

Daya Saing Kopi Organik Perkebunan Indonesia di Pasar Amerika Serikat

Sania^{1*}, Daspar²

¹²Universitas Pelita Bangsa, Bekasi, Indonesia

*Correspondence Author Email: saniashun11@gmail.com

Abstrak

Indonesia merupakan produsen kopi terbesar keempat di dunia dengan berbagai varietas unggulan seperti Mandailing, Gayo, Kintamani, dan Toraja. Di tengah meningkatnya permintaan global terhadap produk organik, khususnya di pasar Amerika Serikat, kopi organik Indonesia memiliki potensi besar untuk memperkuat daya saingnya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peluang dan tantangan daya saing kopi organik Indonesia di pasar Amerika Serikat. Pendekatan kualitatif-deskriptif digunakan dengan metode analisis data sekunder, yang diperoleh dari laporan resmi, data perdagangan internasional, serta publikasi ilmiah terkini. Hasil studi menunjukkan adanya peluang signifikan berupa preferensi konsumen AS terhadap produk organik, perdagangan yang adil, dan keberlanjutan. Namun, tantangan yang dihadapi mencakup persaingan dengan negara produsen lain, hambatan non-tarif seperti sertifikasi organik yang ketat, fragmentasi produsen lokal, serta dampak perubahan iklim. Untuk meningkatkan posisi kompetitif di pasar premium tersebut, diperlukan strategi komprehensif yang mencakup penguatan kapasitas kelembagaan petani, pengembangan sistem budidaya yang terstruktur, serta kolaborasi antar pemangku kepentingan.

Kata kunci: Kopi Organik, Daya Saing, Pasar Amerika Serikat

Abstract

Indonesia is the world's fourth-largest coffee producer, known for its distinctive varieties such as Mandailing, Gayo, Kintamani, and Toraja. Amidst the growing global demand for organic products, especially in the United States market, Indonesian organic coffee holds significant potential to enhance its competitiveness. This study aims to analyze the opportunities and challenges of the competitiveness of Indonesian organic coffee in the U.S. market. A descriptive qualitative approach was employed using secondary data analysis derived from official reports, international trade statistics, and recent academic publications. The findings reveal notable opportunities, including U.S. consumers' preference for organic, fair trade, and sustainable products. However, the sector faces substantial challenges, such as competition from other coffee-producing countries, non-tariff barriers like stringent organic certification requirements, producer fragmentation, and climate-related impacts. Strengthening Indonesia's position in the premium market requires a comprehensive strategy involving the enhancement of farmers' institutional capacity, development of structured cultivation systems, and collaboration among key stakeholders.

Keywords: Organic Coffee, Competitiveness, United States Market

Article History:

Submitted: June 9, 2025

Revised: June 24, 2025

Accepted: June 27, 2025

PENDAHULUAN

Kopi adalah salah satu komoditi perkebunan yang sangat menguntungkan secara ekonomi dan berperan penting sebagai sumber devisa negara di antara hasil perkebunan lainnya. Lebih dari lima puluh juta petani kopi di Indonesia menghasilkan uang dari bisnis ini, dan kopi memainkan peran penting sebagai sumber devisa. Kopi

juga baik untuk kesehatan, seperti meningkatkan stamina, mengatasi sakit kepala, melegakan napas, dan mengurangi risiko diabetes.

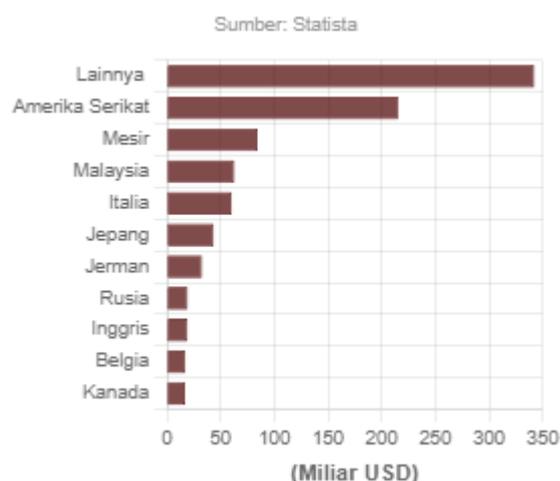
Indonesia sebagai produsen kopi terbesar keempat dunia setelah Brasil, Vietnam, dan Kolombia, memiliki keunggulan komparatif berupa varietas kopi unik seperti Mandailing, Gayo, Kintamani, dan Toraja yang dikenal karena karakteristik cita rasa khasnya (Alfathi, 2022).

