

Mica Siar Meiriza¹
Shintami Oktavia²
Ariel Imanuel
Panjaitan³
Ayu Primsa Br
Tarigan⁴
Dhiya Atikah⁵
Lasria Sitorus⁶
Robin Cornelius
Siahaan⁷

ANALISIS PENGUATAN DAYA SAING EKSPOR KOPI SUMATERA UTARA TAHUN 2021-2022

Abstrak

Analisis Strategi Penguatan Daya Saing Ekspor Kopi Sum Badan Pusat Statistik (BPS), Kementerian Perindustrian, serta laporan industri kopi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun ekspor kopi Sidikalang mengalami pertumbuhan, masih ada beberapa tantangan yang harus dihadapi, seperti persaingan ketat dengan negara produsen lain, fluktuasi harga global, dan keterbatasan dalam pengolahan produk. Untuk meningkatkan daya saing, diperlukan strategi hilirisasi yang mendorong pengolahan kopi menjadi produk bernilai tambah, serta diversifikasi pasar ke negara-negara dengan permintaan tinggi terhadap kopi. Penelitian ini menekankan pentingnya dukungan dari pemerintah, peningkatan kualitas produksi, serta pemanfaatan pemasaran digital agar kopi Sidikalang dapat semakin dikenal dan bersaing di pasar global

Kata Kunci: Ekspor Kopi, Daya Saing, Hilirisasi, Pemasaran Global, Kopi Sidikalang

Abstract

Analysis of Coffee Export Competitiveness Strengthening Strategy Sum Central Statistics Agency (BPS), Ministry of Industry, and coffee industry reports. The results of the study show that although Sidikalang coffee exports have grown, there are still several challenges that must be faced, such as tight competition with other producing countries, global price fluctuations, and limitations in product processing. To increase competitiveness, a downstream strategy is needed that encourages coffee processing into value-added products, as well as market diversification to countries with high demand for coffee. This study emphasizes the importance of government support, improving production quality, and utilizing digital marketing so that Sidikalang coffee can be better known and competitive in the global market

Keywords: Coffee Exports, Competitiveness, Downstreaming, Global Marketing, Sidikalang Coffee

PENDAHULUAN

Kopi merupakan salah satu komoditas unggulan Indonesia yang memiliki nilai pasar tinggi di dunia (GoodStats, 2025). Sebagai salah satu produsen kopi terbesar, Indonesia dikenal dengan beragam varietas kopi berkualitas tinggi, salah satunya adalah Kopi Sidikalang dari Sumatera Utara. Kopi ini terkenal karena aroma yang kuat, cita rasa khas, serta keseimbangan alkali yang membuatnya banyak diminati, baik di pasar domestik maupun internasional.

^{1,2)} Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Medan

^{3,4,5,6,7)} Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Medan

email: micasiarameiriza@gmail.com¹, shintami23@unimed.ac.id², arielmanuelpanjaitan@gmail.com³,

ayuprimsa0@gmail.com⁴, dhiyaatikah49@gmail.com⁵, lasriasitorus27@gmail.com⁶,

robinsiahaam806@gmail.com⁷

Meskipun telah memiliki reputasi yang baik, Kopi Sidikalang masih menghadapi berbagai tantangan dalam meningkatkan daya saingnya di pasar ekspor. Persaingan global yang semakin ketat, terutama dengan negara-negara produsen utama seperti Brasil dan Vietnam, menuntut adanya strategi khusus agar Kopi Sidikalang dapat bersaing secara lebih efektif dan memperoleh posisi yang lebih kuat di pasar internasional (Rachmaningtyas, A., Winarno, S. T., & Hidayat, S. I., 2021).

