

ANALISIS DAYA SAING EKSPOR KOPI INDONESIA DI PASAR DUNIA
THE COMPETITIVENESS ANALYSIS OF INDONESIAN COFFEE EXPORT
IN THE WORLD MARKET

Dhika Sulistiyo^{1*}, Djeimy Kusnaman², Irene Kartika Eka Wijayanti²

¹Magister Agribisnis, Universitas Jenderal Soedirman

²Fakultas Pertanian, Universitas Jenderal Soedirman

*Email: dhika.s@mhs.unsoed.ac.id

(Diterima 08-12-2022; Disetujui 18-01-2023)

ABSTRAK

Artikel ini berisi tentang analisis keunggulan kompetitif kopi dari tahun 2015-2020 dengan membandingkan kopi Indonesia sebagai salah satu pengekspor utama dengan beberapa negara pengekspor utama lainnya seperti (Brazil, Kolombia, Vietnam dan Ethiopia). Perhitungan yang digunakan, yaitu Indeks Spesialisasi Perdagangan (ISP) dan *Revealed Comparative Advantage* (RCA). Data diambil dan diolah dari beberapa sumber seperti Badan Pusat Statistik (BPS), International Coffee Organization (ICO), serta Trade Statistics for International Business Development (TradeMap). Berdasarkan hasil perhitungan, terlihat bahwa Kolombia diikuti oleh Ethiopia, Brazil dan Vietnam memiliki keunggulan komparatif pada semua periode. Sedangkan Indonesia masih berada pada peringkat kelima. Indonesia harus menghadapi kompetisi yang kuat antara Brazil dan Kolombia dalam pasar internasional. Terlebih lagi, 90% produk kopi Indonesia adalah kopi robusta yang memiliki kualitas rendah. Hal ini menyebabkan Indonesia mendapat harga yang lebih rendah dibandingkan negara lainnya

Kata kunci: Kopi, Ekspor, Indeks Spesialisasi Perdagangan, *Revealed Comparative Advantage*

ABSTRACT

This article contains an analysis of the competitive advantages of coffee from 2015-2020 by comparing Indonesian coffee as one of the main exporting countries with several other main exporting countries such as Brazil, Colombia, Vietnam and Ethiopia. This journal uses 2 analytical tools, namely the Trade Specialization Index (ISP) and Revealed Comparative Advantage (RCA). Data collected and processed from several sources including the Badan Pusan Statistik (BPS), International Coffee Organization (ICO) and Trade Statistics for International Business Development (TradeMap). Based on the results of the analysis calculation, the Trade Specialization Index (ISP) value for Indonesian coffee commodities shows results ranging from 0 to 1. This indicates that Indonesia has competitiveness and tends to be a coffee exporting country. Based on the results of Revealed Comparative Advantage (RCA) it can be seen that Ethiopia has the highest RCA score so that Ethiopia has a comparative advantage in all periods followed by Colombia, Brazil, Vietnam. While Indonesia is ranked fifth. Indonesia has to face strong competition between Brazil and Colombia in the international market. What's more, 90% of coffee exported abroad is in the form of green coffee which is of low quality. This causes Indonesia to get lower prices compared to other countries

Keywords: Coffee, Exports, Trade specialization index, Revealed Comparative Advantage

PENDAHULUAN

Perdagangan internasional sangat berkembang pesat saat ini, hal ini menciptakan suatu sistem pasar yang lebih kompetitif. Lingkungan pasar yang kompetitif membuat pasar sangat bergantung pada permintaan dan penawaran yang ada sehingga negara-negara eksportir harus terus mengembangkan strategi produksinya mengikuti perkembangan pasar yang ada saat ini. Salah satu komoditas utama dengan nilai ekspor tertinggi bagi negara Indonesia adalah kopi. Kopi merupakan produk perkebunan yang mempunyai peluang pasar, baik di dalam negeri maupun di luar negeri. Sejak tahun 1984 pangsa ekspor kopi Indonesia di pasar kopi internasional menduduki nomor tiga tertinggi setelah Brazil dan Kolombia, bahkan untuk kopi jenis robusta ekspor Indonesia menduduki peringkat pertama di dunia. Sebagian besar ekspor kopi Indonesia adalah jenis kopi robusta (94%), dan sisanya adalah kopi jenis arabika. Namun sejak tahun 1997 posisi Indonesia tergeser oleh Vietnam. (Chandra, 2013) Nilai ekspor kopi Indonesia tahun 2015 hingga 2020 selalu berfluktuatif. Fluktuasi nilai ekspor lebih dipengaruhi oleh perubahan harga kopi dibandingkan dengan perubahan volume ekspor.