Konsumen yang sedang tren di Amerika Serikat yang kini tidak hanya mempertimbangkan aspek organik tetapi juga nilai tambah seperti fair trade, single origin, dan sustainability story memberikan peluang diferensiasi bagi kopi organik Indonesia. Kekayaan budaya dan tradisi pertanian kopi di berbagai daerah Indonesia dapat menjadi selling point unik yang memperkuat posisi kompetitif di pasar premium Amerika Serikat. Namun, pemanfaatan potensi ini masih terhambat oleh berbagai kendala struktural seperti keterbatasan akses petani kecil terhadap sertifikasi, lemahnya kapasitas institusi pendukung, dan belum optimalnya strategi branding nasional untuk kopi organik Indonesia.

Analisis daya saing kopi organik Indonesia di pasar Amerika Serikat menjadi krusial untuk mengidentifikasi faktor-faktor determinan yang dapat dioptimalkan dalam upaya meningkatkan penetrasi pasar. Pemahaman komprehensif terhadap dinamika pasar, preferensi konsumen, hambatan perdagangan, dan faktor-faktor eksternal lainnya akan memberikan landasan bagi perumusan strategi yang efektif untuk memperkuat posisi kompetitif Indonesia di industri kopi organik global.

Perkembangan kesadaran global terhadap kesehatan dan keberlanjutan lingkungan telah mengalihkan preferensi konsumen dunia pada produk-produk organik, termasuk komoditas pertanian. Dengan fenomena ini, Indonesia, sebuah negara agraris dengan banyak biodiversitas, memiliki peluang strategis untuk mengembangkan pasar produk pertanian organiknya di kancah internasional. Sebagai salah satu komoditas unggulan Indonesia, kopi memiliki potensi besar untuk menembus pasar premium Amerika Serikat dengan pertumbuhan rata-rata 8,2% per tahun dan peningkatan pangsa pasar dari 7% menjadi 12% dari total konsumsi kopi. Pada tahun 2023, impor kopi Amerika Serikat akan mencapai 5,7 miliar dolar AS.

10 Negara Tujuan Ekspor Kopi Indonesia 2023



Gambar 1. Visualisasi grafik 10 Negara tujuan ekspor kopi Indonesia 2023

Sumber: Statista GOODSTATS 2024

Berdasarkan data yang diperoleh dari Statista menjelaskan bahwa, nilai ekspor kopi Indonesia pada tahun 2023 akan mencapai sekitar US\$916 miliar. Sayangnya, angka ini lebih rendah dari nilai tahun sebelumnya, yang mencapai sekitar US\$1,1 miliar. Dari ratusan negara, sepuluh di antaranya adalah tempat terbaik untuk ekspor kopi Indonesia. Selain itu, ada ekspor senilai US\$342,3 miliar ke negara lain yang tidak disebutkan dalam data. Menurut data, Amerika Serikat adalah pasar ekspor kopi utama Republik Indonesia, dengan nilai ekspor mencapai US\$215,5 miliar. Selain itu, Indonesia mengekspor 36,62 ribu ton kopi ke Mesir, dengan nilai ekspor US\$84,53 miliar dan volume kopi yang dikirim 32,05 ribu ton. Jepang menempati posisi ketiga, dengan 15,32 ribu ton kopi yang diekspor ke negara itu dan nilai ekspor kopi Indonesia mencapai US\$63,03 miliar. Selain itu, Indonesia mengekspor kopi ke Malaysia senilai US\$60,54 miliar, menjadikan Malaysia sebagai negara keempat dengan total 22,68 ribu ton kopi yang dikirim ke negara tersebut. Italia berada di posisi kelima dengan volume ekspor kopi sebesar 18,12 ribu ton dan nilai ekspor kopi sebesar US\$43,8 miliar. Dengan nilai ekspor US\$32,91 miliar, Jerman memiliki 9,46 ribu ton kopi yang dikirim ke negara itu. Belgia menempati posisi ketujuh, delapan, sembilan, dan sepuluh, dengan total US\$19,53 miliar, Kanada US\$19,42 miliar, Rusia US\$17,35 miliar, dan Inggris US\$17 miliar. Di Rusia diekspor 7,41 ribu ton kopi, di Inggris 4,34 ribu ton, di Belgia 3,43 ribu ton, dan di Kanada 2,82 ribu ton kopi (Rizti, 2022).

