

MARKET INTELIJEN

Peluang Ekspor Kopi Instan di Pasar Nigeria



Indonesian Trade Promotion Centre
Ministry of Trade Republic of Indonesia
Lagos, Nigeria.
2021

KATA PENGANTAR

Kami mengucapkan syukur kepada Tuhan Yang Maha Kuasa, ITPC Lagos telah menyelesaikan Intelijen Bisnis yang berjudul “Peluang Ekspor Kopi Instan di Pasar Nigeria”. Intelijen Bisnis ini merupakan pembahasan singkat tentang potensi dan kondisi pasar kopi instan di Nigeria. Penulisan Intelijen Bisnis ini mengacu pada Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 13 Tahun 2021 tentang Perwakilan Perdagangan Di Luar Negeri.

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

Untuk kesempurnaan Intelijen Bisnis ini, kritik dan saran sangat diharapkan. Semoga tulisan ini bermanfaat dan dapat memperkaya informasi dunia perdagangan luar negeri Indonesia.

Maret 2021

Indonesian Trade Promotion Centre Lagos

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	2
DAFTAR ISI.....	3
DAFTAR TABEL	4
DAFTAR GAMBAR.....	5
RINGKASAN EKSEKUTIF	6
I. PENDAHULUAN.....	7
1.1 TUJUAN.....	7
1.2 METODOLOGI	8
1.3 BATASAN PRODUK.....	8
1.4 GAMBARAN UMUM NIGERIA.....	8
II. PELUANG PASAR KOPI INSTAN DI NIGERIA.....	12
2.1 TREN KOPI INSTAN DI NIGERIA	12
2.2 STRUKTUR PASAR.....	14
2.3 SALURAN DISTRIBUSI	18
2.4 PERSEPSI TERHADAP PRODUK INDONESIA	19
III. PERSYARATAN PRODUK.....	20
3.1 KETENTUAN PRODUK.....	20
3.2 KOMPETITOR.....	22
3.3 KETENTUAN PEMASARAN DAN STRATEGI	25
3.4 INFO STRUKTUR HARGA.....	26
3.5. METODE TRANSAKSI/PEMBAYARAN	26
IV KESIMPULAN.....	27
DAFTAR PUSTAKA	28
LAMPIRAN	29
MARKET SURVEY	30

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Estimasi dan Proyeksi Pertumbuhan GDP Tahun 2020-2022 (% change)	11
Tabel 2. Impor Kopi Instan dan Biji Kopi Nigeria dari Dunia	15
Tabel 3. Impor Kopi Instan Nigeria dari Dunia (by Product)	15
Tabel 4. Impor Kopi Instan Nigeria dari Dunia (by Country)	16
Tabel 5. Ekspor Kopi Instan Indonesia ke Dunia (by Country)	16
Tabel 6. Ekspor Kopi Instan Indonesia ke Nigeria periode Jan-Des 2020.....	17

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Peta Nigeria	9
Gambar 2. Overview Nigeria Population Tahun 2020	10
Gambar 3. Perkembangan Produksi Kopi Nigeria 1970-2010.....	12
Gambar 4. Grafik Penjualan Kopi di Nigeria	13
Gambar 5. Kedai Kopi Instan di Pinggir Jalan Nigeria	14
Gambar 6. Saluran Distribusi Alat Kesehatan di Nigeria.....	18
Gambar 7. Iklan Nescafe di Nigeria pada tahun 50-an	22
Gambar 8. 10 Negara Pemasok HS 2101 Nigeria Tahun 2019	23
Gambar 6. Iklan Nescafe di Nigeria pada Tahun 50-an.....	23
Gambar 7. 10 Negara Pemasok Terbesar HS2101 di Nigeria.....	24

RINGKASAN EKSEKUTIF

Benua Afrika adalah tempat kelahiran biji kopi. Namun di Nigeria, dengan populasi yang muda dan pendapatan yang rendah, meminum kopi instan lebih populer dibandingkan meminum biji kopi asli. Kopi instan sangat mudah ditemukan di warung pinggir jalan kota besar Nigeria. Walaupun masih kalah oleh cokelat dan teh, namun konsumsi kopi terus menanjak dan diprediksi terus meningkat seiring meningkatnya urbanisasi Nigeria.

Produk yang termasuk ke dalam kategori kopi instan (HS 2101) yaitu HS 210111 (*Extracts, Essences And Concentrates; Of Coffee, And Preparations With A Basis Of These Extracts, Essences Or Concentrates Or With A Basis Of Coffee*) dan HS 210112 (*Preparations With A Basis Of Extracts, Essences Or Concentrates Or With A Basis Of Coffee*). Total impor Nigeria dari seluruh dunia pada tahun 2019 adalah USD 47.3 Milyar, sedangkan untuk produk kopi instan Nigeria hanya mengimpor sebesar USD 18.7 Juta pada tahun 2019 atau sebesar 0,039 % dari keseluruhan total impor Nigeria. Nilai impor kopi instan Nigeria terus mengalami peningkatan sejak 2017, setelah sempat mencapai puncaknya pada tahun 2016 dengan nilai USD 22.8 Juta.

Pada tahun 2019, produk kopi instan di pasar Nigeria terbanyak dipasok dari negara Pantai Gading dengan nilai sebesar USD 9.74 Juta, kemudian diikuti oleh Ghana sebesar USD 3.71 Juta dan Eswatini sebesar USD 2.13 Juta, sedangkan Indonesia berada pada posisi ke 16 sebagai supplier kopi instan di Nigeria dengan nilai USD 82 Ribu, nilai ini sangat berpotensi untuk ditingkatkan di masa yang akan datang melihat banyak produsen kopi instan di Indonesia.

Hal tersebut menjadi catatan bagi ITPC di Lagos sekaligus menjadi kesempatan bagi para pelaku usaha Indonesia untuk dapat meningkatkan ekspor kopi instan ke Nigeria.

I. PENDAHULUAN

Afrika memproduksi 13% dari seluruh biji kopi dunia, namun Nigeria tidak seperti negara Afrika lainnya seperti Kenya dan Afrika Selatan, yakni bukanlah negara yang memiliki budaya meminum kopi. Minuman coklat dan teh lebih populer bagi masyarakat Nigeria, dan diprediksi pada tahun 2023 akan mendominasi 40% konsumsi minuman non-alkohol di negara tersebut.

Namun konsumsi kopi Nigeria meningkat tiga kali lipat sejak tahun 2010 dan telah bernilai USD 29 Juta pada tahun 2019. Di Negara dimana mayoritas penduduk hidup dengan USD 2 per hari, kebanyakan peminum kopi Nigeria lebih memilih kopi instan yang dapat dibeli sekitar 100 Naira atau sekitar Rp.3,500 di warung terdekat dibanding *fresh coffee* beans yang harganya masih mahal. Hal ini merupakan peluang bagi Indonesia yang memiliki banyak perusahaan produsen kopi instan, untuk dapat melakukan penetrasi ke pasar tersebut.

Populasi yang besar dan muda di Nigeria dapat menawarkan potensi besar dalam jangka panjang. *Euromonitor* juga memperkirakan bahwa pasar kopi instan di Nigeria akan menunjukkan tingkat pertumbuhan yang tinggi dengan konsumsi lebih dari 1000 ton kopi pada tahun 2020.

Berdasarkan hal tersebut diperlukan analisis intelijen bisnis produk kopi instan di Nigeria. Hal ini dapat digunakan untuk memberikan informasi mengenai kondisi pasar kopi instan di Nigeria sehingga dapat dijadikan peluang untuk para pelaku usaha Indonesia dalam meningkatkan penetrasi pasar di Nigeria.