Tabel 1. Data Ekspor dan Impor Kopi Periode 2015-2020

Tahun	Ekspor (ton)	Impor (ton)
2015	499.613	12462
2016	412.370	25172
2017	464.161	14220
2018	277.400	78847
2019	355.800	32102
2020	375.600	13382

Sumber: BPS, 2022

Walaupun Indonesia masuk lima besar negara eksportir biji kopi di dunia, kenyataannya Indonesia masih mengalami fluktuasi pada produksi biji kopi, hal ini dapat dilihat pada tabel 2 yang menunjukkan total produksi biji kopi Indonesia.

Tabel 2. Total Produksi Biji Kopi di Indonesia Tahun 2010-2020

Tahun	Indonesia
2010	9.129
2011	6.889
2012	13.070
2013	12.901
2014	10.946
2015	12.585
2016	11.541
2017	10.852
2018	9.618
2019	11.433
2020	12.100

*Dalam ribuan karung 60 kg

Sumber: International Coffee Organization, 2022

Pada tabel 2, produksi biji kopi di Indonesia bersifat fluktuatif dari tahun 2010 hingga 2020. Hal ini membuat produksi kopi Indonesia tidak dapat diprediksi dengan baik sehingga dapat mempengaruhi permintaan dari negara importir karena Indonesia tidak bisa konsisten serta menjamin ketersediaan

stok kopi untuk memenuhi permintaan dari pasar global. Selain itu, konsumsi kopi Indonesia dari tahun 2017 hingga tahun 2020 terus mengalami peningkatan.

Tabel 3. Data konsumsi kopi Indonesia periode 2017-2020

Tahun	Indonesia
2017	4750
2018	4800
2019	4806
2020	5000

Sumber: International Coffee Organization, 2022

Seiring berjalannya waktu, tren konsumsi kopi di Indonesia terus meningkat. Hal ini menjadi tantangan bagi produsen kopi di Indonesia selain untuk memenuhi pasar kopi lokal Indonesia, produsen dan eksportir juga harus mendapatkan pangsa pasar lebih baik di pasar global sehingga eksportir seharusnya mampu memanfaatkan peluang ini untuk meningkatkan kembali kinerja ekspor kopi ke pasar global. Peneliti akan membandingkan daya saing ekspor kopi Indonesia dengan negara lain yang mempunyai volume ekspor biji kopi lebih besar dan lebih stabil dibandingkan Indonesia. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengevaluasi daya saing ekspor dari kopi Indonesia di pasar dunia. Hal ini dianalisis menggunakan dua indikator, yaitu Indeks Spesialisasi Perdagangan (ISP) serta *Revealed Comparative Advantage* (RCA) untuk

menganalisis perdagangan yang terjadi pada beberapa ekportir utama lainnya seperti Brazil, Kolombia, Vietnam, dan Euthopia sebagai kompetitor dari kopi Indonesia. Analisis ini akan memberikan interpretasi awal mengenai posisi dan spesialisasi perdagangan kopi Indonesia di pasar dunia. Hasilnya akan memberikan kontribusi untuk mengevaluasi akibat tekanan pasar yang semakin kompetitif dan tantangan yang dihadapi pada pasar kopi dunia.

METODE PENELITIAN

Data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data ekspor dari lima negara pengeksportir utama kopi seperti Brazil, Kolombia, Vietnam, Indonesia, serta Euthopia tahun 2014 hingga 2021 yang diperoleh dari *Trade Statistics for International business development* (TradeMap) serta data ekspor impor kopi Indonesia tahun 2015 hingga 2020 yang diperoleh dari Badan Pusat Statistik (BPS) Metode penghitungan yang digunakan menggunakan dua indikator, yaitu Indeks Spesialisasi Perdagangan (ISP) untuk mengetahui apakah untuk komoditas kopi Indonesia cenderung menjadi negara eksportir atau importir. serta *Revealed Comparative Advantage* (RCA) yang

digunakan untuk mengetahui daya saing suatu komoditas ekspor suatu Negara

Indeks Spesialisasi Perdagangan (ISP)

