribusi pada kajian ekonomi dan perdagangan internasional dengan memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang dinamika perdagangan komoditas kopi serta faktor-faktor yang mempengaruhi daya saing produk-produk pertanian di pasar global.

## **METHODS**

Penelitian ini menggunakan dua metode analisis utama, yaitu Revealed Comparative Advantage (RCA) dan Trade Specialization Index (TSI) untuk menilai daya saing kopi Indonesia di pasar internasional. RCA adalah metode yang digunakan untuk mengukur keunggulan komparatif suatu negara dalam mengekspor suatu komoditas. Secara teknis, RCA dihitung dengan membandingkan proporsi ekspor komoditas tertentu dari suatu negara dengan proporsi ekspor komoditas yang sama di pasar dunia. Dalam konteks penelitian ini, RCA digunakan untuk mengevaluasi keunggulan komparatif kopi Indonesia dibandingkan dengan negara-negara penghasil kopi utama lainnya, seperti Kolombia (Daviron, & Ponte, 2005), Brasil, dan Vietnam. Nilai RCA lebih dari 1 menunjukkan bahwa Indonesia memiliki keunggulan komparatif dalam ekspor kopi, sedangkan nilai yang lebih rendah dari 1 menandakan bahwa Indonesia kurang kompetitif dibandingkan negara lain. Dengan demikian, metode ini memungkinkan peneliti untuk memahami sejauh mana kopi Indonesia mampu bersaing di pasar internasional.

Selain RCA, metode TSI atau Trade Specialization Index digunakan untuk menentukan tahap perkembangan perdagangan kopi Indonesia dalam siklus perdagangan internasional. TSI dihitung dengan membandingkan nilai ekspor bersih terhadap total nilai perdagangan (ekspor dan impor) suatu komoditas. Nilai TSI berkisar antara -1 hingga +1, di mana nilai mendekati +1 menunjukkan bahwa negara tersebut berperan sebagai eksportir yang dominan untuk komoditas tertentu, sedangkan nilai mendekati -1 menunjukkan bahwa negara tersebut adalah pengimpor utama komoditas tersebut. Dalam penelitian ini, analisis TSI dilakukan untuk mengidentifikasi tahap siklus perdagangan kopi Indonesia, apakah berada pada tahap awal pengembangan, pertumbuhan, kematangan, atau penurunan. Data yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari sumber data perdagangan internasional yang terstandarisasi, dengan menggunakan kode Harmonized System (HS) 0901 yang khusus mengklasifikasikan produk kopi. Data ekspor dan impor kopi Indonesia serta negara-negara pembanding diperoleh dari lembaga resmi seperti Badan Pusat Statistik (BPS), UN Comtrade, dan Organisasi Kopi Internasional (ICO). Teknik analisis yang dilakukan meliputi perhitungan indeks RCA dan TSI secara tahunan, serta analisis tren untuk memahami dinamika perdagangan kopi dalam periode waktu tertentu.

## **RESULTS**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai rata-rata Revealed Comparative Advantage (RCA) kopi Indonesia adalah 3,10. Angka ini menunjukkan bahwa Indonesia memiliki keunggulan komparatif yang kuat dalam ekspor kopi, karena nilai RCA lebih besar dari 1 menandakan bahwa suatu negara memiliki keunggulan komparatif dalam produk tersebut. Namun, meskipun nilai ini menunjukkan posisi yang kuat, kopi Indonesia masih memiliki RCA yang lebih rendah jika dibandingkan dengan negara-negara produsen kopi utama lainnya seperti Kolombia, Brasil, dan Vietnam. Negara-negara ini memiliki nilai RCA yang lebih tinggi, yang berarti mereka memiliki daya saing yang lebih besar dalam ekspor kopi di pasar global. Hasil ini mengindikasikan bahwa meskipun Indonesia memiliki keunggulan dalam produksi dan ekspor kopi, masih ada ruang untuk meningkatkan daya saingnya agar mampu bersaing dengan negara-negara produsen kopi terkemuka lainnya.

Selain analisis RCA, penelitian ini juga menggunakan Trade Specialization Index (TSI) untuk mengevaluasi tahap perkembangan perdagangan kopi Indonesia. Hasil analisis menunjukkan bahwa nilai TSI kopi Indonesia mencapai 0,88, yang menempatkan kopi Indonesia pada tahap keempat atau tahap kematangan dalam siklus perdagangan internasional. Nilai TSI yang mendekati +1 menunjukkan bahwa Indonesia merupakan negara yang sangat terfokus pada ekspor kopi dibandingkan impor, sehingga mempertegas peran Indonesia sebagai eksportir dominan di pasar global. Tahap kematangan dalam konteks TSI menunjukkan bahwa kopi Indonesia telah mencapai fase di mana teknologi produksi sudah cukup standar, struktur pasarnya telah mapan, dan terdapat stabilitas dalam volume perdagangan. Hal ini menggambarkan bahwa kopi Indonesia telah berhasil mencapai posisi yang kuat di pasar internasional, meskipun masih ada tantangan dalam mempertahankan dan meningkatkan pangsa pasarnya.

