

Keunggulan Komparatif dan Dinamika Ekspor Kopi Brazil dan Indonesia di Pasar Dunia

Dessy Kartika Sari¹, Alya Mardhiatun Ghoisa², Dinda Ayu Nur Sholekha³,
Fahrizal Taufiqqurrachman⁴

Program Studi Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi, Universitas Bojonegoro, Kab. Bojonegoro,
Indonesia^{1,2,3,4}

Email Korespodensi: tikadesi45@gmail.com

Sejarah Artikel:

Diterima 07-01-2026
Disetujui 17-01-2026
Diterbitkan 19-01-2026

ABSTRACT

International coffee trade faces increasingly intense competition, making export competitiveness a crucial factor for exporting countries. This study aims to analyze and compare the export competitiveness of coffee from Indonesia, Brazil, and the Netherlands in the international market. The analysis employs the Revealed Comparative Advantage (RCA), Revealed Symmetric Comparative Advantage (RSCA), and Export Product Dynamics (EPD) approaches using secondary data for the period 2020–2024 sourced from UN Comtrade and the International Trade Centre. The results indicate that Indonesia and Brazil possess comparative advantages in coffee exports, as reflected by RCA values greater than one and positive RSCA values, although Brazil's level of comparative advantage remains higher than that of Indonesia. Meanwhile, the Netherlands plays a strategic role as a trading and distribution hub for coffee despite not being a producing country. The EPD analysis shows that coffee exports from both Indonesia and Brazil are positioned as rising stars, indicating positive growth in export market share and market attractiveness. These findings suggest that Indonesian coffee has favorable prospects for development in the global market; however, improvements in product quality, production efficiency, and trade strategies are still required to enhance sustainable export competitiveness.

Keywords: coffee exports; competitiveness; RCA; EPD; international trade

ABSTRAK

Perdagangan kopi internasional menghadapi persaingan yang semakin ketat, sehingga daya saing ekspor menjadi faktor penting bagi negara pengekspor. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan membandingkan daya saing ekspor kopi Indonesia, Brasil, dan Belanda di pasar internasional. Analisis dilakukan menggunakan pendekatan Revealed Comparative Advantage (RCA), Revealed Symmetric Comparative Advantage (RSCA), dan Export Product Dynamics (EPD) dengan data sekunder periode 2020–2024 yang bersumber dari UN Comtrade dan International Trade Centre. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Indonesia dan Brasil memiliki keunggulan komparatif dalam ekspor kopi yang ditunjukkan oleh nilai RCA dan RSCA yang lebih besar dari satu dan bernilai positif, meskipun tingkat keunggulan Brasil masih lebih tinggi. Sementara itu, Belanda berperan sebagai negara perdagangan dan distribusi kopi yang strategis meskipun bukan negara produsen. Analisis EPD menunjukkan bahwa ekspor kopi Indonesia dan Brasil berada pada posisi rising star, yang mencerminkan pertumbuhan pangsa pasar ekspor dan daya tarik pasar yang positif. Temuan ini mengindikasikan bahwa kopi Indonesia memiliki prospek pengembangan yang baik di pasar global, namun masih

memerlukan penguatan kualitas produk, efisiensi produksi, dan strategi perdagangan untuk meningkatkan daya saing secara berkelanjutan.

Katakunci: ekspor kopi; daya saing; RCA; EPD; perdagangan internasional

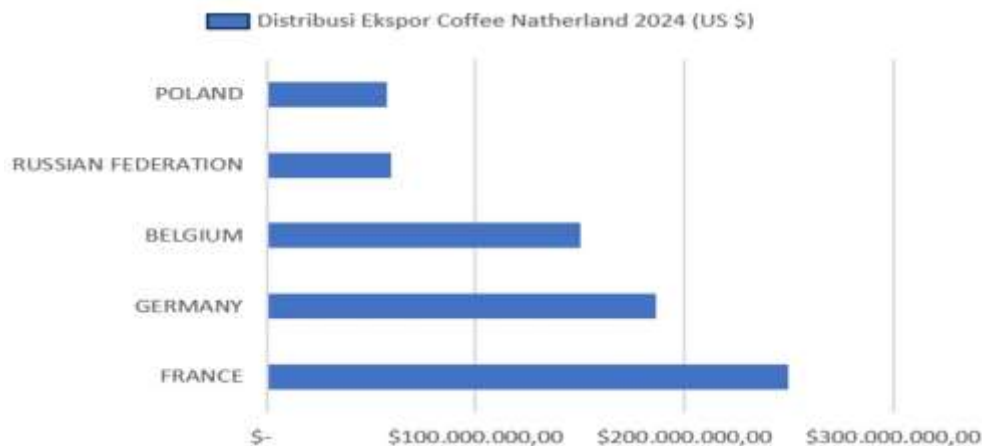
PENDAHULUAN

Perdagangan internasional memiliki peran penting dalam meningkatkan ekonomi suatu negara, terutama melalui kegiatan ekspor produk unggulan. Ekspor tidak hanya menambah pendapatan negara, tetapi juga membuka lebih banyak lapangan kerja dan mendorong pertumbuhan sektor-sektor yang produktif. Di negara-negara berkembang seperti Indonesia, komoditas perkebunan menjadi salah satu elemen kunci dalam ekspor nonmigas. Salah satu komoditas perkebunan yang penting dalam perdagangan global adalah kopi (Utami et al., 2018).

Kopi merupakan salah satu komoditas yang sangat bernilai dan banyak diperdagangkan di seluruh dunia. Indonesia termasuk di antara negara-negara yang banyak memproduksi dan mengekspor kopi, memberikan kontribusi besar bagi pendapatan petani serta devisa nasional. Meskipun demikian, kopi dari Indonesia masih menghadapi banyak tantangan dalam hal daya saing, khususnya terkait dengan produktivitas dan efisiensi produksi yang kurang baik jika dibandingkan dengan negara-negara pesaing utama seperti Brasil dan Vietnam (Ramadhani & Perdana, 2023). Hal ini menyebabkan posisi Indonesia dalam pasar kopi global bisa berfluktuasi, meski memiliki keunggulan dari sumber daya alam dan variasi jenis kopi yang ada.

