MeA
(Media Agribisnis)

Jurnal MeA (Media Agribisnis), 11(2), Oktober 2026, pp.149-158
Media Komunikasi Hasil Penelitian Bidang Ilmu Agribisnis
ISSN 2548-7027 (Print) | ISSN 2541-6898 (Online) | DOI 10.33087/mea.v11i2.428
Publisher by : Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Batanghari

Daya Saing Produk Kopi Olahan Indonesia di Pasar Malaysia

***Mohamad Rifa'i, Sri Widayanti, dan Noor Rizkiyah**
Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur, Surabaya, Indonesia
*e-mail korespondensi : sriwidayanti@upnjatim.ac.id

Abstract. *Indonesia is one of the world's largest coffee producers; however, the export competitiveness of Indonesian processed coffee beans in international markets still needs to be improved, particularly in the Malaysian market as a strategic trading partner within the ASEAN region. This study aims to: (1) analyze the level and development of the export competitiveness of Indonesia's processed coffee beans in the Malaysian market during the 2013–2024 period; (2) analyze and compare the export competitiveness of Indonesia's processed coffee beans with those of its main competitors in the Malaysian market[a2.1]. This study uses secondary data from UN Comtrade, the World Bank, BPS, ICO, and FAO for the period 2013–2024. The analytical methods used include Revealed Comparative Advantage (RCA) and Export Product Dynamics (EPD). The RCA analysis results show that all RCA values for Indonesian processed coffee (HS 090121) are below one, with an average of 0.0712, indicating weak comparative competitiveness. The EPD analysis places Indonesia in the "Retreat" category, while Singapore is in the "Rising Star" category in the Malaysian processed coffee market. These results imply the need to accelerate the development of the national coffee industry's downstream sector, improve product quality, and strengthen strategies to penetrate the Malaysian market with Indonesian processed coffee exports.*

Keywords : *Competitiveness; EPD; Processed Coffee Exports; RCA.*

Abstrak. Indonesia merupakan salah satu produsen kopi terbesar di dunia, namun daya saing ekspor kopi olahannya di pasar internasional masih perlu ditingkatkan, khususnya di pasar Malaysia sebagai mitra dagang strategis di kawasan ASEAN. Penelitian ini bertujuan untuk: (1) menganalisis tingkat dan perkembangan daya saing ekspor olahan biji kopi Indonesia di pasar Malaysia periode 2013–2024; (2) menganalisis dan membandingkan posisi daya saing ekspor olahan biji kopi Indonesia dengan negara pesaing utama di pasar Malaysia. Penelitian menggunakan data sekunder dari UN Comtrade, World Bank, BPS, ICO, dan FAO periode 2013–2024. Metode analisis yang digunakan meliputi Revealed Comparative Advantage (RCA), Export Product Dynamic (EPD). Hasil analisis RCA menunjukkan bahwa seluruh nilai RCA kopi olahan Indonesia (HS 090121) berada di bawah satu dengan rata-rata 0,0712, mengindikasikan lemahnya daya saing komparatif. Analisis EPD menempatkan Indonesia pada posisi Retreat, sementara Singapura berada pada posisi Rising Star di pasar kopi olahan Malaysia. Hasil ini mengimplikasikan perlunya akselerasi hilirisasi industri kopi nasional, peningkatan kualitas produk, dan penguatan strategi penetrasi pasar ekspor kopi olahan Indonesia ke Malaysia.

Kata kunci : Daya Saing; EPD; Ekspor Kopi Olahan; RCA.

PENDAHULUAN

Indonesia dikenal sebagai negara agraris dengan sektor pertanian yang berperan penting sebagai salah satu penopang utama perekonomian nasional. Sektor ini memberikan kontribusi yang besar terhadap pembentukan Produk Domestik Bruto (PDB), penyediaan lapangan pekerjaan, serta perolehan devisa negara. Kegiatan pertanian di Indonesia terdiri atas lima subsektor utama, yaitu tanaman pangan, hortikultura, perkebunan, peternakan, dan perikanan, yang masing-masing memiliki tingkat kontribusi yang berbeda terhadap perekonomian nasional. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2024, sektor pertanian menempati urutan ketiga sebagai penyumbang terbesar PDB Indonesia setelah sektor industri pengolahan serta perdagangan besar dan eceran. Nilai kontribusinya tercatat sebesar Rp1.464,33 miliar terhadap PDB atas dasar harga berlaku tahun 2010 menurut lapangan usaha. Capaian tersebut menunjukkan bahwa sektor pertanian masih memegang peranan strategis sebagai fondasi perekonomian Indonesia, meskipun proses industrialisasi terus berkembang dengan pesat. (Nabiha, el al., 2026)

Berbagai subsektor pertanian, salah satunya yaitu tanaman perkebunan yang memiliki PDB tertinggi di antara subsektor pertanian lainnya dengan menyumbang sebanyak Rp. 442 milyar pada periode 2024, disertai laju pertumbuhan positif yang konsisten dari tahun ke tahun. Kinerja subsektor perkebunan tersebut didukung oleh tingginya permintaan pasar global terhadap berbagai komoditas unggulan Indonesia, seperti kelapa sawit, karet, kakao, dan kopi, yang selama ini menjadi komoditas strategis dalam perdagangan internasional.Dalam konteks ini, komoditas kopi mendapatkan perhatian khusus mengingat posisinya sebagai salah satu produk unggulan dengan prospek cerah dalam perdagangan internasional (Fitri amalia, 2022)

Kopi merupakan salah satu komoditas pertanian yang memiliki nilai ekonomi tinggi dan diperdagangkan secara luas di pasar internasional. Secara global, kopi menempati urutan kedua sebagai minuman yang paling banyak dikonsumsi setelah air putih. Selain itu, di antara berbagai komoditas tropis, kopi termasuk salah satu komoditas yang paling aktif diperdagangkan dan menempati posisi penting setelah minyak sawit dalam perdagangan

dunia.Berdasarkan laporan International Coffee Organization (ICO, 2023), total produksi kopi global periode 2022/2023 mencapai 168,20 juta karung dengan satuan 60 kg, di mana lima produsen teratas yaitu Brasil, Vietnam, Indonesia, Kolombia, dan Ethiopia menyumbang 74,39% dari total produksi global. Dinamika perdagangan kopi global tidak hanya ditentukan oleh faktor produksi dan konsumsi, tetapi juga oleh kompleksitas kebijakan perdagangan internasional, fluktuasi nilai tukar, serta perubahan preferensi konsumen yang kini lebih menekankan pada kualitas dan keberlanjutan produk.

