MARKET RESEARCH: HITAMNYA KOPI INDONESIA DI PASAR KOREA

Oleh : Arief Fadillah *)

ABSTRAK

Produksi tahunan Kopi dunia memperlihatkan kestabilan pada tingkat 117 juta kantong dengan rata-rata volume kantong sebesar 60 kg pada periode tahun 2004 – 2007. Indonesia sebagai salah satu penghasil kopi dunia, mulai mengenal kopi sejak tahun 1690-an. Kopi yang pertama kali dibudayakan adalah kopi Arabica di pulau Jawa pada tahun 1699 yang akhirnya pada tahun 1712 untuk pertama kalinya kopi Indonesia mulai diperdagangkan ke Amsterdam, Belanda. Pada tahun 1900-an, kopi Robusta mulai diperkenalkan di Jawa Timur dan tumbuh dengan baik, termasuk di beberapa wilayah Indonesia lainnya, seperti Sumatera, Sulawesi, Bali dan Nusa Tenggara. Peningkatan produksi dan pemasaran kopi Arabika Indonesia di pasar dunia telah menyebabkan terkenalinya beberapa jenis kopi Arabika Indonesia, seperti Mandhelling dari Medan, Java-Dampit dari Jawa, dan Kalossi dari Toraja. Jenis-jenis kopi ini sangat terkenal di pasar Korea. Sebagai salah satu pasar

kopi Indonesia. Namun kopi Indonesia di pasar Korea masih perlu mendapat penanganan dan perhatian ekstra dalam rangka peningkatan nilai baik volume maupun nilai impornya di masa mendatang.

Sebagai salah satu negara yang mengalami peningkatan konsumsi kopi, hal ini dapat dilihat dari nilai impor kopi yang meningkat. Impor kopi Korea memperlihatkan peningkatan nilai dari US\$ 112,53 juta pada tahun 2000 menjadi US\$ 203,93 juta pada tahun 2007 atau meningkat sebesar 81,22 persen. Sementara pada periode Januari – Mei 2008, nilai impor kopi tercatat sebesar US\$ 117,70 juta atau mengalami peningkatan sebesar 46,5 persen bila dibandingkan dengan periode yang sama tahun sebelumnya.

Sementara berdasarkan volume impor kopi, Korea mengimpor 87,34 ribu

*) Atase Perdagangan Korea Selatan

ton pada tahun 2007 atau meningkat 14,75 persen bila dibandingkan dengan tahun 2000 yang tercatat 76,11 ribu ton. Sementara itu, konsumsi kopi Korea adalah mencapai 1,43 juta karung pada tahun 2007 atau berkisar 85,800 ton.

Kebutuhan kopi ini dipenuhi oleh beberapa negara pengimpor seperti Vietnam, Kolombia, Brasil, Honduras, dan Amerika Serikat. Sedangkan posisi Indonesia sebagai negara pengimpor ke 13 setelah Jerman, Spanyol, dan Jepang. Walaupun perdagangan kopi Indonesia ke Korea masih menggunakan fasilitas negara ke tiga, perdagangan bilateral kopi Indonesia – Korea masih menunjukkan perkembangan nilai impor yang cenderung menurun hingga menjadi tinggal 745 ton pada tahun 2007.

Walaupun Korea masih tergolong dalam negara yang mengkonsumsi kopi sangat kecil, tendensinya memperlihatkan peningkatan konsumsi. Peningkatan konsumsi masyarakat Korea ini ditunjukkan oleh meningkatnya jumlah toko kopi; meningkatnya jumlah vending mesin penyedia kopi; dan meningkatnya jumlah

penjualan produk kopi seperti mix kopi dan minuman kopi dalam kaleng.

Berdasarkan hal-hal tersebut terlihat bahwa hitamnya biji kopi Indonesai di pasar Korea terlihat dari belum berkembangnya baik nilai maupun volume penjualan kopi Indonesia di pasar Korea. Selain itu, perdagangan biji kopi Indonesia ke Korea yang masih menggunakan fasilitas perusahaan negara ketiga dan cenderung mengalami penurunan baik nilai maupun volume impor. Selain itu, hitamnya kopi Indonesia diperlihatkan dengan belum dapat dipenuhinya peluang pasar kopi di Korea oleh produsen kopi Indonesia secara maksimal karena permasalahan teknologi dan standard yang belum dimiliki oleh pengusaha dan industri kopi dalam negeri Indonesia. Selain itu, baik pengusaha biji kopi maupun industri minuman kopi dalam negeri Indonesia belum siap dan dapat memenuhi permintaan dan selera konsumen kopi Korea, seperti halnya packaging dan disain. Hal ini disebabkan antara lain karena teknologi dan standard yang belum dimiliki oleh pengusaha dan industri kopi dalam negeri Indonesia.