Salah satu faktor utama yang mempengaruhi daya saing Kopi Sidikalang adalah fluktuasi harga di pasar global. Harga kopi dunia cenderung mengalami ketidakstabilan akibat berbagai faktor, seperti perubahan iklim, kebijakan perdagangan, serta dinamika permintaan dan penawaran internasional (Athifah, A. N., 2024). Selain itu, biaya produksi dan distribusi yang tinggi, terutama akibat infrastruktur yang masih terbatas di daerah penghasil kopi, turut menjadi kendala dalam meningkatkan ekspor. Dibandingkan dengan negara lain yang memiliki sistem perdagangan lebih efisien, Indonesia masih menghadapi hambatan dalam hal akses pasar dan jaringan distribusi global. Oleh karena itu, diperlukan strategi yang terarah untuk meningkatkan nilai tambah Kopi Sidikalang serta memperluas aksesnya ke pasar luar negeri agar dapat bersaing dengan lebih kompetitif (Syahiduzzaman, 2024).

Strategi hilirisasi menjadi salah satu solusi yang dapat diterapkan untuk meningkatkan daya saing Kopi Sidikalang. Hilirisasi memungkinkan peningkatan nilai tambah kopi dengan mengolahnya menjadi berbagai produk turunan, seperti kopi bubuk, kapsul kopi, kopi siap minum, dan produk olahan lainnya. Dengan diversifikasi produk, kopi tidak hanya dijual dalam bentuk biji mentah, tetapi juga dalam bentuk yang lebih bernilai tinggi dan memiliki daya jual lebih kuat di pasar global (Kementerian Perindustrian Republik Indonesia, 2023). Negara-negara seperti Ethiopia dan Kolombia telah berhasil menerapkan strategi ini untuk meningkatkan nilai ekspor kopi mereka. Dengan menerapkan strategi serupa, Kopi Sidikalang dapat memiliki daya saing yang lebih besar dan memperoleh peluang yang lebih luas dalam perdagangan internasional (Antara, 2025).

Selain hilirisasi, pemanfaatan teknologi digital dalam pemasaran menjadi faktor penting dalam meningkatkan ekspor Kopi Sidikalang. Pemasaran digital melalui media sosial dan platform e-commerce memungkinkan produsen kopi menjangkau pasar yang lebih luas dengan biaya yang lebih efisien. Negara-negara dengan permintaan tinggi seperti Amerika Serikat dan Uni Eropa menjadi target utama yang dapat dijangkau melalui strategi pemasaran digital yang efektif. Beberapa perusahaan kopi di Indonesia telah mulai mengadopsi pendekatan ini untuk meningkatkan visibilitas dan daya saing produk mereka di pasar global. Dengan strategi pemasaran yang lebih modern, Kopi Sidikalang berpotensi mendapatkan lebih banyak konsumen di luar negeri dan meningkatkan volume ekspornya secara signifikan.

Pemerintah Kabupaten Dairi, bersama dengan berbagai pemangku kepentingan, telah mengembangkan berbagai kebijakan strategis guna memperkuat produksi dan ekspor Kopi Sidikalang. Program intensifikasi dan perluasan lahan kopi telah dilakukan untuk meningkatkan produktivitas petani, sementara berbagai pelatihan diberikan untuk meningkatkan kualitas produk kopi yang dihasilkan. Selain itu, pemerintah juga aktif dalam mempromosikan Kopi Sidikalang melalui berbagai pameran dagang internasional dan kemitraan dengan eksportir global. Meskipun demikian, masih terdapat berbagai kendala seperti keterbatasan infrastruktur, regulasi ekspor yang kompleks, serta keterbatasan akses pembiayaan bagi petani dan pelaku usaha kopi. Oleh karena itu, diperlukan kebijakan yang lebih terintegrasi agar kopi Sidikalang dapat bersaing lebih optimal di pasar ekspor.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi hilirisasi dan perluasan pasar dalam meningkatkan daya saing ekspor Kopi Sidikalang di tingkat global. Dengan memahami potensi serta tantangan yang ada, diharapkan penelitian ini dapat memberikan rekomendasi yang komprehensif bagi pemerintah, pelaku usaha, dan petani kopi dalam mengembangkan industri Kopi Sidikalang secara lebih menyeluruh. Dengan strategi yang tepat, Kopi Sidikalang tidak hanya akan meningkatkan kontribusinya terhadap perekonomian nasional, tetapi juga memperkuat posisi Indonesia sebagai salah satu eksportir kopi berkualitas tinggi di pasar dunia.

