

# WARTAEKSPOR



*Specialty*  
**Kopi**  
**Indonesia**



# editorial

Perdagangan antar negara yang lebih berkembang dan semakin bebas saat ini menciptakan suatu sistem pasar yang lebih kompetitif. Lingkungan pasar yang baru ini membuat pasar sangat bergantung pada permintaan dan penawaran yang ada sehingga negara-negara eksportir harus menyesuaikan strategi produksinya berdasarkan keadaan tersebut. Kopi sebagai komoditi terbesar kedua yang diperdagangkan di dunia, memiliki potensi dan pasar yang sangat besar. Di sisi lain kopi identik dengan petani kecil dan ditanam secara tradisional di negara-negara berkembang. Pada kondisi seperti ini mereka harus bersaing dengan industri negara maju yang menggunakan otomatisasi yang masif.

Indonesia adalah salah satu negara berkembang yang merupakan *supplier* utama kopi dunia. Area penanaman kopi Indonesia tersebar di beberapa pulau seperti Sumatera, Jawa, Bali, Flores dan Papua. Di tahun 2017, produsen kopi terbesar adalah Brazil, Vietnam, Kolumbia dan Indonesia. Indonesia merupakan eksportir ketiga terbesar pada tahun 1984 -1996, namun sejak 1997 Vietnam berhasil menggeser posisi Indonesia (Kustiari, 2007). Sebenarnya di tahun 2010, luas area kopi Indonesia sebesar 1.268.480 ha, lebih besar dari pada Vietnam yang hanya berkisar 514.400 ha, namun Vietnam dapat memproduksi 785.087 ton lebih banyak dari pada Indonesia (FAO, 2012). Pada 2016, sekitar 59% dari kopi Indonesia di ekspor, hal ini membuat kestabilan perdagangan kopi Indonesia sangat tergantung pada kondisi pasar dunia. Terlebih lagi, sekarang ini banyak negara yang membuat berbagai perjanjian internasional tentang perdagangan bebas, sistem kuota ataupun pasar tunggal dan produksi utama. Kondisi ini membuat Indonesia harus dapat meningkatkan kinerja ekspornya dan membuka peluang kerjasama baru untuk berkompetisi dengan negara lain di pasar internasional.

**Direktur Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional  
Kementerian Perdagangan Republik Indonesia**



**PEN/MJL/009/2/2018**

Pelindung / Penasehat :  
**Arlinda**

Pemimpin Umum :  
**Noviani Vrisvintati**

Pemimpin Redaksi :  
**RA. Marlena**

Redaktur Pelaksana :  
**Sugiarti**

Penulis :  
**Bhatara Bharah Nasution**

Desain :  
**Aditya Irawan**

Alamat :  
**Gedung Utama  
Kementerian Perdagangan  
Republik Indonesia  
Lt. 3, Jl. M. Ridwan Rais No.5, Jakarta 10110**

Telp :  
**021 - 3858171**

Fax :  
**021 - 23528652**

Email :  
**csc@kemendag.go.id**

Website :  
**<http://djpen.kemendag.go.id>**



# daftar isi

## EDITORIAL

2

## KISAH SUKSES

CV. Indonesia Sari Alam Nusa Fresh  
Bisnis Ekspor Pengusaha Muda

12

## KEGIATAN DIREKTORAT JENDERAL PENGEMBANGAN EKSPOR NASIONAL (DITJEN PEN), KEMENTERIAN PERDAGANGAN RI

Misi Dagang ke India dan Pakistan

14

## SEKILAS INFO

Mengincar pasar Mesir untuk  
meningkatkan ekspor produk kopi  
dan kelapa sawit Indonesia

16

## DAFTAR IMPORTIR

18

4

## TAJUK UTAMA

### Kopi Indonesia



Indonesia yang memiliki banyak varietas specialty coffee merupakan sebuah keunggulan tersendiri dalam menggarap pasar luar negeri. Peningkatan konsumsi kopi di Indonesia serta tingginya antusiasme yang banyak memunculkan pengusaha kopi baru merupakan salah satu peluang yang harus dimanfaatkan oleh Indonesia untuk melakukan peningkatan produksi kopi serta efisiensi proses produksi yang pada akhirnya akan meningkatkan ekspor kopi Indonesia.

tajuk utama

# Kopi Indonesia





Indonesia adalah salah satu negara produsen dan eksportir kopi paling besar di dunia. Kebanyakan hasil produksinya adalah varietas robusta yang berkualitas lebih rendah. Indonesia juga terkenal karena memiliki sejumlah kopi khusus seperti 'kopi luwak' (dikenal sebagai kopi yang paling mahal di dunia) dan 'kopi Mandailing'.

Berkaitan dengan komoditi-komoditi agrikultur, kopi adalah penghasil devisa terbesar keempat untuk Indonesia setelah minyak sawit, karet dan kakao. Kopi diperkenalkan di Nusantara oleh Belanda yang pada awalnya menanam pohon-pohon kopi di sekitar wilayah kekuasaan mereka di Batavia namun kemudian dengan cepat mengekspansi produksi kopi ke wilayah Bogor dan Sukabumi di Jawa Barat di abad ke-17 dan abad ke-18. Indonesia terbukti memiliki iklim yang hampir ideal untuk produksi kopi dan karenanya perkebunan-perkebunan segera didirikan di wilayah-wilayah lain di Jawa, Sumatra dan juga di Sulawesi.

