

## ANALISIS DAYA SAING KOPI INDONESIA DAN VIETNAM DI PASAR ASEAN

### *ANALYSIS OF THE COMPETITIVENESS OF INDONESIAN AND VIETNAMESE COFFEE IN THE ASEAN MARKET*

Ayu Dyah Paramita<sup>1\*</sup>, Achmad Room Fitrianto<sup>2</sup>

<sup>1\*</sup>Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya

Penulis Korespondensi: Ayuparamita254@gmail.com

#### **ABSTRACT**

*One of Indonesia's main export products is coffee, and in 2022/2023, Indonesia will rank third as the largest coffee producer in the world with production of around 11.85 million bags. The first rank is held by Brazil, followed by Vietnam, which is an ASEAN member like Indonesia. Thus, Indonesia is the second largest coffee producing country in ASEAN. Vietnam, as Indonesia's main competitor in coffee exports, is a relevant point of comparison because they are two of the three largest coffee producers in the world originating from Southeast Asia. However, it should be noted that Indonesia is far behind in terms of coffee exports, both to the global market and to the ASEAN market. To assess the competitiveness of Indonesian coffee exports, this research uses descriptive and quantitative analysis methods. A quantitative approach involves the use of Revealed Comparative Advantage (RCA). The data used is HS 090111 coffee type (Coffee, not roasted, not decaffeinated), because this type of coffee is more popular in the ASEAN market. The research results show that the average RCA for Indonesia in the ASEAN market is 6.3, while Vietnam reaches 22.3. In general, the research results show that Vietnamese coffee has stronger competitiveness compared to coffee products from Indonesia.*

**Keywords:** *Coffee; ASEAN; RCA*

#### **ABSTRAK**

Salah satu produk ekspor utama Indonesia adalah kopi, dan pada tahun 2022/2023, Indonesia menduduki peringkat ketiga sebagai produsen kopi terbesar di dunia dengan produksi sekitar 11,85 juta kantong. Peringkat pertama dipegang oleh Brazil, diikuti oleh Vietnam, yang merupakan anggota ASEAN seperti Indonesia. Dengan demikian, Indonesia merupakan negara penghasil kopi terbesar kedua di ASEAN. Vietnam, sebagai pesaing utama Indonesia dalam ekspor kopi, menjadi titik perbandingan yang relevan karena keduanya merupakan dua dari tiga produsen kopi terbesar di dunia yang berasal dari Asia Tenggara. Namun, perlu dicatat bahwa Indonesia jauh kalah dalam hal ekspor kopi, baik ke pasar global maupun ke pasar ASEAN. Untuk menilai daya saing ekspor kopi Indonesia, penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif dan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif melibatkan penggunaan Revealed Comparative Advantage (RCA). Data yang digunakan adalah jenis kopi HS 090111 (*Coffee, not roasted, not decaffeinated*), karena jenis kopi ini lebih diminati di pasar ASEAN. Hasil penelitian menunjukkan bahwa rata-rata RCA Indonesia di pasar ASEAN adalah 6,3, sementara Vietnam mencapai angka 22,3. Secara umum, hasil penelitian menunjukkan bahwa kopi Vietnam memiliki daya saing yang lebih kuat dibandingkan dengan produk kopi asal Indonesia.