Brasil diakui sebagai penghasil kopi terbesar global, terkenal karena kapasitas produksinya yang besar dan pasokan yang stabil, sementara Vietnam lebih unggul dalam memproduksi kopi robusta dengan cara yang efisien. Persaingan diantara negara-negara pengirim kopi ini membuat pasar kopi dunia semakin ketat. Penelitian dari (Hidayattullah et al., 2024) mengungkapkan bahwa kontribusi ekspor kopi dari Indonesia masih tertinggal di belakang Brasil dan Indonesia di pasar kopi internasional, menunjukkan perlunya peningkatan daya saing ekspor Indonesia agar tidak ketinggalan dalam persaingan di level global.

Selain negara yang menghasilkan, perdagangan kopi secara global melibatkan negara-negara yang tidak memproduksi. Negara-negara ini berfungsi sebagai pusat distribusi dan re-ekspor. Belanda adalah salah satu negara yang memiliki peranan penting dalam perdagangan kopi di seluruh dunia. Meskipun tidak memproduksi kopi, Belanda berperan sebagai pusat perdagangan kopi di Eropa. Negara ini menjadi pintu masuk utama untuk distribusi kopi ke banyak negara di Uni Eropa. Peran negara-negara perdagangan seperti Belanda mengindikasikan bahwa keunggulan dalam ekspor tidak hanya ditentukan oleh seberapa banyak mereka bisa memproduksi, tetapi juga oleh seberapa efisien sistem logistik yang mereka miliki, jaringan perdagangan yang terbangun, dan posisi strategis mereka dalam keseluruhan rantai nilai global (Utami et al., 2018).



Gambar 1: Distribusi ekspor coffee natherland pada tahun 2024 (US\$)

Distribusi ekspor kopi dari natherland di tahun 2024 menunjukkan bahwa kawasan Eropa Barat masih menjadi pasar utama untuk komoditas ini. Dengan nilai sekitar US\$245 juta, Prancis menjadi negara tujuan ekspor terbesar, yang menunjukkan tingginya permintaan kopi di sana serta hubungan dagang yang kuat antara natherland dan Prancis di bidang kopi. Posisi kedua ditempati oleh Jerman dengan nilai ekspor sekitar US\$185 juta, mencerminkan perannya sebagai pusat perdagangan dan re-ekspor kopi di Eropa. Belgia berada di urutan ketiga dengan nilai sekitar US\$150 juta, dan berfungsi sebagai negara transit yang penting untuk distribusi kopi. Di sisi lain, Federasi Rusia dan Polandia menerima nilai ekspor yang lebih rendah, masing-masing sekitar US\$85 juta dan US\$80 juta, tetapi tetap menunjukkan permintaan yang stabil. Secara keseluruhan, pola ini menegaskan posisi Belanda sebagai pusat perdagangan kopi di Eropa, dengan sebagian besar eksportnya menuju negara-negara yang memiliki aktivitas perdagangan dan konsumsi kopi yang tinggi.

Beberapa penelitian sebelumnya mengungkapkan bahwa kopi dari Indonesia memiliki keunggulan di pasar global dengan nilai RCA yang biasanya melebihi satu. Selain itu, kopi Indonesia juga menunjukkan status sebagai rising star di berbagai negara tujuan ekspor utama (Putu et al., 2025). Namun, banyak dari penelitian tersebut hanya meneliti satu negara atau satu pasar tertentu, sehingga belum memberikan pandangan yang menyeluruh tentang perbandingan daya saing kopi antarnegara.

Selain itu, analisis daya saing ekspor untuk produk perkebunan biasanya menggunakan metode keunggulan komparatif dan dinamika produk ekspor, seperti RCA, RSCA, dan EPD. Metode-metode ini dapat memberikan gambaran yang lebih lengkap tentang posisi suatu negara dalam perdagangan internasional. Menurut (Andriani et al., 2025), gabungan pendekatan ini sangat berguna dalam mengukur kemampuan sebuah negara untuk menjaga dan memperbaiki posisi produknya di pasar global. Sementara itu, (Nursamsi et al., 2025) menekankan bahwa meskipun suatu negara memiliki banyak sumber daya alam, hal itu tidak otomatis membuat daya saing eksportnya meningkat. Dukungan dalam hal produktivitas, efisiensi, dan strategi perdagangan yang tepat juga sangat diperlukan.

Lebih dalam, kemampuan ekspor menjadi indikator penting untuk menilai kekuatan sebuah negara dalam mempertahankan dan meningkatkan pangsa pasar produknya di tingkat global. Metode dinamika produk ekspor (EPD) sering digunakan dalam studi komoditas perkebunan karena dapat menunjukkan posisi bersaing suatu produk berdasarkan pertumbuhan pangsa pasar ekspor dan perubahan permintaan di negara tujuan. Penilaian ini kemudian dibagi menjadi kategori seperti bintang yang sedang naik, bintang yang jatuh, kesempatan yang hilang, dan mundur, yang mencerminkan kekuatan bisnis serta daya tarik pasar (Nugraha & Marwanti, 2023). Selain itu, kompetisi antara negara-negara penghasil utama menunjukkan bahwa meskipun Indonesia memiliki kelebihan dalam sumber daya alam, kinerja ekspor masih tidak stabil dan berfluktuasi jika dibandingkan dengan negara pesaing yang lebih efisien. Oleh karena itu, keunggulan komparatif tidak selalu berujung pada peningkatan posisi daya saing di pasar internasional (Anggraeni & Budiarti, 2023).

