

Analisis daya sang kompetitif komoditas kopi (*Coffea sp.*) Indonesia di negara tujuan ekspor

Competitive analysis of Indonesian coffee (Coffea sp.) In the export destination countries

Suhaeni*, Sabrina Tasya

Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Singaperbangsa Karawang
Jl. Jl. HS. Ronggowaluyo, Telukjambe Timur, Karawang, 41363, Indonesia

*Corresponding author: suhaeni@faperta.unsika.ac.id

ABSTRACT

Coffee is one of Indonesia's main export commodities, reaching five continents: Africa, America, Asia, Australia, and Europe. In 2020, Indonesia was the fifth-largest coffee-exporting country in the world, with a transaction value of US\$809.164 million. However, this figure declined by 7.24% compared to 2019. This study aims to analyze the competitive advantage of Indonesian coffee in export destination countries in 2020 and to identify the most potential markets for Indonesian coffee products. A quantitative descriptive approach was used in this research. The Export Product Dynamics (EPD) method was applied to assess the level of competitiveness by analyzing the market position of Indonesian coffee in various destination countries. The results indicate that Germany is the most promising export destination for Indonesian coffee, as it falls into the "Rising Star" quadrant—indicating strong competitiveness and positive trade dynamics.

Keywords: competitive advantage, coffee, export product dynamics, and international trade.

PENDAHULUAN

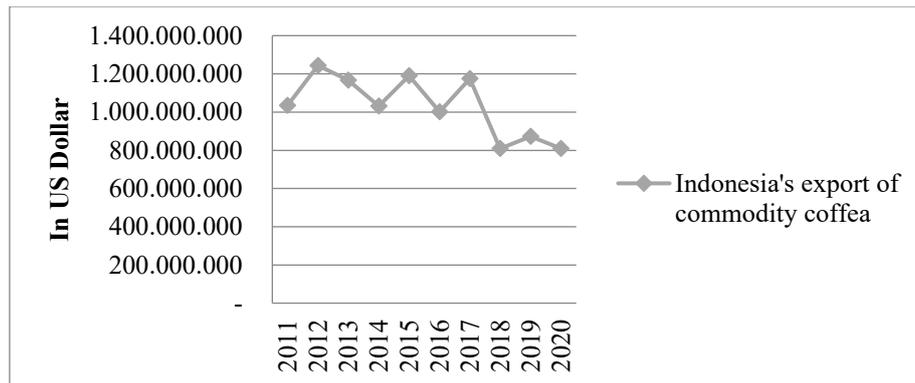
Agribisnis perkebunan merupakan bisnis yang bergerak pada lingkup ekonomi perkebunan dan menjalankan fungsi-fungsi manajemen untuk menghasilkan keuntungan (Kurniawati, 2018) (Gunarathne & Lee, 2020). Pada kancah internasional, subsektor perkebunan Indonesia memiliki berbagai komoditas yang menjadi andalan atau ciri khas, komoditas kopi salah satunya (Merciu & Teodorescu, 2023).

Kopi merupakan salah satu komoditas andalan subsektor perkebunan dalam aktivitas ekspor (Rahardjo, 2017), sudah sejak lama dibudidayakan di Indonesia serta merupakan komoditas rakyat yang menjadi sumber nafkah bagi lebih dari satu juta jiwa petani. Total luas areal perkebunan kopi yang dimiliki Indonesia adalah 1,2 juta hektar, dengan 96% lahan perkebunan kopi rakyat, 4% perkebunan milik swasta dan pemerintah (Zuhdi et al., 2021). Keberadaan empat varietas kopi yang dikenal, yaitu kopi arabika, robusta, liberika, dan ekselsa, menjadi karakteristik pertanian kopi di negara ini (Innayatuhibbah et al., 2024). Menurut Nasution et al. (Nasution et al., 2024), keberadaan komoditas ini memberikan kontribusi signifikan pada perekonomian negara, terutama dalam konteks ekspor.