METODE

Menurut Sugiyono, metode deskriptif kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk menganalisis, menggambarkan, dan menginterpretasikan suatu fenomena tanpa menggunakan angka sebagai alat analisis utama. Penelitian ini menggunakan metode analisis data dengan pendekatan deskriptif kualitatif, di mana data dikumpulkan dari beberapa sumber terpercaya, seperti dokumen resmi pemerintah, publikasi akademis, statistik ekspor kopi, dan sumber berita internet yang relevan. Data primer untuk penelitian ini berasal dari International Coffee Organization (ICO), Kementerian Perdagangan Republik Indonesia, dan Badan Pusat Statistik (BPS), serta beberapa media daring, termasuk Detik, yang meliput pertumbuhan industri kopi dan dampaknya. Metode ini memungkinkan analisis komprehensif terhadap faktor-faktor yang memengaruhi penjualan kopi Sidikalang, seperti strategi hilirisasi dan permintaan pasar.

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis SWOT, analisis ekspor, dan analisis kebijakan perdagangan. Analisis ekspor dilakukan dengan mengkaji statistik ekspor kopi Sidikalang dari tahun 2020 hingga 2022 guna mengetahui tren serta kendala yang dihadapi. Analisis SWOT digunakan untuk menilai kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam industri kopi Sidikalang. Sementara itu, analisis kebijakan perdagangan dilakukan dengan mengkaji regulasi yang berdampak pada ekspor kopi Indonesia, termasuk hambatan perdagangan dalam negeri. Beberapa berita daring, seperti CNN Indonesia, Kompas, dan Detik, juga dianalisis untuk memberikan wawasan mengenai upaya pemerintah dan industri dalam meningkatkan penjualan kopi, seperti strategi hilirisasi, peningkatan kualitas produk, dan perluasan pasar internasional.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Ekspor kopi Indonesia mengalami pertumbuhan yang cukup baik pada 2020 hingga 2021. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS), volume ekspor kopi meningkat dari 375.000 ton pada 2020 menjadi 402.000 ton pada 2021. Seiring dengan itu, nilai ekspornya pun naik dari 821 juta dolar AS menjadi 846,5 juta dolar AS. Peningkatan ini menunjukkan bahwa permintaan kopi Indonesia masih tinggi di pasar global. Namun, tantangan seperti fluktuasi harga internasional serta persaingan dari negara produsen besar, seperti Brasil dan Vietnam, tetap menjadi perhatian utama bagi pelaku industri kopi nasional (BPS, 2022).

Salah satu strategi utama dalam meningkatkan nilai ekspor kopi Indonesia adalah hilirisasi industri. Hilirisasi berarti tidak hanya mengekspor biji kopi mentah, tetapi juga mengolahnya menjadi produk dengan nilai tambah lebih tinggi, seperti kopi bubuk, kopi instan, dan berbagai minuman berbasis kopi lainnya. Menurut Kementerian Perindustrian, hilirisasi kopi dapat memberikan keuntungan lebih besar karena meningkatkan harga jual serta membuka peluang ekspor yang lebih luas. Selain itu, produksi kopi olahan juga mendukung pertumbuhan industri dalam negeri sekaligus menciptakan lebih banyak lapangan kerja (Kementerian Perindustrian, 2023).

Selain hilirisasi, pemasaran dan diversifikasi pasar ekspor menjadi faktor penting dalam memperkuat daya saing kopi Indonesia. Sebagai contoh, dalam pemasaran kopi Sidikalang, pemanfaatan e-commerce dan digital marketing terbukti efektif dalam menjangkau konsumen global. Analisis pemasaran kopi bubuk Tanah Sidikalang menunjukkan bahwa pemahaman terhadap kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman (SWOT) sangat penting dalam merancang strategi ekspansi pasar. Salah satu langkah yang dapat dilakukan adalah menargetkan negara dengan budaya konsumsi kopi yang tinggi, seperti Jepang, Korea Selatan, dan negara-negara Eropa (123dok, 2023).

