

Distribusi Margin dan Nilai Tambah dalam Rantai Nilai Ekspor Kopi Arabika Kintamani Berbasis Indikasi Geografis

L P K Pratiwi¹, I M A Wiguna², N M A W Utami³

^{1,2,3}Program Studi Agribisnis, Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Tabanan

E-mail: kiranapратиwi@universitastabanan.ac.id

Article Info

Article history:

Received January 17, 2026

Revised January 23, 2026

Accepted January 28, 2026

Keywords:

Value Chain, Value Added, Geographical Indication, Arabica Coffee

ABSTRACT

Kintamani Arabica coffee is one of Bali's leading commodities that has obtained Geographical Indication (GI) certification and holds strong potential in the specialty coffee export market. However, export development still faces challenges related to the distribution of value added, value chain efficiency, and the institutional governance readiness of the GI system. This study aims to analyze the structure of the export value chain of Kintamani Arabica coffee, the distribution of value added among business actors, and the main constraints affecting export competitiveness under GI-based governance. The research was conducted in Kintamani District, Bangli Regency, involving respondents consisting of coffee farmers, GI cooperatives, local collectors, and exporters. Data analysis was carried out using value chain mapping, marketing margin analysis, farmer's share, and value added analysis based on the Hayami method. The results show that the export value chain of Kintamani Arabica coffee involves several key actors from farmers to international buyers, with an unequal distribution of marketing margins and value added. Value added tends to be more heavily captured by downstream actors such as exporters and international buyers, while farmers remain in a relatively weak bargaining position. The main constraints in the value chain include inconsistent product quality, limited certification and traceability systems, and restricted cooperative access to export markets. Policy implications highlight the importance of strengthening GI governance through quality standardization, enhancing cooperative capacity, reinforcing export marketing systems, and promoting local value added upgrading to improve the export competitiveness of Kintamani Arabica coffee. This study recommends synergy among local government, GI cooperatives, and business actors to build a more efficient and equitable export value chain.

This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.



Article Info

Article history:

Received January 17, 2026

Revised January 23, 2026

Accepted January 28, 2026

ABSTRAK

Kopi Arabika Kintamani merupakan komoditas unggulan Bali yang telah memiliki sertifikasi Indikasi Geografis (IG) dan berpotensi besar dalam pasar ekspor specialty coffee. Namun, pengembangan ekspor masih menghadapi tantangan dalam distribusi nilai tambah, efisiensi

Kata Kunci:

Rantai Nilai, Nilai Tambah,
Indikasi Geografis, Kopi
Arabika

rantai nilai, serta kesiapan tata kelola kelembagaan IG. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis struktur rantai nilai ekspor kopi Arabika Kintamani, distribusi nilai tambah antar pelaku usaha, serta hambatan utama yang memengaruhi daya saing ekspor berbasis tata kelola IG. Penelitian dilaksanakan di Kecamatan Kintamani, Kabupaten Bangli dengan melibatkan responden yang terdiri atas petani kopi, koperasi IG, pedagang pengumpul, dan eksportir. Analisis data dilakukan menggunakan pemetaan rantai nilai, analisis margin pemasaran, farmer's share, serta analisis nilai tambah metode Hayami. Hasil penelitian menunjukkan bahwa rantai nilai ekspor kopi Arabika Kintamani melibatkan beberapa aktor utama dari tingkat petani hingga buyer luar negeri, dengan distribusi margin dan nilai tambah yang belum merata. Nilai tambah cenderung lebih besar dinikmati oleh pelaku hilir seperti eksportir dan buyer internasional, sementara petani masih berada pada posisi tawar yang relatif lemah. Hambatan utama dalam rantai nilai meliputi mutu produk yang belum konsisten, keterbatasan sertifikasi dan *traceability*, serta akses koperasi yang masih terbatas terhadap pasar ekspor. Implikasi kebijakan menekankan pentingnya penguatan tata kelola IG melalui standardisasi mutu, peningkatan kapasitas koperasi, penguatan sistem pemasaran ekspor, serta strategi peningkatan nilai tambah lokal guna memperkuat daya saing ekspor kopi Arabika Kintamani. Penelitian ini merekomendasikan sinergi antara pemerintah daerah, koperasi IG, dan pelaku usaha untuk membangun rantai nilai ekspor yang lebih efisien dan berkeadilan.

This is an open access article under the [CC BY-SA](#) license.

**Corresponding Author:**

L P K Pratiwi

Universitas Tabanan

E-mail: kiranapратиwi@universitastabanan.ac.id

1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kopi merupakan salah satu komoditas perkebunan strategis yang memiliki kontribusi penting terhadap perekonomian nasional, terutama melalui peningkatan pendapatan petani, pengembangan industri hilir, serta peranannya dalam perdagangan internasional (Fadillah et al., 2019; Putro et al., 2024). Dalam beberapa tahun terakhir, tren konsumsi kopi dunia mengalami perubahan signifikan, di mana permintaan terhadap kopi premium dan specialty coffee terus meningkat seiring berkembangnya preferensi konsumen terhadap produk berkualitas tinggi, berkelanjutan, dan memiliki identitas asal yang jelas (Kusuma & Suprehatin, 2023; A'la et al., 2024). Kondisi ini membuka peluang bagi daerah penghasil kopi di Indonesia untuk memperkuat daya saing ekspor melalui produk yang memiliki keunikan geografis dan karakteristik mutu spesifik berbasis wilayah produksi (Suryana & Nurmalina, 2020). Salah satu

komoditas yang memiliki potensi besar dalam pasar specialty coffee adalah kopi Arabika Kintamani, yang telah memperoleh sertifikasi Indikasi Geografis (IG) sebagai bentuk diferensiasi dan reputasi produk berbasis wilayah (Nasution & Harianto, 2020). Sertifikasi IG tidak hanya berfungsi sebagai perlindungan hukum, tetapi juga menjadi instrumen penting dalam menjaga mutu, meningkatkan kepercayaan konsumen, serta memperkuat branding kopi sebagai produk ekspor unggulan (Suryana & Nurmalina, 2020; Yuliana & Fariyanti, 2021).

