

ANALIS PELUANG STRATEGIS DAN TREN EKSPOR KOPI INDONESIA DI PASAR APEC (STUDI KASUS EKSPOR KOPI INDONESIA KE JEPANG)

Putri Apriliani¹, Daspar²

putriapriliani0990@gmail.com¹, daspar@pelitabangsa.ac.id²

Universitas Pelita Bangsa

ABSTRAK

Jepang merupakan salah satu mitra dagang utama Indonesia di kawasan Asia- Pasifik, dengan permintaan yang tinggi terhadap produk-produk pertanian tropis bernilai tambah, termasuk kopi. Penelitian ini membahas tren ekspor kopi Indonesia ke Jepang selama periode 2019–2023, serta menganalisis peluang dan strategi yang dapat dikembangkan untuk memperkuat posisi kopi Indonesia di pasar tersebut. Meskipun ekspor total Indonesia ke Jepang mengalami fluktuasi dalam periode tersebut, tren ekspor kopi menunjukkan peningkatan yang positif. Hal ini didukung oleh preferensi konsumen Jepang terhadap produk kopi spesialti, organik, dan berkelanjutan. Melalui pemanfaatan kerja sama bilateral seperti Indonesia–Japan Economic Partnership Agreement (IJEPA), serta penerapan strategi peningkatan kualitas produk, sertifikasi, branding, dan promosi yang lebih agresif, Indonesia memiliki peluang besar untuk memperluas pangsa pasar kopi di Jepang. Penelitian ini menekankan pentingnya sinergi antara pemerintah, pelaku usaha, dan asosiasi dalam mengatasi hambatan ekspor serta mendorong transformasi industri kopi nasional menuju arah yang lebih kompetitif dan berkelanjutan.

Kata kunci: Ekspor Kopi, Jepang, Perdagangan Internasional, Keberlanjutan, Strategi Dagang.

ABSTRACT

Japan is one of Indonesia's key trading partners in the Asia-Pacific region, with a high demand for high-value tropical agricultural products, including coffee. This study examines the trend of Indonesian coffee exports to Japan from 2019 to 2023 and analyzes the opportunities and strategic approaches to strengthen Indonesia's position in the Japanese market. Despite fluctuations in Indonesia's total exports to Japan during the period, coffee exports showed a positive growth trend. This is supported by Japanese consumer preferences for specialty, organic, and sustainably sourced coffee products. By leveraging bilateral agreements such as the Indonesia– Japan Economic Partnership Agreement (IJEPA), and implementing strategies focused on product quality improvement, certification, branding, and aggressive promotion, Indonesia has a strong opportunity to expand its coffee market share in Japan. This study highlights the importance of synergy among the government, businesses, and trade associations in overcoming export barriers and advancing the national coffee industry toward greater competitiveness and sustainability.

Keywords: Coffee Export, Japan, International Trade, Sustainability, Trade Strategy.

PENDAHULUAN

Hubungan perdagangan antara Indonesia dan Jepang memiliki sejarah panjang dan strategis yang telah terjalin sejak awal kemerdekaan Indonesia. Salah satu tonggak penting dalam kerja sama ekonomi kedua negara adalah penandatanganan Indonesia–Japan Economic Partnership Agreement (IJEPA) pada tahun 2007. Perjanjian ini dirancang untuk memperkuat kemitraan ekonomi melalui pengurangan hambatan tarif, peningkatan akses pasar, investasi, dan kerja sama teknis di berbagai sektor, termasuk sektor pertanian dan perkebunan seperti kopi. IJEPA telah membuka peluang besar bagi produk-produk unggulan Indonesia untuk memasuki pasar Jepang, termasuk kopi yang merupakan salah satu komoditas strategis Indonesia (Ardiyanti, 2015).

Jepang, sebagai salah satu ekonomi terbesar di dunia dan mitra dagang utama Indonesia di kawasan Asia Timur, menunjukkan permintaan yang konsisten dan meningkat terhadap produk pertanian tropis. Dalam konteks ini, kopi menjadi salah satu

produk yang memiliki potensi besar, mengingat konsumsi kopi di Jepang mengalami peningkatan signifikan setiap tahunnya. Jepang dikenal memiliki budaya konsumsi kopi yang kuat, dengan kecenderungan yang terus berkembang terhadap produk kopi berkualitas tinggi seperti kopi single origin, kopi organik, dan kopi yang telah memenuhi standar keberlanjutan lingkungan dan sosial. Preferensi konsumen Jepang yang sangat selektif menjadi indikator bahwa pasar Jepang merupakan target yang menjanjikan sekaligus menantang (Antara, 2023).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Indonesia merupakan salah satu produsen kopi terbesar di dunia, dan memainkan peran penting dalam industri kopi global. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS), produksi kopi Indonesia menunjukkan tren yang relatif stabil selama periode 2019 hingga 2023, meskipun mengalami sedikit fluktuasi setiap tahunnya. Berikut data produksi kopi Indonesia selama lima tahun terakhir 2019-2022 dapat dilihat pada Tabel 1.