I. PENDAHULUAN

Pada periode tahun 2004 – 2007, produksi tahunan Kopi dunia memperlihatkan kestabilan pada tingkat 117 juta kantong dengan rata-rata volume kantong sebesar 60 kg. Walaupun pada tahun 2007 mengalami penurunan sebesar 6,75% persen bila dibandingkan tahun sebelumnya yang tercatat sebesar 125 juta kantong. Kopi yang dihasilkan dunia ini terdiri dari kopi Arabica dan Robusta dengan komposisi masing-masing sebesar 61 persen dan 39 persen. Komposisi ini terlihat mengalami pergeseran produksi dimana produksi kopi Arabica cenderung memperlihatkan penurunan pangsa dari 66 persen pada tahun 2004 menjadi 61 persen pada tahun 2007.. Sedangkan kopi jenis Robusta mengalami peningkatan pangsa dari 34 persen pada tahun 2004 menjadi 39 persen pada tahun 2007.

Negara penghasil kopi dunia masih dikuasai oleh negara-negara Amerika Latin, seperti Brasil dan Columbia disusul oleh negara-negara Asia seperti Vietnam, Indonesia dan India. Sedangkan untuk negara-negara Amerika Latin lainnya memiliki volume produksi di bawah 5 juta kantong, seperti Meksiko, Guatemala, dan Honduras. Sementara untuk benua Afrika, penghasil utama kopi adalah Ethiopia, Uganda dan Cote d'Ivoire.

Indonesia sebagai salah satu penghasil kopi dunia, mulai mengenal

kopi sejak tahun 1690-an. Kopi yang pertama kali dibudayakan adalah kopi Arabica di pulau Jawa pada tahun 1699 dan pada tahun 1712 produksi kopi Indonesia mulai diperdagangkan pertama kali ke Amsterdam, Belanda. Pada tahun 1900-an, kopi Robusta mulai diperkenalkan di Jawa Timur dan tumbuh dengan baik, termasuk di beberapa wilayah Indoensia lainnya, seperti Sumatera, Sulawesi, Bali dan Nusa Tenggara. Perkebunan kopi di Indonesia, pada umumnya diusahakan oleh rakyat/petani kecil, walaupun sebagian kecil diusahakan oleh swasta maupun pemerintah dengan skala perkebunan besar.

Produksi kopi Indonesia didominasi oleh kopi Robusta sebesar 93 persen, sedangkan kopi Arabica hanya sebesar 7 persen. Dengan produksi ini Indonesia merupakan negara kedua terbesar penghasil kopi Robusta dunia. Namun demikian, permintaan kopi Arabica memperlihatkan peningkatan sehingga Indonesia mencoba untuk melakukan peningkatan produksi kopi Arabica. Masing-masing jenis kopi Indonesia ini memiliki spesialisasi yang didasarkan pada tempat tumbuhnya kopi tersebut. Untuk kopi Arabica memiliki beberapa spesial kopi terkenal seperti kopi Gayo dari Aceh, kopi Mandhelling dan Lintong dari Sumatera Utara, kopi Jawa dari Jawa Timur, kopi Bali dari Bali, dan kopi Toraja/Kalossi dari Sulawesi Selatan. Pada saat ini tengah diperkenalkan kopi jenis baru yang berasal dari lembah Balliem

Wamena Papua. Sedangkan jenis kopi Robusta terdiri dari kopi Semendo dari Sumatera Selatan, kopi Lampung dari Lampung, Kopi Jawa-Dampit dari Jawa Timur, Kopi Flores-Bajawa dari Nusa Tenggara Timur. Selain itu terdapat beberapa penghasil kopi lainnya untuk jenis robusta seperti Bengkulu dan Jawa Tengah.

Peningkatan produksi dan pemasaran kopi Arabika Indonesia di pasar dunia telah menyebabkan terkenalnya beberapa jenis kopi Arabika Indonesia, seperti Mandhelling dari Medan, Java-Dampit dari Jawa, dan Kalossi dari Toraja. Jenis-jenis kopi ini sangat terkenal di pasar Korea. Sebagai salah satu pasar kopi Indonesia. Namun kopi Indonesia di pasar Korea masih perlu mendapat penanganan dan perhatian ekstra dalam rangka peningkatan nilai baik volume maupun nilai importnya di masa mendatang.

II. KEBUTUHAN DAN KONSUMSI KOPI KOREA

Sebagai salah satu negara yang mengalami peningkatan konsumsi kopi, Korea banyak melakukan impor kopi mengingat Korea bukan penghasil kopi. Oleh karena itu, kebutuhan kopi Korea dapat dilihat dari nilai dan volume impor kopi Korea. Impor kopi Korea memperlihatkan peningkatan nilai dari US\$ 112,53 juta pada tahun 2000 menjadi US\$ 203,93 juta pada tahun 2007 atau meningkat sebesar 81,22 persen. Sementara pada periode Januari – Mei 2008, nilai impor kopi tercatat sebesar US\$ 117,70 juta atau mengalami peningkatan sebesar 46,5 persen bila dibandingkan dengan periode yang sama tahun sebelumnya.

