

INTELIJEN BISNIS

PRODUK *COFFEE BEAN* DI PASAR NIGERIA

**INDONESIAN TRADE PROMOTION CENTER
LAGOS**



2019

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, ITPC Lagos telah menyelesaikan Intelijen Bisnis edisi 2018 yang berjudul “Peluang Ekspor Pasar *Coffee Bean* di Nigeria”. Intelijen Bisnis ini merupakan pembahasan singkat tentang potensi dan kondisi pasar produk *coffee bean* di Nigeria. Penulisan Intelijen Bisnis ini mengacu pada keputusan Menteri Perdagangan RI Nomor 63 Tahun 2018 tentang Pedoman Penyusunan dan Mekanisme Pelaporan Perwakilan Perdagangan di Luar Negeri.

Pembuatan Intelijen Bisnis ini merupakan bagian dari tugas ITPC di luar negeri yang merupakan informasi terkini tentang suatu produk di suatu negara, mencakup peraturan, potensi dan strategi, peluang dan hambatan, serta informasi yang diperlukan lainnya. Dengan demikian Intelijen Bisnis ini diharapkan dapat membantu upaya peningkatan pemasaran produk *Coffee Bean* Indonesia di pasar Nigeria.

Untuk kesempurnaan kajian pasar ini, kritik dan saran sangat diharapkan. Semoga tulisan ini bermanfaat dan dapat memperkaya informasi dunia perdagangan luar negeri kita.

Terima kasih

Indonesian Trade Promotion Centre Lagos

RINGKASAN EKSEKUTIF

Analisis intelijen bisnis ini disusun dalam rangka memberikan pengetahuan dan informasi tentang perkembangan dinamika perdagangan dan industri *coffee bean* di Nigeria. Selain itu, juga untuk memberikan pengetahuan dan informasi tentang posisi pesaing dan strategi pesaing di produk *coffee bean* di Nigeria. Produk yang menjadi pembahasan dalam *Market Brief* ini adalah produk *coffee bean*. Produk *coffee bean* didefinisikan dalam kode harmonisasi empat digit sebagai HS 0901

Industri ritel *coffee bean* di Nigeria, yang didominasi oleh kopi Instan, selama beberapa tahun terakhir ini menunjukkan perkembangan yang baik. Berdasarkan data dari berbagai sumber, tren pertumbuhan konsumsi kopi di Nigeria diperkirakan mencapai sekitar 20% dalam 5 (lima) tahun terakhir. Perkembangan tersebut dipacu dengan indeks perkembangan populasi penduduk di Nigeria. Lebih jauh, kondisi tersebut diperkirakan dapat berdampak pada pertumbuhan konsumsi *coffee bean*, mengingat beberapa faktor seperti urbanisasi, pertumbuhan ekonomi, serta budaya masyarakat Afrika secara umum juga mempengaruhi perkembangan *coffee bean* secara signifikan.

Kondisi pasar *coffee bean* di Nigeria saat ini adalah untuk masyarakat kelas menengah ke atas. Segmen pasar tersebut memiliki masing-masing karakteristik dari jenis konsumen, saluran distribusi, kapasitas bisnis dan jenis produk yang dijual.

Dalam intelegen bisnis ini juga akan dibahas pesaing umum dan pesain head-to-head dari produk *coffee bean* asal Indonesia yang dipasarkan di Nigeria.

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	2
RINGKASAN EKSEKUTIF	3
DAFTAR GAMBAR.....	7
DAFTAR TABEL.....	8
BAB I: Pendahuluan	9
1.1 Tujuan.....	9
1.2 Metodologi.....	9
1.3 Batasan Produk.....	10
1.4 Gambaran Umum Negara	10
BAB II. Peluang Pasar.....	13
2.1 Repatriasi Imigran Nigeria	13
2.2 Industri Lokal	16
2.3 Struktur Pasar	16
2.3.1. Chain Coffee Shop	17
2.3.2. Hotel dan Restaurant.....	18
2.3.3. Modern Retail.....	19
2.4 Jenis Produk <i>Coffee Bean</i>	19
2.5. Perkembangan Ekspor dan Impor Produk <i>Coffee Bean</i>	20

2.6 Saluran Distribusi	25
2.7 Jalur Logistik.....	25
2.5 Persepsi terhadap <i>Coffee Bean</i> Indonesia	26
BAB 3: Persyaratan Produk.....	28
3.1 Ketentuan Produk dan Ketentuan Pemasaran	28
3.2 Pesaing (<i>Competitor</i>).....	28
BAB 4: Kesimpulan.....	29
DAFTAR PUSTAKA	31

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Lima Chain Coffee Shop besar di Nigeria	18
Gambar 2. Indeks Harga Kopi Indonesia untuk Ekspor.....	22
Gambar 3. Nilai dan Kuantitas Impor Nigeria untuk Produk Coffee tahun 2018.....	23

DAFTAR TABEL

Table 1. Data Masuk Keluarnya Orang Asing di Niegria	15
Table 2. Lima Negara Produksi dan Ekspor Coffee terbesar di Dunia.....	21
Table 3. Nilai Impor Coffee Bean di Nigeria	24

BAB I: Pendahuluan

1.1 Tujuan

Tujuan disusunnya analisis intelijen bisnis ini adalah sebagai berikut:

- 1) Untuk memberikan pengetahuan dan informasi tentang perkembangan kondisi perdagangan dan industri *roasted coffee bean* di Nigeria.
- 2) Untuk memberikan pengetahuan dan informasi tentang posisi pesaing dan strategi pesaing di produk *roasted coffee bean* di Nigeria.
- 3) Untuk memberikan strategi yang perlu dilakukan untuk memasuki pasar Nigeria bagi pelaku usaha yang baru dan ekspansi bagi pelaku usaha yang telah memasuki pasar Nigeria.