Pada saat ini, perkebunan kopi Indonesia mencakup total wilayah kira-kira 1,24 juta hektar, 933 hektar perkebunan robusta dan 307 hektar perkebunan arabika. Lebih dari 90% dari total perkebunan dibudidayakan oleh para petani skala kecil. Seperti yang telah disebutkan di atas dan mirip dengan raksasa kopi regional Vietnam, sebagian besar hasil produksi biji kopi Indonesia adalah varietas robusta yang berkualitas lebih rendah.

Biji arabika yang berkualitas lebih tinggi kebanyakan diproduksi oleh negara-negara Amerika Selatan seperti Brazil, Kolombia, El Salvador dan Kosta Rika. Oleh karena itu, sebagian besar ekspor kopi Indonesia (kira-kira 80%) terdiri dari biji robusta.

Ekspor kopi olahan hanyalah bagian kecil dari total ekspor kopi Indonesia. Dimulai dari tahun 1960-an, Indonesia telah menunjukkan peningkatan yang kecil namun stabil dalam produksi kopi dunia. Kendati begitu, menurut data dari Badan Pusat Statistik (BPS), luas perkebunan-perkebunan kopi di Indonesia

menurun karena para petani telah mengubah fokus produksi mereka kepada minyak sawit (seperti minyak sawit mentah dan minyak inti kelapa sawit), karet dan kakao yang semuanya memberikan pendapatan yang lebih tinggi di pasar internasional.

Oleh karena itu, perkebunan-perkebunan kopi atau sebagian dari perkebunan tersebut telah ditransformasi menjadi perkebunan komoditi komoditi lain.

Selain memproduksi kopi biasa, Indonesia juga memproduksi beberapa kopi spesial. Yang paling terkenal di antara kopi-kopi spesial ini adalah kopi luwak, kopi Toraja, kopi Aceh dan kopi Mandailing.







### Performa Kopi Indonesia

Indonesia adalah penghasil kopi terbesar ke-4 di dunia pada 2017, namun secara ekspor menduduki peringkat ke-7. Di sisi lain hal ini dikarenakan konsumsi dalam negeri meningkat secara pesat yaitu 43% dari total produksi kopi pada 2017 dibandingkan hanya sebesar 36,5% pada tahun 2010.

Pada tahun 2017 ini Indonesia mengekspor kopi sebesar USD 1,18 Milyar. Nilai ini meningkat sebesar 17,71% dari nilai tahun 2016 yang senilai USD 1 Milyar. Produksi Kopi Indonesia yang sangat melimpah membuat neraca perdagangan Indonesia selalu surplus dalam 6 tahun terakhir (2012-2017).

Walaupun dari sisi tren ekspor Kopi dalam 5 tahun terakhir menyentuh nilai yang negatif sebesar -4% dan belum dapat kembali ke nilai tertinggi pada tahun 2012 sebesar USD 1,24 Milyar, namun untuk tahun 2017 lebih baik dari tahun-tahun sebelumnya terutama dilihat dari tingginya antusiasme konsumen dan munculnya pemain baru di industri kopi dalam negeri.

Tujuan utama ekspor Kopi Indonesia tahun 2017 sebagian besar 21,6% adalah negara Amerika Serikat dengan nilai USD 256,4 Juta. Sedangkan diikuti oleh Jerman dengan nilai USD 104,1 Juta (8,76%), Malaysia dengan nilai USD 86,9 Juta (7,33%), Jepang dengan nilai USD 82,4 Juta (6,94%) dan Italia dengan nilai USD 79,6 Juta (6,71%).

Perdagangan Kopi dunia pada tahun 2016 masih didominasi oleh Brazil yang merupakan eksportir terbesar dengan pangsa pasar 15,79% dunia dengan nilai USD 4,85 Milyar. Lalu Vietnam dengan nilai USD 3,38 Milyar (11%), Kolombia dengan nilai USD 2,46 Milyar (8,01%). Indonesia sendiri berada di peringkat ke-7 dengan nilai USD 1 Milyar atau memiliki 3,28% pangsa pasar dunia.

Sedangkan negara dengan permintaan kopi paling tinggi adalah Amerika Serikat dengan nilai USD 5,74 Milyar atau sebesar 19,06% permintaan kopi dunia. Lalu Jerman dengan nilai USD 3,37 Milyar (11,18%), Prancis dengan nilai USD 2,35 Milyar (7,82%), Italia dengan nilai USD 1,67 Milyar (5,56%) dan Jepang dengan nilai USD 1,41 Milyar (4,7%).

Pada tahun 2017, Provinsi dengan nilai ekspor kopi terbesar di Indonesia adalah Provinsi Lampung yang memiliki hampir separuh nilai ekspor kopi Indonesia yaitu sebesar USD 605,7 Juta atau 51,02%. Kemudian di posisi berikutnya ada Provinsi Sumatera Utara dengan nilai USD 352,1 Juta (29,66%) dan Provinsi Jawa Timur dengan nilai USD 189,1 Juta (15,93%). Walaupun banyak varietas kopi di daerah Indonesia namun nilainya tidak cukup besar untuk diekspor karena nilai ekspor Provinsi lain selain Provinsi diatas masih dibawah 1,46% dari keseluruhan nilai ekspor kopi Indonesia.