Sementara berdasarkan volume impor Kopi, Korea mengimpor 87,34 ribu ton pada tahun 2007 atau meningkat 14,75

Tabel 1 : Impor kopi Korea

No	Tahun	Nilai (US\$ 1,000)	Volume (Kg)
1	2000	112,533	76,113,943.00
2	2001	72,249	75,185,514.00
3	2002	71,423	80,233,098.00
4	2003	78,597	75,330,718.00
5	2004	96,074	84,216,531.00
6	2005	140,604	85,031,728.00
7	2006	162,736	86,593,882.00
8	2007	203,934	87,344,686.00
9	2008 (Jan- Mei)	117,696	42,773,363.00

Sumber: KITA

Tabel 2 : Negara-Negara Pengimpor Kopi Korea

(US\$ 1,000)

No	Negara	2003	2004	2005	2006	2007	2008 (Jan- Mei)	Kenaikan 07-08
	Total Sum	78,597	96,074	140,604	162,736	203,934	117,696	46.5
1	Viet Nam	23,611	23,996	29,367	48,138	63,172	43,710	73.0
2	Colombia	10,293	15,398	27,319	25,670	31,129	18,132	42.5
3	Brazil	9,384	14,981	24,093	28,482	29,721	16,229	29.9
4	Honduras	10,422	10,088	20,963	17,411	19,098	12,664	20.9
5	U.S.A	4,420	4,921	6,509	8,836	15,199	7,250	34.5
6	Peru	3,309	7,035	5,745	11,460	14,411	5,823	50.0
7	Italy	1,541	1,728	2,443	3,971	5,851	3,024	48.8
8	Mexico	2,290	3,560	901	150	5,436	923	(42.7)
9	Ethiopia	548	773	1,404	1,197	3,463	638	(21.3)
10	Germany	1,421	2,052	1,239	2,053	2,280	913	17.1
11	Spain	1,371	1,543	1,361	1,493	1,786	653	9.3
12	Japan	288	506	699	1,672	1,747	596	(41.2)
13	Indonesia	4,917	5,293	9,088	3,188	1,580	558	329.5
14	Costa Rica	600	401	965	665	1,157	749	74.7
15	Pr.China	395	624	1,767	24	1,098	784	178.4
16	Guatemala	229	450	435	1,730	753	#N/A	#N/A

Source: KITA

persen bila dibandingkan dengan tahun 2000 yang tercatat 76,11 ribu ton. Secara rinci perkembangan nilai dan volume impor Korea adalah seperti tabel 1.

Sementara itu, berdasarkan data *International Coffee Organization (ICO)*, konsumsi Korea adalah sebanyak 1,31 juta kantong pada tahun 2003 meningkat menjadi 1,40 juta karung pada tahun 2004 dan kembali dengan volume yang hampir sama masing-masing pada tahun 2005 (1,40 juta karung); 2006 (1,44 juta karung), dan 2007 (1,43 juta karung).

Kebutuhan kopi ini dipenuhi oleh beberapa negara pengimpor seperti Vietnam, Kolombia, Brasil, Honduras, dan Amerika Serikat. Vietnam merupakan negara pengimpor terbesar kopi Korea, namun tampaknya Vietnam banyak mengimpor kopi jenis Robusta. Nilai impor kopi asal Vietnam meningkat dari US\$ 23,61 juta pada tahun 2003 menjadi US\$ 63,17 juta pada tahun 2007. Sementara pada periode Januari – Mei 2008, nilai impor tercatat US\$ 43,71 juta. Kolombia yang menempati urutan ke 2 terbesar pengimpor kopi juga memper-

lihatkan perkembangan peningkatan nilai impor dari US\$ 10,29 juta pada tahun 2003 menjadi US\$ 31,13 juta pada tahun 2007. Sementara pada periode bulan Januari – Mei 2008, impor tercatat sebesar US\$ 18,13 juta. Brasil sebagai pemasok kopi dunia menempati urutan ke 3 di pasar Korea dengan nilai impor sebesar US\$ 29,72 juta pada tahun 2007.