1.2 Metodologi

Data yang digunakan dalam analisis ini adalah data sekunder dan data primer yang didapatkan dari pelaku usaha melalui wawancara dan survey pasar. Metode pendekatan yang digunakan adalah *purposive sampling* dengan pendekatan kuantitatif dan kualitatif. Pendekatan kuantitatif lebih digunakan untuk menghitung kinerja perdagangan yang ada pada industri *roasted coffee bean*.

Pendekatan Kuantitatif

Dalam melakukan analisis kuantitatif, analisis intelijen bisnis akan menggunakan beberapa indikator antara lain adalah sebagai berikut:

- 1) **Pertumbuhan nilai**

Pertumbuhan nilai perdagangan dihitung berdasarkan prosentase peningkatan/penurunan atas nilai sekarang dibandingkan dengan nilai akhir.

2) Pangsa nilai

Pangsa nilai perdagangan digunakan untuk menghitung adanya peran perdagangan suatu produk/negara pada pasar produk/negara tertentu yang diobservasi selama periode tertentu.

3) Pertumbuhan pangsa nilai

Pertumbuhan pangsa nilai suatu pertumbuhan dari pangsa suatu negara/pemain dalam suatu industri.

1.3 Batasan Produk

Produk *coffee bean* yang menjadi pembahasan dalam Market Brief ini adalah produk *roasted coffee bean* yaitu produk biji kopi yang memerlukan proses pembakaran (*roasting*) dan *coffee bean* yang memerlukan proses decafeinisasi (*decaffeinated*). Dalam kode harmonisasi perdagangan produk ini dikategorikan dengan kode enam digit HS 090111 (*Coffee (excluding roasted and decaffeinated)*), HS 090112 (*Decaffeinated coffee (excluding roasted)*), HS 090121 (*Roasted coffee (excluding decaffeinated)*) dan HS 090122 (*Roasted, decaffeinated coffee*).

1.4 Gambaran Umum Negara

Nigeria adalah sebuah negara di Afrika Barat yang berbatasan dengan Niger di utara, Chad di timur laut, Kamerun di tenggara, dan Benin di barat. Pantainya terletak sebelah selatan di Teluk Guinea di Samudera Atlantik. Nigeria menganut pemerintahan Federal Republik dengan 36 negara bagian dan 1 federal territorial, dimana Kota Abuja sebagai ibukotanya. Pada tahun 2019, Nigeria telah melakukan

pemilihan presiden, dan presiden petahana Dr. Muhammadu Buhari memenangkan kontestasi pemilihan umum pada tahun ini. Nigeria pertama kali diakui kedaulatannya pada tanggal 1 Oktober 1960 yang secara resmi merdeka dari penjajahan Inggris. Dari sisi perdagangan, Lagos (Southwestern) merupakan kota perdagangan utama di Nigeria disamping Kano (Northern) dan Enugu (Eastern). Nigeria merupakan anggota dari Masyarakat Ekonomi Negara-Negara Afrika Barat (Economic Community of West African States/ECOWAS).

Transportasi di Nigeria meliputi udara, laut dan darat. Pada tahun 2017, terdapat 54 Airport di Nigeria dimana 40 Airport dengan landasan aspal (paved runways) dan 14 landasan tanpa aspal (*unpaved runways*) yang keduanya dapat digunakan sebagai sarana perdagangan. Untuk transportasi darat, Nigeria memiliki rel kereta api sepanjang 3,505 km dan jalan raya sepanjang 3,193,200 yang menghubungkan beberapa negara bagian dengan pusat-pusat industri, pertambangan, dan perdagangan. Secara umum infrastruktur transportasi Nigeria sudah cukup tersedia akan tetapi karena lemahnya pengawasan dan perawatan mengakibatkan sebagian fasilitas tersebut tidak dapat digunakan secara maksimal.

Nigeria termasuk dalam negara middle-income, ekonomi campuran dan pasar berkembang, dengan sektor manufaktur, keuangan, jasa, komunikasi, teknologi, dan hiburan yang semakin meluas. GDP Nigeria bernilai USD 375,8 miliar pada 2017. Nilai GDP Nigeria mewakili 0,61 persen dari ekonomi dunia. GDP Nigeria mencapai tertinggi sepanjang masa adalah sebesar USD 568,5 miliar pada tahun 2014 dan rekor terendah USD 4,2 miliar pada tahun 1960. Sementara itu, GDP per kapita Nigeria tahun 2017 mencapai USD 1.968,56.

Populasi Nigeria terus bertambah dari tahun ketahun. Hal ini dapat dilihat dari jumlah populasi dari tahun 1960 dengan total 45,1 juta jiwa berkembang menjadi 190,9 juta jiwa sampai akhir 2018. Jumlah populasi ini menjadi yang tertinggi ke-7 di dunia. Penduduk Nigeria mayoritas menganut agama Islam (50%), Kristen (40%), dan kepercayaan lokal 10%. Luas total wilayah Nigeria adalah sebesar 923,768 km² dengan jumlah daratan seluas 910,768 km² dan perairan seluas 13,000 km².

Produk *coffee bean* di Nigeria merupakan produk yang relatif baru karena pada dasarnya masyarakat Nigeria tidak mengkonsumsi kopi sebanyak masyarakat di Eropa dan Amerika. Akan tetapi pasar produk *roasted coffee bean* mulai terbentuk dan memiliki *demand* yang bertambah dari waktu ke waktu dikarenakan beberapa faktor yang akan dibahas pada bab selanjutnya dalam tulisan ini.