Dalam aktivitas ekspor untuk komoditas kopi, Indonesia merupakan pengeksport terbesar kelima dunia pada tahun 2020 dengan nilai transaksi mencapai US\$ 809.164 (dalam ribuan), nilai tersebut mengalami penurunan sebesar 7,24% dari tahun 2019. Jika merujuk pada

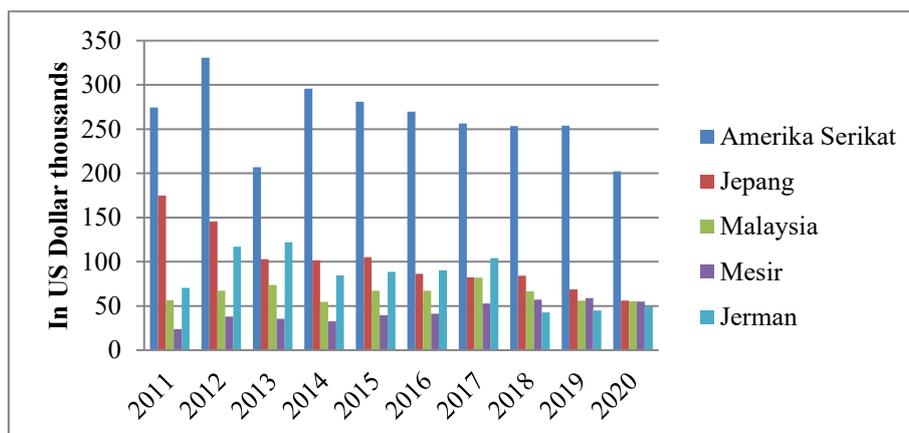
data ekspor kopi tahun 2011 hingga 2020, nilai ekspor kopi Indonesia cenderung fluktuatif. Menurut Alexander dan Nadapdap (Alexander & Nadapdap, 2019) (Gambar 1).

Fluktuasi yang tercatat dalam kinerja ekspor kopi Indonesia sering dikaitkan dengan variabel ekonomi makro, seperti nilai tukar dan harga kopi internasional. Kinerja ekspor kopi sangat dipengaruhi oleh perubahan nilai tukar rupiah dan harga internasional (Lubis et al., 2022). Ketika nilai tukar rupiah melemah, harga kopi yang diekspor dapat meningkat dalam denominasi domestik, tetapi dapat menjadi mahal bagi negara pengimpor, berpotensi menurunkan permintaan. Kustiari (Kustiari, 2016) juga mencatat bahwa pemenuhan permintaan pasar global sangat tergantung pada kemampuan Indonesia untuk bersaing secara harga dan kualitas terhadap pengeksport lainnya.



Gambar 1. Nilai ekspor komoditas kopi Indonesia ke dunia
Sumber: United Nations of Commodity Trade, (2022)

Berbagai faktor yang mempengaruhi permintaan kopi Indonesia di pasar internasional termasuk pertumbuhan PDB negara tujuan ekspor serta tren harga kopi global. Penelitian oleh Lubis et al (Lubis et al., 2022) menunjukkan bahwa harga kopi internasional memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai ekspor kopi Indonesia, dan respons terhadap keadaan pasar global menjadi penting untuk mempertahankan dan meningkatkan daya saing. Hal ini sejalan dengan temuan Desnky et al. (Desnky et al., 2018), yang menekankan bahwa PDB Amerika Serikat dan nilai tukar rupiah memiliki dampak positif yang signifikan terhadap ekspor kopi Indonesia ke negara tersebut (Gambar 2).



Gambar 2. Nilai transaksi ekspor produsen kopi dunia
Sumber: International Trade Center (2022)

Indonesia telah menjangkau lima benua pada aktivitas ekspor kopi, yaitu Afrika; Amerika; Asia; Australia; hingga Eropa. Urutan lima teratas negara tujuan ekspor kopi Indonesia berdasarkan data Badan Pusat Statistik (2021) untuk tahun 2020 yakni Amerika Serikat dengan nilai transaksi (dalam ribuan) sebesar US\$ 202,350; Jepang US\$ 55,923; Malaysia US\$ 55,410; Mesir US\$ 55,023; dan Jerman US\$ 49,534. Jenis kopi (biji kopi) yang diperdagangkan adalah kopi dengan kode *Harmonized System* (HS) 090111 (*not roasted and not decaffeinated*) didominasi oleh kopi arabika WIB (*West Indische Bereiding*) atau robusta OIB (*Oost Indische Bereiding*).

