



Global Value Chains Industri Kopi di Provinsi Bali

I Putu Krisna Yudiana^{1*}, I Gusti Agung Ayu Apsari Anandari²

¹⁻² Universitas Udayana, Indonesia

*Penulis Korespondensi: krisnayudiana5638@gmail.com¹

Abstract. *This study maps and analyzes the Global Value Chains (GVC) of Bali's coffee industry using a descriptive qualitative design based on in-depth interviews with farmers, collectors, and roasteries in Tabanan, Buleleng, and Bangli, complemented by field observations. The Miles–Huberman–Saldaña interactive approach guides data reduction, display, and verification. Findings indicate a value chain dominated by smallholders with limited landholdings, a local market structure tending toward monopsony, and post-harvest infrastructure gaps that incentivize sales as red cherries (≈IDR 11,000/kg). Substantial value is captured downstream green beans (≈IDR 80,000–85,000/kg) and roasted beans (≈IDR 85,000–120,000/kg) primarily by collectors/roasteries with superior access to information, technology, and markets. Exports to China, the United States, Taiwan, and South Korea occur sporadically due to complex licensing procedures. The Geographical Indication Protection Society (MPIG) helps safeguard quality and origin, yet its price-setting influence warrants caution to ensure broad, equitable benefits. The study underscores information asymmetries and market access barriers that weaken farmers' bargaining power and constrain value distribution upstream. Policy recommendations include strengthening cooperatives/marketing partnerships, investing in post-harvest technology and quality assurance (e.g., cupping scores/GI), improving price transparency through market information systems, and streamlining export regulations. The results contribute to GVC governance insights for Bali coffee and outline an agenda to enhance value added, sustainability, and smallholder welfare.*

Keywords: *Bali Coffee; Global Value Chains; Smallholder Farmers; Supply Chain; Value Added*

Abstrak. Penelitian ini memetakan dan menganalisis Global Value Chains (GVC) industri kopi di Provinsi Bali dengan pendekatan kualitatif deskriptif melalui wawancara mendalam pada petani, pengepul, dan pelaku roastery di sentra Tabanan, Buleleng, dan Bangli, serta observasi lapangan. Analisis interaktif Miles–Huberman–Saldana digunakan untuk mereduksi, menyajikan, dan memverifikasi temuan. Hasil studi menunjukkan struktur rantai nilai yang didominasi petani kecil dengan kepemilikan lahan sempit, kecenderungan pasar lokal yang mendekati monopsoni, serta keterbatasan infrastruktur pascapanen yang mendorong penjualan dalam bentuk cherry merah (±Rp11.000/kg). Nilai tambah meningkat signifikan pada tahap hilir *green bean* (±Rp80.000–85.000/kg) hingga *roasted bean* (±Rp85.000–120.000/kg), namun sebagian besar dinikmati oleh pengepul/roastery yang memiliki akses informasi, teknologi, dan pasar. Ekspor ke Tiongkok, Amerika Serikat, Taiwan, dan Korea berlangsung sporadis akibat prosedur perizinan yang kompleks. MPIG berperan menjaga mutu dan identitas (IG), tetapi pengaruhnya terhadap pembentukan harga memerlukan kehati-hatian agar manfaat tersebar merata. Studi ini menegaskan adanya asimetri informasi dan hambatan akses pasar yang membatasi posisi tawar petani serta memperkecil distribusi nilai pada hulu. Rekomendasi meliputi penguatan koperasi/kemitraan pemasaran, investasi teknologi pascapanen dan *quality assurance* (*cupping score*/IG), transparansi harga berbasis informasi pasar, serta penyederhanaan tata niaga ekspor. Temuan berkontribusi pada pemahaman tata kelola GVC kopi Bali dan menawarkan agenda kebijakan untuk meningkatkan nilai tambah, keberlanjutan, dan kesejahteraan pelaku hulu.

Kata kunci: *Global Value Chains; Kopi Bali; Nilai Tambah; Petani Kecil; Rantai Pasok*

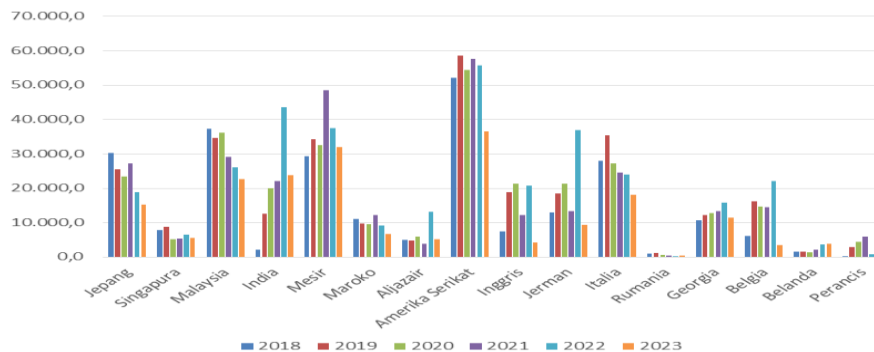
1. LATAR BELAKANG

Indonesia merupakan negara dengan potensi sumber daya alam yang melimpah, terutama di sektor pertanian. Kondisi ini membuat Indonesia dikenal sebagai negara agraris karena memiliki lahan pertanian yang luas, subur, beriklim tropis, serta didukung oleh mayoritas penduduk yang bekerja sebagai petani. Sektor pertanian, yang merupakan bagian penting dari ekonomi primer, memainkan peran strategis dalam perekonomian nasional (Harini et al., 2019). Sebagai kontributor utama, sektor ini menjadi penyumbang terbesar kedua terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) setelah sektor industri pengolahan (BPS, 2017). Salah

satu hasil dari sektor pertanian di Indonesia adalah kopi, yang menjadi komoditas utama nonmigas pada tahun 2023 dengan nilai ekspor terbesar. Pembangunan sektor pertanian di Indonesia merupakan langkah cemerlang bagi perekonomian negara, terutama untuk meningkatkan devisa negara dari perdagangan internasional. Adanya perdagangan internasional membuat masyarakat dapat mengembangkan produksinya yang tidak hanya dijual di dalam negeri saja, melainkan dapat juga membantu penghasilan devisa negara dari perdagangan internasional itu sendiri (Permana dan Wayan, 2016).

Dalam perdagangan internasional, Indonesia cukup mengandalkan beberapa komoditas untuk diperdagangkan. Salah satu komoditas terpenting di dunia serta banyak dibudidayakan di berbagai negara salah satunya di Indonesia ialah komoditas kopi. Kopi merupakan komoditas unggulan bersama dengan Kelapa Sawit, Karet, dan Kakao dari sektor pertanian yang merupakan sektor nonmigas yang turut berperan dalam memberikan kontribusinya terhadap devisa negara dan merupakan salah satu produk unggulan yang dimiliki Indonesia dari sektor pertanian. FAO menunjukkan Indonesia merupakan produsen kopi terbesar keempat di dunia setelah Brasil, Vietnam, dan Kolombia. Secara global, kopi merupakan salah satu komoditas pertanian yang paling banyak diperdagangkan di dunia. Petani kecil menghasilkan lebih dari 95% kopi Indonesia dengan rata-rata luas lahan 0,6 ha yang menjadi sumber pendapatan bagi hampir dua juta rumah tangga. Dengan asumsi setiap rumah tangga terdiri dari setidaknya empat orang, kopi menghasilkan pendapatan bagi setidaknya delapan juta orang (Tampubolon, J., Ginting, A., Nainggolan, H. L., & Tarigan, J. R. 2023). Dengan demikian, pengembangan agribisnis kopi akan memberikan kontribusi yang signifikan terhadap peningkatan kesejahteraan atau pengentasan kemiskinan di pedesaan Indonesia. World Coffee Research berpendapat bahwa pemerintah Indonesia kurang memperhatikan kopi sebagai komoditas karena lebih besarnya ekspor minyak sawit dan karet terhadap perekonomian, sementara investasi publik dalam penelitian dan pengembangan tanaman pangan menjadi pusat perhatian. Volume produksi komoditas kopi di Indonesia tergolong sangat besar sehingga menempatkan Indonesia sebagai pengeksport kopi terbesar ke empat di dunia setelah Brazil, Kolombia dan Vietnam. Selama tahun 2018–2023, komoditas ini memberikan rata-rata kontribusi sebesar 35,24 persen terhadap total ekspor sektor pertanian tanaman tahunan. Namun, kontribusinya menurun dari 40,65 persen pada tahun 2022 menjadi 35,39 persen pada tahun 2023 (BPS 2023). Adapun kelebihan kopi Indonesia dibandingkan dengan kopi negara-negara lainnya di dunia yaitu, Indonesia adalah salah satu negara yang memiliki jenis asal kopi terbanyak, atau bisa disebut dengan *single-origin*. Terdapat beragam jenis asal kopi Indonesia dari berbagai daerah di Sumatera, Jawa, Bali, Flores, sampai Papua.