**Kata kunci:** Kopi; ASEAN; RCA

### PENDAHULUAN

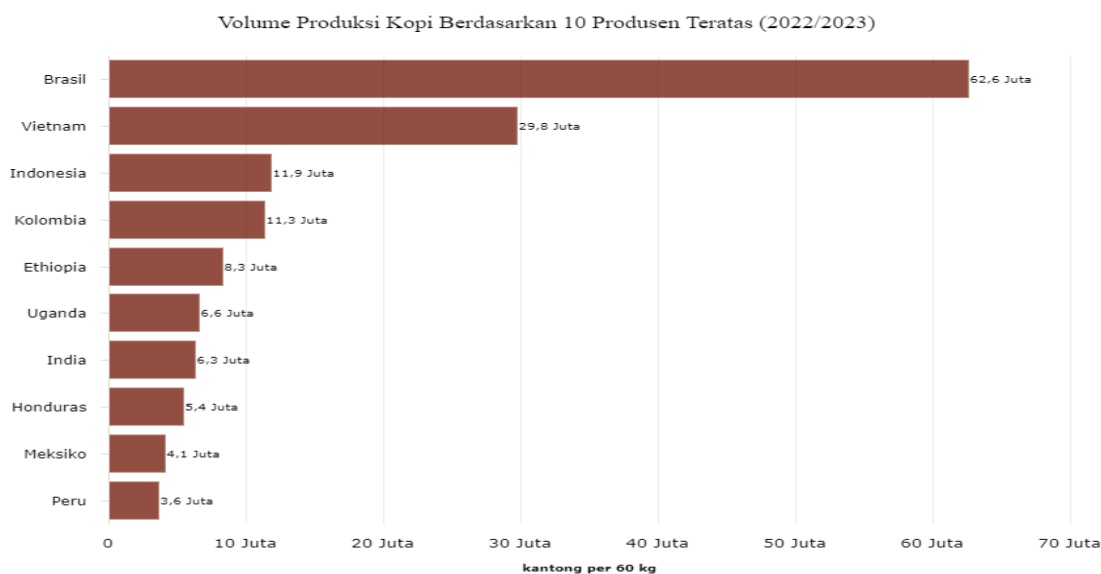
Pertumbuhan ekonomi dapat dikatakan sebagai salah satu indikator kemajuan pembangunan. Salah satu yang dijadikan sebagai penggerak adalah perdagangan internasional. Pada kegiatan ekspor dapat mempengaruhi laju perekonomian dalam negeri, sehingga neraca perdagangan Indonesia dan meningkatkan lapangan pekerjaan. Untuk meningkatkan ekspor, potensi dari berbagai macam sektor harus dimaksimalkan. Sektor utama dari ekspor Indonesia adalah sektor migas dan non migas.

Tahun	Nilai Ekspor Migas - Non Migas (Juta US\$)	
	Migas	Non Migas
2018	17171,7	162841,0
2019	11789,3	155893,7
2020	8251,1	154940,7
2021	12247,4	219362,1
2022	15998,2	275906,1

Tabel 1 Nilai Ekspor Migas - Non Migas 2018 – 2022  
 Sumber : BPS, 2023

Dari data diatas, ekspor migas dan non migas dapat dilihat perbedaan yang sangat berbeda pada 5 tahun terakhir. Ekspor migas tidak lebih dari 50.000 juta US\$ sedangkan non migas lebih dari 100.000 juta US\$ bahkan pada tahun 2021 dan 2022 lebih dari 200.000 juta US\$. Pada tahun 2019 dan 2020 seluruh ekspor mengalami penurunan dikarenakan wabah yang melanda seluruh negeri yaitu wabah Covid-19, dimana seluruh negara melakukan pembatasan seluruh kegiatan. Di sektor non-migas, Indonesia memiliki berbagai komoditas yang sangat diminati di tingkat internasional, seperti minyak kelapa sawit, karet, produk tekstil, peralatan elektronik, dan industri otomotif. Saat ini, pemerintah Indonesia sedang berupaya untuk meningkatkan ekspor dalam sektor-sektor non-migas, terutama di sektor perkebunan (Zuhdi, 2015).

Salah satu komoditas perkebunan yang diekspor adalah kopi, dan Indonesia adalah salah satu dari tiga produsen kopi terbesar di dunia. Menurut data dari Departemen Pertanian Amerika Serikat (USDA), produksi kopi global mencapai 170 juta kantong per 60 kg kopi pada periode 2022/2023.



Indonesia tercatat sebagai negara penghasil kopi terbesar ke-3 di dunia pada 2022/2023 yang telah memproduksi kopi sebanyak 11,85 juta kantong. Rincinannya, Indonesia memproduksi kopi arabika sebanyak 1,3 juta kantong dan kopi robusta sebanyak 10,5 juta kantong. Ekspor kopi Indonesia mencapai berbagai negara di seluruh dunia, menandakan bahwa kopi Indonesia telah meraih ketenaran global, menarik minat dari luar negeri yang ingin menikmati kopi asal Indonesia. Pada tahun 2022 pengimpor kopi Indonesia terbesar di dunia adalah Amerika sebesar 31% dari total ekspor kopi Indonesia. Negara ASEAN pun turut serta impor kopi dari Indonesia, negara tersebut adalah Malaysia (5,2%), Singapura (1,8%), Vietnam (1,5%), Filipina (0,5%), dan Thailand (0,1%) (Trade Map, 2023). Jika dilihat dari data yang telah dipaparkan, pasar ASEAN memiliki potensi besar terutama dari 5 negara yang tergabung dari ASEAN (Malaysia, Singapura, Vietnam, Filipina, dan Thailand), karena negara tersebut menunjukkan tingkat impor kopi dari Indonesia yang lebih tinggi dibandingkan dengan negara-negara ASEAN lainnya.