Tabel 1. 10 Negara Penghasil Kopi di Dunia (Periode 2022/2023)

No.	Negara	Produksi (juta karung)	% Produksi Global
1	Brazil	65.49	38.94
2	Vietnam	29.30	17.36
3	Indonesia	12.00	7.13
4	Kolombia	10.70	6.36
5	Ethiopia	7.73	4.60
6	India	5.90	3.51
7	Honduras	5.70	3.39
8	Uganda	5.60	3.33
9	Mexico	4.09	2.43
10	Peru	3.90	2.32
	Total	168.20	89.37

Sumber : UN Comtarade (2025)

Indonesia menempati posisi ketiga sebagai produsen kopi terbesar di dunia dengan total produksi 12 juta kantong pada periode 2022/2023, setelah Brasil (65,49 juta kantong) dan Vietnam (29,30 juta kantong). Keunggulan produksi ini didukung oleh keberagaman jenis kopi yang dihasilkan Indonesia seperti Arabika dan Robusta dari berbagai daerah seperti Aceh, Sumatera, Jawa, Sulawesi, dan Papua, yang masing-masing memiliki karakteristik cita rasa tersendiri. Volume ekspor kopi nasional pada tahun 2023 mencapai 276,28 ribu ton senilai US$915,91 juta, kemudian melonjak 76,33% pada 2024 menjadi US$1,638 miliar, mencerminkan tren positif yang menggembirakan (BPS, 2025). Peningkatan kinerja ekspor tersebut didorong oleh permintaan global yang kuat serta upaya pemerintah dalam mendorong hilirisasi dan pengembangan industri pengolahan kopi nasional (Kartiko, 2025).

Malaysia merupakan salah satu negara tujuan ekspor strategis yang konsisten bagi kopi olahan Indonesia di kawasan ASEAN. Malaysia dipilih sebagai fokus penelitian karena beberapa alasan strategis: pertama, Malaysia merupakan salah satu pasar potensial di ASEAN dengan pertumbuhan konsumsi kopi yang stabil dan proyeksi peningkatan pasar kopi yang signifikan; kedua, kedekatan geografis antara Indonesia dan Malaysia memberikan keunggulan komparatif dalam perdagangan bilateral; dan ketiga, kerja sama ASEAN *Free Trade Area* (AFTA) melalui ASEAN *Trade in Goods Agreement* (ATIGA) memberikan peluang strategis berupa eliminasi tarif yang menguntungkan perdagangan kopi olahan Indonesia ke Malaysia. Malaysia merupakan salah satu pasar yang potensial bagi ekspor kopi Indonesia. Pertumbuhan jumlah penduduk yang berlangsung secara konsisten menjadi salah satu faktor yang mendorong peningkatan permintaan terhadap berbagai produk konsumsi, termasuk kopi. Data menunjukkan bahwa jumlah penduduk Malaysia meningkat dari 8,16 juta jiwa pada tahun 1960 menjadi 33,94 juta jiwa pada tahun 2022. Peningkatan populasi tersebut berimplikasi pada bertambahnya kebutuhan konsumsi masyarakat, sehingga membuka peluang yang semakin besar bagi pengembangan ekspor kopi Indonesia ke pasar Malaysia.(Arifin, J., & Darmawan, 2024)

Pada tahun 2024, Indonesia menempati posisi pertama sebagai supplier kopi olahan terbesar ke Malaysia dengan nilai impor USD 8.131.093 dan kuantitas 2.390.940 kg, melampaui Singapura (USD 7.345.137), Italia (USD 4.955.055), Swiss (USD 4.204.013), dan Australia (USD 1.194.370). Meskipun mendominasi dari sisi kuantitas, kesenjangan nilai per unit yang sangat signifikan antara Indonesia dengan Singapura dan negara-negara Eropa mengindikasikan adanya permasalahan struktural dalam daya saing kopi olahan Indonesia. Ketimpangan ini mencerminkan bahwa kopi olahan Indonesia lebih banyak diserap oleh segmen pasar menengah yang mengutamakan volume dan keterjangkauan harga, bukan segmen premium yang memberikan nilai tambah lebih besar. Data tersebut menunjukkan perlunya evaluasi mendalam terhadap strategi penetrasi pasar dan peningkatan nilai tambah produk kopi olahan Indonesia (Comtrade, 2026).

Tabel 2. Negara Supplier Kopi Olahan ke Malaysia Tahun 2024

No.	Negara	Nilai Impor (USD Juta)	Kuantitas (Kg)
1	Indonesia	8,131,093	2,390,940
2	Singapore	7,345,137	524,833
3	Italy	4,955,055	141,725
4	Switzerland	4,204,013	288,032
5	Australia	1,194,370	103,766
Total Impor		25,829,668	3,449,296

Sumber : UN Comtarade (2025)

Kinerja ekspor kopi Indonesia secara keseluruhan menunjukkan tren yang positif dan terus meningkat dari tahun ke tahun. BPS mencatat bahwa ekspor komoditas kopi Indonesia pada tahun 2024 meningkat sebesar 76,33 persen dibandingkan tahun 2023, dengan nilai ekspor tercatat sebesar US$1,638 miliar (Pavita G.D., 2025). Peningkatan kinerja ekspor tersebut didorong oleh permintaan global yang kuat serta upaya pemerintah dalam mendorong hilirisasi dan pengembangan industri pengolahan kopi nasional. Nilai ekspor olahan kopi Indonesia ke Malaysia pada tahun 2024 tercatat sebesar US$61,9 juta, menjadikan Malaysia sebagai negara tujuan ekspor olahan kopi terbesar kedua setelah Filipina. Pada periode 2020–2024, tren ekspor kopi Indonesia masih mengalami peningkatan rata-rata sebesar 11,80 persen per tahun, yang mengindikasikan bahwa sektor kopi memiliki ketahanan yang baik dan berkontribusi positif terhadap neraca perdagangan nasional (Kementerian Perdagangan RI (Kemendag)., 2025)