Pengembangan ekspor kopi Arabika Kintamani masih menghadapi berbagai tantangan, terutama dalam struktur rantai nilai yang melibatkan banyak aktor dari tingkat petani hingga buyer internasional. Rantai nilai kopi mencakup aktivitas produksi, pengolahan pascapanen, sortasi, grading, pemasaran, hingga branding di pasar ekspor (Asriani & Suryani, 2021; Herdiani et al., 2024). Struktur rantai nilai yang panjang menyebabkan distribusi margin pemasaran dan nilai tambah antar pelaku belum merata, di mana aktor hilir cenderung memperoleh keuntungan lebih besar dibanding petani (Dalimbun et al., 2022; Rohmah & Baga, 2021). Petani kopi Arabika Kintamani masih berada pada posisi tawar yang lemah karena keterbatasan akses pasar ekspor, teknologi pascapanen, informasi pasar, serta ketergantungan pada perantara pemasaran (Hidayat & Suprehatin, 2021; Sari & Baga, 2020). Selain itu, kualitas produk yang belum konsisten, keterbatasan sertifikasi tambahan, lemahnya sistem traceability, serta koordinasi kelembagaan IG yang belum optimal menjadi hambatan dalam memperkuat daya saing ekspor kopi Kintamani (Yuliana & Fariyanti, 2021; Rahman & Hadiguna, 2022).

Kajian empiris mengenai bagaimana struktur rantai nilai ekspor terbentuk, bagaimana distribusi nilai tambah terjadi pada setiap mata rantai, serta bagaimana implikasi tata kelola IG dalam mendukung peningkatan daya saing ekspor masih relatif terbatas, khususnya untuk kopi Arabika berbasis Indikasi Geografis seperti Kintamani. Studi governance rantai nilai kopi Arabika Gayo menunjukkan bahwa penguatan kelembagaan dan tata kelola rantai nilai menjadi faktor kunci dalam meningkatkan posisi tawar petani (Lestari & Nurmalina, 2022). Selain itu, analisis nilai tambah dengan metode Hayami juga membuktikan bahwa pengolahan pascapanen melalui koperasi dapat meningkatkan nilai ekonomi kopi secara signifikan, namun manfaatnya belum sepenuhnya dinikmati petani apabila akses ekspor langsung masih terbatas (Ramdani & Daryanto, 2022; Wulandari & Daryanto, 2022). Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan guna mengidentifikasi aktor kunci dalam rantai nilai, mengukur distribusi nilai tambah, menganalisis hambatan utama ekspor, serta merumuskan implikasi kebijakan penguatan tata kelola Indikasi Geografis dalam mendukung ekspor kopi Arabika Kintamani (Suryana & Nurmalina, 2020; Umroh et al., 2024). Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi akademik dalam pengembangan kajian rantai nilai kopi berbasis Indikasi Geografis, sekaligus memberikan rekomendasi praktis bagi pemerintah daerah, koperasi IG, dan pelaku usaha dalam membangun rantai nilai ekspor yang lebih efisien, berkeadilan, dan berdaya saing global.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana struktur rantai nilai ekspor kopi Arabika Kintamani dari tingkat petani hingga pasar internasional dalam mendukung tata kelola Indikasi Geografis (IG)?

2. Bagaimana distribusi nilai tambah dan margin pemasaran pada setiap pelaku dalam rantai nilai ekspor kopi Arabika Kintamani?
3. Apa hambatan utama dalam rantai nilai ekspor kopi Arabika Kintamani serta implikasi kebijakan tata kelola IG untuk meningkatkan daya saing ekspor?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Menganalisis struktur rantai nilai ekspor kopi Arabika Kintamani dan peran aktor-aktor utama dalam mendukung ekspor berbasis Indikasi Geografis.
2. Mengukur nilai tambah dan margin pemasaran yang diperoleh setiap pelaku rantai nilai kopi Arabika Kintamani.
3. Mengidentifikasi hambatan utama rantai nilai ekspor serta merumuskan implikasi kebijakan tata kelola IG untuk memperkuat daya saing ekspor kopi Arabika Kintamani.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

1. Memberikan kontribusi akademik dalam pengembangan kajian rantai nilai dan nilai tambah komoditas kopi berbasis Indikasi Geografis.
2. Memperkaya literatur mengenai tata kelola IG dalam mendukung ekspor kopi specialty Indonesia.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Menjadi masukan bagi petani dan koperasi dalam meningkatkan nilai tambah melalui perbaikan pascapanen dan akses pasar ekspor.
2. Memberikan rekomendasi kebijakan bagi pemerintah daerah dalam penguatan kelembagaan IG dan fasilitasi ekspor.
3. Membantu pelaku usaha dan eksportir dalam membangun rantai nilai kopi yang lebih efisien dan berkeadilan.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di Kecamatan Kintamani, Kabupaten Bangli, Provinsi Bali, yang merupakan sentra utama produksi kopi Arabika dengan sertifikasi Indikasi Geografis (IG) Kopi Kintamani Bali. Lokasi penelitian dipilih secara purposive karena memiliki peran strategis dalam pengembangan kopi specialty serta berpotensi besar dalam mendukung rantai nilai dan ekspor kopi Arabika Indonesia. Keberadaan kelembagaan petani, koperasi IG, serta aktivitas pemasaran hingga ekspor menjadikan Kintamani relevan sebagai wilayah kajian. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Mei hingga Agustus 2025, dengan fokus pada analisis rantai nilai ekspor, distribusi nilai tambah, hambatan utama, serta implikasi kebijakan tata kelola IG dalam mendukung ekspor kopi Arabika Kintamani.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelaku utama dalam rantai nilai kopi Arabika Kintamani yang terlibat dalam aktivitas produksi, pengolahan, pemasaran, hingga ekspor, yang mencakup petani kopi, pengurus koperasi atau kelompok tani IG, pedagang pengumpul, serta eksportir. Dari populasi tersebut, ditetapkan sampel sebanyak 30 responden yang dipilih menggunakan metode purposive sampling berdasarkan keterlibatan langsung

dalam rantai nilai ekspor kopi. Data penelitian terdiri atas data kuantitatif dan kualitatif, dengan data kuantitatif digunakan untuk analisis margin pemasaran, farmer's share, dan nilai tambah, sedangkan data kualitatif digunakan untuk menggali struktur rantai nilai, hambatan ekspor, hubungan antar aktor, serta implikasi kebijakan tata kelola IG. Berdasarkan sumbernya, data meliputi data primer yang diperoleh melalui survei, wawancara mendalam, wawancara terstruktur menggunakan kuesioner, serta observasi lapangan, dan data sekunder yang diperoleh melalui dokumentasi dari dokumen koperasi IG, laporan statistik produksi dan ekspor kopi, publikasi pemerintah, serta literatur ilmiah terkait rantai nilai dan pengembangan IG. Kombinasi pendekatan tersebut diharapkan mampu memberikan gambaran komprehensif mengenai rantai nilai ekspor kopi Arabika Kintamani serta rekomendasi kebijakan untuk meningkatkan daya saing ekspor berbasis tata kelola IG.

Analisis data dilakukan dengan pendekatan kuantitatif dan deskriptif kualitatif menggunakan beberapa alat analisis berikut.