Persaingan antarnegara produsen kopi mendorong Indonesia untuk terus meningkatkan daya saing di pasar global. Studi terdahulu oleh Zuhdi dan Suharno (Zuhdi & Suharno, 2015) menyoroti posisi kopi Indonesia di pasar ASEAN, sementara Putro et al. (Putro et al., 2024) menunjukkan bahwa keunggulan komparatif Indonesia di Jepang masih tergolong menengah dan sangat dipengaruhi oleh fluktuasi harga global. Temuan-temuan ini menunjukkan pentingnya penyusunan strategi ekspor yang disesuaikan dengan karakteristik masing-masing negara tujuan.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis daya saing kompetitif kopi Indonesia di negara-negara tujuan ekspor guna mengidentifikasi pasar yang paling potensial. Metode yang digunakan adalah *Export Product Dynamics* (EPD), yang mampu memberikan wawasan mengenai kekuatan dan kelemahan kinerja ekspor kopi Indonesia secara dinamis. Selain itu, analisis ini juga mempertimbangkan faktor-faktor ekonomi domestik yang memengaruhi kemampuan ekspor, sehingga dapat menjadi dasar penyusunan strategi peningkatan daya saing yang lebih tepat sasaran.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini tergolong dalam penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif, yaitu penelitian yang didasarkan pada filsafat positivisme, dengan data berupa angka, serta analisis data bersifat kuantitatif ataupun statistik. Tempat penelitian mencakup wilayah negara Indonesia, pemilihan tempat penelitian dilakukan secara sengaja (*purposive method*), dengan pertimbangan yang mendasari adalah Indonesia salah satu produsen dan pengekspor kopi terbesar di dunia. Lingkup penelitian ini meliputi pengolahan data kopi secara nasional dan internasional. Analisis permasalahan dalam penelitian ini menggunakan data sekunder yang berupa data tahunan dengan kurun waktu 2011 hingga 2020.

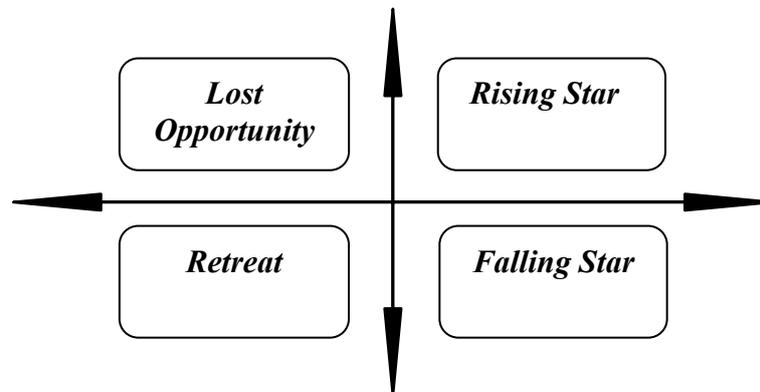
Data dalam penelitian ini didapat melalui lembaga yang berkaitan, antara lain *International Trade Centre* (ITC), *United Nations Commodity Trade* (UN Comtrade), serta informasi lain melalui buku-buku, dan pustaka lainnya.

Alat analisis untuk mengetahui keunggulan kompetitif yakni menggunakan *Export Product Dynamics* (EPD), dengan maksud memberikan gambaran tingkat daya saing yang baik melalui analisis posisi pasar dari produk suatu negara untuk tujuan pasar tertentu. Matriks *Export Product Dynamics* terdiri atas daya tarik pasar dan informasi kekuatan bisnis. Kombinasi daya tarik pasar dan kekuatan bisnis menghasilkan karakter posisi produk dalam empat kategori, yaitu "*Rising Star*", "*Falling Star*", "*Lost Opportunity*", serta "*Retreat*" (Luhur et al., 2019). Data yang didapat akan diolah dengan bertahap mulai dari mengelompokkan data, menganalisis hingga mengolah data dengan bantuan program *Microsoft Excel 10*.

