

ANALYSIS OF FACTORS AFFECTING THE DECLINE IN INDONESIAN COFFEE EXPORTS TO JAPAN FROM 2021 TO 2024

ANALISIS FAKTOR PENURUNAN VOLUME EKSPOR KOPI INDONESIA KE NEGARA JEPANG DARI TAHUN 2021-2024

Nabilla Putri Ayu Maret¹, Rizal Budi Santoso²

Universitas Widyaatama^{1,2}

nabilla.mareta@widyaatama.ac.id¹, budi.santoso@widyaatama.ac.id²

ABSTRACT

This study aims to analyze the factors contributing to the decline in Indonesia's coffee export volume to Japan during the 2021–2024 period, despite the increasing trend of coffee consumption in Japan. Japan represents a potential market for Indonesian coffee, particularly in the premium segment; however, data from Statistics Indonesia indicate a continuous decline in export volume in recent years. This study employs a qualitative descriptive approach using secondary data obtained from Statistics Indonesia, Trademap, and relevant academic literature. The analysis is based on the Export Demand Function and Elasticity Theory of Goldstein–Khan, the Quality Differentiation and Consumer Preference Theory (Lancasterian approach), and Porter's Diamond Model. The findings reveal that the decline in exports is driven by internal factors, including the dominance of robusta green bean exports, limited post-harvest processing, and inconsistent product quality. External factors include Japanese consumer preferences for arabica specialty coffee, stringent quality standards and import regulations, and intense competition from major exporting countries. This study recommends improving product quality and diversifying value-added coffee products to enhance Indonesia's export competitiveness in the Japanese market.

Keywords: *Coffee Exports, Japan, Competitiveness, Quality Standards, Consumer Preferences.*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang menyebabkan penurunan volume ekspor kopi Indonesia ke Jepang pada periode 2021–2024, di tengah meningkatnya konsumsi kopi di negara tersebut. Jepang merupakan pasar potensial bagi kopi Indonesia, khususnya pada segmen premium, namun data Badan Pusat Statistik menunjukkan tren penurunan volume ekspor dalam beberapa tahun terakhir. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan memanfaatkan data sekunder yang bersumber dari Badan Pusat Statistik, Trademap, serta kajian literatur terkait. Analisis dilakukan menggunakan Teori Fungsi Permintaan Ekspor Goldstein–Khan, Teori Diferensiasi Kualitas dan Preferensi Konsumen (Pendekatan Lancasterian), serta Model Diamond Porter. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penurunan ekspor dipengaruhi oleh faktor internal berupa dominasi kopi robusta green bean, keterbatasan kualitas dan pengolahan pascapanen, serta faktor eksternal berupa preferensi konsumen Jepang terhadap kopi arabika specialty, ketatnya standar mutu, dan persaingan dari negara eksportir utama. Penelitian ini merekomendasikan peningkatan kualitas dan diversifikasi produk untuk memperkuat daya saing ekspor kopi Indonesia.

Kata Kunci: Ekspor Kopi, Jepang, Daya Saing, Standar Mutu, Preferensi Konsumen.

PENDAHULUAN

Kopi merupakan salah satu komoditas perkebunan strategis Indonesia yang berperan penting dalam perdagangan internasional dan penerimaan devisa negara. Indonesia dikenal sebagai salah satu produsen kopi terbesar dunia dengan keragaman varietas dan wilayah produksi, seperti Gayo, Toraja, Lampung, dan Jawa [19]. Di sisi lain, Jepang merupakan salah satu negara pengimpor kopi terbesar dengan

karakteristik pasar yang menekankan kualitas, konsistensi, dan standar keamanan pangan yang tinggi. [13].

Dalam beberapa dekade terakhir, pola konsumsi minuman di Jepang mengalami pergeseran, ditandai dengan menurunnya konsumsi teh dan meningkatnya konsumsi kopi, khususnya pada segmen kopi siap minum dan specialty coffee. [9]. Kondisi ini menjadikan Jepang sebagai pasar potensial bagi kopi Indonesia. Namun,

data BPS menunjukkan bahwa volume ekspor kopi Indonesia ke Jepang justru mengalami penurunan secara konsisten pada periode 2021–2024, meskipun konsumsi kopi Jepang terus meningkat.

Tahun	Volume Ekspor (Ton)	Nilai Ekspor (USS ribu)
2020	23.471,6	55.923,6
2021	27.297,0	65.434,3
2022	18.813,5	59.090,8
2023	15.316,8	63.034,5
2024	15.258,6	89.020,4

Tabel .1 Penurunan Volume Ekspor Kopi Indonesia ke Jepang Tahun 2021-2024

Sumber BPS

Fenomena ini menimbulkan paradoks perdagangan yang menunjukkan adanya permasalahan struktural dalam kinerja ekspor kopi Indonesia.

Fase pascapandemi COVID-19 ketika perdagangan global mulai pulih. Penurunan ini berlangsung pada hubungan perdagangan bilateral Indonesia Jepang yang selama ini dipandang sebagai pasar potensial bagi kopi Indonesia. Kondisi ini menimbulkan paradoks perdagangan meningkatnya permintaan kopi di Jepang tidak diikuti oleh peningkatan ekspor kopi Indonesia. Hal ini mengindikasikan adanya permasalahan struktural baik dari sisi internal Indonesia maupun dari sisi eksternal pasar Jepang, seperti kualitas produk, struktur ekspor, standar mutu, serta persaingan global.

LANDASAN TEORI

Landasan teori dalam penelitian ini menggunakan Teori Fungsi Permintaan Ekspor Goldstein–Khan dan Teori Diferensiasi Kualitas dan Preferensi Konsumen (Pendekatan Lancasterian) sebagai dasar analisis utama. Kedua teori tersebut digunakan untuk menjelaskan dinamika permintaan

ekspor kopi Indonesia ke Jepang, khususnya dalam memahami mengapa peningkatan konsumsi kopi di Jepang tidak diikuti oleh peningkatan volume ekspor kopi Indonesia pada periode 2021–2024.