Namun pada negara ASEAN, bukan hanya negara Indonesia yang melakukan ekspor kopi. Terdapat negara yang melakukan ekspor kopi di ASEAN

Tabel 2 Daftar Eksportir ASEAN Untuk Produk Kopi

Eksportir	Nilai yang diekspor pada tahun 2018	Nilai yang diekspor pada tahun 2019	Nilai yang diekspor pada tahun 2020	Nilai yang diekspor pada tahun 2021	Nilai yang diekspor pada tahun 2022
Vietnam	2891547	2218821	1976606	2155508	3234103
Indonesia	817789	883123	821937	858558	1149168
Republik Demokratik Rakyat Laos	96699	64323	85835	89911	98157
Singapura	51155	42166	36300	46386	53459
Malaysia	15978	26496	34760	27617	30059
Myanmar	2740	2704	2437	3914	13338
Thailand	4251	4041	3009	3682	3637
Philippines	129	256	1665	345	434

Sumber : Trade Map, 2023

Berdasarkan data diatas, Indonesia menduduki negara eksportir terbesar kedua di ASEAN setelah negara Vietnam. Situasi persaingan yang semakin ketat ini mendorong pemerintah Indonesia untuk bersiap-siap agar bisa menghadapi dan mendapatkan manfaat maksimal dari pemberlakuan Masyarakat Ekonomi Asean (MEA) untuk kemajuan ekonomi nasional. Salah satu aspek yang perlu menjadi prioritas bagi pemerintah adalah memastikan bahwa komoditas atau produk unggulan yang diekspor ke pasar ASEAN memiliki kemampuan untuk mempertahankan pangsa pasar dan daya saingnya, serta dapat berhasil memasuki pasar dengan efektif. (Sirait et al., 2017).

Dalam penelitian ini, kondisi daya saing ekspor kopi Indonesia di pasar ASEAN dianalisis dengan mempertimbangkan Vietnam sebagai pesaing utama. Hal ini dilakukan karena Indonesia dan Vietnam, keduanya merupakan dua dari tiga negara terbesar dalam ekspor kopi di dunia, dan keduanya berasal dari wilayah Asia Tenggara. Secara faktual, Indonesia menghadapi tantangan besar dalam persaingan ekspor kopi, baik di pasar global maupun di pasar

khusus ASEAN, jika dibandingkan dengan Vietnam. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menilai sejauh mana daya saing ekspor kopi Indonesia di pasar ASEAN.

## METODE PENELITIAN

Ruang lingkup penelitian ini difokuskan pada arus perdagangan antara Indonesia dan Vietnam ke negara-negara anggota ASEAN. Penelitian ini akan menitikberatkan pada produk kopi dengan kode HS 6 digit 090111 (Kopi, tidak disangrai atau tidak didekofeinasi) sebagai subjek penelitian. Data yang akan digunakan dalam studi ini bersumber dari data sekunder yang diperoleh dari berbagai sumber, termasuk data ekspor yang diambil dari ASEANStatsDataPortal dan Trade Map. Data komoditas yang digunakan akan mengacu pada kode HS 6 digit. Dalam penelitian ini, diterapkan dua metode analisis, yaitu metode analisis deskriptif dan metode analisis kuantitatif. Metode analisis deskriptif digunakan untuk menguraikan aspek-aspek yang terkait dengan performa perdagangan Indonesia dan potensi ekonomi negara-negara tujuan ekspor kopi Indonesia. Sementara itu, metode analisis kuantitatif akan memanfaatkan alat analisis yang dikenal sebagai *Revealed Comparative Advantage* (RCA).