Kopi Sidikalang sendiri dikenal sebagai salah satu kopi terbaik Indonesia, terutama karena cita rasanya yang khas. Faktor lingkungan, seperti ketinggian lahan dan jenis tanah di Kabupaten Dairi, memberikan karakter unik pada kopi ini. Untuk meningkatkan daya saingnya, pemerintah daerah telah meluncurkan program Agri Unggul, yang bertujuan membantu petani meningkatkan produktivitas dan kualitas kopi mereka. Program ini mencakup pelatihan pertanian modern, bantuan alat produksi, serta strategi pemasaran yang lebih luas. Dengan

upaya ini, kopi Sidikalang diharapkan mampu bersaing kembali di pasar nasional maupun internasional (Kompas TV, 2023).

Secara keseluruhan, ekspor kopi Indonesia menunjukkan tren positif. Namun, masih terdapat berbagai tantangan yang harus dihadapi. Hilirisasi industri, pemasaran digital, serta pengembangan produk kopi spesialti, seperti Sidikalang, menjadi langkah strategis untuk meningkatkan daya saing di pasar global. Dengan dukungan kebijakan pemerintah, peningkatan kualitas produksi, serta strategi pemasaran modern, kopi Indonesia memiliki peluang besar untuk semakin mengukuhkan posisinya di kancah internasional.

SIMPULAN

Dalam dua tahun terakhir, ekspor kopi Indonesia mengalami peningkatan, yang terlihat dari naiknya volume dan nilai ekspor pada 2020 hingga 2021. Hal ini menunjukkan bahwa kopi Indonesia masih memiliki daya tarik di pasar internasional, meskipun persaingan global semakin ketat. Negara seperti Brasil dan Vietnam tetap menjadi kompetitor utama, terutama dalam hal efisiensi produksi dan harga. Oleh karena itu, peningkatan daya saing kopi Indonesia perlu terus dilakukan dengan strategi yang lebih inovatif. Salah satu langkah utama yang dapat diterapkan adalah hilirisasi, yaitu pengolahan kopi mentah menjadi produk bernilai tambah seperti kopi bubuk, kopi instan, dan minuman berbasis kopi lainnya. Dengan hilirisasi, Indonesia tidak hanya mengekspor bahan mentah, tetapi juga produk jadi yang memiliki nilai jual lebih tinggi. Selain itu, diversifikasi pasar ekspor juga menjadi faktor penting untuk mengurangi ketergantungan pada pasar tradisional seperti Amerika Serikat dan Eropa. Negara-negara di Asia Timur, Timur Tengah, dan Afrika mulai menunjukkan peningkatan konsumsi kopi, sehingga peluang ekspor ke kawasan ini harus dimanfaatkan secara optimal.

Selain faktor eksternal, kualitas produksi juga menjadi penentu utama daya saing kopi Indonesia. Petani kopi masih menghadapi berbagai tantangan, termasuk keterbatasan akses terhadap teknologi pertanian modern, minimnya modal, serta fluktuasi harga yang tidak selalu menguntungkan mereka. Oleh karena itu, upaya peningkatan kualitas kopi melalui pelatihan, penyediaan teknologi, serta dukungan finansial bagi petani sangat diperlukan agar hasil panen memenuhi standar kualitas yang lebih tinggi. Khusus untuk kopi Sidikalang, yang dikenal sebagai salah satu kopi unggulan dari Sumatra Utara, langkah-langkah strategis harus terus diperkuat agar mampu bersaing di pasar global. Pemerintah daerah telah meluncurkan program Agri Unggul guna meningkatkan produktivitas dan kualitas kopi Sidikalang. Namun, program ini harus terus dikembangkan dengan melibatkan lebih banyak petani serta mendorong kerja sama dengan pelaku industri kopi nasional maupun internasional. Dengan dukungan kebijakan yang tepat serta strategi pemasaran yang lebih luas, kopi Sidikalang berpotensi menjadi salah satu kopi premium yang dikenal di seluruh dunia.