1.1 TUJUAN

Tujuan disusunnya analisis intelijen bisnis ini adalah sebagai berikut:

- 1) Untuk memberikan pengetahuan dan informasi tentang perkembangan dinamika perdagangan dan industri produk kopi instan di Nigeria.
- 2) Untuk memberikan pengetahuan dan informasi tentang posisi pesaing dan strategi pesaing produk kopi instan 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

Analisis intelijen bisnis produk kopi instan ini disusun dengan menggunakan data primer (wawancara dengan pelaku usaha) dan data sekunder. Pengumpulan data dilakukan dengan metode *purposive sampling* secara kualitatif dan kuantitatif. Metode kualitatif dilakukan dengan melakukan wawancara, sedangkan kuantitatif dilakukan untuk menghitung kinerja perdagangan produk kopi instan Indonesia di pasar Nigeria.

1.3 BATASAN PRODUK

Produk yang menjadi definisi dari produk kopi instan adalah produk turunan dari HS 2101 yaitu HS 210111 (*Extracts, Essences And Concentrates; Of Coffee, And Preparations With A Basis Of These Extracts, Essences Or Concentrates Or With A Basis Of Coffee*) dan HS 210112 (*Preparations With A Basis Of Extracts, Essences Or Concentrates Or With A Basis Of Coffee*).

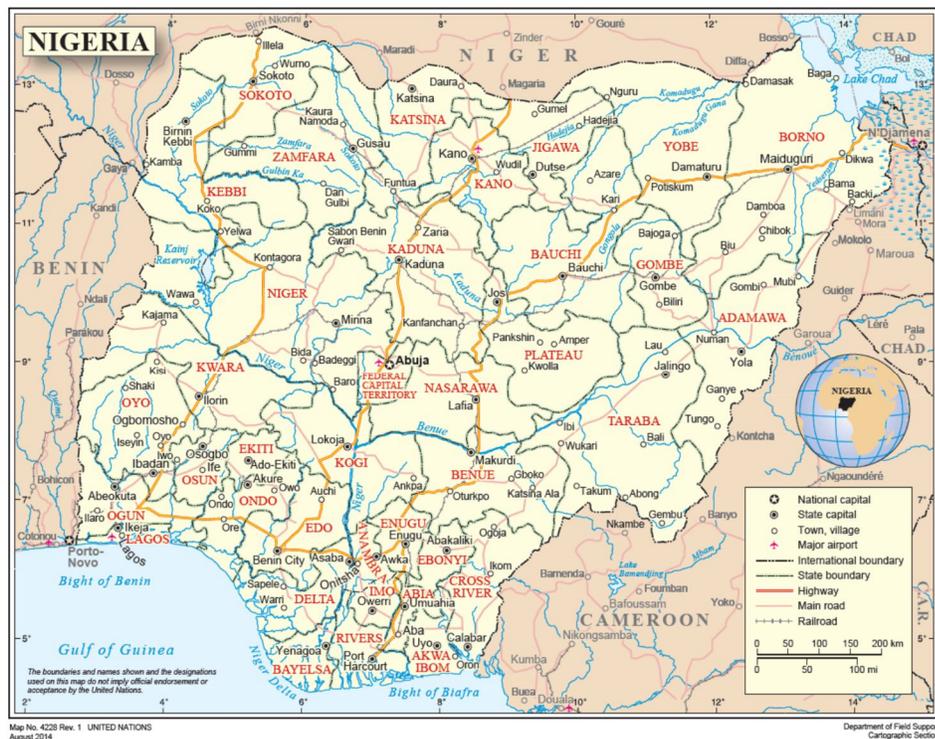
1.4 GAMBARAN UMUM NIGERIA

Berikut adalah gambaran singkat dari Nigeria dilihat dari segi geografis, politik dan sosial:

- ✓ Ibu Kota : Abuja
- ✓ Kota Perdagangan : Lagos (*Southwestern*), Kano (*Northern*), Enugu (*Eastern*)
- ✓ Bentuk Negara : Federal Republik dengan 36 states dan 1 federal territorial
- ✓ Kepala Negara : Presiden Muhammadu Buhari
- ✓ Populasi : 206 juta (2020)
- ✓ Luas Area : Tanah 910,768 *sq km*, Air 13,000 *sq km*
- ✓ Bahasa : *English* (resmi), *Hausa*, *Yuruba*, *Iqbo*, *Fulani* , dll
- ✓ Agama : Muslim 50%, Kristen 40%, kepercayaan lokal 10%

a) Geografis

Secara geografis Nigeria masuk ke dalam negara Afrika Barat yang berbatasan dengan Gulf dan Guinea dan diapit oleh Kamerun dan Benin. Luas total wilayah Nigeria adalah sebesar 923,768 sq km dengan jumlah daratan seluas 910,768 sq km dan perairan seluas 13,000 sq km. Ukuran daratan Nigeria kira-kira sebesar tujuh kali provinsi Kalimantan Timur. Nigeria memiliki 4 (empat) perbatasan dengan negara-negara tetangga yaitu: Republik Benin, Kamerun, Niger dan Chad. Nigeria memiliki iklim tropis dengan dua musim yaitu kemarau dan hujan.



Gambar 1. Peta Nigeria

Sumber : United Nations, 2014

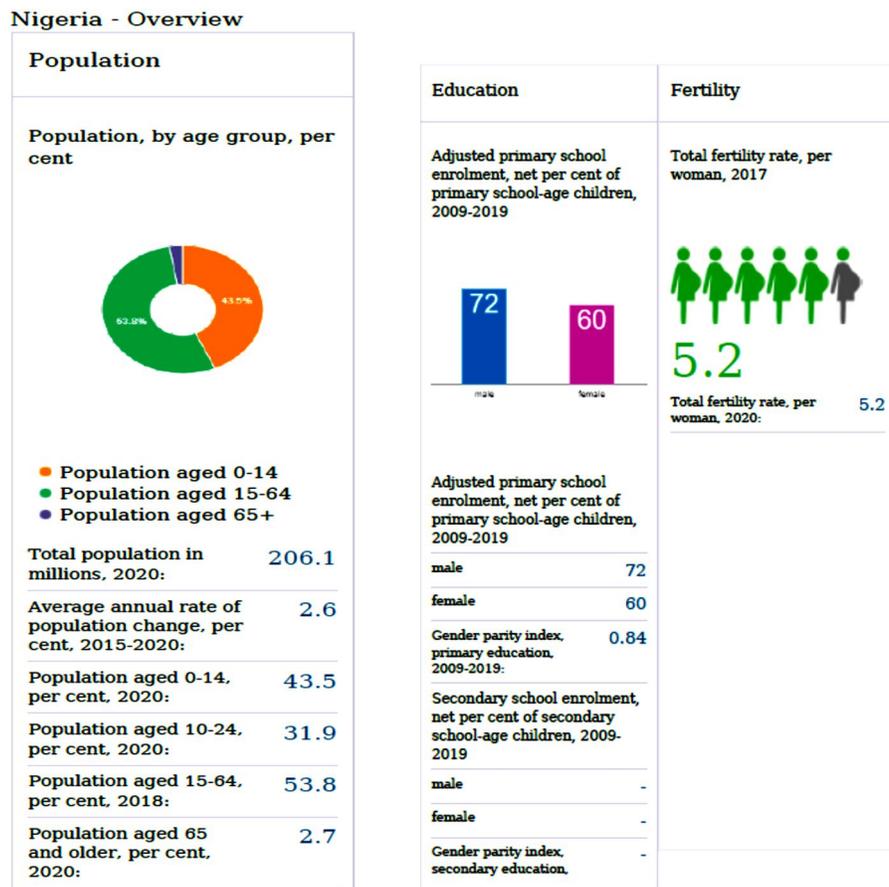
b) Pemerintahan

Negara Nigeria menganut pemerintahan Federal dan dipimpin oleh Presiden Dr. Muhammadu Buhari sejak tahun 2014 sampai sekarang. Nigeria pertama kali diakui kedaulatannya pada tanggal 1 Oktober 1960 yang secara resmi merdeka dari penjajahan Inggris. Dari sisi perdagangan, Lagos merupakan kota perdagangan utama di Nigeria. Tetapi apabila dibagi per wilayah, berikut adalah nama kota perdagangan yang ada di Nigeria:

