

## **BAB V**

### **UPAYA PENINGKATAN EKSPOR KOPI INDONESIA KE JEPANG**

Dalam mengatasi berbagai hambatan ekspor kopi Indonesia ke Jepang baik dari hambatan dalam negeri maupun luar negeri, pemerintah Indonesia menerapkan beberapa upaya untuk meningkatkan nilai ekspor kopi ke Jepang, khususnya pada tahun 2016-2020. Dalam pembahasan ini, penulis akan menjelaskan secara deskriptif dan mendalam terkait upaya-upaya pemerintah dalam mengatasi hambatan yang ada. Dalam hal ini, upaya yang dilakukan mencakup aspek internal dan eksternal. Dalam konteks upaya internal ini, akan dijelaskan bagaimana upaya pemerintah dalam menciptakan benih dan hasil panen kopi yang berkualitas, sehingga produktivitas perkebunan kopi Indonesia jauh lebih baik dan dapat menjadi komoditas unggul yang mampu bersaing dengan negara-negara produsen lainnya dalam mengekspor kopi ke Jepang. Sedangkan, dalam konteks upaya eksternal memperlihatkan bagaimana kerangka kerja sama bilateral dan upaya diplomasi Indonesia dengan Jepang dapat mampu mengatasi hambatan ekspor kopi yang ada. Maka dari itu, langkah eksternal juga sangat penting dalam mendorong peningkatan ekspor kopi Indonesia di pasar kopi Jepang.

Dengan demikian, kondisi pasar kopi di Jepang berkembang begitu dinamis. Secara kultural, mengonsumsi kopi di Jepang merupakan suatu kebiasaan yang dilakukan oleh masyarakat Jepang, terutama sebelum melakukan berbagai aktivitas di setiap paginya. Kondisi tersebut sangat mempengaruhi terjadinya peningkatan konsumsi kopi oleh masyarakat Jepang, yang mana didominasi oleh kaum muda Jepang. Tingginya konsumsi kopi di masyarakat Jepang, membuat Jepang untuk melakukan kegiatan impor kopi dari beberapa negara pengekspor kopi, khususnya dengan Indonesia. Dalam hal ini, dengan tingkat konsumsi kopi yang begitu tinggi di pasar Jepang, maka perkembangan dari perdagangan kopi di Jepang begitu dinamis. Kondisi inilah yang mendorong pemerintah Indonesia untuk berupaya semaksimal mungkin untuk meningkatkan produksi ekspor kopi Indonesia di pasar Jepang, sehingga pada nantinya akan berpengaruh terhadap pendapatan neraca perdagangan internasional.

#### **5.1 Upaya Internal**

### 5.1.1 Menerbitkan Peraturan Menteri Pertanian Nomor 88/KPTS/KB.020/11/2017

Dalam aspek regulasi atau perundang-undangan, pemerintah Indonesia memberlakukan Peraturan Menteri Pertanian Nomor 88/KPTS/KB.020/11/2017. Pemberlakuan peraturan ini merupakan suatu bentuk langkah pemerintah dalam rangka mendukung pembangunan dan perkembangan program perkebunan berkelanjutan, khususnya dalam komoditas kopi. Untuk melakukan hal tersebut, pemerintah melakukan beberapa langkah penyempurnaan terhadap standar produksi, sertifikasi, peredaran dan pengawasan benih kopi yang ada di perkebunan Indonesia. Dalam hal ini, pemerintah melihat bahwa kopi merupakan salah satu komoditas perkebunan yang cukup penting terhadap pembangunan ekonomi Indonesia ("Keputusan Menteri Pertanian Republik Indonesia Nomor 88 /KPTS/KB.020/11/2017", 2017).

Dalam perkembangannya, kopi memiliki nilai perdagangan yang begitu positif, khususnya di ranah domestik. Dalam hal ini, di pasar domestic, kopi merupakan salah satu jenis perkebunan yang begitu diminati oleh masyarakat Indonesia. Hal ini juga didorong oleh terjadinya perubahan sosial dan teknologi, sehingga banyak dari pelaku usaha bisnis di Indonesia dalam menyajikan produk kopi secara meluas. Di samping itu, kopi Indonesia juga telah banyak diminati oleh masyarakat internasional, khususnya di beberapa negara. Oleh sebab itu, kopi telah menjadi perhatian yang cukup penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi di neraca perdagangan Indonesia, sehingga diperlukannya landasan kebijakan pendukung dalam meningkatkan upaya pengelolaan kopi Indonesia.

Pada Peraturan Menteri Pertanian Nomor 88/KPTS/KB.020/11/2017 menjelaskan bahwa salah satu faktor yang menjadi penentu dalam keberhasilan pengembangan kopi adalah dengan adanya dukungan mengenai ketersediaan bahan tanam unggul dan bermutu. Dalam hal ini, bahan tanam kopi yang meliputi jenis kopi arabika dan robusta dapat dikembangkan secara vegetatif maupun secara generatif. Terkait memperbanyak komoditas secara generatif dapat menggunakan bahan tanam berupa biji yang bersumber dari kebun Benih Sumber yang sudah diketahui kedua tetuanya dan tersertifikasi. Di samping itu, memperbanyak komoditas kopi secara vegetatif dapat dilakukan dengan cara, seperti stek, okulasi, stek berakar sambung batang bawah tahan nematoda dan kultur jaringan dengan sumber mata tunas klon-klon yang berkualitas yang bersumber dari kebun entres (Luthfi, 2021).

Untuk memaksimalkan program perkebunan komoditas kopi berkelanjutan, pembangunan Kebun Benih Sumber Kopi harus terus ditingkatkan dan dievaluasi. Kebun Benih Sumber

merupakan kebun yang dipersiapkan untuk menghasilkan benih dan bahan tanaman bagi keberlangsungan spesies dan pengembangannya dengan syarat-syarat pengelolaan tertentu, sehingga pada nantinya mampu menghasilkan benih-benih yang berkualitas (Prawitasari, t.thn). Dalam melakukan penetapan kebun Benih Sumber ini harus dilakukan oleh instansi yang berwenang. Dalam hal ini, sebelum ditetapkan, secara prosedur, kebun harus dinilai oleh tim yang terdiri dari Instansi Pusat, Daerah, dan Pusat Penelitian yang memiliki tugas atau wewenang dalam menangani perbenihan. Kemudian, dalam penyelenggaraan evaluasi kebun Benih Sumber dilakukan oleh Instansi Pemerintah yang memiliki tugas dan fungsi dalam melakukan pengawasan mutu dan alokasi benih perkebunan baik di tingkat pusat maupun daerah. Dengan demikian, kebijakan ini merupakan pedoman yang dimaksudkan sebagai kerangka acuan bagi pihak-pihak berkepentingan, khususnya para industri kopi dalam melakukan perbanyak bahan tanam, membangun kebun benih sumber tanaman, melakukan penetapan dan evaluasi kebun benih sumber, penanganan sertifikasi benih, dan pengawasan peredaran benih yang bertujuan untuk menjamin ketersediaan benih yang bermutu dan berkualitas sesuai dengan kebutuhan secara berkelanjutan ("Keputusan Menteri Pertanian Republik Indonesia Nomor 88 /KPTS/KB.020/11/2017", 2017).

Peraturan ini menjadi landasan bagi pemerintah dalam mendorong peningkatan mutu pada benih kopi dan produktivitas petani. Dalam hal ini, dapat dilihat bagaimana upaya pemerintah memberikan bibit kopi yang berkualitas dan unggul kepada petani kopi. Pemerintah Provinsi Jawa Barat pada rentan waktu 2016-2017 telah memberikan benih kopi sebanyak kurang lebih 5 juta benih kepada kelompok petani kopi di Jawa Barat. Di tahun 2016-2017 ini, Pemerintah Jawa Barat membagikan jenis kopi unggul arabika dengan dua jenis varietas, yaitu benih kopi varietas Sigara Lembang dan varietas Lini S795. Menurut Dinas Perkebunan Provinsi Jawa Barat, menjelaskan bahwa pemberian sertifikasi bibit kopi ini merupakan hal yang penting, yang mana upaya ini akan mendorong peningkatan produktivitas petani kopi. Sehingga, pada akhirnya mampu menghasilkan mutu kopi yang unggul, memiliki daya saing yang baik dan meningkatkan nilai ekspor kopi Indonesia ke beberapa negara importir di dunia (Fadil, 2016).

Pada tahun 2019, pemerintah melalui Kementerian Pertanian juga memberikan bantuan benih kopi arabika untuk petani kopi setempat. Dalam hal ini, pemerintah memberikan sebanyak 1 juta benih kopi dan 475 ton pupuk organik. Selain itu, bentuk bantuan pemerintah lainnya ini adalah melalui Badan Litbang Pertanian dilakukannya penandatanganan MoU antara Kepala Pusat

Penelitian dan Pengembangan Perkebunan dengan Direktur Utama PTPN VIII. Dalam kesepakatan tersebut menjelaskan bahwa pemerintah berupaya memberikan benih unggul bersertifikat pada jenis kopi arabika (Syafaruddin, 2019). Pemberian benih unggul bersertifikat ini bertujuan agar jenis kopi arabika memiliki kualitas yang cukup baik dari cara pengelolaannya.