BAB II. Peluang Pasar

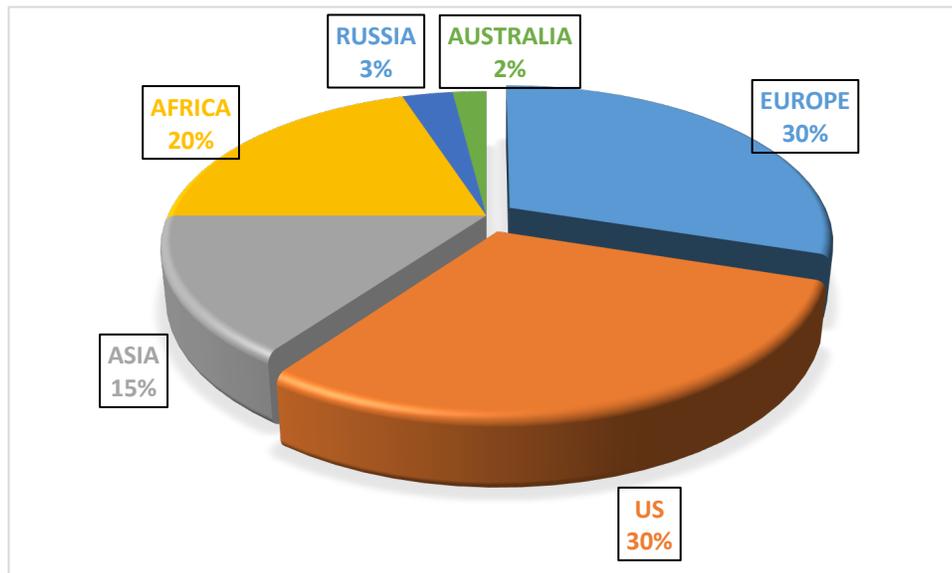
Pada bab ini akan dibahas faktor-faktor yang mempengaruhi penyebab pertumbuhan pasar *roasted coffee bean* di Nigeria, keadaan industri lokal dan juga karakter pasar dan konsumen produk *roasted coffee bean* di Nigeria saat ini.

2.1 Repatriasi Imigran Nigeria

Nigeria merupakan negara yang memiliki diaspora terbanyak dibandingkan negara-negara Afrika lainnya. Diaspora asal Nigeria umumnya tersebar di Amerika dan Eropa. *Vanguard News* menulis bahwa saat ini diperkirakan ada 17 juta warga Nigeria yang menetap di luar negeri di mana sebanyak 5 (lima) juta di antaranya menetap di Eropa.

Selain faktor ekonomi, terbentuknya diaspora Nigeria di wilayah Amerika dan Eropa juga didorong oleh *behavior* masyarakat menengah ke atas yang lebih memilih berinvestasi di luar negeri, khususnya pendidikan. perlu diketahui sejak tahun 1980-an, pengeluaran cadangan devisa Nigeria terbesar kedua adalah untuk pendidikan, artinya banyak pelajar Nigeria yang melanjutkan studinya ke luar negeri khususnya Eropa dan USA.

Figure 1. Penyebaran Imigran asal Nigeria di Dunia



Sumber : Nigeria Immigration Services (2018, diolah ITPC Lagos)

Berdasarkan pengamatan dan informasi yang diperoleh dari *stakeholder* terkait, dalam lima tahun terakhir, sejumlah diaspora asal Nigeria yang sudah menetap lama di Eropa dan Amerika memutuskan untuk kembali ke Nigeria, terutama generasi usia muda. Selain faktor krisis ekonomi Nigeria seiring dengan melemahnya harga minyak yang berdampak pada penurunan devisa, sejumlah diaspora tersebut juga memiliki minat untuk melakukan bisnis yang bersentuhan dengan gaya hidup, salah satunya adalah bisnis kedai kopi (*coffee shop*).

Tumbuhnya bisnis kedai kopi di Nigeria tidak dapat dipisahkan dari kebiasaan para diaspora Nigeria yang merupakan konsumen kopi selama mereka menetap di Amerika dan Eropa. Perilaku tersebut membentuk *mindset* yang diterjemahkan dalam aktivitas bisnis untuk memperkenalkan "gaya hidup minum kopi" ke pasar Nigeria. Hal ini yang pada akhirnya membentuk pasar *coffee bean* di Nigeria, mengingat secara budaya masyarakat Nigeria bukanlah peminum kopi.

Table 1. Data Masuk Keluarnya Orang Asing di Niegria

Number of International Travellers Movement across all Nigeria Borders					
2013			2014		
	Nigerians	Foreigners	Nigerians	Foreigners	
✈️ Arrival	1,578,715	956,081	1,247,424	505,704	✈️ Arrival
✈️ Depature	1,760,530	861,240	1,361,580	372,712	✈️ Depature
TOTAL	3,339,245	1,817,321	2,609,004	878,416	TOTAL
2015			2016		
	Nigerians	Foreigners	Nigerians	Foreigners	
✈️ Arrival	2,401,383	874,546	1,209,897	612,604	✈️ Arrival
✈️ Depature	2,640,508	960,426	1,181,211	478,413	✈️ Depature
TOTAL	5,041,891	1,834,972	2,391,108	1,091,017	TOTAL

Sumber : Immigration Services of Nigeria (2018)

