

Analisis Peluang dan Tantangan Perdagangan Produk Pertanian Kopi: Studi Kasus Indonesia dan Jepang

¹ Tri Widiani Wulandari, ² Daspar

^{1,2} Universitas Pelita Bangsa, Jawa Barat, Indonesia

¹ triwidi1731@gmail.com,

² daspar@pelitabangsa.ac.id

Abstract

This study examines the opportunities and challenges of coffee export-import activities between Indonesia and Japan in 2023, focusing on the competitiveness and relative advantage of Indonesian coffee in meeting Japanese demand. Indonesia is one of the world's largest coffee exporters, with exports to Japan reaching 15,316.8 tons, despite experiencing fluctuations. The growing coffee consumption in Japan—driven by lifestyle changes and product innovation—presents significant import opportunities. However, challenges remain, including quality standards, recycling restrictions, the impact of climate change, and competition from other countries such as India and Vietnam. This study aims to provide strategic recommendations, such as improving product quality, complying with Japanese import regulations, and developing coffee product downstreaming to add value and expand market reach. International cooperation, promotion of Indonesian coffee in Japan, and education and training for farmers are also key to strengthening global market competitiveness. These strategies are expected to improve the quality, effectiveness, and marketing of Indonesian coffee in response to Japanese demand.

Keywords: *International Trade; Indonesian Coffee Exports; Relative Advantage.*

Abstrak

Studi ini mengkaji peluang dan tantangan Aktivitas ekspor-impor kopi antara Indonesia dan Jepang di tahun 2023, dengan fokus pada daya saing dan keunggulan relatif kopi Indonesia dalam permintaan Jepang. Indonesia merupakan salah satu eksportir kopi terbesar, dengan ekspor ke Jepang mencapai 15.316,8 ton, meskipun mengalami fluktuasi. Peningkatan konsumsi kopi di Jepang, yang ditandai dengan perubahan gaya hidup dan inovasi produk, membuka peluang impor. Namun, masih ada kendala seperti norma kualitas, pembatasan daur ulang, dampak perubahan iklim, dan persaingan dari negara lain seperti India dan Vietnam. Studi ini bertujuan untuk memberikan rekomendasi strategis seperti: peningkatan kualitas produk, kepatuhan terhadap regulasi impor Jepang, serta pengembangan hilirisasi produk kopi agar dapat memberikan nilai tambah dan memperluas pasar. Kerjasama internasional, promosi produk kopi Indonesia di Jepang, serta pendidikan dan pelatihan bagi petani juga menjadi kunci utama untuk memperkuat daya saing di pasar global. Strategi tersebut diharapkan dapat meningkatkan kualitas, efektivitas produk, dan pemasaran kopi Indonesia dalam permintaan Jepang.

Kata Kunci: Perdagangan Internasional; Ekspor Kopi Indonesia; Keunggulan Relatif.

PENDAHULUAN

Dalam era globalisasi, hubungan antarnegara semakin erat dan saling bergantung. Tidak ada negara manapun yang dapat bertahan tanpa menjalin interaksi dengan negara lain. Ketergantungan ini tercermin dalam upaya pemenuhan kebutuhan dan ketersediaan barang, di mana tidak semua negara mampu menyediakan seluruh kebutuhan domestiknya secara mandiri. Seiring dengan kebutuhan manusia yang bersifat tidak terbatas dan terus berkembang, keterbatasan sarana yang dimiliki setiap negara menjadi tantangan yang umum dihadapi. Oleh

karena itu, perdagangan antarnegara menjadi instrumen utama dalam mengatasi keterbatasan tersebut dan memainkan peranan strategis dalam dinamika ekonomi global saat ini.

Kopi merupakan salah satu produk unggulan yang memiliki nilai strategis tinggi. Tidak hanya dikonsumsi sebagai minuman, kopi juga memberikan kontribusi signifikan terhadap perekonomian negara-negara produsen dan pengeksportir, termasuk Indonesia. Sejak awal tahun 2020, terjadi peningkatan permintaan terhadap kopi di tingkat lokal maupun global. Sebagai salah satu produsen kopi terbesar di dunia, Indonesia mencatat pertumbuhan pangsa pasar global yang terus meningkat dari tahun ke tahun.

Meskipun Indonesia merupakan negara pengeksportir kopi, impor kopi dari negara lain masih terjadi guna memenuhi tingginya permintaan dalam negeri serta untuk mendukung perkembangan industri kopi nasional (Wibowo, 2022). Kondisi ini menunjukkan adanya tantangan sekaligus peluang untuk meningkatkan kapasitas produksi dan nilai tambah kopi lokal.