Berdasarkan uraian di atas, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peluang dan tantangan daya saing kopi organik Indonesia di pasar Amerika Serikat.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif-deskriptif dengan metode analisis data sekunder untuk memahami secara mendalam peluang dan tantangan daya saing kopi organik Indonesia di pasar Amerika Serikat. Metode ini dipilih karena memungkinkan peneliti untuk mengevaluasi fenomena berdasarkan interpretasi terhadap data dan dokumen yang telah tersedia, tanpa melakukan pengumpulan data primer. Fokus utamanya adalah pada analisis informasi yang bersifat tekstual dan numerik dari berbagai sumber yang dapat dipercaya serta relevan dengan isu perdagangan internasional, khususnya dalam konteks komoditas kopi organik.

Data sekunder diperoleh dari laporan resmi pemerintah dan lembaga internasional, seperti Badan Pusat Statistik (BPS), Kementerian Perdagangan RI, Direktorat Jenderal Perundingan Perdagangan Internasional, serta publikasi dari World Bank, ITC (International Trade Centre), dan Trade Map UN COMTRADE. Selain itu, peneliti juga menggunakan publikasi ilmiah terkini, baik dari jurnal nasional maupun internasional, yang diakses melalui basis data akademik seperti Google Scholar, Scopus, dan ScienceDirect. Kata kunci pencarian mencakup istilah seperti *“organic coffee exports,” “Indonesian coffee trade,” “non-tariff barriers,”* dan *“US coffee market access.”* Proses seleksi literatur dilakukan secara purposif, dengan mempertimbangkan kriteria kredibilitas sumber, keterbaruan data, dan relevansi topik.

Untuk menganalisis data, digunakan teknik analisis isi tematik (*thematic content analysis*) yang bertujuan mengidentifikasi pola, kategori, dan tema utama yang muncul dari berbagai sumber. Analisis dilakukan dengan membaca dan menandai ide pokok dalam setiap dokumen, kemudian mengelompokkannya berdasarkan tema seperti peluang pasar, hambatan perdagangan, serta dinamika regulasi dan sertifikasi. Data kuantitatif seperti volume dan nilai ekspor juga dianalisis secara deskriptif untuk memperkuat interpretasi tematik. Validitas data dijaga melalui triangulasi antar sumber dan penilaian kritis terhadap konteks publikasi. Dengan metode ini, penelitian diharapkan dapat menghasilkan gambaran yang komprehensif dan argumentatif mengenai strategi peningkatan daya saing kopi organik Indonesia di pasar Amerika Serikat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Peluang Perdagangan

Peluang perdagangan kopi organik Indonesia di pasar Amerika Serikat terlihat sangat menjanjikan seiring dengan pergeseran preferensi konsumen yang semakin mementingkan aspek kesehatan dan keberlanjutan. Kualitas, keunikan (asalnya) kopi, dan sejarah produksinya adalah faktor utama dalam pertumbuhan industri kopi tertentu (Rahmaniah et al., 2020). Karakteristik geografis Indonesia yang unik dengan keragaman varietas kopi seperti Arabika Gayo, Mandailing, Toraja, dan Java memungkinkan produsen mengembangkan produk bernilai tambah tinggi yang sesuai dengan kebutuhan pasar premium Amerika Serikat.