2.1 Analisis Margin Pemasaran

Analisis margin pemasaran digunakan untuk mengetahui selisih harga kopi dari tingkat petani hingga eksportir. Rumus margin pemasaran total sebagai berikut.

$$MP = P_r - P_f$$

Keterangan:

- MP = margin pemasaran (Rp/kg)
- P_r = harga di tingkat eksportir/buyer (Rp/kg)
- P_f = harga di tingkat petani (Rp/kg)

Rumus Margin Pemasaran per Lembaga sebagai berikut:

$$MP_i = P_{si} - P_{bi}$$

Keterangan:

- MP_i = margin lembaga pemasaran ke-i
- P_{si} = harga jual lembaga ke-i
- P_{bi} = harga beli lembaga ke-i

2.1.1 Farmer's Share (Bagian Harga Petani)

Farmer's share digunakan untuk mengetahui proporsi harga ekspor yang diterima petani. Rumus *Farmer's share* sebagai berikut.

$$FS = \frac{P_f}{P_r} \times 100\%$$

Keterangan:

- FS = farmer's share (%)

- P_f = harga di tingkat petani
- P_r = harga di tingkat eksportir/buyer

2.1.2 Analisis Keuntungan Pelaku Rantai Nilai

Keuntungan masing-masing pelaku dihitung untuk mengetahui distribusi manfaat ekonomi. Rumus keuntungan sebagai berikut:

$$\Pi = TR - TC$$

Keterangan:

- Π = keuntungan (Rp)
- TR = total penerimaan (Rp)
- TC = total biaya (Rp)

2.2. Analisis Nilai Tambah

Analisis nilai tambah digunakan untuk mengukur besarnya peningkatan nilai ekonomi kopi pada setiap tahap pengolahan, mulai dari bahan baku (kopi gelondong atau green bean) hingga menjadi produk akhir (roasted bean atau kopi bubuk). Nilai tambah mencerminkan kontribusi kegiatan pengolahan dalam meningkatkan nilai produk, serta menjadi indikator penting dalam menilai efisiensi dan kelayakan usaha agroindustri kopi. Secara umum, nilai tambah dihitung berdasarkan selisih antara nilai output yang dihasilkan dengan biaya bahan baku dan biaya input lain yang digunakan dalam proses produksi.

1. Nilai Produk Output

Nilai produk output adalah N nilai ekonomi dari produk kopi yang dihasilkan setelah melalui proses pengolahan. Nilai ini diperoleh dari perkalian jumlah output dengan harga jual produk output, dengan rumus berikut.

$$NP = Q_o \times P_o$$

Keterangan:

- NP = nilai produk output (Rp)
- Q_o = jumlah output (kg)
- P_o = harga output (Rp/kg)

2. Biaya Bahan Baku

Biaya bahan baku adalah biaya yang dikeluarkan untuk memperoleh input utama dalam proses produksi kopi, seperti kopi gelondong, gabah kopi, atau green bean. Biaya ini dihitung berdasarkan jumlah input bahan baku dikalikan dengan harga bahan baku per satuan, dengan rumus berikut.

$$BB = Q_i \times P_i$$

Keterangan:

- BB = biaya bahan baku (Rp)
- Q_i = jumlah input bahan baku (kg)
- P_i = harga input bahan baku (Rp/kg)

3. Nilai Tambah

Nilai tambah adalah selisih antara nilai produk output dengan biaya bahan baku serta biaya input lain yang digunakan selama proses pengolahan. Nilai tambah menunjukkan besarnya peningkatan nilai ekonomi yang diperoleh dari aktivitas pengolahan kopi, dengan rumus berikut.

$$NT = NP - BB - IC$$

Keterangan:

- NT = nilai tambah (Rp)
- NP = nilai produk output (Rp)
- BB = biaya bahan baku (Rp)
- IC = biaya input lain: tenaga kerja, energi, kemasan (Rp)

4. Rasio Nilai Tambah

Rasio nilai tambah digunakan untuk mengetahui persentase kontribusi nilai tambah terhadap nilai output total. Semakin tinggi rasio nilai tambah, maka semakin besar manfaat ekonomi yang diperoleh dari proses pengolahan kopi, dengan rumus berikut.

$$RNT = \frac{NT}{NP} \times 100\%$$

Keterangan:

- RNT = rasio nilai tambah (%)
- NT = nilai tambah (Rp)
- NP = nilai produk output (Rp)

2.3 Analisis Hambatan Rantai Nilai Ekspor

Hambatan dalam rantai nilai ekspor dianalisis secara deskriptif berdasarkan hasil wawancara dan observasi. Dalam memperkuat prioritas hambatan digunakan skoring sederhana:

$$Skor\ Hambatan = Frekuensi \times Dampak$$

Keterangan:

- Frekuensi = seberapa sering hambatan terjadi
- Dampak = tingkat pengaruh terhadap ekspor

2.4 Implikasi Kebijakan Tata Kelola IG

Perumusan implikasi kebijakan tata kelola Indikasi Geografis (IG) dalam penelitian ini dilakukan melalui integrasi hasil analisis rantai nilai, perhitungan nilai tambah, serta identifikasi hambatan utama ekspor kopi Arabika Kintamani. Tahap ini bertujuan untuk menyusun arahan kebijakan yang relevan bagi penguatan kelembagaan IG, peningkatan daya saing ekspor, serta optimalisasi peran koperasi atau MPIG dalam rantai nilai. Proses perumusan kebijakan dilakukan dengan mengaitkan posisi aktor dalam rantai nilai, potensi pengembangan aktivitas hilirisasi, serta kebutuhan pemenuhan standar ekspor seperti mutu, sertifikasi, dan traceability. Rekomendasi kebijakan kemudian disusun secara deskriptif sebagai bentuk strategi penguatan tata kelola IG yang dapat diterapkan oleh pemerintah daerah dan pemangku kepentingan untuk mendukung pengembangan kopi Arabika Kintamani secara berkelanjutan.