Selain itu, faktor lain yang dianggap menjadi kontributor tumbuhnya pasar produk *roasted coffee bean* di Nigeria adalah adanya populasi pekerja asing (*expatriate*) yang datang ke Nigeria dan tinggal selama periode tertentu. Pada tahun 2016, data dari *Immigration Services of Nigeria* menunjukkan sebanyak 612,604 pekerja asing menetap di Nigeria untuk kurun waktu lebih dari 1 (satu) tahun dan sebagian besar berasal dari negara-negara peminum kopi seperti Amerika dan Eropa. Walaupun jumlah tersebut relatif menurun dibandingkan dengan tahun sebelumnya, keberadaan pekerja asing juga dinilai berkontribusi terhadap pengenalan budaya minum kopi bagi masyarakat Nigeria, khususnya kalangan menengah atas dan generasi muda. Pada tahun 2020, konsumsi *coffee bean* di Nigeria diperkirakan

mencapai 1000 ton dengan tren yang meningkat sekitar 5% dalam 5 (lima) tahun terakhir.

2.2 Industri Lokal

Sebagian besar teksur tanah di Nigeria adalah dataran rendah sehingga Nigeria bukan merupakan negara penghasil tanaman kopi. Walaupun terdapat produksi kopi, maka jumlahnya tidak lebih dari 2.100 ton per tahun dengan pengelolaan yang masih terfragmen. Saat ini, Nigeria hanya melakukan *industry roasting coffee bean* yaitu proses pemanggangan biji kopi dari biji kopi mentah. Adapun proses roasting tersebut dilakukan oleh beberapa kedai *coffee (Chain Coffee Shop)* yang akan dibahas pada sesi selanjutnya.

Kondisi tersebut menyebabkan pasar produk *coffee bean* di Nigeria sangat bergantung akan produk impor dan sekaligus merupakan keuntungan bagi para eksportir dan importir produk tersebut untuk dapat merebut pangsa pasar *coffee bean* di Nigeria.

2.3 Struktur Pasar

Untuk saat ini, profil konsumen untuk produk *coffee bean* umumnya berasal dari kelas menengah ke atas, yaitu kelompok masyarakat yang telah lama menetap di Eropa dan Amerika, baik untuk keperluan pendidikan maupun bisnis, atau warga Nigeria yang memang lahir di luar Nigeria. Beberapa informasi menyebutkan bahwa sebagian besar dari mereka berusia muda dan masuk dalam kelompok "milenial".

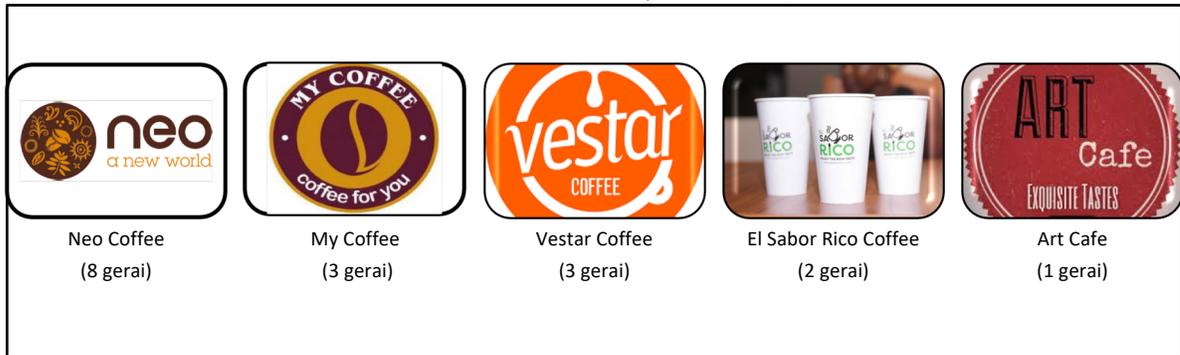
Pada saat ini, pasar *coffee bean* di Nigeria sedang dalam masa edukasi, karena pada dasarnya masyarakat Nigeria bukanlah pengkonsumsi kopi, baik kopi instan (kopi olahan) maupun kopi dari biji kopi asli. Dalam pembahasan ini, tempat pasar *coffee bean* di Nigeria terbagi menjadi menjadi tiga tempat yaitu *Chain Coffee Shop*, Hotel dan Restaurant, serta Modern Retail.

2.3.1. Chain Coffee Shop

Dalam waktu 3 (tiga) tahun terakhir *pasca* turunnya harga minyak mentah Nigeria, sejumlah diaspora Nigeria di luar negeri memutuskan untuk kembali ke Nigeria. Berdasarkan informasi yang diperoleh, repatriasi diaspora tersebut menjadi salah satu faktor yang mendorong perkembangan *Chain Coffee Shop* di Nigeria khususnya di lokasi-lokasi premium. Keberadaan diaspora yang telah kembali ke Nigeria dapat berperan sebagai konsumen (*demand side*) atau inisiator bisnis (*start-up practitioner*).

Sebelumnya, *coffee shop* atau gerai yang menyediakan produk *coffee bean* menyatu dengan hotel mewah dan di restaurant mewah saja. Namun saat ini sudah banyak berdiri gerai khusus kopi yang disajikan dari produk *coffee bean* di lokasi-lokasi perumahan kalangan menengah ke atas, sebagai contoh di Lagos adalah Victoria Island, Ikoyi, dan Lekki.