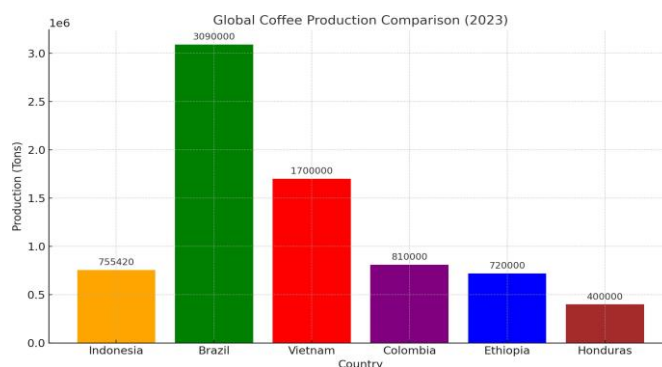
Tabel 1. Jumlah produksi kopi (ton) di Indonesia tahun 2019-2023.

Tahun	Produksi Kopi (Ton)
2019	742.469
2020	757.290
2021	780.869
2022	770.987
2023	755.420

Sumber: Statistik Kopi Indonesia 2024 (diolah)

Produksi kopi ini tersebar di berbagai wilayah utama, seperti Sumatra, Jawa, Sulawesi, dan Flores, yang masing-masing memiliki karakteristik rasa dan kualitas tersendiri. Sumatra dikenal dengan kopi jenis arabika dan robusta yang kuat, sedangkan Jawa menghasilkan kopi dengan cita rasa yang seimbang. Sulawesi terkenal dengan kopi Torajanya yang memiliki kompleksitas rasa tinggi, sementara Flores memberikan cita rasa unik dari ketinggian dan tanah vulkanik.

Dalam konteks global, Indonesia bersaing dengan negara-negara produsen utama seperti Brasil, Vietnam, Kolombia, Ethiopia, dan Honduras. Meskipun dominasi pasar kopi global masih dikuasai oleh negara-negara di Amerika Latin dan Afrika, kawasan Asia Tenggara—khususnya Indonesia—semakin menunjukkan kekuatannya, terutama karena meningkatnya permintaan terhadap kopi spesialti, kopi organik, dan kopi yang diproduksi secara berkelanjutan (BPS 2025).



Gambar 1. Produsen kopi terbesar didunia 2023

Sumber: BPS 2025 (diolah)

Dalam kerangka kerja sama regional, Indonesia juga aktif dalam forum ekonomi internasional seperti Asia-Pacific Economic Cooperation (APEC) yang turut memperkuat

posisi strategis Indonesia dalam perdagangan global. Keanggotaan ini memberikan ruang lebih luas bagi Indonesia untuk menjalin kerja sama ekonomi dan perdagangan dengan negara-negara anggota lainnya, termasuk Jepang. Melalui forum seperti APEC, Indonesia dapat memanfaatkan peluang untuk meningkatkan ekspor, mendorong investasi, serta memperkuat daya saing produk-produk unggulan nasional di pasar internasional (Cahyaningtyas & Aminata, 2020).

Namun demikian, potensi besar ekspor kopi Indonesia ke Jepang tidak terlepas dari sejumlah tantangan struktural dan teknis. Dari sisi internal, beberapa kendala yang masih dihadapi meliputi rendahnya produktivitas petani kopi, kurangnya adopsi teknologi pascapanen yang modern, ketergantungan pada ekspor kopi mentah, serta belum meratanya penerapan standar mutu dan sertifikasi internasional. Selain itu, terdapat variasi kualitas yang cukup tinggi antar daerah produsen, yang sering kali menjadi kendala dalam konsistensi pasokan produk berkualitas untuk kebutuhan ekspor.

Sementara dari sisi eksternal, Jepang sebagai pasar tujuan ekspor memiliki standar yang sangat ketat. Konsumen Jepang tidak hanya menilai dari segi cita rasa, tetapi juga memperhatikan aspek lingkungan, sosial, dan keberlanjutan dalam proses produksi kopi. Untuk dapat bersaing di pasar ini, para pelaku usaha kopi di Indonesia dituntut untuk memenuhi sertifikasi internasional seperti Japanese Agricultural Standard (JAS), Fair Trade, Rainforest Alliance, dan lainnya. Tak hanya itu, pendekatan branding dan promosi juga harus dikembangkan secara strategis, dengan mengangkat nilai-nilai lokal serta mengadaptasi narasi pemasaran yang sesuai dengan preferensi budaya konsumen Jepang.

Selama periode 2019 hingga 2023, volume ekspor kopi Indonesia ke Jepang mengalami fluktuasi yang cukup signifikan. Pada tahun 2019, ekspor kopi mencapai puncaknya sebesar 25.587,8 ton. Namun, angka ini menurun menjadi 23.471,6 ton pada tahun 2020, kemungkinan besar dipengaruhi oleh gangguan rantai pasok dan penurunan aktivitas perdagangan global akibat pandemi COVID-

19. Tahun 2021 mencatatkan pemulihan dengan volume naik menjadi 27.297,0 ton, menandakan adanya peningkatan permintaan setelah pembatasan pandemi mulai dilonggarkan. Sayangnya, tren positif ini tidak berlanjut, karena volume ekspor kembali menurun pada tahun 2022 (18.813,5 ton) dan 2023 (15.316,8 ton), mencerminkan tantangan berkelanjutan dalam produksi dan distribusi kopi Indonesia (Kementrian Pertanian 2024).