### Revealed Comparative Advantage (RCA)

(Basri & Munandar, 2010) menyatakan bahwa RCA adalah salah satu metode yang dinamis yang dapat diterapkan untuk melakukan analisis daya saing. RCA sering digunakan dalam berbagai penelitian untuk menilai perubahan dalam keunggulan komparatif suatu negara dalam produk, kategori produk, atau industri tertentu. RCA adalah konsep yang membandingkan pangsa pasar suatu produk dari sebuah negara di pasar global dengan pangsa ekspor total dari negara tersebut dalam pasar global. Secara matematis, RCA dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$RCA_{ij} = \frac{X_{ik}/X_i}{X_{ak}/X_a} \dots\dots\dots (1)$$

Keterangan:

X<sub>ik</sub> : Nilai ekspor komoditi k Indonesia/Vietnam ke ASEAN

X<sub>i</sub> : Nilai total ekspor Indonesia/Vietnam ke ASEAN

X<sub>ak</sub> : Nilai ekspor komoditi k dunia ke ASEAN

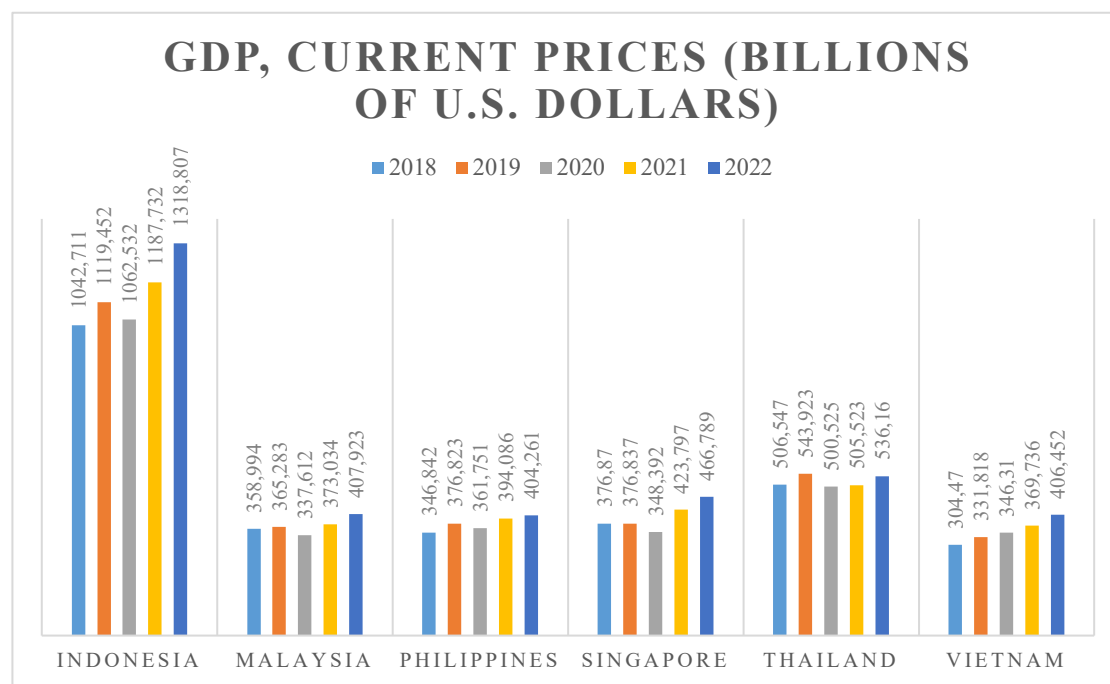
X<sub>a</sub> : Nilai total ekspor dunia ke ASEAN

Indikator yang digunakan untuk menghitung nilai indeks RCA adalah sebagai berikut: jika nilai indeks RCA > 1, ini menunjukkan adanya keunggulan komparatif dalam produk tersebut, sedangkan jika nilai indeks RCA < 1, ini menunjukkan ketiadaan keunggulan komparatif dalam produk tersebut. Semakin tinggi nilai indeks RCA, semakin tinggi daya saing komoditas tersebut.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Potensi Ekonomi Indonesia Dan 5 Negara Asean Lainnya

Gross Domestic Product (GDP) adalah indikator yang mengukur kapasitas ekonomi suatu negara, semakin tinggi nilai GDP yang dicapai oleh sebuah negara, semakin besar kemampuan negara tersebut dalam melakukan perdagangan (Bella, 2021). 5 Negara ASEAN yang memiliki GDP yang tinggi yaitu Malaysia, Filipina, Singapura, Thailand, dan Vietnam. Maka dari itu berikut data GDP dari negara – negara tersebut.