Sudah terbukti masing-masing jenis kopi tersebut memiliki cita rasa yang khas dan unik. Ekspor kopi menjadi sumber devisa peringkat keempat terbesar setelah komoditas minyak kelapa sawit, karet dan kakao. Karena Indonesia sebagai salah satu negara penghasil kopi terbanyak di seluruh dunia, jumlah ekspor kopi Indonesia semakin meningkat tiap tahunnya. Hal ini tentu saja menjadi keuntungan besar bagi penghasil devisa negara dan juga para petani-petani lokal Indonesia. Indonesia mengeksport kopi ke berbagai negara besar di dunia. Berikut merupakan gambar persebaran pangsa pasar ekspor kopi Indonesia.



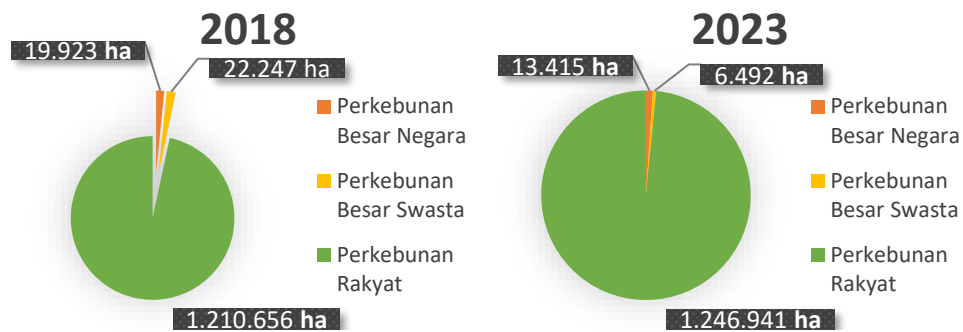
Gambar 1. Ekspor Kopi Menurut Negara Tujuan Utama, 2018-2023 (TON)

Sumber: Badan Pusat Statistik, 2023

Gambar 1 tersebut memberikan gambaran mengenai perkembangan ekspor kopi ke negara tujuan utama Indonesia dalam periode 2018–2023, Neraca perdagangan komoditas kopi di Indonesia selalu mengalami surplus. Sejalan dengan nilai ekspor yang berfluktuasi. Dari sisi berat ekspor, pertumbuhannya meningkat cukup pesat pada tahun 2019, yaitu mencapai 296.040,00 ton. Selanjutnya, berat ekspor komoditas kopi Indonesia terus meningkat hingga pada tahun 2022 tercatat sebesar 335.368,1 ribu ton. Akan tetapi, berat ekspor komoditas ini menurun signifikan pada tahun 2023 menjadi 199.640,3 ribu ton. Hampir seluruh ekspor kopi Indonesia berupa biji kopi, yang diolah dari buah kopi, dengan membuang kulit kopi dan mengemasnya dalam kondisi kering. Kurang dari 2% ekspor berupa produk olahan lebih lanjut seperti kopi sangrai dan kopi tanpa kafein. Selisih harga jual biji kopi dan kopi sangrai, serta kopi sangrai dan kopi tanpa kafein, sangat besar, masing-masing berkisar antara 2270 - 4354 \$/ton, 8581 - 10.487 \$/ton, dan 10916 - 14247 \$/ton.

Tingginya angka produksi kopi Indonesia tidak terlepas dari luasnya lahan panen pertanian padi yang dimiliki oleh Indonesia. Data luas panen kopi tersebut dihitung dengan metode Kerangka Sampel Area (KSA), Data luas panen kopi tersebut dihitung dengan metode Kerangka Sampel Area (KSA), menggantikan metode pengumpulan data luas panen kopi yang sebelumnya yaitu metode eye estimate yang dikumpulkan melalui pelaporan data Statistik

Pertanian (SP) oleh Kepala Cabang Dinas (KCD) Kecamatan (Badan Pusat Statistik, 2023). Berikut adalah gambar yang menampilkan luas panen kopi Indonesia periode tahun 2018-2023.

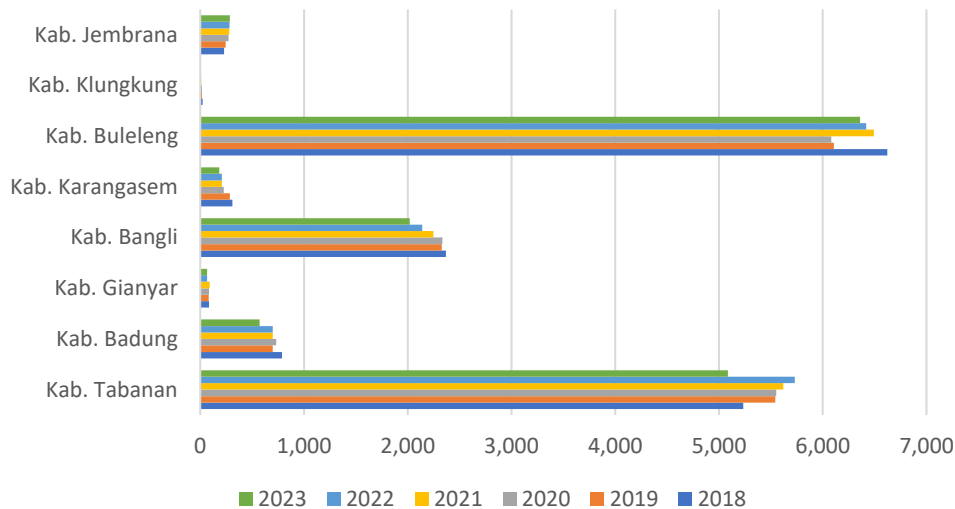


Gambar 2. Luas Areal Kopi Perkebunan Indonesia Menurut Status Pengusahaan (hektare), 2018 dan 2023

Sumber: Badan Pusat Statistik, 2023

Gambar di atas menunjukkan luas lahan kopi di Indonesia dari tahun 2018 dan 2023 memberikan gambaran tentang bagaimana perkembangan perkebunan kopi selama beberapa tahun terakhir. Pada tahun 2018, total luas lahan kopi mencapai sekitar 1.252.826 hektare. Dari jumlah itu, lahan perkebunan rakyat mendominasi dengan luas sekitar 1.210.656 hektare, sementara perkebunan besar negara dan swasta masing-masing memiliki luas 19.923 hektare dan 22.247 hektare. Namun, bisa di lihat pada lampiran 1.1, pada tahun 2019, total luas lahan sedikit menurun menjadi sekitar 1.245.359 hektare. Penurunan ini terutama disebabkan oleh berkurangnya luas perkebunan besar swasta yang hanya mencapai 9.714 hektare, meskipun lahan perkebunan rakyat tetap stabil di sekitar 1.221.141 hektare. Di tahun-tahun berikutnya, luas lahan kopi mengalami fluktuasi.