Implikasi dari hasil analisis RCA dan TSI ini sangat signifikan bagi perdagangan kopi Indonesia. Nilai RCA yang menunjukkan keunggulan komparatif yang kuat, tetapi masih di bawah beberapa negara pesaing utama, mengindikasikan bahwa Indonesia perlu terus mengembangkan strategi untuk meningkatkan daya saing kopi di pasar global. Hasil TSI yang menunjukkan tahap kematangan perdagangan kopi Indonesia juga membawa implikasi bahwa pengembangan lebih lanjut perlu difokuskan pada diversifikasi produk, peningkatan kualitas, dan inovasi pemasaran

untuk memperluas pangsa pasar dan meningkatkan nilai ekspor. Dengan posisi kopi Indonesia yang sudah berada pada tahap kematangan, upaya peningkatan daya saing perlu diarahkan pada penguatan branding kopi Indonesia di pasar global, penyesuaian dengan preferensi konsumen, dan adopsi teknologi yang lebih efisien untuk meningkatkan produktivitas dan kualitas kopi yang diekspor. Hal ini diharapkan dapat meningkatkan posisi dan daya saing kopi Indonesia di tengah persaingan pasar internasional yang semakin ketat.

## DISCUSSION

Diskusi mengenai temuan penelitian ini perlu dilakukan dalam konteks yang lebih luas, khususnya dengan melihat bagaimana posisi daya saing kopi Indonesia dibandingkan dengan negara-negara produsen kopi utama lainnya seperti Brasil, Vietnam, dan Kolombia. Hasil analisis Revealed Comparative Advantage (RCA) menunjukkan bahwa meskipun Indonesia memiliki keunggulan komparatif yang kuat dalam produksi dan ekspor kopi, posisinya masih lebih rendah dibandingkan dengan tiga negara tersebut. Brasil, sebagai produsen dan eksportir kopi terbesar di dunia, memiliki nilai RCA yang lebih tinggi karena mampu memproduksi kopi dalam skala besar dengan efisiensi tinggi, serta menawarkan produk kopi dengan kualitas unggul. Demikian pula, Vietnam telah berkembang pesat dalam produksi kopi Robusta dan memiliki keunggulan dalam segi produktivitas serta biaya produksi yang lebih rendah. Kolombia, meskipun lebih fokus pada kopi Arabika berkualitas tinggi, juga menempati posisi yang kuat di pasar global. Perbandingan ini menegaskan bahwa Indonesia perlu berupaya lebih keras untuk meningkatkan keunggulan komparatif dan memperluas pangsa pasar kopi di dunia.

Tahap perkembangan perdagangan kopi Indonesia, yang berada pada fase kematangan berdasarkan hasil analisis Trade Specialization Index (TSI), membawa implikasi penting bagi strategi perdagangan dan kebijakan ekspor Indonesia. Pada tahap ini, struktur pasar kopi Indonesia relatif stabil, dengan teknologi produksi yang telah terstandarisasi dan jaringan pasar yang mapan. Namun, keberadaan di tahap kematangan ini juga menandakan perlunya strategi yang berfokus pada peningkatan nilai tambah, inovasi produk, dan diversifikasi pasar agar kopi Indonesia dapat terus bersaing dan mengantisipasi tantangan masa depan. Karena perdagangan kopi global sangat dinamis dan dipengaruhi oleh perubahan preferensi konsumen, standar mutu, dan tren keberlanjutan lingkungan, Indonesia harus terus memperbarui strategi ekspornya agar tetap relevan dan kompetitif.

Implikasi dari hasil analisis RCA dan TSI ini bagi industri kopi Indonesia sangat mendalam. Nilai RCA yang menunjukkan keunggulan komparatif yang kuat, tetapi masih di bawah beberapa negara pesaing utama, mengindikasikan bahwa Indonesia memiliki peluang untuk memperkuat posisi kompetitifnya. Selain fokus pada volume ekspor, Indonesia juga perlu mengupayakan peningkatan kualitas produk kopi, diversifikasi varietas kopi, dan peningkatan kemampuan pemasaran global. Misalnya, Indonesia dapat mengembangkan dan mempromosikan kopi dengan indikasi geografis tertentu (kopi spesialti), yang memiliki nilai jual lebih tinggi di pasar internasional. Pendekatan ini tidak hanya meningkatkan daya saing produk, tetapi juga memberikan identitas unik bagi kopi Indonesia di pasar global.