Teori Fungsi Permintaan Ekspor yang dikembangkan oleh Goldstein dan Khan merupakan salah satu kerangka fundamental dalam analisis perdagangan internasional yang menempatkan permintaan negara pengimpor sebagai faktor kunci dalam menentukan volume ekspor suatu negara. Goldstein dan Khan menjelaskan bahwa permintaan ekspor dipengaruhi oleh pendapatan negara pengimpor, harga relatif barang ekspor terhadap barang substitusinya, serta berbagai faktor non-harga seperti kebijakan perdagangan, hambatan non-tarif, dan preferensi konsumen [8]. Dalam perspektif ini, hubungan antara harga dan volume ekspor bersifat simultan, sehingga perubahan harga tidak dapat dianalisis secara terpisah dari perubahan volume ekspor. Teori Goldstein–Khan menegaskan bahwa elastisitas permintaan ekspor menjadi indikator penting untuk menilai sensitivitas pasar terhadap perubahan harga dan pendapatan. Namun, pada komoditas tertentu yang memiliki diferensiasi kualitas tinggi seperti kopi, faktor non-harga sering kali lebih dominan dibandingkan faktor harga. Standar mutu, konsistensi kualitas, keamanan pangan, serta reputasi produk menjadi determinan utama dalam keputusan impor, terutama di pasar negara maju [8]. Peningkatan permintaan agregat di negara pengimpor tidak selalu diikuti oleh peningkatan permintaan terhadap produk dari negara pemasok tertentu apabila produk tersebut tidak memenuhi ekspektasi kualitas pasar tujuan.

Teori Diferensiasi Kualitas dan Preferensi Konsumen dengan

pendekatan Lancasterian. Lancaster memandang bahwa konsumen tidak memperoleh utilitas dari produk secara langsung, melainkan dari sekumpulan karakteristik atau atribut yang melekat pada produk tersebut [15]. Dalam kerangka ini, kopi tidak diperlakukan sebagai komoditas homogen, tetapi sebagai produk dengan atribut yang beragam seperti varietas (arabika atau robusta), cita rasa, aroma, metode pengolahan, konsistensi mutu, sertifikasi, dan citra asal produk.

Pendekatan Lancasterian menekankan bahwa pasar bersifat tersegmentasi berdasarkan preferensi konsumen terhadap karakteristik produk. Konsumen akan memilih produk yang karakteristiknya paling mendekati preferensi mereka dalam *characteristic space*, sehingga perbedaan kualitas akan membentuk struktur permintaan yang berbeda antarproduk [15]. (Becker Gery S, 1976) [2] memperkuat pandangan ini dengan menyatakan bahwa preferensi konsumen yang heterogen mendorong persaingan berbasis kualitas dan nilai tambah, bukan semata-mata berbasis harga. Dalam konteks ini, produk dengan karakteristik yang tidak sesuai dengan preferensi pasar akan memiliki utilitas yang lebih rendah, meskipun tersedia dalam jumlah besar atau ditawarkan dengan harga yang kompetitif [2].

Dalam konteks perdagangan kopi Indonesia ke Jepang, mekanisme diferensiasi kualitas tercermin dari pergeseran preferensi konsumen Jepang yang semakin mengarah pada kopi arabika specialty dengan kualitas premium, konsistensi rasa, dan jaminan keamanan pangan. Sebaliknya, struktur ekspor kopi Indonesia yang masih didominasi oleh kopi robusta dalam bentuk green bean dengan nilai tambah rendah menyebabkan terjadinya ketidaksesuaian antara penawaran Indonesia dan preferensi pasar Jepang.

Kondisi ini menjelaskan mengapa peningkatan konsumsi kopi di Jepang tidak secara otomatis meningkatkan permintaan terhadap kopi Indonesia.

Berbagai penelitian terdahulu (state of the art/SOTA) telah mengkaji ekspor kopi Indonesia ke Jepang dari beragam perspektif. (Tri Widiani Wulandari, 2025) [27] menekankan peluang dan tantangan ekspor kopi Indonesia ke Jepang dengan fokus pada daya saing dan regulasi, namun belum mengkaji secara spesifik mismatch antara struktur produk dan preferensi konsumen. (Fikri Aldi Dwi Putro et al., 2024) [4] menganalisis determinan ekspor kopi Indonesia ke Jepang menggunakan pendekatan ekonometrik dan kerja sama IJEPA, dengan penekanan pada variabel makroekonomi. (Lyan Haska Pasolonk et al., 2023) [16] menilai daya saing kopi Indonesia secara global menggunakan RCA, tetapi belum secara mendalam membahas pasar Jepang sebagai pasar premium. (Nasution, 2023) [19] mengkaji pengaruh faktor makro seperti PDB Jepang, harga kopi, dan kurs, dengan fokus pada fluktuasi jangka panjang. (Sitanini et al., 2020) [25] menyoroti pengaruh konsumsi kopi Jepang dan kebijakan perdagangan, namun penelitian tersebut mencakup periode yang lebih panjang dan belum menangkap dinamika pascapandemi. (Reyhan et al., 2023) [23] melalui *systematic literature review* menegaskan pentingnya produksi dan nilai tambah, tetapi tidak berfokus pada satu negara tujuan. Sementara itu, (Rustiana Yuli Yarni, 2025) [24] menekankan pengaruh harga komoditas dan kondisi ekonomi Jepang, dengan pendekatan kuantitatif makro.

Berbagai penelitian terdahulu (state of the art/SOTA) telah mengkaji ekspor kopi Indonesia ke Jepang maupun daya saing kopi Indonesia di pasar

internasional dari beragam perspektif. Namun, penelitian-penelitian tersebut menunjukkan fokus dan pendekatan yang relatif terpisah antara faktor makroekonomi, daya saing komparatif, serta kebijakan perdagangan, sehingga belum sepenuhnya mampu menjelaskan fenomena penurunan ekspor kopi Indonesia ke Jepang pada periode 2021–2024 secara komprehensif.

Sejumlah penelitian, seperti (Fikri Aldi Dwi Putro et al., 2024) [4] dan (Nasution, 2023) [19], menitikberatkan analisis pada determinan ekspor kopi Indonesia ke Jepang menggunakan pendekatan kuantitatif dan variabel makroekonomi, seperti harga kopi, nilai tukar, dan PDB Jepang. Penelitian-penelitian tersebut memberikan kontribusi penting dalam memahami pengaruh faktor ekonomi makro terhadap kinerja ekspor, namun belum secara mendalam mengkaji peran faktor non-harga, khususnya kualitas produk, konsistensi mutu, dan standar keamanan pangan sebagai determinan utama permintaan di pasar Jepang yang bersifat premium.

Penelitian lain, seperti (Sitanini et al., 2020) [25] serta (Lyan Haska Pasolonk et al., 2023) [16], lebih menekankan pada analisis daya saing kopi Indonesia secara global menggunakan indikator Revealed Comparative Advantage (RCA). Meskipun mampu menunjukkan posisi relatif Indonesia dalam perdagangan kopi dunia, pendekatan tersebut cenderung bersifat agregatif dan belum secara spesifik membahas karakteristik pasar Jepang sebagai pasar dengan preferensi kualitas tinggi dan regulasi mutu yang ketat. Akibatnya, temuan daya saing komparatif belum sepenuhnya menjelaskan dinamika penurunan ekspor pada pasar tujuan tertentu.