Analisis *Export Product Dynamics* (EPD)

Export Product Dynamics (EPD) pertama kali dikenalkan oleh Esterhuizen dalam penelitiannya pada tahun 2006, dan digunakan untuk mengetahui daya saing komoditas secara kompetitif serta mengetahui apakah komoditas atau produk berada dalam performa dinamis

atau tidak. Pada dasarnya, tidak semua komoditas mempunyai nilai ekspor tinggi. Namun, tidak berarti komoditas dengan nilai ekspor rendah tidak memiliki daya saing (Zuhdi & Suharno, 2015). Menurut Sitanini (Sitanini, 2022), terdapat empat kategori dalam menganalisis kombinasi daya tarik pasar dan kekuatan bisnis pada *Export Product Dynamics* (Gambar 3), meliputi:



Gambar 3. Matriks daya saing produk dengan metode *Export Product Dynamics* (EPD)

1. *Rising Star*, merupakan gambaran posisi tertinggi atau paling ideal.
2. *Lost Opportunity*, situasi saat daya saing pasar mengalami penurunan sehingga komoditas yang dihasilkan di suatu negara kehilangan kesempatan dalam menjangkau ekspor di pasar internasional.
3. *Falling Star*, komoditas tidak lagi diharapkan oleh suatu negara (layaknya kondisi *lost opportunity*), tetapi kondisi falling star tidak seburuk *lost opportunity*, sebab pada kondisi ini masih terdapat peningkatan pada pangsa ekspor.
4. *Retreat*, kondisi saat kehadiran produk tidak lagi diinginkan oleh pasar.

Adapun formulasi *Export Product Dynamics* (EPD), sebagai berikut:

Sumbu X: merupakan posisi kekuatan bisnis atau pangsa ekspor.

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

Sumbu Y: merupakan pertumbuhan daya tarik pasar atau disebut pangsa pasar.

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

Keterangan:

- X_{ij} = Nilai ekspor kopi Indonesia ke negara tujuan
- X_t = Total nilai ekspor seluruh komoditas Indonesia ke negara tujuan
- W_{ij} = Nilai ekspor kopi dunia ke negara tujuan
- W_t = Total nilai ekspor seluruh komoditas dunia ke negara tujuan
- t = Tahun analisis
- t-1 = Tahun sebelumnya
- T = Jumlah tahun analisis

Apabila berdasarkan hasil perhitungan suatu komoditas atau produk bernilai positif pada sumbu X dan Y maka komoditas dinyatakan berada pada kategori *rising star*, yaitu memiliki daya saing kuat dan dinamika perdagangan yang positif. Hasil perhitungan dengan sumbu X bernilai positif dan sumbu Y bernilai negatif menempatkan komoditas pada kategori *falling star*, yaitu memiliki daya saing kuat, sedangkan dinamika perdagangan stagnan. Sementara itu, jika hasil perhitungan pada sumbu X bernilai negatif dan sumbu Y bernilai positif maka komoditas menempati kategori *lost opportunity* atau kehilangan kesempatan, yaitu memiliki daya saing lemah namun dengan dinamika perdagangan positif. Selanjutnya, jika hasil perhitungan pada sumbu X dan Y negatif maka komoditas menempati kategori *retreat*, yaitu memiliki daya saing lemah dan dinamika perdagangan yang stagnan, dalam artian bahwa komoditas tersebut sudah tidak diinginkan oleh pasar.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Daya Saing Kompetitif dengan *Export Product Dynamics (EPD)*

Export Product Dynamics (EPD) digunakan untuk menganalisis daya saing kompetitif suatu komoditas serta mengetahui apakah suatu komoditas berada pada performa dinamis atau tidak. EPD memiliki empat kategori dalam menganalisis kombinasi daya tarik pasar serta kekuatan bisnis, yaitu *rising star*; *falling star*; *lost opportunity*; dan *retreat*.

Berdasarkan hasil analisis EPD pada tabel 1 dan Gambar 4, komoditas kopi Indonesia dengan kode internasional (HS) 090111 untuk kurun waktu 2011 hingga 2020 memiliki keunggulan kompetitif terbaik di pasar Jerman, sedangkan keunggulan kompetitif terendah berada pada pasar Jepang.

Tabel 1. Analisis *Export Product Dynamics (EPD)* komoditas kopi Indonesia ke negara tujuan