Selain itu, banyak studi empiris telah menunjukkan bahwa kopi Indonesia masih berhadapan dengan tantangan struktural dalam pasar global, terutama ketika dibandingkan dengan negara saingan utama lainnya. Menurut (Manalu et al., 2019) menekankan bahwa meskipun kopi Indonesia memiliki keunggulan komparatif yang diukur dengan nilai RCA, kinerja eksportnya tidak konsisten di semua pasar utama. Analisis EPD dalam penelitian itu menunjukkan bahwa kopi Indonesia hanya menduduki posisi rising star di pasar Amerika Serikat, sedangkan di pasar Jerman dan Jepang, kopi Indonesia justru berada di posisi lost opportunity. Temuan ini menunjukkan bahwa keunggulan komparatif tidak otomatis sejalan dengan keunggulan dinamis di seluruh pasar internasional.

Hasil serupa juga ditemukan oleh (Rahardjo et al., 2020) yang menyelidiki daya saing kopi Indonesia jika dibandingkan dengan Brasil, Kolombia, dan Vietnam. Hasil penelitian tersebut mengungkapkan bahwa nilai RCA kopi Indonesia cenderung lebih rendah daripada negara pesaing utama, yang menunjukkan perlunya perbaikan dalam kualitas, produktivitas, dan juga variasi produk kopi, terutama untuk produk kopi olahan yang bernilai tambah. Disamping itu, analisis EPD menunjukkan bahwa Indonesia termasuk di antara negara yang mengalami peluang yang hilang di beberapa pasar internasional, yang menandakan bahwa pertumbuhan permintaan global belum sepenuhnya dimanfaatkan oleh ekspor kopi asal Indonesia.

Dalam persaingan global yang semakin sengit, penelitian oleh (Purwawangsa et al., 2024) menunjukkan bahwa daya saing kopi dari Indonesia masih lebih rendah dibandingkan dengan Vietnam dan Brasil. Hal ini terlihat terutama dalam hal respons terhadap perubahan harga dan permintaan di pasar internasional. Studi ini menegaskan bahwa untuk meningkatkan daya saing kopi Indonesia, perlu ada fokus tidak hanya pada peningkatan volume ekspor, tetapi juga pada mutu produk, sertifikasi di tingkat internasional, dan pengembangan kapasitas para petani agar bisa memenuhi standar pasar global. Temuan ini mendukung pandangan bahwa daya saing di sektor ekspor bersifat kompleks dan tidak hanya dipengaruhi oleh kekuatan sumber daya alam.

Pendekatan analisis RCA dan EPD juga sering digunakan dalam studi tentang komoditas perkebunan lainnya sebagai alat yang efisien untuk mengevaluasi keunggulan komparatif dan perubahan pasar. Penelitian oleh (Khalish et al., 2023) mengenai rempah-rempah Indonesia mengungkapkan bahwa kombinasi analisis RCA dan EPD mampu mendeteksi produk unggulan yang tergolong sebagai bintang yang sedang naik serta produk yang mungkin kehilangan posisinya di pasar. Di sisi lain, (Dalimunthe et al., 2024) dalam penelitian tentang ekspor kopra Indonesia menunjukkan bahwa nilai RCA yang tinggi tidak selalu disertai oleh posisi EPD yang baik di berbagai negara tujuan ekspor. Hasil ini menekankan pentingnya penerapan analisis RCA dan EPD secara bersamaan untuk mendapatkan gambaran daya saing yang lebih menyeluruh.

Masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah mengenai analisis kompetitif dari ekspor kopi di pasar internasional. Penelitian ini secara khusus akan meneliti seberapa besar keunggulan komparatif dari ekspor kopi yang dimiliki Indonesia, Brasil, dan Belanda dengan menggunakan pendekatan Revealed Comparative Advantage (RCA). Selain itu, penelitian juga akan mempelajari bagaimana pergerakan ekspor kopi dari ketiga negara tersebut di pasar dunia menggunakan pendekatan Export Product Dynamics (EPD). Di samping itu, penelitian ini juga ingin mengetahui posisi daya saing ekspor kopi Indonesia jika dibandingkan dengan Brasil yang merupakan produsen utama dan Belanda yang berperan sebagai negara dengan posisi perdagangan yang strategis dalam pasar kopi global.

Berdasarkan permasalahan yang telah dijelaskan, hipotesis yang diajukan dalam studi ini adalah bahwa kopi Indonesia memiliki keunggulan komparatif di pasar dunia, yang terlihat dari nilai RCA yang lebih dari satu. Namun, tingkat keunggulan ini lebih rendah jika dibandingkan dengan Brasil, yang merupakan negara penghasil utama. Selain itu, ekspor kopi Indonesia menunjukkan dinamika yang kurang stabil jika dibandingkan dengan Brasil dan Belanda, mengindikasikan bahwa daya saing ekspor kopi Indonesia di pasar global masih belum mencapai potensi optimal.

Seiring dengan perumusan masalah dan hipotesis yang telah dikemukakan, tujuan dari studi ini adalah untuk menganalisis serta membandingkan keunggulan komparatif dalam ekspor kopi dari Indonesia, Brasil, dan Belanda di pasar internasional dengan menggunakan metode Revealed Comparative Advantage (RCA). Selain itu, penelitian ini juga mengkaji dinamika ekspor kopi ketiga negara tersebut melalui pendekatan Export Product Dynamics (EPD) dan mengevaluasi posisi daya saing ekspor kopi Indonesia

jika dibandingkan dengan Brasil dan Belanda dalam konteks perdagangan kopi di tingkat global. Dengan demikian, hasil dari penelitian ini diharapkan mampu memberikan pemahaman yang mendalam mengenai posisi strategis ekspor kopi Indonesia di pasar dunia serta menawarkan kontribusi akademis dan implikasi kebijakan yang relevan untuk meningkatkan daya saing serta keberlanjutan ekspor kopi Indonesia di tengah perubahan dinamika perdagangan global.