Terbukanya akses pasar melalui berbagai perjanjian perdagangan bilateral juga menciptakan peluang signifikan bagi kopi organik Indonesia. Sistem Preferensi Umum (GSP), yang memberikan keringanan tarif bagi negara berkembang seperti Indonesia, telah menyebabkan peningkatan daya saing harga di pasar AS. Selain itu, peningkatan jaringan distribusi coffee shop berkonsep third wave coffee, yang menekankan kualitas kopi single origin dan transparansi rantai pasok, memungkinkan pemasaran kopi organik premium di Indonesia (DeFries et al., 2017). Konsep perdagangan langsung yang semakin populer, yang menghubungkan roaster Amerika Serikat dengan petani kopi Indonesia secara langsung, mengurangi rantai distribusi dan meningkatkan nilai petani.

Peningkatan kesadaran konsumen terhadap aspek etika dan keadilan dalam perdagangan juga membuka peluang diferensiasi bagi kopi organik Indonesia melalui sertifikasi ganda seperti kombinasi Organic-Fairtrade atau Organic-Rainforest Alliance. Gaya hidup generasi milenial dan generasi Z di Amerika Serikat memprioritaskan hal-hal yang memiliki nilai sosial dan lingkungan. Hal ini menciptakan segmen pasar yang sesuai dengan cerita keberlanjutan yang dapat dibangun oleh kopi organik Indonesia. Selain itu, ada peningkatan minat terhadap metode seduh manual (manual brewing), seperti pour-over dan cold brew, yang meningkatkan rasa yang kompleks dan profil yang unik dari kopi Indonesia (Kemper et al., 2023).

Ancaman Perdagangan

Namun demikian, ada beberapa risiko perdagangan yang harus diperhatikan saat berusaha masuk ke pasar Amerika Serikat. Negara-negara lain yang menghasilkan kopi organik, seperti Peru, Ethiopia, Honduras, dan Kolombia, yang sebelumnya memiliki reputasi dan hubungan kuat dengan importir Amerika Serikat, sekarang bersaing ketat. Negara-negara ini memiliki keunggulan dalam volume produksi, telah mengembangkan sistem sertifikasi yang terstandarisasi, dan memenuhi persyaratan pasar AS. Sebagai contoh, Ethiopia menetapkan kopinya sebagai kopi organik premium berdasarkan faktor geografis.

Hambatan non-tarif lainnya yang mengancam ekspor kopi Indonesia adalah persyaratan ketat untuk produk organik. Program Nasional Organik USDA (NOP) menetapkan standar ketat untuk sertifikasi organik, termasuk transisi tiga tahun dari pertanian konvensional ke organik, pengawasan ketat rantai pasok, dan pembatasan penggunaan input tertentu. Peraturan ini sering menghambat petani kecil di Indonesia. Selain itu, Food Safety Modernization Act (FSMA) di Amerika Serikat menetapkan bahwa eksportir kopi harus memiliki sistem keamanan pangan yang menyeluruh, audit dan verifikasi supplier yang dilakukan secara berkala. Ini meningkatkan tantangan dan biaya kepatuhan..

Harga kopi organik yang tidak stabil yang diperdagangkan di bursa berjangka di seluruh dunia berpotensi mengancam kelangsungan bisnis yang membutuhkan dana jangka panjang untuk bertahan (Hernandez-Aguilera et al., 2019). Sebaliknya, produksi kopi Indonesia diancam oleh perubahan iklim karena hama dan penyakit seperti borer biji kopi dan karat daun kopi, perubahan pola cuaca yang mengganggu fase pembungaan dan pematangan, dan kerusakan kondisi lingkungan yang ideal untuk budidaya kopi arabika berkualitas tinggi. Hal ini berpotensi mengancam keteraturan dan keseragaman kualitas dan pasokan kopi organik Indonesia di pasar AS yang sangat menekankan keseragaman dan kualitas.