Salah satu provinsi penyumbang kopi di Indonesia adalah Provinsi Bali. Bali dikenal tidak hanya sebagai tujuan wisata, tetapi juga sebagai daerah penghasil kopi yang signifikan. Produksi kopi di Bali mengalami fluktuasi yang tidak terlalu signifikan dari tahun ke tahun. Ada dua jenis kopi utama yang ditanam di bali (Arabika dan Robusta). Kopi menjadi salah satu komoditas penting yang tidak hanya berkontribusi terhadap ekonomi lokal, tetapi juga memiliki potensi besar untuk diekspor ke pasar internasional (BPS 2023). Di Bali, kopi Arabika dan Robusta ditanam di berbagai daerah, dengan Kabupaten Tabanan dan Buleleng sebagai pusat produksi utama. Produksi kopi di Bali menunjukkan yang tidak signifikan dari tahun ke tahun. Berikut merupakan gambar data produksi kopi di bali periode 2018-2023.



Gambar 3. Data Produksi Kopi Provinsi Bali (hektare), 2018–2023

Sumber: Badan Pusat Statistik Provinsi Bali 2023

Gambar 3 menunjukkan pada tahun 2018 sampai 2022, produksi kopi di Bali tidak mengalami fluktuasi yang sangat signifikan, namun angka ini menurun drastis pada tahun 2023 menjadi 16.600 ton. Penurunan pada tahun 2023 ini disebabkan oleh banyak hal seperti perubahan iklim, kendala dalam pengolahan dan pemasaran yang akibatnya, petani lebih memilih untuk menjual biji kopi mentah kepada pihak ketiga, yang sering kali mengurangi margin keuntungan mereka, dan salah satu penyebab penurunan jumlah produksi kopi di Bali adalah alih fungsi lahan.

Alih fungsi lahan ini disebabkan oleh dipengaruhi oleh berbagai faktor yang kompleks. Salah satu faktor utama adalah pertumbuhan sektor pariwisata, yang telah menjadi pendorong utama konversi lahan pertanian menjadi lahan non-pertanian, seperti hotel, restoran, dan fasilitas wisata lainnya. Dengan meningkatnya permintaan untuk akomodasi dan infrastruktur pariwisata, banyak lahan pertanian yang dialih fungsikan untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Hal ini menyebabkan menurunnya lahan produksi kopi di Bali yang akibatnya penurunan produksi kopi di Bali seperti pada tahun 2023. Berikut merupakan tabel luas lahan kopi di Bali periode 2021-2023.

Tabel 1. Luas Areal Perkebunan Kopi Provinsi Bali

Kabupaten/Kota	Luas Areal - Kopi (ribu ha) (ha)		
	2021	2022	2023
Jembrana	1.212,02	1.212,02	1.212,00
Tabanan	10.492,86	10.492,86	10.493,00
Badung	1.797,82	1.786,57	1.745,00
Gianyar	382,66	342,41	325
Klungkung	53,45	51,15	50
Bangli	6.184,19	6.166,90	6.167,00
Karang Asem	723,15	672,56	672
Buleleng	13.190,98	13.126,57	13.126,00
Kota Denpasar	-	-	-
Provinsi Bali	34.037,13	33.851,04	33.790,00

Sumber: Badan Pusat Statistik Provinsi Bali 2023

Tabel di atas menunjukkan luas areal kopi di Provinsi Bali mengalami penurunan dari 34.037,13 hektar pada tahun 2021 menjadi 33.790 hektar pada tahun 2023, dengan kontribusi terbesar berasal dari Kabupaten Buleleng yang konsisten memiliki luas sekitar 13.126 hektar selama dua tahun terakhir. Penurunan luas areal kopi ini dapat berdampak pada penurunan produksi kopi di Bali, khususnya di wilayah dengan penurunan signifikan seperti Gianyar dan Karangasem. Hal ini juga dapat memengaruhi kontribusi kopi terhadap devisa daerah, terutama jika penurunan luas lahan diikuti oleh penurunan kualitas hasil panen. Sebaliknya, stabilitas luas areal kopi di kabupaten seperti Buleleng dan Bangli menunjukkan potensi konsistensi dalam menyuplai pasar lokal dan ekspor, yang dapat menjadi basis penguatan ekonomi regional. Optimalisasi pengelolaan areal kopi, termasuk peremajaan tanaman dan adopsi teknologi pertanian, dapat menjadi solusi untuk meningkatkan produktivitas dan mendukung keberlanjutan ekonomi berbasis kopi di Bali.

Meskipun kopi Bali memiliki potensi besar untuk bersaing di pasar global berkat kualitas uniknya, kontribusi *Global Value Chain* (GVC) dalam meningkatkan nilai tambah industri kopi di Bali masih sangat terbatas. GVC, sebagai kerangka yang menghubungkan aktor lokal dengan pasar global, seharusnya dapat memberikan dampak positif yang signifikan. Namun, dalam kenyataannya, petani kopi di Bali masih menghadapi berbagai kendala yang menghambat partisipasi mereka dalam GVC secara optimal.

Salah satu masalah utama adalah minimnya infrastruktur pascapanen yang memadai, seperti fasilitas pengolahan kopi berkualitas tinggi dan akses terhadap teknologi modern. Hal ini menyebabkan sebagian besar kopi Bali dijual dalam bentuk biji mentah, yang memiliki nilai tambah jauh lebih rendah dibandingkan produk olahan. Gereffi dan Fernandez-Stark (2011) menyebutkan bahwa negara penghasil bahan mentah cenderung mendapatkan penghasilan lebih kecil dalam GVC karena nilai tambah utama sering kali diperoleh pada tahap pengolahan dan distribusi, yang biasanya dilakukan di luar negeri.

Selain itu, rendahnya akses petani kopi Bali terhadap pasar global juga menjadi hambatan signifikan. Sebagian besar petani masih bergantung pada perantara lokal untuk menjual produk mereka, sehingga mereka kehilangan peluang untuk mendapatkan harga yang lebih kompetitif di pasar internasional. Kaplinsky dan Morris (2001) menjelaskan bahwa ketidakseimbangan kekuatan dalam GVC sering membuat aktor lokal berada pada posisi yang lemah, di mana mereka hanya menerima bagian kecil dari nilai ekonomi yang dihasilkan.

Faktor sosial dan budaya juga turut memengaruhi keterbatasan pengaruh GVC terhadap industri kopi Bali. Tradisi pertanian yang diwariskan secara turun-temurun sering kali tidak sejalan dengan tuntutan pasar global yang menekankan pada efisiensi, standar kualitas tinggi, dan konsistensi produk. Sementara itu, dukungan kebijakan pemerintah untuk mendukung integrasi kopi Bali ke dalam GVC masih kurang optimal, terutama dalam hal pelatihan petani, investasi teknologi, dan penguatan koperasi lokal.