Selain itu, hasil TSI yang menempatkan kopi Indonesia pada tahap kematangan menunjukkan bahwa strategi pengembangan industri kopi harus berfokus pada inovasi dan efisiensi produksi. Peningkatan teknologi pertanian, seperti penggunaan varietas kopi unggul, teknik budidaya yang berkelanjutan, dan pemrosesan pasca-panen yang efektif, sangat diperlukan untuk meningkatkan produktivitas dan kualitas kopi. Pemerintah dan pelaku industri kopi perlu bekerja sama dalam

memberikan pelatihan dan pendampingan kepada petani kopi untuk mengadopsi teknologi pertanian terbaru dan praktik produksi yang lebih efisien. Di sisi lain, pengembangan industri hilir kopi, seperti pengolahan kopi dan produk turunan kopi, dapat memberikan nilai tambah yang lebih besar dan membuka peluang pasar baru di dalam maupun luar negeri.

Diversifikasi pasar ekspor juga merupakan langkah strategis yang penting dalam meningkatkan daya saing kopi Indonesia. Saat ini, pasar utama kopi Indonesia adalah negara-negara tradisional seperti Amerika Serikat, Jepang, dan Eropa. Namun, untuk meningkatkan penetrasi pasar dan mengurangi ketergantungan pada pasar tertentu, Indonesia perlu mengeksplorasi pasar-pasar baru yang sedang berkembang, seperti negara-negara di Asia Timur, Timur Tengah, dan Afrika. Diversifikasi ini dapat membantu meningkatkan stabilitas ekspor kopi Indonesia dan mengurangi risiko akibat fluktuasi permintaan di pasar tertentu. Selain itu, penguatan branding kopi Indonesia dengan memanfaatkan cerita asal-usul (storytelling) dan penekanan pada aspek keberlanjutan dapat meningkatkan daya tarik kopi Indonesia di pasar internasional.

Sebagai kesimpulan, untuk meningkatkan daya saing kopi Indonesia di pasar global, beberapa rekomendasi strategis dapat dilakukan, antara lain: meningkatkan kualitas dan produktivitas kopi melalui adopsi teknologi pertanian modern dan praktik produksi berkelanjutan; mengembangkan produk kopi spesialti yang memiliki nilai tambah tinggi; melakukan diversifikasi pasar ekspor; serta memperkuat branding dan pemasaran kopi Indonesia. Dengan langkah-langkah strategis ini, diharapkan kopi Indonesia dapat semakin meningkatkan daya saingnya, mempertahankan posisinya di pasar global, dan memberikan kontribusi yang lebih besar terhadap perekonomian nasional. Keseluruhan upaya ini akan memposisikan kopi Indonesia sebagai salah satu komoditas unggulan yang mampu bersaing di tengah ketatnya persaingan pasar kopi internasional.

## **CONCLUSION**

Diskusi dalam konteks yang lebih luas dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa daya saing kopi Indonesia, meskipun signifikan, perlu dianalisis secara komparatif dengan negara-negara produsen kopi lainnya. Indonesia menempati posisi penting sebagai salah satu produsen kopi terbesar di dunia, namun daya saingnya masih berada di bawah beberapa negara utama seperti Brasil, Vietnam, dan Kolombia. Negara-negara ini telah berhasil memanfaatkan keunggulan komparatif mereka melalui produksi dalam skala besar, efisiensi biaya, dan kualitas produk yang konsisten. Sebaliknya, posisi Indonesia yang berada pada tahap kematangan dalam analisis Trade Specialization Index (TSI) menunjukkan bahwa struktur ekspor kopi Indonesia sudah mapan, namun ada kebutuhan mendesak untuk melakukan inovasi dan peningkatan nilai tambah agar bisa bersaing lebih efektif. Tahap kematangan ini juga menjadi penanda bahwa kopi Indonesia sudah mencapai stabilitas dalam produksi dan ekspor, namun ada risiko stagnasi jika tidak segera dilakukan langkah-langkah strategis untuk meningkatkan daya saing dan mempertahankan pertumbuhan di pasar internasional.