### Kopi Indonesia

Kopi merupakan tanaman yang dapat tumbuh di dataran rendah dan dataran tinggi. Ketinggian minimum untuk menanam kopi adalah 500 meter di atas permukaan laut (mdpl), dan ketinggian maksimum di mana kopi masih bisa tumbuh dan berbuah dengan baik adalah 2000 mdpl.

Terdapat dua jenis kopi yang paling banyak ditanam di Indonesia, yaitu Robusta dan Arabika. Robusta merupakan jenis kopi yang





lebih tahan iklim panas, sehingga bisa ditanam di dataran yang lebih rendah, berbeda dengan kopi Arabika yang menuntut dataran yang lebih tinggi, suhu di lokasi penanaman pun sebaiknya berkisar antara 14-24 derajat Celsius.

Dari segi bentuk, biji kopi jenis robusta lebih bulat dan arabika cenderung lebih lonjong. Pada struktur bijinya keduanya juga terdapat perbedaan, sehingga proses *roasting* yang digunakan tidak sama.

Karena dapat ditanam di daerah yang punya ketinggian rendah, penanaman kopi jenis robusta lebih gampang ditemui dibanding arabika. Tak hanya itu, tanaman kopi robusta juga lebih cepat berkembang dan memproduksi buah, tak seperti arabika yang membutuhkan beberapa tahun untuk matang serta memerlukan lahan yang lebih besar.

Kandungan kafein kopi Arabika juga lebih rendah, yakni 08 - 1,4 %, sehingga tidak terlalu pahit namun memiliki tingkat keasaman yang lebih tinggi.

Kebanyakan kopi Arabika memiliki aroma yang wangi seperti buah-buahan atau bunga-

bungan. Beberapa disertai aroma kacang-kacangan. Rasanya pun lebih halus dan penuh. Tak heran harganya juga jauh lebih mahal dibanding jenis kopi lain.

Di tahun 2017, Indonesia merupakan produsen kopi terbesar ke-4 di dunia. Posisi pertama ditempati Brazil, lalu Vietnam, dan Kolombia. Produksi kopi di Brazil lebih modern, mereka memanfaatkan mesin dalam proses pemeliharaan tanaman dan panen.

Selain itu, rata-rata lahan yang digunakan untuk perkebunan kopi adalah sekitar 2,3 juta ha, dengan tingkat produktivitas berkisar antara 1.020-1.380 kg/ha.

Produktivitas dan rata-rata luas lahan kopi di Indonesia masih sangat jauh jika dibandingkan dengan Brazil. Tingkat produktivitas kopi Indonesia adalah 707 kilogram kg/ha.

Sebagian besar, yakni 95% perkebunan kopi, merupakan lahan perkebunan rakyat, dengan rata-rata kepemilikan lahan kurang dari 1 ha. Rendahnya produktivitas kopi di Indonesia di antaranya disebabkan tanaman yang sudah tua, rusak, dan tidak produktif.

Selain permasalahan produktivitas, petani kopi juga menghadapi permasalahan pengolahan pascapanen. Petani seringkali tidak tahu bagaimana cara mengolah kopi yang berkualitas, sehingga dapat meningkatkan nilai tambah kopinya tersebut.

Ada berbagai cara untuk mengolah biji kopi, agar dapat memunculkan rasa spesifik dari setiap kopi. Rasa spesifik yang dihasilkan kopi berbeda tidak hanya berdasarkan cara pengolahan biji kopi, tetapi juga daerah dari mana kopi tersebut berasal. Ketidaktahuan petani dalam pengolahan kopi agar memiliki nilai tambah tinggi mengakibatkan harga jual kopi yang diterima petani rendah.

Kopi yang sejak ditanam dipelihara dengan baik, dipetik dalam kondisi matang, ketika bijinya merah, serta melewati proses panen dan pascapanen yang baik, akan menghasilkan kopi dengan kualitas tinggi. Setelah melewati proses penilaian *cupping score*, maka sebuah kopi bisa mendapatkan status *specialty grade coffee*, yang dapat meningkatkan harga jual kopi.



## Specialty Coffee

*Specialty coffee* paling terkenal yang berasal dari Indonesia adalah kopi luwak, yakni biji kopi yang telah melewati proses fermentasi melalui sistem pencernaan hewan luwak. Kopi ini langka karena harus mencari kotoran luwak yang telah memakan kopi matang. Kelangkaan dan keistimewaan kopi ini menyebabkan harga kopi luwak mencapai US\$100 per 450 gram.

Selain kopi luwak, Indonesia memiliki specialty coffee lainnya. Beberapa kopi specialty dari Indonesia dan telah dikenal di pasar kopi internasional di antaranya adalah Kopi Gayo, Kopi Mandailing, Kopi Lintong, Kopi Java, Kopi Toraja, Kopi Bali Kintamani, dan Kopi Flores.

Selain itu, terdapat juga beberapa kopi yang telah memiliki sertifikasi Indikasi Geografis (IG) seperti Kopi Arabika Kintamani Bali, Kopi Arabika Gayo, Kopi Arabika Flores Bajawa, Kopi Arabika Kalosi Enrekang, Kopi Arabika Java Ijen-Raungan dan Kopi Arabika Java Preanger.