Indeks spesialisasi perdagangan (ISP) digunakan untuk mengetahui apakah untuk komoditas Kopi Indonesia cenderung menjadi negara eksportir atau importir. Secara matematis dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$ISP = (X_{ij} - M_{ij}) / (X_{ij} + M_{ij})$$

Keterangan:

X_{ij} = nilai Ekspor komoditas i negara j

M_{ij} = nilai Impor komoditas i negara j

Nilai Indeks ISP antara -1 dan +1. Jika nilainya positif (di atas 0 sampai dengan 1), maka komoditas kopi Indonesia dikatakan mempunyai daya saing yang kuat atau Indonesia cenderung mengekspor kopi. Sebaliknya jika nilai Indeks negatif (di bawah 0 sehingga -1), berarti daya saing kopi Indonesia rendah atau Indonesia cenderung sebagai negara pengimpor. Posisi daya saing dapat dibagi dalam lima tahap sesuai dengan teori siklus produk sebagai berikut:

Tahap pengenalan : $-1 < ISP < -0,5$

Tahap substitusi Impor : $-0,5 < ISP < 0$

Tahap Perluasan Ekspor : $0 < ISP < + 0,8$

Tahap Mengimpor kembali : $0,8 > ISP < 0$
(Dita, 2022)

Revealed Comparative Advantage (RCA)

Daya saing suatu komoditas ekspor suatu negara atau industri dapat dianalisis dengan berbagai macam metode atau diukur dengan sejumlah indikator, salah satu diantaranya adalah *Revealed Comparative Advantage (RCA)*. Guna melihat lebih rinci komoditas minyak mentah Indonesia yang bersaing dengan negara-negara lain di pasar dunia dapat diukur dari RCA masing-masing produk ekspor (Rosihan, 2014).

Nilai RCA yang lebih besar dari 1 menunjukkan daya saing yang kuat. Semakin tinggi nilai RCA komoditi, maka semakin tangguh daya saing produk tersebut, sehingga disarankan untuk terus dikembangkan dengan melakukan spesialisasi pada komoditi tersebut. Salah satu indikator yang dapat menunjukkan perubahan keunggulan komparatif adalah *RCA index*. Indeks ini menunjukkan perbandingan antara pangsa ekspor komoditas atau sekelompok komoditas suatu negara terhadap pangsa ekspor komoditas tersebut dari seluruh dunia. Dengan kata lain indeks RCA menunjukkan keunggulan komparatif atau daya saing ekspor dari suatu negara dalam suatu komoditas terhadap dunia. Adapun cara menghitung RCA sebagai berikut:
Rumus = $RCA = (X_{ij} / X_{it}) / (W_j / W_t)$

Dimana:

X_{ij} = Nilai export komoditas i dari negara j

X_{it} = Total nilai ekspor dari negara j

W_j = Nilai export dunia komoditas i

W_t = Total nilai ekspor dunia

Guna mengetahui apakah tiap produk kopi memiliki keunggulan komparatif atas ekspornya dinilai berdasarkan RCA adalah antara 0 dan lebih besar dari 0. Nilai 1 dianggap garis pemisah antara keunggulan dan ketidakunggulan komparatif. $RCA \geq 1$ berarti daya saing dari negara bersangkutan untuk produk yang diukur di atas rata-rata (dunia), sedangkan bila $RCA \leq 1$ berarti daya saingnya berada di bawah rata-rata (Meidiana, 2014)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Indeks Spesialisasi Perdagangan (ISP)

Penggunaan analisis ISP bertujuan untuk mengetahui apakah suatu negara lebih cenderung sebagai negara eksportir atau cenderung sebagai negara importir dalam suatu komoditas yang diperdagangkan.

Tabel 4. Nilai Indeks Spesialisasi Perdagangan (ISP) Komoditas Kopi

No	Tahun	ISP
1	2015	0,951327
2	2016	0,884939
3	2017	0,940549
4	2018	0,557346
5	2019	0,834484
6	2020	0,931195

Sumber: Data Sekunder Diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 4, nilai ISP komoditas kopi Indonesia periode 2015 hingga 2020 selalu menunjukkan hasil positif (di atas 0 sampai dengan 1). Nilai ISP selalu berfluktuasi dengan nilai ISP terendah Indonesia terjadi pada tahun 2018 yaitu dengan nilai 0,56; serta nilai ISP tertinggi yaitu pada tahun 2015 dengan nilai 0,95