Yang menarik untuk disimak dari tabel di bawah ini adalah posisi Indonesia sebagai pengimpor ke 13 setelah Jerman, Spanyol, dan Jepang. Untuk kasus ini terlihat bahwa negara-negara bukan pemilik lahan perkebunan kopi memiliki pangsa yang lebih besar dari pemilik perkebunan kopi itu sendiri. Berdasarkan hasil penelusuran terhadap hal ini dapat disimpulkan bahwa kopi dunia yang berada di Korea banyak menggunakan negara ketiga sebagai salah satu negara pengimpor bukan langsung dari negara produsen kopi. Hal ini terlihat dari adanya kopi Arabica Toraja/Kalosi yang diimpor oleh perusahaan asal Jerman dan Jepang di pasar Korea. Selain itu, perusahaan ini juga mengimpor kopi jenis Arabica lainnya seperti kopi Mandahelling dan Java Dampit ke perusahaan lokal Korea, seperti Koiners International.

Berdasarkan hasil pertemuan dengan pihak Koiners Int (Probat) diketahui bahwa perusahaan ini mengimpor beberapa jenis kopi sebanyak 10 – 12 kontainer, termasuk kopi dari Indonesia seperti kopi Mandaeling, Java Jampit, dan

Toraja melalui Inter American Coffee Gmbh yang berkantor pusat di Hamburg. Pada saat ini Koiners memiliki persediaan kopi Mandaeling dan Toraja sebanyak 3 ton di gudang perusahaan. Sedangkan stok Java Jampit hanya berkisar 1 ton. Berdasarkan informasi dalam pertemuan diketahui pula bahwa perusahaan rata-rata membutuhkan sekitar setengah kontainer kopi Indonesia per bulan, namun pada saat ini mendapat permintaan dari potensial pembeli yang membutuhkan rata-rata 8 ton kopi per bulan. Sementara itu, kebutuhan kopi dari negara lain, seperti Vietnam dan Kolumbia tampaknya melebihi kebutuhan kopi Indonesia karena terlihat stok yang melimpah.

Walapun perdagangan kopi Indonesia ke Korea masih menggunakan fasilitasi negara ke tiga, perdagangan bilateral kopi Indonesia – Korea masih menunjukkan perkembangan nilai impor yang berfluktuasi dan cenderung menurun. Namun nilai impor menunjukkan tendensi menurun yang sangat drastis baik dari nilai maupun volume. Volume impor kopi menurun dari 6.960 ton pada tahun 2003 menjadi tinggal 745 ton pada tahun 2007. Titik puncak impor kopi terjadi pada tahun 2005 dengan nilai impor mencapai US\$ 9,09 juta atau dengan volume impor sebesar 8.464 ton dari US\$ 4,92 juta pada tahun 2003. Setelah tahun 2005, impor kopi Indonesia ke Korea memperlihatkan penurunan yang sangat tajam sebesar 65 persen menjadi US\$ 3,19 juta dengan volume impor sebesar 2.701

Tabel 3: Penjualan dan Toko Kopi di Korea

Merk	Nam Perusahaan	Total Penjualan			Jumlah Toko		
		2002	2003	2004	2002	2003	2004
Starbucks	Starbucks Korea Co.	44,000	54,500	72,100	58	85	109
Coffee Bean	Coffee Bean Korea	-	24,000	31,200	20	30	34
Seattles Best	CFC Korea	-	3,000	-	7	15	14
Rosebud	Rosebud Co.	10,000	30,000	28,000	203	300	276
Hollys	Hollys Co.	-	-	6,500	42	70	39
Java Coffee	Lotteria Co.	-	6,000	9,400	8	-	21
Java City	Korea Java City Co.	-	-	-	2	13	-
	Jumlah	54,000	117,500	147,200	340	513	493

Source : Market data in Korea 2006

ton pada tahun 2006. Setahun kemudian, impor kembali turun dengan tajam sebesar 50 persen menjadi US\$ 1,58 juta dengan volume impor sebesar 745 ton. Secara rinci nilai impor kopi di pasar Korea dapat dilihat pada tabel 2 .

Memperhatikan hal tersebut, perlu dilakukan upaya untuk mendorong kembali peningkatan impor kopi Indoensai di pasar Korea. Beberapa upaya yang telah dan akan terus diupayakan antara lain adalah melakukan kegiatan promosi kopi Indonesia di Korea melalui partisipasi aktif pada pameran bertaraf international di Korea dan kegiatan aggressive marketing berupa door to door marketing kepada *wholesaler* atau *retailer* kopi Korea. Selain itu, juga dilakukan upaya-upaya konkrit lainnya, seperti:

1. Melakukan promosi kopi Indonesia, melalui
 - a. Penyajian kopi Mandaelling gratis pada acara Hi' Seoul tahun 2007;
 - b. Pembagian sample kopi Mandhaelling sebanyak 400 kantong dengan masing-masing seberat 175 gram pada 17 Agustus 2007.
2. Mengikuti pameran:
 - a. Seoul Food and Hotel : tanggal 14 – 17 Mei 2008 di Kintex dengan hasil berupa transaksi retail kopi senilai US\$ 60,300 dan prospek kontak dagang senilai US\$ 7 juta.
 - b. Seoul International Coffee Show 2008 pada tanggal 27 – 30 November 2008 bekerjasama dengan Departemen Pertanian.
3. Pemuatan artikel tentang kopi Indonesia di mass media Korea, seperti majalah **COFFEE** edisi bulan

Juni dan Juli 2008.