Jenis-jenis kopi ini adalah kopi specialty. Kopi yang telah mendapatkan sertifikasi specialty dan berbagai sertifikasi lainnya umumnya memiliki nilai jual yang tinggi. Specialty Coffee tidak sama dengan kopi instan yang sering dikonsumsi masyarakat Indonesia. Beberapa perbedaan antara specialty coffee dan kopi biasa diantaranya adalah:

### Kopi Instan:

- Di produksi dari kopi yang berkualitas rendah, yang berisi 90% trase kopi (biji kopi yang telah rusak)
- Proses penyangraian dan penggilingan biasanya dicampur dengan beras dan jagung
- Menggunakan bahan pengawet
- flavour/penguat rasa

### Kopi Indonesia *Specialty Grade*:

- Hanya berasal dari *green bean* (biji mentah) terbaik. Total *defect/ trase/ biji rusak* <5% dari keseluruhan biji kopi yang dijual

- Proses penyangraian tanpa campuran beras dan jagung, murni biji kopi terbaik
- Tidak menggunakan bahan pengawet, oleh karena itu kopi Indonesia Asli hanya bisa bertahan kesegaran nya tidak lebih dari 3 bulan
- Tidak menggunakan flavour dan penguat rasa

Dari perbedaan tersebut tidak mengherankan apabila harga specialty coffee lebih mahal dibandingkan dengan harga kopi instan. Namun walau lebih mahal, konsumen Indonesia perlahan-lahan dapat menerima specialty coffee dengan sangat baik.

Tingkat konsumsi di kota besar Indonesia yang meningkat dibarengi penyebaran pengetahuan kopi specialty Indonesia secara luas sehingga menjadi pengetahuan tersebut menjadi umum. Hal ini ditandai dengan banyak bermunculan warung kopi atau cafe dengan sajian specialty coffee Indonesia yang umumnya menyasar kelas menengah keatas. Serta dengan dibuatnya film *Filosofi Kopi* yang menandakan







bahwa banyak audiens yang peduli dengan kopi.

#### Beberapa jenis specialty coffee Indonesia

Perkebunan kopi yang tersebar di penjuru Indonesia membuat Indonesia memiliki banyak jenis specialty coffee (baik Robusta maupun Arabica) dengan karakteristiknya masing-masing yang berbeda di tiap daerah.

Indonesia diberkati dengan letak geografisnya yang sangat cocok difungsikan sebagai lahan perkebunan kopi. Letak Indonesia sangat ideal bagi iklim mikro untuk pertumbuhan dan produksi kopi. Berdasarkan daerahnya, jenis specialty coffee Indonesia antara lain;

##### 1. Kopi Sumatera

Kopi Sumatera adalah salah satu kopi paling terkenal di dunia. Hampir 80% ekspor kopi Indonesia dari Sumatera. Kopi Sumatera yang paling terkenal berasal dari Lampung juga dari Sumatera Utara dengan kopi Sidikalang, Lintong dan Mandheling. Kopi Sumatera memiliki cita rasa yang berat. Bisa dikatakan paling

berat dan kompleks di antara jenis-jenis kopi yang ada di dunia. Beberapa ahli kopi mengatakan kopi Sumatera memiliki cita rasa unik karena dengan karakteristik dengan aroma rempah dan juga earthy. Kopi Sumatera memiliki tekstur halus dan berbau tajam.

##### 2. Kopi Sulawesi

Tana Toraja adalah daerah yang diberkahi tanah tempat kopi tumbuh subur dengan kualitas yang tak kalah baik dari kopi dari daerah lain. Rasa yang kuat dan kadar asam yang tinggi menjadikan kopi Toraja diminati pasar yang memang menyukai kopi dengan keasaman tinggi. Kopi Toraja memiliki bentuk biji yang lebih kecil dan lebih mengkilap dan licin pada kulit bijinya.

##### 3. Kopi Aceh Gayo

Kopi Gayo menghasilkan sebagian besar jenis kopi Arabika terbaik. Cita rasa kopi Gayo sendiri terasa lebih pahit dengan tingkat keasaman rendah. Aromanya yang sangat tajam menjadikan jenis kopi ini disukai.

##### 4. Kopi Kintamani Bali

Kopi ini memiliki cita rasa buah-buahan yang asam dan segar. Hal tersebut terjadi dikarenakan tanaman kopi di Bali Kintamani ditanam bersamaan dengan tanaman lain seperti aneka sayuran dan buah jeruk. Kopi jenis ini menggunakan sistem 'tumpang sari' bersama dengan jenis tanaman lain. Itu kenapa biji kopinya meresap rasa buah-buahan seperti jeruk.

##### 5. Kopi Papua Wamena

Kopi yang berasal dari wilayah Timur Indonesia ini tumbuh pada ketinggian 1.500 m dengan suhu 20 derajat. Menjadikannya kopi dengan cita rasa ringan dan memiliki keharuman tajam yang nikmat. Kopi Papua Wamena memiliki tingkat keasaman yang rendah. Yang membuat kopi ini berkualitas tinggi adalah para petani menanam kopi ini secara organik karena tidak menggunakan bahan-bahan kimia yang tentu bisa memengaruhi kopi yang akan dihasilkan.