Grafik 2 GDP Indonesia dan 5 negara ASEAN lainnya  
Sumber : (IMF, 2023)

Dilihat dari data yang diambil dari IMF, diketahui bahwa Indonesia memiliki total GDP paling tinggi diantara negara lainnya yaitu sebesar 1.318.807 miliar US\$, lalu dilanjutkan tertinggi kedua adalah Thailand sebesar 536.16 miliar US\$, posisi ketiga yaitu Singapore sebesar 466.789 miliar US\$, lalu posisi keempat dan kelima adalah Malaysia dan Vietnam dimana masing-masing total GDP sebesar 407.923 miliar US\$ dan 406.452, posisi terakhir yaitu Philipina sebesar 404.261 miliar US\$. Berdasarkan teori ekonomi, salah satu kunci dari pertumbuhan ekonomi yaitu ekspor dan impor selain konsumsi, investasi, dan pengeluaran pemerintah. Secara historis, pertumbuhan ekonomi di negara-negara maju sangat didukung oleh pertumbuhan ekspor sehingga negara-negara tersebut menguasai pangsa ekspor dunia (Lubis, 2010). Sejalan dengan hal tersebut, pemerintah Indonesia juga mengangkat ekspor sebagai salah satu pilar utama dalam mendorong pertumbuhan ekonomi Indonesia. Berikut data ekspor Indonesia dan 5 negara ASEAN lainnya tahun 2018 – 2022.

Tabel 3 Total Ekspor Indonesia dan 5 Negara Asean Lainnya (US\$)

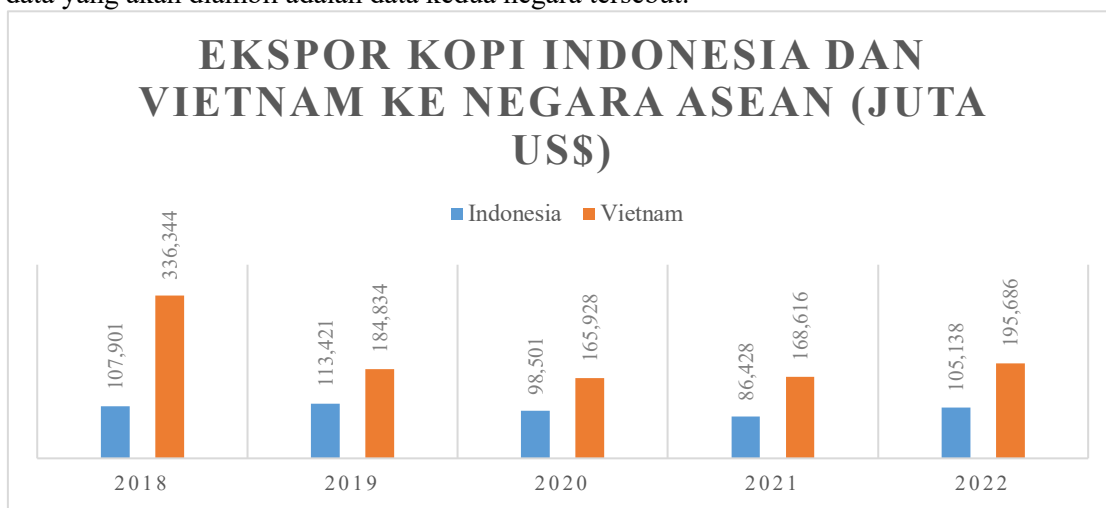
Negara	2018	2019	2020	2021	2022
Singapore	411 973 290 038	390 689 883 101	374 824 820 027	456 805 200 525	514 873 698 821
Viet Nam	243 698 700 467	264 610 323 263	281 441 457 782	335 792 597 810	370 909 157 439
Thailand	241 010 512 299	246 140 699 304	231 408 161 789	271 314 647 528	287 165 345 976
Malaysia	248 671 683 760	238 088 999 433	234 609 548 238	299 333 771 984	357 295 632 727
Indonesia	180 012 674 002	167 682 996 134	163 191 838 163	231 609 479 580	291 979 102 622
Philippines	69 307 425 788	70 926 981 841	65 214 516 368	74 617 568 026	78 929 719 351

Sumber : (ASEANStatsDataPortal, 2023)

Dari segi ekspor, menurut data yang telah diambil diketahui eksportir terbesar adalah negara Singapura yaitu 514.873 miliar US\$, dan dilanjutkan dengan negara Vietnam sebesar 370.909 miliar US\$, negara ketiga yang melakukan eksportir terbanyak yaitu Malaysia sebesar 357.292 miliar US\$, negara keempat dan kelima yaitu Indonesia dan Thailand sebesar 291.979 miliar US\$ dan 287.165 miliar US\$, dan negara terakhir yang melakukan sedikit ekspor adalah negara Philipina yaitu 78.929 miliar US\$ per tahun 2022. Singapura dapat menjadi eksportir terbesar dikarenakan perekonomian Singapura sangat bergantung pada sektor perdagangan, dikarenakan wilayah Singapura relatif kecil dengan penduduk yang juga relatif sedikit dan sumber daya yang terbatas (Ditjen Bea Cukai Jawa Timur I, 2021).