Kurangnya integrasi yang mendalam ke dalam GVC tidak hanya berdampak pada rendahnya pendapatan petani kopi di Bali, tetapi juga membatasi potensi pengembangan industri kopi secara keseluruhan. Dengan kondisi ini, diperlukan strategi yang lebih terarah untuk mengoptimalkan keterlibatan petani dan pelaku usaha kopi Bali dalam GVC, sehingga mereka dapat memperoleh manfaat ekonomi yang lebih besar dan meningkatkan daya saing produk mereka di pasar global.

Berdasarkan uraian latar belakang penelitian mengenai bagaimana industri kopi di Provinsi Bali perlu untuk dikaji dan diteliti. Maka penelitian ini mengambil judul “*Global Value Chains Industri Kopi di Provinsi Bali*”.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan desain penelitian kualitatif deskriptif yang berfokus pada pemahaman mendalam mengenai struktur dan dinamika *Global Value Chains* (GVC) dalam industri kopi di Provinsi Bali. Desain penelitian ini menjadi panduan sistematis dalam pengumpulan, analisis, dan interpretasi data untuk menjawab pertanyaan penelitian. Menurut Creswell (2014), desain penelitian berfungsi sebagai rencana yang mengarahkan peneliti dalam seluruh proses penelitian. Lokasi penelitian ditetapkan di Provinsi Bali karena daerah ini memiliki potensi besar dalam industri kopi, baik dari sisi produksi maupun pemasaran global. Pemilihan lokasi ini juga didasarkan pada keterlibatan berbagai aktor—seperti petani, tengkulak, roaster, dan eksportir yang berperan penting dalam rantai nilai kopi Bali (Creswell, 2014).

Objek penelitian mencakup seluruh elemen dalam rantai nilai kopi, termasuk proses produksi, distribusi, dan ekspor. Peneliti melibatkan 2 hingga 5 informan kunci seperti petani kopi, pengusaha roaster, dan eksportir, serta melakukan observasi lapangan di lima hingga tujuh lokasi perkebunan utama seperti Tabanan, Buleleng, dan Bangli. Data yang digunakan terdiri atas data primer dan sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara mendalam dan observasi lapangan, sementara data sekunder bersumber dari publikasi Badan Pusat Statistik (BPS) dan *World Coffee Research*. Menurut Sekaran (2017), kombinasi antara data kualitatif dan kuantitatif memungkinkan peneliti memahami fenomena sosial secara lebih komprehensif melalui penggabungan analisis angka dan narasi deskriptif.

Analisis data dilakukan dengan menggunakan model interaktif dari Miles, Huberman, dan Saldana (2014), yang mencakup tiga tahap, yaitu reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan dan verifikasi. Reduksi data dilakukan dengan memilah dan memfokuskan informasi penting dari hasil wawancara dan observasi, kemudian disajikan dalam bentuk narasi, tabel, dan diagram untuk menggambarkan hubungan antaraktor dalam GVC kopi Bali. Kesimpulan penelitian ditarik berdasarkan pola dan tema yang muncul dari data, serta diverifikasi melalui teknik triangulasi agar hasil penelitian memiliki validitas yang tinggi. Pendekatan ini memberikan gambaran menyeluruh mengenai bagaimana aktor lokal berinteraksi dalam sistem GVC dan bagaimana posisi industri kopi Bali dalam pasar global (Miles, Huberman, & Saldana, 2014)

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Data Terkait Variabel Penelitian

Deskripsi data pada penelitian ini disusun berdasarkan variabel-variabel yang telah ditetapkan sebelumnya. Variabel tersebut mencakup aktor dalam rantai pasok kopi, tingkat produksi, luas lahan, serta harga jual pada berbagai bentuk produk. Data diperoleh dari wawancara dengan informan kunci dan sumber sekunder yang relevan.

Aktor dalam Rantai Pasok

Aktor utama dalam rantai pasok kopi di Bali terdiri dari petani, pengepul (tengkulak), dan pelaku usaha roastery.

- a. Petani bertanggung jawab pada proses budidaya kopi mulai dari penanaman, perawatan, hingga panen. Dari hasil wawancara, petani di daerah Busung Bui dan Pujungan mengelola lahan dengan luas berkisar antara 1,5 hingga 3,5 hektar, baik milik sendiri maupun sistem sewa.

- b. Pengepul berperan sebagai penghubung antara petani dan pasar, membeli kopi dalam bentuk cherry merah atau biji kering, kemudian mengolah atau menjual kembali.
- c. Roastery melakukan pengolahan lanjutan seperti penjemuran, sangrai (roasting), penggilingan, dan pengemasan produk akhir untuk dipasarkan di tingkat lokal maupun ekspor.

Produksi Kopi

Produksi kopi per hektar bervariasi tergantung pada kondisi cuaca, serangan hama, dan kualitas perawatan. Dari hasil wawancara:

- a. Petani di Busung Biu (P1) melaporkan produksi berkisar 4–6 ton per hektar, dengan potensi maksimal mencapai 8 ton pada kondisi optimal.
- b. Petani di Pujungan (P2) menghasilkan sekitar 3 ton per hektar pada musim panen yang baik.

Kopi biasanya dipanen dalam bentuk cherry merah dan sebagian kecil diolah menjadi biji kering. Musim panen puncak terjadi pada bulan Juni hingga Agustus, sementara panen kecil dapat terjadi di luar periode tersebut.

Luas Lahan

Luas lahan yang dikelola petani bervariasi. P1 mengelola $\pm 3,5$ hektar lahan sewa, sementara P2 mengelola $\pm 1,5$ hektar lahan milik sendiri. Perbedaan kepemilikan lahan ini berpengaruh pada tingkat produksi dan struktur biaya usaha.

Harga Jual

Harga kopi di tingkat petani mengikuti harga pasar lokal yang ditentukan oleh pengepul utama.

- a. Cherry merah adalah buah kopi yang telah matang berwarna merah cerah, siap dipanen. Pada tahap ini, biji masih terbungkus daging buah dan kulitnya. Cherry merah dijual dengan kisaran harga Rp11.000/kg.
- b. *Green bean* adalah biji kopi mentah yang telah diproses pasca panen (dijemur dan dikupas kulitnya) tetapi belum disangrai. *Green bean* dijual pada kisaran Rp80.000–Rp85.000/kg.
- c. *Roasted bean* adalah biji kopi yang sudah melalui proses sangrai (*roasting*) untuk mengembangkan aroma dan rasa. *Roasted bean* dijual dengan harga Rp85.000–Rp120.000/kg.
- d. Kopi bubuk adalah hasil penggilingan biji kopi yang sudah disangrai menjadi bentuk serbuk siap seduh. Kopi Bubuk dijual dengan harga Rp90.000–Rp100.000

Perbedaan harga antara bentuk cherry merah dan biji olahan menunjukkan adanya nilai tambah dari proses pasca panen, meskipun sebagian petani tetap memilih menjual dalam bentuk cherry merah karena selisih harga yang dianggap tidak terlalu signifikan dibandingkan usaha tambahan yang diperlukan.

Pembahasan dan Hasil Penelitian

Untuk memahami lebih jauh dinamika produksi dan pemasaran kopi di Bali, diperlukan penggambaran kondisi aktual di lapangan berdasarkan informasi dari pelaku-pelaku dalam rantai pasok kopi, mulai dari petani, pengepul (tengkulak), roastery, hingga pasar lokal dan ekspor. Oleh karena itu, pada bagian berikutnya akan dipaparkan hasil wawancara dengan para informan kunci yang mewakili setiap mata rantai tersebut. Informasi ini akan memberikan gambaran rinci mengenai praktik usaha, kendala yang dihadapi, serta interaksi antar-aktor dalam rantai nilai kopi di Bali.