Malaysia merupakan negara yang secara konsisten mengimpor kopi olahan arabika karena preferensi masyarakatnya yang cenderung menyukai cita rasa khas kopi arabika. Kopi arabika dikenal memiliki karakter rasa yang lebih kompleks dengan tingkat keasaman segar (*fruity/citrus*), aroma yang harum, serta rasa yang tidak terlalu pahit dibandingkan kopi robusta. Selain itu, kandungan gula dan lemak yang lebih tinggi pada arabika memberikan sensasi rasa yang lebih lembut dan manis alami. Kondisi tersebut menjadikan permintaan terhadap kopi arabika olahan di Malaysia terus meningkat dari waktu ke waktu. Dalam konteks ini, Indonesia menjadi salah satu pemasok kopi olahan ke Malaysia karena memiliki beragam jenis kopi arabika dengan karakteristik unik dari setiap daerah penghasilnya. Namun demikian, Indonesia masih belum sepenuhnya mampu memenuhi permintaan pasar Malaysia, khususnya pada segmen kopi olahan premium, sehingga hal tersebut menjadi tantangan strategis yang perlu diatasi dalam upaya meningkatkan daya saing ekspor kopi olahan Indonesia (Aziz, *et al*.,2026)

Tantangan tersebut tidak terlepas dari permasalahan mendasar dalam struktur ekspor kopi Indonesia yang masih didominasi oleh ekspor biji kopi mentah. Hingga saat ini, lebih dari 80% total ekspor kopi Indonesia masih berupa green bean atau kopi mentah. Kondisi ini menyebabkan nilai tambah dari proses pengolahan kopi lebih banyak dinikmati oleh negara importir maupun negara re-eksportir, termasuk Malaysia, yang kemudian mengolah kembali kopi tersebut menjadi produk bernilai jual lebih tinggi. Akibatnya, Indonesia belum mampu memaksimalkan potensi keuntungan dari industri kopi olahan. Di sisi lain, transformasi industri kopi global saat ini juga menunjukkan adanya pergeseran tren perdagangan dari ekspor bahan mentah menuju produk kopi olahan yang memiliki nilai tambah lebih tinggi. Pergeseran tersebut sejalan dengan upaya diversifikasi ekspor dan peningkatan margin keuntungan bagi negara produsen kopi, sehingga peningkatan daya saing kopi olahan Indonesia menjadi semakin penting untuk dilakukan (Daniel *et al.*, 2025).

Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini bertujuan untuk: (1) menganalisis tingkat dan perkembangan daya saing ekspor kopi olahan Indonesia (HS 090121) di pasar Malaysia periode 2013–2024 menggunakan metode Revealed Comparative Advantage (RCA); dan (2) menganalisis serta membandingkan posisi dan dinamika daya saing ekspor kopi olahan Indonesia dengan empat negara pesaing utama pemasok kopi olahan ke Malaysia seperti Singapura, Italia, Switzerland, dan Australia, menggunakan metode Export Product Dynamics (EPD). Kedua tujuan tersebut dijawab melalui dua metode analisis yang bersifat deskriptif-komparatif, sehingga penelitian ini tidak mencakup analisis faktor-faktor determinan volume ekspor, karena RCA dan EPD tidak dirancang untuk mengidentifikasi hubungan sebab-akibat antarvariabel.

Untuk mencapai tujuan tersebut, penelitian ini menggunakan pendekatan yang bersifat integratif melalui tiga metode analisis yang saling melengkapi. Pertama, metode *Revealed Comparative Advantage* (RCA) digunakan untuk mengukur tingkat serta perkembangan keunggulan komparatif kopi olahan Indonesia di pasar Malaysia. Kedua, metode *Export Product Dynamic* (EPD) diterapkan untuk menganalisis posisi daya saing Indonesia serta memetakan dinamika kinerja ekspornya dibandingkan dengan negara-negara pesaing utama.

.

METODE PENELITIAN

Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini menerapkan metode purposive dalam menentukan lokasi penelitian, dengan memusatkan perhatian pada kajian ekspor kopi olahan Indonesia ke Malaysia. Indonesia dipilih sebagai negara eksportir karena merupakan salah satu produsen kopi terbesar di dunia dengan kapasitas produksi yang besar dan potensi ekspor yang

signifikan. Malaysia dipilih sebagai negara tujuan ekspor karena merupakan pasar potensial di kawasan ASEAN dengan pertumbuhan konsumsi kopi yang stabil, kedekatan geografis yang memberikan keunggulan logistik, serta keanggotaan bersama dalam ASEAN Free Trade Area (AFTA) yang memudahkan arus perdagangan bilateral. Data dikumpulkan pada periode Februari hingga April 2026 menggunakan data time series tahunan dari 2013 hingga 2024, sehingga diperoleh 12 observasi tahunan (Sugiyono, 2023)

Metode Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data sekunder berbentuk deret waktu (time series) selama periode 2013–2024, yang diperoleh melalui metode pengumpulan data dokumentasi. Data sekunder diperoleh dari berbagai sumber resmi dan terpercaya: UN Comtrade Database untuk data volume dan nilai ekspor kopi olahan (HS Code 090121: Roasted coffee, not decaffeinated) Indonesia ke Malaysia beserta data ekspor dunia; Badan Pusat Statistik (BPS) Indonesia untuk data produksi kopi nasional, konsumsi kopi domestik, dan nilai tukar rupiah terhadap dolar AS; serta International Coffee Organization (ICO) untuk data harga ekspor kopi internasional.