Berbeda dengan volume, nilai ekspor kopi Indonesia ke Jepang menunjukkan kestabilan bahkan cenderung meningkat di tengah penurunan volume. Pada tahun 2019, nilai ekspor berada pada angka tertinggi yaitu sebesar 68,52 juta USD. Nilai ini sempat menurun menjadi 55,92 juta USD pada tahun 2020 seiring dengan turunnya volume, namun kembali naik menjadi 65,43 juta USD pada 2021. Menariknya, meskipun volume ekspor pada 2023 mencapai titik terendah dalam lima tahun terakhir (15.316,8 ton), nilai ekspor justru naik menjadi 63,03 juta USD. Hal ini mengindikasikan adanya peningkatan harga rata-rata kopi per ton, yang dapat disebabkan oleh pergeseran ke jenis kopi dengan kualitas lebih tinggi atau peningkatan harga pasar global (Kementrian Pertanian 2024).

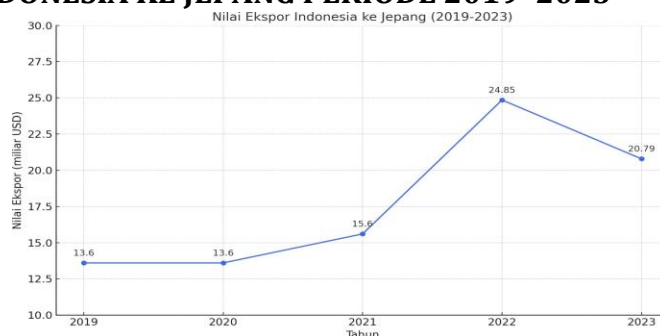


Gambar 2. Volume dan Nilai Ekspor Kopi Indonesia ke Jepang 2019-2023

Sumber: BPS 2025 (diolah)

Perbandingan antara volume dan nilai ekspor menunjukkan bahwa kinerja ekspor kopi Indonesia ke Jepang lebih dipengaruhi oleh nilai jual dan kualitas produk daripada kuantitas semata. Penurunan volume yang tidak diikuti oleh penurunan nilai ekspor secara drastis menandakan adanya peningkatan efisiensi dalam strategi ekspor, yakni dengan menargetkan segmen pasar premium yang lebih mengutamakan mutu. Jepang sebagai pasar dengan preferensi terhadap kopi berkualitas tinggi, seperti kopi organik, single origin, atau kopi dengan sertifikasi keberlanjutan, menjadi sasaran yang tepat bagi strategi ini. Ini membuka peluang besar bagi pelaku usaha kopi Indonesia untuk fokus pada kualitas dan branding produk, bukan hanya pada volume produksi.

TREN EKSPOR INDONESIA KE JEPANG PERIODE 2019-2023



Gambar 3. Nilai ekspor Indonesia ke Jepang 2019-2023

Sumber: Kementerian Perdagangan dan Badan Pusat Statistik 2025 (diolah)

Jepang merupakan salah satu mitra dagang strategis Indonesia di Kawasan Asia-Pasifik, dengan kontribusi signifikan terhadap nilai ekspor nasional. Dalam rentang waktu lima tahun terakhir, yakni periode 2019 hingga 2023, tren ekspor Indonesia ke Jepang menunjukkan dinamika yang cukup menarik, mencerminkan respons terhadap kondisi ekonomi global, perubahan preferensi pasar, dan kebijakan perdagangan

bilateral yang berlaku.

Pada tahun 2019 dan 2020, nilai ekspor Indonesia ke Jepang tercatat relatif stabil, berada di kisaran US\$13,6 miliar. Stabilitas ini terbilang positif mengingat tahun 2020 merupakan masa puncak pandemi COVID-19 yang menyebabkan guncangan ekonomi global, termasuk terganggunya rantai pasok internasional dan menurunnya permintaan global. Namun demikian, Jepang tetap mempertahankan permintaan atas beberapa komoditas unggulan dari Indonesia, seperti batu bara, produk hasil laut, serta bahan baku industri manufaktur. Penelitian oleh (Fernando et al., 2023) dalam jurnal YUME: Journal of Management menganalisis hambatan ekspor-impor dan dampak bisnis COVID-19 antara Indonesia dan Jepang. Mereka menemukan bahwa meskipun terdapat hambatan seperti tarif, regulasi, dan perbedaan budaya, beberapa sektor seperti industri kesehatan dan teknologi informasi tetap bertahan dan bahkan meningkat selama pandemi (Ardiyani et al., 2012).