Dengan demikian, penting untuk melakukan analisis tentang daya saing ekspor kopi Indonesia dengan cara yang komparatif dan dinamis, melibatkan negara-negara penghasil utama serta negara dengan peran perdagangan yang signifikan. Membandingkan Indonesia dengan Brasil dan Belanda akan membantu dalam memahami perbedaan dalam struktur keunggulan komparatif, efisiensi dalam perdagangan, dan posisi Indonesia dalam rantai nilai kopi global. Dengan menggunakan pendekatan RCA dan EPD, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai posisi strategis kopi Indonesia di pasar internasional dan menjadi landasan untuk merumuskan kebijakan dalam pengembangan ekspor kopi yang berkelanjutan dan memiliki daya saing tinggi.

METODE PELAKSANAAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif untuk menganalisis daya saing ekspor kopi di pasar internasional. Pendekatan ini dipilih karena mampu menggambarkan secara sistematis dan objektif kondisi keunggulan komparatif serta dinamika ekspor kopi dari negara-negara yang diteliti berdasarkan data numerik perdagangan internasional. Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data sekunder yang bersumber dari lembaga resmi dan terpercaya, seperti UN Comtrade dan Trade Map (ITC). Data tersebut meliputi nilai ekspor kopi masing-masing negara, nilai total ekspor nasional, nilai ekspor kopi dunia, dan nilai total ekspor dunia. Penelitian ini menggunakan data jangka waktu (time series) selama lima tahun.

Objek penelitian adalah komoditas kopi (HS Code 0901) yang diekspor oleh Indonesia dan Brasil ke Belanda sebagai negara tujuan ekspor. Pemilihan ketiga negara tersebut didasarkan pada perbedaan peran dalam perdagangan kopi global, di mana Indonesia dan Brasil merupakan negara produsen dan eksportir utama kopi, sedangkan Belanda berperan sebagai negara pengimpor sekaligus pusat perdagangan dan distribusi kopi di kawasan Eropa.

Revealed Comparative Advantage (RCA)

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah Revealed Comparative Advantage (RCA). Analisis RCA digunakan untuk mengukur tingkat keunggulan komparatif suatu komoditas ekspor dari suatu negara dibandingkan dengan negara lain di pasar internasional. Konsep RCA pertama kali diperkenalkan oleh Balassa (1965), yang menyatakan bahwa keunggulan komparatif suatu negara dapat diidentifikasi melalui kinerja ekspornya. Nilai RCA dihitung dengan membandingkan pangsa ekspor suatu komoditas dari suatu negara terhadap total ekspor negara tersebut, dengan pangsa ekspor komoditas yang sama di tingkat dunia terhadap total ekspor dunia. Secara matematis, Revealed Comparative Advantage (RCA) dapat dirumuskan sebagai berikut Basri, F (Zuhdi & Agribisnis, 2016):

$$RCA = \frac{X_{ij}/X_j}{X_{iw}/X_w}$$

Keterangan:

- X_{ij} : Nilai ekspor komoditi i oleh negara j
 X_j : Nilai ekspor total semua komoditi oleh negara j
 X_{iw} : Nilai ekspor dunia komoditi i
 X_w : Nilai ekspor total dunia semua komoditi

Adapun indikator yang digunakan untuk mengukur nilai indeks RCA adalah sebagai berikut: apabila nilai indeks $RCA > 1$, maka suatu produk memiliki keunggulan komparatif, sedangkan apabila nilai indeks $RCA < 1$, maka produk tersebut tidak memiliki keunggulan komparatif. Semakin tinggi nilai indeks RCA, maka semakin tinggi pula tingkat daya saing komoditas tersebut di pasar internasional (Pembangunan et al., 2020)

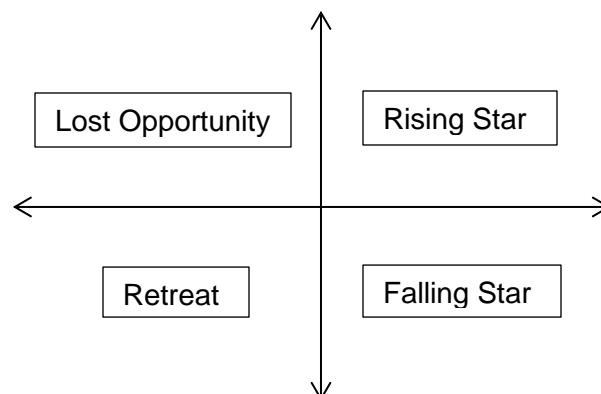
Indeks RCA atau Balassa Index lalu mendapatkan kritik bahwa distribusi dari RCA tidak dapat diambil secara teoritis. Hal tersebut terjadi karena RCA_{ij} memunculkan nilai yang tidak dapat dibandingkan pada kedua sisi dari 1, sehingga indeks tersebut perlu dibuat menjadi simetris. Oleh karena itu digunakanlah indeks baru yang disebut dengan Revealed Symmetric Advantage (RSCA) yang diformulasikan sebagai berikut Laursen, 2000, (Latifah & Susanto, 2016) :

$$RSCA = \frac{RCA - 1}{RCA + 1}$$

Indeks $RSCA_{ij}$ berkisar dari -1 sampai +1 (atau $-1 \leq RSCA_{ij} \leq 1$). Interpretasi RSCA serupa dengan RCA. $RSCA_{ij}$ lebih besar dari 0 menunjukkan bahwa negara i memiliki keunggulan komparatif dalam komoditas j dan $RSCA_{ij}$ kurang dari 0 berarti bahwa negara i tidak memiliki keunggulan komparatif (comparative disadvantage) dalam komoditas j (Latifah & Susanto, 2016).