- 1) *Southwestern* : Lagos
- 2) *Northern* : Kano
- 3) *Eastern* : Onista

c) Demografi Populasi

Berdasarkan sensus penduduk dari United Nation Population Fund (UNFP), tingkat populasi Nigeria secara *gender* relatif berimbang antara laki-laki dan perempuan. Sementara dari kelompok usia, kelompok bayi hingga remaja usia 0 -14 tahun merupakan mayoritas (43,5%) dalam struktur kependudukan. Informasi Populasi, tingkat Edukasi, dan tingkat Kesuburan di Nigeria sebagai berikut:



Gambar 2. Overview Nigeria Population Tahun 2020

Sumber : United Nation Population Fund (UNFP)

d) Indikator Makroekonomi

Tabel 1. Estimasi dan Proyeksi Pertumbuhan GDP Tahun 2020-2022 (% change)

Negara	2020	Proyeksi 2021	Proyeksi 2022
Indonesia	-2.1	4.3	5.8
Nigeria	-1.8	2.5	2.3
Afrika Selatan	-7.0	3.1	2.0
Ghana	0.9	4.6	6.1
Kamerun	-2.8	3.4	4.3

Sumber: World Economic Outlook IMF, diolah (2021)

Bila dibandingkan dengan Indonesia, pada tahun 2020 ini dimana hampir seluruh negara mengalami pertumbuhan ekonomi yang negatif karena pandemi, Nigeria sedikit lebih baik dengan turun hanya -1.8% dibandingkan tahun sebelumnya. Penurunan pertumbuhan ekonomi Indonesia pada tahun 2020 sedikit lebih dalam dengan angka -2.1%. Walaupun pada proyeksi pertumbuhan di tahun 2021-2022 Indonesia jauh lebih unggul (4.3% dan 5.8%) dibanding Nigeria yang hanya mencapai rerata 2.4%.

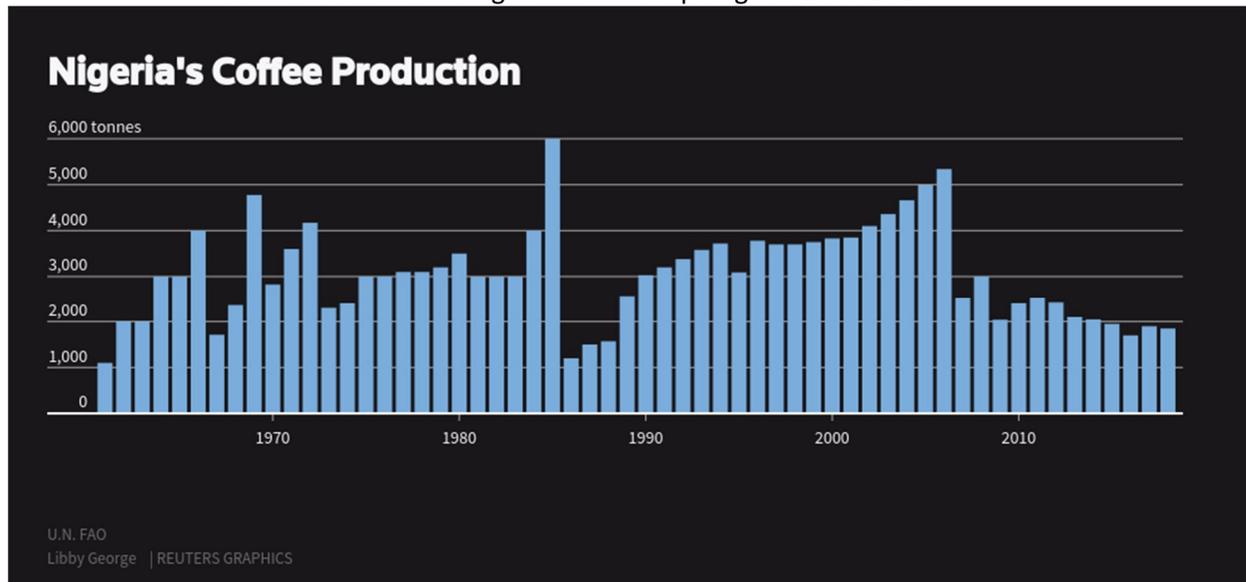
Di kawasan Afrika, terutama di region sub-sahara, penurunan pertumbuhan GDP tahun 2020 Nigeria cukup ringan apabila dibandingkan dengan Afrika Selatan yang mengalami penurunan yang sangat curam di angka -7% atau Kamerun di angka -2.8%. Walaupun begitu, proyeksi pertumbuhan Nigeria pada tahun 2021-2022 masih dibawah Ghana dan Kamerun yang mengalami pertumbuhan yang tinggi, akan tetapi apabila disesuaikan dengan *size* ekonomi riil, tentu Nigeria masih yang terbesar hingga beberapa tahun yang akan datang.

II. PELUANG PASAR KOPI INSTAN DI NIGERIA

2.1 TREN KOPI INSTAN DI NIGERIA

Benua Afrika adalah asal muasal kopi, tepatnya sejak abad 15 di wilayah Ethiopia. Namun karena beberapa faktor seperti biaya dan pengaruh selera yang dibawa penjajahan Inggris, membuat teh lebih populer dibandingkan kopi di mayoritas Negara Afrika, termasuk Nigeria. Hampir 10% asal biji kopi dunia berasal dari Afrika, tapi Nigeria masih memproduksi dengan kuantitas yang sedikit. Dalam urusan konsumsi, Nigeria juga terlampau sedikit, hanya 836 ton kopi pada tahun 2015 apabila dibandingkan dengan Negara Prancis yang mengonsumsi 366 ribu ton dengan penduduk hanya sepertiga Nigeria, nilai konsumsi Nigeria sangat kecil.

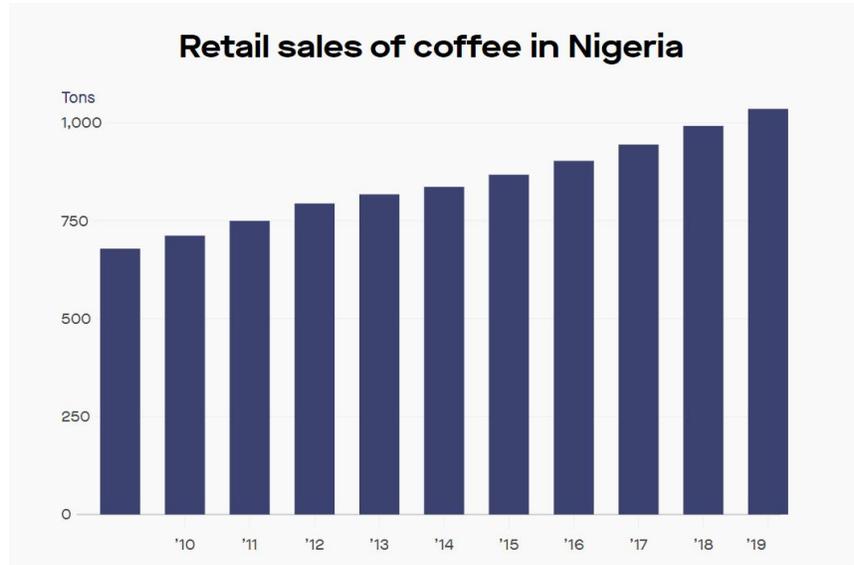
Gambar 3. Perkembangan Produksi Kopi Nigeria 1970-2010