### 6. Kopi Flores Bajawa

Kopi Flores Bajawa adalah kopi yang berasal dari Kabupaten Ngada. Kopi ini tumbuh di dataran Flores yang subur meskipun di kelilingi oleh pegunungan yang masih aktif maupun tidak. Tanah tempat kopi ini dihasilkan ternyata mengandung andosols subur dari abu gunung berapi yang sangat baik untuk menanam kopi. Kopi Flores Bajawa biasanya melalui proses giling basah. Kopi ini memiliki sedikit aroma fruity dan sedikit bau tembakau pada after taste-nya.

### 7. Kopi Jawa


Kopi ini sangatlah terkenal sehingga nama Jawa menjadi nama identitas untuk kopi. Kopi Jawa Indonesia tidak memiliki bentuk yang sama dengan kopi asal Sumatra dan Sulawesi, cita rasa juga tidak terlalu kaya sebagaimana kopi dari Sumatra atau Sulawesi karena sebagian besar kopi Jawa diproses secara basah (*wet process*). Meskipun begitu, sebagian kopi

Jawa mengeluarkan aroma tipis rempah sehingga membuatnya lebih baik dari jenis kopi lainnya. Kopi Jawa memiliki keasaman yang rendah. Kopi Jawa yang paling terkenal adalah Jampit dan Blawan. Produksi Kopi Jawa Arabika dipusatkan di tengah Pegunungan Ijen, di bagian ujung timur Pulau Jawa, dengan ketinggian pegunungan 1.400 meter.


Indonesia yang memiliki banyak varietas specialty coffee merupakan sebuah keunggulan tersendiri dalam menggarap pasar luar negeri. Peningkatan konsumsi kopi di Indonesia serta tingginya antusiasme yang banyak memunculkan pengusaha kopi baru merupakan salah satu peluang yang harus dimanfaatkan oleh Indonesia untuk melakukan peningkatan produksi kopi serta efisiensi proses produksi yang pada akhirnya akan meningkatkan ekspor kopi Indonesia.





A close-up photograph of a civet cat, likely a Sumatran civet, looking through a chain-link fence. The animal has dark fur with a lighter stripe running down its face and chest. Its eyes are wide and brown, and it appears to be looking directly at the camera. The fence is made of metal links and is slightly out of focus in the foreground.

*"Specialty coffee* paling terkenal yang berasal dari Indonesia adalah kopi luwak, yakni biji kopi yang telah melewati proses fermentasi melalui sistem pencernaan hewan luwak. Kopi ini langka karena harus mencari kotoran luwak yang telah memakan kopi matang. Kelangkaan dan keistimewaan kopi ini menyebabkan harga kopi luwak mencapai US\$100 per 450 gram."

A close-up photograph of a large pile of red coffee cherries. The cherries are bright red and appear to be freshly harvested. They are piled together, creating a dense, textured surface. The background is slightly blurred, focusing attention on the cherries in the foreground.

# kisah sukses

## CV. Indonesia Sari Alam Nusa Fresh Bisnis Ekspor Pengusaha Muda



Usia muda tidak menjadi halangan bagi Mohammad Iqbal untuk melakukan bisnis ekspor dengan mendirikan CV. Indonesia Sari Alam Nusa Fresh yang bergerak di bidang ekspor produk rempah, kacang mede dan buah eksotik Indonesia.

Perjalanan usahanya dimulai pada tahun 2013 setelah ia lulus kuliah dari Jurusan Biologi Universitas Gajah Mada. Beberapa kenalan memintanya untuk memasok kebutuhan restoran-restoran, seperti ikan dan buah-buahan. Sampai suatu ketika ia menerima permintaan untuk memasok kacang mede, ia

mendapat *insight* bahwa ternyata hampir 80% kacang mede produksi Indonesia diekspor ke luar negeri. Mendapat insight tersebut timbul ketertarikan untuk mencoba memasarkan produknya ke pasar ekspor.

Ekspor perdana CV. Indonesia Sari Alam Nusa Fresh adalah mengekspor kacang mede ke Vietnam. Kacang mede yang diekspornya berasal dari daerah Indonesia Timur. Setelah ekspor perdana itu, ia telah melakukan ekspor ke negara lain seperti India serta negara di Timur Tengah.

Pada akhir tahun 2016, Bapak Iqbal dan teman-temannya mengikuti suatu Pelatihan Ekspor yang diselenggarakan oleh sebuah institut pertanian di Bogor. Setelah lolos ke babak akhir, baru diketahui apabila pelatihan tersebut berkaitan dengan Revolusi Orange yang digagas Presiden Jokowi yang memiliki tujuan untuk melatih eksportir dalam rangka meningkatkan ekspor buah-buahan Indonesia.

Karena mencapai babak akhir pelatihan tersebut, mereka mendapat tempat di Pameran Fruit Indonesia 2017 di Senayan. Buah manggis adalah buah yang dipilihnya untuk



menjadi produk ekspor yang dipamerkan. Berkat keikutsertaannya di pameran tersebut, ia mendapatkan *buyer* dari Kamboja dan berhasil melakukan ekspor kesana.

Sekarang selain mengekspor kacang mede dan manggis, CV. Indonesia Sari Alam Nusa Fresh juga mengeskpor buah lain terutama buah eksotis khas Indonesia antara lain salak, buah naga, jeruk purut juga rempah-rempah dengan tujuan ekspor utama ke negara Uni Eropa yaitu Prancis, Belanda dan Spanyol. Ekspor tersebut merupakan ekspor rutin dengan kuantitas 1 ton per minggu dan dikirim via udara.