Studi ini bertujuan untuk menilai tingkat daya saing dan keunggulan komparatif kopi Indonesia dibandingkan dengan produk kopi Jepang pada tahun 2023. Selain itu, riset ini juga berfokus pada pengenalan potensi pasar kopi di Jepang dengan menelaah preferensi konsumen serta berbagai faktor permintaan yang berpengaruh. Jepang dipandang sebagai pasar yang prospektif bagi ekspor kopi Indonesia, dengan peluang yang luas untuk meningkatkan pangsa pasar melalui perbaikan mutu produk serta penerapan strategi pemasaran yang efektif (Sitanini et al, 2020).

Diharapkan, temuan dari studi ini dapat memberikan masukan strategis dalam perumusan kebijakan untuk mendorong peningkatan ekspor kopi Indonesia ke Jepang, sekaligus menegaskan urgensi penguatan industri kopi nasional dalam menghadapi dinamika persaingan global yang semakin ketat.

METODE PENELITIAN

Pendekatan metodologis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif. Metode ini mendeskripsikan atau menjelaskan suatu fenomena yang diamati secara jelas dan ringkas. Metode ini tidak menitikberatkan pada penilaian atau pengujian hubungan antar variabel, melainkan lebih difokuskan pada analisis secara sistematis terhadap suatu fenomena atau kondisi tertentu. Metode penelitian deskriptif dapat digunakan dalam konteks peluang dan hambatan ekspor kopi Indonesia ke Jepang. Menjelaskan kondisi pasar kopi, termasuk trennya, produksi, konsumsi, ekspor dan impor kopi di kedua negara.

Dalam penelitian ini, data dapat dikumpulkan dan dianalisis secara deskriptif untuk membandingkan produksi kopi, ekspor, dan impor di Indonesia dan Jepang. Ada konsumen kopi di kedua negara dan di setiap negara. Grafik yang dapat digunakan untuk menggambarkan kondisi pasar kopi di Indonesia dan Jepang adalah grafik produksi kopi, grafik impor dan ekspor kopi, serta grafik konsumsi kopi kedua negara. Informasi tersedia dari International Coffee Organization (ICO), BPS, dan sumber lainnya. Melalui metode penelitian deskriptif, peneliti mampu mendapatkan gambaran yang jelas dan mendetail tentang kondisi pasar kopi di Indonesia dan Jepang. (Daspar et al., 2024)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Ekspor mengacu pada aktivitas pengiriman barang atau jasa dari suatu negara menuju negara lain sebagai bagian dari kegiatan ekonomi. Proses ini dilakukan berdasarkan perjanjian dan ketentuan yang telah disepakati antara eksportir dan importir, yang mencakup sistem pembayaran, standar kualitas, kuantitas, serta persyaratan teknis lainnya.

Salah satu komoditas unggulan yang diekspor oleh Indonesia adalah kopi. Komoditas ini tidak hanya bernilai ekonomi tinggi, tetapi juga memiliki daya saing global yang kuat dan berperan penting dalam mendukung pertumbuhan sektor perdagangan internasional.

Salah satu negara dengan kemampuan produksi kopi yang luar biasa adalah Indonesia. Dalam perekonomian Indonesia, kopi dijual ke sejumlah negara dengan tujuan tertentu, seperti Amerika

Serikat, Malaysia, Italia, dan Jepang, serta berbagai negara lainnya untuk mendapatkan penghasilan. Kenaikan jumlah kopi dari Indonesia yang dikirim ke Jepang menegaskan hal tersebut.

Tabel 1. Ekspor Kopi Menurut Negara Tujuan Utama, 2020-2023

Negara Tujuan	2020	2021	2022	2023
Jepang	23,471.6	27,297.0	18,813.5	15,316.8
Singapura	5,212.9	5,377.0	6,573.2	5,522.3
Malaysia	36,186.0	29,180.7	26,117.3	22,690.9
India	19,998.0	22,109.6	43,596.9	23,811.3
Mesir	32,536.7	48,521.3	37,428.4	32,047.8
Maroko	9,603.7	12,164.1	9,230.4	6,633.2
Aljazair	5,919.6	3,918.1	13,142.5	5,291.4
Amerika Serikat	54,473.7	57,694.0	55,810.2	36,625.6
Inggris	21,349.5	12,259.5	20,778.0	4,339.0
Jerman	21,321.9	13,334.9	36,976.4	9,460.4
Italia	27,237.5	24,590.0	24,006.2	18,122.0
Rumania	585.6	509.4	340.0	372.7
Georgia	12,748.0	13,398.0	15,902.6	11,536.4
Belgia	14,758.1	14,434.0	22,179.8	3,430.9
Belanda	1,490.8	2,243.6	3,598.0	3,795.0
Denmark	75.5	41.3	19.3	71.0
Perancis	4,376.4	5,993.5	874.7	644.6
Lainnya	217,253.5	240,186.5	253,395.9	187,937.5
Jumlah	375,670.6	384,684.9	433,881.1	276,335.2