Sumber: Reuters Graphic, Nigeria's Coffee Production in Decade (2016)

Nilai produksi kopi yang kecil ini juga dipengaruhi oleh ketergantungan ekonomi Nigeria terhadap ekspor migas, sehingga banyak komoditas ekspor lain yang tidak dikembangkan lebih jauh. Namun ada secercah harapan untuk potensi industri kopi karena konsumsi kopi Nigeria, terutama pada anak-anak muda, terus meningkat. Konsumsi kopi Nigeria meningkat tiga kali lipat sejak tahun 2010 dan bernilai USD 29 Juta pada tahun 2019. Di Negara dimana mayoritas penduduk hidup dengan USD 2 per hari, kebanyakan peminum kopi Nigeria lebih memilih kopi instan yang dapat dibeli sekitar 100 Naira atau sekitar Rp.3,500 di warung terdekat dibanding

fresh coffee beans yang harganya masih mahal. Ini merupakan peluang bagi Indonesia, yang memiliki banyak perusahaan produsen kopi instan, untuk dapat melakukan penetrasi ke pasar tersebut.



Gambar 4. Grafik Penjualan Kopi di Nigeria

Sumber: *Euromonitor International. Retail sales of coffee in Nigeria (2017)*

Industri kopi instan Nigeria saat ini didominasi oleh Nescafe dari Nestle, yang menguasai 75% *market share*. Posisi yang kuat ini dapat diraih karena jaringan *sales* dan distribusi yang kuat dari Nestle, bahkan merk Nescafe dapat ditemukan di area terpencil Nigeria. Nescafe sendiri memiliki beberapa produk yang ditujukan ke target pasar yang berbeda, mulai dari kopi instan yang dijual di pinggir jalan hingga kopi yang berasal dari biji kopi yang berkerjasama dengan kedai kopi setempat. Bahkan tidak hanya sebagai produsen saja, Nescafe juga menjual langsung ke konsumen dengan *booth* kopi keliling. Posisi Nescafe yang besar ini menunjukkan besarnya potensi konsumen kopi instan di Nigeria ke depan, ditambah jumlah populasi Nigeria, yang pada tahun 2020 mencapai 206 juta jiwa, merupakan yang terbesar di Benua Afrika dan ke-7 terbesar di dunia.



Gambar 5. Kedai Kopi Instan di Pinggir Jalan Nigeria

Sumber: *sunnewsonline.com, want to live long? Then take more coffee (2017)*

Tingkat konsumsi kopi yang terus meningkat ini merupakan peluang bagi para produsen kopi instan di Indonesia untuk mengambil pangsa pasar yang lebih besar dari populasi Nigeria yang muda dan berkembang. Walaupun konsumsi kopi Nigeria terhitung masih kecil sehingga sering tidak dianggap sebagai tujuan ekspor, namun hal ini juga berarti peluang yang baik karena kompetitor yang bermain di pasar tersebut juga sedikit. Menurut Nairametrics, prospek ini akan semakin cerah karena didukung meningkatnya konsumsi kopi yang disebabkan *consumer spending* dan perubahan gaya hidup, terutama di kota besar. Dan saat ini merupakan waktu yang terbaik untuk mengeksport kopi instan, karena tingkat urbanisasi Nigeria telah mencapai 51%.

2.2 STRUKTUR PASAR

Dominasi impor kopi instan atas biji kopi di Nigeria dapat terlihat dari perbandingan nilai impor Nigeria atas keduanya sejak lima tahun terakhir (2015-2019). Pada tahun 2019, Produk turunan HS 2101 memiliki porsi 82.8% dari keseluruhan nilai impor kopi instan dan biji kopi (HS 0901) yang keseluruhannya memiliki nilai USD 22.5 Juta. Sedangkan impor biji kopi (HS 0901) Nigeria hanya memiliki nilai USD 3.8 Juta atau memiliki porsi 17.16% dari keseluruhan nilai.

Tabel 2. Impor Kopi Instan dan Biji Kopi Nigeria dari Dunia

Code	Product label	2015	2016	2017	2018	2019
	Biji Kopi + Kopi Instan	19.839	27.545	17.856	17.649	22.580
'210112	Preparations with a basis of extracts, essences or concentrates of coffee or with a basis of ...	1.709	14.257	12.827	14.196	13.744
'210111	Extracts, essences and concentrates, of coffee	15.205	8.558	2.616	2.059	4.960
'090190	Coffee husks and skins; coffee substitutes containing coffee in any proportion	1.276	2.403	1.265	647	3.051
'090111	Coffee (excluding roasted and decaffeinated)	994	1.570	841	229	506
'090121	Roasted coffee (excluding decaffeinated)	370	440	88	226	267
'090112	Decaffeinated coffee (excluding roasted)	260	202	138	177	31
'090122	Roasted, decaffeinated coffee	25	115	81	115	21

Sumber: Trademap, diolah (2021)

Permintaan kopi instan Nigeria dalam lima tahun terakhir (2015-2019) cukup stabil dengan nilai tren -1.37%. Pada tahun 2019 nilai impor kopi instan Nigeria mencapai USD 18.7 Juta, yang mengalami peningkatan sebesar 15.07% dari tahun 2018 yang memiliki nilai USD 16.2 Juta. Berdasarkan turunan produk HS 2101, HS 210112 lebih banyak diimpor pada tahun 2019 dengan nilai USD 13.7 Juta atau sebesar 73.48% dari keseluruhan impor kopi HS 2101. Sedangkan sisanya HS 210111 memiliki porsi sebesar 26.52%.

Tabel 3. Impor Kopi Instan Nigeria dari Dunia (by Product)

No	Code	Product label	Exported value (US Dollar thousand)				
			2015	2016	2017	2018	2019
	TOTAL	All products	16.914	22.815	15.443	16.255	18.704
1	'210112	Preparations with a basis of extracts, essences or concentrates of coffee or with a basis of ...	1.709	14.257	12.827	14.196	13.744
2	'210111	Extracts, essences and concentrates, of coffee	15.205	8.558	2.616	2.059	4.960

Sumber: Trademap (2021)

Sedangkan bila dilihat dari Negara asal impor kopi instan Nigeria pada tahun 2019, Pantai Gading merupakan Negara dengan nilai *supply* terbesar senilai USD 9.74 Juta atau dengan porsi 52.1% dari keseluruhan nilai. Selanjutnya ada Ghana dengan nilai USD 3.71 Juta (19.8%), Eswatini (Swaziland) dengan nilai USD 2.13 Juta (11.39%), India dengan nilai USD 1.39 Juta (7.43%) dan

Brazil dengan nilai USD 514 Ribu (2.75%). Dari data ini diketahui bahwa Indonesia menduduki peringkat Negara dengan nilai *supply* terbesar ke-16.

Tabel 4. Impor Kopi Instan Nigeria dari Dunia (by Country)

No	Countries	Exported value (US Dollar thousand)				
		2015	2016	2017	2018	2019
	All Countries	16.914	22.815	15.443	16.255	18.704
1	Côte d'Ivoire	6.806	11.253	5.849	8.433	9.746
2	Ghana	4.113	6.073	4.813	4.452	3.717
3	Eswatini	0	0	0	0	2.130
4	India	644	970	2.201	1.280	1.390
5	Brazil	2.842	3.427	1.445	906	514
6	United Kingdom	85	83	119	102	226
7	China	146	80	85	37	190
8	Thailand	0	14	0	0	182
9	United States of America	11	23	8	1	144
10	Malaysia	905	474	428	57	118
11	Netherlands	163	287	272	294	98
12	Tanzania, United Republic of	0	0	0	76	76
13	Viet Nam	0	0	0	0	64
14	Poland	11	18	23	11	29
15	South Africa	24	62	93	43	28
16	Indonesia	0	0	0	0	19

Sumber: Trademap (2021)

Bila disesuaikan dengan data Ekspor kopi instan Indonesia ke dunia, dari keseluruhan ekspor kopi instan Indonesia ke dunia tahun 2019 yang memiliki nilai USD 600.5 Juta, nilai ekspor ke Nigeria masih kecil, hanya mencapai USD 82 Ribu atau memiliki porsi sebesar 0.01% dari keseluruhan nilai. Nigeria menduduki posisi ke-48 tujuan ekspor kopi instan Indonesia.