**Ekspor Kopi Indonesia Dan Vietnam Ke Negara Asean**

Dikarenakan eksportir kopi terbesar di ASEAN adalah negara Vietnam dan Indonesia, maka data yang akan diambil adalah data kedua negara tersebut.



Grafik 3 Ekspor Kopi Indonesia Dan vietnam Ke Negara ASEAN (Juta US\$)  
 Sumber : (ASEAN Stats Data Portal, 2023)

Indikator perdagangan suatu negara bisa dinilai dari kemampuannya dalam melakukan ekspor berdasarkan keunggulan komparatif yang dimiliki. Indonesia, yang memiliki populasi terbesar di ASEAN, memiliki keunggulan komparatif berdasarkan ketersediaan tenaga kerja yang melimpah, yang dapat mendukung peningkatan produksi negara tersebut. Komoditas kopi adalah salah satu contoh yang memerlukan lahan dan tenaga kerja sebagai faktor produksinya, sehingga ketersediaan tenaga kerja juga memiliki dampak signifikan pada produksi kopi. Indonesia dikenal sebagai produsen kopi unggulan dengan nilai ekspor yang cukup besar. Ini disebabkan oleh tingginya produksi kopi di Indonesia, yang saat ini menempatkan negara ini sebagai peringkat ketiga terbesar dalam ekspor kopi di dunia, setelah Brazil dan Vietnam. Dengan demikian, Indonesia menduduki peringkat kedua sebagai negara penghasil kopi terbesar di dunia yang berada di kawasan Asia Tenggara. Grafik diatas merupakan perbandingan negara pengeksport kopi terbesar dari Asia Tenggara ke negara – negara ASEAN, dimana ekspor kopi Indonesia dan Vietnam memiliki tingkat ekspor yang berbeda. Ekspor kopi Vietnam lebih tinggi dibandingkan dengan ekspor kopi Indonesia. Namun pada tahun 2019, ekspor kopi Vietnam ke ASEAN mengalami penurunan yang cukup drastis sebesar 151.51 juta US\$, berbanding terbalik dengan Indonesia yang mengalami kenaikan ekspor meskipun tidak signifikan sebesar 5.52 juta US\$. Sedangkan pada tahun 2020, kedua negara tersebut mengalami penurunan yang cukup

signifikan, penurunan tersebut diakibatkan oleh wabah yang menyebar keseluruh dunia yaitu Covid-19. Penurunan tersebut diakibatkan oleh kebijakan masing – masing negara mengenai pembatas ekspor dan impor, agar dapat mengurangi angka Covid-19. Pada tahun 2021, Vietnam mengalami kenaikan pada ekspor kopi ke Negara ASEAN yang berbanding terbalik dengan negara Indonesia. Negara Indonesia mengalami penurunan ekspor kopi sebesar 12.073 juta US\$. Tetapi pada tahun selanjutnya yaitu 2022, kedua negara kembali bangkit dan berbondong – bondong melakukan ekspor sehingga ekspor kedua negara tersebut sama – sama mengalami peningkatan.

Tabel 4 Total Jenis Kopi Yang Diekspor Indonesia dan Vietnam ke ASEAN (US\$)

Reporter	Partner	Commodity	2018 Export	2019 Export	2020 Export	2021 Export	2022 Export
Indonesia	ASEAN [00]	[090111] Coffee; not roasted or decaffeinated	101,862,409	104,884,432	90,094,781	80,579,210	97,636,644
		[090112] Coffee; decaffeinated , not roasted	279,923	279,361	352,793	500,773	551,167
		[090121] Coffee; roasted, not decaffeinated	5,759,581	8,193,840	8,034,790	5,314,991	6,919,584
		[090122] Coffee; roasted, decaffeinated		546		3,113	26,064
		[090190] Coffee; husks and skins, coffee substitutes containing coffee in any proportion		63,140	19,239	29,958	5,218
Vietnam	ASEAN [00]	[090111] Coffee; not roasted or decaffeinated	326,582,673	178,351,958	161,589,024	164,608,734	188,885,656
		[090112] Coffee; decaffeinated , not roasted	3,988,250	197,129	142,668	50,845	565,906
		[090121] Coffee; roasted, not decaffeinated	5,370,079	5,710,345	4,005,748	3,924,357	6,172,708
		[090122] Coffee; roasted, decaffeinated	380,031	376,007	69,093	32,693	44,146