SARAN

Untuk meningkatkan daya saing kopi Indonesia di pasar global, pemerintah dan pelaku industri harus lebih fokus pada penguatan hilirisasi industri kopi. Dengan meningkatkan jumlah produk kopi olahan, Indonesia dapat memperoleh nilai tambah yang lebih tinggi dibandingkan dengan hanya mengekspor biji kopi mentah. Oleh karena itu, pemerintah perlu memberikan insentif bagi industri pengolahan kopi, baik dalam bentuk subsidi, pelatihan, maupun kemudahan perizinan bagi usaha kecil dan menengah (UKM) yang bergerak di bidang tersebut.

Selain itu, diversifikasi pasar ekspor perlu diperluas ke negara-negara yang sedang mengalami peningkatan konsumsi kopi. Saat ini, pasar utama kopi Indonesia masih didominasi oleh Amerika Serikat dan Eropa. Namun, negara-negara seperti Tiongkok, Korea Selatan, dan beberapa negara di Timur Tengah mulai menunjukkan tren konsumsi kopi yang meningkat secara signifikan. Pelaku industri kopi perlu memanfaatkan peluang ini dengan melakukan promosi yang lebih agresif serta menyesuaikan produk mereka sesuai dengan preferensi pasar di negara-negara tersebut.

Peningkatan kualitas dan produktivitas petani kopi juga harus menjadi perhatian utama. Pemerintah dan perusahaan kopi perlu bekerja sama dalam memberikan pelatihan serta edukasi

kepada petani mengenai teknik budidaya yang lebih modern dan efisien. Selain itu, akses terhadap alat produksi, pupuk, serta dukungan finansial harus lebih mudah dijangkau oleh petani agar mereka dapat meningkatkan hasil panen dengan kualitas yang lebih baik.

Optimalisasi pemasaran digital juga menjadi aspek yang sangat penting dalam era globalisasi ini. Pemanfaatan platform e-dagang serta strategi pemasaran berbasis digital akan membantu produk kopi Indonesia lebih dikenal di pasar internasional. Selain itu, kerja sama dengan influencer, barista internasional, serta partisipasi dalam pameran kopi dunia dapat meningkatkan eksposur kopi Indonesia di kancah global. Dengan langkah-langkah strategis ini, diharapkan kopi Indonesia, termasuk kopi Sidikalang, dapat terus berkembang dan semakin dikenal sebagai salah satu kopi terbaik di dunia.