Tabel 5. Ekspor Kopi Instan Indonesia ke Dunia (by Country)

No	Countries	Exported value (US Dollar thousand)				
		2015	2016	2017	2018	2019
	All Countries	346.336	423.317	475.964	571.498	600.502
1	Philippines	228.868	289.122	330.487	419.738	454.364
2	Malaysia	39.232	36.299	37.359	42.125	37.485
3	United Arab Emirates	13.700	14.966	12.053	7.215	12.346
4	Russian Federation	2.978	3.099	7.674	11.437	11.395
5	Singapore	10.101	10.339	10.016	7.913	8.780

48	Nigeria	45	0	83	140	82
-----------	----------------	-----------	----------	-----------	------------	-----------

Sumber: Trademap (2021)

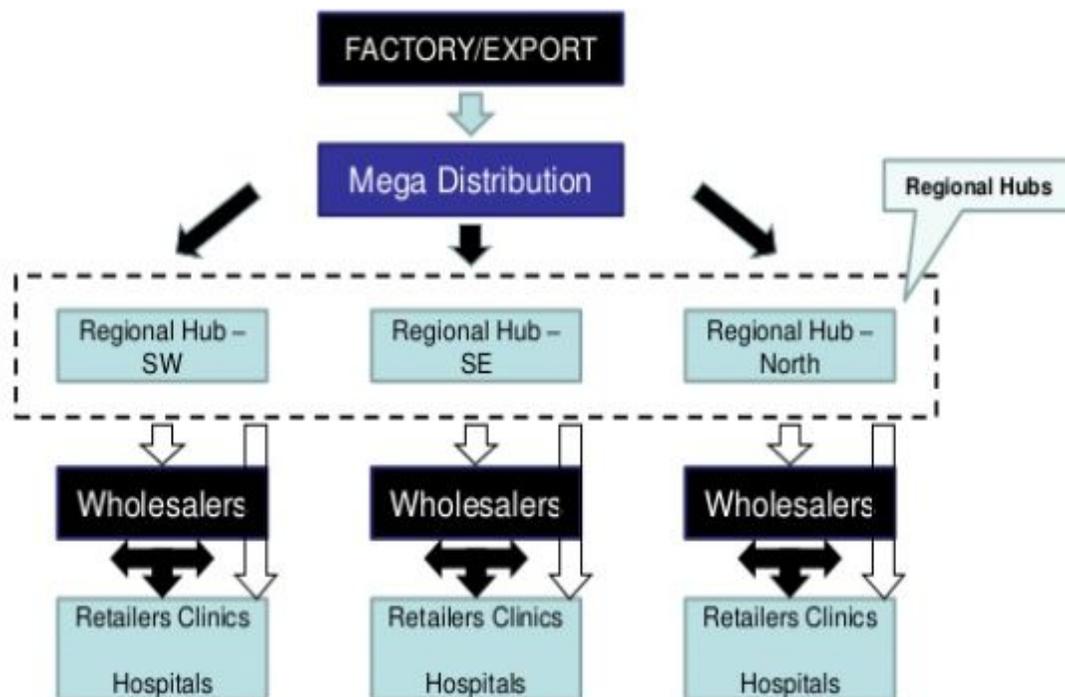
Dari data BPS terkait Ekspor Indonesia ke Nigeria pada periode Januari – Desember tahun 2020, diketahui nilai ekspor kopi Instan Indonesia ke Nigeria mencapai USD 112 Ribu, yang berarti mengalami peningkatan sebesar 36.72% dari nilai tahun 2019 yang memiliki nilai USD 82 Ribu. Sedangkan secara kuantitas, volume ekspor juga meningkat dari 22 ton pada tahun 2019 menjadi 32 ton pada tahun 2020. Ini berarti dari segi kuantitas ekspor mengalami peningkatan sebesar 40.95%.

Tabel 6. Ekspor Kopi Instan Indonesia ke Nigeria periode Jan-Des 2020

NO.	HS	COMMODITY	2016	2017	2018	2019	2020	
			VALUE IN US\$ 000			US\$ 000	US\$ 000	% SHARE
1	210111	Extracts, Essences And Concentrates; Of Coffee, And Preparations With A Basis Of These Extracts, Essences Or Concentrates Or With A Basis Of Coffee	-	83	140	40	66	58,56
2	210112	Preparations With A Basis Of Extracts, Essences Or Concentrates Or With A Basis Of Coffee	-	-	-	42	47	41,44
		TOTAL	-	83	140	82	112	100,00

Sumber: BPS (2021)

2.3 SALURAN DISTRIBUSI



Gambar 6. Saluran Distribusi Alat Kesehatan di Nigeria

Sumber: Data Primer (2020)

Model bisnis distribusi di Nigeria untuk produk yang termasuk FMCG biasanya memiliki atau menunjuk perusahaan distribusi terpisah dari perusahaan principal (Pabrik). Hal tersebut agar perusahaan Principal dapat focus untuk memproduksi produk dikarenakan *demand* pasar yang begitu besar, termasuk untuk kopi instan. Contoh seperti Nestle Nigeria Ltd untuk produk Nescafe 3 in 1, menunjuk perusahaan distribusi local di level Region dan level State. Adapun biasanya, perusahaan local yang ini menjadi distributor suatu perusahaan Principal di level Region atau State, harus memenuhi kriteria sbb:

- Experience (5 years preferably)
- Financial Requirements
- The Provision of Vehicles
- Provision of a Warehouse Facility

Untuk produk kopi instan impor yang tidak memiliki kapasitas stok sebesar produsen seperti Nestle Nigeria Ltd, dapat menunjuk satu perusahaan Distributor untuk level Nasional dan

menggunakan *existing* network mereka untuk mendistribusikan produk kopi instan impor ke seluruh lokasi di Nigeria.

2.4 PERSEPSI TERHADAP PRODUK INDONESIA

Salah satu indikator untuk mengetahui persepsi pasar suatu produk impor yang termasuk sebagai produk yang dikonsumsi oleh tubuh seperti kopin instan, adalah sebagai berikut

- Kebijakan FDA (Food and Drug Agency) setempat

FDA yang mengatur distribusi produk makanan dan minuman di Nigeria adalah NAFDAC (National Agency for Food and Drug Administration and Control). Setiap produk makanan dan minuman yang didistribusi, dipasarkan dan diproduksi di Nigeria harus mendapatkan persetujuan dari NAFDAC. Dalam mengadministrasikan produk makanan dan minuman yang beredar di pasar Nigeria khususnya yang diimpor dari luar, NAFDAC menggunakan *Risk Categorization* berdasarkan negara asal produk tersebut. Produk Makanan dan Minuman yang berasal dari china dan India mendapat kategori *High Risk*, sedangkan produk makanan dan minuman dari Indonesia mendapat kategori *Low Risk* jika produsen dapat melampirkan Certificat GMP/ISO standard USA atau UK. Dengan kata lain, persepsi resmi pasar Nigeria terhadap produk makanan dan minuman dari Indonesia adalah baik.