Di samping itu, dalam jangka panjang, Menteri Pertanian secara resmi telah meluncurkan Program Benih Unggul Perkebunan (BUN) sebanyak 500 juta bibit unggul pada tahun 2019-2024, salah satunya komoditas kopi. Tujuan dari program ini merupakan bentuk upaya pemerintah untuk menumbuhkan nilai ekspor pertanian dari komoditas perkebunan. Dalam hal ini, pemberian bibit unggul akan ditentukan berdasarkan keunggulan komparatifnya di suatu tempat. Keunggulan komparatif ini meliputi struktur tanah, iklim pertanian, topografi, dan budaya masyarakat setempat. Selain itu, penyesuaian pemberian bibit dengan wilayah setempat akan memudahkan petani untuk berproduksi, yang mana petani kopi sudah merasa familiar dengan komoditas yang dibudidayakan.

Dengan demikian, Peraturan Menteri Pertanian ini digunakan sebagai kerangka acuan untuk melakukan kegiatan untuk meningkatkan kualitas mutu benih kopi yang ada di Indonesia. Secara prinsipnya, dengan adanya kerangka pedoman ini dapat membantu pemerintah dan para pelaku pengelolaan kopi Indonesia dalam mengarahkan target dan tujuannya, di antaranya adalah untuk membangun perkebunan benih unggul melalui sumber tanaman, memperbanyak bahan tanam, penetapan dan evaluasi perkembangan kebun benih yang dilakukan, penanganan dalam sertifikasi benih dan pengawasan penyebaran benih kopi unggul. Oleh karena itu, dalam pengimplementasiannya, peraturan ini berjalan cukup efektif. Peraturan ini membantu para petani kopi secara regulasi untuk meningkatkan kualitas kopinya. Hal tersebut dapat dibuktikan dari langkah sinergis pemerintah yang cukup gencar dalam memberikan benih kopi unggul dengan kuantitas yang begitu besar kepada para petani dan pengelola kopi di Indonesia, khususnya di wilayah-wilayah yang memiliki potensi pertanian kopi yang cukup besar. Memang, dari segi hasil mutu produktivitasnya, peningkatan kualitas mutu kopi Indonesia belum mengalami peningkatan yang cukup signifikan, akan tetapi dengan upaya yang dilakukan dapat menjadikan Indonesia sebagai produsen kopi terbesar keempat dunia.

### **5.1.2. Kebijakan Standarisasi Melalui *Indonesian Sustainable Coffee (ISCOffee)***

Penerapan kebijakan *Indonesian Sustainable Coffee* (ISCOffee) merupakan salah satu bentuk upaya untuk melakukan sertifikasi terhadap produk-produk ekspor kopi yang dilakukan oleh pemerintah untuk memenuhi aturan perdagangan internasional, sehingga dapat mampu mengatasi masalah kebijakan regulasi standar ekspor kopi yang diterapkan suatu negara. Perlu diketahui bahwa dalam ISCOffee ini terdapat standarisasi keamanan pangan dan *labelling* serta pelestarian lingkungan terhadap komoditas kopi di Indonesia. Di dalam ISCOffee ini juga terdapat peraturan yang menjelaskan mengenai legalitas dan sertifikasi kopi termasuk pada standar mutu dan pedoman teknis teknologi pasca panen. Pada dasarnya, penerapan strategi ini memiliki beberapa karakteristik yang berhubungan dengan kebijakan pemerintah Indonesia terhadap ekspor kopi, yang mana strategi ini berorientasi pada perdagangan bebas, sehingga melalui langkah ini pemerintah Indonesia dapat membantu dan mendorong petani kopi untuk menghasilkan hasil kopi pasca panen yang berkualitas (Luthfi, 2021).

Kebijakan ini telah diimplementasikan di Indonesia pada tahun 2012 dan diterapkan secara berkelanjutan, khususnya di rentan tahun 2016-2020 ini sebagai pedoman pemerintah dalam mendorong nilai ekspor kopi Indonesia ke beberapa negara di dunia, terutama ke Jepang pada rentan waktu tersebut. Di samping itu, ISCOffee ini memiliki lima prinsip dasar, yaitu: (1) berkaitan dengan legalitas dan pengelolaan kebun; (2) penerapan pedoman teknis budidaya, panen dan pasca panen; (3) pengelolaan dan pemantauan lingkungan, khususnya perkebunan kopi; (4) tanggung jawab terhadap pekerja; dan (5) tanggung jawab sosial dan komunitas. Untuk mencapai keberhasilan upaya ini, pemerintah melakukan sosialisasi terhadap para kelompok petani yang ada di Indonesia, terutama pada daerah produsen kopi seperti Jambi, Lampung, Sumatera Utara, Aceh, Bali, Jawa Timur, NTB, NTT, dan Sulawesi Utara (Luthfi, 2021).

Jadi memang, melalui kebijakan ini pemerintah melakukan pembenahan sumber daya manusia, khususnya pada petani kopi atau pelaku industri kopi yang ada di Indonesia. Dalam hal ini, pemerintah membantu menyokong peningkatan penerapan teknologi berbasis pasca panen bagi pelaku industri kopi yang ada. Sehingga, industri-industri kopi kecil dan menengah yang masih mengolah kopi secara tradisional dapat mampu menerapkan teknologi penolahan kopi dan dapat menyeimbangkan standar kopi yang dihasilkan terhadap standar kopi di pasar internasional (Putri, 2019). Dengan demikian, para pelaku industri di Indonesia dapat memiliki prospek dan daya saing kopi yang baik di antara negara-negara produsen lainnya di pasar internasional.

Pembenahan sumber daya manusia merupakan salah satu hal yang sangat penting dalam menyokong produktivitas pengolahan kopi. Dalam hal ini, pemerintah Indonesia perlu juga memfasilitasi para petani dan juga pelaku bisnis kopi dalam memberikan akses pengetahuan dan kemudahan bagi mereka dalam menggerakkan usahanya. Dalam perjalannya memang, pembenahan dan peningkatan kualitas sumber daya manusia dari petani dan pelaku bisnis kopi membutuhkan waktu yang tidak sebentar.

Dalam perkembangannya, kebijakan ini juga didukung dengan kebijakan teknis, di antaranya adalah pengembangan kopi, peningkatan SDM, pengembangan kelembagaan dan kemitraan, peningkatan investasi usaha, serta pengembangan sistem informasi manajemen ("Kebijakan Pengembangan Kopi Nasional", 2016). Namun, hal yang mendasar dari strategi ini adalah upaya pemerintah dalam melakukan penyuluhan dan pendampingan terhadap para petani di dalam industri kopi. Penyuluhan dan pendampingan ini sangat dibutuhkan untuk mencapai sasaran strategi ini. Oleh karena itu, pada tahun 2016, Pemerintah cukup gencar dalam melakukan penyuluhan kepada petani dan eksportir kopi. Dalam hal ini, penyuluhan dan pendampingan merupakan proses pembelajaran bagi para petani kopi untuk meningkatkan kemauan dan kemampuan mereka untuk mengorganisasikan dirinya dalam mengakses teknologi, permodalan, dan sumber daya guna meningkatkan produktivitas, efisiensi usaha, pendapatan dan kesejahteraan serta meningkatkan pengembangan perkebunan kopi secara berkelanjutan yang menghasilkan mutu kopi yang berkualitas (Rahayu, 2014).

Lebih lanjut lagi, dalam kerangka kebijakan standarisasi pada tahun 2016, Pemerintah melalui Dinas Perkebunan Jawa Barat melakukan program peningkatan produksi kopi di Jawa Barat. Dalam hal ini, Dinas Perkebunan telah menerapkan teknologi budidaya sesuai dengan teknis yang dianjurkan, yaitu melalui kegiatan pembinaan teknis dan penyuluhan secara berkelanjutan, diadakannya Demplot Intensifikasi tanaman kopi sebagai suatu unit percontohan melalui kegiatan pemeliharaan, pemupukan, dan perlindungan tanaman serta menerapkan inovasi teknologi rejuvenasi. Teknologi rejuvenasi ini merupakan upaya untuk memperbaiki kondisi pertanaman kopi yang telah rusak agar dapat tumbuh, produktivitas, bermutu dan cita rasa yang dimiliki tanaman kopi kembali membaik, sehingga para petani kopi dapat memperbaiki tanaman kopi untuk meningkatkan jumlah produksi ("**Pengembangan Kopi di Jawa Barat**", 2016).