Export Product Dynamics (EPD)

Pendekatan Ekspor Produk Dinamik (EPD) digunakan untuk mengidentifikasi tingkat keunggulan kompetitif atau daya saing suatu komoditas, serta untuk mengetahui apakah suatu komoditas memiliki kinerja yang dinamis atau tidak. Metode ini mengukur posisi pasar suatu produk dari suatu negara pada pasar tujuan tertentu. Analisis EPD disusun dalam sebuah matriks yang terdiri atas dua indikator utama, yaitu daya tarik pasar dan kekuatan bisnis. Daya tarik pasar diukur berdasarkan pertumbuhan permintaan suatu produk pada pasar tujuan, sedangkan kekuatan bisnis diukur berdasarkan pertumbuhan pangsa pasar (pangsa pasar) negara pengekspor pada pasar tujuan tersebut. Kombinasi antara daya tarik pasar dan kekuatan bisnis menghasilkan klasifikasi posisi produk ke dalam empat kategori, yaitu Rising Star, Falling Star, Lost Opportunity, dan Retreat (Pembangunan et al., 2020)



Sumbu x: Pertumbuhan kekuatan bisnis atau disebut pangsa pasar ekspor i:

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

Sumbu y: Pertumbuhan daya tarik pasar atau disebut pangsa pasar produk:

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

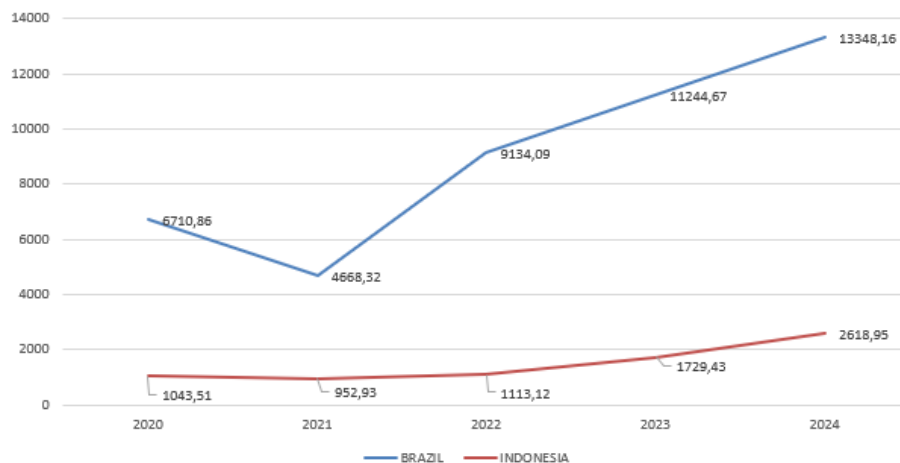
Keterangan:

- X_{ij} : Nilai ekspor komoditas i ke negara tujuan ekspor
W_{ij} : Nilai ekspor komoditas i dunia ke negara tujuan ekspor
X_t : Nilai total ekspor ke negara tujuan ekspor
W_t : Nilai total ekspor dunia ke negara tujuan ekspor
T : Jumlah tahun analisis

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Perhitungan Revealed Comparative Advantage (RCA)

Gambar 1. Hasil RCA Negara Brazil dan Indonesia 2020-2024



Tabel 1. Hasil RCA Negara Brazil tahun 2020-2024

RCA	2020	2021	2022	2023	2024
Brazil	6710,86	4668,32	9134,09	11244,67	13348,16

Sumber : Data Diolah

Berdasarkan hasil perhitungan Revealed Comparative Advantage (RCA), diperoleh nilai RCA ekspor Brazil selama periode 2020–2024 yang seluruhnya berada jauh di atas angka 1. Nilai RCA Brazil

pada tahun 2020 tercatat sebesar 6.710,86, kemudian menurun pada tahun 2021 menjadi 4.668,32. Selanjutnya, nilai RCA kembali meningkat secara signifikan pada tahun 2022 sebesar 9.134,09, meningkat lagi pada tahun 2023 menjadi 11.244,67, dan mencapai nilai tertinggi pada tahun 2024 sebesar 13.348,16. Nilai RCA yang lebih besar dari satu menunjukkan bahwa Brazil memiliki keunggulan komparatif yang sangat kuat dalam mengeksport komoditas yang dianalisis di pasar internasional sepanjang periode penelitian.

Tingginya nilai RCA Brazil dari tahun 2020 hingga 2024 menunjukkan bahwa kopi merupakan salah satu unggulan ekspor Brazil jika dibandingkan dengan rata-rata global. Keunggulan ini menggambarkan kemampuan Brazil untuk memproduksi dan mengeksport barang dengan efisiensi dan daya saing yang lebih tinggi. Pada tahun 2021, nilai RCA mengalami penurunan yang mungkin disebabkan oleh berbagai alasan, termasuk masalah pada rantai pasokan global, penurunan permintaan di pasar internasional, atau dampak dari pandemi COVID-19 yang memengaruhi perdagangan global. Namun, penurunan ini diperkirakan bersifat sementara. Kenaikan nilai RCA yang signifikan dari 2022 sampai 2024 menunjukkan adanya pemulihan dan peningkatan daya saing ekspor Brazil. Hal ini dapat dihubungkan dengan kenaikan produksi dalam negeri, perbaikan dalam kualitas produk, kenaikan permintaan global, dan kebijakan perdagangan serta ekspor yang lebih mendukung. Tren peningkatan RCA ini menunjukkan bahwa posisi Brazil di pasar internasional semakin memperkuat dan stabil.