- Kesamaan iklim Nigeria dan Indonesia

Produk makanan dan minuman dari/asal Indonesia memiliki acceptance yang baik di pasar Nigeria. Hal ini dikarenakan kesamaan/kemiripan iklim dan cuaca tropis Nigeria dan Indonesia sehingga jenis dan rasa makanan Indonesia mudah untuk diterima di pasar Nigeria. Bertahannya produk makanan dan minuman Indonesia di pasar Nigeria juga merupakan indikator bahwa pasar Nigeria menerima produk makanan dan minuman dari Indonesia. Khusus untuk pasar Nigeria bagian utara yang memiliki penduduk mayoritas muslim, produk makanan dan minuman dari Indonesia yang memiliki label halal sangat diterima dan memiliki persepsi yang baik di mata pasar setempat.

III. PERSYARATAN PRODUK

3.1 KETENTUAN PRODUK

Ketentuan produk makanan dan minuman khususnya produk kopi instan yang akan di ekspor atau masuk ke pasar Nigeria di atur oleh beberapa Lembaga pemerintah di Nigeria diantaranya adalah NAFDAC (*National Agency for Food and Drug Administration and Control*), *Custom Service of Nigeria*, *Trademark Departement Ministry of Trade and Industry*.

- **NAFDAC (*National Agency for Food and Drug Administration and Control*)**,

Semua produk makanan dan minuman yang di produksi, diimpor, didistribusi dan di pasarkan di Nigeria harus mendapatkan persetujuan dari NAFDAC, berikut adalah persyaratan dan Langkah untuk pendaftaran NAFDAC

1. TAHAP Persiapan

- Menunjuk distributor/importir untuk mendaftar online di platform pendaftaran di NAFDAC (https://www.napams.org/App_Application/ApplicantRegister.aspx)

2. TAHAP Registrasi

- Certificate of Free Sales, didapat dari BPON RI atau Kamar Dagang Indonesia
- Certificate of Analysis, didapat dari surveyor (Sucofindo, Intertek, dll) atau dari laboratorium Pabrik
- Power of Attorney, Surat kuasa dari Principal kepada distributor/importer untuk mendistribusikan produk makanan dan minuman milik principal di Nigeria
- Copy Company registration Certificate untuk principal dan distributor
- Certificate of Trade Mark dari Ministry of Trade Nigeria
- Membuat surat undangan kepada Petugas NAFDAC untuk keperluan Inspeksi
- Good Manufacturing Product Certificate
- Semua dokumen di atas harus dilegalisir oleh Kedutaan Nigeria di Jakarta

3. TAHAP Uji Klinis

Setelah tahap registrasi, NAFDAC akan mengeluarkan surat kepada Principal untuk mengirimkan sample dengan packaging yang sudah diapprove NAFDAC dengan quantity

tertentu. Sample yang dikirimkan harus di submit oleh distributor ke Laboratorium NAFDAC terdekat.

4. TAHAP GMP Inspection

NAFDAC akan mengirimkan perwakilan untuk datang ke Indonesia dalam rangka menginspeksi fasilitas pabrik dari produk yang di daftarkan. Jika antrian sangat Panjang, NAFDAC akan mengeluarkan temporary approval untuk mencegah waktu proses yang lama.

5. FINAL BOD Meeting

Tahap ini merupakan tahap terakhir dalam proses registrasi NAFDAC. BOD Meeting biasanya dilakukan 1 kali setiap bulan. Jika produk sudah di approve oleh BOD, akan diberikan Nomor Registrasi yang harus di cetak di Packaging dan produk tersebut sudah siap untuk dipasarkan.

Struktur tarrif dari NAFDAC registration dapat dilihat di https://www.nafdac.gov.ng/wp-content/uploads/Publications/NAFDAC-2019-Tariff_Final_Combined.pdf

- **Trademark Department (*Ministry of Trade and Industry of Nigeria*)**

Pendaftaran merk di Nigeria bersifat territory, jadi sangat penting agar principal produk kopi instant dapat mendaftarkan merk di Nigeria melalui Trademark Department (*Ministry of Trade and Industry of Nigeria*) sebagai bagian dari syarat registrasi di NAFDAC. Pendaftaran dapat dilakukan oleh legal department principal dengan menggunakan rekanan lawyer atau agency di Nigeria.

- **Custom Services Nigeria**

Semua produk makanan dan minuman yang diimpor di Nigeria harus membayar pajak impor di Nigeria. Informasi tersebut sangat berguna untuk mengetahui berapa landed cost yang akan didapat saat sampai di Nigeria sehingga distributor dan principal dapat melakukan strategi price structure di Nigeria. Informasi daftar tarif impor di Nigeria dapat diakses di https://customs.gov.ng/?page_id=3127

3.2 KOMPETITOR

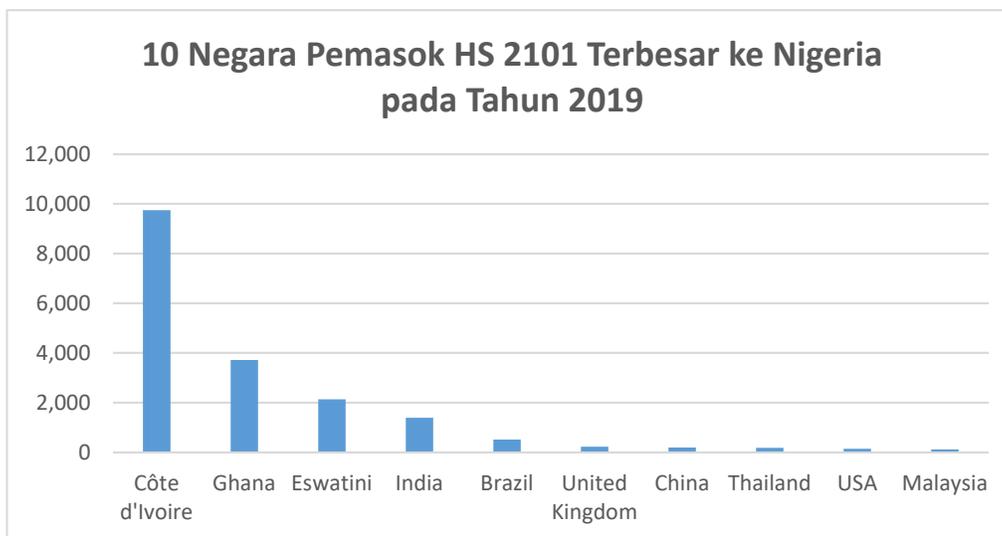
Budaya meminum kopi instan di Nigeria tidak terlepas dari kesuksesan Nescafe dalam meraih pasarnya hingga saat ini. Di Nigeria, Nescafe merupakan produksi dalam negeri oleh Nestle Nigeria Plc., yang memiliki pabrik utama di Agbara Industrial Estate, Wilayah Ogun. Nescafe sudah hadir sejak beberapa dekade lalu di Nigeria dan telah menjadi pemimpin pasar dalam industri kopi instan dengan *market share* sebesar 75%. *Positioning* produk Nescafe juga menjangkau beberapa segmen konsumen, dari kemasan yang premium hingga kemasan sachetan.



Gambar 7. Iklan Nescafe di Nigeria pada tahun 50-an

Sumber: Flickr (2020)

Namun tren meminum kopi yang terus meningkat di Nigeria, yang dipengaruhi oleh kelas menengah dan urban, membuat pasar lebih terbuka untuk menerima variasi baru kopi instan dari segi rasa, produk ataupun merk. Terlihat dari beberapa merk kopi yang mulai memiliki tempat di hati konsumen Nigeria seperti Kaldi Coffee dan Café Neo yang mencoba untuk mengambil porsi dari pasar kopi Nigeria yang terus berkembang. Indonesia sebagai Negara dengan produksi kopi instan yang besar dan inovasi produk dengan rasa yang bermacam-macam juga berpeluang mengambil porsi pasar tersebut.