Di sisi lain, penelitian yang menyoroti preferensi konsumen dan diferensiasi kualitas kopi umumnya dilakukan dalam konteks global atau pada level industri. tanpa fokus khusus pada hubungan perdagangan bilateral Indonesia-Jepang, terutama pada periode pascapandemi COVID-19. Kajian-kajian tersebut juga jarang mengaitkan preferensi konsumen dengan struktur ekspor nasional yang masih didominasi oleh kopi robusta green bean dan keterbatasan nilai tambah produk.

Artikel ini berupaya untuk menjawab pertanyaan penelitian berupa *“bagaimana faktor-faktor internal dan eksternal memengaruhi penurunan volume ekspor kopi Indonesia ke Jepang pada periode 2021–2024”*. Fokus utama penelitian ini diarahkan pada analisis interaksi antara faktor permintaan ekspor, diferensiasi kualitas produk, dan karakteristik pasar Jepang yang menekankan kualitas, konsistensi, serta keamanan pangan.

Artikel ini diawali dengan pembahasan Teori Fungsi Permintaan Eksport Goldstein–Khan dan Teori Diferensiasi Kualitas dan Preferensi Konsumen (pendekatan Lancasterian) sebagai fondasi analisis untuk menjelaskan dinamika permintaan ekspor kopi dan peran faktor non-harga dalam membentuk elastisitas permintaan di pasar Jepang. Selanjutnya, pembahasan dilanjutkan dengan telaah empiris dan konseptual terhadap struktur ekspor kopi Indonesia, preferensi konsumen Jepang, serta ketatnya standar mutu dan regulasi keamanan pangan yang berlaku. Analisis tersebut kemudian diintegrasikan dengan Model Diamond Porter untuk menilai implikasi faktor-faktor tersebut terhadap daya saing kopi Indonesia dalam persaingan global.



Gambar Kerangka Pemikiran

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan desain penelitian kualitatif deskriptif dengan tujuan menganalisis secara mendalam faktor-faktor internal dan eksternal yang menyebabkan penurunan volume ekspor kopi Indonesia ke Jepang pada periode 2021–2024 [17]. Data yang digunakan merupakan data sekunder yang diperoleh dari Badan Pusat Statistik (BPS), TradeMap, serta publikasi ilmiah dan laporan resmi yang relevan. Unit analisis penelitian ini meliputi tren volume ekspor, struktur produk kopi Indonesia, preferensi konsumen Jepang, serta regulasi mutu dan keamanan pangan.

Validasi data dilakukan melalui triangulasi sumber dengan membandingkan data antarinstansi dan hasil penelitian terdahulu untuk memastikan konsistensi dan keandalan informasi [17]. Reduksi data dilakukan dengan menyeleksi, mengelompokkan, dan memfokuskan data yang relevan sesuai dengan tujuan penelitian, terutama yang berkaitan dengan tren ekspor, struktur produk, standar mutu, dan preferensi pasar Jepang. Analisis

data dilakukan secara deskriptif analitis dengan menginterpretasikan temuan berdasarkan kerangka Teori Fungsi Permintaan Ekspor Goldstein–Khan, Teori Diferensiasi Kualitas dan Preferensi Konsumen (Pendekatan Lancasterian), serta Model Diamond Porter, guna menjelaskan keterkaitan antara faktor internal, faktor eksternal, dan dinamika daya saing ekspor kopi Indonesia di pasar Jepang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Teori Fungsi Permintaan Ekspor Goldstein–Khan dalam penelitian ini digunakan sebagai kerangka analisis untuk memahami dinamika penurunan volume ekspor kopi Indonesia ke Jepang. Teori ini menegaskan bahwa permintaan ekspor dipengaruhi oleh pendapatan negara pengimpor, harga relatif, serta faktor non-harga seperti kualitas produk, regulasi perdagangan, dan preferensi konsumen [8]. Goldstein dan Khan menekankan bahwa pada komoditas dengan diferensiasi tinggi, faktor non-harga sering kali lebih dominan dalam menentukan elastisitas permintaan ekspor, sehingga peningkatan permintaan agregat tidak selalu diikuti oleh peningkatan volume ekspor dari Negara pemasok tertentu [18]. Kerangka ini relevan untuk menjelaskan rendahnya respons ekspor kopi Indonesia di tengah meningkatnya konsumsi kopi Jepang. Kerangka tersebut dipadukan dengan Teori Diferensiasi Kualitas dan Preferensi Konsumen (Pendekatan Lancasterian) yang menjelaskan bahwa konsumen tidak memperoleh utilitas dari produk secara langsung, melainkan dari sekumpulan karakteristik atau atribut yang melekat pada produk tersebut [15]. Lancaster menyatakan bahwa perbedaan kualitas, varietas, cita rasa, konsistensi mutu, serta citra asal produk membentuk struktur permintaan yang tersegmentasi

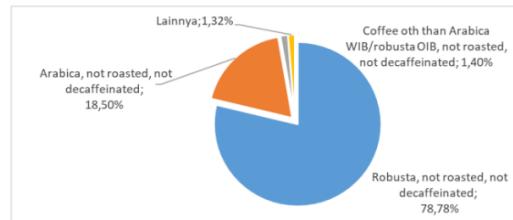
[2]. Dalam konteks pasar Jepang yang menekankan kopi arabika *specialty* dengan kualitas premium dan standar keamanan pangan yang ketat, teori ini digunakan untuk menjelaskan ketidaksesuaian antara struktur ekspor kopi Indonesia yang masih didominasi robusta green bean dengan preferensi konsumen Jepang, sehingga berkontribusi terhadap melemahnya daya saing dan penurunan volume ekspor.

Diferensiasi Kualitas Kopi Indonesia di Pasar Jepang

Diferensiasi kualitas merupakan faktor kunci dalam menjelaskan dinamika daya saing kopi Indonesia di pasar Jepang, khususnya dalam konteks penurunan volume ekspor pada periode 2021–2024. Hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun Jepang tetap menjadi salah satu negara pengimpor kopi utama, perubahan preferensi konsumen Jepang menuju kopi berkualitas tinggi dan *specialty coffee* tidak diikuti oleh penyesuaian struktur dan kualitas ekspor kopi Indonesia [4]. Kondisi ini menyebabkan kopi Indonesia semakin tersisih dari segmen pasar bernilai tambah tinggi dan berkontribusi terhadap penurunan volume ekspor secara bertahap. Temuan ini sejalan dengan pandangan [2] yang menyatakan bahwa peningkatan preferensi terhadap kualitas akan memperketat seleksi pasar dan mengurangi permintaan terhadap produk yang tidak mampu memenuhi atribut non-harga yang diinginkan konsumen.