Sumber: Badan Pusat Statistik Indonesia (Badan Pusat Statistik, 2024)

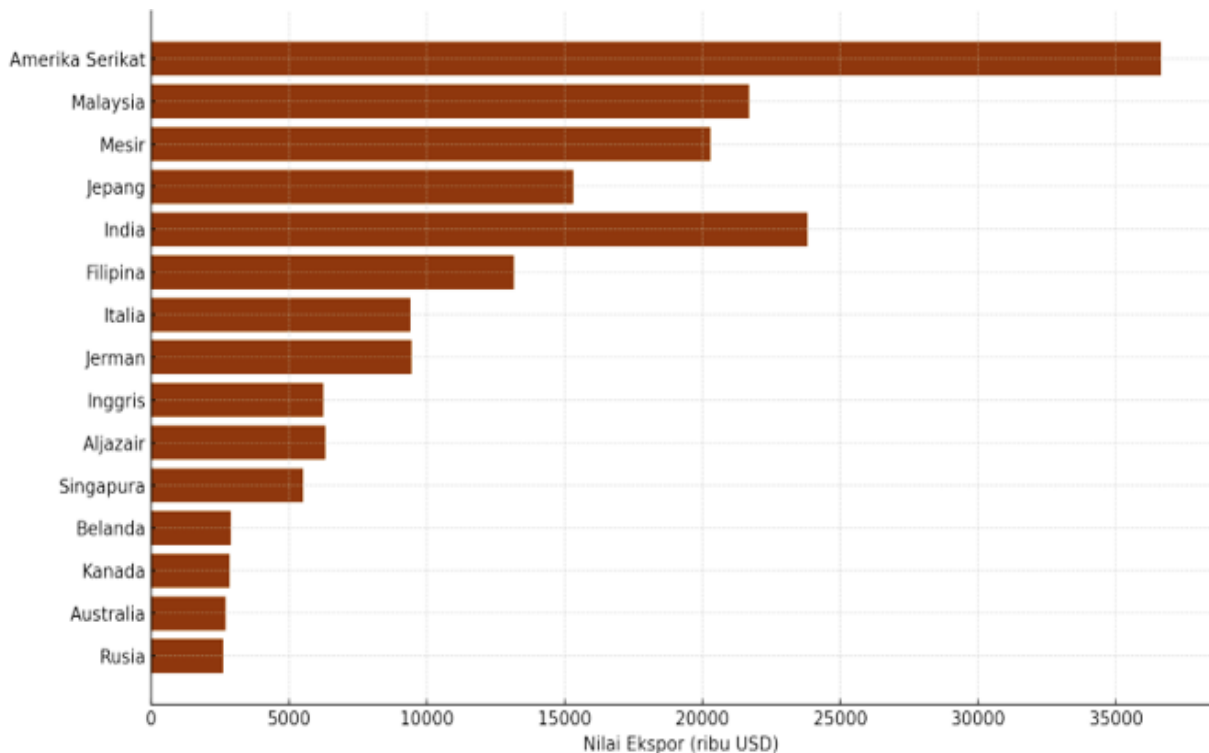
Catatan:

Diolah dari dokumen kepabeanaan Ditjen Bea dan Cukai (PEB dan PIB)

Ada perubahan pengelompokan komoditas, mengikuti perubahan korespondensi kode HS ke KBLI terbaru.

Berdasarkan tabel di atas, terlihat bahwa rata-rata volume ekspor kopi Indonesia ke Jepang selama periode 2020 hingga 2023 adalah sekitar 25,00%. Volume ekspor kopi Indonesia ke Jepang menunjukkan penurunan, dengan angka terendah pada tahun 2023 yaitu 18,04%, dan angka tertinggi terjadi pada tahun 2021 ketika volume ekspor kopi mencapai 32,15%. (Ekonomi et al., 2021).