Tahun 2018 memiliki nilai ISP yang terendah 0,56, hal ini disebabkan karena terjadinya hambatan produksi terutama dari wilayah Sumatera Utara dan Aceh, selain faktor hambatan produksi yang turun, fenomena tren konsumsi yang semakin tinggi juga mengakibatkan nilai ekspor Indonesia menurun di tahun 2018, sedangkan tahun 2015 memiliki nilai ISP yang tertinggi yaitu 0,95, hal ini disebabkan karena perkembangan peningkatan produksi dari tahun sebelumnya sebesar 7,87%, harga kopi yang tinggi, hingga nilai tukar rupiah yang mengalami depresiasi sebesar 10,89%. Nilai tukar rupiah melemah pada tahun 2015 tak lepas dari melemahnya atau terjadi krisis ekonomi global (Reyandi, 2018).

Nilai ISP komoditas kopi Indonesia yang berkisar antara 0 hingga 1 menandakan bahwa Indonesia memiliki nilai daya saing dan cenderung sebagai

negara pengekspor kopi. Berdasarkan nilai ISP Indonesia yang berada dalam kisaran antara 0 dan 1, menurut teori siklus produk Hiratsuka posisi daya saing Indonesia berada pada tahap ekspor. Pada tahap ini, komoditas kopi Indonesia melakukan produksi dalam skala besar dan mulai meningkatkan ekspornya sedangkan pada pasar domestik penawaran untuk komoditas kopi lebih besar daripada permintaan. Hasil dari teori Hiratsuka yang menempatkan Indonesia dalam tahap ekspor selaras dengan hasil menurut Kementerian Pertanian Republik Indonesia (Kementan RI) (2018), dimana dalam pasar domestik penawaran untuk komoditas kopi lebih besar daripada permintaan. Menurut data dari International Coffee Organization (2022) menyebutkan bahwa konsumsi kopi dalam negeri pada tahun 2020 sebesar 5000 ton; sedangkan berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS) menyebutkan bahwa produksi kopi sebesar 12.100 ton. Terpenuhinya kebutuhan dalam negeri memungkinkan Indonesia untuk mengekspor kelebihan dari produksi yang ada.

Revealed Comparative Advantage (RCA)

Keunggulan komparatif suatu negara dapat diperoleh dengan berbagai pendekatan, diantaranya adalah analisis

Revealed Comparative Advantages (RCA) (Hidayat, 2010). Berdasarkan pada Tabel 5, Nilai RCA komoditas kopi Indonesia pada tahun yaitu pada kurun waktu 2014-2021, Indonesia selalu memiliki keunggulan komparatif terhadap komoditas kopi karena nilainya lebih dari 1 (satu). Nilai RCA yang didapat berturut-turut yaitu 3,492; 4,307; 3,670; 3,803, 2,872; 3,330; 2,860; 2,272. Dari nilai-nilai tersebut diketahui bahwa terjadi penurunan keunggulan komparatif pada 2020-2021. Hal ini ditunjukkan dengan nilai RCA yang mengalami penurunan pada tahun-tahun tersebut. Walaupun demikian Indonesia masih memiliki keunggulan komparatif.

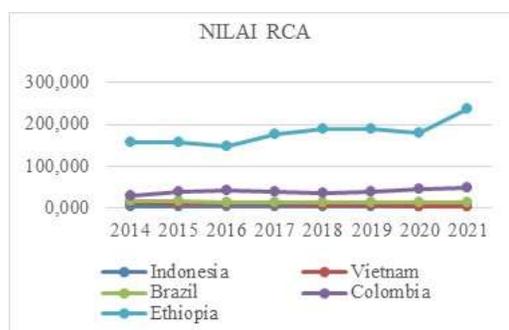
Tabel 5. Hasil Revealed Comparative Advantages (RCA)

Tahun	Indonesia	Vietnam	Brazil	Colombia	Ethiopia
2014	3,492	13,036	16,199	27,160	155,741
2015	4,307	8,057	15,737	39,015	155,373
2016	3,671	9,055	13,787	41,648	145,834
2017	3,803	7,797	11,459	36,980	177,212
2018	2,872	7,510	11,533	35,388	188,199
2019	3,331	5,303	12,856	37,838	187,851
2020	2,861	3,992	13,575	46,187	179,034
2021	2,272	3,909	12,650	47,961	236,844
Rata ²	3,326	7,332	13,475	39,022	178,261

Sumber: Data Sekunder Diolah, 2022

Jika dibandingkan dengan pesaing eksportir kopi dunia, posisi Indonesia masih lebih rendah jika dibandingkan dengan negara pesaing yaitu Vietnam dengan nilai RCA yang didapat berturut-turut yaitu 13,035; 8,057; 9,054; 7,797; 7,509; 5,302; 3,991; 3,909.