Memasuki tahun 2021, dengan mulai terkendalinya pandemi di berbagai belahan dunia, aktivitas ekonomi global perlahan pulih. Indonesia pun mencatatkan kenaikan ekspor ke Jepang sebesar US\$15,6 miliar, meningkat sekitar 14,7% dibanding tahun sebelumnya. Peningkatan ini didorong oleh membaiknya permintaan terhadap produk-produk Indonesia, khususnya dari sektor pertambangan, pertanian, dan perikanan. Pemerintah Indonesia juga aktif melakukan promosi dagang dan diplomasi ekonomi melalui berbagai platform perdagangan internasional (Kemendag RI, 2021).

Tahun 2022 menjadi titik tertinggi bagi ekspor Indonesia ke Jepang selama lima tahun terakhir. Nilai ekspor melonjak drastis hingga mencapai US\$24,85 miliar, meningkat lebih dari 59% dari tahun sebelumnya. Lonjakan ini terutama dipengaruhi oleh harga komoditas yang meningkat tajam di pasar global, khususnya batu bara dan nikel, yang merupakan produk unggulan ekspor Indonesia. Selain itu, produk olahan hasil pertanian dan kehutanan seperti kayu, karet, dan kopi juga mengalami peningkatan permintaan dari Jepang. Keberhasilan ini tidak lepas dari strategi diversifikasi pasar dan peningkatan daya saing produk ekspor nasional (BPS, 2023).

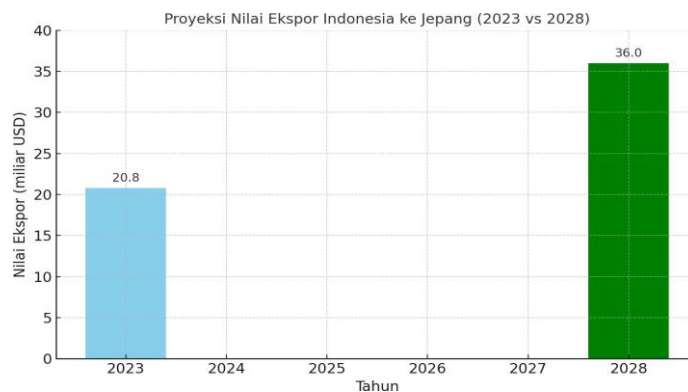
Namun, pada tahun 2023, ekspor Indonesia ke Jepang mengalami penurunan menjadi US\$20,79 miliar, turun sekitar 16,35% dibandingkan tahun sebelumnya. Penurunan ini mencerminkan dampak dari beberapa faktor eksternal, antara lain: fluktuasi harga komoditas global, tekanan geopolitik internasional (seperti konflik Rusia-Ukraina dan ketegangan di Laut Tiongkok Selatan), serta ketidakpastian ekonomi pasca-pandemi yang masih memengaruhi pola konsumsi dan investasi di Jepang. Selain itu, tantangan logistik dan meningkatnya standar kualitas produk juga turut memengaruhi kinerja ekspor Indonesia (JETRO, 2023; Kemendag RI, 2024).

Secara keseluruhan, pada tahun 2023 Jepang tetap menjadi negara tujuan ekspor terbesar ketiga bagi Indonesia, setelah Tiongkok dan Amerika Serikat. Nilai ekspor ke Jepang sebesar US\$20.786,2 juta menempatkan negara tersebut sebagai penyumbang devisa penting dalam sektor perdagangan internasional Indonesia (BPS, 2024). Sebanyak 73,57% dari total ekspor Indonesia pada tahun 2023 dipasarkan ke negara-negara anggota APEC, yang mencakup Jepang, Tiongkok, Korea Selatan, dan negara-negara ASEAN. Namun, total ekspor Indonesia ke kawasan APEC menurun 11,05% dibandingkan tahun 2022, menunjukkan adanya tekanan yang cukup besar pada perdagangan kawasan Asia-Pasifik.

PELUANG DAN STRATEGI KE DEPAN

Meskipun nilai ekspor Indonesia ke Jepang mengalami penurunan pada tahun 2023, prospek kerja sama dagang antara kedua negara tetap menunjukkan potensi strategis yang sangat menjanjikan, khususnya dalam jangka menengah hingga panjang.

Jepang merupakan pasar dengan tingkat konsumsi yang tinggi terhadap berbagai produk tropis, olahan berkualitas tinggi, dan produk dengan karakteristik nilai tambah. Di antara produk-produk tersebut, komoditas unggulan seperti kopi, teh, rempah-rempah, produk pertanian organik, serta hasil olahan kayu dan makanan tropis khas Indonesia memiliki daya tarik tersendiri bagi konsumen Jepang. Pada tahun 2023, nilai ekspor Indonesia ke Jepang tercatat sebesar US\$20,8 miliar. Namun, dengan pembaruan Protokol Indonesia–Japan Economic Partnership Agreement (IJEPA) yang disepakati pada Agustus 2024, Kementerian Perdagangan RI menargetkan peningkatan nilai ekspor hingga US\$36 miliar pada tahun 2028, atau naik sekitar 58–60% dari nilai sebelumnya. Pembaruan ini mencakup perluasan akses pasar untuk 112 pos tarif dari Jepang, termasuk produk pertanian seperti pisang dan nanas, serta produk makanan dan minuman yang akan dibebaskan tarif (Kemendag 2025).