Gambar 8. 10 Negara Pemasok HS 2101 Nigeria Tahun 2019

Sumber: Trademap (2021)

Dilihat dari Impor Kopi Instan Nigeria pada tahun 2019, Indonesia berada di posisi ke-16 dari seluruh Negara pemasok kopi instan. Hal ini berarti nilai pasok Indonesia masih lebih kecil diantara beberapa Negara ASEAN lainnya seperti Thailand (#8), Malaysia (#10) dan Vietnam (#13). Padahal bila dilihat dari nilai ekspor kopi instan (HS 2101) Negara tersebut, Indonesia merupakan yang terbesar dengan nilai USD 600.5 Juta dibandingkan dengan Thailand (USD 98.7 Juta), Malaysia (445.5 Juta) dan Vietnam (USD 455.2 Juta). Hal ini menandakan bahwa Indonesia perlu melakukan penetrasi yang lebih jauh di pasar kopi instan Nigeria.

Sedangkan Negara pemasok terbesar kopi instan di Nigeria pada tahun 2019 adalah Negara intra-afrika seperti Pantai Gading, Ghana dan Eswatini:

1. Pantai Gading

Pantai Gading merupakan pemasok utama kopi instan ke Nigeria, dengan pangsa 52.1% dari total impor Nigeria pada tahun 2019. Posisi pertama ini selalu ditempati oleh Pantai Gading sejak tahun 2015. Hal ini turut dipengaruhi oleh posisi geografis Pantai Gading yang sangat dekat dengan Nigeria di sebelah Barat.

Nilai kopi instan yang dipasok Pantai Gading ke Nigeria pada tahun 2019 adalah sebesar USD 9.74 Juta. Nilai ini meningkat dari tahun 2018 yang memiliki nilai USD 8.43 Juta atau meningkat sebesar 15.5%. Tren nilai pasok (2015-2019) Pantai Gading juga menunjukkan nilai positif sebesar 4.39% dari nilai paling besar pada tahun 2016 sebesar

USD 11.2 Juta, sempat menurun pada 2017 namun terus meningkat hingga ke tahun 2019.

Nilai Ekspor HS 2101 Pantai Gading ke seluruh dunia sendiri pada tahun 2019 adalah sebesar USD 65.1 Juta. Artinya, Ekspor ke Nigeria pada tahun 2019 adalah sebesar 14.9% dari keseluruhan ekspor kopi instan Pantai Gading.

2. Ghana

Sama seperti Pantai Gading, Ghana juga diuntungkan dengan posisi geografis yang strategis di sebelah Barat Nigeria dan persis di sebelah kanan Pantai Gading. Ghana juga selalu stabil menduduki posisi ke-2 pemasok kopi instan terbesar ke Nigeria sejak tahun 2015.

Pada tahun 2019 nilai kopi instan yang dipasok oleh Ghana adalah sebesar USD 3.71 Juta atau memiliki porsi sebesar 19.87% dari keseluruhan impor kopi instan Nigeria. Nilai ini menurun dari tahun 2018 yang memiliki nilai sebesar USD 4.45 Juta atau menurun sebesar 16.5%. Walaupun tren (2015-2019) menunjukkan nilai negatif sebesar 5%, namun nilai kopi instan yang dipasok Ghana cukup stabil sekitar USD 3.7 Juta hingga 4.5 Juta per tahunnya.

Nilai Ekspor HS 2101 Ghana ke seluruh dunia pada tahun 2019 adalah sebesar USD 4.93 Juta. Ini artinya hampir 75% ekspor kopi instan Ghana adalah untuk Nigeria.

3. Eswatini

Eswatini merupakan Negara pemasok HS 2101 terbesar ketiga di Nigeria pada tahun 2019 dengan nilai USD 2.13 Juta atau memiliki porsi 11.4% dari keseluruhan impor HS 2101 Nigeria. Dilihat dari data, Eswatini baru saja memiliki nilai pada tahun 2019, namun sejak tahun 2015 hingga 2018 nilainya masih 0. Hal ini disebabkan oleh pergantian nama Negara Eswatini yang sebelumnya bernama Swaziland di tahun 2018.

Pada tahun 2019, Eswatini menggeser posisi India, yang dalam dua tahun terakhir (2017-2018) selalu stabil menduduki posisi ke-3 sebagai pemasok kopi instan terbesar di Nigeria.

3.3 KETENTUAN PEMASARAN DAN STRATEGI

- Produk makanan dan minuman khususnya kopi instan yang dipasarkan di Nigeria harus dilakukan oleh perusahaan yang terdaftar di Nigeria, dalam hal ini adalah importir dengan materi yang disiapkan oleh manufacturer
- Jika produk tersebut memiliki brand atau merk, harus di daftarkan di kantor Trade Mark Nigeria di bawah Kementerian Perdagangan dan Industri Nigeria (Abuja)
- Produk kopi instan yang dipasarkan di Nigeria harus memiliki no registrasi dari NAFDAC, dan berlaku selama 5 tahun dan dapat diperpanjang.
- Ijin untuk melakukan pemasaran atau promosi yang melibatkan fasilitas umum di Nigeria berada di kebijakan Pemerintah State setempat. Contoh apabila pemasaran dilakukan di Lagos, instansi yang memberikan ijin adalah *Lagos State Signage & Advertisement Agency (LASAA)* yang ada di bawah Lagos State Government

STRATEGI

- Ikut serta dalam pameran international dan pameran retail di berbagai State di Nigeria, contoh F&B WA, Lagos International Trade Fair, Abuja International Trade Fair
- Melakukan kunjungan ke negara-negara di Afrika Barat dalam rangka misi dagang
- Eksportir yang berpotensi harus hati-hati memilih mitra dagang dari kalangan importir Nigeria dan distributor, karena mereka akan memastikan secara cermat keberadaan produk mereka di ritel pasar Nigeria. Para eksportir dapat langsung menghubungi importir dan distributor yang berpotensi dengan menggunakan daftar kontak melalui Kedutaan Besar Negara mereka di kota pengekspor atau pengimpor barang tersebut. Pengantar yang umum digunakan untuk mengenal rekan kerja yaitu dengan mengirimkan brosur perusahaan, katalog produk, sampel produk, dan daftar harga.
- Menghubungi perwakilan perdagangan RI yang ada di Nigeria (ITPC Lagos) untuk konsultasi dalam pemilihan distributor dan cara pemasaran di Nigeria.
- Diperlukan sampel dan brosur-brosur produk kopi instan yang senantiasa siap untuk ditampilkan pada kegiatan-kegiatan exhibisi dan pertemuan-pertemuan bisnis

3.4 INFO STRUKTUR HARGA

Kopi instan di Nigeria merupakan produk yang termasuk kategori fast moving sehingga persentasi margin dari setiap level distributor termasuk rendah untuk mendapatkan retail price yang competitive. Faktor kuantitas dan ketersediaan stok di pasar sangat penting dalam bisnis kopi instan di pasar Nigeria

Berikut adalah struktur Margin dari setiap level distributor untuk produk kopi instan

Importer	: 5-10% dari Landed cost
Region Distributor	: 10-15% dari harga Importer
State Distributor	: 10-20% dari harga Region Distributor
Whole saler	: 10-20% dari harga Region Distributor
Retailer	: 50-70% dari harga whole saler

3.5. METODE TRANSAKSI/PEMBAYARAN

Produk makanan dan minuman impor yang sudah teregistrasi di NAFDAC dapat menggunakan semua fasilitas pembayaran dari Central Bank Nigeria yaitu TT dan LC. Khusus untuk TT, pemayaran yang dilakukan oleh importer harus melalui inflow USD dari rekening perusahaan nya sebagai sumber dananya sedangkan pembayaran LC, dapat menggunakan mata uang setempat sebagai sumber dana nya