Gambar 1. Lima Chain Coffee Shop besar di Nigeria



Sumber : Data Primer (2019, diolah ITPC Lagos)

Saat ini setidaknya terdapat 5 (lima) gerai kopi yang mendominasi pasar Nigeria khususnya Lagos. Jumlah konsumsi *coffee bean* rata-rata satu gerai kopi di Lagos saat ini adalah sebanyak 2-3 kg *coffee bean* per hari. Jumlah tersebut tentunya masih relatif jauh lebih kecil dibandingkan dengan konsumsi *coffee bean* di Indonesia, bahkan Eropa dan Amerika. Namun demikian, jumlah tersebut berpotensi menunjukkan tren positif yang diperkirakan meningkat 5% setiap tahun. Jika rata-rata satu gelas (*coffee cup*) menu kopi yang dihidangkan (Espresso, Capuccino, Americano, dll) membutuhkan 8 gram *coffee bean*, maka rata-rata satu gerai kopi di Nigeria bisa menjual sebanyak 250 *coffee cup* per harinya.

Dari total gerai kelima *Chain Coffee Shop* di atas saja potensi konsumsi produk *coffee bean* bisa mencapai 51 kg per hari atau sebesar 18.3 ton per tahun dengan trend perkembangan yang terus positif. Perlu diketahui selain lima *Chain Coffee Shop* di atas, masih banyak *Chain Coffee Shop* yang baru berdiri dengan tingkat konsumsi *coffee bean* yang kurang lebih sama.

2.3.2. Hotel dan Restaurant

Selain pada *Chain Coffee Shop*, produk *roasted coffee bean* juga dapat ditemui di Hotel dan Restaurant di Nigeria. Akan tetapi konsumsi *coffee bean* per harinya dan

jumlah gerai kopi yang ada di Hotel dan Restaurant tidak sebanyak pada *Chain Coffee Shop*. Konsumen produk kopi yang ada pada Hotel dan Restaurant biasanya merupakan pengunjung dan pelanggan dari Hotel dan Restaurant itu sendiri.

2.3.3. Modern Retail

Produk *coffee bean* juga dapat ditemui di *modern retail* seperti Supermarket dan Minimarket di Nigeria. Produk *roasted coffee bean* yang dijual di *modern retail* biasanya sudah berbentuk *finished pack* dengan kemasan *sachet* besar atau kaleng dengan berat pada setiap kemasannya bervariasi mulai dari 0.5 kg - 5 kg. Umumnya, produk tersebut merupakan produk impor dari beberapa negara penghasil kopi seperti Kamerun, Pantai Gading, Kenya, Ethiopia, Uganda, dan India. Sementara produk *coffee bean* Indonesia belum banyak ditemui di pasar modern retail.

2.4 Jenis Produk *Coffee Bean*

Ada beberapa jenis produk *coffee bean* yang sudah melewati proses pemanggangan (*roasted*) dan siap untuk dikonsumsi yang ada di Nigeria yang dipasarkan di *Chain Coffee Shop*, Hotel dan Restaurant serta Modern Retail, berdasarkan dengan jenis daerah asal dan jenis kopi itu sendiri, yaitu :

1. **Single Origin *roasted coffee bean***, adalah istilah untuk mengidentifikasi kopi yang merujuk pada suatu daerah asal kopi tersebut dibudidayakan. Sebagai contoh, Indonesia memiliki beberapa jenis *Single Origin coffee bean* seperti Kopi Gayo Aceh, Kopi Toraja, Kopi Lintong, Kopi Sidikalang, Kopi Bajawa, Kopi Kintamani, dll. Jenis *Single Origin roasted coffee bean* biasa ditemukan di *modern retail* dan beberapa *Chain Coffee Shop*. Produk *Single Origin roasted*

coffee bean terdiri ditawarkan dalam beberapa variasi harga yang pada umumnya relatif premium.

2. **Housemix roasted coffee bean**, merupakan campuran dari beberapa *Single Origin roasted coffee bean* dan jenis kopi (Robusta atau Arabica) yang dicampursesuai dengan selera personal dari barista (penyaji kopi) atau konsumen. Untuk mendapatkan cita rasa yang baik dengan harga yang *affordable*, biasanya para gerai kopi memutuskan untuk memiliki *Housemix roasted coffee bean*. Setiap *Chain Coffee Shop*, Hotel, dan Restaurant memiliki komposisi *Housemix roasted coffee bean* yang berbeda-beda, sehingga masing-masing gerai umumnya memiliki konsumen yang cenderung tetap (*loyal costumer*).
3. **Decaf coffee bean**, atau singkatan dari *decaffeinated coffee*, merupakan kopi yang telah melalui proses dekafeinisasi sehingga kadar kafeinnya rendah. Untuk saat ini, berdasarkan data statistik, para peminum kopi lebih suka dengan kopi yang tidak melalui proses dekafeinisasi dimana berdasarkan angka impor Nigeria untuk *decaf coffee bean* lebih rendah dari *undecaf coffee bean*.

2.5. Perkembangan Ekspor dan Impor Produk *Coffee Bean*

Secara global, Indonesia merupakan salah satu negara eksportir kopi ke pasar dunia. Kopi Indonesia memiliki karakteristik cita rasa yang baik sehingga diminati di pasar Internasional. Berdasarkan data dari *International Coffee Organisation*, produksi kopi Indonesia pada musim panen 2016-2017 sebesar 689,460 ton, atau berada pada peringkat 4 (empat) dunia. Indonesia juga merupakan salah satu negara pengeksport kopi terbesar di dunia dengan kuantitas ekspor sebanyak 413,460 ton pada tahun 2017.

Dalam data BPS, ekspor kopi nasional pada 2017 tumbuh 12,56% dibandingkan pada 2016. Total nilai ekspor kopi per tahun mencapai USD 1,2 miliar atau setara dengan Rp 16,8 triliun.