4. Launching atau pengenalan jenis kopi baru Indonesia, yakni kopi Lembah Balliem Wamena Papua.

Setelah melihat sisi kebutuhan kopi di Korea dimana impor kopi Korea memperlihatkan peningkatan baik nilai dan volume, namun konsumsi penikmat kopi Korea per orang per tahun masih relatif kecil dibandingkan dengan negara-negara maju lainnya. Masyarakat Korea mengkonsumsi kopi rata-rata dibawah 1,8 kg per orang per tahun. Sejak tahun 2004 sampai dengan tahun 2006 rata-rata konsumsi kopi orang Korea sebanyak 1,75 kg sedangkan pada tahun 2003 hanya sebesar 1,65 kg per orang pertahun. Hal ini menunjukkan adanya peningkatan konsumsi kopi masyarakat Korea. Sementara masyarakat di negara Eropa merupakan pengkonsumsi kopi terbesar dunia. Luxemburg dan Finlandia mengkonsumsi kopi rata-rata di atas 12 kg per orang per tahun. Sementara Denmark, Belanda, dan Swedia berkisar 7 kg per orang pertahun. Sedangkan Asia, seperti Jepang dan Korea masih dibawah 4 kg

per orang per tahun. Secara rinci daftar konsumsi kopi dunia dapat dilihat pada lampiran.

Walaupun Korea masih tergolong dalam negara yang mengkonsumsi kopi sangat kecil, tendensinya memperlihatkan peningkatan konsumsi. Peningkatan konsumsi ini disebabkan antara lain karena pendapatan per kapita masyarakat Korea yang terus meningkat hingga mencapai US\$ 18,600 pada tahun 2006 bahkan diperkirakan meningkat mendekati US\$ 20,000 pada tahun 2007. Peningkatan konsumsi masyarakat ini juga ditunjukkan dan diikuti oleh meningkatnya jumlah toko kopi di Korea. Jumlah toko kopi meningkat dari 330 toko pada tahun 2002 menjadi 513 toko setahun kemudian dan menurun menjadi 493 toko pada tahun 2004. Secara rinci perkembangan jumlah toko kopi di Korea seperti tabel 3.

Pada saat ini toko kopi semakin berkembang dengan bermunculan merk toko baru seperti Tom & Tom, Pascucci, dan The Coffee Bean and Tea Leaf.

Tabel 4 : Bea Masuk Kopi di Korea

NO	NO HS	Bea Masuk
1	09.01.11.0000	nol persen
2	09.12.11.0000	nol persen
3	09.01.22.0000	nol persen
4	09.01.90.2000.	nol persen

Sumber: Korea Customs

Demikian pula dengan toko-toko kopi perorangan juga semakin menjamur seperti Ju Bean Coffee, JM Cafe; Cafes Richard, Cafe de Paris, dan lain-lainnya.

III. PERATURAN STANDAR DAN BEA MASUK

Sebagai negara yang tidak memiliki sumber daya alam yang melimpah, Korea tidak banyak mengatur masalah standar untuk komoditi kopi. Pada prinsipnya kopi merupakan komoditi Indonesia yang dapat diimpor dengan bebas ke Korea. Berdasarkan Korean Food and Drugs Administration (KFDA) tahun 2007 yang dimaksud kopi disini adalah suatu produk yang dibuat dari

proses biji kopi dengan atau tanpa tambahan makanan lainnya atau bahan tambahan makanan.

Sedangkan jenis yang dapat diimpor adalah

- Roasted coffee adalah biji kopi murni (100%) yang dipanggang (roasted) atau bubuk (*pulverized roasted*) biji kopi.
- Instant coffee adalah kopi atau Dried soluble extract of roasted coffee beans
- Coffee preparations, yakni produk yang dibuat dari campuran antara biji kopi yang dipanggang atau kopi instan dengan makan atau bahan tambahan makanan.