Dari sisi struktur kualitas ekspor, data Badan Pusat Statistik (BPS) menunjukkan bahwa ekspor kopi Indonesia masih didominasi oleh kopi robusta dalam bentuk *green bean*. Pada periode 2021–2023, kopi robusta berkontribusi sekitar 78,78% dari total

ekspor kopi nasional, sementara kopi arabika hanya sekitar 18,50% [3].



Gambar 1. Volume Ekspor Kopi menurut Deskripsi HS, 2022

Sumber BPS

Komposisi ini menunjukkan bahwa diferensiasi kualitas kopi Indonesia belum selaras dengan preferensi pasar Jepang yang semakin mengarah pada arabika *specialty* dengan karakter rasa ringan, aroma bersih, serta kompleksitas sensori yang tinggi [12]. Ketidaksesuaian ini menyebabkan kopi Indonesia lebih banyak bersaing pada segmen harga menengah ke bawah, yang pada periode 2021–2024 justru mengalami tekanan akibat meningkatnya persaingan dari negara pemasok lain.

Pasar Jepang dikenal memiliki konsumen yang sangat menekankan konsistensi kualitas dan detail karakteristik produk. Prinsip *omotenashi* dalam budaya konsumsi Jepang mendorong penilaian kopi berdasarkan atribut sensori seperti aroma, *body*, keseimbangan rasa, serta reputasi asal produk, bukan semata harga [1]. Dalam konteks ini, dominasi kopi robusta Indonesia yang bercita rasa kuat dan pahit menciptakan *preference mismatch* dengan selera konsumen Jepang. Ketidaksesuaian preferensi ini berdampak pada menurunnya permintaan terhadap kopi Indonesia, yang tercermin dari melemahnya volume impor Jepang dari Indonesia selama periode penelitian, meskipun konsumsi kopi Jepang secara umum cenderung stabil.

Selain struktur produk, rendahnya konsistensi mutu juga menjadi faktor penting dalam penurunan ekspor kopi

Indonesia ke Jepang. Penelitian menunjukkan bahwa proses pascapanen kopi Indonesia masih didominasi metode tradisional yang belum sepenuhnya terstandarisasi, sehingga menghasilkan variasi kualitas antar-batch dan tingkat cacat biji (*defect*) yang relatif tinggi [22]. Bagi importir Jepang yang menuntut stabilitas kualitas antar pengiriman, kondisi ini meningkatkan risiko bisnis dan mendorong diversifikasi sumber impor ke negara lain [14]. Ketidakmampuan menjaga konsistensi mutu secara berkelanjutan memperlemah posisi kopi Indonesia dalam kontrak jangka menengah dan panjang, yang berdampak langsung pada penurunan volume ekspor sejak 2021.

Permasalahan kualitas kopi Indonesia semakin diperparah oleh isu kepatuhan terhadap regulasi keamanan pangan Jepang. Pada tahun 2022, otoritas Jepang mendeteksi residu pestisida Isoprocarb pada kopi Indonesia yang melebihi batas *Maximum Residue Limits* (MRL) sebesar 0,01 ppm, yang mengakibatkan penolakan produk dan penghentian pembelian oleh sejumlah importir [6].



Gambar 2. Deteksi residu pestisida pada ekspor kopi indonesia

Sumber GAEKI

Penerapan kebijakan *inspection order* meningkatkan risiko penolakan, menambah biaya logistik, serta memperpanjang waktu distribusi. Dalam jangka pendek, kebijakan ini berdampak pada penurunan volume ekspor, sementara dalam jangka menengah memperlemah kepercayaan importir

Jepang terhadap reliabilitas pasokan kopi Indonesia, yang tercermin pada tren penurunan ekspor periode 2021–2022 [7].

Dari perspektif rantai pasok, panjang dan kompleksnya distribusi kopi Indonesia turut berkontribusi terhadap degradasi kualitas produk. Rantai pasok yang melibatkan banyak perantara meningkatkan risiko pencampuran grade, penanganan pascapanen yang tidak seragam, serta kerusakan fisik selama proses pengumpulan dan pengiriman. Kondisi ini berbeda dengan negara pesaing seperti Brasil dan Vietnam yang memiliki rantai pasok lebih terintegrasi, sehingga mampu menjaga konsistensi mutu dari tingkat petani hingga eksportir [12]. Bagi importir Jepang yang mengutamakan kestabilan pasokan dan kualitas, ketidakefisienan rantai pasok Indonesia menjadi alasan rasional untuk mengalihkan sumber impor, yang berkontribusi terhadap penurunan volume ekspor Indonesia selama periode penelitian.

Diferensiasi kualitas kopi Indonesia juga terhambat oleh lemahnya strategi branding dan pengembangan nilai tambah. Sebagian besar kopi Indonesia dipasarkan sebagai produk asal tanpa identitas merek konsumen yang kuat [21]. Data menunjukkan bahwa lebih dari 90% ekspor kopi Indonesia masih berupa *green bean*.

No	Kelompok Produk Kopi	Kode HS	Volume Ekspor (Ton)	Persentase terhadap Total (%)	Keterangan
1.	Green bean (biji kopi tidak dipanggang)	090111, 090112, 090113, 090119	± 390.000 – 400.000	± 90%	Arabika dan Robusta, tidak dipanggang, non-decaffeinated & decaffeinated
2.	Kopi sangrai (roasted, whole & ground)	090121, 090122	± 5.000 – 7.000	± 1–2%	Kopi olahan dengan nilai tambah lebih tinggi
3.	Produk turunan kopi (coffee substitutes, husks & skins)	090190, 090902	± 3.000 – 5.000	< 1%	Produk non-inti ekspor kopi

Gambar 3. volume Ekspor kopi indonesia di dominasi greenbean (2021–2023)

Sumber BPS

Hal ini membatasi pembentukan citra premium dan diferensiasi berbasis kualitas di pasar Jepang. Berbeda dengan Kolombia dan Ethiopia yang berhasil membangun reputasi global melalui *origin branding*, sertifikasi mutu, dan narasi *specialty coffee*, Indonesia cenderung kehilangan kendali atas nilai tambah dan reputasi produk di tingkat konsumen akhir [12].