Table 2. Lima Negara Produksi dan Ekspor Coffee terbesar di Dunia

Lima Negara Produsen Kopi Terbesar di Dunia - Musim Tanaman 2016-2017:	
1. Brasil	55,000,000
2. Vietnam	25,500,000
3. Kolombia	14,500,000
4. Indonesia	11,491,000
5. Etiopia	6,600,000
Lima Negara Eksportir Kopi Terbesar di Dunia pada Musim 2016-2017:	
1. Brasil	34,500,000
2. Vietnam	23,200,000
3. Kolombia	12,800,000
4. Indonesia	6,891,000
5. Honduras	5,589,000

dalam bungkus 60 kilogram

Sumber : International Coffee Organisation (2018)

Amerika Serikat (AS) merupakan negara yang menjadi pasar kopi terbesar bagi Indonesia. Sebesar 63 ribu ton atau 13% dari total ekspor kopi nasional diekspor ke AS dengan nilai mencapai USD 256 juta. Selain AS, negara tujuan ekspor utama kopi Indonesia adalah Malaysia, Jerman, Italia, Rusia, dan Jepang.

Menurut data dari Asosiasi Eksportir Kopi Indonesia (AEKI), para petani kopi Indonesia bersama dengan instansi terkait berencana melakukan program

peningkatan produksi dan kualitas kopi melalui program intensifikasi dan ekstensifikasi secara bersamaan. Dengan upaya tersebut, produksi kopi Indonesia dalam 10 tahun ke depan ditargetkan dapat mencapai antara 900 ribu ton sampai 1,2 juta ton per tahun.

Gambar 2. Indeks Harga Kopi Indonesia untuk Ekspor



latest update Coffee C futures (KC): [94] - 2019/3/28

Sumber : International Coffee Organisation (2019)

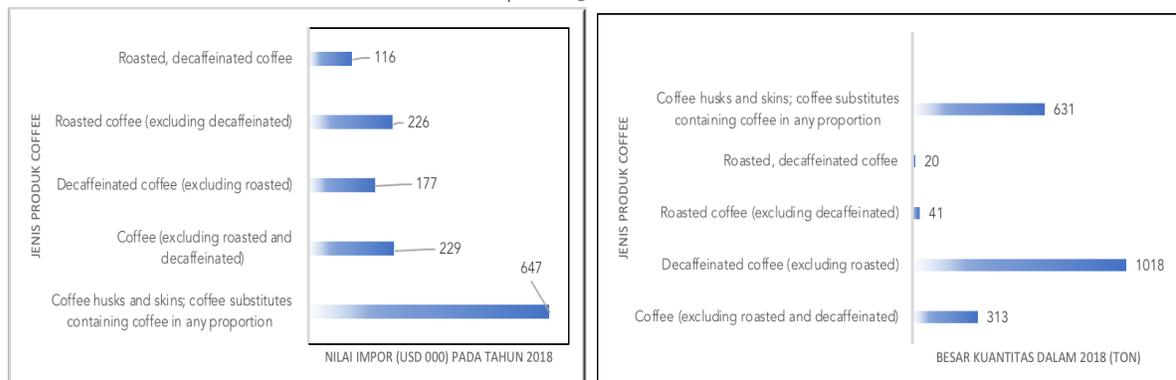
Sementara dari sisi harga, kopi Indonesia dalam 5 (lima) tahun terakhir cenderung stabil, sehingga dapat mendukung peningkatan ekspor Indonesia. Dalam jangka panjang, harga kopi Indonesia relatif kompetitif dengan negara pesaing.

Menurut jenis produk kopi yang didefinisikan dari kode Harmonisasi (HS Code), Nigeria mengimpor keempat jenis coffee bean yaitu :

1. Coffee (excluding roasted and decaffeinated)
2. Decaffeinated coffee (excluding roasted)
3. Roasted coffee (excluding decaffeinated)
4. Roasted, decaffeinated coffee
5. Coffee husks and skins; coffee substitutes containing coffee in any proportion

Jika dilihat dari nilai impor, produk *Coffee husks and skins* memiliki nilai terbesar pada tahun 2018 yaitu sebesar USD 647,000. Berdasarkan pengamatan ITPC Lagos, produk *Coffee husks and skins* di Nigeria digunakan sebagai salah satu bahan baku untuk industry makanan dan minuman yang memiliki perisa kopi (coffee flavor) seperti permen kopi, minuman kopi, dsb. Sedangkan jika dilihat dari kuantitas, produk *Decaffeinated coffee (excluding roasted)* memiliki kuantitas paling tinggi yaitu sebesar 1,018 ton karena memiliki harga yang relatif lebih murah dibandingkan produk *roasted coffee bean*, mengingat tahapan pengolahannya tidak melewati proses *roasting*.

Gambar 3. Nilai dan Kuantitas Impor Nigeria untuk Produk Coffee tahun 2018



Sumber : Data Trade Map (2018) diolah ITPC Lagos

Impor produk *coffee bean* Nigeria pada 5 (lima) tahun terakhir menunjukkan angka pertumbuhan yang positif yaitu sebesar 8.79% di mana pada tahun 2018, impor produk *coffee bean* Nigeria mencapai nilai USD 1,394,000. Satu hal yang menarik dari data impor *coffee bean* Nigeria adalah mayoritas eksportir *coffee bean* ke Nigeria bukan dari negara-negara penghasil *coffee bean* terbesar di dunia yang ditunjukkan sebelumnya dalam Tabel 2.