Gambar 4. Proyeksi nilai ekspor Indonesia ke Jepang 2023 vs 2028

Sumber: Kementerian Perdagangan 2025 (diolah)

Salah satu ciri khas utama pasar Jepang adalah kecenderungan konsumen terhadap produk yang memenuhi standar kualitas yang tinggi, keamanan pangan yang ketat, dan sertifikasi keberlanjutan. Dalam beberapa tahun terakhir, konsumen Jepang semakin sadar akan pentingnya kesehatan, keberlanjutan lingkungan, dan etika produksi. Hal ini tercermin dalam meningkatnya permintaan terhadap produk-produk organik, fair trade, dan eco-label.

Produk kopi Indonesia, misalnya, memiliki peluang besar untuk merambah pasar premium di Jepang apabila memenuhi spesifikasi tersebut. Kopi asal Sumatra, Jawa, Bali, dan Sulawesi yang memiliki cita rasa khas dapat diposisikan sebagai kopi spesialti yang memiliki nilai tambah tinggi. Namun, untuk menembus segmen pasar ini, produsen dan eksportir Indonesia harus mampu memenuhi persyaratan mutu yang ketat, seperti konsistensi rasa, proses pascapanen yang higienis, traceability (ketelusuran produk), serta sistem sertifikasi yang diakui secara internasional (seperti Rainforest Alliance, USDA Organic, atau JAS - Japanese Agricultural Standard).

Pasar Jepang dikenal memiliki standar mutu yang tinggi untuk produk kopi. Menurut informasi dari Kementerian Perdagangan Indonesia, persyaratan mutu kopi di Jepang diatur oleh berbagai undang-undang dan regulasi, termasuk standar keamanan pangan dan sertifikasi organik. Produk kopi yang diekspor ke Jepang harus memenuhi spesifikasi seperti kebersihan, bebas dari kontaminan, dan memiliki sertifikasi yang diakui secara internasional.

Sertifikasi seperti Rainforest Alliance, USDA Organic, dan JAS memainkan peran penting dalam meningkatkan daya saing kopi Indonesia di pasar internasional. Sertifikasi ini tidak hanya menjamin kualitas dan keberlanjutan produk, tetapi juga meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk kopi Indonesia. Penelitian oleh

(Ardiyani et al., 2012) menunjukkan bahwa sertifikasi kopi berkelanjutan dapat meningkatkan pendapatan petani dan menjaga kelestarian lingkungan, yang merupakan nilai tambah di pasar premium (Ardiyani et al., 2012). Untuk memaksimalkan potensi ekspor ke Jepang, dibutuhkan serangkaian strategi yang holistik, terintegrasi, dan adaptif terhadap dinamika pasar internasional. Beberapa strategi utama yang dapat diterapkan antara lain:

1. Peningkatan Kualitas dan Standar Produk

Pemerintah melalui Kementerian Pertanian, Kementerian Perdagangan, dan instansi terkait perlu terus mendorong pelatihan dan pendampingan kepada petani serta pelaku UMKM agar dapat menghasilkan produk yang memenuhi standar ekspor Jepang. Penggunaan teknologi pascapanen, penerapan Good Agricultural Practices (GAP), dan sistem kontrol mutu terpadu menjadi krusial untuk menjaga konsistensi produk yang akan diekspor.

2. Sertifikasi dan Penelusuran Produk

Untuk menembus pasar Jepang, produk ekspor Indonesia sebaiknya memiliki sertifikat yang diakui oleh pemerintah Jepang, seperti sertifikasi JAS untuk produk organik. Selain itu, sistem penelusuran asal produk (traceability) yang jelas menjadi nilai tambah penting untuk membangun kepercayaan konsumen Jepang terhadap produk Indonesia.

3. Penguatan Branding Produk Indonesia

Selama ini, banyak produk Indonesia yang dijual tanpa identitas merek yang kuat di pasar Jepang. Oleh karena itu, strategi nation branding seperti kampanye “Wonderful Indonesia” atau “Indonesia Spice Up the World” perlu didukung oleh promosi produk ekspor secara kreatif dan profesional, termasuk memperkenalkan keunikan cerita di balik produk (storytelling), asal-usul daerah, serta keunggulan budayanya.

4. Promosi dan Partisipasi dalam Pameran Internasional

Keikutsertaan aktif dalam pameran perdagangan internasional seperti FOODEX Japan, Japan Coffee Festival, dan ASEAN Trade Expo menjadi salah satu sarana penting untuk memperluas jejaring dagang dan memperkenalkan produk secara langsung kepada buyer Jepang. Pemerintah juga dapat memfasilitasi business matching antara eksportir Indonesia dengan distributor, importir, dan pelaku ritel besar di Jepang.