Tabel 5 : Pangsa Pasar Produk Beverages di Korea

(Unit : 100 juta won, %)

Jenis Minuman	2001		2002			2003			2004		
	Penjualan	pangsa	Penjualan	%	pangsa	Penjualan	%	pangsa	Penjualan	%	pangsa
100% Juice	1,200	9.8	1,680	40	12.9	2,010	19.6	15.8	2,330	5.3	15.3
Sport Drink	1,670	13.6	2,030	21.6	15.5	1,960	3.4	15.4	2,100	4.5	13.8
Near Water	1,740	14.1	1,460	16.1	11.2	1,290	11.6	10.1	1,400	8.5	9.2
Traditional Beverage	1,330	10.8	1,230	7.5	9.4	900	26.8	7.1	780	13.3	5.1
Canned Coffee	2,350	19.1	2,390	1.7	18.3	2,180	8.8	17.1	3,180	3.6	20.9
Water	2,200	17.9	2,330	5.9	17.8	2,470	6	19.4	3,020	19.4	19.9
Tea	670	5.4	660	1.5	5.0	600	9.1	4.7	760	7	5.0
Functional	1,140	9.3	1,290	13.2	9.9	1,310	1.6	10.3	1,620	14.1	10.7
Total	12,300		13,070	6.3		12,720	2.7		15,190	5.6	

Sumber: Market Data in Korea 2006 (diolah)

- d. Liquid coffee, yaitu produk yang dibuat dari ekstraksi pelarutan atau konsentrate dari biji kopi yang dipanggang atau kopi instan didalam air atau produk yang dibuat dengan mencampur sakarine, susu dalam air atau produk yang dibuat dengan mencampur sakarine, bahan susu, krem bukan susu, dan lain-lain dicampur dengan ekstrak produk kopi.
- e. Warna Tar: harus tidak terdeteksi
- f. Jumlah bakteri: tidak oleh lebih dari 100 per milliliter (dikenakan hanya untuk produk liquid)
- g. Bakteri koli: hasil test harus negatif (dikenakan hanya untuk produk liquid)

Kopi yang dapat diimpor harus memiliki spesifikasi sebagai berikut:

- a. Karakteristik: memiliki warna dan aroma tersendiri, dan bebas dari rasa atau bau asing.
- b. Kadar air (%): tidak lebih dari 5.0 (diluar produk liquid)
- c. Kadungan Besi (mg/kg): tidak lebih dari 5.0- 140 –
- d. Kandungan Timah (mg/kg): tidak lebih dari 150 (dikenakan hanya untuk produk liquid kaleng)

Selaras dengan peraturan standar impor kopi ke Korea, bea masuk kopi rata-rata sudah nol persen, kecuali untuk tarif bea masuk yang mengikat yang disampaikan ke Wolrd Trade Organisation (WTO). Untuk ASEAN Korea Free Trade Asgreement (AK FTA), tarif bea masuk kopi adalah sebesar nol persen, seperti tabel 4.

V. PERKEMBANGAN PASAR PRODUK KOPI KOREA

Pada pembahasan bab-bab sebelumnya banyak dibahas tentang perkembangan kopi di pasar Korea. Namun yang dimaksud dengan kopi pada

Tabel 6 : Nilai Penjualan Instan Kopi di Korea

(Unit : 100 juta won, ton)

Tahun	Dongsuh Food		Nestle		Daesang	
	NILAI	JUMLAH	NILAI	JUMLAH	NILAI	JUMLAH
2001	1,436	6,175	829	3,208	3	24
2002	1,341	6,067	757	3,087	2	13
2003	1,292	5,829	603	2,500	2	19
2004	1,231	5,577	522	2,180	1	13

Sumber: Market data in Korea 2006

Tabel 7 : Nilai Penjualan Kopi Mix di Korea

(Unit : 100 million won, ton)

Tahun	Dongsuh Food		Nestle		Daesang		OTHERS	
	NILAI	JUMLAH	NILAI	JUMLAH	NILAI	JUMLAH	NILAI	JUMLAH
2001	1,528	22,200	515	6,522	66	1,309	20	122
2002	2,032	30,344	591	7,670	63	1,156	69	435
2003	2,555	37,152	797	10,412	45	957	108	848
2004	3,327	47,910	954	12,780	41	869	156	2,186

Sumber: Market data in Korea 2006

bab sebelumnya adalah biji kopi maupun ekstrak kopi langsung dari kopi yang dipanggang (roasted). Untuk selanjutnya akan dibahas tentang produk minuman yang berbahan dasar dari kopi. Di Korea, lebih dari 80 persen konsumsi kopi dipenuhi oleh mesin penyedia minuman siap saji kopi (*vending machine*). Berdasarkan informasi dari Jerman Kopi Asosiasi (*Deutscher Kaffeeverband*), pada tahun 2004 terdapat 480,000 mesin vending, dimana 350,000 merupakan vending mesin yang menyajikan kopi.

Sedangkan berdasarkan pangsa pasar minuman di Korea minuman kopi dalam kaleng memiliki pangsa yang paling besar dibandingkan dengan produk minuman (*beverages*) lainnya. Pangsa pasar untuk produk minuman kopi dalam kaleng relatif besar untuk pasar Korea berkisar antara 17-20 persen dari jumlah seluruh produk minuman (*beverages*) di Korea, seperti tabel 5.