Pada tahun 2018, negara pensuplai *coffee bean* terbesar ke Nigeria adalah China dengan nilai USD 430,000 atau sebanyak 1,490 ton dengan pertumbuhan sebesar

28%. Negara ASEAN yang sudah mengekspor *coffe bean* ke Nigeria secara langsung adalah Philipina dan Malaysia. Sedangkan negara dari benua Afrika yang mengekspor *coffe bean* ke Nigeria adalah Afrika Selatan (Tabel 3).

Table 3. Nilai Impor Coffee Bean di Nigeria

No	Exporters	Value in USD thousand					Trend
		2014	2015	2016	2017	2018	
	World	845	2,916	4,475	2,488	1,394	8.79%
1	China	272	144	591	689	430	28.16%
2	Philippines	-	538	1,903	1,126	286	-21.50%
3	Malaysia	174	574	1	14	285	-23.87%
4	South Africa	140	82	173	21	158	-10.60%
5	Italy	70	96	17	82	67	-2.42%
6	India	-	567	686	283	47	
7	United Kingdom	2	11	971	129	40	132.88%
8	Benin	-	-	-	-	20	
9	United States of America	9	20	8	21	20	17.89%
10	Lebanon	31	29	10	14	15	-19.59%

Sumber : Data Trade Map (2019, diolah ITPC Lagos)

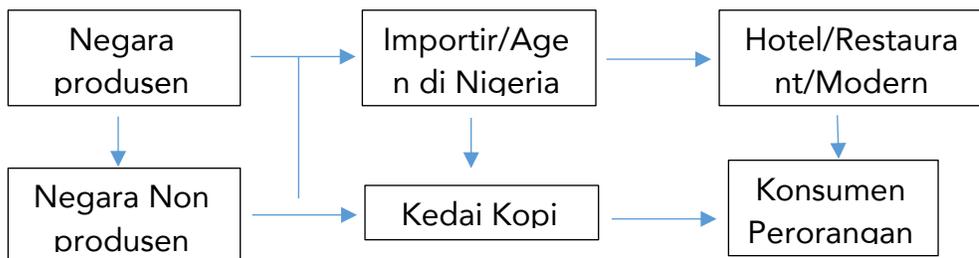
Jika melihat data impor *coffe bean*, terdapat kecenderungan bahwa Nigeria saat ini masih mendapatkan pasokan kopi dari negara pihak ketiga yang umumnya dilakukan oleh agen/pedagang. Berdasarkan pengamatan pasar, sebagian besar produk *coffe bean* yang dijual melalui kedai kopi, hotel, dan *modren retail* merupakan produk *coffe bean* dari negara-negara penghasil *coffe bean* terbesar di dunia seperti Brazil, Ethiopia, termasuk Indonesia. Namun dalam mekanisme distribusinya, produk dari negara tersebut diimpor melalui melalui negara ketiga seperti China, Amerika, Italia, dan Afrika Selatan.

Kondisi tersebut merupakan kesempatan bagi negara-negara penghasil kopi terbanyak di dunia khususnya Indonesia untuk merebut pasar Nigeria dan negara

Afrika Barat lainnya dengan memasok langsung ke pasar Nigeria. Hal ini dikarenakan pasar Nigeria merupakan pasar yang penting di Afrika mengingat jumlah populasi yang besar serta merupakan pasar potensial non tradisional untuk menopang ketidakpastian di pasar tradisional seperti Amerika dan Eropa yang pasarnya relatif jenuh.

2.6 Saluran Distribusi

Seperti dijelaskan sebelumnya, terdapat kecenderungan bahwa jalur distribusi produk *coffee bean* di Nigeria umumnya melibatkan pihak-pihak negara ketiga sebagai agen, walaupun juga terdapat *supplier* langsung dari negara penghasil kopi. Jalur distribusi *coffee bean* di Nigeria relatif sederhana dengan pasar utamanya adalah kedai kopi (*coffee shop*), hotel dan restaurant, dan modern retail. Khusus untuk modern retail, biasanya terdapat produk kopi *specialty* yang dijual eceran pada gerai-gerai tertentu dengan harga yang relatif premium.



Sumber: Data Primer (2019)

2.7 Jalur Logistik

Sebagian besar produk *coffee bean* di Nigeria saat ini dikirim menggunakan transportasi udara (*air cargo*) karena selain kuantitasnya masih kecil, jangka waktu yang diperlukan dari proses produksi sampai *delivery* membutuhkan waktu yang

cepat. Sebagai contoh, salah satu kedai kopi dengan merk "Vestar Coffee" mengimpor *coffee bean* dengan jenis *single origin roasted coffee bean* dari Amerika melalui *air freight* dengan kuantitas sebanyak 50 Kg - 100 kg setiap bulan. Waktu yang dibutuhkan untuk pengiriman produk *coffee bean* dari Amerika ke Nigeria dengan metode *door to door delivery* adalah kurang lebih 5 (lima) hari setelah seluruh pembayaran dan persiapan dokumen ekspor dilakukan. Biaya yang dibutuhkan untuk *service* tersebut dengan menggunakan jasa logistik tertentu (misal ARAMEX) sebesar USD 3,5 per pound atau sekitar USD 7 per kg.

Terkait hal tersebut, pemasok *coffee bean* dari Indonesia perlu menyiapkan sistem logistik terutama jalur pengiriman udara (*air freight*) yang efisien untuk dapat menjual produknya di pasar Nigeria. Berdasarkan ilustrasi sebelumnya, biaya transportasi pengiriman kopi dari Amerika ke Nigeria sebesar USD 7 per Kg, sementara berdasarkan pengamatan selama periode November 2018 - Februari 2019, biaya *air freight* produk *coffee bean* dari Indonesia berada pada kisaran USD 22/Kg - USD 25/Kg. Hal ini merupakan salah satu tantangan yang harus diatasi mengingat harga dasar (FOB) dan kualitas *coffee bean* Indonesia cukup bersaing (*competitive*) di pasar internasional.