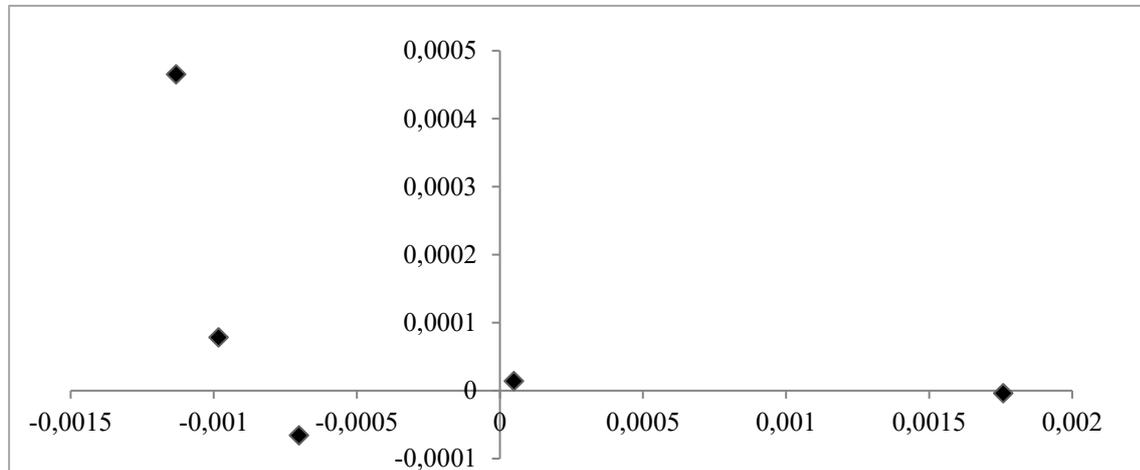
Negara Tujuan	Pangsa Pasar Ekspor (X)	Pangsa Pasar Produk (Y)	Posisi Pasar
Amerika Serikat	-0,000983	0,000078	<i>Lost Opportunity</i>
Jepang	-0,000702	-0,000066	<i>Retreat</i>
Malaysia	0,001760	-0,000004	<i>Falling Star</i>
Mesir	-0,001131	0,000465	<i>Lost Opportunity</i>
Jerman	0,000049	0,000014	<i>Rising Star</i>

Sumber: Data sekunder, diolah (2022)

Jerman memperoleh posisi pasar *rising star*, yaitu memiliki daya saing kompetitif kuat serta dinamika perdagangan positif yang merupakan posisi ideal karena tidak hanya terjadi peningkatan pada pangsa pasar ekspor melainkan juga pada pangsa pasar produk yang tumbuh dengan cepat (*fast growing product*), hal tersebut mengindikasikan bahwa ekspor kopi Indonesia mempunyai peluang untuk terus tumbuh di Jerman. Berdasarkan data *International Trade Center* (2021), dalam kurun waktu 2011 hingga 2020 ekspor kopi Indonesia ke Jerman cenderung fluktuatif namun lebih didominasi dengan peningkatan ekspor dalam beberapa tahun terakhir.

Jerman memperoleh posisi pasar *rising star*, yaitu memiliki daya saing kompetitif kuat serta dinamika perdagangan positif yang merupakan posisi ideal karena tidak hanya terjadi peningkatan pada pangsa pasar ekspor melainkan juga pada pangsa pasar produk yang tumbuh dengan cepat (*fast growing product*), hal tersebut mengindikasikan bahwa ekspor kopi Indonesia mempunyai peluang untuk terus tumbuh di Jerman. Berdasarkan data *International Trade Center* (2021), dalam kurun waktu 2011 hingga 2020 ekspor kopi Indonesia ke Jerman cenderung fluktuatif namun lebih didominasi dengan peningkatan ekspor dalam beberapa tahun terakhir.

Analisis EPD Malaysia memiliki posisi pasar *falling star*, yaitu terjadi peningkatan pada pangsa pasar ekspor, tetapi tidak untuk pangsa pasar produk, hal ini menyebabkan Indonesia tidak mampu memenuhi permintaan Malaysia yang terus meningkat, namun dengan daya saing yang tergolong kuat, Indonesia masih memiliki peluang dalam bersaing dengan para pengeksport lain.



Gambar 4. Matriks EPD daya saing kopi Indonesia di negara tujuan
Sumber: Data sekunder, diolah (2022)