Tabel 2. Hasil perhitungan RCA Negara Indonesia Tahun 2020 – 2024

RCA	2020	2021	2022	2023	2024
Indonesia	1043,51	952,93	1113,12	1729,43	2618,95

Sumber : Data Diolah

Berdasarkan Tabel 2, nilai Revealed Comparative Advantage (RCA) Indonesia selama periode 2020–2024 menunjukkan bahwa seluruh nilai RCA berada di atas angka 1, yang menandakan bahwa Indonesia memiliki keunggulan komparatif dalam mengeksport komoditas yang dianalisis di pasar internasional. Pada tahun 2020, nilai RCA Indonesia tercatat sebesar 1.043,51, kemudian mengalami sedikit penurunan pada tahun 2021 menjadi 952,93. Selanjutnya, nilai RCA kembali meningkat pada tahun 2022 sebesar 1.113,12, dan mengalami peningkatan yang cukup signifikan pada tahun 2023 menjadi 1.729,43. Pada tahun 2024, nilai RCA Indonesia mencapai angka tertinggi sebesar 2.618,95.

Nilai RCA Indonesia yang selalu di atas satu selama penelitian menunjukkan bahwa Indonesia memiliki kemampuan bersaing dalam ekspor kopi yang cukup kuat jika dibandingkan dengan rata-rata global. Namun, jika dibandingkan dengan Brazil, nilai RCA Indonesia masih lebih rendah. Hal ini menunjukkan bahwa potensi keunggulan komparatif Indonesia belum sekuat yang dimiliki Brazil. Penurunan nilai RCA di tahun 2021 dapat dihubungkan dengan penurunan aktivitas perdagangan internasional yang disebabkan oleh pandemi COVID-19. Hal ini mengakibatkan turunnya volume ekspor dan terjadi gangguan dalam rantai pasok global. Meski begitu, keadaan ini hanya bersifat sementara, karena sejak tahun 2022 nilai RCA Indonesia mulai mengalami kenaikan. Kenaikan yang signifikan pada periode 2022 hingga 2024 menunjukkan bahwa kinerja ekspor Indonesia membaik. Peningkatan ini bisa disebabkan oleh kenaikan permintaan di pasar global, perbaikan dalam kualitas produk, serta dukungan kebijakan pemerintah untuk mendorong ekspor dari komoditas unggulan. Tren peningkatan nilai RCA ini menunjukkan bahwa posisi Indonesia di pasar internasional semakin baik dan memiliki kemungkinan untuk meningkatkan daya saing lebih lanjut.

Hasil Perhitungan Revealed Symmetric Comparative Advantage (RSCA)

Tabel 3. Hasil RSCA Negara Brazil tahun 2020-2024

RSCA	2020	2021	2022	2023	2024
Brazil	0,9997	0,9996	0,9998	0,9998	0,9999

Sumber : Data Diolah

Berdasarkan perhitungan Revealed Symmetric Comparative Advantage (RSCA), nilai RSCA Brazil dari tahun 2020 hingga 2024 tetap positif dan mendekati angka +1. Ini menunjukkan bahwa Brazil memiliki keunggulan komparatif yang sangat kuat dan stabil dalam mengekspor kopi yang dianalisis di pasar dunia. Kestabilan dan tingginya nilai RSCA Brazil menunjukkan bahwa ekspor negara ini didominasi oleh komoditas tersebut jika dibandingkan dengan rata-rata perdagangan global. Hal ini mencerminkan efisiensi produksi yang tinggi, keunggulan pada sumber daya, dan kemampuan Brazil untuk menjaga daya saing ekspornya di pasar internasional. Adanya nilai RSCA positif tanpa negatif selama periode studi menunjukkan bahwa keunggulan komparatif Brazil bersifat jangka panjang dan tidak banyak berubah. Dengan begitu, hasil RSCA ini mendukung temuan sebelumnya dari RCA, di mana Brazil selalu menunjukkan posisi yang kuat sebagai negara dengan daya saing ekspor yang tinggi untuk komoditas yang diteliti.

Tabel 4. Hasil RSCA Negara Indonesai tahun 2020-2024

RSCA	2020	2021	2022	2023	2024
Indonesia	0,9981	0,9979	0,9982	0,9988	0,9992

Sumber : Data Diolah

Hasil perhitungan Revealed Symmetric Comparative Advantage (RSCA) Indonesia dari tahun 2020 hingga 2024 menunjukkan bahwa Indonesia memiliki nilai RSCA yang berada dalam angka positif, meskipun angka tersebut masih lebih rendah dibandingkan dengan Brazil. Positifnya nilai RSCA ini menandakan bahwa Indonesia memiliki keunggulan komparatif dalam mengekspor komoditas yang diteliti di pasar global. Perkembangan nilai RSCA Indonesia memperlihatkan peningkatan yang signifikan, khususnya antara tahun 2022 dan 2024, yang menunjukkan bahwa daya saing ekspor Indonesia mulai menguat. Peningkatan ini dapat dilihat sebagai hasil dari perbaikan dalam kinerja ekspor, bertambahnya permintaan internasional, serta dukungan dari pemerintah yang berfokus pada pengembangan ekspor komoditas unggulan. Namun, nilai RSCA yang belum mencapai angka +1 menunjukkan bahwa kemampuan komparatif Indonesia masih di bawah Brazil. Secara umum, temuan RSCA Indonesia sejalan dengan hasil RCA, yang menunjukkan bahwa meskipun Indonesia memiliki keunggulan komparatif, masih ada kesempatan untuk meningkatkan efisiensi dalam produksi, kualitas barang, dan variasi pasar ekspor untuk memperkuat posisi Indonesia di pasar internasional.

Hasil Perhitungan Export Product Dynamic (EPD)

Metode Export Product Dynamic (EPD) digunakan untuk mengukur pertumbuhan ekspor suatu produk dengan mengklasifikasikannya ke dalam empat posisi kuadran, yaitu rising star, falling star, lost opportunity, dan retreat, berdasarkan kekuatan bisnis (sumbu X) dan daya tarik pasar (sumbu Y). Analisis EPD mampu menjelaskan keunggulan kompetitif suatu produk serta tingkat kedinamisan pertumbuhan ekspor produk suatu negara. Dalam penelitian ini, hasil analisis EPD ekspor kopi ke negara tujuan utama

disajikan pada Tabel 2. Hasil analisis menunjukkan bahwa kedua negara tersebut menempati posisi yang sama yaitu rising star.