Dalam penelitian kualitatif, penggunaan inisial untuk menyebut nama responden dilakukan sebagai bentuk perlindungan identitas dan menjaga kerahasiaan informan. Hal ini sesuai dengan etika penelitian yang mengharuskan peneliti menjaga privasi responden agar informasi yang diberikan tidak menimbulkan dampak negatif bagi yang bersangkutan. Creswell (2023) juga menekankan bahwa *confidentiality* adalah aspek penting dalam *qualitative inquiry* untuk menjaga kepercayaan antara peneliti dan partisipan.

Petani

Informan dalam kelompok petani terdiri dari beberapa pelaku usaha kopi di daerah Busung Biu dan Pujungan. Mereka memberikan informasi seputar pengelolaan lahan, proses produksi, dan sistem pemasaran yang digunakan. Berdasarkan wawancara dengan Bapak A, diketahui bahwa lahan kopi seluas $\pm 3,5$ hektar yang beliau kelola bukanlah milik pribadi, melainkan disewa dari pihak lain. Sistem sewa bervariasi tergantung lokasi dan kondisi lahan. Sementara itu, petani kedua, Bapak B dari Pujungan mengelola lahan seluas $\pm 1,5$ hektar yang merupakan miliknya sendiri.

Bapak B tidak menyebutkan secara rinci tentang sistem pembayaran tenaga kerja, namun menyatakan bahwa pengelolaan dilakukan secara mandiri. Petani dari Pujungan juga mengelola lahan secara pribadi, dan pada saat panen biasanya dibantu oleh tetangga sekitar yang masih hitungan saudara. Tidak ada data lebih lanjut mengenai sistem upah atau struktur tenaga kerja di hasil wawancara.

Fenomena serupa ditemukan pada penelitian di Simalungun, Sumatera Utara, di mana *“the majority smallholder coffee farmers sell coffee in red cherries coffee form. Selling coffee in this form requires the simplest steps, however the added value of coffee is none”* (E3S Web

of Conferences, 2021, hlm. 3). Dengan demikian, baik di Bali maupun di Simalungun, keterbatasan fasilitas pascapanen, kebutuhan likuiditas, serta keterbatasan akses pasar menyebabkan petani lebih memilih menjual *cherry merah* daripada melakukan pengolahan lanjutan yang sebenarnya dapat meningkatkan nilai tambah.

Selain itu, wawancara menunjukkan bahwa petani di Bali masih mengandalkan sistem tenaga kerja berbasis keluarga atau kerabat ketika panen, tanpa sistem upah formal. Pola ini juga ditemukan dalam studi di Simalungun, yang menyoroti bagaimana struktur rantai pemasaran yang kompleks berdampak pada rendahnya harga di tingkat petani: “*More complex marketing chain will cause the low farm-gate price. In contrast, the simpler marketing chain will increase the farm-gate price*” (E3S Web of Conferences, 2021, hlm. 4). Dengan kata lain, baik di Bali maupun di Simalungun, petani beroperasi dalam kondisi yang menempatkan mereka sebagai *price taker* dengan posisi tawar yang rendah, sehingga praktik penjualan *cherry merah* menjadi bentuk adaptasi terhadap struktur pasar yang cenderung oligopsoni.

Collectors Trader/Pengepul/Tengkulak

Petani umumnya menjual hasil panen dalam bentuk buah ceri merah. Bapak A menyampaikan bahwa hasil juga dapat dijual dalam bentuk biji kopi yang sudah dikeringkan, namun karena selisih harga yang tidak signifikan, mereka lebih memilih menjual dalam bentuk ceri merah. Harga jual biji merah berkisar Rp11.000 per kilogram. Tidak terdapat data eksplisit mengenai selisih harga antar bentuk produk atau rincian biaya pemrosesan dari petani.

Hasil panen para petani umumnya dijual kepada pengepul lokal. Salah satu pengepul yang disebutkan adalah Bapak D dari Pujungan. Tidak dijelaskan secara rinci bagaimana hubungan kontraktual antara petani dan pengepul, namun dijelaskan bahwa faktor kedekatan lokasi menjadi alasan utama memilih pengepul tersebut.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara dengan petani kopi di beberapa wilayah seperti Busung Bui dan Pujungan, ditemukan indikasi bahwa pasar kopi di tingkat daerah cenderung mengarah pada struktur pasar monopsoni, yaitu kondisi ketika terdapat hanya sedikit pembeli utama, sementara penjual (petani) jumlahnya banyak. Dalam konteks ini, pengepul (tengkulak) atau pelaku usaha tertentu berperan sebagai pembeli utama hasil panen kopi dari petani.

Fenomena ini tercermin dari pernyataan petani yang menyebutkan bahwa mereka umumnya menjual kopi ke satu atau dua pengepul langganan dengan alasan kedekatan lokasi, hubungan personal, serta keterbatasan akses ke pembeli alternatif. Sebagai contoh, salah satu informan menyebutkan

“Biasanya memang dijual ke Bapak D, soalnya mau dijual ke mana lagi, dan juga lebih dekat di sana.” (Wawancara Lapangan, 2025).

Fenomena ini dapat dikaitkan dengan teori kegagalan pasar (market failure theory) sebagaimana dijelaskan oleh Stiglitz (1989), di mana pasar gagal mencapai alokasi sumber daya yang efisien akibat adanya ketidakseimbangan kekuatan tawar-menawar (*bargaining power*) antara pembeli dan penjual. Dalam konteks industri kopi Bali, ketidakseimbangan ini terjadi karena:

- a. Konsentrasi Pembeli, Hanya ada satu atau dua pengepul besar di suatu daerah yang membeli hasil panen, sehingga petani tidak memiliki alternatif saluran pemasaran.
- b. Asimetri Informasi, Petani umumnya tidak memiliki akses informasi harga yang memadai, sehingga harga di tingkat produsen sepenuhnya bergantung pada pembeli utama.
- c. Hambatan Masuk Pasar, Kesulitan petani untuk mengakses pasar langsung, baik lokal maupun ekspor, menciptakan ketergantungan pada pengepul.

Implikasi dari struktur pasar seperti ini adalah terbatasnya keuntungan yang dapat diterima oleh petani. Meskipun beberapa petani mencoba menjual dalam bentuk biji kering atau roasted beans untuk mendapatkan harga lebih tinggi, perbedaan harga jual relatif kecil, sehingga mayoritas tetap memilih menjual dalam bentuk cherry merah dengan harga pasar lokal.

Fenomena dugaan monopsoni ini perlu mendapatkan perhatian dalam kebijakan pengembangan industri kopi di Bali. Penguatan akses pasar bagi petani, pembentukan koperasi atau asosiasi yang berfungsi sebagai lembaga pemasaran bersama, serta peningkatan transparansi harga di tingkat lokal dan global merupakan langkah strategis untuk mengurangi ketimpangan posisi tawar antara petani dan pembeli utama.

Kondisi ini sejalan dengan penelitian di komunitas adat Tebat Benawa yang menemukan bahwa peran *first traders* atau tengkulak sangat dominan dalam menentukan arah penjualan kopi (Fauzi, D., Purnamasari, U., Wicaksono, S. A., & Maharani, C, 2023). Penelitian tersebut menegaskan bahwa kuatnya dominasi tengkulak dalam rantai pemasaran kopi, baik di Bali maupun di Tebat Benawa, mengindikasikan terjadinya bentuk market failure sebagaimana dijelaskan Stiglitz (1989), yaitu kegagalan pasar akibat ketidakseimbangan kekuatan tawar-menawar. Dalam hal ini, tengkulak bertindak sebagai pembeli utama dengan kekuatan pasar yang lebih besar, sementara petani berposisi sebagai *price taker* yang tidak memiliki alternatif distribusi. Struktur pasar yang cenderung monopsonistik ini menjelaskan

rendahnya daya tawar petani dan keterbatasan mereka dalam memperoleh nilai tambah dari hasil panen.