IV KESIMPULAN

Peningkatan penjualan kopi instan di Nigeria berbanding lurus dengan peningkatan ekonomi Nigeria dan jumlah populasi di Nigeria. Untuk itu, pada tahun 2021 dengan proyeksi peningkatan ekonomis Nigeria sebesar 7%, diharapkan peningkatan pasar produk kopi instan di Nigeria juga mengalami peningkatan

Dalam meningkatkan ekspor ke Nigeria, beberapa strategi yang dilakukan untuk pengembangan ekspor alat kopi instan, antara lain:

- Ikut serta dalam pameran internasional dan pameran retail di berbagai state di Nigeria.
- Melakukan kunjungan ke negara-negara di Afrika Barat dalam rangka misi dagang.
- Eksportir yang berpotensi harus hati-hati memilih mitra dagang dari kalangan importir Nigeria dan distributor.
- Menghubungi perwakilan perdagangan RI yang ada di Nigeria (ITPC Lagos) untuk konsultasi dalam pemilihan distributor dan cara pemasaran di Nigeria.
- Diperlukan sampel dan brosur-brosur produk kopi instan yang senantiasa siap untuk ditampilkan pada kegiatan-kegiatan exhibisi dan pertemuan-pertemuan bisnis

DAFTAR PUSTAKA

- CIA. (2020). Central Intelligence Agency. Retrieved from The World Fact Book: <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/ni.html>
- Fitch Solutions. (2019). Nigeria Coffee Market Outlook: Instant Is King, Café Culture At Nascent Stage <https://www.fitchsolutions.com/corporates/retail-consumer/nigeria-coffee-market-outlook-instant-king-cafe-culture-nascent-stage-18-06-2019>
- Food Business Africa. (2019). Nestle Nigeria taps into the growing coffee market as leading player <https://www.foodbusinessafrica.com/nestle-nigeria-taps-into-the-growing-coffee-market-as-leading-player/>
- IMF. (2020). International Monetary Fund. Retrieved from IMF World Economic Outlook Database: <https://www.imf.org/external/pubs/ft/weo/2017/02/weodata/weoselco.aspx?g=2001&sg=All+countries>
- Nairametrics. (2019). It's time to break Nescafé's two-decade grip on Nigeria's coffee market <https://nairametrics.com/2019/07/11/its-time-to-break-nescafes-two-decade-grip-on-nigerias-coffee-market/>
- Parminder Vir Obe. (2019). Shaping the Nigerian Coffee Industry. <http://parmindervir.com/shaping-the-nigerian-coffee-industry/>
- Quartz Africa. (2016). Nigerians Are Developing a Taste for Coffee. <https://qz.com/africa/829903/nigerians-are-developing-a-taste-for-coffee/>
- Reuters (2020). Tea and cocoa-loving Nigerians finding new thirst for coffee <https://www.reuters.com/article/us-nigeria-coffee/tea-and-cocoa-loving-nigerians-finding-new-thirst-for-coffee-idUSKBN20Z1K3>
- Sun News Online. (2017). Want to live long? Then take more coffee. <https://www.sunnewsonline.com/want-to-live-long-then-take-more-coffee/>
- Trademap. (2020). Trademap. Retrieved from: <https://trademap.org/Index.aspx>.

LAMPIRAN

SUMBER INFORMASI YANG BERGUNA

Menyajikan informasi yang bermanfaat dari berbagai sumber yang dapat diakses secara bebas oleh pelaku usaha.

<p>KEDUTAAN NIGERIA di JAKARTA</p> <p>Jl. Denpasar Raya Blok A.13 No. 5 Kuningan Timur, Jakarta-indonesia</p> <p>Tel: +62 21 5260922</p> <p>Fax: +62 21 5260924</p> <p>Email: nigembjkt@yahoo.co.id</p>
<p>INDONESIAN TRADE PROMOTION CENTRE (ITPC) LAGOS</p> <p>No. 5 Anifowoshe Street, Off Adeola Odeku Rd, Victoria Island-Lagos, Nigeria</p> <p>Tel: +234 1 4619862</p> <p>Fax: +234 1 4619864</p> <p>Email: itpc-nga@kemendag.go.id</p>
<p>NAFDAC (National Agency for Food and Drug Administration and Control)</p> <p>Registration & Regulatory Affairs Directorate Federal Secretariat Complex</p> <p>Phase II, 2nd & 5th Floor, Ikoyi Lagos.</p> <p>Fax: +234 1 2695006</p> <p>Tel: +234 1 2695468</p> <p>Email: nafdac@nafdac.gov.ng</p>

MARKET SURVEY

Picture	
Brand	L'OR
Product Detail	Coffee instant Intense and Classic in 100g jars
Manufacturer Details	Netherlands
Distributor Details	
Price	₦ 2499.99
Name of Supermarket/Store	SHOPRITE Adeniran Ogunsanya Mall Surulere
Number per carton	
Remarks	Not available in Local market

Picture	
Brand	Jacobs
Product Detail	Coffee instant kronung 200g jar
Manufacturer Details	Germany
Distributor Details	
Price	₦ 3599.99
Name of Supermarket/Store	SHOPRITE Adeniran Ogunsanya Mall Surulere
Number per carton	
Remarks	Not available in Local market

Picture	
Brand	STAR CAFÉ
Product Detail	Coffee instant Star café in 200g Tin
Manufacturer Details	India
Distributor Details	
Price	₦ 1899.99
Name of Supermarket/Store	SHOPRITE Adeniran Ogunsanya Mall Surulere
Number per carton	
Remarks	Not available in Local market

Picture	
Brand	NAJJAR
Product Detail	Coffee Blue plain NAJJAR 200g PACK
Manufacturer Details	Lebanon
Distributor Details	
Price	₦ 1999.99
Name of Supermarket/Store	SHOPRITE Adeniran Ogunsanya Mall Surulere
Number per carton	
Remarks	<p>Not available in Local market</p> <p>Granulated coffee</p>

Picture	 <p>The image shows three identical red packages of Sello Rojo Premium Ground Coffee. Each package features the brand name 'Sello Rojo' in large white letters with a red outline, and 'Cafe' in smaller letters above it. Below the name is a white coffee cup filled with dark coffee. The text on the packages includes 'NET WT. 8.8 OZ. 250 g', 'PREMIUM GROUND COFFEE MEDIUM ROAST', and '100% COLOMBIAN'. A yellow price tag at the bottom of the packages displays '2999.99' and includes a barcode and the text 'COFFEE GROUND ROJO 250G 1200 FEB 1000'.</p>
Brand	Sello Rojo
Product Detail	Ground coffee, medium roasted in 250g pack
Manufacturer Details	Colombia
Distributor Details	
Price	₦ 2999.99
Name of Supermarket/Store	SHOPRITE Adeniran Ogunsanya Mall Surulere
Number per carton	
Remarks	Not available in Local market

Picture	
Brand	Liven Coffee
Product Detail	Alliance in Motion global coffee 420g pack contains 20 sachets
Manufacturer Details	Philippians
Distributor Details	
Price	₦ 3650
Name of Supermarket/Store	Jumia Global
Number per carton	
Remarks	Not available in Local market

Picture	
Brand	Kaldi Ethiopian Coffee
Product Detail	African coffee bean in 1kg pack
Manufacturer Details	Nigeria
Distributor Details	
Price	₦ 15,600
Name of Supermarket/Store	Jumia Global
Number per carton	
Remarks	Not available in Local market

Picture	
Brand	Starbucks
Product Detail	Café Verona in 200g pack
Manufacturer Details	USA
Distributor Details	
Price	₦ 3900
Name of Supermarket/Store	Jumia Global
Number per carton	
Remarks	Not available in Local market