“Ekspor Kopi Indonesia ke Negara Tujuan Utama (2023)” menunjukkan bahwa Amerika Serikat merupakan pengimpor terbesar kopi Indonesia dengan nilai hampir 36.000 ribu USD, diikuti oleh Malaysia, Mesir, dan India yang juga mencatat nilai ekspor di atas 22.000 ribu USD, sementara Jepang yang sebelumnya merupakan pasar utama mengalami penurunan ke posisi menengah dengan nilai ekspor sekitar 15.316,8 ribu USD, disusul oleh Filipina, negara-negara Eropa seperti Italia, Jerman, dan Inggris dengan nilai antara 4.000–10.000 ribu USD, serta negara-negara lain seperti Aljazair, Singapura, Belanda, Kanada, Australia, dan Rusia yang berada di peringkat bawah dengan nilai ekspor di bawah 6.000 ribu USD, menggambarkan bahwa pasar kopi Indonesia di tahun 2023 didominasi oleh negara-negara Asia dan Amerika, sementara negara-negara Eropa dan beberapa negara lainnya menunjukkan tren permintaan yang lebih rendah.



Sumber: BPS (Badan Pusat Statistik).

Gambar 1. Grafik Ekspor Kopi Indonesia ke Negara Tujuan Utama (2023).

Berdasarkan grafik di atas, dapat disimpulkan bahwa Amerika Serikat merupakan negara tujuan utama ekspor kopi Indonesia dengan nilai ekspor tertinggi, diikuti oleh Malaysia, Mesir, Jepang, India, dan Filipina, sementara negara-negara seperti Italia, Jerman, Inggris, Aljazair, Singapura, Belanda, Kanada, Australia, dan Rusia juga menjadi tujuan ekspor namun dengan nilai yang lebih kecil, sehingga menunjukkan bahwa pasar ekspor kopi Indonesia sangat kuat di Amerika dan Asia, tetapi tetap tersebar ke berbagai negara di Eropa, Afrika, dan Australia, yang menandakan pentingnya diversifikasi pasar serta besarnya peluang pertumbuhan ekspor kopi Indonesia secara global.

Jepang menempati posisi keempat sebagai negara tujuan utama ekspor kopi Indonesia pada tahun 2023, dengan nilai ekspor kopi Indonesia ke Jepang mengalami penurunan signifikan dibanding tahun-tahun sebelumnya, dengan nilai ekspor tercatat sebesar 15.316,8 ribu USD, menurun dari 18.813,5 ribu USD pada 2022, dan jauh lebih rendah dibanding capaian tertinggi pada 2021 yang mencapai 27.297,0 ribu USD; tren penurunan ini mengindikasikan adanya perubahan dinamika pasar di Jepang yang kemungkinan disebabkan oleh meningkatnya persaingan dari negara eksportir kopi lain seperti Brasil dan Vietnam, perubahan preferensi konsumen Jepang terhadap kopi lokal atau jenis kopi tertentu, serta potensi penyesuaian dalam kebijakan impor atau tekanan ekonomi domestik yang berdampak pada permintaan kopi dari Indonesia, meskipun Jepang masih tetap menjadi salah satu negara tujuan utama ekspor kopi Indonesia di kawasan Asia Timur.

Perdagangan Antara Indonesia – Jepang

Dengan luas lahan total -2 di dunia, Sebagai negara penghasil kopi, Indonesia berada di posisi keempat dunia setelah Brasil, Vietnam, dan Kolombia. Di sisi lain, Indonesia memiliki dua koleksi kopi terbesar di dunia berdasarkan berapa lama orang menghabiskan waktu untuk memakannya. Total luas lahan kopi adalah 1.265.930 ha. Jika produktivitas dapat ditingkatkan

menjadi 1 ton/ha, maka produksi nasional akan meningkat secara signifikan. (Brasil dan lainnya, 2023)

Ada banyak potensi bagi industri kopi Indonesia. Terutama karena kopi Indonesia semakin populer di pasar Eropa dan Amerika. Secara umum, konsep spesialisasi kopi sangat sederhana. Dengan kata lain, ini adalah iklim mikro geografis khusus yang memungkinkan Anda membuat biji kopi dengan rasa yang unik. Kopi khusus memiliki rasa yang tidak salah lagi dan tumbuh di daerah-daerah tertentu yang diketahui tidak hanya oleh komunitas rumah tangga tetapi juga oleh komunitas internasional. Contoh spesialisasi kopi Indonesia termasuk kopi traya, kopi, kopi gaio, kopi java, kopi priangar, barikintanani-coffee, kopi flores dan kopi papua. Harga kopi khusus tidak hanya memiliki karakteristik dan kualitas tinggi, tetapi mereka juga lebih tinggi dari jenis kopi biasa. Di Indonesia, perubahan dicatat dalam tren dari tahun 2001 hingga 2020, dari 2013 hingga 2019, karena konsumsi kopi tanah. Data baru tentang konsumsi kopi segera akan tersedia pada tahun 2015. Kopi (Kopi Kemasan) melalui implementasi kebijakan pemerintah yang terkait dengan Standar Nasional Indonesia (SNI) untuk kopi segera.

Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS). jumlah ekspor kopi Indonesia ke Jepang beberapa tahun terakhir yaitu: 2020: 23,471.6 ton, 2021: 27,297.0 ton, 2022: 18,813.5 ton, 2023: 15,316.8 ton. Dan nilai ekspor kopi Indonesia ke Jepang dalam beberapa tahun terakhir yaitu: 2020: US\$ 55,9 juta, 2021: US\$ 65,4 juta, 2022: US\$ 59,0 juta, 2023: US\$ 63,0 juta. (Bps.go.id, 2024)

Peluang Perdagangan

Meningkatnya konsumsi kopi di Jepang dapat dikaitkan dengan sejumlah faktor, termasuk perubahan gaya hidup masyarakat yang disebabkan oleh westernisasi yang mengakibatkan minimnya konsumsi kopi. Kopi atau seduh kopi, Jenis kopi yang dikonsumsi di Jepang sangat beragam, mencakup biji kopi panggang, kopi giling (hasil dari proses pemanggangan dan penggilingan).

Tren konsumsi kopi di Jepang menunjukkan kecenderungan meningkat. Pada tahun 2015, total konsumsi kopi tercatat sebesar 461.700 kg, meningkat menjadi 472.320 kg pada tahun 2016, dan angka tersebut tetap stabil di tahun 2017. Mayoritas kopi yang diimpor ke Jepang berupa biji kopi mentah (green beans), yang pada tahun 2017 menyumbang sekitar 86,7% dari total impor. Sementara itu, kopi olahan seperti kopi biasa dan kopi instan masing-masing menyumbang sekitar 6,5% dan 6,8% dari total impor pada tahun yang sama.

Beberapa jenis kopi berkualitas tinggi yang populer di pasar Jepang antara lain Kona dari Hawaii, Blue Mountain dari Jamaika, kopi Brazil, kopi Mandailing, serta Kopi Toraja yang berasal dari Indonesia. Kopi-kopi ini dikenal karena cita rasanya yang khas dan menjadi bagian dari segmen premium dalam pasar kopi Jepang. (Sitanini & rekan, 2020).

Tantangan Industri Kopi

Indonesia menjadi salah satu sentra produksi kopi terbesar di dunia, tetapi masih ada beberapa tantangan ketika mengekspor kopi dari Indonesia. Tantangannya adalah perbedaan antara kopi berkualitas tinggi. Tantangan lainnya adalah pengemasan dan pengemasan kopi yang sangat terbatas, yang juga dapat mempengaruhi kualitas kopi yang diekspor. Pemerintah Indonesia telah mengambil sejumlah langkah untuk meningkatkan ekspor kopi negaranya. Indikator ini mencakup peningkatan nyata dalam kualitas kopi, peningkatan pengiriman dan penerimaan kopi, serta peningkatan akses terhadap pasar kopi Indonesia.

Permasalahan lainnya yang dihadapi oleh industri kopi Indonesia meliputi: Keberadaan sikap dalam menanggapi permintaan untuk pertumbuhan ekonomi domestik serta perubahan dalam lingkungan ekonomi global (misalnya, dampak dari liberalisasi ekonomi atau perubahan mendasar di pasar produk pertanian internasional). Selain itu, terdapat pergeseran dalam permintaan yang lebih menekankan pada mutu tinggi, ukuran yang konsisten, jumlah yang

banyak, kesinambungan produk, dampak ramah lingkungan, dan harga yang bersaing. Di sisi penawaran, fokus produksi terhambat oleh penyusutan lahan produktif, fluktuasi iklim akibat perubahan global. Pengetahuan tentang keinginan konsumen sangat penting agar produk kopi dan variannya dapat bersaing dengan baik. Selanjutnya, penting untuk mempertimbangkan faktor lingkungan dan hak asasi manusia saat membuat keputusan ekonomi. Terakhir, adanya negara-negara pesaing yang memiliki produk dan komoditas serupa seperti India dan Vietnam (Daspar et al., 2024).