Amerika Serikat dan Mesir memiliki posisi pasar *lost opportunity*, yaitu terdapat penurunan pada pangsa pasar ekspor, namun pangsa pasar produk mengalami peningkatan. Hal ini menjelaskan adanya peningkatan pangsa pasar kopi Indonesia meskipun pangsa pasar ekspor mengalami penurunan. Total ekspor Indonesia untuk Amerika Serikat dan Mesir mengalami peningkatan pada tahun 2020, namun tidak diiringi dengan peningkatan jumlah ekspor untuk komoditas kopi, jumlah ekspor komoditas kopi untuk Amerika Serikat dan Mesir pada tahun 2020 mengalami penurunan masing-masing 20% dan 7% (*International Trade Center, 2021*). Manalu *et al.* (*et al.*, 2019) menyatakan bahwa hambatan non tarif, berupa penetapan batas ambang residu bahan kimia menjadi kendala ekspor kopi Indonesia ke Amerika Serikat. Penetapan tersebut dilaksanakan oleh *Food and Drug Administration (federal agency of the Department of Health and Human Services)* yang bertanggung jawab melindungi kesehatan masyarakat atas kemungkinan adanya hal-hal yang merugikan serta membahayakan. Sementara itu, pemerintah Mesir merilis dekrit No. 992/2015 dan Dekrit No. 43/2016, perilsan dekrit tersebut bertujuan untuk mempromosikan produk lokal Mesir serta mengurangi ketergantungan atas produk impor, dan memperkuat nilai mata uang Mesir. Pemerintah mesir melalui kementerian keuangan juga merilis dekrit No. 38/2021 mengenai pendaftaran pra pengiriman *Advanced Caro Information (ACI)*, dekrit tersebut menuntut agar melakukan dokumentasi kiriman di pelabuhan masuk yang diajukan melalui “Nazefa” dalam waktu 48 jam sebelum kedatangan barang, sistem tersebut meminta para pengimpor untuk mengirimkan semua dokumentasi pengiriman dan data transaksi yang diperlukan (*International Trade Administration, 2021*). Berbagai peraturan yang telah rilis oleh pemerintah Mesir tersebut memberi pengaruh terhadap aktivitas ekspor Indonesia ke Mesir.

Selanjutnya, hasil analisis EPD untuk Jepang menunjukkan kondisi tidak menguntungkan, yaitu posisi pasar *retreat*, yang mengindikasi jika produk kopi Indonesia berada dalam posisi stagnan dan non-kompetitif serta tidak lagi diinginkan oleh pasar karena tidak mampu bersaing dengan para pengeksport dari negara lain, hal ini didukung oleh data *International Trade Center (2021)* nilai ekspor kopi Indonesia ke Jepang untuk kurun waktu

2011 hingga 2020 fluktuatif dan cenderung menurun, dengan nilai terendah terdapat pada tahun 2020, yaitu sebesar (dalam ribuan) US\$ 55.923 disertai dengan penurunan seluruh ekspor komoditas untuk Jepang dalam kurun waktu tersebut. Jepang hanya melakukan impor 0,4% untuk komoditas kopi dari seluruh total ekspor komoditas Indonesia untuk Jepang dengan nilai (dalam ribuan) US\$ 13.662.871. Selain itu, menurut Direktorat Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional (2022), Jepang memiliki hambatan non tarif berupa peraturan resmi yang mendukung produk dalam negeri.

Hasil penelitian ini memiliki persamaan dengan penelitian milik Zuhdi dan Suharno (Zuhdi & Suharno, 2015), yakni Indonesia memiliki kinerja perdagangan ekspor yang berjalan cepat dan dinamis dimana tingkat pertumbuhan ekspor Indonesia terus meningkat sehingga Indonesia mampu menempati kuadran *rising star* pada pasar ASEAN 5.

KESIMPULAN

Dari hasil analisis yang telah dilakukan mengenai daya saing kompetitif komoditas kopi Indonesia dengan kurun waktu 2011 hingga 2020 maka didapat kesimpulan meliputi, analisis *Export Product Dynamics* menunjukkan bahwa Jerman menjadi negara tujuan ekspor paling menjanjikan bagi produk kopi milik Indonesia karena menempati kuadran *rising star* yang memiliki daya saing kuat dan dinamika perdagangan yang positif. Pemerintah beserta pihak swasta diharapkan untuk memprioritaskan ekspor total dari seluruh komoditas dan ekspor kopi ke pasar yang lebih potensial, serta terus berupaya untuk meningkatkan ekspor kopi Indonesia dengan meningkatkan produksi melalui upaya peningkatan kualitas dan kuantitas benih kopi, serta menjalin kerja sama dengan berbagai negara tujuan.

KONFLIK KEPENTINGAN

Tidak ada benturan kepentingan dengan pihak manapun terkait materi yang dibahas dalam artikel, pendanaan, dan perbedaan pendapat antar para penulis.