Kemudian, di tahun 2017, pemerintah juga berupaya dalam mendorong pendirian koperasi-koperasi yang bertujuan untuk membantu proses pemasaran kopi dari petani kecil ke eksportir kopi

besar. Koperasi yang didirikan juga disertai dengan peralatan modern dalam menunjang pengelolaan kopi. Salah satunya adalah di tahun 2017, pemerintah telah mendirikan koperasi petani di wilayah Takengon, Aceh (Putri, 2019). Selain mendorong kelompok petani dalam membangun koperasi, pemerintah juga mendorong kemandirian para petani kopi dalam mengembangkan usaha produksi kopinya dengan memberikan akses Kredit Usaha Rakyat (KUR) ("Tingkatkan Produktivitas", t.thn.).

Upaya pemberian akses kredit usaha bagi para petani kopi maupun pelaku bisnis kopi telah mendorong terhadap akses kemudahan bagi mereka dalam memperluas bidang usaha yang dilakukan. Para petani kopi dapat mampu memenuhi kebutuhan pangannya terkait pembelian benih ataupun pemeliharaan kebun kopi agar lebih berkualitas. Sedangkan, bagi para pelaku usaha kopi dapat memudahkan mereka dalam melakukan pendistribusian atau mobilitas penjualan kopi mereka. Pemberian bantuan kredit usaha ini pada akhirnya akan mendorong peningkatan kualitas produktivitas penghasilan kopi dari aspek finansial.

Di tahun 2018, dalam upaya pengembangan sistem informasi manajemen, pemerintah melalui Koordinator Kementerian Bidang Perekonomian meluncurkan buku peta jalan (*road map*) yang berjudul “Arah Kebijakan Kopi Indonesia Menghadapi Tantangan Kompetisi, Perubahan Iklim, dan Kondisi Kopi Dunia (Strategi Kopi Indonesia Jangka Pendek, Jangka Menengah, dan Jangka Panjang)”, yang mana melalui *road map* ini diharapkan dapat meningkatkan produktivitas kopi secara merata di Indonesia (Embu, 2018). Secara praktis, peluncuran *road map* ini merupakan sebagai bentuk langkah pemerintah dalam memfasilitasi sarana informasi bagi para petani dan eksportir kopi Indonesia. Fasilitas informasi ini merupakan sarana edukasi yang dilakukan pemerintah terhadap pelaku bisnis kopi agar dapat memahami berbagai indikator dalam mengelola dan memperdagangkan produk kopi ke tangan konsumen. Oleh sebab itu, *road map* ini dapat mengarahkan para pelaku bisnis agar bersinergis dengan pemerintah dalam mencapai tujuan bersama agar menghasilkan dampak yang positif terhadap perekonomian Indonesia.

Penyusunan buku peta jalan ini dilakukan untuk mengumpulkan berbagai informasi yang komprehensif mengenai dinamika kondisi kopi secara domestik maupun global. Dalam hal ini, *Road Map* Kopi ini mengupas secara mendalam terkait seluk beluk dunia kopi dari hulu ke hilir serta berbagai strategi yang perlu dilakukan guna mengembangkan potensi kopi yang dimiliki Indonesia. Dengan adanya *road map* kopi ini telah menjadi salah satu upaya pemerintah dalam menggerakkan perhatiannya terhadap pengembangan kopi dengan cara mengembangkan bibit



kopi dengan baik dan melakukan penanaman bibit kopi yang tepat untuk jenis tertentu yang disesuaikan dengan keadaan wilayah di Indonesia (Reily, 2018).

Di tahun 2019, pemerintah melalui Kementerian Pertanian melakukan upaya untuk mewujudkan kemandirian ekonomi dengan menggerakkan sektor strategis ekonomi lokal. Langkah ini memang sudah diagendakan dan dimulai dari tahun 2015, yang mana bertujuan untuk meningkatkan produktivitas pada komoditas perkebunan, salah satunya kopi agar memiliki nilai tambah dan berdaya saing di pasar dunia. Dalam upaya ini, pemerintah menyasarkan sekitar 1000 desa pertanian organik, 600 desa tanaman pangan, 250 desa hortikultura, dan 150 desa perkebunan yang ada di beberapa wilayah di Indonesia. Upaya yang dilakukan ini dilaksanakan secara bertahap, yang mana pada tahun 2015, dilakukannya penetapan CP (Calon Petani/Calon Lokasi). Sedangkan, di tahun 2016, dilakukannya tahap inisiasi berupa sosialisasi dan pengadaan input/sarana prasarana produksi, dan pada tahun 2017-2019, dilakukannya penyiapan dokumen, persiapan sertifikasi produk dan apresiasi produk organik ("Kementan Dorong Pekebun", 2020).

Di samping itu, di tahun 2020, upaya yang dilakukan pemerintah adalah dengan memberikan bantuan alat teknologi pasca panen ke beberapa kelompok petani di Indonesia. Bantuan teknologi yang diberikan ini terdiri dari alat *pulper* kopi, *washer* kopi, *huller* kopi, *roasted* kopi, *solar dryer dome*, dan alat pembangunan unit pengolahan kopi ("Pemerintah Bantu Petani Alat Pasca Panen Kopi", 2021). Di samping itu, dari rentan tahun 2020 sampai 2021, pemerintah memberikan sarana pasca panen sebanyak 182 unit untuk 13 provinsi di 14 kabupaten. Di samping itu, prasarana pasca panen sebanyak 13 unit untuk 9 provinsi di 11 kabupaten. Kemudian, prasarana pengolahan sebanyak 49 unit untuk 18 provinsi di 32 kabupaten dan sarana pengolahan 353 unit di 25 provinsi di 67 kabupaten. Sedangkan, melalui program pengembangan kopi nasional, pemerintah telah merevitalisasi perkebunan kopi sebesar 5.160 ha, yang mana terdiri dari perluasan lahan kopi arabika di 12 provinsi di 22 kabupaten dengan luas 2.590 ha. Selain itu, rehabilitasi kopi robusta di 1 provinsi di 1 kabupaten dengan luas 100 ha, peremajaan kopi robusta di 5 provinsi di 5 kabupaten dengan luas 800 ha ("Pemerintah Bantu Petani Alat Pasca Panen Kopi", 2021).

Selain, memberikan bantuan alat teknologi pasca panen, di tahun 2020 ini pemerintah memberikan bantuan skema pembiayaan Kredit Usaha Rakyat (KUR) teruntuk sub sektor perkebunan. Tujuan bantuan skema KUR ini adalah untuk meningkatkan pengelolaan kualitas produktivitas kopi melalui aspek finansial dan peningkatan investasi usaha petani kopi. Dalam



upaya ini, pemerintah mengalokasikan skema bantuan KUR sebesar Rp. 20,37 triliun. Dari angka tersebut memperlihatkan bahwa KUR untuk komoditas kopi ditargetkan sebesar Rp. 3,96 triliun pada kegiatan hulu dan sebesar Rp. 60 miliar di dalam kegiatan hilir. Dalam pemberian akses KUR ini, pemerintah melalui menteri pertanian juga menurunkan bunga KUR hanya menjadi 6% tanpa adanya agunan di perbankan. Melalui program ini diharapkan dapat mempermudah para petani untuk mengakses permodalan yang pada nantinya mampu meningkatkan kesejahteraan petani sekaligus mendorong peningkatan ekspor kopi Indonesia, khususnya ke Jepang. Sehingga, dengan permodalan yang baik, para petani kopi dapat mampu mengembangkan industri pertaniannya agar dapat menjadi eksportir kopi berskala besar (Nasution, 2020).

Dengan demikian, upaya pemerintah dalam kebijakan standarisasi melalui *Indonesian Sustainable Coffee* (ISCOffee) mampu mendorong peningkatan mutu produktivitas kopi dan SDM petani kopi. Kebijakan tersebut dapat memberikan sertifikasi berbagai jenis kopi yang dihasilkan oleh para petani lokal, sehingga berdampak terhadap peningkatannya keuntungan pasar bagi para petani dan eksportir kopi baik di pasar domestik maupun internasional. Ditambah lagi, kebijakan ini juga berpengaruh terhadap adanya pengakuan khusus terhadap produk kopi yang dihasilkan. Hal tersebut dihasilkan dari bagaimana langkah pemerintah dalam meningkatkan mutu produksi kopi, pemberian teknologi pasca panen, peningkatan SDM, dan pemberian sertifikasi terhadap produk kopi, sehingga produk kopi Indonesia dapat diakui oleh masyarakat domestik dan internasional dan mempengaruhi peningkatan daya beli masyarakat terhadap kopi Indonesia.

Tak luput juga, kebijakan standarisasi ini akan terus dikembangkan oleh pemerintah Indonesia guna menyesuaikan berbagai dinamika pengelolaan kopi yang ada di Indonesia. Dalam pengimplementasiannya, juga dilakukan langkah-langkah evaluasi untuk melihat kekurangan dan potensi yang ada, sehingga dapat digunakan sebagai kerangka acuan dalam mengembangkan kebijakan standarisasi untuk kedepannya.