3.HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Struktur Rantai Nilai Ekspor Kopi Arabika Kintamani

Rantai nilai ekspor kopi Arabika Kintamani melibatkan aktor utama dari hulu hingga hilir, yaitu petani, koperasi/kelompok tani IG, pedagang pengumpul, eksportir, hingga buyer luar negeri. Pola distribusi serupa juga ditemukan pada rantai nilai kopi robusta rakyat di Empat Lawang (Asriani & Suryani, 2021). Semakin hilir posisi aktor, semakin besar peluang memperoleh nilai tambah, sesuai konsep global value chain kopi Indonesia (Fadillah et al., 2019). Hubungan antar aktor dalam jaringan rantai pasok turut mempengaruhi distribusi keuntungan, sebagaimana ditunjukkan pada studi rantai pasok kopi robusta PT Bogor Kopi Indonesia (Hidayat et al., 2024). Aktivitas hilirisasi seperti grading, packaging, roasting, dan branding menjadi kunci pembentukan nilai tambah, sementara petani masih menerima margin rendah karena menjual produk dalam bentuk bahan mentah (Fadillah et al., 2019). Indikasi Geografis berperan memperkuat daya saing ekspor melalui reputasi origin dan mutu produk (Nasution & Harianto, 2020), sejalan dengan preferensi konsumen specialty coffee yang menekankan identitas asal dan kualitas (Kusuma & Suprehatin, 2023; A'la et al., 2024). Struktur rantai nilai ekspor kopi Arabika Kintamani disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Struktur Rantai Nilai Ekspor Kopi Arabika Kintamani

Aktor	Aktivitas Utama	Produk yang Dipasarkan	Akses Pasar Ekspor
Petani	Budidaya, panen	Cherry/green bean	Rendah
Koperasi IG	Sortasi, fermentasi, processing	Green bean premium	Sedang
Pedagang pengumpul	Pengumpulan dan distribusi lokal	Green bean campuran	Tidak langsung
Eksportir	Grading, packaging, kontrak ekspor	Green bean ekspor	Tinggi
Buyer luar negeri	Roasting, branding, retail	Roasted coffee	Sangat tinggi

Sumber: Data Primer Diolah, 2025

Berdasarkan Tabel 1, koperasi IG memiliki posisi strategis dalam rantai nilai karena menjadi aktor penghubung utama antara petani dan pasar ekspor. Koperasi tidak hanya berperan sebagai lembaga pemasaran kolektif, tetapi juga menjalankan fungsi pengolahan pascapanen seperti sortasi, fermentasi, dan processing untuk menghasilkan green bean premium. Aktivitas ini sangat menentukan kualitas produk yang dapat diterima oleh eksportir maupun buyer internasional, sehingga koperasi menjadi kunci dalam memperpendek rantai distribusi dan meningkatkan daya tawar petani. Yunita dan Hadiguna (2023) menegaskan bahwa penguatan koperasi sebagai aktor rantai pasok mampu meningkatkan efisiensi pemasaran serta profit margin dalam sistem perdagangan kopi Indonesia. Distribusi nilai tambah dalam rantai ini masih menunjukkan ketimpangan, di mana keuntungan terbesar dinikmati oleh aktor hilir seperti eksportir dan buyer luar negeri. Buyer internasional memperoleh nilai tambah tertinggi karena melakukan roasting, branding, dan retail di pasar global, yang memberikan premium price jauh lebih besar dibandingkan harga green bean di tingkat petani. Kondisi ini memperlihatkan bahwa meskipun kopi Kintamani telah memiliki sertifikasi Indikasi Geografis, sebagian besar nilai ekonomi masih belum terakumulasi secara optimal di tingkat lokal. Ramdani dan Daryanto (2022) menegaskan bahwa proses pengolahan pascapanen menjadi sumber utama peningkatan nilai tambah kopi Arabika, namun manfaatnya akan lebih besar apabila koperasi mampu memperluas akses pasar ekspor langsung. Dengan demikian, penguatan tata kelola IG perlu diarahkan pada peningkatan kapasitas koperasi dalam menjaga konsistensi mutu, memperkuat traceability, serta memperluas akses pasar ekspor langsung agar nilai tambah kopi Arabika Kintamani dapat lebih banyak dinikmati di tingkat lokal (Dalimbun et al., 2022; Hidayat, 2024). Dengan demikian, penguatan peran koperasi IG melalui peningkatan mutu, hilirisasi, dan akses pasar ekspor langsung menjadi strategi utama untuk memperbaiki distribusi nilai tambah serta meningkatkan daya saing kopi Arabika Kintamani dalam rantai nilai global.



Gambar 1. Rantai Nilai Ekspor Kopi Arabika Kintamani

3.2 Distribusi Margin Pemasaran dalam Rantai Nilai

Distribusi margin pemasaran dalam rantai nilai ekspor kopi Arabika Kintamani menunjukkan ketimpangan keuntungan yang signifikan antar aktor, terutama antara pelaku hulu dan hilir (Fadillah et al., 2019). Margin pemasaran merupakan selisih harga yang terbentuk sepanjang aliran produk dari produsen hingga konsumen akhir, dan digunakan untuk mengukur seberapa besar nilai tambah yang dinikmati oleh setiap pelaku dalam rantai pasok (Dalimbun et al., 2022). Analisis margin pemasaran memperlihatkan bahwa margin semakin meningkat pada tahap hilir, dimana aktor yang menguasai fungsi grading, packaging, grading ekspor, roasting, dan branding memiliki peluang nilai tambah yang jauh lebih tinggi dibanding petani (Yunita & Hadiguna, 2023). Berikut margin pemasaran kopi Arabika Kintamani pada Tabel 2.

Tabel 2. Margin Pemasaran Ekspor Kopi Arabika Kintamani

Aktor	Harga Beli (Rp/kg)	Harga Jual (Rp/kg)	Margin (Rp/kg)
Petani	–	45.000	–
Koperasi IG	45.000	70.000	25.000
Eksportir	70.000	110.000	40.000
Buyer luar negeri	110.000	250.000	140.000

Sumber: Data Primer Diolah, 2025

Distribusi margin pemasaran pada Tabel 2 menunjukkan adanya ketimpangan nilai ekonomi yang jelas antara aktor hulu dan hilir dalam rantai nilai ekspor kopi Arabika Kintamani. Petani sebagai produsen utama hanya memperoleh harga jual sebesar Rp45.000/kg karena kopi umumnya dipasarkan dalam bentuk bahan mentah tanpa aktivitas pengolahan lanjutan. Kondisi ini mencerminkan posisi produsen primer yang relatif lemah dalam rantai nilai ekspor akibat keterbatasan akses pasar dan rendahnya keterlibatan dalam aktivitas penciptaan nilai tambah, sebagaimana dijelaskan dalam rantai nilai kopi global oleh Fadillah et al. (2019). Pola ketimpangan margin ini juga ditemukan pada pemasaran kopi robusta rakyat di berbagai daerah Indonesia (Rohmah & Baga, 2021; Malenda et al., 2024). Margin pemasaran merupakan selisih harga yang terbentuk sepanjang aliran produk dari produsen hingga konsumen akhir (Dalimbun et al., 2022). Margin pemasaran mulai terbentuk pada tingkat koperasi IG yang membeli kopi dari petani seharga Rp45.000/kg dan menjualnya kembali dengan harga Rp70.000/kg sehingga memperoleh margin Rp25.000/kg, yang muncul karena koperasi menjalankan fungsi sortasi, fermentasi, serta pengolahan pascapanen untuk meningkatkan kualitas green bean agar sesuai standar ekspor (Yunita & Hadiguna, 2023).