DAFTAR PUSTAKA

- Alexander, I., & Nadapdap, J. (2019). Analisis Daya Saing Ekspor Biji Kopi Indonesia di Pasar Global. *Competitiveness Analysis of Export Indonesia Coffee Bean In Global Market 2002-2017*. 12(2), 1–16.
- Desnky, R., Syaparuddin, S., & Aminah, S. (2018). Ekspor Kopi Indonesia Dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhinya. *E-Journal Perdagangan Industri Dan Moneter*, 6(1), 23–34. <https://doi.org/10.22437/pim.v6i1.4656>
- Gunarathne, N., & Lee, K. (2020). Eco-control for Corporate Sustainable Management: A Sustainability Development Stage Perspective. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 27(6), 2515–2529. <https://doi.org/10.1002/csr.1973>
- Innayatuhibbah, G. A., Rahayu, E. S., & Ferichani, M. (2024). Export Competitiveness of Indonesian Coffee in the United States Market. *Scientific Horizons*, 27(2), 125–135. <https://doi.org/10.48077/scihor2.2024.125>
- Kurniawati, K. (2018). *Agribisnis tanaman perkebunan*. Sentra Edukasi Media.
- Kustiari, R. (2016). Perkembangan Pasar Kopi Dunia Dan Implikasinya Bagi Indonesia. *Forum Penelitian Agro Ekonomi*, 25(1), 43. <https://doi.org/10.21082/fae.v25n1.2007.43-55>
- Lubis, R. A., Hasibuan, K. S., Sari, N., Lubis, S. H., & Ramadani, P. (2022). Pengaruh Nilai

- Tukar Rupiah Dan Harga Kopi Internasional Terhadap Nilai Ekspor Kopi Indonesia Tahun 2004-2021. *Jurnal Penelitian Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 1(4), 226–240. <https://doi.org/10.55606/jekombis.v1i4.943>
- Luhur, E. S., Mulatsih, S., & Puspitawati, E. (2019). Competitiveness Analysis of Indonesian Fishery Products in ASEAN and Canadian Markets. *Signifikan: Jurnal Ilmu Ekonomi*, 8(1), 105–120. <https://doi.org/10.15408/sjie.v8i1.7301>
- Manalu, D. S. T., Harianto, H., Suharno, S., & Hartoyo, S. (2019). Posisi Daya Saing dan Kinerja Ekspor Kopi Indonesia di Pasar Global. *Jurnal Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 3(4), 830–839. <https://doi.org/10.21776/ub.jepa.2019.003.04.18>
- Merciu, F.-C., & Teodorescu, C. (2023). Agricultural Citizen Science and Sustainable Regional Development. *Agriculture*, 13(6), 1180. <https://doi.org/10.3390/agriculture13061180>
- Nasution, S., Wibowo, R. P., Supriana, T., & Iskandarini. (2024). Analysis of Indonesia Coffee Exports Competitiveness in the United States and Japan to Promote Sustainable Market. *Iop Conference Series Earth and Environmental Science*, 1302(1), 12137. <https://doi.org/10.1088/1755-1315/1302/1/012137>
- Putro, F. A. D., Putri, L. A., & Prawira, G. (2024). Daya Saing Dan Determinan Ekspor Kopi Indonesia Di Jepang. *Jurnal Agribisnis Indonesia*, 12(1), 27–36. <https://doi.org/10.29244/jai.2024.12.1.27-36>
- Rahardjo, P. (2017). *Berkebun Kopi*. Penebar Swadaya.
- Sitanini, A. (2022). Competitiveness Of Indonesian Coffee Exports to Japan. *Perwira Journal of Economics and Business (PJEB)*, 2(1), 72–79.
- Zuhdi, F., & Suharno, S. (2015). Analisis Daya Saing Ekspor Kopi Indonesia Dan Vietnam Di Pasar Asean 5. *Habitat*, 26(3), 152–162. <https://doi.org/10.21776/ub.habitat.2015.026.3.18>
- Zuhdi, F., Windirah, N., & Maulanda, A. S. (2021). Analysis of Indonesian Coffee Export Performance to the Global Market Using Vector Autoregression (Var) Approach. *Jurnal Agriseip Kajian Masalah Sosial Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 20(2), 381–396. <https://doi.org/10.31186/jagrisep.20.2.381-396>