Fragmentasi produsen kopi organik Indonesia yang didominasi oleh petani kecil dengan kapasitas produksi dan pengetahuan terbatas juga menciptakan kerentanan dalam menghadapi tuntutan pasar Amerika Serikat yang semakin kompleks. Tidak adanya kerja sama antara lembaga pemerintah, asosiasi petani, dan pelaku ekspor menyebabkan strategi pengembangan pasar yang tidak terpadu dan upaya untuk memasarkan kopi organik Indonesia di pasar internasional tidak berhasil. Hal ini menjadi lebih buruk karena sedikit penelitian yang dilakukan untuk mengembangkan varietas kopi organik yang unggul yang dapat mempertahankan cita rasa premium sambil beradaptasi dengan perubahan iklim.

Analisis daya saing produk kopi organik Indonesia di pasar Amerika Serikat menunjukkan adanya potensi signifikan untuk meningkatkan penetrasi pasar dan nilai ekspor melalui pendekatan strategis yang komprehensif. Karena menjadi produsen kopi keempat terbesar di dunia dengan varietas kopi terbaik, Indonesia memiliki fondasi yang kuat untuk membangun keunggulan kompetitif. Namun, untuk memanfaatkan peluang ini, diperlukan tindakan sistematis untuk mengatasi masalah struktural yang ada. Peningkatan kapasitas kelembagaan petani, pengembangan sistem budidaya yang terstruktur, dan kolaborasi antar pemangku kepentingan

semuanya diperlukan untuk meningkatkan persaingan kopi organik Indonesia di pasar premium AS.

Strategi branding nasional yang mengedepankan keunikan karakteristik kopi Indonesia dan narasi keberlanjutan perlu diintegrasikan dengan upaya pemenuhan persyaratan teknis dan regulasi pasar Amerika Serikat yang dinamis. Petani kopi—produsen dan eksportir utama kopi—dapat memperoleh keuntungan dengan menerapkan pendekatan rantai nilai yang inklusif dan berkelanjutan. Hal ini sejalan dengan temuan Vicol et al., (2018) yang menyoroti pentingnya struktur tata kelola rantai nilai yang berpihak pada petani kecil untuk mencapai pembangunan pedesaan yang inklusif melalui komoditas kopi.

Dalam budidaya kopi organik, inovasi teknologi dan adaptasi menjadi semakin penting di tengah dinamika pasar global dan ancaman perubahan iklim. Investasi dalam penelitian dan pengembangan varietas kopi yang tahan terhadap perubahan iklim namun tetap mempertahankan cita rasa premium harus ditingkatkan, sebagaimana direkomendasikan oleh Chatte, (2025) dalam kajian sistematis mereka tentang implikasi perubahan iklim terhadap produksi kopi organik global. Perluasan pasar kopi organik Indonesia di Amerika Serikat memerlukan peningkatan sistem sertifikasi dan verifikasi yang sesuai dengan standar internasional.

Kemajuan dalam teknologi digital dan e-commerce telah memberi produsen kopi organik di Indonesia peluang baru. Mereka dapat mengurangi ketergantungan mereka pada jalur distribusi konvensional yang panjang dengan membangun jaringan pemasaran langsung. Strategi ini sesuai dengan preferensi konsumen Amerika Serikat yang semakin mengutamakan transparansi rantai pasok dan hubungan langsung dengan produsen, sebagaimana diidentifikasi dalam laporan Quiñones-Ruiz & Salcedo-Montero (2023). Sektor kopi organik Indonesia akan segera menjadi lebih berdaya saing dan berkelanjutan jika kebijakan pemerintah, inisiatif sektor swasta, dan dukungan lembaga penelitian bekerja sama.