Selain dari sumber-sumber tersebut, data juga diperoleh dari World Bank untuk data Produk Domestik Bruto (PDB) Malaysia dan data jarak ekonomi Indonesia–Malaysia; World Integrated Trade Solution (WITS) untuk data perdagangan internasional, tarif, dan kebijakan perdagangan antarnegara; serta Food and Agriculture Organization (FAO) untuk data produksi kopi global. Data pendukung juga diperoleh dari jurnal ilmiah, artikel penelitian, buku referensi, laporan organisasi internasional terkait, serta hasil studi dari penelitian-penelitian sebelumnya yang relevan dengan topik penelitian. Penggunaan berbagai sumber data ini dilakukan untuk memastikan informasi yang digunakan akurat dan dapat dipercaya, serta untuk menghasilkan analisis yang komprehensif dan valid (Arikunto, 2013)

Metode Analisis Data

Penelitian ini menggunakan dua metode analisis utama untuk menjawab rumusan masalah yang telah ditetapkan yaitu:

Revealed Comparative Advantage (RCA)

Revealed Comparative Advantage (RCA) merupakan salah satu metode analisis data yang digunakan untuk mengukur keunggulan komparatif suatu negara dalam memproduksi komoditas tertentu. Pendekatan ini berakar dari pemikiran David Ricardo, yang menyatakan bahwa perdagangan antarnegara akan memberikan manfaat bagi kedua belah pihak apabila masing-masing negara memusatkan produksinya pada barang yang menjadi keunggulan komparatifnya saat berada dalam kondisi autarki, yakni kondisi tanpa adanya aktivitas perdagangan.

Menganalisis keunggulan komparatif yang dimiliki suatu negara, salah satu metode yang sering digunakan adalah Revealed Comparative Advantage (RCA). Melalui metode ini, keunggulan suatu komoditas dievaluasi dengan melihat kinerja ekspor komoditas tersebut pada suatu negara, kemudian membandingkannya dengan pangsa ekspor komoditas yang sama di pasar internasional. Pendekatan RCA memungkinkan peneliti mengidentifikasi peran suatu komoditas dalam total ekspor suatu negara serta menentukan apakah negara tersebut memiliki keunggulan komparatif dalam komoditas tersebut (Daniel *et al.*, 2025)

Konsep RCA pertama kali dikemukakan oleh Balassa pada tahun 1965, yang menyatakan bahwa keunggulan komparatif suatu negara dapat tercermin atau "terbuka" melalui karakteristik pola ekspornya. Artinya, indikator RCA berfungsi untuk mengidentifikasi apakah suatu negara secara nyata memiliki keunggulan komparatif pada komoditas tertentu, dengan mengacu pada data ekspor riil yang tercatat. Secara teknis, RCA dihitung dengan membandingkan proporsi nilai ekspor suatu komoditas dari negara tersebut terhadap total ekspornya, dengan proporsi nilai ekspor komoditas yang sama di pasar global terhadap total ekspor dunia. Melalui perbandingan ini, dapat diketahui apakah suatu negara memiliki posisi yang relatif kuat dalam mengekspor produk tertentu dibandingkan dengan rata-rata dunia (Novariani, 2021).

Dalam penelitian ini, RCA digunakan untuk menganalisis tujuan pertama yaitu tingkat daya saing kopi olahan Indonesia di pasar Malaysia selama periode 2013-2024. Revealed Comparative Advantage (RCA) secara umum dirumuskan sebagai berikut :

$$\mathbf{RCA = (Xij / Xj) / (Xiw / Xw)}$$

Dimana:
Xij = Nilai ekspor komoditi oleh negara j (US$);
Xj = Nilai ekspor total negara j (US$);
Xiw = Nilai ekspor total dunia komoditas i (US$);
Xw = Nilai ekspor total dunia (US$);.
RCA > 1 mengindikasikan keunggulan komparatif di atas rata-rata dunia; RCA < 1 menunjukkan daya saing lemah.

Export Product Dynamic (EPD)

Export Product Dynamics (EPD) berperan sebagai salah satu indikator daya saing yang menganalisis posisi pasar suatu negara pada destinasi ekspor tertentu. Metode ini digunakan untuk menilai sejauh mana suatu produk mengalami dinamika atau perubahan di pasar tujuan (Munfarida, *et al*., 2025)

Dalam penelitian ini, EPD digunakan untuk menganalisis tujuan kedua yaitu untuk menganalisis dan membandingkan posisi serta dinamika daya saing ekspor olahan biji kopi Indonesia dengan negara pesaing utama Indonesia di pasar Malaysia, seperti Singapura, Australia, Italia, dan Switzerland

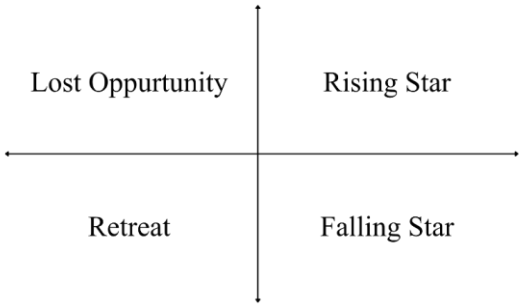
Tingkat daya tarik pasar dapat dilihat dari laju pertumbuhan permintaan atas suatu produk pada pasar tujuan, sedangkan kekuatan bisnis dinilai dari sejauh mana suatu negara mampu meningkatkan pangsa pasarnya (market share) di pasar tersebut. Berdasarkan kedua dimensi ini, disusunlah matriks Posisi Daya Saing menggunakan metode Export Product Dynamics (EPD), sebagaimana ditampilkan berikut ini.

Tabel 3. Posisi Daya Saing EPD

Share of Country's Export in World Trade	**Share of Product in World Trade**	
	Rising (Dynamic)	Falling (Stagnant)
Rising (Competitive)	Rising Star	Lost Opportunity
Falling (Non-competitive)	Lost Opportunity	Retreat
Falling (Non-competitive)	Lost Opportunity	Retreat

Tabel 3. memaparkan empat komposisi pangsa pasar berdasarkan matriks EPD. Kuadran I (Rising Star) merepresentasikan posisi pasar ideal, di mana produk suatu negara mengalami pertumbuhan pangsa pasar yang kuat (fast-growing products) di kancah internasional. Kuadran II (Lost Opportunity) menggambarkan situasi terjadinya penurunan pangsa pasar dalam kondisi persaingan yang kompetitif. Kuadran III (Falling Star) mencerminkan kondisi di mana pangsa pasar ekspor suatu produk meningkat, namun pertumbuhan tersebut tidak terjadi pada segmen produk yang dinamis. Sementara itu, Kuadran IV (Retreat) menunjukkan keadaan di mana produk sudah tidak lagi diminati oleh pasar (Sari, *et al*., 2026)

Kombinasi sumbu X dan sumbu Y menghasilkan empat posisi daya saing, yaitu Rising Star, Falling Star, Lost Opportunity, dan Retreat.