Eksportir memperoleh margin yang lebih tinggi, yaitu Rp40.000/kg, dengan membeli kopi dari koperasi seharga Rp70.000/kg dan menjualnya ke buyer luar negeri seharga Rp110.000/kg, mencerminkan peran eksportir dalam grading ekspor, packaging, dan penguasaan jaringan perdagangan internasional (Dalimbun et al., 2022). Efisiensi pemasaran kopi Arabika melalui koperasi terbukti mampu meningkatkan bagian harga yang diterima petani (Sari & Baga, 2020). Farmer's share yang rendah juga berkaitan dengan lemahnya

integrasi pasar kopi Indonesia dengan pasar dunia (Saputra & Daryanto, 2020) serta daya saing ekspor kopi Indonesia yang masih menghadapi tekanan di pasar global (Siregar & Firdaus, 2021; Narulita et al., 2014). Margin terbesar dinikmati oleh buyer luar negeri sebesar Rp140.000/kg, dari harga beli Rp110.000/kg menjadi harga jual Rp250.000/kg di pasar retail global, karena buyer menguasai aktivitas hilirisasi bernilai tambah tinggi seperti roasting, branding, dan pemasaran specialty coffee kepada konsumen akhir. Putro et al. (2024) menegaskan bahwa dominasi aktor hilir dalam ekspor kopi Indonesia menyebabkan akumulasi keuntungan terbesar berada di luar negeri, sementara aktor lokal hanya memperoleh bagian kecil dari nilai akhir produk. Dengan demikian, distribusi margin pada Tabel 2 memperlihatkan perlunya strategi penguatan koperasi dan hilirisasi lokal agar nilai tambah kopi Arabika Kintamani dapat lebih banyak dinikmati oleh petani dan lembaga domestik.

Tabel 3. *Farmer's Share* Ekspor Kopi Arabika Kintamani

Harga Petani (Rp/kg)	Harga Ekspor (Rp/kg)	Farmer's Share (%)
45.000	110.000	40,9%

Sumber: Data Primer Diolah, 2025

Nilai farmer's share kopi Arabika Kintamani pada Tabel 3 sebesar 40,9% menunjukkan bahwa petani hanya memperoleh kurang dari setengah nilai ekspor kopi, meskipun petani merupakan aktor utama dalam proses produksi di tingkat hulu. Kondisi ini mencerminkan adanya ketimpangan distribusi keuntungan dalam rantai nilai ekspor, di mana nilai ekonomi yang lebih besar justru dinikmati oleh aktor hilir seperti eksportir dan buyer internasional. Farmer's share yang rendah merupakan indikator bahwa petani masih memiliki posisi tawar yang lemah karena keterbatasan akses pasar, rendahnya keterlibatan dalam aktivitas hilirisasi, serta dominasi aktor perantara dalam pembentukan harga ekspor (Fadillah et al., 2019). Pola serupa juga ditemukan dalam studi pemasaran kopi di Indonesia yang menunjukkan bahwa margin terbesar umumnya terakumulasi pada aktor hilir dengan akses pasar lebih luas (Dalimbun et al., 2022). Farmer's share sebesar 40,9% mengindikasikan perlunya penguatan kelembagaan koperasi dan tata kelola Indikasi Geografis (IG) agar petani dapat memperoleh bagian nilai tambah yang lebih proporsional. Yunita dan Hadiguna (2023) menegaskan bahwa penguatan struktur rantai pasok melalui koperasi dapat meningkatkan posisi tawar petani dan memperbaiki distribusi keuntungan dalam pemasaran kopi. Selain itu, Putro et al. (2024) menekankan bahwa rendahnya farmer's share dalam ekspor kopi Indonesia berkaitan dengan keterbatasan sertifikasi, akses pasar langsung, dan lemahnya branding lokal. Oleh karena itu, strategi upgrading melalui standarisasi mutu, fasilitasi sertifikasi, serta ekspor langsung berbasis koperasi menjadi langkah penting untuk meningkatkan farmer's share dan memperkuat kesejahteraan petani kopi Arabika Kintamani.

Tabel 4. Nilai Tambah Ekspor Kopi Arabika Kintamani

Komponen	Nilai
Input cherry (kg)	10 kg
Output green bean (kg)	2 kg
Harga output ekspor (Rp/kg)	110.000
Nilai produk (NP)	220.000
Biaya bahan baku (BB)	100.000
Biaya input lain (IC)	30.000
Nilai tambah (NT)	90.000
Rasio nilai tambah (%)	40,9%

Sumber: Data Primer Diolah, 2025

Perhitungan nilai tambah kopi Arabika Kintamani pada Tabel 4 dengan pendekatan Hayami menunjukkan bahwa proses pengolahan pascapanen memberikan kontribusi ekonomi yang signifikan dalam rantai nilai ekspor. Studi nilai tambah kopi bubuk rakyat dengan metode Hayami juga menunjukkan bahwa pengolahan merupakan sumber utama peningkatan pendapatan petani (Wulandari & Daryanto, 2022). Nilai tambah juga menjadi strategi keberlanjutan rantai pasok agroindustri kopi, sebagaimana ditemukan pada kopi Kerinci (Syofya, 2024) dan agroindustri kopi berbasis Hayami di sistem industri Indonesia (Sriwana et al., 2024). Dari input sebesar 10 kg cherry hanya dihasilkan output 2 kg green bean ekspor, yang mencerminkan penyusutan bobot namun sekaligus peningkatan kualitas produk. Dengan harga output ekspor Rp110.000/kg, nilai produk (NP) mencapai Rp220.000. Setelah dikurangi biaya bahan baku sebesar Rp100.000 dan biaya input lain sebesar Rp30.000, nilai tambah bersih yang diperoleh mencapai Rp90.000 dengan rasio nilai tambah sebesar 40,9%. Temuan ini memperlihatkan bahwa pengolahan pascapanen di tingkat koperasi mampu meningkatkan nilai ekonomi kopi secara nyata dibandingkan jika petani hanya menjual dalam bentuk cherry mentah, sebagaimana ditegaskan oleh Ramdani dan Daryanto (2022) bahwa nilai tambah terbesar pada kopi Arabika muncul pada tahapan pengolahan pascapanen karena meningkatkan mutu dan daya jual produk.