Secara garis besar Produk kopi di Korea meliputi kopi instan, kopi mix, kopi

Tabel 8 : Nilai Penjualan Minuman Kopi Dalam Kaleng di Korea

(Unit : 100 million won, ton)

Tahun	Dongsuh Food		Nestle		Daesang		OTHERS	
	NILAI	JUMLAH	NILAI	JUMLAH	NILAI	JUMLAH	NILAI	JUMLAH
2001	363	14,425	261	9,619	450	18,223	596	16,985
2002	378	14,688	358	14,833	546	21,370	849	21,266
2003	359	14,342	344	14,079	582	23,144	865	20,671
2004	356	14,171	241	9,318	643	25,092	729	17,375

Sumber: Market data in Korea 2006

Tabel 9 : Perkembangan Pasar Berdasarkan Jenis Kopi di Korea

(Unit : 100 million won, %)

Tahun	Instant Coffee		Coffee Mix		Canned Coffee		Roasted Coffee	
	NILAI	%	NILAI	%	NILAI	%	NILAI	%
2001	2,272	12.9	2,128	6.6	2,350	14.1	360	12.2
2002	2,107	7.3	2,754	29.4	2,390	24.6	350	2.8
2003	1,909	8.9	3,506	27.3	2,180	0.9	315	10
2004	1,768	6.8	4,484	27.9	3,180	8.3	300	4.8

Sumber: Market data in Korea 2006 (diolah)

dalam kaleng dan biji kopi panggang (roasted). Penjualan kopi instan di Korea menunjukkan tren penurunan baik dari nilai maupun jumlah yang dijual. Dongsuh Food menjual instant kopi terbesar dengan omset penjualan sebesar 143,6 milyar won pada tahun 2001 dengan volume penjualan sebanyak 6,175 ton. Namun pada tahun 2004, Dongsuh Food mengalami penurunan nilai penjualan instan kopi sebesar 14,28 persen menjadi sebesar 123,1 milyar won pada tahun 2004. Nestle yang memiliki pangsa di bawah Dongsuh Food juga menunjukkan penurunan nilai penjualan dari sebesar 82,9 milyar won pada tahun 2001 menjadi sebesar 52,2 milyar won pada tahun 2004. Demikian pula dengan Daesang yang mengalami penurunan nilai penjualan selama periode 2001 – 2004. Secara rinci nilai penjualan dapat dilihat pada tabel 6.

Sementara itu, konsumsi kopi mix memiliki pangsa penjualan, khususnya volume yang sangat besar. Dongsuh Food

merupakan perusahaan penjual kopi mix terkenal di Korea dengan merk MAXIM. Hingga saat ini Maxim masih menduduki peringkat teratas dalam jumlah volume penjualan kopi mix di Korea. Berdasarkan informasi dari bahan baku kopi yang digunakan, Dongsuh menggunakan kopi Robusta asal Vietnam dan Indonesia.

Penjualan minuman kopi dalam kaleng Korea didominasi oleh Lotte Chilsung dengan volum penjualan sebanyak 18,223 ton pada tahun 2001 meningkat menjadi 25,092 ton pada tahun 2004 atau naik sebesar 37,69 persen, sedangkan nilai penjualan meningkat dari sebesar 45 milyar won pada tahun 2004 menjadi sebesar 64,3 milyar won. Sedangkan Dongsuh Food mengalami penurunan nilai dan volume pada periode yang sama, yakni dari nilai penjualan sebesar 36,3 milyar won pada tahun 2001 menjadi sebesar 35,6 milyar won pada tahun 2004 atau dari volume penjualan sebanyak 14,425 ton tahun 2001 menjadi sebanyak 14,171 ton tahun 2004.

Beberapa kemasan minuman kopi yang beredar di beberapa toko seperti Lotte Seven Eleven, Family Mart, dan GS 24 sudah tidak lagi menggunakan kemasan Tetrapack. Penggunaan Tetrapack di Korea dilakukan sekitar tahun 2003 dan 2004 atau 4-5 tahun yang lalu. Pada saat ini hampir semua produk minuman kopi di Korea telah beralih ke kemasan kaleng atau gelas PPE maupun botol kaca. Penggunaan kaleng untuk produk minuman kopi dengan menggunakan model kaleng 2 pieces artinya tidak memiliki sambungan kaleng ditengah untuk menghindari karat. Oleh karena itu untuk dapat bersaing di pasar Korea, perusahaan minuman kopi Indonesia harus sudah beralih dari Tetrapack ke kemasan yang diminati oleh konsumen Korea.