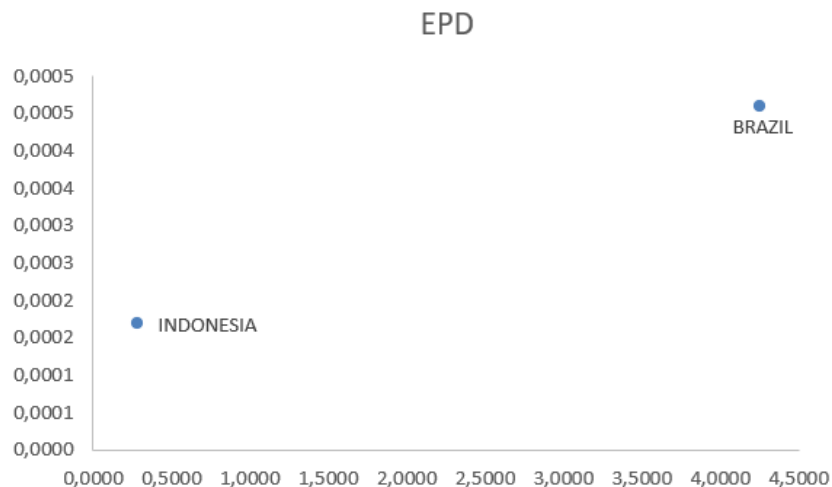
Tabel 5. Hasil Analisis EPD pada negara tujuan utama ekspor pada periode tahun 2020–2024

NEGARA	EPD		posisi daya saing
	Pertumbuhan pangsa pasar ekspor (Sumbu X)%	pertumbuhan Pangsa pasar produk (Sumbu Y)%	
BRAZIL	4,2519	0,0005	Rising Star
INDONESIA	0,2851	0,0002	Rising Star

Sumber: Data yang di olah (2026)

Tabel.5 menunjukkan hasil analisis Export Product Dynamic (EPD) pada negara tujuan utama ekspor selama periode 2020–2024. Berdasarkan hasil analisis, Brasil berada pada posisi rising star yang ditunjukkan oleh nilai positif pada sumbu X sebesar 4,2519 dan sumbu Y sebesar 0,0005. Hal ini mengindikasikan bahwa ekspor ke Brasil mengalami peningkatan pertumbuhan pangsa pasar ekspor yang diikuti dengan peningkatan pertumbuhan pangsa pasar produk, sehingga Brasil merupakan pasar yang dinamis dan memiliki daya saing ekspor yang kuat. Indonesia juga berada pada posisi rising star dengan nilai positif pada sumbu X sebesar 0,2851 dan sumbu Y sebesar 0,0002. Kondisi ini menunjukkan bahwa Indonesia memiliki kinerja ekspor yang kompetitif, ditandai dengan pertumbuhan pangsa pasar ekspor dan pertumbuhan pangsa pasar produk yang sama-sama meningkat. Dengan demikian, kedua negara tersebut dapat dikategorikan sebagai pasar yang potensial dan memiliki prospek pengembangan ekspor yang baik.

Gambar 2. Kuadran posisi ekspor pisang Indonesia di lima negara tujuan utama



Kondisi *Rising star* juga merupakan kondisi ideal yang menandakan bahwa Brazil dan Indonesia merupakan negara eksportir kopi yang kompetitif dalam perdagangan internasional yang ditandai dengan pertumbuhan yang positif pada pangsa pasar komoditas dan pangsa pasar ekspor (Bisnis, 2017).

KESIMPULAN

Penelitian ini mengungkapkan bahwa karakteristik daya saing dalam perdagangan kopi global untuk ekspor kopi dari Indonesia, Brasil, dan Belanda berbeda. Analisis keunggulan komparatif menunjukkan bahwa Indonesia dan Brasil memiliki keunggulan yang kuat dalam ekspor kopi, meskipun Brasil memiliki keunggulan yang lebih kuat. Sementara itu, Belanda berfungsi sebagai pusat perdagangan dan distribusi yang strategis di pasar Eropa, dan bukan sebagai produsen.