5. Pemanfaatan Perjanjian Dagang Bilateral dan Regional

Indonesia telah menjadi bagian dari berbagai perjanjian perdagangan bebas, seperti Indonesia–Japan Economic Partnership Agreement (IJEPA) dan Regional Comprehensive Economic Partnership (RCEP). Optimalisasi fasilitas preferensi tarif, penyederhanaan prosedur ekspor, dan perlindungan hak atas kekayaan intelektual (HAKI) akan semakin memperkuat daya saing produk Indonesia di pasar Jepang.

6. Penguatan Diplomasi Ekonomi dan Dukungan Logistik

Peran perwakilan dagang Indonesia di Jepang (Atase Perdagangan, ITPC Osaka dan Tokyo) sangat penting dalam mendukung promosi produk dan memfasilitasi penghapusan hambatan non-tarif. Selain itu, peningkatan efisiensi logistik dan penguatan infrastruktur ekspor, seperti pelabuhan ekspor dan fasilitas cold chain, juga harus menjadi perhatian agar biaya logistik tidak menggerus margin keuntungan.

Peningkatan kinerja ekspor ke Jepang tidak hanya menjadi tanggung jawab pemerintah pusat, melainkan memerlukan sinergi antara berbagai pihak: pelaku usaha,

asosiasi produsen, pemerintah daerah, lembaga riset dan inovasi, serta institusi pendidikan. Pendekatan kolaboratif ini akan mempercepat adaptasi terhadap tren pasar global sekaligus meningkatkan keberdayaan petani dan pelaku UMKM di daerah sebagai garda terdepan produksi.

Dengan strategi yang terintegrasi, didukung komitmen pada kualitas dan keberlanjutan, Indonesia memiliki peluang besar untuk memperkuat posisinya sebagai mitra dagang utama Jepang, sekaligus meningkatkan kontribusi sektor ekspor dalam mendukung pertumbuhan ekonomi nasional.

POTENSI EKSPOR KOPI INDONESIA KE JEPANG

Indonesia memiliki potensi besar dalam ekspor kopi ke Jepang, baik dari segi volume maupun nilai tambah produk. Sebagai salah satu produsen kopi terbesar di dunia, Indonesia dikenal memiliki keberagaman jenis kopi dengan karakteristik rasa yang khas dari berbagai daerah penghasil, seperti Gayo (Aceh), Toraja (Sulawesi), Kintamani (Bali), dan Flores (NTT). Potensi inilah yang menjadikan kopi Indonesia sangat kompetitif di pasar internasional, termasuk Jepang. Kopi Indonesia memiliki keunikan rasa yang khas dari berbagai daerah penghasil, seperti Gayo (Aceh), Toraja (Sulawesi), Kintamani (Bali), dan Flores (NTT). Keunikan ini menjadi nilai tambah yang dapat dimanfaatkan untuk memasuki pasar premium di Jepang. Namun, untuk menembus segmen pasar ini, produsen dan eksportir Indonesia harus mampu memenuhi persyaratan mutu yang ketat, seperti konsistensi rasa, proses pascapanen yang higienis, ketelusuran produk (*traceability*), serta sistem sertifikasi yang diakui secara internasional.



Gambar 5. Produksi kopi terbesar di Indonesia

Menurut Fikri Aldi Dwi Putro et al., (2024) ekspor kopi Indonesia ke Jepang menunjukkan daya saing yang sedang, dengan tren pertumbuhan yang menurun pada periode 2001–2022. Penurunan ini disebabkan oleh beberapa faktor, termasuk kualitas produk yang belum konsisten dan rendahnya pemanfaatan skema preferensi tarif dalam kerangka Indonesia–Japan Economic Partnership Agreement (IJEPA). Namun, dengan peningkatan kualitas dan pemanfaatan IJEPA, ekspor kopi Indonesia ke Jepang dapat ditingkatkan.

Pasar kopi di Jepang sendiri mengalami pertumbuhan yang stabil. Data dari International Coffee Organization (ICO) menunjukkan bahwa konsumsi kopi di Jepang mencapai lebih dari 7 juta kantong (sekitar 420 ribu ton) per tahun. Selain itu, Jepang merupakan importir kopi terbesar keempat di dunia, setelah Amerika Serikat, Jerman,

dan Italia. Ini mencerminkan besarnya peluang pasar yang dapat dimanfaatkan oleh Indonesia. Lebih lanjut, preferensi konsumen Jepang yang sangat menghargai kualitas, keunikan cita rasa, dan keberlanjutan dalam proses produksi menjadi peluang besar bagi kopi specialty Indonesia. Tren konsumen Jepang kini mulai bergeser dari kopi instan massal ke arah kopi single origin, organik, dan kopi specialty yang menawarkan pengalaman unik dalam setiap cangkirknya. Hal ini sejalan dengan karakteristik kopi Indonesia yang memiliki flavor note kompleks, serta proses budidaya yang sebagian besar masih tradisional dan alami.