Dominasi ekspor dalam bentuk bahan mentah menyebabkan kopi Indonesia lebih dipersepsikan sebagai komoditas dibandingkan produk bernilai tambah. Akibatnya, Indonesia sulit menembus segmen premium dan *specialty coffee* di pasar Jepang yang sangat sensitif terhadap citra, reputasi, dan konsistensi kualitas [13]. Secara keseluruhan, temuan ini menunjukkan bahwa penurunan volume ekspor kopi Indonesia ke Jepang pada periode 2021–2024 tidak hanya dipengaruhi oleh faktor eksternal, tetapi juga oleh lemahnya diferensiasi kualitas, konsistensi mutu, kepatuhan regulasi, efisiensi rantai pasok, serta strategi branding dan nilai tambah. Faktor-faktor tersebut secara kolektif menurunkan daya saing kopi Indonesia dan mempersempit ruang ekspansi di pasar Jepang.

Preferensi Konsumen Jepang dan Dinamika Permintaan Kopi

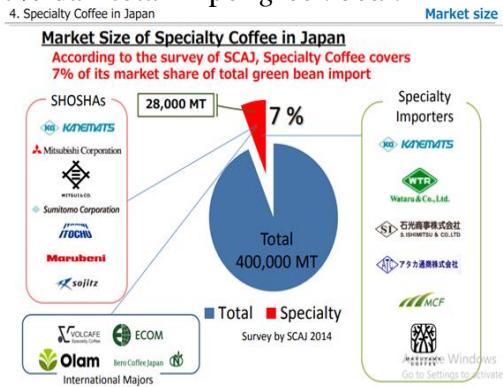
Preferensi konsumen merupakan faktor determinan dalam membentuk dinamika permintaan komoditas di pasar internasional [4]. Dalam konteks perdagangan kopi Indonesia Jepang, hasil penelitian menunjukkan bahwa peningkatan konsumsi kopi di Jepang tidak secara otomatis diikuti oleh peningkatan volume impor dari Indonesia. Kondisi ini mengindikasikan adanya kesenjangan antara karakteristik produk kopi Indonesia dan preferensi konsumen Jepang yang semakin selektif

terhadap kualitas, konsistensi, serta nilai tambah produk [2]. Ketidaksesuaian tersebut menjadi salah satu faktor utama yang menjelaskan penurunan volume ekspor kopi Indonesia ke Jepang selama periode 2021–2024, meskipun permintaan kopi di Jepang secara agregat relatif stabil.

Konsumen Jepang dikenal memiliki preferensi tinggi terhadap produk dengan kualitas premium, detail yang presisi, dan konsistensi mutu yang terjaga. Budaya konsumsi Jepang yang berlandaskan prinsip *omotenashi* menempatkan kualitas dan pengalaman konsumsi sebagai aspek utama dalam pengambilan keputusan pembelian, termasuk pada produk kopi [13]. Dalam beberapa tahun terakhir, permintaan kopi di Jepang menunjukkan pergeseran signifikan dari kopi instan dan kopi massal menuju kopi berkualitas tinggi, khususnya arabika dan *specialty coffee* dengan karakter rasa bersih, seimbang, serta kompleks [12]. Pergeseran preferensi ini mencerminkan meningkatnya sensitivitas konsumen Jepang terhadap atribut non-harga dalam konsumsi kopi.

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa preferensi konsumen Jepang cenderung mengarah pada kopi arabika dengan aroma floral, tingkat keasaman seimbang, serta konsistensi rasa antar-batch. Preferensi tersebut tidak hanya dipengaruhi oleh atribut fisik yang mudah diamati, tetapi juga oleh atribut laten seperti reputasi asal kopi, metode pengolahan, serta keberlanjutan produksi [4]. Oleh karena itu, kopi yang tidak mampu memenuhi ekspektasi kualitas secara konsisten cenderung tersisih dari pilihan importir dan konsumen Jepang. Dalam konteks ini, konsistensi mutu menjadi prasyarat utama untuk mempertahankan posisi dalam rantai pasok kopi di Jepang.

Dinamika permintaan kopi di Jepang juga menunjukkan karakter segmentatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun konsumsi kopi di Jepang terus meningkat seiring perubahan gaya hidup dan pertumbuhan kedai kopi modern, pertumbuhan permintaan terutama terjadi pada segmen kopi berkualitas menengah hingga premium. Sebaliknya, permintaan terhadap kopi berkualitas rendah cenderung stagnan [10]. Struktur ini menjelaskan mengapa Jepang tetap meningkatkan total impor kopi, tetapi secara bersamaan mengalihkan sumber pasokan ke negara-negara yang mampu menyediakan kopi dengan kualitas dan konsistensi lebih baik. Meskipun segmen *specialty coffee* hanya mencakup sekitar 7% dari total impor *green bean*



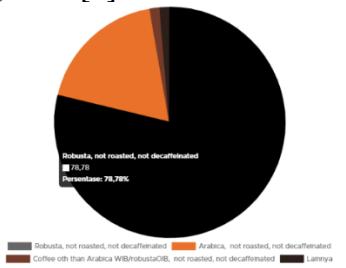
Gambar 4. Grafik data market size specialty kopi di Jepang

Sumber Japan's Coffe Market Outlook (2015)

segmen ini memiliki nilai ekonomi tinggi dan pertumbuhan paling cepat, sehingga menjadi fokus utama importir dan roaster Jepang.

Importir dan roaster Jepang cenderung membangun hubungan jangka panjang dengan pemasok yang mampu menjaga konsistensi kualitas, ketertelusuran produk, serta kepatuhan terhadap standar mutu yang ketat. Dalam konteks ini, dinamika permintaan kopi Jepang tidak sepenuhnya dapat dimanfaatkan oleh Indonesia akibat

ketidaksesuaian struktur ekspor. Ekspor kopi Indonesia ke Jepang masih didominasi oleh kopi robusta dalam bentuk *green bean* yang bernilai tambah rendah. Data BPS menunjukkan bahwa kopi robusta menyumbang sekitar 78,78% dari total ekspor kopi Indonesia, sementara kopi arabika hanya sekitar 18,50% [3].



Sumber: BPS (Balan Pusat Statistik)

Gambar . 5 Robusta dan Arabika: Dua Jenis Kopi Andalan Indonesia di Pasar Ekspor 2023

Sumber Good Stats

Komposisi ini tidak sejalan dengan preferensi konsumen Jepang yang lebih mengutamakan arabika *specialty*.

Kopi robusta Indonesia umumnya dinilai memiliki karakter rasa yang lebih pahit dan kuat, sehingga kurang sesuai dengan selera konsumen Jepang yang mengutamakan kelembutan dan kompleksitas rasa. Akibatnya, meskipun permintaan kopi Jepang meningkat, utilitas kopi Indonesia relatif lebih rendah dibandingkan kopi dari negara pesaing seperti Brasil dan Kolombia yang menawarkan arabika premium dengan kualitas lebih konsisten [25]. Kondisi ini berdampak pada melemahnya posisi kopi Indonesia dalam persaingan pemasok dan berkontribusi terhadap penurunan volume ekspor selama periode 2021–2024.