### **5.1.3 Kebijakan Penyederhanaan Izin Ekspor**

Ekspor merupakan kegiatan pendistribusian barang dari dalam negeri ke luar negeri yang disebabkan adanya kerja sama perdagangan ekonomi antara negara yang terkait. Pada umumnya kegiatan ekspor yang dilakukan memiliki regulasi atau peraturannya tersendiri, seperti halnya pada

Indonesia. Dalam hal ini, untuk meningkatkan nilai ekspor dari berbagai produk, khususnya kopi, pemerintah menerapkan kebijakan dalam memberikan kemudahan bagi para eksportir Indonesia untuk mengekspor komoditas kopi ke beberapa negara tujuan, terutama ke Jepang.

Dari rentan tahun 2018-2020 pemerintah berupaya meningkatkan kinerja ekspor dan menjaga stabilitas neraca perdagangan melalui berbagai cara, salah satunya penyederhanaan izin ekspor. Hal ini juga dikemukakan oleh Direktur Jenderal Perdagangan Luar Negeri, Kementerian Perdagangan, yaitu Wisnu Wardhana, yang menjelaskan bahwa Kementerian Perdagangan mendukung penuh dalam melakukan penyempurnaan tata cara dan pengimplementasian kebijakan ekspor dari berbagai produk kopi dan turunannya yang berdasarkan pada prosedur perizinan ekspor yang lebih sederhana. Dalam hal ini, langkah penyederhanaan dari tata perizinan ekspor ini merupakan salah satu cara dalam meningkatkan upaya ekspor kopi ke beberapa negara, khususnya ke Jepang (Andrianita, 2019).

Upaya pemerintah ini dituangkan pada Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 80 Tahun 2019 Tentang Perubahan Atas Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 109 Tahun 2018 Tentang Ketentuan Ekspor Kopi. Pada Permendag No. 80 ini bertujuan untuk meningkatkan efektivitas pelaksanaan kebijakan ekspor kopi. Dalam hal ini, salah satu perubahan pada peraturan ini adalah dihapuskannya Pasal 5 mengenai Berita Acara Pemeriksaan (BAP) yang selama ini harus dilampirkan pada saat akan mengajukan permohonan tertulis pada Dinas Perdagangan (Verimasri, 2020). Pada peraturan menteri sebelumnya, pada Pasal 5 menjelaskan bahwa untuk mendapatkan Hasil Pemeriksaan dan Berita Acara Pemeriksaan, perusahaan harus mengajukan permohonan secara tertulis kepada kepala Dinas Perdagangan dengan melampirkan Fotokopi Akta Pendirian Perusahaan dan Fotokopi Tanda Pengenal Identitas Penanggung Jawab Perusahaan ("Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 109 Tahun 2018", t.thn.).

Di samping itu, penyederhanaan izin ekspor juga dilakukan melalui pengurangan komoditi yang wajib menyertakan Laporan *Surveyor* (LS) serta pengurangan pelarangan dan pembatasan (Larta) untuk beberapa komoditas. Perlu diketahui bahwa Laporan *Surveyor* merupakan dokumen hasil verifikasi atau penelusuran teknis sebagai dokumen pelengkap yang diwajibkan dalam penyampaian pemberitahuan ekspor barang kepada kantor pabean (Pratiwi D. , 2019). Dalam hal ini, pemerintah menyatakan bahwa kebijakan ini diharapkan dapat memberikan percepatan dan kemudahan secara prosedural bagi eksportir kopi dalam melakukan transaksi perdagangan di pasar

internasional. Sehingga, para eksportir dapat lebih mudah melakukan ekspor tanpa perlu menduplikasi izin. Pemerintah juga menyertakan peningkatan sistem operasional, sehingga dapat membantu pengurangan biaya dan efisiensi waktu ekspor yang dilakukan (Reily, 2018). Di samping itu, penyederhanaan peraturan ekspor ini membuat para industri kecil menengah kopi tidak perlu untuk menjadi perusahaan besar jika ingin mengekspor produk kopinya dan hanya mendaftarkan badan usahanya sebagai eksportir kopi (Embu, 2018).

Selain melalui Peraturan Menteri tersebut, pemerintah juga melakukan upaya pemberian kemudahan izin ekspor bagi eksportir kopi Indonesia melalui Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 Tentang Cipta Kerja. Undang-undang ini memberikan intensif Kepabeanan bagi UMK berorientasi ekspor, memberikan kemudahan impor bahan baku dan bahan penolong industri serta pemberian fasilitas ekspor (“Pemerintah Terus Berupaya”, 2021). Kemudian, kebijakan ini juga memberikan dukungan dalam penyediaan dana dan pembiayaan ekspor melalui perbankan. Ditambah lagi, diberlakukannya undang-undang ini telah berdampak pada pengimplementasian *Single Submission* (SSm), yang merupakan pengajuan perizinan melalui *Sistem Indonesia National Single Window* (INSW). Hal tersebut bertujuan agar setiap data yang ada terintegrasi dan untuk menghapuskan repetisi dan duplikasi. Melalui sistem ini, perizinan ekspor juga akan semakin mudah dengan berintegrasi dengan sistem INATRADE dengan sistem INSW, yang merupakan hub untuk sistem pelayanan perizinan di seluruh Kementerian/Lembaga terkait. Dalam hal ini, pelaku usaha tidak perlu lagi membuka portal Kementerian/Lembaga terkait untuk memenuhi persyaratan perizinan, khususnya dalam aspek ekspor (Santia, 2021).

Selain itu, pemerintah juga melalui Kementerian Keuangan Direktorat Jenderal Bea dan Cukai melalui Program Pemulihan Ekonomi di tahun 2020 memfasilitasi fasilitas KITE IKM pada kelompok petani kopi, khususnya di Sumedang. Melalui program ini pemerintah memberikan fasilitas kemudahan ekspor-impor yang ditujukan kepada Industri Kecil Menengah dalam melakukan ekspor. Strategi ini memberikan para IKM kemudahan berupa pembebasan bea masuk dan pajak mengekspor (“Tingkat Potensi Ekspor”, 2020).

## 5.2 Upaya Eksternal

### 5.2.1 Kegiatan Promosi Kopi Indonesia Melalui IJEP

Perlu diketahui bahwa IJEP merupakan sebuah organisasi internasional yang menandatangani sebuah perjanjian hubungan bilateral dalam aspek perdagangan dan ekonomi

antara Indonesia dan Jepang. Perjanjian IJEPA ini ditandatangani pada tahun 2007. Dalam perkembangannya, perjanjian tersebut ditindaklanjuti pada tanggal 19 Mei 2008 oleh pemerintah Indonesia dengan menerbitkan sebuah Peraturan Presiden Nomor 36 Tahun 2008 yang meratifikasi perjanjian ini untuk menjadi bagian dari peraturan perundangan di Indonesia (Luthfi, 2021). Dengan hadirnya perjanjian dan kesepakatan IJEPA ini tentunya adanya sebuah dampak positif terhadap perkembangan ekonomi kedua negara, khususnya bagi Indonesia. Dalam perjalanannya, perjanjian IJEPA ini memiliki peran yang begitu signifikan terhadap dinamika kerjasama ekonomi Indonesia dengan Jepang. Secara historis, memang Indonesia dan Jepang memiliki hubungan politik yang cukup lama, sehingga hal ini telah mempengaruhi kedua negara tersebut dalam menjalin hubungan diplomatic, khususnya dalam aspek ekonomi.

Salah satu kerja sama ekonomi yang cukup signifikan di dalam IJEPA ini adalah sektor perdagangan, yang mana menyangkut kegiatan ekspor dan impor. Sesuai dengan pembahasan yang dijelaskan, komoditas kopi juga tidak terlepas dari kinerja perjanjian ini. Melalui perjanjian IJEPA, pemerintah Indonesia juga berupaya semaksimal mungkin dalam meningkatkan nilai ekspor komoditas kopi ini. Melalui kerangka kerja IJEPA ini, IJEPA memberikan fasilitas dan upaya kemudahan bagi Indonesia untuk meningkatkan akses pasar terhadap produk-produk yang diekspor Indonesia ke Jepang, adanya pembebasan tarif terhadap produk-produk ekspor maupun impor, mempromosikan industri Indonesia dan meningkatkan hubungan kerja sama ekonomi dengan para pengusaha Jepang (Reni, *et. al*, 2021).