Program dan Strategi dari Kementerian Pertanian

Berdasarkan ketentuan yang telah disebutkan, Kementerian Pertanian dalam Buku Rencana Strategis Direktorat Jenderal Perkebunan untuk periode 2021–2024 menyampaikan bahwa strategi untuk memajukan subsektor perkebunan adalah "menciptakan produk perkebunan nasional yang memiliki nilai tambah dan daya saing." Sasaran utama dari strategi ini adalah untuk meningkatkan jumlah pangan yang berasal dari sektor perkebunan serta ekspor produk dari perkebunan.

- a. Sedangkan program dan layanan yang ditawarkan Renstra adalah sebagai berikut: Menyediakan tanaman perkebunan yang memadai dan bermutu;
- b. Menerapkan praktik terbaik budidaya yang sejalan dengan GAP untuk mencapai efisiensi di bidang ini;
- c. Optimalisasi pemanfaatan dampak perubahan iklim dan organisme pengganggu tanaman untuk mengurangi risiko panen.

SIMPULAN

Secara keseluruhan, upaya peluang ekspor kopi Indonesia ke Jepang memerlukan strategi yang holistik dan terintegrasi. Penelitian menunjukkan bahwa meskipun Indonesia memiliki potensi besar sebagai salah satu produsen kopi utama dunia, tren ekspor kopi ke Jepang cenderung menurun dalam beberapa dekade terakhir. Penurunan ini dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti daya saing yang masih sedang, dominasi ekspor kopi robusta yang memiliki nilai tambah lebih rendah, serta tantangan regulasi dan non-tariff barriers dari pemerintah Jepang.

Untuk mengatasi tantangan tersebut, diperlukan peningkatan kualitas produk, kepatuhan terhadap regulasi impor Jepang, serta pengembangan hilirisasi produk kopi agar dapat memberikan nilai tambah dan memperluas pasar. Kerjasama internasional, promosi produk kopi Indonesia di Jepang, serta pendidikan dan pelatihan bagi petani juga menjadi kunci utama untuk memperkuat daya saing di pasar global.

Dengan strategi yang tepat dan koordinasi yang baik antara pemerintah, petani, dan pelaku industri, potensi kopi Indonesia di pasar Jepang dapat terus ditingkatkan dan memberikan kontribusi signifikan bagi perekonomian nasional.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik. (2024). Perkembangan Ekspor Impor Desember 2023. *Berita Resmi Statistik*, No. 06/01/(06), 10.
- Bps.go.id. (2024). Ekspor Kopi Menurut Negara Tujuan Utama, 2000-2023. *Bps.Go.Id*, 5–12. <https://www.bps.go.id/id/statistics-table/1/MTAxNCMx/ekspor-kopi-menurut-negara-tujuan-utama--2000-2022.html>
- Daspar, Widiya, E. A., Ayuningtyas, N., Wahyuningrum, N., & Sonia, R. (2024). Analisa Potensi dan Tantangan Ekspor Komoditas Kopi Indonesia ke Malaysia. *JEBO - Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Digital*, 02(01), 1–7.
- Ekonomi, P., Ekonomi, F., & Bisnis, D. (2021). Analisis faktor faktor yang mempengaruhi ekspor kopi Indonesia ke Jepang Periode 2000-2017 Eko Purwanto*; Erfit; Candra Mustika. *Journal Perdagangan Industri Dan Moneter*, 9(1), 2303–1204.
- Sitanini, A., Sutanto, A., & Wijayanti, I. K. E. (2020). Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi

Volume Ekspor Kopi Indonesia Ke Jepang. *JSEP (Journal of Social and Agricultural Economics)*, 13(3), 253. <https://doi.org/10.19184/jsep.v13i3.18724>

Wibowo, A. Y. (2022). Keunggulan Komparatif Pada Produk Perdagangan Kopi, Teh, Dan Rempah-Rempah Antara Indonesia Dengan Jepang Pada *Researchgate.Net, December*. https://www.researchgate.net/profile/Ardyla-Yuanita-Wibowo/publication/366657840_KEUNGGULAN_KOMPARATIF_PADA_PRODUK_PERDAGANGAN_KOPI_TEH_DAN_REMPAH-REMPAH_ANTARA_INDONESIA_DENGAN_JEPANG_PADA_PERIODE_2020_Ardyla_Yuanita_Wibowo/links/63ad29aea03100368a37ac90