		[090190] Coffee; husks and skins, coffee substitutes containing coffee in any proportion	23,629	198,791	121,921	18,533
--	--	---	--------	---------	---------	--------

Sumber : (ASEAN Stats Data Portal, 2023)

Dari data yang telah diuraikan sebelumnya, terlihat bahwa tingginya ekspor kopi dari kedua negara tersebut didominasi oleh jenis kopi dengan kode HS 090111, yang merujuk pada kopi biji hijau yang belum mengalami proses pemanggangan (not roasted) atau penghilangan kandungan kafein (not decaffeinated). Hal ini jelas terlihat dari jumlah kopi dengan kode HS 090111 yang diekspor oleh kedua negara tersebut, yang jumlahnya mencapai ratusan juta dolar AS, melebihi jumlah ekspor jenis kopi lainnya. Oleh karena itu, penelitian ini difokuskan pada jenis kopi dengan kode HS 090111, karena jenis kopi ini memiliki daya tarik yang paling besar di pasar ASEAN.

### Daya Saing Kopi Indonesia Dan Vietnam Di Asean

Daya saing ekspor suatu negara dapat tercermin dari sejauh mana negara tersebut memiliki keunggulan komparatif terhadap produk tertentu. Keunggulan komparatif ini mengacu pada kemampuan suatu negara untuk memproduksi produk dengan biaya yang lebih rendah dibandingkan dengan negara lain. Keunggulan komparatif ini pada gilirannya akan mempengaruhi faktor produksi, yang akan menghasilkan produksi yang melimpah. Ketika negara memiliki produksi berlebih dalam suatu produk, ini akan mendorong negara tersebut untuk melakukan ekspor, terutama jika harga produk tersebut lebih tinggi di pasar internasional daripada di pasar domestik, dan konsumsi di dalam negeri cenderung stabil.

Hingga saat ini, Indonesia dan Vietnam memiliki keunggulan komparatif dalam produksi kopi. Kondisi ini telah menghasilkan produksi kopi yang berlimpah di kedua negara tersebut, sehingga saat ini Indonesia dan Vietnam termasuk dalam tiga besar negara penghasil kopi terbesar di dunia. Pertumbuhan produksi kopi di Indonesia dan Vietnam memiliki dampak signifikan terhadap volume ekspor yang mereka lakukan. Semakin tinggi produksi kopi di suatu negara, semakin besar pula volume ekspor yang dihasilkan. Akan tetapi, perlu dicatat bahwa ini hanya berlaku jika kita mempertimbangkan total ekspor keseluruhan. Volume ekspor ke suatu wilayah tertentu dapat mengalami penurunan, meskipun produksi total kopi yang dihasilkan oleh negara pengirim mengalami peningkatan. Penurunan ini biasanya terkait dengan fluktuasi permintaan kopi di wilayah tersebut dalam periode tertentu.

### Analisis Revealed Comparative Advantage (RCA)

Kinerja perdagangan suatu negara bisa dinilai dari tingkat keunggulan komparatif yang dimilikinya terhadap produk tertentu. Keunggulan komparatif negara dalam suatu produk dan posisinya dalam persaingan di pasar tujuan ekspornya bisa diukur dengan menggunakan alat analisis yang disebut *Revealed Comparative Advantage (RCA)*. RCA mengukur bagian ekspor suatu komoditas dari negara tersebut dibandingkan dengan bagian ekspor komoditas yang sama di pasar ekspor global. Hasil pengukuran ini menghasilkan nilai yang berkisar antara nol hingga tak terbatas, di mana negara dianggap memiliki daya saing jika nilainya lebih dari satu. Semakin tinggi nilai RCA, semakin baik daya saingnya. Sebaliknya, jika nilainya kurang dari satu, maka produk yang diukur tersebut dianggap kurang memiliki daya saing.