Dinamika ekspor yang dianalisis menunjukkan bahwa kopi dari Indonesia dan Brasil berada pada posisi yang berkembang, yang menunjukkan adanya pertumbuhan pangsa pasar dan peningkatan daya tarik untuk pasar ekspor. Hal ini mengindikasikan bahwa kopi Indonesia memiliki prospek yang baik di pasar internasional, meskipun masih ada tantangan untuk menjaga kinerja ekspor yang konsisten dan meningkatkan daya saingnya dibandingkan dengan negara pesaing utama.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menekankan bahwa memiliki keunggulan komparatif tidak selalu menjamin daya saing untuk jangka panjang. Diperlukan strategi ekspor yang lebih kuat, yang meliputi peningkatan kualitas produk, efisiensi dalam produksi, dan pengembangan pasar, agar kopi Indonesia bisa memanfaatkan kesempatan pertumbuhan global secara optimal dan berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Andriani, N. S., Rachmina, D., & Utami, A. D. (2025). DYNAMICS OF INDONESIA ' S COMPETITIVENESS AND FACTORS AFFECTING COFFEE EXPORTS IN THE CHINA MARKET. *Jurnal Manajemen & Agribisnis*, 22(2), 185–194.
- Anggraeni, D. A., & Budiarti, W. (2023). ANALISIS REVEALED COMPARATIVE ADVANTAGE DAN EXPORT PRODUCT DYNAMIC KOMODITAS LADA INDONESIA DAN VIETNAM Revealed Comparative Advantage and Export Product Dynamic Analysis of Indonesian and Vietnam Pepper Commodities PENDAHULUAN Indonesia merupakan salah s. *Buletin Ilmiah Litbang Perdagangan*, 111–132.
- Bisnis, S. (2017). *COMPETITIVENESS OF INDONESIAN TEA IN INTERNATIONAL MARKET Jauhar Samudera Noyantakaningtyas *)1, Arief Daryanto *) , and Imam Teguh Saptono ***. 3(1), 14–23.
- Dalimunthe, A. G., Sibuea, F. A., & Hernosa, S. P. (2024). Analisis Faktor-faktor yang Memengaruhi Volume Ekspor Kopra Indonesia di Pasar Dunia. *Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 10(1), 412–418.
- Hidayattullah, A., Prayuginingsih, H., & Mulasari, R. M. (2024). Analisis Trend Internasional Ekspor Kopi Indonesia Di Pasar. *Agri Analytics Journal*, 2, 45–60.
- International Trade Centre. (2025). TradeMap: Trade statistics for international business development. Diakses pada 17 Januari 2026, dari https://www.trademap.org/Country_SelProduct_TS.aspx?nvpm=1%7c%7c%7c%7c%7cTOTAL%7c%7c%7c2%7c1%7c1%7c2%7c2%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1%7c1
- International Trade Centre. (2025). TradeMap: Statistik perdagangan bilateral antara Reporter 076 dan Partner 528. Diakses pada 17 Januari 2026, dari https://www.trademap.org/Bilateral_TS.aspx?nvpm=1%7c076%7c%7c528%7c%7cTOTAL%7c%7c%7c2%7c1%7c1%7c2%7c2%7c1%7c1%7c1%7c1%7c1
- Khalish, F., Ekonomi, F., Bisnis, D., & Padjadjaran, U. (2023). KEUNGGULAN KOMPARATIF DAN KOMPETITIF KOMODITAS REMPAH INDONESIA DI PASAR UNI EMIRAT ARAB. *Jurnal Multidisiplin Indonesia*, 2, 2256–2276.
- Latifah, M. N., & Susanto, A. A. (2016). ANALISIS KEMUNGKINAN DAMPAK KETERLIBATAN INDONESIA DALAM TRANS PACIFIC PARTNERSHIP (TPP) TERHADAP KINERJA

- PERDAGANGAN DAN. 17(April), 55–70. <https://doi.org/10.18196/jesp.17.1.3635>
- Manalu, D. S. T., Harianto, S., & Hartoyo, S. (2019). Posisi daya saing dan kinerja ekspor kopi indonesia di pasar global. *Jurnal Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis (JEPA)*, 3, 830–839.
- Nugraha, A. A., & Marwanti, S. (2023). Analisis Daya Saing Kompetitif Ekspor Pisang Indonesia di Pasar Internasional. *UMJember Proceeding Series*, 2(3), 167–173.
- Nursamsi, Annisa, K., & Syahroni. (2025). Daya Saing Ekspor Cengkeh Indonesia di Negara-Negara Tujuan Utama dengan Pendekatan Revealed Symmetric Comparative Advantages (RSCA) dan Export Product Dynamics (EPD). *Tolis Ilmiah: Jurnal Penelitian*, 7(2).
- Pembangunan, J. E., Ekonomi, F., & Ratulangi, U. S. (2020). *NEGARA TUJUAN EKSPOR TIONGKOK DAN INDIA Volume Produksi Minyak Sawit (juta ton)*. 20(03), 22–32.
- Purwawangsa, H., Irfany, M. I., & Haq, D. A. (2024). INDONESIA COFFEE EXPORTS ' COMPETITIVENESS AND DETERMINANTS. *Jurnal Manajemen & Agribisnis*, 21(1), 59–71.
- Putu, I. G., Wijaya, H., & Budiningsih, N. K. (2025). Analisis Daya Saing Ekspor Kopi Indonesia di Pasar Amerika Serikat. *Jurnal Visi Manajemen*, 11.
- Rahardjo, B., Mukhammad, B., Akbar, B., Shalehah, A., Tidar, U., Utara, M., Tengah, J., Barat, J., Putra, U. N., Barat, J., Road, L., District, W., & City, T. (2020). Analysis and strategy for improving Indonesian coffee competitiveness in the international market. *Bisnis Dan Manajemen*, 12(2), 154–167. <https://doi.org/10.26740/bisma.v12n2.p154-167>
- Ramadhani, D. P., & Perdana, P. (2023). Potensi Komoditas Kopi Indonesia Pada Pasar Asean Dengan Malaysia Sebagai Negara Tujuan Ekspor Dhea Putri Ramadhani1 Putra Perdana 1,2 Universitas Pembangunan Nasional 'Veteran' Jawa Timur. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(November), 197–205.
- Utami, N. M. A. W., D, D. P., & Dewi, R. K. (2018). ANALISIS DAYA SAING DAN FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI EKSPOR KOPI INDONESIA DI PASAR INTERNASIONAL. *Jurnal Manajemen Agribisnis*, 6(1), 8–15.
- United Nations Statistics Division. (2021). UN ComtradePlus: TradeFlow data perdagangan internasional. Diakses pada 17 Januari 2026, dari <https://comtradeplus.un.org/TradeFlow?Frequency=A&Flows=X&CommodityCodes=TOTAL&Partners=528&Reporters=76&period=2021&AggregateBy=none&BreakdownMode=plus>
- Zuhdi, F., & Agribisnis, D. (2016). ANALISIS DAYA SAING EKSPOR KOPI INDONESIA DAN VIETNAM DI PASAR ASEAN 5 COMPETITIVENESS ANALYSIS OF INDONESIAN AND VIETNAM COFFEE EXPORT IN ASEAN 5 MARKET. 26(3), 152–162.