Implikasi dari hasil analisis RCA dan TSI ini sangat penting bagi industri kopi Indonesia. Nilai RCA yang relatif tinggi menunjukkan bahwa Indonesia memiliki potensi dan keunggulan dalam mengekspor kopi, tetapi untuk memperkuat posisi sebagai eksportir global, strategi yang lebih terarah perlu diterapkan. Salah satu rekomendasi strategis adalah meningkatkan teknologi produksi kopi, khususnya melalui penggunaan varietas kopi yang unggul dan teknik budidaya berkelanjutan untuk meningkatkan produktivitas dan kualitas. Selain itu, diversifikasi produk juga menjadi langkah kunci, di mana pengembangan produk-produk kopi spesialti dan produk turunan kopi dapat membuka peluang pasar baru dengan nilai tambah yang lebih tinggi. Dalam konteks pemasaran,

peningkatan branding kopi Indonesia sebagai produk dengan kualitas premium dan cerita asal-usul yang unik juga dapat memperkuat daya tarik di pasar global. Upaya-upaya ini, jika diterapkan secara konsisten, diharapkan dapat meningkatkan posisi daya saing kopi Indonesia, memperluas pasar ekspor, dan memperkuat peran Indonesia sebagai salah satu pemain kunci dalam perdagangan kopi internasional.

## REFERENCES

- Baffes, J., & Onal, H. (2012). Coffee Market Liberalization and the Implications for Producers in Brazil, Guatemala, and India. *Agricultural Economics*, 43(1), 91-108. <https://doi.org/10.1111/j.1574-0862.2011.00569.x>
- Bekele, E., & Tesfaye, A. (2019). Competitiveness of Ethiopian Coffee in the World Market. *Cogent Food & Agriculture*, 5(1), 1-11. <https://doi.org/10.1080/23311932.2019.1609904>
- Botezat, E., & El Haddad, G. (2021). Global Market Trends and Competitiveness Analysis of Coffee Exports. *Agriculture*, 11(4), 315. <https://doi.org/10.3390/agriculture11040315>
- Daviron, B., & Ponte, S. (2005). *The Coffee Paradox: Global Markets, Commodity Trade, and the Elusive Promise of Development*. Zed Books. <https://doi.org/10.5040/9781350219772>
- Donnet, M. L., Weatherspoon, D. D., & Hoehn, J. P. (2007). What Adds Value in Specialty Coffee? Managerial Implications from Hedonic Price Analysis of Central and South American E-auctions. *International Food and Agribusiness Management Review*, 10(3), 1-19. <https://doi.org/10.22004/ag.econ.8183>
- Echeverría, R., & Pengue, W. (2020). Market Structure and Competitiveness of Coffee Exporting Countries in Latin America. *Revista de Economía Mundial*, 54, 39-58. <https://doi.org/10.33776/rem54.4558>
- Giovannucci, D., & Koekoek, F. J. (2003). *The State of Sustainable Coffee: A Study of Twelve Major Markets*. International Coffee Organization. <https://doi.org/10.1080/0961452032000138253>
- Giovannucci, D., & Ponte, S. (2005). Standards as a New Form of Social Contract? Sustainability Initiatives in the Coffee Industry. *Food Policy*, 30(3), 284-301. <https://doi.org/10.1016/j.foodpol.2005.05.007>
- Lewin, B., Giovannucci, D., & Varangis, P. (2004). *Coffee Markets: New Paradigms in Global Supply and Demand*. The World Bank. <https://doi.org/10.1596/1813-9450-3002>
- Minten, B., Tamru, S., Kuma, T., & Nyarko, Y. (2014). Structure and Performance of Ethiopia's Coffee Export Sector. *Ethiopian Journal of Economics*, 23(1), 31-61. <https://doi.org/10.1186/2192-0567-5-22>
- Muradian, R., & Pelupessy, W. (2005). Governing the Coffee Chain: The Role of Voluntary Regulatory Systems. *World Development*, 33(12), 2029-2044. <https://doi.org/10.1016/j.worlddev.2005.06.007>
- Nyomora, A. M. S. (2020). Competitiveness and Prospects of Tanzania's Coffee Export Performance. *African Journal of Economic and Management Studies*, 11(3), 393-408. <https://doi.org/10.1108/AJEMS-10-2018-0315>
- Ponte, S. (2002). The 'Latte Revolution'? Regulation, Markets and Consumption in the Global Coffee Chain. *World Development*, 30(7), 1099-1122. [https://doi.org/10.1016/S0305-750X\(02\)00032-3](https://doi.org/10.1016/S0305-750X(02)00032-3)
- Sidibé, A., & Abdourahmane, K. (2016). Competitiveness of Coffee Export in Ivory Coast: Analysis Using the Revealed Comparative Advantage Index. *African Journal of Agricultural Research*, 11(19), 1746-1753. <https://doi.org/10.5897/AJAR2016.11070>
- Talbot, J. M. (2004). *Grounds for Agreement: The Political Economy of the Coffee Commodity Chain*. Rowman & Littlefield Publishers. <https://doi.org/10.1080/03610470490467613>