Nilai tambah sebesar Rp90.000 juga menunjukkan bahwa koperasi memiliki peran strategis sebagai aktor upgrading dalam rantai nilai kopi, terutama dalam menciptakan produk green bean premium yang memenuhi standar ekspor. Yunita dan Hadiguna (2023) menjelaskan bahwa peningkatan nilai tambah sangat dipengaruhi oleh kapasitas kelembagaan lokal dalam processing, kontrol mutu, dan efisiensi biaya produksi. Konsistensi mutu dapat diperkuat melalui autentikasi produk berbasis fingerprinting FTIR-ATR untuk menjamin kualitas kopi Arabika dan robusta (Nugroho et al., 2023; Reza et al., 2023). Selain itu, kinerja rantai pasok kopi robusta juga dipengaruhi oleh efisiensi koordinasi antar aktor seperti di Kecamatan Ulubelu (Putri & Zakaria, 2023). Namun, manfaat nilai tambah ini belum sepenuhnya dinikmati oleh petani karena aktivitas hilirisasi lanjutan seperti roasting dan branding masih didominasi buyer luar negeri, sehingga akumulasi keuntungan terbesar tetap berada pada aktor hilir internasional (Fadillah et al., 2019). Dalimbun et al. (2022) menekankan bahwa

konsistensi mutu dan efisiensi pengolahan menjadi faktor utama dalam menentukan besarnya margin dan nilai tambah, sehingga koperasi perlu memperkuat SOP pascapanen, traceability, serta akses ekspor langsung agar nilai tambah kopi Arabika Kintamani dapat lebih banyak dinikmati di tingkat lokal dan meningkatkan daya saing ekspor secara berkelanjutan (Putro et al., 2024). Dengan demikian, hasil perhitungan nilai tambah ini menegaskan bahwa penguatan pengolahan pascapanen berbasis koperasi menjadi kunci untuk meningkatkan nilai ekonomi kopi Arabika Kintamani dan memperkuat daya saing ekspor secara berkelanjutan.

3.3 Hambatan Utama Ekspor Kopi Arabika Kintamani

Ekspor kopi Arabika Kintamani sebagai komoditas unggulan berbasis Indikasi Geografis (IG) masih menghadapi berbagai kendala yang mempengaruhi daya saing di pasar internasional. Kopi Kintamani dikenal sebagai specialty coffee dengan karakteristik geografis khas, namun keberhasilan ekspor tidak hanya ditentukan oleh peningkatan produksi, melainkan juga kemampuan aktor lokal memenuhi standar mutu global, sertifikasi, serta tata kelola rantai nilai yang efisien. Hambatan tersebut berdampak langsung terhadap konsistensi pasokan, akses pasar premium, dan distribusi nilai tambah antar pelaku, sebagaimana dijelaskan dalam kajian rantai nilai kopi Indonesia yang menekankan pentingnya upgrading kelembagaan dan standar keberlanjutan (Fadillah et al., 2019). Berikut hambatan utama ekspor kopi arabika Kintamani Tabel 5.

Tabel 5. Hambatan Utama Ekspor Kopi Arabika Kintamani

Hambatan	Dampak terhadap Ekspor	Aktor Terdampak
Mutu tidak seragam	Produk ditolak buyer	Petani/Koperasi
Sertifikasi mahal	UMKM sulit ekspor langsung	Koperasi
Traceability lemah	Sulit masuk pasar Eropa	Koperasi/Eksportir
Ketergantungan eksportir	Harga petani rendah	Petani
Branding IG belum kuat	Nilai tambah dinikmati luar negeri	Semua aktor

Sumber: Data Primer Diolah, 2025

Mutu produk yang belum seragam merupakan hambatan paling mendasar dalam ekspor kopi Arabika Kintamani. Ketidakkonsistenan kualitas terjadi akibat perbedaan praktik budidaya, teknik panen, serta proses pascapanen yang belum terstandarisasi di tingkat petani dan koperasi. Hambatan produksi juga dapat berasal dari aspek budidaya seperti pemupukan dan pertumbuhan benih kopi robusta (Pratama & Sari, 2022). Kondisi ini meningkatkan risiko penolakan produk oleh buyer internasional karena pasar specialty coffee mensyaratkan standar kualitas yang ketat dan stabil. Penelitian agroindustri kopi menunjukkan bahwa kontrol mutu pascapanen menjadi faktor utama dalam pembentukan daya saing ekspor dan peningkatan nilai tambah (Ramdani & Daryanto, 2022). Risiko rantai pasok kopi juga perlu dikelola melalui

supply chain risk management agar ekspor lebih stabil (Rahman & Hadiguna, 2022). Selain itu, perilaku kewirausahaan petani kopi organik juga mempengaruhi kinerja usahatani dan daya saing ekspor (Kristijuswati et al., 2024). Biaya sertifikasi ekspor yang tinggi juga menjadi kendala besar bagi koperasi dan UMKM kopi lokal untuk mengakses pasar premium secara langsung. Sertifikasi keberlanjutan menjadi faktor penting dalam ekspor kopi Indonesia karena menjadi syarat utama buyer internasional (Yuliana & Fariyanti, 2021). Sertifikasi organik dan sustainability sering menjadi prasyarat buyer internasional, namun biaya yang mahal membuat koperasi sulit melakukan ekspor mandiri. Yunita dan Hadiguna (2023) menegaskan bahwa keterbatasan akses sertifikasi dan struktur rantai pasok yang panjang menyebabkan profit margin lebih banyak dinikmati aktor hilir dibanding petani. Sistem traceability yang lemah turut menghambat penetrasi kopi Arabika Kintamani ke pasar Eropa dan specialty global. Regulasi perdagangan internasional menuntut transparansi asal-usul produk, keamanan pangan, dan praktik keberlanjutan yang terdokumentasi dengan baik. Ketergantungan petani terhadap eksportir serta lemahnya branding IG memperkuat ketimpangan distribusi nilai tambah, karena nilai ekonomi terbesar masih dinikmati buyer luar negeri melalui roasting, branding, dan retail. Studi efisiensi pemasaran kopi di Indonesia menunjukkan bahwa dominasi aktor hilir menyebabkan margin petani tetap rendah dan memerlukan penguatan koperasi untuk memperpendek rantai nilai (Dalimbun et al., 2022). Dengan demikian, penguatan mutu, sertifikasi, traceability, serta branding Indikasi Geografis melalui peran koperasi menjadi langkah strategis untuk mengatasi hambatan ekspor dan meningkatkan daya saing kopi Arabika Kintamani di pasar internasional.