Gambar 1. Matriks Posisi Daya Saing Analisis EPD

Metode Export Product Dynamic (EPD) digunakan untuk mengidentifikasi posisi daya saing serta dinamika pertumbuhan suatu produk, sehingga dapat diketahui apakah produk tersebut memiliki daya saing yang kompetitif atau tidak. Perhitungan EPD dilakukan dengan menempatkan pertumbuhan pangsa pasar ekspor suatu negara pada sumbu X, dan pertumbuhan pangsa pasar produk tersebut di pasar tujuan pada sumbu Y.(Christ and Baskara, 2025)

Sumbu X, pertumbuhan pangsa pasar ekspor atau kekuatan bisnis:

$$\frac{\sum_{t=1}^{T}\left(\frac{X_{ij}}{W_{ij}}\right)_t \times 100\% \; - \; \sum_{t=1}^{T}\left(\frac{X_{ij}}{W_{ij}}\right)_{t-1} \times 100\%}{T}$$

Sumbu Y, pertumbuhan pangsa pasar produk/daya tarik pasar:

$$\frac{\sum_{t=1}^{T}\left(\frac{X_t}{W_t}\right)_t \times 100\% \; - \; \sum_{t=1}^{T}\left(\frac{X_t}{W_t}\right)_{t-1} \times 100\%}{T}$$

Dimana:
Xij : Nilai ekspor kopi olahan Indonesia (i) ke Malaysia (j)
Xt : Nilai total ekspor Indonesia (i) ke Malaysia (n = semua produk)
Wij : Nilai ekspor biji kopi olahan seluruh negara ke pasar Malaysia
Wt : Nilai total ekspor seluruh komoditas dari seluruh negara ke pasar Malaysia
T : Jumlah tahun yang dianalisis
t : Tahun ke – t
t-1 : Tahun sebelumnya

Kedua metode tersebut dipilih karena memiliki landasan teoritis yang kuat dan telah banyak digunakan dalam penelitian-penelitian perdagangan internasional sebelumnya, sehingga diharapkan dapat memberikan hasil analisis yang komprehensif dan akurat mengenai dinamika ekspor kopi olahan Indonesia ke Malaysia.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perkambangan Ekspor Kopi Olahan Indonesia

Indonesia merupakan salah satu negara produsen kopi terbesar di dunia, namun perkembangan industri kopi olahannya masih terus berproses untuk mencapai potensi optimalnya. Kopi olahan mencakup berbagai produk turunan dari biji kopi, mulai dari kopi sangrai (roasted coffee), kopi instan, ekstrak kopi, esens, serta konsentrat kopi yang memiliki nilai tambah jauh lebih tinggi dibandingkan ekspor biji kopi mentah. Berdasarkan Peraturan Menteri Perdagangan No. 10/M-DAG/PER/5/2011, ekspor kopi Indonesia diatur dalam dua kelompok besar, yaitu kategori biji kopi dan kategori produk olahan kopi.

Nilai ekspor produk olahan kopi Indonesia menunjukkan tren peningkatan yang lebih stabil dibandingkan ekspor biji kopi mentah, karena produk olahan memiliki nilai jual yang lebih tinggi dan permintaan pasar yang lebih konsisten, sejalan dengan hipotesis Prebisch-Singer yang menyatakan bahwa nilai tukar perdagangan untuk ekspor barang primer akan cenderung menurun dalam jangka panjang. Oleh karena itu, pengembangan industri kopi olahan menjadi prioritas strategis bagi Indonesia untuk meningkatkan devisa negara sekaligus memperkuat posisi daya saing di pasar internasional (Shadewi, *et al*., 2026)

Perkembangan ekspor kopi olahan Indonesia selama periode 2013–2024 menunjukkan tren yang cenderung meningkat meskipun mengalami fluktuasi setiap tahunnya. Nilai ekspor kopi olahan Indonesia pada tahun 2024 mencapai USD 647,8 juta, lebih tinggi dibandingkan tahun 2013 sebesar USD 358,22 juta. Peningkatan tersebut dipengaruhi oleh meningkatnya permintaan kopi olahan di pasar internasional, khususnya negara-negara ASEAN seperti Malaysia. Malaysia menjadi salah satu pasar utama kopi olahan Indonesia karena kedekatan geografis serta tingginya konsumsi kopi masyarakat (Permono, *et al*., 2026).

Tabel 4. Perkembangan Nilai Ekspor Kopi dan Olahan Kopi Indonesia Periode 2013–2024.

Tahun	Nilai Ekspor Kopi Total (Juta USD)	Pertumbuhan (%)	Nilai Ekspor Olahan Kopi (Juta USD)	Negara Tujuan Utama Olahan Kopi
2013	1.037,32	-	358,22	Filipina, AS, Jerman
2017	1.186,60	+17,65%	442,30	Filipina, AS, Jerman, Malaysia
2020	842,52	-4,61%	501,20	Filipina, AS, Malaysia
2022	1.140,00	+35,32%	571,48	AS, Mesir, Jerman, Malaysia
2024	2.640,00	+122,78%	647,80	Filipina, AS, Mesir, Malaysia

Sumber : UN Comtrade (Di olah, 2026)

Analisis Daya Saing Kopi Olahan Indonesia

Untuk menganalisis tingkat daya saing kopi olahan Indonesia dengan kode HS 090121 di pasar Malaysia, digunakan metode Revealed Comparative Advantage (RCA) yang diperkenalkan oleh Balassa pada tahun 1965. Metode ini bekerja dengan cara membandingkan kontribusi nilai ekspor suatu komoditas terhadap total ekspor suatu negara, dengan kontribusi nilai ekspor komoditas yang sama terhadap total ekspor dunia.(Kartiko, 2025)

Dijelaskan bahwa pendekatan RCA tepat digunakan untuk mengukur keunggulan komparatif suatu produk ekspor karena dapat menggambarkan pola perdagangan yang sesungguhnya terjadi pada suatu negara. Apabila nilai RCA berada di atas angka 1, hal ini menunjukkan adanya keunggulan komparatif yang kuat, sebaliknya jika nilai RCA berada di bawah angka 1, maka mengindikasikan lemahnya daya saing negara tersebut di pasar internasional.Analisis RCA yang ada di penelitian ini digunakan untuk menganalisis nilai komparatif 5 negara yang di teliti di pasar internasional.

Variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri atas Nilai ekspor komoditas kopi olahan (i) dari Indonesia (j) ke Malaysia (Xij), Nilai total ekspor Indonesia (j) ke Malaysia (Xit), Nilai ekspor komoditas kopi olahan (i) dunia (w) ke Malaysia (Xwj), Nilai total ekspor dunia (w) ke Malaysia (Xwt). Periode pengamatan dalam penelitian ini mencakup rentang tahun 2013 sampai dengan 2024, dengan rincian hasil perhitungan ditampilkan secara lengkap pada Tabel 5 berikut. :

Tabel 5. Hasil Analisis RCA Kopi Olahan Indonesia ke Malaysia (HS 090121) Periode 2013–2024

Tahun	Xij (USD)	Xit (USD)	Xwj (USD)	Xwt (USD)	RCA
2013	7.500.703	182.551.754.383	8.740.183.624	18.570.244.975.632	0,0873
2015	7.851.086	150.366.281.305	9.150.599.997	16.148.218.293.460	0,0921
2017	11.243.441	168.827.554.042	10.223.968.559	17.308.194.989.085	0,1127
2019	9.136.075	167.682.995.133	10.483.249.507	18.453.380.885.066	0,0959
2021	6.584.246	231.710.098.525	12.865.570.452	21.654.053.312.786	0,0048
2023	11.797.039	259.527.724.116	14.504.909.333	26.038.323.241.644	0,0083
2024	13.631.907	266.321.970.606	15.064.941.643	24.194.901.464.634	0,0822
Rata-rata	**-**	**-**	**-**	**-**	**0,0712**

Sumber : UN Comtrade (Di olah, 2026)

Tabel 6. Hasil Perhitungan RCA Kopi Olahan Indonesia Ke Malaysia

Tahun	Nilai RCA	Keterangan
2017	0,1127	Nilai tertinggi
2021	0,0048	Nilai terendah
Rata-rata	0,0712	Daya saing lemah

Sumber : Data di Olah, 2026

Berdasarkan Tabel 5 dan Tabel 6, nilai RCA kopi olahan Indonesia di pasar Malaysia berfluktuasi sepanjang 2013–2024 namun secara konsisten berada di bawah angka satu, dengan rata-rata 0,0858. Nilai tertinggi tercatat pada 2017 sebesar 0,1127, sedangkan nilai terendah terjadi pada 2021 sebesar 0,0478, bertepatan dengan periode pandemi COVID-19 yang menekan permintaan kopi olahan premium serta meningkatnya tekanan persaingan dari Vietnam dan Brasil. Setelah sempat menguat pada 2017–2018, tren RCA menurun bertahap hingga titik terendah pada 2021, sebelum pulih secara bertahap pada 2022–2024 (0,0652; 0,0816; 0,0822). Pola fluktuatif ini menunjukkan bahwa daya saing kopi olahan Indonesia di pasar Malaysia masih rentan terhadap guncangan eksternal dan belum menunjukkan tren struktural yang menguat, konsisten dengan rendahnya nilai tambah pengolahan akibat dominasi ekspor biji kopi mentah.

Posisi Daya Saing Berdasarkan EPD

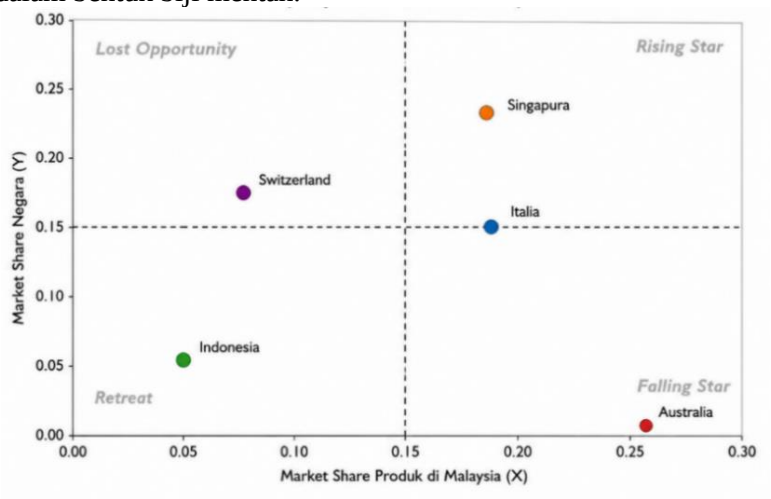
Analisis EPD dalam penelitian ini menghitung pertumbuhan rata-rata tahunan pangsa pasar produk kopi olahan di Malaysia (sumbu X) dan pertumbuhan rata-rata tahunan pangsa ekspor negara di pasar Malaysia (sumbu Y) selama periode 2013–2024, dengan ambang batas kuadran berada pada titik nol (lihat Metode Analisis Data). Hasil perhitungan untuk Indonesia dan keempat negara pesaing utama ditampilkan pada Tabel 7.

Tabel 7. Posisi EPD Negara Eksportir Kopi Olahan di Pasar Malaysia (2013–2024)

Negara	Market Share Produk/X (rata-rata)	Market Share Negara/Y (rata-rata)	Posisi EPD
Singapura	0,187	0,233	Rising Star
Italia	0,153	0,150	Rising Star / Falling Star
Switzerland	0,077	0,175	Lost Opportunity
Australia	0,254	0,006	Falling Star
Indonesia	0,05	0,054	Retreat

Sumber : Data di Olah, 2026

Secara komparatif, Singapura berhasil menempati posisi Rising Star dengan nilai market share produk 0,187 dan market share negara 0,233, didukung perannya sebagai hub perdagangan regional yang mengimpor, mengolah, dan mengekspor kembali produk kopi olahan ke berbagai negara ASEAN termasuk Malaysia. Italia berada di perbatasan Rising Star-Falling Star mencerminkan kestabilan daya saing berkat reputasi kualitas dan merek global. Switzerland di posisi Lost Opportunity mengindikasikan potensi besar yang belum dioptimalkan, sedangkan Australia di posisi Falling Star menunjukkan ketidakmampuan memanfaatkan pertumbuhan pasar. Indonesia satu-satunya negara yang menempati posisi paling lemah (Retreat), sejalan dengan temuan analisis RCA dan mencerminkan dominannya ekspor kopi dalam bentuk biji mentah.