Hasil analisis menunjukkan bahwa kopi Indonesia dengan kode HS 090111 memiliki daya saing di pasar ASEAN. Hasil ini didasarkan pada pengukuran RCA yang menunjukkan bahwa nilai RCA Indonesia melebihi satu. Meskipun begitu, nilai RCA Indonesia masih lebih rendah daripada nilai yang dimiliki oleh Vietnam. Ini mengindikasikan bahwa kopi dengan kode HS 090111 yang diekspor oleh Indonesia telah diterima dengan baik, tetapi tetap kalah bersaing dibandingkan dengan produk yang diekspor oleh Vietnam. Perbedaan nilai RCA antara Indonesia dan Vietnam sangat signifikan, dengan rata-rata RCA Vietnam sekitar 22,3, sementara RCA Indonesia hanya sekitar 6,3. Dengan demikian, Indonesia masih memiliki daya saing di pasar ASEAN, tetapi posisinya jauh di bawah Vietnam.

Tabel 5 Nilai RCA (Revealed Comparative Advantage) Produk Kopi Indonesia Dan Vietnam

Tahun	Indonesia	Vietnam
2018	5.7	31.1
2019	7.1	20.0
2020	6.3	17.9
2021	5.3	18.2
2022	6.9	24.2
Rata-Rata	6.3	22.3

*Jenis HS 090111 Ke ASEAN Tahun 2018 – 2022.*

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Jika dilihat dari 5 tahun terakhir, ekspor kopi Indonesia dan Vietnam mengalami naik dan turun dikarenakan pada tahun 2020 terdapat sebuah wabah yang menyebar ke seluruh dunia. Seluruh perekonomian dunia mengalami gangguan, itulah mengapa pada sekitaran tahun 2020 hingga 2021 ekspor kopi Indonesia mengalami penurunan. Terdapat banyak jenis kopi yang ada, namun yang paling diminati di pasar ASEAN adalah kopi dengan jenis HS 090111 (Coffee, not roasted, not decaffeinated).

Berdasarkan perhitungan nilai RCA (Revealed Comparative Advantage), ekspor kopi Indonesia memiliki daya saing pada pasar ASEAN karena  $RCA > 1$ . Namun RCA Indonesia dibawah jauh dibawah RCA Vietnam. Yang berarti daya saing Indonesia masih tertinggal jauh di bawah Vietnam.

## DAFTAR PUSTAKA

- ASEAN Stats Data Portal. (2023). *Trade in Goods (IMTS), Annually, HS 2-digit up to 8-Digit (AHTN), in US\$*. ASEAN Stats Data Portal. <https://data.aseanstats.org/trade-annually>
- ASEANStatsDataPortal. (2023). *Trade in Goods (IMTS), Annually, HS 2-digit up to 8-Digit (AHTN), in US\$*. ASEANStatsDataPortal. <https://data.aseanstats.org/trade-annually>
- Basri, F., & Munandar, H. (2010). *Dasar-dasar Ekonomi Internasional Pengenalan dan Aplikasi Metode Kuantitatif*. Kencana.

- Bella, D. D. (2021). *Analisis Ekspor Kopi Indonesia Ke Negara-Negara Asean*. Ditjen Bea Cukai Jawa Timur I. (2021). *Potensi Pasar Ekspor Singapura*. IMF. (2023). *GDP, current prices*. IMF. <https://www.imf.org/external/datamapper/NGDPD@WEO/IDN/MYS/PHL/SGP/THA/VNM>
- Lubis, A. D. (2010). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja Ekspor Indonesia. *Buletin Ilmiah Litbang Perdagangan*, 4(1), 1–13.
- Sirait, R. A., Alvaro, R., Kajian Anggaran, P., & Keahlian Dewan Perwakilan Rakyat, B. R. (2017). Analisis Daya Saing Kopi Indonesia Di Pasar Asean Paska Setahun Pemberlakuan Masyarakat Ekonomi Asean. In *JURNAL BUDGET* (Vol. 2, Issue 2). <http://www.kemendag.go.id/id/economic-profile/10-main-and-potential-Trade-Map>. (2023). *Daftar pasar impor suatu produk yang diekspor Indonesia*. [https://www.trademap.org/Country\\_SelProductCountry\\_TS.aspx?nvpm=1%7c360%7c%7c%7c%7c0901%7c%7c%7c4%7c1%7c1%7c2%7c2%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1](https://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_TS.aspx?nvpm=1%7c360%7c%7c%7c%7c0901%7c%7c%7c4%7c1%7c1%7c2%7c2%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1)
- Zuhdi, F. (2015). *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.