Dalam perkembangannya, berdasarkan *fact sheet* per tahun 2018 memperlihatkan bahwa tujuan dari IJEPA ini telah diwujudkan melalui beberapa agenda, salah satunya adalah peningkatan kinerja perdagangan dengan menerapkan pengurangan dan penghapusan tarif dalam ekspor dan impor dari suatu produk. Dalam hal ini, peningkatan kinerja perdagangan dengan menerapkan pengurangan dan penghapusan tarif dalam ekspor dan impor produk dari perdagangan Indonesia dan Jepang telah menunjukkan tren yang cukup positif. Di samping itu, memang dalam perkembangannya berbagai produk ekspor, termasuk kopi tidak selalu mengalami kenaikan. Sebagai negara berkembang yang masih memiliki keterbatasan dalam sektor industri teknologi, ekspor Indonesia ke Jepang didominasi oleh produk migas dan non-migas (Blouwe, *et. al*, 2020).

Memang, adanya IJEPA ini memberikan Indonesia terhadap pembebasan tarif masuk produk ekspor ke Jepang. Di samping itu, dari hasil nilai dan volume ekspor kopi Indonesia dari tahun 2016-2020 begitu fluktuatif yang cenderung mengalami tren penurunan, hal tersebut

disebabkan oleh masih adanya hambatan kebijakan standarisasi (hambatan *non-tariff*) produk yang diimplementasikan oleh Jepang. Dalam hal ini, dengan mengangkat isu-isu internasional seperti kesehatan, kelestarian lingkungan, keamanan, dan keselamatan, Jepang membuat standar yang tinggi bagi produk impor dari negara lain termasuk Indonesia sebagai mitra Jepang dalam kerja sama IJEPA ini (Blouwe, *et. al*, 2020). Akan tetapi, pemerintah Indonesia melalui kerja sama IJEPA terus bergerak dalam menjalankan hubungan diplomasinya terhadap Jepang untuk memberikan kemudahan dan kelonggaran terhadap kebijakan standarisasi yang diterapkan oleh Jepang.

Dalam kerangka kerjasama IJEPA ini, diplomasi ekonomi yang dilakukan oleh pemerintah Indonesia telah mendorong dalam pelaksanaan beberapa kegiatan promosi ekspor kopi di pasar Jepang. Promosi ekspor ini merupakan bentuk langkah strategis yang dilakukan pemerintah Indonesia dalam memperkenalkan citra rasa dan kualitas kopi Indonesia kepada masyarakat Jepang. Dalam hal ini, upaya pemerintah untuk menggenjot ekspor kopi di pasar Jepang melalui promosi ekspor merupakan salah satu langkah yang tepat. Hal tersebut dikarenakan Jepang memiliki cara yang cukup berbeda dalam memilih atau menentukan pemasok kopi yang mereka inginkan. Oleh karena itu, di dalam konteks pasar Jepang, pembeli produk kopi pada umumnya jarang merespon permintaan dengan cara pertemuan bisnis jika perusahaan yang mengajukan permintaan belum dikenal (ITPC, 2018)

Sebaliknya, para pembeli kopi lebih memilih menentukan produk baru atau mencari pemasok baru melalui pameran perdagangan berskala besar, yang mana dikarenakan mereka dapat melihat banyak pemasok dan produk serta cita rasa kopi di dalam pameran tersebut. Dalam hal ini, salah satu cara yang begitu efektif untuk memasuki pasar kopi di Jepang adalah dengan ikut secara aktif berpartisipasi dalam pameran dagang yang diselenggarakan di Jepang, sehingga hal tersebut dapat mempengaruhi adanya interaksi dengan calon pembeli atau mengikuti *business matching* yang diselenggarakan oleh instansi atau lembaga promosi milik pemerintah, salah satunya ITPC Osaka yang sudah banyak memiliki relasi di pasar Jepang (ITPC, 2018).

Secara spesifik, kegiatan promosi ekspor melalui kerangka IJEPA dari rentan tahun 2016-2020, hanya terjadi di tahun 2018 dan 2020. Di tahun 2018, promosi ekspor yang dilakukan melalui pameran yang diadakan oleh *Specialty Coffee Association of Japan* pada kegiatan *World Specialty Coffee Conference and Exhibition* di *Big Sight* Tokyo. Kegiatan ini merupakan sebuah ajang pameran kopi yang paling bergengsi dan terbesar di Asia. Kegiatan yang diselenggarakan di tahun

2018 ini merupakan pelaksanaan pameran yang ke-15. Pameran komoditas kopi ini mengikutsertakan Indonesia sebagai salah satu upaya serius pemerintah melalui Atase Perdagangan RI Tokyo dan *Indonesia Trade Promotion Center* (ITPC) Osaka untuk terus mendorong dan meningkatkan ekspor kopi Indonesia di pasar Jepang. Di samping itu, pameran ini telah berhasil mendatangkan sebanyak kurang lebih 30.000 pengunjung, yang mana terdiri dari importir, *wholesaler*, *roaster* serta para pemilik *cafe* yang bukan hanya dari Jepang saja, melainkan dari Korea Selatan, Tiongkok, Hongkong, Brazil, dan Italia (Simanjuntak, 2018).

Dalam acara ini, Paviliun Indonesia yang diwakili oleh sembilan pelaku usaha dan asosiasi kopi Indonesia adalah seperti perwakilan dari *Specialty Coffee Association of Indonesia* (SCAI), Asosiasi Eksportir dan Industri Kopi Indonesia (AEKI), PT. Desi Perdagangan Intl, PT. Sulotco Jaya Abadi, PT. Dua Harimau Sumatera, Bella Komoditi, Pipiltin, Balistar dan PT. Kaboa Wild Coffee. Dalam hal ini, asosiasi kopi dan pelaku usaha tersebut menampilkan berbagai varietas kopi Indonesia, seperti Bali Kintamani, Aceh Gayo, Java Preanger, Toraja Salengke, Ijen-Raung, Arabika Kerinci, Lintong, dan Mandailing. Di samping itu, dengan berjalannya kegiatan ini, Paviliun Indonesia mengadakan sesi mencicipi kopi yang banyak menarik minat para pengunjung dan *potential buyer* yang hadir. Dengan demikian, melalui kegiatan ini keikutsertaan Indonesia memiliki tujuan sebagai wadah promosi ekspor untuk melakukan penetrasi pasar kopi sekaligus mengenalkan berbagai keragaman kopi milik Indonesia di pasar Jepang (Poerwanto, 2018). Dari kegiatan ini, Kementerian Perdagangan melaporkan bahwa kopi speciality Indonesia berhasil meraup jumlah transaksi potensial sebesar US\$ 5,5 juta (Septian, 2018).

Pada tahun 2020, pemerintah melalui Menteri Perdagangan melakukan kegiatan promosi ekspor kopi dalam kegiatan *Indonesian Product Expo* (INAPRO) 2020, yang dilaksanakan selama empat hari pada 19-22 November 2020, di Jawa Timur. Kegiatan promosi kopi di ranah lokal ini merupakan salah satu bentuk upaya pemerintah untuk mendongkrak kembali ekspor kopi Indonesia di pasar internasional, khususnya ke Jepang pada masa pandemi COVID-19. Dalam kegiatan ini, Menteri Perdagangan menyiapkan strategi jangka pendek dan jangka menengah dengan melalui pendekatan produk dan pasar ("NAPRO Expo 2020 Mendag", 2020). Strategi yang dilakukan ini bertujuan untuk memfokuskan kembali pemulihan produk ekspor, salah satunya kopi, agar membuka kembali peluangnya dalam memasuki pasar internasional di masa pandemi. Dari kegiatan ini sangat berpengaruh dalam mendorong kepercayaan diri para eksportir kopi di

Jawa Timur untuk memulai kembali merambah kopi Indonesia di pasar Jepang. Selepas acara ini, ekspor kopi sebesar 19 ton telah diberangkatkan ke Yokohama Jepang (Baehaqi, 2020).

Kegiatan promosi kopi Indonesia secara langsung di Jepang baru dilaksanakan kembali pada tahun 2021. Kegiatan ini adalah *Coffee with the Ambassador*, yang mana kegiatan tersebut merupakan bentuk inisiasi Tim Ekonomi KBRI Tokyo yang bekerja sama dengan Bank Indonesia di Tokyo. Dalam hal ini, kegiatan diselenggarakan secara *hybrid* dengan mengundang kehadiran 40 pebisnis kopi dan pecinta kopi di Jepang secara langsung serta pelaku UMKM kopi dari KPSU Solok Radjo secara daring. Pada pembukaan kegiatan ini, Duta Besar Republik Indonesia untuk Jepang, Heri Akhmedi menjelaskan bahwa melalui kegiatan ini diharapkan promosi dan edukasi kopi dan citra rasa kopi Indonesia dapat menggenjot ekspor ke Jepang dan menjadi kopi yang disukai oleh masyarakat Jepang (Setiawan, 2021).