Permintaan terhadap kopi Indonesia di Jepang juga didorong oleh meningkatnya kesadaran konsumen terhadap produk berkelanjutan dan sertifikasi mutu, seperti Fair Trade, Rainforest Alliance, dan Japanese Agricultural Standards (JAS). Produk kopi yang telah memenuhi standar-standar ini akan lebih mudah diterima dan memiliki harga jual lebih tinggi di pasar Jepang. Dalam laporan JETRO (2023), disebutkan bahwa minat terhadap kopi bersertifikasi dan organik di Jepang terus meningkat seiring pertumbuhan gaya hidup sehat dan etis. Pemerintah Indonesia melalui Kementerian Perdagangan dan Atase Perdagangan RI di Tokyo telah melakukan berbagai upaya untuk mendorong ekspor kopi, seperti melalui Trade Expo Indonesia, Foodex Japan, dan program business matching antara eksportir kopi Indonesia dan importir Jepang. Selain itu, banyak pelaku UMKM kopi di Indonesia yang kini telah mampu memproduksi kopi siap ekspor dengan kualitas kemasan dan narasi produk yang memenuhi ekspektasi pasar Jepang.

Meskipun peluang ekspor kopi ke Jepang sangat besar, masih ada tantangan yang perlu diatasi, seperti ketidakkonsistenan mutu biji kopi, keterbatasan sertifikasi internasional di tingkat petani, dan kebutuhan adaptasi terhadap preferensi pasar Jepang yang sangat spesifik. Untuk itu, diperlukan sinergi antara petani, pelaku industri, pemerintah, dan asosiasi kopi dalam meningkatkan kapasitas produksi dan standar mutu ekspor.

Analisis Strategis: Penguatan Ekspor Kopi Indonesia ke Pasar Jepang

Tren ekspor kopi Indonesia dalam beberapa tahun terakhir menunjukkan pertumbuhan yang positif, termasuk ke pasar Jepang. Periode 2019 hingga 2023 menandai fase kebangkitan baru dalam sektor ekspor kopi, didorong oleh meningkatnya permintaan global terhadap kopi dengan kualitas unggul, serta semakin tumbuhnya kesadaran konsumen terhadap aspek keberlanjutan dan cita rasa yang otentik. Jepang, sebagai salah satu negara konsumen kopi terbesar di Asia, memberikan peluang yang signifikan bagi Indonesia untuk memperluas pangsa pasar, terutama di segmen kopi spesialti dan organik.

Pertumbuhan ekspor ini bukan semata-mata hasil dari peningkatan volume produksi, tetapi juga mencerminkan adanya pergeseran strategi dari sekadar menjual komoditas mentah menuju produk yang bernilai tambah. Dalam konteks ini, diversifikasi produk kopi menjadi sangat penting. Kopi spesialti—dengan profil rasa unik dari berbagai daerah seperti Gayo, Toraja, Kintamani, dan Manggarai—semakin diminati oleh konsumen Jepang yang memiliki preferensi tinggi terhadap rasa yang kompleks dan narasi asal-usul produk. Selain itu, kopi yang diproduksi secara organik dan berkelanjutan juga mendapat tempat istimewa di pasar Jepang, seiring dengan meningkatnya perhatian terhadap isu lingkungan, keadilan sosial, dan kesehatan.

Dalam upaya mengoptimalkan ekspor ke Jepang, peran kerja sama bilateral seperti melalui Indonesia-Japan Economic Partnership Agreement (IJEPA) sangat krusial. Perjanjian ini memberikan berbagai fasilitas, termasuk preferensi tarif, penyederhanaan prosedur kepabeanan, dan peningkatan kerja sama teknis. Keberadaan perjanjian

semacam ini membuka akses pasar yang lebih luas dan mempermudah pelaku usaha Indonesia untuk menembus pasar Jepang yang dikenal selektif dan kompetitif.

Namun demikian, untuk dapat bertahan dan berkembang di pasar tersebut, tidak cukup hanya mengandalkan kerja sama perjanjian. Peningkatan kualitas produksi merupakan fondasi utama yang harus terus dibangun. Investasi pada sektor hulu, mulai dari pelatihan petani, penerapan praktik budidaya berkelanjutan, hingga teknologi pascapanen yang modern, merupakan keharusan dalam membangun rantai nilai kopi yang kompetitif. Sertifikasi internasional seperti JAS (Japan Agricultural Standard), USDA Organic, dan Fair Trade juga menjadi prasyarat untuk menjamin kredibilitas dan kepercayaan pasar Jepang terhadap produk kopi Indonesia.

Selain mutu, aspek branding juga menjadi elemen strategis dalam memperkuat posisi kopi Indonesia. Di tengah persaingan global, identitas produk menjadi pembeda penting. Membangun citra kopi Indonesia yang tidak hanya lezat tetapi juga sarat akan nilai budaya, keberlanjutan, dan cerita komunitas petani akan memberikan daya tarik tersendiri di mata konsumen Jepang yang sangat menghargai makna dan nilai dari produk yang mereka konsumsi. Dalam kerangka ini, strategi penguatan ekspor kopi Indonesia ke Jepang harus menggabungkan sinergi antara pemerintah, pelaku usaha, asosiasi perdagangan, serta lembaga pendidikan dan penelitian. Hanya dengan pendekatan kolaboratif dan visi jangka panjang, kopi Indonesia dapat meraih posisi strategis yang lebih kuat di pasar Jepang dan pasar internasional lainnya.