Selain fenomena dugaan monopsoni, hasil wawancara juga mengungkapkan adanya peran organisasi MPIG (Masyarakat Perlindungan Indikasi Geografis) dalam ekosistem industri kopi Bali, khususnya pada kopi berindikasi geografis seperti Robusta Pupuan dan Arabika Kintamani. MPIG pada dasarnya berfungsi untuk melindungi reputasi, kualitas, dan karakteristik unik kopi suatu daerah yang diakui secara hukum melalui sertifikat Indikasi Geografis. Meskipun petani merupakan produsen kopi, *price maker* dalam praktiknya justru berada di tangan pengepul atau tengkulak. Hal ini disebabkan karena keterbatasan akses pasar, minimnya informasi harga, serta ketergantungan petani terhadap jaringan lokal dalam memasarkan hasil panennya. Dengan kondisi tersebut, petani lebih sering berada dalam posisi sebagai *price taker*, di mana harga ditentukan oleh pembeli dominan, bukan oleh mekanisme negosiasi setara. Fenomena ini sejalan dengan teori struktur pasar monopsoni, di mana sedikit pembeli memiliki kekuatan untuk mengendalikan harga dari banyak penjual (Stiglitz, 1989). Implikasi dari kondisi ini adalah rendahnya margin keuntungan yang diterima petani, sehingga berdampak pada keterbatasan mereka dalam meningkatkan produktivitas maupun kualitas hasil kopi.

Beberapa pelaku usaha, seperti pengepul dan eksportir, mengaku tergabung dalam MPIG. Dalam praktiknya, terdapat dugaan bahwa keberadaan MPIG juga dapat mempengaruhi pembentukan harga di pasar kopi lokal. Sebagai lembaga yang memiliki jaringan luas dan reputasi formal dalam mengatur standar mutu, MPIG berpotensi menjadi *price maker*, yaitu pihak yang memiliki kemampuan untuk menetapkan atau mempengaruhi harga jual kopi di pasaran. Hal ini dapat terjadi karena:

- a. Kontrol terhadap Standar Mutu, Kopi yang memenuhi sertifikasi MPIG cenderung memiliki harga jual lebih tinggi, sehingga harga di tingkat pasar dapat mengikuti standar yang ditetapkan oleh organisasi.
- b. Jaringan Distribusi dan Pemasaran, MPIG memiliki akses pasar yang lebih luas, termasuk pasar ekspor, yang memungkinkan mereka mempengaruhi permintaan dan harga.
- c. Koordinasi Antar Anggota, Adanya koordinasi dalam menetapkan harga minimum atau kisaran harga jual dapat mempengaruhi pasar lokal.

Menurut teori struktur pasar, ketika satu pihak atau kelompok kecil pelaku usaha mampu mengendalikan variabel harga melalui pengaruh terhadap penawaran atau permintaan, maka pasar tersebut dapat dikategorikan sebagai memiliki elemen *price making* (Pindyck &

Rubinfeld, 2013). Meskipun demikian, untuk memastikan peran MPIG sebagai *price maker* diperlukan penelitian lanjutan yang lebih mendalam, termasuk analisis data harga sebelum dan sesudah intervensi MPIG, serta wawancara dengan lebih banyak pihak di berbagai rantai pasok.

Roastery

Berdasarkan wawancara dengan Bapak D, pelaku usaha roastery di wilayah Pujungan, diketahui bahwa seluruh proses pasca panen dilakukan secara mandiri di lokasi usahanya. Tahapan tersebut mencakup penjemuran biji kopi, proses sangrai (*roasting*), hingga penggilingan menjadi kopi bubuk. Proses ini memungkinkan pengendalian kualitas pada setiap tahap produksi, sehingga hasil akhir dapat disesuaikan dengan standar mutu yang diinginkan oleh pasar, baik lokal maupun ekspor.

Meskipun wawancara tidak memberikan rincian teknis terkait jenis mesin yang digunakan, kapasitas produksi, biaya operasional, atau durasi setiap proses, informasi yang diperoleh menunjukkan bahwa kegiatan *roasting* dan penggilingan dilakukan dengan peralatan yang dimiliki sendiri. Hal ini memberi fleksibilitas bagi usaha untuk memenuhi permintaan konsumen dalam berbagai bentuk produk, mulai dari *green bean*, *roasted bean*, hingga kopi bubuk.

Dalam menjalankan usaha roastery, Bapak D memanfaatkan tenaga kerja dari lingkungan sekitar, termasuk anggota keluarga dan kerabat. Strategi ini tidak hanya menekan biaya operasional, tetapi juga memperkuat hubungan sosial-ekonomi di tingkat lokal. Namun, hasil wawancara tidak memberikan informasi rinci mengenai keterampilan (*skill set*) tenaga kerja yang terlibat, ataupun perbandingan kompetensi antara pekerja di tingkat petani dengan pekerja di roastery. Hal ini menjadi salah satu aspek yang potensial untuk diteliti lebih lanjut, terutama terkait peningkatan kapasitas sumber daya manusia dalam rantai pasok kopi.

Produk kopi yang dihasilkan oleh roastery mencakup tiga bentuk utama: *green bean* dengan harga jual Rp80.000–Rp85.000/kg, *roasted bean* dengan harga Rp85.000–Rp120.000/kg, dan kopi bubuk untuk konsumsi langsung. Produk tersebut dipasarkan ke berbagai *coffee shop* di Bali, di antaranya Tanpama, Satutitik, dan Sekopi, serta dijual secara eceran kepada konsumen umum. Selain pasar lokal, roastery ini juga memiliki pengalaman mengeksport kopi ke beberapa negara seperti Tiongkok, Amerika Serikat, Taiwan, dan Korea, meskipun tidak dilakukan secara rutin karena kendala perizinan ekspor yang cukup kompleks.

Local/Global Market

Pada tingkat pasar lokal, produk kopi yang dihasilkan oleh roastery dijual dalam berbagai bentuk, yaitu *green bean*, *roasted bean*, dan kopi bubuk. Diversifikasi bentuk produk

ini memungkinkan pelaku usaha untuk menjangkau berbagai segmen konsumen, mulai dari pemilik *coffee shop* hingga konsumen rumah tangga. Beberapa *coffee shop* lokal yang menjadi pelanggan tetap antara lain Tanpama, Satutitik, dan Sekopi. Masing-masing bentuk produk memiliki rentang harga yang berbeda sesuai dengan tingkat pengolahan dan kualitas yang ditawarkan. Sebagaimana disebutkan sebelumnya, *green bean* dijual dengan harga Rp80.000–Rp85.000/kg, sedangkan *roasted bean* dijual pada kisaran Rp85.000–Rp120.000/kg. Penjualan kepada pasar lokal ini tidak hanya menjadi sumber pendapatan utama, tetapi juga memperkuat jaringan distribusi dan pemasaran kopi Bali di dalam provinsi.

Selain pasar lokal, roastery juga melakukan pemasaran ke pasar global. Produk kopi diekspor ke sejumlah negara seperti Tiongkok, Amerika Serikat, Taiwan, dan Korea Selatan. Ekspor ini dilakukan sebagai upaya memperluas pangsa pasar sekaligus mempromosikan kopi Bali di tingkat internasional. Namun, kegiatan ekspor tidak dapat dilakukan secara rutin karena adanya kendala prosedural, khususnya terkait perizinan ekspor yang dianggap rumit dan memakan waktu. Meskipun demikian, pengalaman ekspor ini menunjukkan bahwa kopi Bali memiliki potensi daya saing di pasar global, asalkan hambatan administratif dapat diminimalisasi.