Kegiatan ini bertujuan untuk mengenal secara dekat mengenai keberagaman dan keunggulan kopi Indonesia pada varietas tunggal dari berbagai wilayah di Indonesia dan sebagai rangka mendorong ekspor kopi ke Jepang. Dalam kegiatan ini, terdapat lima varietas kopi unggul yang disajikan, di antaranya adalah Solok Radjo, Mandailing, Pangalengan, Toraja, dan Kintamani. Di samping itu, menurut Kepala Kantor Perwakilan Bank Indonesia Tokyo, menjelaskan pentingnya penekanan dalam penggunaan *Local Currency Settlement* (LCS) dalam melakukan transaksi perdagangan kopi Indonesia ke Jepang. Sehingga, melalui skema LCS ini diharapkan pada nantinya dapat mampu meningkatkan efisiensi dalam penyelesaian transaksi ekspor impor kopi dan mengurangi adanya ketergantungan pada nilai tukar mata uang asing (Setiawan, 2021).

### **5.2.2 Pertemuan Pemerintah Indonesia dan Jepang**

Dalam menunjang upaya eksternal, langkah yang dilakukan oleh pemerintah Indonesia dalam meningkatkan nilai ekspor kopinya di pasar Jepang adalah pemerintah Indonesia melakukan berbagai pertemuan dengan pemerintah Jepang untuk membangun ruang komunikasi dan inovasi terkait perkembangan ekspor kopi. Pada 31 Agustus 2018, Konsulat Jenderal Republik Indonesia (KJRI) untuk Osaka menyelenggarakan Forum Bisnis Kopi Indonesia di Namba Midosuji Hall, Chuo-ku, Forum yang diadakan ini merupakan bentuk bagian dari proyek untuk memperingati 60 tahun hubungan diplomatik ekonomi antara Jepang dan Indonesia. Pelaksanaan forum ini bertujuan untuk lebih meningkatkan peluang bisnis antara kedua negara, sehingga mampu



menciptakan keuntungan timbal-balik antar keduanya. Dalam forum ini, Indonesia memperkenalkan berbagai varietas kopi unggulan Indonesia kepada *stakeholder* yang mengikuti forum ini. Di samping itu, beberapa perusahaan yang mewakili kedua negara juga mendirikan *stand* dan mengadakan pertemuan bisnis (News Nissyoku, 2018).

Selanjutnya, pada pemerintah Indonesia mengadakan Forum Bisnis Promosi Kopi dan Promosi Investasi *Waste to Energy*, pada bulan Oktober 2020. Dalam forum ini, pemerintah Indonesia-Jepang membicarakan terkait peluncuran inovasi *Japan Indonesia Partnership Lounge* atau JAIPONG, sebagai bentuk inovasi teknologi dalam memberikan kemudahan bagi para eksportir kopi Indonesia untuk mengakses berbagai informasi dan peluang bisnis ekspor kopi di pasar Jepang. Inovasi yang dibicarakan dalam forum tersebut merupakan langkah diplomasi ekonomi yang dilakukan oleh Kedutaan Besar Republik Indonesia di Tokyo yang bekerja sama dengan Kantor Perwakilan Bank Indonesia di Tokyo serta didukung oleh Kementerian Luar Negeri, Kementerian Perdagangan dan Badan Koordinasi Penanaman Modal ("Mengenal JAIPONG", 2020).

Kerangka kerja sama melalui forum ini merupakan salah satu upaya bersama untuk mewujudkan visi Indonesia “*Incorporated*” dalam berkolaborasi dan bersinergis dengan instansi pemerintah dan pemangku kepentingan. Dalam forum ini, Wakil Kementerian Luar Negeri Indonesia juga menyampaikan bentuk apresiasi terhadap peluncuran inovasi JAIPONG. Dalam hal ini, Wakil Kementerian Luar Negeri menegaskan pentingnya *virtual tools* tersebut untuk menjembatani berbagai kebutuhan informasi para pelaku bisnis Indonesia di Jepang dalam memahami dan melihat kebijakan dan peluang bisnis di pasar Jepang (**"Hadirkan Inovasi, KBRI Tokyo Luncurkan Dashboard Ekonomi Indonesia"**, 2020).

Peluncuran inovasi JAIPONG ini diselenggarakan sebagai bagian dari kegiatan “*Indonesia-Jepang Virtual Business Forum (IJBF)*”. Kegiatan tersebut diselenggarakan secara daring dari Tokyo dan dihadiri oleh sekitar 1000 peserta dari kalangan pebisnis Jepang dan Indonesia. Melalui peluncuran inovasi ini, Menteri Perdagangan, yaitu Agus Suparmanto menitikberatkan pada perlunya terus menggerakkan sektor perdagangan melalui pemanfaatan teknologi digital, sehingga upaya tersebut diharapkan mampu berpengaruh terhadap peningkatan ekspor produk Indonesia. Kemudian, selepas peluncuran inovasi *Dashboard* JAIPONG ini dilanjutkannya dengan dua sesi dalam mempromosikan perdagangan dan investasi terpadu secara paralel. Dalam hal ini, promosi perdagangan dilaksanakan yang bekerja sama dengan *ASEAN*

*Japan Center* (AJC) yang berada di Tokyo, yang mana promosi ini difokuskan dalam upaya mendorong akses pasar bagi produksi kopi Indonesia di pasar Jepang ("Hadirkan Inovasi, KBRI Tokyo Luncurkan Dashboard Ekonomi Indonesia", 2020).

Dalam pengimplementasiannya, inovasi JAIPONG cukup mempengaruhi kegiatan ekspor kopi Indonesia, khususnya di masa pandemi COVID-19. Di situasi ini, JAIPONG sangat bermanfaat bagi para eksportir kopi Indonesia dalam mengakses berbagai informasi dan data untuk menangkap peluang pasar kopi di Jepang, seperti informasi mengenai kebijakan dan langkah-langkah yang harus dilakukan bagi eksportir secara prosedural untuk mengeksport produk perkebunan. Dengan demikian, inovasi Jaipong ini merupakan salah satu upaya pemerintah dalam memfasilitasi sarana informasi dalam kegiatan ekspor kopi Indonesia ke Jepang dan para eksportir kopi Indonesia dapat dengan mudah dalam mengakses platform tersebut.

Kemudian, pada 2020 di bulan yang sama, pemerintah Indonesia dan Jepang juga melakukan pertemuan bisnis yang disponsori oleh *The ASEAN Promotion Centre on Trade, Investment, and Tourism (ASEAN-Japan Centre)*. *ASEAN-Japan Centre* merupakan sebuah organisasi antar pemerintah yang didirikan oleh negara-negara ASEAN dan Jepang untuk mempromosikan produk ekspor negara anggota ASEAN ke Jepang sambil melakukan revitalisasi investasi, dan pariwisata (*ASEAN Japan Centre*, t.thn.). Kegiatan pertemuan ini merupakan salah satu bentuk "Seminar Bisnis/Pertemuan Bisnis Online Indonesia-Jepang" dengan Kementerian Perdagangan Indonesia dan Kementerian Perekonomian Kedutaan Besar Indonesia di Jepang. Secara garis besar, pertemuan ini akan mengadakan sebuah seminar bisnis pada 14 Oktober 2020, yang dihadiri oleh berbagai pelaku bisnis dan pertemuan bisnis yang dijadwalkan pada pertengahan November. Dalam dua kegiatan tersebut bertujuan untuk lebih meningkatkan dan membuka peluang secara lebih besar dalam memasarkan kopi Indonesia di pasar Jepang ("Indonesia-Japan Business Promotion Seminar Coffee", 2020).

Dalam pertemuan tersebut, diawali oleh pemberian sambutan Masataka Fujita, selaku Sekretaris Jenderal *ASEAN-Japan Centre* dan Kasan Mufuri Direktur Jenderal Biro Promosi Ekspor, Kementerian Perdagangan Indonesia. Pertemuan ini membahas mengenai bagaimana kondisi perkembangan pasar kopi di Jepang di tahun 2020 dan prospeknya di tahun yang akan datang serta berbagai kebijakan dan peraturan yang ada di pasar Jepang ("Indonesia-Japan Business Promotion Seminar Coffee", 2020). Dengan diadakannya kegiatan ini, pemerintah

Indonesia senantiasa bersinergis untuk membuka peluang sebesar-besarnya agar kopi Indonesia menjadi salah satu produsen utama di pasar Jepang.

### **5.3 Analisis Upaya Pemerintah Indonesia dalam Meningkatkan Nilai Ekspor Kopi ke Jepang Pada 2016-2020**

Dari penjelasan pembahasan yang sudah dijelaskan sebelumnya dapat dianalisis berdasarkan tiga kerangka teori yang digunakan, yaitu Perdagangan Bebas, *Export Promotion*, dan Hambatan *Non-Tariff*. Analisis yang pertama memperlihatkan bahwa pemerintah telah membawa Indonesia dalam berpartisipasi secara aktif di pasar internasional melalui adanya perdagangan bebas. Dalam hal ini, Indonesia telah merasakan manfaat dengan adanya perdagangan bebas. Melalui perdagangan bebas ini, pemerintah Indonesia menjalin hubungan bilateral dengan Jepang, yang mana hubungan tersebut sudah terjalin begitu lama ketika di masa awal kemerdekaan Indonesia. Di masa kontemporer ini, hubungan bilateral Indonesia dan Jepang telah difokuskan di dalam sebuah perjanjian, yang disebut *Indonesia-Japan Economic Partnership Agreement* (IJEPA).