2.5 Persepsi terhadap Coffee Bean Indonesia

Jika dilihat dari perspektif konsumen, masyarakat Nigeria saat ini belum dapat mempersepsikan kualitas atau cita rasa dari produk *coffee bean* jenis *single origin* dari negara tertentu. Hal ini dikarenakan sebagian besar konsumen kopi di Nigeria masih tergolong kategori pemula. Namun jika dilihat dari perspektif pelaku usaha, baik *coffee maker* (barista) atau pemilik kedai kopi di Nigeria, kopi Indonesia memiliki persepsi yang memiliki cita rasa dan aroma yang sangat kuat. Implikasinya, ada

kecenderungan bahwa penggunaan kopi Indonesia dapat memberikan keuntungan bagi kelangsungan bisnis. Sebagai ilustrasi, diperlukan sekitar 10 gram *coffee bean* yang sudah diolah untuk menghasilkan 1 (satu) cangkir kopi *specialty single origin* dengan aroma dan kualitas yang baik. Dengan menggunakan *coffee bean* Indonesia, jumlah yang diperlukan bisa lebih sedikit yaitu sekitar 8 gram *coffee bean* yang sudah diolah untuk menghasilkan 1 (satu) cangkir kopi yang berkualitas. Hal ini dikarenakan aroma dan rasa *coffee bean* Indonesia relatif lebih kuat.

BAB 3: Persyaratan Produk

3.1 Ketentuan Produk dan Ketentuan Pemasaran

Secara regulasi, pemerintah Nigeria tidak mengatur secara khusus tentang standard kualitas produk *coffee bean* impor yang masuk ke Nigeria melalui institusi standarisasi Nigeria *Standar Organisation of Nigeria* (SON). Institusi SON bertugas untuk mengawasi dan mengadministrasikan Standard Produk yang masuk ke Nigeria. Karena *coffee drinker* merupakan jenis komoditi dan termasuk barang yang dikonsumsi, maka produk *coffee bean* yang diimpor perlu mendapatkan ijin impor dari NAFDAC yang sangat mudah diurus oleh *clearing agent* di Nigeria.

3.2 Pesaing (*Competitor*)

Pesaing pemasok *coffee bean* dari Indonesia adalah negara-negara penghasil kopi seperti Brazil dan Kolombia, negara-negara Afrika seperti Kamerun, Pantai Gading, Kenya, Ethiopia, serta negara-negara "pedagang" kopi seperti Italia, Amerika, Inggris, Jerman, dan Perancis.

Secara umum, produk *coffee bean* Indonesia dapat bersaing dengan negara-negara tersebut baik dalam hal kualitas maupun harga. Namun satu hal yang perlu menjadi pertimbangan adalah biaya logistik yang diperlukan untuk mengekspor kopi dari Indonesia ke Nigeria yang relatif masih mahal dibandingkan dengan beberapa negara. Seperti pada ilustrasi sebelumnya, biaya *air freight* per Kg dari Indonesia sebesar USD 22 - USD 25 sedangkan untuk biaya *sea freight*, biaya dari Indonesia

berkisar 10% - 15% lebih mahal dari beberapa negara seperti Vietnam, Amerika, China, dan Brazil.

BAB 4: Kesimpulan

Dari keseluruhan analisa intelijen bisnis mengenai pasar *coffee bean* di Nigeria, dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut.

- Sebagian besar produk *coffee bean* yang beredar di Nigeria merupakan produk impor dari beberapa negara ketiga seperti China, Filipina, Inggris, dan Amerika.
- Potensi pertumbuhan produk *coffee bean* di pasar Nigeria positif karena adanya faktor pendorong seperti sejumlah diaspora yang sudah kembali ke Nigeria serta berkembangnya jumlah tenaga kerja asing (*expatriate*) di Nigeria.
- Pasar produk *coffee bean* di Nigeria adalah kalangan menengah keatas yang merupakan konsumen dari kedai kopi (*coffee shop*), hotel dan restaurant, serta modern retail.
- Impor produk *coffee bean* Nigeria terus bertumbuh dari tahun ketahun dengan rata-rata pertumbuhan sebesar 8.79% selama 5 (lima) tahun terakhir.
- Jalur distribusi *coffee bean* di Nigeria saat ini adalah dari negara-negara ketiga. Sementara pasokan dari negara penghasil kopi masih relatif sedikit.
- Pesaing produk *coffee bean* Indonesia di pasar Nigeria adalah jenis kopi dari negara-negara Afrika seperti Ethiopia, Kamerun dan Pantai Gading.

DAFTAR PUSTAKA

Demography Nigeria, wikipedia

Demographic Map. *Nigeria Population 2019 (Demographics, Maps, Graphs)*

International Coffee Organisation. *World best Coffee Bean Producer and Exporter*

Immigration Services Nigeria : Number of International Traveling in Nigeria

Trade Statistic for International Development : Nigeria Imported for HS 0901 by value

https://trademap.org/Country_SelProductCountry_TS.aspx

Trade Statistic for International Development : Nigeria Imported for HS 0901 by products

https://trademap.org/Product_SelCountry_TS.aspx?nvpm=1%7c566%7c%7c%7c%7c0901%7c%7c%7c4%7c1%7c1%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1