KESIMPULAN

Ekspor kopi Indonesia ke Jepang menunjukkan potensi yang besar dan berkelanjutan, ditopang oleh tren konsumsi kopi yang terus meningkat di Jepang serta preferensi konsumen yang semakin mengarah pada produk berkualitas tinggi, organik, dan berkelanjutan. Meskipun nilai total ekspor Indonesia ke Jepang mengalami fluktuasi dalam periode 2019–2023, kopi tetap menjadi salah satu komoditas unggulan yang memiliki peluang pasar yang kuat.

Keberhasilan ekspor kopi tidak hanya ditentukan oleh besarnya produksi, tetapi juga oleh kemampuan untuk memenuhi standar kualitas internasional, penguatan citra produk (branding), dan adaptasi terhadap selera pasar Jepang yang sangat spesifik. Dalam konteks ini, produk kopi spesialti Indonesia dari berbagai daerah seperti Aceh Gayo, Toraja, dan Kintamani menjadi aset penting yang harus terus dikembangkan. Permintaan Jepang terhadap kopi yang memiliki nilai tambah dari sisi rasa, cerita, dan keberlanjutan membuka ruang besar bagi Indonesia untuk memposisikan diri sebagai pemasok utama kopi berkualitas di kawasan Asia Timur. Pemanfaatan kerja sama bilateral melalui IJEPA (Indonesia–Japan Economic Partnership Agreement) dan berbagai perjanjian perdagangan lainnya memberi kemudahan dari sisi tarif dan akses pasar, namun tidak akan optimal tanpa dukungan strategi peningkatan mutu produksi, penguatan infrastruktur ekspor, serta pelatihan dan pendampingan kepada petani kopi. Sinergi antara pemerintah, pelaku usaha, asosiasi kopi, dan lembaga riset menjadi kunci dalam meningkatkan daya saing kopi Indonesia di pasar global, khususnya di Jepang.

Dengan pendekatan yang terintegrasi dan berorientasi pada nilai tambah serta keberlanjutan, Indonesia memiliki peluang besar untuk tidak hanya meningkatkan volume ekspor kopi ke Jepang, tetapi juga memperkuat posisi sebagai produsen kopi unggulan dunia. Jepang bukan sekadar pasar ekspor, melainkan mitra strategis yang dapat mendorong transformasi industri kopi Indonesia menuju arah yang lebih modern, inklusif, dan berdaya saing tinggi.

DAFTAR PUSTAKA

- Antara. (2023). Gerai Kopi Indonesia tandatangani MoU dengan pengusaha kopi Jepang di Pameran Specialty Coffee Association Japan 2023. https://jogja.antaranews.com/berita/637482/gerai-kopi-indonesia-jepang-pasarkan-kopi?utm_source=chatgpt.com
- Ardiyani, F., Novie, D., & Erdiansyah, P. (2012). Warta Sertifikasi Kopi Berkelanjutan di Indonesia. www.utzcertified.com
- Ardiyanti, S. T. (2015). The Impact of Indonesia-Japan Economic Partnership Agreement (IJEPA) on Bilateral Trade Performance. *Buletin Litbang Perdagangan*, 2(9), 129–151. <https://doi.org/10.30908/bilp.v9i2.5>
- Badan Pusat Statistik Indonesia [BPS], (2023). Statistik Kopi Indonesia. Jakarta: Badan Pusat Statistik
- Badan Pusat Statistik Indonesia [BPS], (2023). Statistik Perdagangan Luar Negeri Indonesia Jakarta: Badan Pusat Statistik
- Cahyaningtyas, D. P., & Aminata, J. (2020). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERDAGANGAN INDONESIA DENGAN NEGARA-NEGARA ANGGOTA APEC. *JDEP*, 3(3), 219–233. https://ejournal.undip.ac.id/index.php/dinamika_pembangunan/index
- Fernando, R., Wijaya, R. C., & Agustian, W. (2023). YUME : Journal of Management Analisis Hambatan Ekspor-Impor dan Bisnis Covid-19 antara Indonesia dan Jepang. *YUME : Journal of Management*, 6(2), 155–159.
- Fikri Aldi Dwi Putro, Lovina Aresta Putri, & Gunawan Prawira. (2024). Daya Saing dan Determinan Ekspor Kopi Indonesia Di Jepang. *Jurnal Agribisnis Indonesia*, 12(1), 27–36. <https://doi.org/10.29244/jai.2024.12.1.27-36>
- Kementerian Perdagangan Republik Indonesia. (2024). IJEPA diperbarui, Kemendag bidik nilai ekspor RI ke Jepang tembus US\$36 miliar 2028. Diakses dari <https://www.kemendag.go.id/>
- Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian, Sekretariat Jenderal – Kementerian Pertanian. (2022). Outlook Komoditas Perkebunan: Kopi. Jakarta: Kementerian Pertanian Republik Indonesia.
- UKM Indonesia. (2024). Potensi ekspor ke Jepang. Diakses dari <https://ukmindonesia.id/baca-deskripsi-posts/potensi-ekspor-ke-jepang>