DAFTAR PUSTAKA

- Amri and N. Rosianna, "Analisis daya saing kopi Indonesia di pasar global," *Jurnal Ekonomi dan Agribisnis*, vol. 10, no. 2, pp. 45-58, 2022.
- Antara, "Strategi hilirisasi dalam meningkatkan ekspor kopi," *Antara News*, 2025.
- A. N. Athifah, "Dampak fluktuasi harga terhadap ekspor kopi Indonesia," *Jurnal Perdagangan dan Ekonomi*, vol. 8, no. 1, pp. 12-25, 2024.
- Badan Pusat Statistik (BPS), *Statistik Ekspor Kopi Indonesia Tahun 2020-2022*, Jakarta: BPS RI, 2022.
- GoodStats, "Perkembangan industri kopi di Indonesia," *GoodStats Research Report*, 2025.
- Kementerian Perindustrian Republik Indonesia, *Laporan Tahunan: Hilirisasi Produk Kopi dan Dampaknya terhadap Ekonomi Nasional*, Jakarta: Kemenperin RI, 2023.
- S. Manalu, "Strategi peningkatan nilai tambah produk kopi melalui hilirisasi," *Jurnal Inovasi Industri*, vol. 5, no. 3, pp. 88-101, 2010.
- A. Rachmaningtyas, S. T. Winarno, and S. I. Hidayat, "Analisis daya saing kopi Sidikalang di pasar ekspor," *Jurnal Agribisnis dan Perdagangan Internasional*, vol. 7, no. 2, pp. 34-47, 2021.
- Sumateranomics, "Prospek pemasaran digital dalam ekspor kopi Sumatera Utara," *Sumateranomics Research Report*, 2023.
- Syahiduzzaman, "Strategi penguatan akses pasar bagi petani kopi," *Jurnal Kebijakan Perdagangan*, vol. 9, no. 1, pp. 22-35, 2024.
- S. Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*, Edisi Revisi, Jakarta: Rineka Cipta, 2013.
- S. Azwar, *Metode Penelitian*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2011.
- R. Bambang, *Dasar-dasar Pembelajaran Perusahaan*, Edisi 4, Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 2011.
- Z. Baridwan, *Intermediate Accounting*, Yogyakarta: BPFE, 2011.
- B. Basir, *Manajemen Kearsipan untuk Lembaga Negara, Swasta dan Perguruan Tinggi*, Jakarta: Bumi Aksara, 2015.
- E. F. Brigham and J. F. Houston, *Dasar-dasar Manajemen Keuangan*, Terjemahan, Edisi 10, Jakarta: Salemba Empat, 2017.
- F. Budiono, "Pengaruh ROA, profitabilitas, dan EPS terhadap keputusan ekspansi pada perusahaan asuransi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia," *Skripsi Diterbitkan*, Palembang: STIE Multi Data, 2018.
- BPS, "Statistik Kopi Indonesia 2021," *Badan Pusat Statistik*, 2022.[Online]. Available: <https://www.bps.go.id/publication/2022/11/30/bb965eef3b3c7bbb8e70e9de/statistik-kopi-indonesia-2021.html>.
- Kementerian Perindustrian Republik Indonesia, "Industri Pengolahan Kopi Semakin Prospektif," *Kemenperin RI*, 2023. [Online]. Available: <https://kemenperin.go.id/artikel/21117/Industri-Pengolahan-Kopi-Semakin-Prospektif>.
- 123dok, "Strategi Pemasaran Kopi Bubuk Tanpak Sidikalang: Analisis SWOT," *123dok.com*, 2023. [Online]. Available: <https://123dok.com/document/7qvl6ry5-strategi-pemasaran-kopi-bubuk-tanpak-sidikalang-analisis-swot.html>.

- Kompas TV, "Kopi Sidikalang: Salah Satu Kopi Terbaik di Nusantara," *Kompas TV*, 2023.
- GoodStats, "Kopi: Pilar penting ekspor Indonesia," *GoodStats*, Mar. 23, 2025. [Online]. Available: <https://goodstats.id/article/kopi-pilar-penting-ekspor-indonesia-hIzF9>.
- A. Rachmaningtyas, S. T. Winarno, and S. I. Hidayat, "Daya saing ekspor kopi Indonesia di pasar internasional," *Agrilan: Jurnal Agribisnis Kepulauan*, vol. 9, no. 3, pp. 252-266, 2021. [Online]. Available: <https://ojs.unpatti.ac.id/index.php/agrilan/article/view/1284/695>.
- A. N. Athifah, "Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi ekspor kopi Indonesia dari hasil perkebunan rakyat: Studi kasus tahun 2003-2022," *Educationist: Journal of Educational and Cultural Studies*, vol. 3, no. 1, pp. 50-56, 2024. [Online]. Available: <https://jurnal.litnuspublisher.com/index.php/jecs/article/view/214>.
- Kementerian Perindustrian Republik Indonesia, "Strategi Hilirisasi Industri Kopi untuk Meningkatkan Daya Saing Global," *Kemenperin RI*, 2023. [Online]. Available: <https://www.kemenperin.go.id>.
- Antara, "Perkebunan Nusantara ajak Ethiopia bangun bisnis kopi berkelanjutan," *Antara News*, Mar. 23, 2025. [Online]. Available: <https://m.antaranews.com/berita/3752742/perkebunan-nusantara-ajak-ethiopia-bangun-bisnis-kopi-berkelanjutan>.