Preferensi konsumen Jepang juga tidak dapat dipisahkan dari ketatnya regulasi mutu dan keamanan pangan yang berlaku di negara tersebut. Penelitian mencatat bahwa Jepang menerapkan standar keamanan pangan

yang sangat ketat, terutama terkait batas maksimum residu pestisida (*Maximum Residue Limits/MRL*) [11].

No	Pesticide	MRL (mg/kg)	Regulation
1	Imidacloprid	1	EU 2021/1881
2	Glyphosate	0.1	EU 293/2013
3	Isoprocarb	0.01	Japanese Positive List
4	Paraquat	0.05	EU 520/2011

Gambar 6. Regulasi mutu pangan jepang

Sumber SCOPPI 2023

Pada tahun 2022, ditemukannya residu pestisida Isoprocarb yang melebihi ambang batas 0,01 ppm pada kopi Indonesia menyebabkan penolakan produk dan menurunnya kepercayaan importir Jepang [7]. Pemberlakuan kebijakan *inspection order* berdampak langsung pada dinamika permintaan, karena importir Jepang cenderung menghindari risiko dengan beralih ke pemasok yang memiliki sistem pengendalian mutu dan rekam jejak kepatuhan yang lebih baik [6].



Gambar .7 Status inspection order jepang terhadap kopi Indonesia (2021-2024)

Grafik status *Inspection Order* menunjukkan bahwa sejak tahun 2021 hingga 2024, status kebijakan ini tetap aktif (ditunjukkan oleh nilai 1 pada tahun-tahun tersebut). Ini menandakan bahwa Jepang mempertahankan mekanisme pengawasan ketat selama empat tahun berturut-turut setelah temuan awal pada tahun 2021. Sebaliknya, tahun 2020 ditandai dengan

nilai 0, yang menunjukkan bahwa sebelum insiden residu tersebut terjadi, kopi Indonesia tidak termasuk dalam kategori komoditas yang harus menjalani pemeriksaan intensif.

Dengan demikian, regulasi mutu tidak hanya berfungsi sebagai instrumen teknis, tetapi juga sebagai mekanisme seleksi pasar yang membentuk preferensi dan keputusan pembelian importir Jepang. Ketidakmampuan kopi Indonesia untuk memenuhi standar mutu secara konsisten mempersempit akses pasar dan memperlemah daya saing [4]. Temuan ini menunjukkan bahwa penurunan volume ekspor kopi Indonesia ke Jepang pada periode 2021–2024 merupakan refleksi dari perubahan preferensi konsumen dan dinamika permintaan yang tidak diimbangi dengan penyesuaian struktur, kualitas, dan nilai tambah ekspor.

Secara keseluruhan, hasil dan pembahasan ini menegaskan bahwa peningkatan ekspor kopi Indonesia ke Jepang tidak dapat hanya mengandalkan peningkatan produksi, tetapi harus disertai dengan pemahaman mendalam terhadap preferensi konsumen Jepang. Strategi yang berfokus pada pengembangan arabika *specialty*, peningkatan konsistensi mutu, kepatuhan terhadap regulasi keamanan pangan, serta penguatan citra kualitas menjadi kunci untuk menyesuaikan penawaran Indonesia dengan dinamika permintaan pasar Jepang dan mengatasi tren penurunan ekspor pada periode penelitian.

Keunggulan Kompetitif Kopi Indonesia dalam Persaingan di pasar Jepang

Keunggulan kompetitif merupakan faktor kunci yang menentukan kemampuan suatu negara untuk mempertahankan dan memperluas pangsa pasar dalam perdagangan

internasional [20]. Dalam konteks industri kopi, Indonesia memiliki posisi strategis sebagai salah satu produsen dan eksportir kopi terbesar di dunia [23]. Namun, hasil penelitian menunjukkan bahwa keunggulan kompetitif kopi Indonesia di pasar Jepang pada periode 2021–2024 mengalami tekanan yang semakin kuat akibat perubahan preferensi pasar, ketatnya standar mutu, serta meningkatnya persaingan dengan negara pemasok utama. Kondisi ini tercermin dari menurunnya volume ekspor kopi Indonesia ke Jepang meskipun permintaan kopi di pasar tersebut relatif stabil.

Berdasarkan data TradeMap, kopi dengan HS Code 0901 merupakan salah satu komoditas ekspor utama Indonesia dengan tujuan pasar yang tersebar di berbagai negara termasuk Jepang.

No	Negara eksportir	Nilai impor 2020	Nilai impor 2021	Nilai impor 2022	Nilai impor 2023	Nilai impor 2024
	World	871,937	858,558	1,149,168	929,135	1,638,116
1.	United States of America	202,452	194,820	268,408	215,969	307,426
2.	Egypt	55,042	89,083	82,175	84,534	142,516
3.	Malaysia	62,839	53,965	59,709	68,605	130,476
4.	Belgium	38,291	44,829	65,045	19,535	115,717
5.	Russian Federation	36,672	14,722	44,456	17,374	104,711
6.	Japan	56,049	65,515	59,135	63,037	89,247

Unit : US Dollar thousand

Gambar .8 Daftar Negara Yang di Ekspor oleh Indonesia HS Code 0901 Coffee

Sumber TradeMap

Indonesia masih memiliki keunggulan komparatif dalam perdagangan kopi global, yang tercermin dari nilai *Revealed Comparative Advantage* (RCA) yang berada di atas [4]. Namun, penelitian menunjukkan bahwa nilai RCA Indonesia relatif lebih rendah dibandingkan negara pesaing seperti Brasil, Kolombia, dan Vietnam, serta menunjukkan kecenderungan menurun dalam jangka panjang [4]. Hal ini mengindikasikan bahwa keunggulan komparatif Indonesia belum sepenuhnya

terkonversi menjadi keunggulan kompetitif yang berkelanjutan, khususnya pada segmen kopi bernilai tambah tinggi yang mendominasi permintaan pasar Jepang.

Dari sisi faktor internal daya saing, Indonesia memiliki keunggulan struktural berupa kondisi agroklimat yang sangat beragam, yang memungkinkan produksi berbagai varietas kopi dari berbagai daerah seperti Sumatra, Java, Toraja, dan Gayo. Keragaman geografis ini memberikan potensi besar bagi diferensiasi produk berbasis asal (*origin-based differentiation*) [5]. Namun, hasil penelitian menunjukkan bahwa potensi tersebut belum dimanfaatkan secara optimal karena struktur produksi dan ekspor kopi Indonesia masih didominasi oleh kopi robusta dalam bentuk *green bean* [4]. Data menunjukkan bahwa robusta menyumbang sekitar 78,78% dari total ekspor kopi Indonesia, sementara arabika hanya sekitar 18,50%. Dominasi ini menunjukkan bahwa daya saing kopi Indonesia masih bertumpu pada volume dan harga, bukan pada kualitas dan nilai tambah.