Kesimpulan akhirnya yaitu, untuk meningkatkan persaingan di pasar kopi organik Indonesia di Amerika Serikat, diperlukan pendekatan komprehensif yang menggabungkan aspek produksi, pengolahan, branding, dan pemasaran dalam kerangka keberlanjutan. Pergeseran paradigma dari ekspor komoditas ke ekspor produk bernilai tambah tinggi dengan diferensiasi yang kuat akan menempatkan kopi organik Indonesia di posisi strategis di segmen pasar premium Amerika Serikat. Diharapkan bahwa dengan menerapkan rekomendasi ini, pangsa pasar dan nilai ekspor kopi organik Indonesia akan meningkat, dan seluruh rantai nilai kopi, dari eksportir hingga petani, akan memperoleh keuntungan ekonomi yang lebih besar.

KESIMPULAN

Peluang ekspor kopi organik Indonesia ke pasar Amerika Serikat sangat menjanjikan berkat keunikan varietas, narasi keberlanjutan, dan dukungan perjanjian perdagangan, namun dihadapkan pada tantangan persaingan global, regulasi ketat, perubahan iklim, dan fragmentasi produsen. Untuk meraih keunggulan kompetitif di segmen pasar premium, diperlukan strategi komprehensif yang mencakup

penguatan kapasitas petani, pengembangan varietas adaptif, pemenuhan standar internasional, serta penguatan branding nasional yang menonjolkan karakteristik kopi Indonesia. Inovasi teknologi, kolaborasi antar pemangku kepentingan, dan pemanfaatan saluran distribusi digital menjadi kunci dalam membangun rantai nilai yang inklusif dan berkelanjutan, sehingga dapat meningkatkan daya saing dan nilai ekspor kopi organik Indonesia di pasar Amerika Serikat.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfathi, B. R. (2022). *Indonesia Jadi Produsen Kopi Terbesar ke-4 di Dunia*. <https://data.goodstats.id/statistic/indonesia-jadi-produsen-kopi-terbesar-ke-4-di-dunia-QA412>
- Chatte, S. N. (2025). Climate and Agriculture: Understanding Weather Patterns and Their Impact Suman Narayanrao Chatte. *Recent Trends in Dry Land Agriculture*, 287.
- DeFries, R. S., Fanzo, J., Mondal, P., Remans, R., & Wood, S. A. (2017). Is voluntary certification of tropical agricultural commodities achieving sustainability goals for small-scale producers? A review of the evidence. *Environmental Research Letters*, 12(3), 33001.
- Hernandez-Aguilera, J. N., Conrad, J. M., Gómez, M. I., & Rodewald, A. D. (2019). The economics and ecology of shade-grown coffee: A model to incentivize shade and bird conservation. *Ecological Economics*, 159, 110–121.
- Kemper, L., Sampson, G., Larrea, C., Schlatter, B., Luna, E., Dang, D., & Willer, H. (2023). *The state of sustainable markets 2023: Statistics and emerging trends*.
- Quiñones-Ruiz, X. F., & Salcedo-Montero, C. A. (2023). Green or roasted coffee? How a collective of organic producers challenges the quality construction by overseeing quality attributes, relational approaches and knowledge. *International Journal of Agricultural Sustainability*, 21(1), 2247808.
- Rahmaniah, H., Darma, R., Asrul, L., & Taufik, D. K. (2020). The potential of organic agriculture, soil structure and farmers income for inclusive agriculture sustainability: a review. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 575(1), 12099.
- Rizti, F. (2022). *Nilai Ekspor Kopi RI Capai US\$916 Juta pada 2023, Paling Tinggi ke Amerika Serikat*. GoodStats Data. <https://data.goodstats.id/statistic/nilai-ekspor-kopi-ri-capai-us916-juta-pada-2023-paling-tinggi-ke-amerika-serikat-nNNON>
- Vicol, M., Neilson, J., Hartatri, D. F. S., & Cooper, P. (2018). Upgrading for whom? Relationship coffee, value chain interventions and rural development in Indonesia. *World Development*, 110, 26–37.