Dari nilai-nilai RCA yang didapat terdapat fenomena bahwa negara-negara pengeksport utama belum dapat dikatakan memiliki keunggulan komparatif yang tinggi pula. Sebagai contoh yaitu negara Indonesia dan Vietnam yang merupakan pengeksport terbesar kopi di dunia. Besaran nilai RCA kopi Indonesia dan Vietnam masih lebih rendah jika dibandingkan dengan negara Brazil, Kolombia dan Ethiopia yang memiliki nilai rata-rata RCA sebesar 13,484; 39,022; dan 178,260.



Gambar 1. Grafik *Revealed Comparative Advantage (RCA)* Komoditas Kopi pada Negara-negara Utama Penghasil Kopi

Salah satu penyebab dari rendahnya kualitas ekspor kopi di Indonesia karena 90% kopi yang diekspor ke luar yaitu berupa *green coffee*. Sebagian besar petani kopi Indonesia merupakan petani kecil dengan *skill* terbatas yang membuat kebanyakan petani kopi Indonesia memanen kopi saat masih hijau. Selain itu, kopi tidak mencapai kadar air yang dianjurkan (12.5%) sehingga banyak kopi yang berjamur dan pecah akibat

penggunaan alat pengupas yang tidak bagus. Hal ini tentu akan menurunkan nilai jual yang diterima Indonesia. Masalah lain yang dialami para pelaku industri hilir yakni kurangnya ketersediaan sarana dan prasarana, adanya hambatan dalam peraturan khususnya ketenagakerjaan, perpajakan, dan perdagangan, kurangnya motivasi dari pengusaha, kekurangan modal, teknologi pengolahan dan pengemasan yang belum dikuasai sepenuhnya, dan kualitas SDM untuk pemasaran produk hilir yang belum memadai (Mayhilda, 2019).

Tingginya nilai RCA kopi keempat negara di atas dapat dipengaruhi berbagai faktor, seperti (1) nilai ekspor kopi dan nilai ekspor total yang jauh lebih besar jika dibandingkan dengan Indonesia, (2) tingginya produktivitas kopi melebihi produktivitas kopi Indonesia, (3) kebijakan pemerintah yang mendukung meningkatnya produktivitas dan mutu kopi, (4) pemberian modal, bantuan kredit, penyuluhan mengenai pengetahuan kopi dan optimalisasi teknologi, (5) adanya organisasi khusus yang mengorganisasi perluasan lahan panen, riset teknis, pengawasan dalam standar mutu hingga pemasaran seperti Federacion Nacional de Cafeteros (FEDECAFE) yang dimiliki oleh

Kolombia. Sementara itu, fakta yang berbanding terbalik terdapat di Indonesia dimana salah satu faktor penyebab Indonesia memiliki keunggulan komparatif yang paling rendah adalah kualitas kopi Indonesia yang masih rendah. Hal ini dapat terjadi dikarenakan petani Indonesia mayoritas adalah petani kecil dengan keterbatasan finansial maupun pengetahuan untuk menghasilkan biji kopi yang berkualitas. Salah satu indikator adalah fakta yang memperlihatkan bahwa kopi dipanen ketika buah kopi masih hijau. Rendahnya kualitas dari biji kopi Indonesia akan mempengaruhi nilai jual yang diterima dimana nilai jual ini akan menentukan nilai total ekspor kopi dari suatu negara (Aulia, 2021) Selain itu, menurut Wakil Menteri Perdagangan Indonesia, Jerry Sambuaga, Indonesia memiliki peluang besar memperluas kehadirannya di pasar kopi global jika tantangan unik yang menghambat ekspansi bisa diatasi. Standardisasi praktik, persyaratan teknis, dan spesifikasi produk semakin penting dalam perdagangan global, seperti halnya biji kopi Indonesia yang mengalami hambatan masuk pasar Eropa dikarenakan tingkat residu yang melebihi batas maksimal sesuai regulasi Komisi Eropa (Gunawan, 2022)