Sedikit diketahui bahwa buah eksotis khas Indonesia memiliki peluang ekspor yang besar terutama di negara Uni Eropa padahal buah eksotis Indonesia menjadi barang premium disana. Walaupun begitu, karena standar masuk Uni Eropa yang tinggi, pihak distributor / *wholesaler* di luar negeri mewajibkan sertifikasi Global G.A.P. (*Good Agricultural Practices*) sebagai sebuah standar minimal.

Beberapa kiat dari CV. Indonesia Sari Alam Nusa Fresh agar berhasil melakukan ekspor produk Indonesia diantaranya adalah agar para pelaku usaha harus memiliki produk andalan yang dipahami dengan baik serta apa

saja standar kualitasnya. Pelaku usaha juga harus memiliki setidaknya produk lain selain produk utama karena biasanya *buyer* akan menanyakan produk apa lagi yang dimiliki pelaku usaha tersebut. Kemudian pelaku usaha juga harus sering mengikuti pameran karena pameran merupakan jalan pembuka untuk mendapatkan pembeli baru.



# kegiatan DITJEN PEN



## Misi Dagang ke India dan Pakistan

Misi Dagang ke India dan Pakistan berlangsung pada tanggal 22 - 27 Januari 2018. Kegiatan ini merupakan tindak lanjut arahan Presiden RI untuk membuka/meningkatkan akses dan menjaga pangsa produk Indonesia di India dan Pakistan melalui peningkatan kualitas kesepakatan perdagangan dan memelihara hubungan dagang yang telah terjalin baik agar surplus neraca perdagangan Indonesia dengan India dan Pakistan tidak diambil alih oleh negara lain. Kegiatan Misi Dagang India - Pakistan dilaksanakan beriringan dengan kunjungan kenegaraan Bapak Presiden RI ke Asia Selatan.

India dan Pakistan merupakan mitra dagang yang sangat strategis bagi Indonesia. India merupakan negara tujuan ekspor non-migas terbesar ke-4 Indonesia setelah RRT, USA dan Jepang. Pada tahun 2016, total Perdagangan

Indonesia - India tercatat USD 12,9 miliar dengan nilai surplus sebesar USD 7,2 miliar bagi Indonesia (nilai ekspor USD 10,1 miliar dan impor USD 2,8 miliar). Pada periode Januari-November 2017, total perdagangan Indonesia-India tercatat sebesar USD 16,54 miliar, meningkat 41,39% dibandingkan dengan USD 11,7 miliar yang dicapai pada periode yang sama tahun 2016. Adapun Pakistan merupakan negara tujuan ekspor non-migas Indonesia terbesar ke-15. Total perdagangan Indonesia dengan Pakistan pada tahun 2016 tercatat USD 2,17 miliar, sedangkan neraca perdagangan Indonesia - Pakistan tercatat surplus USD 1,86 miliar yang hampir seluruhnya berasal sektor non migas. Ekspor non migas Indonesia ke Pakistan pada tahun 2016 tercatat USD 2,02 miliar sedangkan tidak tercatat ada impor non migas Indonesia dari Pakistan. Pada periode Januari- November

2017, total perdagangan Indonesia-Pakistan tercatat sebesar USD 2,38 miliar, meningkat 24,24% dibandingkan dengan periode yang sama tahun 2016 yang tercatat sebesar USD 1,91 miliar.

Delegasi bisnis Indonesia pada kegiatan Misi Dagang India berjumlah 37 orang yang berasal dari KADIN, Badan Pengelola Dana Perkebunan Kelapa Sawit (BPDP KS), GAPKI, GPPI, dan perusahaan dengan sektor bisnis meliputi palm oil, tekstil, ban mobil, emas, bahan bangunan, kopi, gula kelapa, teh, karet, rempah-rempah dan produk hasil pertanian. Adapun Misi Dagang ke Pakistan diikuti oleh 29 delegasi yang terdiri KADIN, GPPI, dan perusahaan dengan sektor bisnis palm oil, biofuels, makanan olahan, elektronik, produk hasil pertanian, konstruksi, dan teknologi informasi.



Dukungan India untuk menyelesaikan perundingan RCEP tahun ini dalam rangka mewujudkan visi dan misi Indonesia menjadi hub produksi regional, baik di kawasan ASEAN maupun RCEP serta merealisasikan kebijakan "Act East Policy" dan mendukung program "Made in India" memasuki pasar ASEAN dan RCEP serta untuk mendapatkan sumber bahan baku yang kompetitif. Mendag kembali menekankan kepada Pemerintah India untuk berkomitmen menyelesaikan perundingan RCEP pada tahun ini dan apabila tertarik melakukan perdagangan dengan skema *counter trade*.

Menteri Perdagangan bersama Menteri Perdagangan dan Industri, India, Mr. Suresh Prabhu serta perwakilan dari Kementerian Perdagangan negara-negara ASEAN membuka sekaligus meninjau pameran tersebut Bersama negara-negara anggota ASEAN lainnya, Indonesia menampilkan paviliun yang menampilkan produk unggulan Indonesia. Selama pameran berlangsung terdapat 80 inquiry untuk produk makanan ringan, rempah-rempah, genteng metal, kopi, dan teh.