Pada saat ini terdapat peluang permintaan untuk dapat memproduksi kopi dalam kaleng dengan sistem "Private Brand – Lotte Seven Eleven" dalam 2 macam rasa untuk kaleng yaitu Hazelnut, dan Latte. Selain itu juga diminta 5 macam rasa untuk kemasan Gelas PPE yaitu : Hazelnut, Latte, Espresso, similar to Starbuck Espresso dan similar to Starbuck Afternoon in Seattle Mocha. Permintaan ini guna memenuhi permintaan konsumsi kopi Korea mengingat besarnya pangsa pasar minuman kopi di Korea yaitu rata-rata konsumsi kopi di Korea sebanyak 4.5 gelas per hari per orang dan sekitar 90% penduduk Korea adalah pengonsumsi Kopi. Permintaan Kopi

dalam kaleng dan kemasan Gelas untuk Lotte Seven Eleven adalah 100,000 buah/bulan/rasa dan untuk GS25 adalah 90,000 buah /bulan/rasa atau dengan jumlah total sebanyak 190,000 buah /bulan/rasa X 7 macam rasa atau sebanyak 1,330,000 buah/bulan.

Beberapa kemasan kopi dalam kaleng dan gelas PPE memiliki harga yang relatif lebih murah bila dibandingkan dengan harga kopi hangat. Harga secangkir atau satu gelas kopi hangat untuk kopi Toraja adalah 13,000 won, sementara untuk Blue Moitain seharga 6,900 won. Sedangkan kopi hangat lainnya seperti Illy Kopi, Yamen Kopi, atau Kolumbia Kopi berkisar 7,00 won Kopi roasted asal Sumatera dijual Starbuck seharga 15,000 won atau Rp. 150,000 untuk 250 gram. Sementara Goutier menjual kopi Toraja Kalosi roasted 200 gram seharga 11,000 won, Jablum menjual Mandhaelling roasted seharga 10,000 won untuk 250 gram, dan Meister Coffee menjual Mandhelling roasted seharga 13,200 won untuk 200 gram

Sementara harga satu buah kopi merk *Starbuck* dengan gelas PPE (volume 200 ml) seperti dalam gambar di bawah adalah 1,800 won atau berkisar Rp. 18,000, sedangkan untuk merk *French Cafe* dan *Caffe Latte* adalah seharga 1,200 won atau Rp. 12,000.

Harga minuman kopi dalam kaleng di pasar Korea bervariasi dan lebih murah

dibandingkan dengan yang menggunakan gelas PPE, berkisar antara 600 – 800 won untuk 175 ml atau berkisar Rp. 6.000 – Rp. 7.000. Harga kopi dalam kaleng dengan merk *Cafe Late* adalah 800 won atau berkisar Rp. 8,000, sedangkan untuk merk *Cantata Premium Blend* adalah 800 won atau berkisar Rp. 8,000. Sementara untuk merk *Kiss Coffee* dan *Lets Be* masing-masing seharga 700 dan 600 won atau berkisar Rp. 7,000 dan Rp. 6,000.

Salah satu penyebab murahnya harga jual minuman kopi dalam kaleng adalah karena biaya transportasi dan penyimpan yang mahal untuk produk dalam gelas PPE (harus menggunakan fasilitas pendinginan), serta biaya produksi yang meningkat karena memerlukan tambahan biaya yang lebih untuk sterilisasi produk.

Berdasarkan jenis kopi, kopi mix memiliki pangsa pasar yang besar di konsumsi oleh konsumen Korea disusul oleh minuman kopi dalam kaleng dan instan kopi. Sedangkan kopi roasted menempati urutan terakhir dengan rata-rata penjualan per tahun berkisar 33 milyar won.

V. PENUTUP

Hitamnya kopi di Korea terlihat dari belum berkembangnya baik nilai maupun volume penjualan kopi Indonesia di pasar Korea. Selain itu, perdagangan kopi Indonesia ke Korea yang masih menggunakan fasilitas perusahaan negara ketiga dan cenderung mengalami penurunan baik nilai maupun volume impor. Sedangkan konsumsi kopi Korea menunjukkan peluang pasar yang besar dengan rata-rata konsumsi kopi di Korea 4.5 gelas/hari/orang dimana sekitar 90% penduduk Korea adalah pengonsumsi kopi. Sementara itu, untuk memenuhi peluang pasar yang ada, baik pengusaha biji kopi maupun industri minuman kopi dalam negeri Indonesia belum siap dan dapat memenuhi permintaan dan selera konsumen Korea, seperti halnya packaging dan desain. Hal ini disebabkan antara lain karena permasalahan teknologi dan standard yang belum dimiliki oleh pengusaha dan industri kopi dalam negeri Indonesia. Walaupun saat ini Korea sedang demam dengan bersinarnya permintaan dan pertanyaan tentang **Luwak Kopi**.