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Nilai Indeks Spesialisasi Perdagangan (ISP) komoditas kopi Indonesia yang berkisar antara 0 hingga menandakan jika Indonesia memiliki daya saing dan cenderung sebagai negara pengekspor. Berdasarkan nilai ISP Indonesia yang berada dalam kisaran antara 0 dan 1, menurut teori siklus produk Hiratsuka posisi daya saing Indonesia berada pada tahap ekspor. Pada tahap ini, komoditas kopi Indonesia melakukan produksi dalam skala besar dan mulai meningkatkan ekspornya sedangkan pada pasar domestik penawaran untuk komoditas kopi lebih besar daripada permintaan. Nilai *Revealed Comparative Advantages* (RCA) Indonesia dari tahun 2015-2020 selalu bernilai positif (lebih dari satu). Nilai RCA yang positif menunjukkan jika komoditas kopi Indonesia memiliki keunggulan komparatif di atas rata-rata dunia, atau dapat disimpulkan bila komoditas kopi Indonesia sudah memiliki daya saing yang kuat di pasar internasional, namun masih kalah jika dibandingkan dengan Vietnam, Brazil, Kolombia dan Ethiopia.

Saran

Adapun saran dari penelitian ini yaitu tren positif ekspor kopi Indonesia harus dipertahankan bahkan ditingkatkan guna memperkuat posisi Indonesia sebagai negara eksportir kopi dan bila terdapat kebijakan yang dapat menghambat kelancaran dalam perdagangan kopi diharapkan sebisa mungkin untuk diminimalisir.

DAFTAR PUSTAKA

- Aulia, Rachmaningtyas. 2021. Daya Saing Ekspor Kopi Indonesia di Pasar Internasional. *Jurnal Agribisnis Kepulauan* Volume 9 No. 3 Oktober 2021
- [BPS]. 2022. Analisis Komoditas Ekspor 2017-2021 Sektor Pertanian, Kehutanan, dan Perikanan; Industri Pengolahan Pertambangan dan Lainnya. Jakarta, Badan Pusat Statistik
- Chandra, Devi, Ismono, R. Hanung., Kasymir, Eka. 2013 "Prospek Perdagangan Kopi Robusta Indonesia di Pasar Internasional" *Jurnal Ilmu Ilmu Agribisnis*, Volume 1 No. 1, Januari 2013
- Dita, M. A., et al. 2022. Daya Saing Kopi Indonesia di Pasar Internasional. *Sharia Agribusiness Journal*. Vol.2 No.1 (2022)
- Gunawan, Indra. 2022. "Ekspor Kopi Indonesia Naik 37 Persen, Kemendag Ungkap Masih Ada Tantangan" <https://ekonomi.bisnis.com/read/20220721/12/1557524/ekspor-kopi-indonesia-naik-37-persen-kemendag-ungkap-masih-ada-tantangan>. Diakses 7 Desember 2022
- Hidayat, Arief dan Soetriso, Daya Saing Ekspor Kopi Robusta Indonesia di Pasar Internasional. *J-SEP* Vol. 4 No. 2 Juli 2010
- [ICO]. 2022. Coffee Data Base 2021 <https://www.ico.org/> diakses 11 November 2022
- Kementerian Pertanian. 2018. Statistik Perkebunan Indonesia 2017-2019. Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian. Jakarta.
- Mayhilda, Nitami. 2019. Prospek Ekspor Kopi Indonesia di Pasar Internasional. *Medina Pos* <https://madinapos.com/2019/05/18/prospek-ekspor-kopi-indonesia-di-pasar-internasional/> diakses 17 November 2022
- Meidiana, P. et al. 2014 Analisis Daya Saing Ekspor Kopi Indonesia di Pasar Dunia. *AGRISE* Volume XIV, No. 1, Bulan Januari 2014
- Rosihan, A., Nuhil, H., Fahriyah. 2014. Strategi Peningkatan Daya Saing Komoditas Pertanian. Malang. Penerbit Gunung Samudera
- Reyandi Desnky; Syaparuddin; Siti Aminah, 2018. Ekspor kopi Indonesia dan faktor-faktor yang mempengaruhinya-*Jurnal Perdagangan, Industri dan Moneter* Vol. 6. No.1, Januari – April 2018 ISSN: 2303-1204 (online)
- Yogaswara, Hamzah.,Ibrahim, J. Tarik., Baroh , Istis & Muhfiantie, Fithrie. (2020). Analisis Daya Saing Kopi Indonesia di Pasar Internasional. *Agriecobis (Journal of Agricultural Socioeconomics and Bussiness)* Vol. 3, No. 1, March 2020, pp. 17-21