Di Pakistan, Menteri Perdagangan RI melakukan pertemuan bilateral dengan Menteri Perdagangan Pakistan. Muhammad

Prevaiz Malik Pada pertemuan tersebut kedua Menteri menyampaikan komitmennya untuk memperdalam dan memperluas IP-PTA dengan memulai perundingan *Trade in Goods* terlebih dahulu.

Indonesia Pakistan telah menandatangani *Framework Agreement on Comprehensive Economic Partnership* (FACEP) pada tahun 2005 dan *Indonesia - Pakistan Preferential Trade Agreement* (IP-PTA) pada tahun 2012. Terkait dengan hal tersebut, Indonesia telah menyetujui untuk memberikan akses pasar bagi 22 pos tarif bagi produk Pakistan sehingga diharapkan dapat bersaing dengan negara-negara mitra Indonesia lainnya.

Kadin Indonesia dengan FPCCI akan segera menindaklanjuti kerjasama yang telah ditandatangani dan berkolaborasi sebagai sarana informasi bagi para pelaku usaha di kedua negara.

Pertamina Indonesia secara aktif telah menjalin kerjasama dengan perusahaan-perusahaan Pakistan dalam hal penyediaan energi di Pakistan. Hal ini diharapkan dapat menjadi mata rantai yang mempererat hubungan perdagangan kedua negara.

Juga dilaksanakan Penandatanganan MoU antara Mufti Hamka Hasan, Wakil Ketua Kadin Indonesia dengan Ghazarfar Bilour, Presiden *Federation of Pakistan Chamber of Commerce and Industry* (FPCCU), yang disaksikan oleh Menteri Perdagangan kedua negara. MoU tersebut bertujuan untuk mendorong pelaku bisnis kedua negara untuk meningkatkan perdagangan kedua negara dan pertukaran informasi.

Penandatanganan MoU mengenai Promosi Perdagangan antara Ditjen PEN dengan *Trade Development Authority of Pakistan* (TDAP) pada tanggal 27 Januari 2018. Ruang lingkup MoU adalah pertukaran informasi di bidang promosi dan penyelenggaraan kegiatan promosi (termasuk dialog bisnis dan platform elektronik).





## Mengincar pasar Mesir untuk meningkatkan ekspor produk kopi dan kelapa sawit Indonesia

Kementerian Perdagangan (Kemendag) mengincar pasar Mesir untuk meningkatkan ekspor produk kopi dan kelapa sawit Indonesia. Dalam rangka membuka pasar di negara Afrika Utara tersebut, Kemendag menggelar misi dagang pada 5-8 Desember 2017 di Kairo, Mesir.

Direktur Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional (PEN) Kemendag Arlinda mengatakan, setelah sukses meraup transaksi sebesar US\$ 3,05 miliar pada misi dagang ke Jepang, Kemendag kini menyasar pasar ekspor nontradisional untuk produk unggulan kopi dan kelapa sawit, yaitu ke Mesir.

“Dengan misi dagang ini, Indonesia berupaya meningkatkan ekspor ke negara-negara nontradisional. Produk unggulan yang dibawa melalui misi dagang ini adalah kopi dan kelapa sawit. Selain itu, Indonesia juga bermaksud mengidentifikasi potensi dan hambatan perdagangan antara Indonesia dan Mesir serta mempererat hubungan dagang kedua negara,” ujar dia di Jakarta, Rabu (6/12/2017).

Misi dagang kali ini memboyong 15 perusahaan Indonesia dari berbagai sektor, antara lain kelapa sawit, kopi, kakao, lada, kertas, dan jasa (*Surveyor dan Meeting, Incentive, Convention, and Exhibition/MICE*).

Berdasarkan data BPS, ekspor kopi Indonesia ke Mesir pada 2016 mencapai US\$ 41,25 juta. Kopi Indonesia merupakan produk terbesar yang dibeli *buyer* Mesir pada Trade Expo Indonesia 2017 dengan transaksi sebesar US\$ 30 juta.

Sedangkan ekspor kelapa sawit ke Mesir pada tahun yang sama mencapai US\$ 657,28 juta, dan ekspor kelapa sawit Indonesia ke dunia mencapai US\$ 18,1 miliar.

“Masih banyak peluang ekspor kopi dan kelapa sawit ke Mesir. Untuk itu, diharapkan melalui misi dagang ini, kita bisa meningkatkan ekspor



kedua komoditas tersebut lebih besar lagi ke Mesir,” kata Arlinda.

Total perdagangan Indonesia-Mesir pada 2016 mencapai US\$ 1,46 miliar dengan nilai ekspor Indonesia sebesar US\$ 1,1 miliar dan impor US\$ 352 juta. Dengan demikian, Indonesia surplus US\$ 758,3 juta.

Sementara itu, total perdagangan kedua negara periode Januari-September 2017 tercatat mencapai US\$ 1,12 juta atau surplus bagi Indonesia sebesar US\$ 726,10 juta. Ekspor utama Indonesia ke Mesir, yaitu *palm oil, yarn of artificial staple fibres, margarine, coffee, pneumatic tires of rubber, coconut (copra)*, dan *uncoated paper*.

Sedangkan impor utama Indonesia dari Mesir meliputi *mineral/chemical fertilizers, aluminum calcium phosphates, molasses from the extraction of sugar, dates*, dan *citrus fruit*.