Ketidakseimbangan antara struktur produksi Indonesia dan arah permintaan pasar Jepang menjadi faktor penting yang melemahkan keunggulan kompetitif. Pasar Jepang semakin mengarah pada konsumsi kopi arabika *specialty* dengan karakter rasa kompleks, konsistensi tinggi, serta citra kualitas yang kuat [12]. Ketika struktur penawaran Indonesia tidak selaras dengan arah permintaan tersebut, keunggulan komparatif berbasis sumber daya alam menjadi kurang relevan dalam persaingan pasar premium. Kondisi ini berkontribusi langsung terhadap penurunan daya serap pasar Jepang terhadap kopi Indonesia selama periode 2021–2024.

Selain struktur produksi, efisiensi rantai nilai juga menjadi determinan penting dalam keunggulan kompetitif. Penelitian menunjukkan bahwa panjangnya rantai pasok kopi Indonesia, yang melibatkan banyak perantara, meningkatkan risiko degradasi mutu, pencampuran grade, serta ketidakkonsistenan kualitas produk sebelum mencapai eksportir. Kondisi ini berbeda dengan negara pesaing seperti Brasil dan Vietnam yang memiliki rantai pasok lebih terintegrasi dan efisien, sehingga mampu menjaga kualitas produk sekaligus menekan biaya produksi [10]. Dalam konteks pasar Jepang yang sangat sensitif terhadap kualitas dan ketertelusuran, ketidakefisienan rantai nilai Indonesia menjadi hambatan struktural yang melemahkan posisi daya saing kopi Indonesia [13].

Persaingan dengan negara kompetitor utama juga semakin menekan keunggulan kompetitif kopi Indonesia di pasar Jepang. Data TradeMap menunjukkan bahwa Jepang mengimpor kopi dari berbagai negara pemasok utama seperti Brasil, Kolombia, Ethiopia, dan Vietnam.

No	Negara eksportir	Nilai impor 2020	Nilai impor 2021	Nilai impor 2022	Nilai impor 2023	Nilai impor 2024
	World	1,179,263	1,320,266	1,787,223	1,564,649	1,715,628
1.	Brazil	306,721	407,354	438,566	482,929	531,109
2.	Vietnam	169,879	183,586	234,893	260,524	376,483
3.	Colombia	214,009	208,804	303,596	187,207	189,477
4.	Guatemala	99,896	92,142	134,645	126,696	106,955
5.	Ethiopia	76,376	72,254	137,817	94,874	105,640
6.	Indonesia	60,472	65,574	65,128	69,064	95,065

Unit : US Dollar thousand

Gambar .9 Daftar pasar pemasok untuk produk yang diimpor oleh Jepang HS Code 0901 Coffee

Sumber TradeMap

Brasil dan Kolombia unggul dalam produksi arabika berkualitas tinggi dengan konsistensi rasa yang stabil, sementara Vietnam memiliki keunggulan dalam penyediaan robusta dengan volume besar dan harga sangat

kompetitif [25]. Negara-negara tersebut juga didukung oleh branding global yang kuat, sistem mutu yang mapan, serta hubungan dagang jangka panjang dengan importir Jepang [26].

Sebaliknya, kopi Indonesia masih banyak dipersepsikan sebagai ekspor berbasis komoditas dengan nilai tambah rendah. Lemahnya strategi branding, minimnya ekspor produk hilir seperti kopi sangrai atau *specialty coffee*, serta keterbatasan penguasaan pasar hilir menyebabkan Indonesia kehilangan kendali atas pembentukan reputasi dan nilai ekonomi produknya [21]. Akibatnya, meskipun Indonesia memiliki potensi besar dari sisi sumber daya, posisinya dalam persaingan pasar Jepang tetap lemah dibandingkan negara pesaing yang telah berhasil menggeser daya saing dari berbasis volume menuju berbasis kualitas dan diferensiasi.

Implikasi dari temuan ini menunjukkan bahwa keunggulan kompetitif kopi Indonesia di pasar Jepang bersifat relatif dan menghadapi tantangan struktural yang signifikan. Indonesia masih memiliki keunggulan komparatif dan potensi besar dari sisi agroklimat dan keragaman origin, namun tanpa peningkatan kualitas, efisiensi rantai nilai, kepatuhan terhadap standar mutu, serta pengembangan nilai tambah dan branding, keunggulan tersebut sulit dipertahankan dalam jangka panjang [4]. Kondisi inilah yang menjelaskan mengapa volume ekspor kopi Indonesia ke Jepang mengalami penurunan selama periode 2021–2024.

PENUTUP

Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang menyebabkan penurunan volume ekspor kopi indonesia ke jepang pada periode 2021-2024. Berdasarkan hasil analisis deskriptif kualitatif dengan

menggunakan teori fungsi permintaan ekspor Goldstein khan, Teori Diferensiasi Kualitas dan Preferensi konsumen (pendekatan Lancasterian), serta model Diamond Porter, dapat disimpulkan bahwa penurunan volume ekspor kopi indonesia ke Jepang disebabkan oleh interaksi antara faktor interal dan faktor eksternal.

Dari sisi internal, struktur ekspor kopi Indonesia masih didominasi oleh kopi robusta dalam bentuk green bean dengan nilai tambah rendah, keterbatasan teknologi pascapanen, rendahnya konsistensi mutu, serta panjangnya rantai pasok yang berpotensi menurunkan kualitas produk. Kondisi tersebut menyebabkan kopi Indonesia kurang mampu memenuhi standar mutu tinggi dan karakteristik kualitas yang dibutuhkan pasar Jepang.

Dari sisi eksternal, preferensi konsumen Jepang yang semakin mengarah pada kopi arabika specialty dengan kualitas premium, konsistensi rasa, serta jaminan keamanan pangan menjadi faktor utama yang memengaruhi permintaan. Selain itu, ketatnya regulasi mutu dan keamanan pangan Jepang, khususnya terkait batas maksimum residu pestisida, serta persaingan yang semakin kuat dari negara eksportir utama seperti Brasil dan Kolombia turut menekan daya saing kopi Indonesia.