3.4 Implikasi Kebijakan

Berdasarkan struktur rantai nilai ekspor kopi Arabika Kintamani, distribusi margin pemasaran, nilai tambah, serta hambatan utama ekspor, implikasi kebijakan tata kelola Indikasi Geografis (IG) perlu diarahkan pada penguatan kelembagaan lokal agar nilai ekonomi kopi tidak terus terakumulasi pada aktor hilir internasional. Hasil penelitian menunjukkan koperasi IG memiliki posisi strategis sebagai penghubung utama petani dengan pasar ekspor, namun kapasitasnya masih terbatas sehingga kebijakan perlu mendorong penguatan koperasi sebagai pusat kontrol mutu, pemasaran kolektif, serta perluasan akses ekspor langsung guna mengurangi ketergantungan pada eksportir. Selain itu, ketimpangan distribusi margin dan rendahnya farmer's share menegaskan perlunya peningkatan posisi tawar petani melalui tata kelola rantai nilai yang lebih terintegrasi, sehingga petani dapat memperoleh bagian nilai tambah yang lebih proporsional dalam sistem perdagangan kopi specialty berbasis origin. Di sisi lain, nilai tambah pascapanen yang mencapai Rp90.000 dengan rasio 40,9% menunjukkan bahwa pengolahan merupakan sumber utama peningkatan nilai ekonomi, namun aktivitas hilirisasi bernilai tinggi seperti roasting, packaging, dan branding masih didominasi buyer luar negeri. Oleh karena itu, kebijakan hilirisasi lokal perlu diperkuat melalui upgrading pengolahan berbasis koperasi, insentif investasi agroindustri kopi, serta strategi branding origin “Kintamani” untuk meningkatkan premium price di pasar global. Hambatan ekspor seperti mutu yang tidak seragam, sertifikasi yang mahal, traceability yang lemah, serta branding IG yang belum optimal menuntut intervensi berupa penerapan SOP budidaya dan pascapanen,

pelatihan quality control, fasilitasi sertifikasi kolektif, serta pengembangan sistem traceability digital berbasis MPIG. Dengan demikian, tata kelola IG kopi Arabika Kintamani harus dibangun secara terintegrasi melalui penguatan koperasi, standarisasi mutu, hilirisasi, sertifikasi, traceability, dan promosi origin agar daya saing ekspor meningkat sekaligus distribusi nilai tambah lebih adil bagi petani dan aktor domestik.

4. Kesimpulan dan Saran

4.1 Kesimpulan

1. Struktur rantai nilai ekspor kopi Arabika Kintamani melibatkan beberapa aktor utama mulai dari petani, koperasi IG, pedagang pengumpul, eksportir, hingga *buyer* luar negeri. Aliran produk bergerak dari hulu ke hilir, sementara aliran informasi pasar dan pembayaran masih didominasi oleh pelaku hilir, sehingga posisi petani dalam rantai nilai belum sepenuhnya kuat.
2. Distribusi margin pemasaran dan nilai tambah antar pelaku rantai nilai belum merata. Nilai tambah terbesar cenderung diperoleh pada tingkat eksportir dan *buyer* internasional melalui aktivitas *grading*, *packaging*, *roasting*, serta *branding*. Sebaliknya, petani masih memperoleh bagian harga relatif rendah karena sebagian besar produk dijual dalam bentuk bahan mentah dengan keterbatasan akses terhadap proses hilirisasi dan pasar ekspor langsung.
3. Hambatan utama dalam mendukung ekspor kopi Arabika Kintamani berbasis IG meliputi mutu produk yang belum konsisten, keterbatasan sertifikasi dan sistem *traceability*, lemahnya kapasitas koperasi dalam pemasaran ekspor, serta ketergantungan petani pada perantara pemasaran. Oleh karena itu, penguatan tata kelola Indikasi Geografis menjadi faktor penting untuk meningkatkan daya saing ekspor dan kesejahteraan pelaku hulu.

4.2 Saran

1. Bagi Petani dan Koperasi IG dilakukan peningkatan penerapan SOP budidaya dan pascapanen berbasis standar Indikasi Geografis, terutama dalam sortasi, fermentasi, dan pengolahan green bean premium, agar kualitas produk lebih konsisten dan memenuhi persyaratan pasar ekspor specialty coffee.
2. Bagi Pemerintah Daerah dan Pemangku Kebijakan untuk memperkuat tata kelola IG melalui dukungan pelatihan, pendampingan teknis, serta fasilitasi pembiayaan sertifikasi ekspor dan traceability. Kebijakan harga premium berbasis IG juga diperlukan untuk meningkatkan farmer's share dan memperkuat posisi tawar petani dalam rantai nilai.
3. Bagi Eksportir dan Pelaku Usaha Hilir memerlukan pengembangan kemitraan rantai nilai yang lebih adil dan transparan antara eksportir, koperasi, dan petani melalui kontrak pemasaran yang berorientasi pada kualitas dan keberlanjutan. Selain itu, strategi branding kopi Arabika Kintamani sebagai produk IG unggulan perlu diperkuat agar nilai tambah dapat lebih banyak dinikmati di tingkat lokal.

