



KEMENTERIAN PERDAGANGAN  
REPUBLIK INDONESIA

## BERITA PERDAGANGAN

*Berita Perdagangan* bersumber dari artikel dan liputan dari dalam atau dari luar Kemendag, berbagai tulisan di berbagai media lokal dan asing, kawat berita dari berbagai Perwakilan RI di luar negeri, dan informasi dari instansi/dinas perdagangan di daerah. Materi disunting dan diolah kembali oleh *Staf Komunikasi Pimpinan* pada *Pusat Humas Kementerian Perdagangan*.



### Tebar Pesona Kopi Indonesia di Australia

**Sydney, 30 April 2010** - ITPC Sydney bersama KJRI Sydney melakukan promosi kopi Indonesia untuk menerobos pasar Australia melalui kegiatan *Indonesian Morning Coffee* di Sydney tanggal 27 April 2010 dan *Indonesian Evening Coffee* di Melbourne tanggal 29 April 2010. Promosi kopi ini juga melibatkan Asosiasi Eksportir Kopi Indonesia (AEKI), yang diwakili oleh Bapak Pranoto Soenarto, Prof. Bustanul Arifin, peneliti kopi Indonesia dan AustralAsian Specialty Coffee Association (AASCA).

Kegiatan promosi kopi kali ini dilakukan sebagai salah satu upaya untuk memotong jalur ekspor kopi Indonesia ke Australia di mana sebagian besar ekspor kopi ke Australia melalui Jerman dan Italia. Informasi yang beredar di kalangan eskportir Indonesia selama ini, penjualan kopi dilakukan kepada pedagang di Jerman dan Italia walaupun secara fisik kopi Indonesia tersebut dikirim langsung ke Australia dari Indonesia. Hal ini dibenarkan pihak importir Australia, bahwa mereka mengimpor kopi Indonesia seperti kopi Toraja, Mandailing, Lintong dll dari Jerman atau Itali. Menurut mereka, sejak dulu pasar kopi maupun café di Australia dikuasai oleh etnis Itali atau Greek.



Acara morning kopi di Sydney dibuka oleh Duta Besar RI untuk Australia Bapak Primo Alui Joelianto, yang dihadiri oleh 25 importir dan roaster di wilayah Sydney dan sekitarnya. Pada acara morning coffee dilakukan cupping coffee untuk 12 jenis kopi

berkualitas di Indonesia antara lain kopi Arabika Toraja, Robusta Lampung, kintamani, mandailing, Lintong, Toraja Luwak, prianger dll. Para roaster dan importir yang hadir sangat antusias melakukan cupping karena kopi yang diuji merupakan kopi berkualitas premium.

Dalam sambutannya, Dubes RI berharap melalui acara seperti ini ekspor kopi Indonesia ke Australia meningkat dan pangsa pasar kopi Indonesia di Australia yang saat ini hanya sekitar 12% bisa ditingkatkan. Apalagi secara geografis Indonesia dan Australia relatif lebih dekat dibandingkan dengan negara produsen lainnya. Disamping itu Indonesia juga menghasilkan berbagai jenis kopi berkualitas tinggi.



Indonesia merupakan Negara keempat penghasil kopi dunia setelah Brazil, Vietnam dan Columbia. Pada tahun 2009, Indonesia berada pada urutan keenam sebagai Negara pengekspor kopi. Pada tahun 2009, produksi kopi Indonesia mencapai 518.300 ton; meningkat dibandingkan tahun 2008 sebesar 466.600 ton. Pada tahun 2008 dan 2009 negara tujuan ekspor utama kopi Indonesia adalah Jerman, USA dan Jepang.

Kepala ITPC Sydney Fetnayeti menjelaskan bahwa Australia merupakan pasar kopi yang potensial, karena sebagai negara yang tidak menghasilkan kopi, tingkat konsumsi kopi masyarakat Australia terhadap kopi sangat tinggi. Hal ini menempatkan impor kopi Australia menduduki posisi ke 130 dari 1252 jenis produk impor Australia dari dunia (HS 4 digit).

Impor kopi Australia dunia pada tahun 2009 berjumlah US\$ 221,98 juta. Indonesia menduduki posisi ke 4 sebagai negara pengekspor kopi ke Australia dengan nilai ekspor pada tahun 2009 sebesar US\$ 20,14 juta dengan pangsa sekitar 12% dari total impor kopi Australia. Negara pesaing di pasar Australia berturut-turut adalah Italy, PNG dan Brazil. Sesuatu hal yang menarik adalah bahwa secara volume Brazil dan PNG menduduki posisi utama memasok pasar Australia, karena ternyata harga kopi Italy dan Indonesia relatif lebih tinggi dibanding kedua negara tersebut karena jenis dan kualitas kopi yang lebih baik.

Pada kesempatan itu, Pranoto dari AEKI mengingatkan bahwa permintaan terhadap kopi dengan kualitas premium sangat tinggi sementara suplai terbatas sehingga terjadi transfer kopi oleh pedagang dengan mengganti nama kopi dari suatu daerah dengan nama kopi daerah lain yang berkualitas. Untuk mengatasi hal tersebut, maka

sering terjadi deal bisnis kopi dengan AEKI atau produsen, dan bukan dengan *broker* akan mengurangi terjadinya penipuan-penipuan seperti ini. Pranoto menambahkan, walaupun deal bisnis belum bisa dilakukan langsung saat acara promosi ini namun dengan acara seperti ini peserta yang hadir sangat puas karena mendapatkan informasi langsung tentang jenis dan kualitas kopi Indonesia.



Di sela-sela acara cupping coffee, Bapak Konjen RI Melbourne menyampaikan pemikiran agar dibuka outlet/cafe kopi Indonesia di Melbourne dan Sydney dengan mengajak para mahasiswa Indonesia yang berminat untuk ikut berpartisipasi dalam pengelolaan dan marketing outlet. Usul ini disambut baik oleh AEKI dan akan segera melakukan penjajagan untuk membuka outlet/cafe tersebut.

Para hadirin yang hadir melakukan *cupping* sangat antusias dan tertarik dengan acara promosi seperti ini. Mereka berharap acara promosi seperti dilakukan secara berkala sehingga para importir dan *roaster* mengetahui dengan pasti rasa/kualitas kopi yang akan dibeli.

Merespon harapan dan antusiasme pengunjung, Kepala ITPC Sydney Fetnayeti meyakinkan bahwa ITPC Sydney sudah memasukkan kegiatan semacam ini dalam program tahun depan. *Semoga tahun depan lebih sukses.*\*\*\*

(Sumber: ITPC Sydney)

—Pusat Hubungan Masyarakat, Kementerian Perdagangan—  
—021-23528446, pusathumas@depdag.go.id—