Gambar 2. Posisi EPD Negara di Malaysia

Hasil perhitungan menempatkan Indonesia pada kuadran Retreat, dengan nilai sumbu X sebesar -1,4% dan sumbu Y sebesar -0,8%, yang berarti baik pertumbuhan pangsa pasar produk kopi olahan Indonesia di Malaysia maupun pertumbuhan pangsa ekspor Indonesia di pasar tersebut sama-sama negatif rata-rata sepanjang periode penelitian. Posisi ini sejalan dengan hasil analisis RCA yang menunjukkan lemahnya daya saing kopi olahan Indonesia secara konsisten.

Secara komparatif, Singapura menempati posisi Rising Star (sumbu X +2,1%; sumbu Y +3,4%), didukung perannya sebagai hub perdagangan regional yang aktif melakukan re-ekspor kopi olahan ke berbagai negara ASEAN termasuk Malaysia. Italia berada pada batas Rising Star/Falling Star (sumbu X +1,8%; sumbu Y +0,1%), mencerminkan kestabilan daya saing melalui reputasi kualitas dan merek global meski pertumbuhan pangsa ekspor negaranya nyaris stagnan. Switzerland berada pada posisi Lost Opportunity (sumbu X -0,9%; sumbu Y +1,6%), menandakan pangsa ekspor negaranya terus tumbuh meski segmen produk kopi olahan yang diperdagangkan relatif stagnan. Australia berada pada posisi Falling Star (sumbu X +3,7%; sumbu Y -1,1%): pangsa pasar produknya tumbuh pesat, namun pangsa ekspor negaranya menurun akibat tidak mampu mengimbangi pertumbuhan tersebut.

Secara keseluruhan, hasil EPD menunjukkan kesenjangan daya saing yang cukup besar antara Indonesia dan negara-negara pesaing di pasar kopi olahan Malaysia. Indonesia menjadi satu-satunya negara pada posisi Retreat, sedangkan keempat pesaingnya menempati posisi yang secara relatif lebih kompetitif. Kondisi ini menegaskan perlunya transformasi struktural dalam industri kopi nasional melalui peningkatan kualitas produk, penguatan hilirisasi, diversifikasi pasar ekspor, dan peningkatan nilai tambah produk kopi olahan agar Indonesia mampu bergeser dari kuadran Retreat menuju posisi yang lebih kompetitif pada periode mendatang.

KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa ekspor kopi olahan Indonesia (HS 090121) ke pasar Malaysia selama periode 2013–2024 menunjukkan tren nilai yang meningkat secara nominal — dari USD 358,22 juta pada 2013 menjadi USD 647,80 juta pada 2024 — namun tingkat daya saingnya di pasar Malaysia tetap lemah secara struktural. Hasil analisis Revealed Comparative Advantage (RCA) menunjukkan bahwa nilai RCA kopi olahan Indonesia di pasar Malaysia secara konsisten berada di bawah satu (RCA < 1) sepanjang 2013–2024, dengan rata-rata 0,0858, nilai tertinggi 0,1127 (2017), dan nilai terendah 0,0478 (2021). Hasil analisis Export Product Dynamics (EPD) menempatkan Indonesia pada kuadran Retreat, dengan pertumbuhan pangsa pasar produk maupun pangsa ekspor negara yang sama-sama negatif, berbeda dengan Singapura yang menempati kuadran Rising Star, Italia pada posisi batas Rising Star/Falling Star, Switzerland pada Lost Opportunity, dan Australia pada Falling Star.

Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian Hidayah et al. (2026) dan Sari et al. (2026) yang juga menemukan nilai RCA kopi olahan Indonesia di bawah satu pada pasar Korea Selatan dan pasar dunia, memperkuat argumen bahwa lemahnya daya saing kopi olahan Indonesia bersifat lintas pasar dan bukan semata-mata spesifik pada satu negara tujuan. Penelitian ini memberikan kontribusi baru dengan secara spesifik memusatkan analisis pada pasar Malaysia serta membandingkan posisi Indonesia dengan empat negara pesaing utama pemasok kopi olahan ke pasar tersebut — sebuah pembanding komparatif yang belum banyak dieksplorasi pada penelitian-penelitian terdahulu.

Secara teoretis, temuan ini mengonfirmasi relevansi hipotesis Prebisch-Singer dalam konteks perdagangan kopi olahan, di mana negara yang masih mendominasi ekspornya dalam bentuk bahan mentah (green bean) cenderung memiliki daya saing produk olahan yang lemah dibandingkan negara re-eksportir seperti Singapura. Secara praktis, hasil ini mengimplikasikan perlunya: (1) akselerasi hilirisasi industri kopi nasional melalui insentif investasi pengolahan kopi bernilai tambah; (2) peningkatan kualitas dan sertifikasi produk kopi olahan untuk menembus segmen premium di Malaysia; dan (3) penguatan promosi dan branding kopi olahan Indonesia agar mampu bersaing dengan strategi re-ekspor Singapura. Penelitian selanjutnya disarankan untuk menganalisis faktor-faktor determinan volume ekspor kopi olahan Indonesia ke Malaysia menggunakan pendekatan gravity model atau regresi data panel, mengingat metode RCA dan EPD dalam penelitian ini bersifat deskriptif dan tidak dirancang untuk mengidentifikasi hubungan kausal antarvariabel.

DAFTAR PUSTAKA

Arifin, J. and Darmawan, M. M. (2024) Perdagangan kopi Indonesia-Malaysia: Kajian pengaruh kebijakan tarif dan non-tarif dalam meningkatkan ekspor, *Journal of Economics and Business UBS*, *12*(6), 3931-3946.

Arikunto, S. (2013) Prosedur penelitian: Suatu pendekatan praktik. Jakarta: Rineka Cipta.

Aziz, S., Be, E. and Mentu, H. (2026) *Dominasi dan dinamika: Strategi ekspor pertanian Indonesia memenangkan pasar Timor Leste di era ASEAN*. Diwan Media Pustaka.

Balassa, B. (1965) Trade liberalisation and revealed comparative advantage, *The Manchester School*, 33(2), pp. 99–123.

Baskara et al. (2025) 'Analisis export product dynamic (EPD) pada komoditas pertanian Indonesia, *Jurnal Agribisnis Indonesia. 13*(1), 16-29.