Selama periode 2011-2016, nilai investasi Mesir di Indonesia tercatat sebanyak 30 proyek dengan nilai investasi sebesar US\$ 4,32 juta. Sedangkan pada kuartal III 2017 investasi Mesir tercatat sebanyak 11 proyek senilai US\$ 474,20 ribu.

Investasi utama Mesir, yaitu di sektor industri (tekstil, kayu, kertas) dan sektor jasa (perdagangan dan reparasi, serta hotel dan restoran).

“Misi dagang ini juga merupakan kesinambungan dari misi dagang ke pasar nontradisional lainnya yang dilakukan Kemendag sebelumnya, yaitu ke Afrika Selatan dan Nigeria pada 20-26 Juli 2017 lalu. Selain itu, dengan penduduk sebanyak 104 juta jiwa, Mesir merupakan pasar yang sangat potensial,” tandas Arlinda.



# daftar importir

## 1. ARABIA TRADING Co.

Cairo, Egypt

Tel: 002 01141665555

Fax: 002 0235365661

Contact Person: Ahmad Belal

Email: belal@arabiatr.com

Website: www.arabiatr.com

Produk yang Diminati:

Cocoa beans, Coffee

## 2. AROMA GORMET COFFEE ROASTERY

4, Florents Heights, 255 Lynnwood Rd & Pienaar Street,  
Brooklyn, Pretoria, 0011, South Africa

Tel: +27 12 362 3560

Cell.: +27 82 563 4145

Email: Avron@aromacoffee.co.za

Website: www.aromacoffee.co.za

Produk yang Diminati:

Coffee

## 3. GOLDEN LION UNIVERSAL LIMITED

Unit 804N, 8/F, Lal Cheong Factory Building 479-479A Castle  
Park Road, Cheung Sha Wan, Hong Kong

Tel: (852) 2370 2386

Fax: (852) 2370 3500

Contact Person: Alexander Jay

Email: jay@goldenlion-hk.com, glionh@goldenlion-hk.com

Website: www.goldenlion-hk.com

Produk yang Diminati:

Fruits Fresh or Frozen, Coffee

## 4. KYOTO PASTEC Co. Ltd.

Higashi toin dori Nishiki Agar, Nakagyoku, Kyoto city Japan

Tel: 81-75-231-3471

Fax: 81-75-231-3472

Email: analy@pastec.co.jp

Website: www.pastec.co.jp

Produk yang Diminati:

Coffee

## 5. ROYAL PACIFIC INTERNATIONAL

PO BOX 6277 Scottsdale, Arizona 82561, USA

Tel: 4809518251

Fax: 4809510092

Email: service@royalpacificintl.com

Website: www.royalpacificintl.com

Produk yang Diminati:

Coffee

## 6. INTERNATIONAL COFFEE TRADING

110 W A St Suite 110 San Diego, CA 92101, USA

Tel: (619) 338-8335

Fax: (619) 338-8346

Email: trading@ictcoffee.com

Website: http://ictcoffee.com/

Produk yang Diminati:

Coffee





“Kopi sebagai komoditi terbesar kedua yang diperdagangkan di dunia, memiliki potensi dan pasar yang sangat besar. Indonesia adalah salah satu negara berkembang yang merupakan *supplier* utama kopi dunia. Area penanaman kopi Indonesia tersebar di beberapa pulau seperti Sumatera, Jawa, Bali, Flores dan Papua. Indonesia harus dapat meningkatkan kinerja ekspor dan membuka peluang kerjasama baru untuk berkompetisi dengan negara lain di pasar internasional.”

# TRADE **X** PO Indonesia

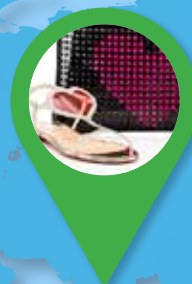
October  
2018  
Jakarta



Manufactured  
Goods and Services



Knock Down House  
and Garden Furniture



Fashion, Lifestyle and  
Creatives Products

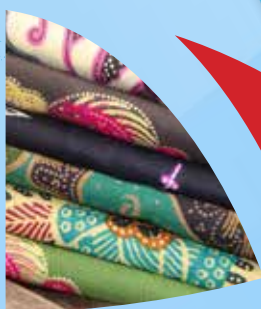


Food and  
Beverages



Premium SME's  
Products

P  
r  
o  
d  
u  
c  
t  
s  
&  
S  
e  
r  
v  
i  
c  
e  
s



Organized by :



The Ministry of Trade of The Republic of Indonesia  
Directorate General of National Export Development

Phone : +6221-3510-347/2352-8645  
Fax : +6221-2352-8645

[tradeexpoindonesia@kemendag.go.id](mailto:tradeexpoindonesia@kemendag.go.id)  
[www.tradeexpoindonesia.com](http://www.tradeexpoindonesia.com)

DJPEN - Direktorat Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional  
Kementerian Perdagangan

Jl.M.I.Ridwan Rais No.5, Gedung Utama Lantai 3  
Jakarta Pusat, INDONESIA 10110

Telp. : (62-21) 3858171  
Fax : (62-21) 23528652

[www.djpen.kemendag.go.id](http://www.djpen.kemendag.go.id)

[CSC@kemendag.go.id](mailto:CSC@kemendag.go.id)  
 CSC Kemendag  
 @csckemendag