Hubungan bilateral Indonesia dan Jepang telah mendorong kedua negara untuk melakukan perdagangan, khususnya dalam aspek ekspor dan impor, yang mana perdagangan ini menjadi indikator yang penting terhadap peningkatan pendapatan masing-masing negara. Dalam hal ini, jenis perdagangan yang cukup memberikan dampak yang signifikan adalah kegiatan ekspor impor komoditas kopi. Perdagangan bebas melalui IJEPA ini mendorong pemerintah Indonesia untuk meningkatkan produktivitas komoditas kopinya agar dapat bersaing dan mampu memasuki pasar Jepang. Yang perlu diketahui juga bahwa di masa kontemporer ini kopi merupakan salah satu komoditas yang menjadi tren di masyarakat internasional, khususnya masyarakat Jepang. Dari rentan tahun 2016-2020, Jepang memiliki tingkat konsumsi yang begitu tinggi terhadap komoditas kopi, sehingga di dalam pasar Jepang, masyarakat Jepang memiliki daya konsumsi yang cukup tinggi terhadap kopi. Maka dari itu, Indonesia sebagai negara yang memiliki sumber daya alam yang begitu melimpah, terutama pada komoditas kopi, berupaya menunjukkan upayanya dalam memanfaatkan secara maksimal hubungan bilateral ini.

Perdagangan bebas yang dilakukan Indonesia dalam mengekspor kopi ke Jepang dapat mampu memberikan keuntungan bagi kedua negara tersebut, yang mana Indonesia diuntungkan dengan peningkatan pendapatan dan kesejahteraan masyarakatnya, khususnya bagi petani kopi dan

pelaku industri kopi serta Jepang juga dapat diuntungkan dengan terpenuhinya kebutuhan kopi bagi negaranya yang sesuai dengan standar mutu yang telah ditetapkan. Dengan demikian, dari penjelasan tersebut relevan dengan apa yang dijelaskan oleh Adam Smith mengenai perdagangan bebas dalam teorinya, yang menjelaskan bahwa perdagangan bebas akan mendorong terjadinya distribusi sumber daya yang efisien, meningkatkan produktivitas, dan meningkatkan daya beli masyarakat (Igwe, 2019)..

Di samping itu, Smith juga menjelaskan bahwa perdagangan bebas dapat meningkatkan pembagian kerja dan memperlihatkan banyaknya barang yang dapat diproduksi di semua negara melalui perdagangan bersama-sama (Schumacher, 2012). Hal tersebut dapat dilihat dari bagaimana hubungan perdagangan Indonesia dan Jepang melalui kerangka IJEPA telah membawa Indonesia untuk meningkatkan jumlah produksi komoditas kopinya yang disertai dengan mutu yang berkualitas. Dalam hal ini, tidak hanya Indonesia saja yang menjadi negara produsen kopi di pasar internasional, melainkan terdapat beberapa negara produsen kopi yang memiliki jumlah produksi tinggi serta kualitas kopi yang baik. Sehingga, perdagangan bebas menghadirkan bentuk persaingan antar negara produsen dalam memasuki pasar negara importir. Salah satunya adalah Vietnam yang menjadi pesaing berat dalam memperdagangkan komoditas kopi di pasar Jepang.

Kemudian, apa yang dijelaskan oleh Smith menjelaskan bahwa perdagangan bebas juga mendorong hadirnya inovasi teknologi (Schumacher, 2012).. Dalam hal ini, dapat dilihat dari hubungan bilateral Indonesia dan Jepang ini, Jepang telah membantu memfasilitasi Indonesia dalam peluncuran inovasi berupa *Dashboard JAIPONG*, yang mana inovasi tersebut bertujuan untuk menjembatani kebutuhan akan informasi bagi para pelaku bisnis di Jepang dengan pelaku bisnis di Indonesia dalam aspek kebijakan, perdagangan, dan investasi ("Hadirkan Inovasi, KBRI Tokyo Luncurkan Dashboard Ekonomi Indonesia", 2020).. Selain itu, hubungan perdagangan Indonesia terkait ekspor kopi ini telah mendorong pemerintah Indonesia dalam pengadopsian teknologi modern untuk melakukan pengolahan kopi. Pemerintah Indonesia juga memberikan bantuan dalam memberikan peralatan teknologi bagi para petani kopi dan industri kopi agar mampu meningkatkan produktivitas kopi yang dikelolanya. Dengan demikian, perdagangan bebas telah mendorong negara-negara terkait dalam meningkatkan produktivitas, penyerapan teknologi, serta upaya untuk menciptakan pertumbuhan ekonomi.

Dalam aspek strategi secara internal, Pemerintah Indonesia berupaya dalam meningkatkan mutu kualitas dari hasil produksi kopi. Namun, dalam prosesnya, pemerintah Indonesia

dihadapkan oleh beberapa hambatan non-tarif. Sesuai dengan penggunaan kerangka teori hambatan *non-tarif*. Hambatan non-tarif merupakan sebuah teknik pengukuran tertentu yang telah menjadi sebuah fitur yang menonjol di dalam regulasi perdagangan internasional, khususnya pada perdagangan barang (Fugazza, 2013). Dalam hal ini, hambatan *non-tarif* menjadi permasalahan yang sangat signifikan terhadap laju ekspor kopi Indonesia ke Jepang. Salah satu hambatan *non-tarif* yang diterapkan oleh Jepang adalah adanya kebijakan ambang batas penggunaan residu pestisida dan kebijakan standarisasi mutu. Memang, hambatan non-tarif yang ada di Jepang menjadi sebuah fitur menonjol di dalam perdagangan internasional. Tidak hanya Indonesia saja yang menghadapi hambatan ini, melainkan negara pengekspor lainnya.

Secara teoritis, dalam praktiknya, hambatan *non-tarif* ini merupakan sebuah bentuk tindakan kebijakan yang melakukan pembatasan terhadap volume, komposisi, dan arah perdagangan barang atau upaya untuk menghambat sampainya barang menuju ke konsumen pada suatu negara (Dewi, 2018).. Hambatan *non-tarif* melalui kebijakan ambang batas residu pestisida terhadap komoditas perkebunan dan kebijakan standarisasi mutu Jepang ini memberikan dampak terhadap pembatasan masuknya komoditas ekspor kopi Indonesia ke Jepang. Dalam hal ini, dalam perkembangannya, banyak produk ekspor kopi yang ditolak dan dikirimkan kembali ke Indonesia yang dikarenakan kandungan kopi yang diekspor tersebut mengandung kandungan pestisida yang dilarang masuk ke Jepang. Di samping itu, kebijakan standarisasi mutu produk di Jepang ini disebabkan Jepang sangat menjunjung tinggi aspek kesehatan, kelestarian lingkungan, dan keamanan, sehingga Jepang memberlakukan regulasi yang ketat dalam memasuki berbagai produk di negaranya (Blouwe, *et. al*, 2020). Ditambah lagi, di Indonesia itu sendiri memang masih terdapat petani kopi Indonesia yang masih mengelola kopi dengan pestisida dan belum berkembang pesatnya penggunaan teknologi penunjang dalam membantu menghasilkan kopi yang bebas dari pestisida. Sehingga, dari kekurangan yang dimiliki Indonesia dalam mengelola kopi, Indonesia menjadi terhalang atau terhambat dalam mengekspor komoditas kopinya ke Jepang. Kendati demikian, memang, pengimplementasian hambatan non-tarif ini adalah salah satu bentuk untuk mengontrol jumlah perdagangan yang dilakukan oleh sebuah negara dengan negara lainnya.

Dalam mengatasi masalah hambatan non-tarif ini, strategi yang memberikan dampak signifikan adalah dengan penerapan kebijakan standarisasi melalui Indonesian Sustainable Coffee (ISCOffee). Kebijakan ini memperlihatkan bagaimana upaya pemerintah dalam melakukan pengelolaan kualitas benih kopi dan pembenahan sumber daya manusia, seperti para petani kopi

dan pelaku bisnis kopi (Luthfi, 2021). Dalam prosesnya, upaya peningkatan kualitas dan produktivitas kopi Indonesia telah didukung dengan beberapa kebijakan finansial dan teknologi yang diberikan kepada para petani dan pelaku bisnis kopi. Di samping itu, dalam aspek pemberdayaan sumber daya manusianya, pemerintah secara aktif melakukan penyuluhan dan pengajaran terhadap petani dan pelaku bisnis kopi.