Cahyaningsih, S. (2023) Analisis daya saing ekspor teh Indonesia di pasar internasional. *Jurnal MeA (Media Agribisnis)*, *10*(1), 44-53.

Comtrade, U. (2026) Trade data for HS 090121 – Roasted coffee, not decaffeinated. Diakses 23 Mei 2026. Tersedia pada: https://comtradeplus.un.org

Cresswell, J. (2024) Kualitatif kuantitatif.

Daniel, T. (2025) Analisis daya saing produk kopi robusta Lampung dalam persaingan perdagangan internasional (Studi pada PT Surya Bumi Sentosa).

Fakhira, R. B. I. and Widayanti, S. (2026) 'Effects of rice import tariffs on farmer and consumer welfare in Indonesia', [Jurnal] Ekonomi Bisnis, 31(1), pp. 45–52.

García Juárez, H. D., Montes Ninaquispe, J. C., Marquez Yauri, H. Y., Rodríguez Abraham, A. R., Corrales Otazú, C. D., Apaza Miranda, S. J., ... & Flores Castillo, M. M. (2025). Market diversification and international competitiveness of south american coffee: A comparative analysis for export sustainability. Sustainability, 17(11), 5091.

Hariyadi, T. (2026) *Kopi sehat: Rahasia antioksidan dari kebun hingga cangkir*. PT Becreative Media Talenta.

Hidayah, F. A. et al. (2026) 'Perbandingan keunggulan komparatif dan performa ekspor kopi ke Korea: Pendekatan RCA–RSCA & EPD pada USA, Indonesia, dan Jepang (2020–2024)', *Indonesia Economic Journal*, 2(1), pp. 127–142.

Huda, S., Widayanti, S. and Syah, M. A. (2025) 'Analysis of factors affecting Indonesian cocoa beans supply, demand, and exports', [Jurnal] Media Trend, 20(2), pp. 341–361.

International Coffee Organization (ICO) (2023) Coffee report and outlook 2022/2023. [Laporan lembaga]. Diakses 20 Mei 2026. Tersedia pada: https://ico.org/what-we-do/world-coffee-statistics-database/

Kartiko, A. F. D. (2025). *Analisis daya saing ekspor kopi indonesia di pasar amerika serikat= analysis of indonesian coffee export competitiveness in the united states market* (Doctoral dissertation, Universitas Hasanuddin).

Kementerian Perdagangan RI (Kemendag) (2025) Analisis kinerja perdagangan komoditas kopi. [Laporan lembaga]. Pusat Kebijakan Perdagangan Luar Negeri. Pada: https://bkperdag.kemendag.go.id

Mashari (2019) Analisis daya saing dan faktor-faktor yang memengaruhi ekspor udang beku dan udang olahan Indonesia di pasar internasional, *Jurnal Agribisnis Indonesia*, 7(1).

Munfarida, I. et al. (2025) Dinamika ekspor minyak Indonesia dan Singapura dalam perdagangan internasional: Pendekatan export product dynamics (EPD) dan economic complexity index (ECI) periode 2023–2024, *INDEKS: Inovasi Dinamika Ekonomi dan Bisnis*, 2(2), pp. 129–136.

Nabiha, F. H. et al. (2026) Peran sektor pertanian dalam ketahanan pangan dan perekonomian nasional, *QOSIM Jurnal Pendidikan Sosial & Humaniora*, 4(2), pp. 946–961.

Novariani, C., Muchtolifah, M., & Sishadiyati, S. (2021). Analisis daya saing dan faktor yang mempengaruhi volume ekspor biji kopi indonesia ke Jepang. *Eksis: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, *12*(1), 16-22.

Pavita, G. D. (2025). *Analisis daya saing dan determinan volume ekspor kopi indonesia ke negara tujuan utama* (doctoral dissertation, Universitas Jambi).

Permono, A. R. Et Al. (2026) *Potensi Ekonomi Dari Kopi Indonesia: Mulai Biji Hingga Ampas*. Penerbit Widina.

Putri, M. T., Darmastuti, S. and Salam, S. (2025) Diplomasi ekonomi Indonesia dalam meningkatkan ekspor kakao ke Malaysia periode 2017–2021', *Jurnal Hubungan Internasional*, 8(1).

Ramadhana, A. W. S., Aulia, A. D. and Ulum, T. (2024) Keunggulan komparatif ekspor kopi di Indonesia, Journal of Economics, Business, Accounting and Management, 2(1), pp. 110–123.

Ramadhani, C., Widayanti, S. and Rizkiyah, N. (2026) Cassava cracker competitive advantage through product innovation quality and digital marketing, *Indonesian Journal of Innovation Studies*, 27(2), pp. 10–21070.

Sari, D. K. et al. (2026) Keunggulan komparatif dan dinamika ekspor kopi Brazil dan Indonesia di pasar dunia, *Jejak Digital: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 2(1), pp. 2144–2156.

Eko Maulana Saputra, E. K. O., & Saputra, M. (2022). *Analisis Ekspor Karet Alam Indonesia Ke Jerman Dengan Pendekatan Model Gravity* (Doctoral Dissertation, Universitas Batanghari).

Shadewi, E. R., Asriani, A. and Rahman, T. (2026) Pengaruh produksi, kurs dolar, dan harga internasional terhadap ekspor kopi Indonesia tahun 2015–2024 dalam perspektif ekonomi Islam, 11(1), pp. 85–106.

Sadhina, R., Widayanti, S. and Syah, M. A. (2025) 'The impact of trade facilitation on seaweed exports in Indonesia', *Barakuda 45: Jurnal Ilmu Perikanan dan Kelautan*, 7(2), pp. 140–152.

Sugiyono (2023) Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D.

Wahyudin, M. and Afrizal, T. (2025) Analysis of coffee export competitiveness in the international market and determining factors for Indonesian coffee exports, *International Journal of Economics, Business and Innovation Research, 4*(02).

World Bank (2024) World development indicators. [Basis data]. Diakses 10 Mei 2026. Tersedia pada: https://databank.worldbank.org

Zahara, A. (2025) *Analisis determinan perdagangan intra industri Indonesia dengan 5 mitra dagang di kawasan ASEAN (Analisis data panel tahun 2015–2023).* UIN Raden Intan Lampung.