Hasil penelitian membuktikan bahwa penurunan ekspor kopi Indonesia ke Jepang bukan disebabkan oleh faktor harga atau penurunan permintaan kopi Jepang, melainkan oleh rendahnya elastisitas permintaan ekspor akibat dominannya faktor non-harga, terutama kualitas produk dan kesesuaian dengan preferensi konsumen. Dengan demikian, strategi peningkatan ekspor kopi Indonesia ke Jepang tidak cukup mengandalkan peningkatan volume produksi, tetapi harus diarahkan pada

peningkatan kualitas, diferensiasi produk, dan penguatan keunggulan kompetitif.

SARAN

Penelitian selanjutnya disarankan untuk mengembangkan pendekatan kuantitatif atau metode campuran guna mengukur secara lebih presisi pengaruh faktor harga dan non-harga terhadap permintaan ekspor kopi Indonesia, khususnya melalui estimasi elastisitas permintaan di pasar Jepang. Selain itu, perluasan ruang lingkup penelitian dengan melakukan perbandingan lintas negara tujuan ekspor serta analisis rantai nilai industri kopi, terutama pada aspek pascapanen, sertifikasi mutu, dan pengembangan produk hilir, diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai strategi peningkatan daya saing ekspor kopi Indonesia. Penelitian lanjutan juga perlu mempertimbangkan peran kebijakan pemerintah dan institusi pendukung dalam mendorong peningkatan kualitas, diferensiasi produk, serta keberlanjutan kinerja ekspor kopi Indonesia di pasar internasional.

DAFTAR PUSTAKA

- [1]. Armona, L., Lewis, G., & Zervas, G. (2021). *Learning Product Characteristics and Consumer Preferences from Search Data* *. <https://ssrn.com/abstract=3858377>
- [2]. Becker Gery S. (1976). *The Economic Approach to Human Behavior*. https://press.uchicago.edu/ucp/books/book/chicago/E/bo5954985?utm_source
- [3]. BPS. (2024). *BADAN PUSAT STATISTIK BPS-STATISTICS INDONESIA*. <https://www.bps.go.id/en/publication/2023/02/28/18018f9896f09f03580a614b/statistik-indonesia-2023.html>

- [4]. Fikri Aldi Dwi Putro, Lovina Aresta Putri, & Gunawan Prawira. (2024). Daya Saing dan Determinan Ekspor Kopi Indonesia Di Jepang.
- [5]. GAEKI. (2021). *Areal dan Produksi*.
- [6]. GAEKI. (2022). *PRESS RELEASE RE ISOPROCAB*. https://gaeki.or.id/en/press-release/?utm_source
- [7]. GAEKI - ICEA. (2022). *Indonesia terancam kehilangan Devisa USD \$ 36 juta atau lebih dikarenakan kehilangan pasar di Jepang*. https://gaeki.or.id/en/press-release/?utm_source
- [8]. Goldstein, M., & Khan, M. S. (1985). *Income and Price Effects in Foreign Trade* *. www.worldscientific.com
- [9]. Guan Yu Lim. (2020, August 11). *Negativity-tea: declines in Japan's domestic tea leaf consumption continues as RTD and coffee grow*. https://www.foodnavigator-asia.com/Article/2020/08/11/Negativity-tea-Decline-in-Japan-s-domestic-tea-leaf-consumption-continues-as-RTD-and-coffee-grow/?utm_source
- [10]. ICO. (2021). *COFFEE DEVELOPMENT REPORT THE FUTURE OF COFFEE Investing in youth for a resilient and sustainable coffee sector*.
- [11]. ICO. (2022). *Maximum Residue Limits (MRLs) Background*. www.fao.org/fao-who-codexalimentarius.
- [12]. ICO. (2023). *COFFEE DEVELOPMENT REPORT 2022-23 BEYOND COFFEE Towards a Circular Coffee Economy A flagship publication of the International Coffee Organization*.
- [13]. JETRO. (2011). *Guidebook for Export to Japan (Food Articles)*. https://www.jetro.go.jp/ext_images/mexico/mercadeo/1Ecoffee.pdf?utm_source
- [14]. *JETRO Global Trade and Investment Report 2023 -International Business Facing Fragmentation Risks-*. (2023). https://www.jetro.go.jp/ext_images/en/reports/white_paper/trade_invest_2023_rev2.pdf
- Lancaster, K. J. (n.d.). *A NEW APPROACH TO CONSUMER THEORY*. <http://www.journals.uchicago.edu/t-and-c>
- Lyan Haska Pasolonk, B., Maulia Juniar, J., Maharani, M., Rizq Raviqois, R., & Putri Adelia, R. (2023). DAYA SAING INDONESIA DALAM EKSPOR KOPI DUNIA. In *Jurnal Riset Ilmiah* (Vol. 2, Issue 3).
- [15]. Miles, Huberman, & Saldaña. (2024). *Qualitative data analysis: a methods*.
- [16]. Morris Goldstein, M. S. K. (2017). *The Supply and Demand for Exports: A Simultaneous Approach*.
- [17]. Nasution, S. P. (2023). *FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI EKSPOR KOPI INDONESIA DI PASAR JEPANG*. In *Fruitset Sains* (Vol. 11, Issue 4).
- [18]. Porter, M. E. (1990). *The Competitive Advantage of Nations* *Harvard Business Review*.
- [19]. Purbantara, A., Sukarno, T. D., Rahmawati, E., & Faubiany, V. (2023). Analisis Strategi dan Faktor Keberhasilan Branding Kopi Desa. *Jurnal Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*.
- [20]. Rahardjo. (2012). *Panduan Budidaya dan Pengolahan Kopi Arabika dan Robusta*.
- [21]. Reyhan, F. S., Qodarul Hikmah, S., & Firmansyah, R. (2023). *Analisis Faktor-Faktor yang*

- Mempengaruhi Ekspor Kopi Indonesia dipasar Internasional Analysis of Factors Affecting Indonesian Coffee Export in the International Market.*
<https://ojs.ejournalunigoro.com/index.php/JEMeS>
- [22]. Rustiana Yuli Yarni, M. H. (2025). *Evaluasi Faktor-Faktor Ekonomi yang Berpengaruh.*
- [23]. Sitanini, A., Sutanto, A., & Kartika, I. (2020). *FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI VOLUME EKSPOR KOPI INDONESIA KE JEPANG FACTORS AFFECTING THE VOLUME OF INDONESIAN COFFEE EXPORT TO JAPAN.*
<https://jurnal.unej.ac.id/index.php/JSEP>
- [24]. Trace X Technologies. (2025). *Top 10 Global Coffee Exporters Published December 8, 2025, 15 minute read.*
https://tracextech.com/top-10-global-coffee-exporters/?utm_source
- [25]. Tri Widiani Wulandari. (2025). *Analisis Peluang dan Tantangan Perdagangan Produk Pertanian Kopi.*