Dari semua upaya yang dilakukan, pemerintah memiliki pedoman atau landasan yang digunakan sebagai kerangka acuan. Landasan ini adalah Peraturan Menteri Pertanian Nomor 88/KPTS/KB.020/11/2017. Pemberlakuan peraturan ini merupakan suatu bentuk langkah pemerintah dalam rangka mendukung pembangunan dan perkembangan program perkebunan berkelanjutan, khususnya dalam komoditas kopi ("Keputusan Menteri Pertanian Republik Indonesia Nomor 88 /KPTS/KB.020/11/2017", 2017).. Untuk melakukan hal tersebut, pemerintah melakukan beberapa langkah penyempurnaan terhadap standar produksi, sertifikasi, peredaran dan pengawasan benih kopi yang ada di perkebunan Indonesia.

Secara procedural, pemerintah juga melakukan langkah dalam memberikan kemudahan izin ekspor terhadap pelaku bisnis kopi. Dalam hal ini, pemerintah melalui Kementerian Perdagangan mendukung penuh dalam melakukan penyempurnaan tata cara dan pengimplementasian kebijakan ekspor dari berbagai produk kopi dan turunannya yang berdasarkan pada prosedur perizinan ekspor yang lebih sederhana (Andrianita, 2019).. Secara garis besar, pemerintah menyatakan bahwa kebijakan ini diharapkan dapat memberikan percepatan dan kemudahan secara procedural bagi eksportir kopi dalam melakukan transaksi perdagangan di pasar internasional. Sehingga, para eksportir dapat lebih mudah melakukan ekspor tanpa perlu menduplikasi izin. Pemerintah juga menyertakan peningkatan sistem operasional, sehingga dapat membantu pengurangan biaya dan efisiensi waktu ekspor yang dilakukan.

Selanjutnya, dalam aspek strategi eksternal yang dilakukan pemerintah, promosi ekspor merupakan strategi yang sangat strategis. Langkah strategi promosi ekspor ini telah sesuai dengan kerangka teori yang dilakukan, yaitu *export promotion*. Dalam hal ini, strategi promosi ekspor memiliki dampak yang jauh lebih besar dalam meningkatkan ekspor kopi ke Jepang. Pada teori *Export Promotion*, menjelaskan bahwa promosi ekspor merupakan komponen umum dari sebagian besar negara, khususnya dalam kebijakan perdagangan internasional baik pada negara maju maupun berkembang. Dalam hal ini, negara atau perusahaan seringkali memerlukan bantuan dan panduan untuk mengidentifikasi peluang dan pasar ekspor secara potensial (Jalali, 2012). Dari

kerangka teori tersebut dapat memperlihatkan bahwa Indonesia merupakan salah satu negara berkembang yang cukup mengandalkan kegiatan perekonomiannya melalui sumber daya alam yang dimilikinya. Dalam memanfaatkan peluang ekonomi, Indonesia ikut secara aktif di dalam perdagangan bebas untuk melakukan transaksi perdagangan dengan beberapa negara di dunia, khususnya Jepang. Dalam hal ini, agar produk Indonesia dapat dikenal dan disukai oleh konsumen global, upaya yang tepat dilakukan adalah dengan melakukan promosi ekspor. Promosi ekspor salah satu bentuk upaya pemerintah Indonesia dalam memasuki pasar kopi Indonesia di Jepang dan mengatasi masalah persaingan yang ketat dengan negara produsen lainnya yang memasuki pasar kopi Jepang. Oleh karena itu, Pemerintah Indonesia berupaya mengenalkan kepada masyarakat Jepang bahwa kopi Indonesia begitu beragam dan memiliki kualitas yang baik serta cita rasa yang unik. Sehingga, promosi ekspor dapat mempengaruhi para pelaku bisnis di Jepang untuk membeli produk kopi Indonesia yang pada akhirnya dapat meningkatkan nilai ekspor. Seperti yang dilakukan oleh pemerintah Indonesia dalam mengikuti pameran yang diadakan oleh *Specialty Coffee Association of Japan* pada kegiatan *World Specialty Coffee Conference and Exhibition* (Simanjuntak, 2018); *Coffee with the Ambassador* di Tokyo (Setiawan, 2021), serta pertemuan-pertemuan antara pemerintah dan pebisnis kopi Jepang dengan pemerintah Indonesia.

Di samping itu, promosi ekspor juga merupakan salah satu indikator yang penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi suatu negara secara lebih cepat, yang mana hal tersebut dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu (1) adanya keterkaitan sektor pertanian dengan sektor industri; (2) skala ekonomis; (3) dampak persaingan atas prestasi perusahaan; dan (4) dampak kekurangan devisa atas pertumbuhan ekonomi (Suharto, 2002). Dari faktor yang pertama dapat dilihat bahwa promosi ekspor memang sangat berkaitan bagaimana pemerintah Indonesia mendorong para kelompok petani kopi mengelola sektor pertanian komoditas kopi agar lebih produktivitas, yang mana untuk mencapai produktivitas tersebut, kopi-kopi yang ada diolah melalui penggunaan teknologi melalui para pelaku industri kopi. Hal tersebut dapat dilihat dari upaya pemerintah yang mendorong para petani kopi untuk membentuk koperasi dan pemerintah juga memberikan bantuan fasilitas teknologi pengolahan kopi kopi ("Pemerintah Bantu Petani Alat Pasca Panen Kopi", 2021). Sehingga, setelah menghasilkan kopi yang dianggap sudah mengikuti standar yang ditetapkan, maka pelaku industri dapat mengeksport komoditas kopinya ke negara tujuan.



Untuk mendorong kegiatan ekspor kopinya ini, pemerintah juga berperan aktif dalam memberikan fasilitas dan akses informasi kepada pelaku industri kopi Indonesia agar dapat mampu bersaing dan memasuki pasar kopi, khususnya pasar kopi Jepang. Pada faktor yang kedua, yaitu skala ekonomis, memperlihatkan bahwa promosi ekspor merupakan upaya yang cukup efisien dalam mendorong komoditas kopi untuk dapat diekspor. Dalam hal ini, para pembeli kopi di Jepang lebih memilih menentukan produk baru atau mencari pemasok baru melalui pameran perdagangan berskala besar (ITPC, 2018). Melalui promosi ekspor ini dapat mampu menarik perhatian para pelaku bisnis kopi Jepang untuk membeli produk kopi Indonesia. Sehingga, promosi ekspor memiliki nilai ekonomi dalam mendorong surplus neraca perdagangan. Ketiga, faktor dampak persaingan atas prestasi perusahaan, menunjukkan bahwa promosi ekspor membantu mengatasi adanya persaingan yang ketat antara sesama negara produsen kopi, khususnya Vietnam. Di rentan tahun 2016-2020 ini Vietnam cukup menarik perhatian Jepang dalam mengekspor kopinya (Atmadji, *et. al*, 2019). Dari segi kuantitas, jumlah produksi ekspor Indonesia dengan Vietnam cukup jauh berbeda, yang mana jumlah produksi ekspor kopi Indonesia jauh lebih kecil dibandingkan Vietnam (Kurose dan Anzai, 2019). Dalam hal ini, Indonesia perlu menggenjot promosi ekspor kopinya melalui berbagai pameran atau *event* yang diselenggarakan di Jepang baik secara daring maupun luring. Faktor terakhir adalah dampak kekurangan devisa atas pertumbuhan ekonomi. Dalam hal ini, promosi ekspor dapat mampu mendorong peningkatan devisa pada negara. Pemerintah Indonesia berupaya melakukan promosi ekspor kopi Indonesia dari beberapa pameran atau *event* yang diselenggarakan di Jepang, yang mana dari hal tersebut pemerintah terhadap ekspor kopi yang dilakukan dapat meningkatkan nilai ekspor dan pendapatan negara, khususnya pendapatan dari devisa (Kartikasari, 2017). Dengan demikian, apa yang dijelaskan di dalam kerangka teori promosi ekspor ini memperlihatkan upaya pemerintah dalam mendukung kegiatan ekspor yang dilakukan oleh para industri lokal dan dapat bersaing dengan produsen dari negara lainnya agar dapat memasuki pasar kopi di Jepang.

Secara keseluruhan, kegiatan promosi ekspor kopi Indonesia ke Jepang merupakan langkah strategis yang dilakukan Pemerintah Indonesia dalam membuka peluang besar dalam memasarkan kopi Indonesia di pasar Jepang. Di samping itu, promosi ekspor di pasar Jepang juga mendorong pemerintah Indonesia dalam menciptakan inovasi teknologi dalam memfasilitasi para eksportir kopi Indonesia, sehingga para eksportir dapat memahami bagaimana kondisi dari dinamika pasar

kopi di Jepang. Dengan demikian, dari strategi promosi ekspor ini kopi Indonesia dapat semakin di kenal oleh kalangan masyarakat Jepang.