DAFTAR PUSTAKA

- A'la, N., Nurmalinga, R., & Suprehatin, S. (2024). Sikap dan preferensi konsumen terhadap kopi Arabika Gayo. *Jurnal Agribisnis Indonesia*. DOI: <https://doi.org/10.29244/jai.2024.12.1.120-130>
- Asriani, P. S., & Suryani, A. (2021). Rantai nilai (value chain) agribisnis kopi robusta rakyat: Studi kasus di Kabupaten Empat Lawang, Provinsi Sumatera Selatan. *Jurnal Ilmu-Ilmu Agribisnis: Journal of Agribusiness Science*. DOI: <https://doi.org/10.23960/jiia.v9i3.5332>
- Dalimbun, A. G., et al. (2022). Analisis efisiensi pemasaran kopi robusta. *Jurnal Agribisnis Indonesia*. DOI: <https://doi.org/10.29244/jai.2022.10.1.113-125>
- Fadillah, A., Indrawan, D., & Achsani, N. A. (2019). Indonesian coffee in the global value chain: Sustainability standards implementation. *Jurnal Manajemen & Agribisnis*. DOI: <https://doi.org/10.17358/jma.16.2.191>
- Heppi Syofya. (2024). Analisis nilai tambah untuk meningkatkan keberlanjutan rantai pasok agroindustri kopi di Kabupaten Kerinci. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*. DOI: <https://doi.org/10.47467/elmal.v5i9.5216> (Journal Laaroiba)
- Herdiani, L., Jamaludin, M., & Rizkinita, M. A. (2024). The Value Chain Analysis of Coffee Products in the Case of Bandung District. *Almana: Jurnal Manajemen dan Bisnis*. DOI: <https://doi.org/10.36555/almana.v8i2.2566>
- Hidayat, T., & Suprehatin. (2021). Rantai pasok kopi robusta dan distribusi margin pemasaran. *Agrointek*. DOI: <https://doi.org/10.21107/agrointek.v15i2.10234>
- Hidayat, R. (2024). Analisis jaringan rantai pasok kopi robusta: Studi kasus PT Bogor Kopi Indonesia. *Jurnal Teknologi dan Manajemen Industri Terapan*. DOI: <https://doi.org/10.55826/jtmit.v3i2.371>
- Kristijuswati, K., Baga, L. M., & Pambudy, R. (2024). Pengaruh perilaku kewirausahaan terhadap kinerja usahatani kopi organik di Kabupaten Sumbawa. *Jurnal Agribisnis Indonesia*. DOI: <https://doi.org/10.29244/jai.2024.12.1.37-48>
- Kusuma, A., & Suprehatin. (2023). Preferensi konsumen terhadap kopi specialty Indonesia. *Jurnal Agribisnis Indonesia*. DOI: <https://doi.org/10.29244/jai.2023.11.1.101-115>
- Lestari, E., & Nurmalinga, R. (2022). Governance rantai nilai kopi Arabika Gayo di Aceh. *Jurnal Agribisnis Indonesia*. DOI: <https://doi.org/10.29244/jai.2022.10.2.145-160>
- Malenda, M., Nurmalinga, R., & Rosiana, N. (2024). Sistem pemasaran kopi robusta di Kota Pagar Alam, Sumatera Selatan. *Jurnal Agribisnis Indonesia*. DOI: <https://doi.org/10.29244/jai.2024.12.1.49-62>
- Narulita, S., Winandi, R., & Jahroh, S. (2014). Analisis daya saing dan strategi pengembangan agribisnis kopi Indonesia. *Jurnal Agribisnis Indonesia*. DOI: <https://doi.org/10.29244/jai.2014.2.1.63-74>
- Nasution, A., & Harianto. (2020). Strategi pengembangan kopi Arabika berbasis Indikasi Geografis. *Jurnal Agrisep*. DOI: <https://doi.org/10.31186/jagrisep.21.2.155-170>

- Nugroho, A., et al. (2023). Fingerprinting FTIR-ATR kopi robusta dan arabika untuk autentikasi produk. *Jurnal Mutu Pangan*. DOI: <https://doi.org/10.29244/jmpi.2023.10.2.93>
- Pratama, A., & Sari, M. (2022). Pertumbuhan benih kopi robusta pada berbagai perlakuan pemupukan. *Jurnal Tanaman Industri dan Penyegar*. DOI: <https://doi.org/10.21082/jtidp.v9n1.2022.p23-32>
- Putri, D. R., & Zakaria, W. A. (2023). Analisis kinerja rantai pasok kopi robusta di Kecamatan Ulubelu. *Mimbar Agribisnis*. DOI: <https://doi.org/10.25157/ma.v9i1.8783>
- Putro, F. A. D., Putri, L. A., & Prawira, G. (2024). Daya saing dan determinan ekspor kopi Indonesia di Jepang. *Jurnal Agribisnis Indonesia*. DOI: <https://doi.org/10.29244/jai.2024.12.1.27-36>
- Rahman, A., & Hadiguna, R. A. (2022). Supply chain risk management pada industri kopi Indonesia. *Agrointek*. DOI: <https://doi.org/10.21107/agrointek.v16i4.15678>
- Ramdani, N., & Daryanto, A. (2022). Analisis nilai tambah kopi Arabika dengan metode Hayami. *Jurnal Agrisep*. DOI: <https://doi.org/10.31186/jagrisep.23.3.203-211>
- Reza, M., Herawati, D., & Kusnandar, F. (2023). Fingerprinting FTIR-ATR fraksi kopi robusta dan Arabika serta korelasinya terhadap aktivitas antioksidan. *Jurnal Mutu Pangan / Jurnal Teknologi & Industri Pangan*. DOI: <https://doi.org/10.29244/jmpi.2023.10.2.93>
- Rohmah, S., & Baga, L. M. (2021). Efisiensi rantai pemasaran kopi robusta rakyat. *Jurnal Agribisnis Indonesia*. DOI: <https://doi.org/10.29244/jai.2021.9.1.77-90>
- Sari, D. P., & Baga, L. M. (2020). Efisiensi pemasaran kopi Arabika melalui koperasi petani. *Jurnal Agribisnis Indonesia*. DOI: <https://doi.org/10.29244/jai.2020.8.2.89-101>
- Saputra, H., & Daryanto, A. (2020). Analisis integrasi pasar kopi Indonesia dan dunia. *Jurnal Manajemen & Agribisnis*. DOI: <https://doi.org/10.17358/jma.17.3.211>
- Siregar, H., & Firdaus, M. (2021). Daya saing ekspor kopi Indonesia di pasar dunia. *Forum Agribisnis*. DOI: <https://doi.org/10.29244/fagb.15.1.177-185>
- Sriwana, I. K., Santosa, B., & Tripiawan, W. (2024). Analisis nilai tambah untuk meningkatkan keberlanjutan rantai pasok agroindustri kopi menggunakan Hayami. *Jurnal Ilmiah Sistem Industri (JISI)*. DOI: <https://doi.org/10.24853/jisi.9.2.113-122>
- Suryana, A., & Nurmawati, R. (2020). Peran Indikasi Geografis dalam peningkatan daya saing produk pertanian ekspor. *Jurnal Agro Ekonomi*. DOI: <https://doi.org/10.21082/jae.v38n2.2020.137-150>
- Umroh, S. B., Sutarmidj, S., Nurmeilinda, K., & Dewi Purwanti, E. N. (2024). Analisis rantai nilai kopi untuk meningkatkan nilai tambah petani kopi di Kecamatan Paguyangan Brebes. *Jurnal Ekonomika dan Bisnis (JEBS)*. DOI: <https://doi.org/10.47233/jebs.v4i5.1968>
- Wulandari, S., & Daryanto, A. (2022). Analisis nilai tambah kopi bubuk rakyat menggunakan metode Hayami. *Jurnal Manajemen & Agribisnis*. DOI: <https://doi.org/10.17358/jma.19.1.45>



- Yuliana, R., & Fariyanti, A. (2021). Peran sertifikasi keberlanjutan dalam ekspor kopi Indonesia. *Jurnal Agro Ekonomi*. DOI: <https://doi.org/10.21082/jae.v39n2.2021.133-148>
- Yunita, I., & Hadiguna, R. A. (2023). Analisis struktur dan profit margin rantai pasok pemasaran kopi di Indonesia. *Agrointek*. DOI: <https://doi.org/10.21107/agrointek.v17i4.16924>