Hasil wawancara dengan pemilik roastery, Bapak D, menunjukkan bahwa kegiatan ekspor kopi Bali lebih banyak dilakukan dalam bentuk *green bean* dan *roasted bean*. Kedua bentuk produk ini dipilih karena memiliki permintaan pasar yang lebih stabil di tingkat internasional, serta lebih mudah memenuhi standar kualitas yang diminta pembeli luar negeri. Negara tujuan ekspor yang disebutkan meliputi Tiongkok, Amerika Serikat, Taiwan, dan Korea Selatan. Namun demikian, ekspor tidak berjalan secara konsisten akibat adanya hambatan regulasi dan proses perizinan yang rumit. Hal ini membuat sebagian besar produksi roastery masih dipasarkan di pasar domestik, khususnya melalui *coffee shop* lokal di Bali. Sementara itu, kopi bubuk lebih sering dipasarkan ke konsumen akhir di dalam negeri, dan belum menjadi produk utama dalam ekspor. Fakta ini menunjukkan bahwa meskipun potensi kopi Bali cukup besar, masih terdapat kendala struktural yang membatasi penetrasi pasar global.

Untuk memahami dinamika rantai nilai kopi di Bali, penting untuk melihat perbedaan harga pada setiap tingkat aktor, mulai dari petani, tengkulak, hingga roastery. Data wawancara menunjukkan bahwa petani umumnya menjual kopi dalam bentuk buah ceri merah dengan harga relatif rendah, sementara nilai produk meningkat secara signifikan setelah melalui proses pascapanen dan pengolahan di tingkat roastery. Perbedaan harga ini mencerminkan adanya penyusutan bobot pada setiap tahap pengolahan misalnya, dari ceri merah menjadi *green bean*

hingga *roasted bean* serta mencerminkan nilai tambah yang muncul akibat aktivitas pengolahan.

Selain itu, keterbatasan akses petani terhadap pasar alternatif menyebabkan mereka lebih banyak bergantung pada tengkulak sebagai perantara utama. Hal ini berimplikasi pada posisi tawar petani yang rendah dalam rantai pasok. Sementara itu, roastery yang memiliki fasilitas pengolahan mampu memasarkan produk dalam berbagai bentuk (*green bean*, *roasted bean*, dan kopi bubuk) baik ke pasar lokal maupun global.

Tabel 2. Produk Roastery

Bentuk Produk	Harga Jual Petani	Harga Beli di Tengkulak	Harga Jual Roastery (<i>Processed</i>)	Pasar Lokal	Pasar Global	Catatan/Penyusutan
Cherry merah	Rp11.000/kg	±Rp11.000–12.000/kg	–	–	–	Penyusutan ke <i>green bean</i> sekitar 40–45% (artinya dari 1 kg cherry merah hanya ±0,55–0,60 kg <i>green bean</i>)
<i>Green bean</i>	petani bisa menjual tapi jarang, harga tidak disebutkan	Tidak ada data eksplisit	Rp80.000–85.000/kg (wawancara Bapak D – Roastery)	Dijual ke coffee shop lokal	Tiongkok, AS, Taiwan, Korea	Penyusutan ke roasted bean sekitar 15–20%
<i>Roasted bean</i>	–	–	Rp85.000–120.000/kg	Coffee shop lokal & eceran	Sama negara tujuan ekspor di atas	Penambahan nilai dari roasting, margin harga ±Rp5.000–35.000 dari <i>green bean</i>
Kopi bubuk	–	–	Rp90.000–Rp100.000	konsumen umum	Tidak ada data	Tidak ada data harga eksplisit, hanya disebutkan sebagai produk akhir

Sumber : Diolah oleh penulis

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai rantai pasok (*value chain*) industri kopi di Bali yang dianalisis menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, dapat disimpulkan bahwa pasar kopi di beberapa wilayah di Bali menunjukkan kecenderungan struktur monopsoni, di mana terdapat banyak petani sebagai penjual namun hanya sedikit pembeli utama (pengepul). Kondisi ini diperkuat oleh keterbatasan akses petani terhadap informasi harga dan hambatan untuk menjangkau pasar secara langsung.

Penelitian ini memberikan gambaran yang komprehensif mengenai rantai nilai kopi Bali, mulai dari petani, pengepul, roastery, hingga pasar lokal dan global. Namun, penelitian ini juga memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan. Pertama, penelitian ini belum sepenuhnya menangkap perspektif dari eksportir. Informasi terkait strategi ekspor, mekanisme

distribusi internasional, tantangan logistik, serta dinamika persaingan global masih terbatas karena tidak dilakukan wawancara langsung dengan pihak eksportir. Padahal, aktor eksportir merupakan kunci penting dalam menghubungkan kopi Bali dengan rantai pasok global.

Penelitian ini belum menggali secara mendalam aspek kualitas kopi. Informasi tentang standar mutu seperti *cupping score*, sertifikasi IG (Indikasi Geografis), serta preferensi konsumen internasional masih minim. Padahal, faktor kualitas merupakan elemen penting dalam menentukan nilai tambah kopi di pasar premium, baik lokal maupun global. Keterbatasan ini memberikan ruang bagi penelitian selanjutnya untuk lebih fokus pada dua aspek tersebut, yaitu peran eksportir dalam memperkuat integrasi kopi Bali ke pasar internasional, serta peran kualitas kopi dalam menentukan harga dan daya saing. Dengan memperluas cakupan penelitian ke arah tersebut, analisis mengenai industri kopi Bali akan lebih komprehensif, sekaligus memberikan rekomendasi kebijakan yang lebih kuat untuk meningkatkan posisi tawar petani dan aktor lokal lainnya dalam rantai nilai global.

Perilaku pelaku usaha dalam rantai pasok menunjukkan bahwa petani umumnya menjual kopi dalam bentuk cherry merah karena selisih harga dengan bentuk olahan dianggap tidak sepadan dengan tenaga dan waktu tambahan yang dibutuhkan untuk proses pasca panen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa industri kopi Bali pada tingkat hulu masih didominasi oleh petani kecil dengan kepemilikan lahan yang relatif sempit, umumnya kurang dari 5 hektar. Meskipun petani berperan sebagai produsen utama, posisi mereka dalam penentuan harga sangat terbatas. Penetapan harga lebih banyak ditentukan oleh pengepul atau tengkulak yang memiliki akses pasar dan informasi lebih luas. Kondisi ini membuat petani cenderung menjadi *price taker* karena keterbatasan pilihan dan rendahnya daya tawar dalam bernegosiasi. Fenomena tersebut mengindikasikan adanya struktur pasar monopsoni, di mana hanya sedikit pembeli yang mampu mengendalikan harga dari banyak penjual. Akibatnya, keuntungan yang diterima petani relatif kecil, sehingga berdampak pada terbatasnya kemampuan mereka dalam meningkatkan produktivitas maupun kualitas hasil kopi.

Sebaliknya, pengepul dan roastery memiliki peran yang lebih strategis dalam rantai pasok karena tidak hanya menampung hasil panen petani, tetapi juga melakukan pengolahan lanjutan mulai dari penjemuran, *roasting*, hingga penggilingan, sebelum akhirnya dipasarkan ke konsumen. Produk kopi yang dihasilkan kemudian disalurkan ke pasar lokal, terutama melalui jaringan coffee shop seperti Tanpama, Satutitik, dan Sekopi, yang menunjukkan adanya distribusi yang relatif kuat di tingkat domestik. Namun, pemasaran ke pasar global masih menghadapi kendala signifikan. Hasil wawancara menunjukkan bahwa ekspor ke negara seperti Tiongkok, Amerika Serikat, Taiwan, dan Korea memang telah dilakukan, tetapi sifatnya

tidak rutin. Hambatan utama terletak pada kompleksitas prosedur ekspor dan perizinan yang panjang, sehingga mengurangi kontinuitas suplai ke pasar internasional. Kondisi ini menegaskan bahwa meskipun kopi Bali memiliki potensi daya saing global, keberlanjutannya masih sangat dipengaruhi oleh faktor regulasi dan keterbatasan akses pasar internasional.

Selain itu, organisasi Masyarakat Perlindungan Indikasi Geografis (MPIG) memiliki peran penting dalam menjaga mutu dan identitas kopi Bali, meskipun potensi MPIG sebagai *price maker* memerlukan pengawasan agar manfaatnya dirasakan secara merata oleh seluruh pelaku usaha. Fenomena monopsoni, asimetri informasi, dan hambatan ekspor yang ditemukan dalam penelitian ini mengindikasikan adanya gejala kegagalan pasar (*market failure*), yang berdampak pada distribusi keuntungan yang kurang merata di antara pelaku rantai pasok kopi.

DAFTAR REFERENSI

- Abafita, J., & Tadesse, G. (2021). Coffee sector development and its implications for income and export in developing countries. *Journal of Agricultural Economics*, 72(3), 567–582.
- Arifin, B. (2010). *Ekonomi kelembagaan dan kebijakan publik sektor pertanian*. Bogor: IPB Press.
- Badan Pusat Statistik. (2017). *Statistik perekonomian Indonesia 2017*. Jakarta: Badan Pusat Statistik.
- Badan Pusat Statistik. (2022). *Luas lahan dan produksi kopi Indonesia*. Jakarta: Badan Pusat Statistik.
- Badan Pusat Statistik. (2023a). *Metode pengumpulan data pertanian: Kerangka sampel area (KSA) dan statistik pertanian*. Jakarta: Badan Pusat Statistik.
- Badan Pusat Statistik. (2023b). *Statistik perdagangan ekspor dan impor Indonesia 2023*. Jakarta: Badan Pusat Statistik.
- Badan Pusat Statistik. (2023c). *Statistik perkebunan Indonesia: Kopi 2023*. Jakarta: Badan Pusat Statistik.
- Branch, R. M. (2009). *Instructional design: The ADDIE approach*. New York, NY: Springer. <https://doi.org/10.1007/978-0-387-09506-6>
- Case, K. E., & Fair, R. C. (2006). *Principles of economics* (8th ed.). Upper Saddle River, NJ: Pearson Education.
- Creswell, J. W. (1994). *Research design: Qualitative and quantitative approaches*. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.
- Creswell, J. W. (2014). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (4th ed.). Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2023). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches* (5th ed.). Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.
- Fauzi, D., Purnamasari, U., Wicaksono, S. A., & Maharani, C. (2023). When local customs meet the market: An analysis of coffee value chain in Tebat Benawa customary

- community, Indonesia. *International Journal of Agricultural Sustainability*.
<https://doi.org/10.1080/14735903.2023.2231769>
- Gaspersz, V. (1996). *Teori produksi dan manajemen produksi* (2nd ed.). Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Gereffi, G., & Fernandez-Stark, K. (2011). *Global value chain analysis: A primer*. Durham, NC: Duke University Center on Globalization, Governance & Competitiveness.
- International Coffee Organization. (2020a). *Coffee development report 2020: The value of coffee – Sustainability, inclusiveness, and resilience of the coffee global value chain*. London: International Coffee Organization.
- International Coffee Organization. (2020b). *Laporan perdagangan kopi: Statistik dan analisis*. London: International Coffee Organization.
- International Coffee Organization. (2023). *Coffee export trends and value differentials*. London: International Coffee Organization.
- Kaplinsky, R., & Morris, M. (2001). *A handbook for value chain research*. Ottawa: International Development Research Centre (IDRC).
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldana, J. (2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (3rd ed.). Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.
- Neilson, J. (2013, August). The value chain for Indonesian coffee in a green economy. Paper presented at the *Indonesian National Coffee Seminar*, Bogor, Indonesia.
- Neilson, J., & Pritchard, B. (2009). *Value chain struggles: Institutions and governance in the plantation districts of South India*. Oxford: Wiley-Blackwell.
<https://doi.org/10.1002/9781444308723>
- Nicholson, W., & Snyder, C. (2012). *Microeconomic theory: Basic principles and extensions* (11th ed.). Mason, OH: South-Western Cengage Learning.
- Nur'aini, D. F. (2019). *Analisis SWOT untuk bisnis dan manajemen strategik*. Bandung: Pustaka Media.
- Patilima, A. (2013). *Metodologi penelitian kualitatif dalam ilmu sosial*. Jakarta: Penerbit XYZ.
- Perdagangan & Kebijakan. (2015). *Global value chains: Dampak terhadap perekonomian negara berkembang*. Jakarta: Kementerian Perdagangan Republik Indonesia.
- Pindyck, R. S., & Rubinfeld, D. L. (2007). *Microeconomics* (7th ed.). Upper Saddle River, NJ: Pearson Education.
- Pindyck, R. S., & Rubinfeld, D. L. (2013). *Microeconomics* (8th ed.). Boston, MA: Pearson Education.
- Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian. (2023). *Outlook komoditas perkebunan: Kopi 2023*. Jakarta: Kementerian Pertanian Republik Indonesia.
- Rifin, A., & Naully, D. (2020). The impact of involvement in the global value chain on coffee farmers in Indonesia: Case study of Margamulya Coffee Producer Cooperative and Mitra Malabar Cooperative, Bandung, Indonesia. *ADB Working Paper 1143*. Tokyo: Asian Development Bank Institute.
- Rinaldi, A. (2020). The impact of raw material exports on economic growth: A comparative study. *Journal of Economic Development*, 28(3), 45–60.

- Samper, L. F., Giovannucci, D., & Vieira, L. M. (2017). The powerful role of intangibles in the coffee value chain. In L. F. Samper, D. Giovannucci, & L. M. Vieira (Eds.), *The coffee value chain: Global issues and local challenges* (pp. 1–20). Cambridge, UK: Cambridge University Press.
- Sekaran, U. (2003). *Research methods for business: A skill-building approach* (4th ed.). New York, NY: John Wiley & Sons.
- Sekaran, U. (2017). *Research methods for business: A skill-building approach* (7th ed.). New York, NY: John Wiley & Sons.
- Sembiring, R. N., & Sihombing, L. (2021). Analysis of coffee supply chain in Simalungun Regency, Indonesia. *E3S Web of Conferences*. <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202122512002>
- Stiglitz, J. E. (1989). Markets, market failures, and development. *American Economic Review*, 79(2), 197–203. <https://doi.org/10.3386/w2961>
- Sukirno, S. (2002). *Makroekonomi: Teori pengantar* (3rd ed.). Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Tampubolon, J., Ginting, A., Nainggolan, H. L., & Tarigan, J. R. (2023). *Jalur pengembangan kopi Indonesia: Produksi dan perdagangan internasional*. Medan: Penerbit Universitas Sumatera Utara.
- The World Bank. (2021). *Global value chains: Implications for developing countries*. Washington, DC: World Bank Group.
- Trienekens, J. (2012). Global value chains in food: Insights from the agrifood sector. *International Journal of Operations & Production Management*, 32(7), 723–744.
- World Coffee Research. (2023). *The global coffee market and trends*. College Station, TX: World Coffee Research.