

NEWS LETTER

EKSPOR IMPOR

Commodity Review Bulan Oktober 2025

03 Ekspor Perhiasan dan Barang
Berharga Indonesia Kian Berkilau

07 Perkembangan Ekspor dan Impor
Makanan Minuman Olahan

14 Transformasi Ekspor Indonesia
Menuju Perdagangan Global yang
Hijau

EDISI OKTOBER
2025



Ekspor Perhiasan dan Barang Berharga Indonesia Kian Berkilau

oleh: Sefiani Rayadiani
sefiani@kemendag.go.id

Nilai ekspor perhiasan dan barang berharga Indonesia melonjak 47,41% selama periode Januari–Agustus 2025, mencapai USD 5,81 miliar, meskipun volume ekspor justru turun 16,79%. Komoditas perhiasan dari logam mulia lainnya, selain perak, baik yang disepuh atau dilapisi dengan logam mulia maupun tidak (HS 7113.19.90) mendominasi ekspor, dengan kontribusi sekitar 79,72% dari total ekspor kelompok tersebut. Swiss menjadi pasar ekspor terbesar, diikuti Thailand dengan lonjakan ekspor luar biasa, memperkuat posisi Indonesia sebagai eksportir perhiasan dan barang berharga global — saat ini berada di peringkat sekitar ke-12 dunia.

Perkembangan Ekspor Perhiasan dan Barang Berharga Indonesia

Perhiasan dan barang berharga Indonesia tak hanya memukau di pasar lokal, tetapi juga semakin menegaskan posisinya sebagai komoditas unggulan ekspor Indonesia. Kinerja ekspor perhiasan dan barang berharga Indonesia terus bersinar dengan pertumbuhan rata-rata yang mengesankan sebesar 40,86% per tahun dalam lima tahun terakhir (2020-2024). Ekspor perhiasan dan barang berharga meningkat konsisten dari USD 1,47 miliar pada tahun 2020 menjadi USD 5,53 miliar pada tahun 2024 (Gambar 1). Pencapaian ini menempatkan perhiasan dan barang berharga sebagai salah satu sektor industri pengolahan berorientasi ekspor dengan kinerja yang paling konsisten.

Gambar 1. Perkembangan ekspor perhiasan dan barang berharga Indonesia tahun 2020–2025 (Januari–Agustus)

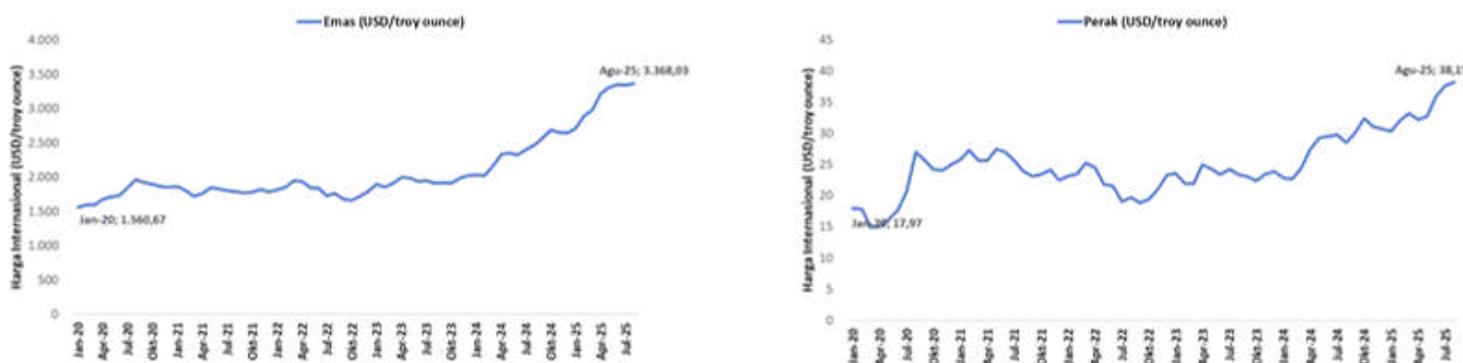


Sumber: Badan Pusat Statistik Indonesia (Oktober 2025), diolah Puska EIPP, BKPerdag, Kemendag

Di tengah dinamika ekonomi global, kinerja ekspor perhiasan dan barang berharga Indonesia terus menunjukkan tren positif pada tahun 2025. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) pada bulan Oktober 2025, nilai ekspor perhiasan dan barang berharga ini mencapai USD 5,81 miliar pada periode Januari–Agustus 2025, atau tumbuh sebesar 47,41% dibanding periode yang sama tahun sebelumnya. Namun, di sisi lain, volume ekspornya turun 16,79% (*cumulative to cumulative/CtC*) dari 2,63 ribu ton menjadi 2,19 ribu ton (Gambar 2). Hal ini menandakan kenaikan nilai ekspor perhiasan dan barang berharga Indonesia bukan didorong oleh peningkatan volume atau kapasitas produksinya, melainkan oleh kenaikan harga komoditas emas dan perak itu sendiri.

Lonjakan harga emas dan perak di pasar global dalam beberapa tahun terakhir telah mendorong pertumbuhan nilai ekspor barang perhiasan dan barang berharga. Harga komoditas emas di pasar internasional terus bertumbuh sepanjang bulan Januari 2020 hingga Agustus 2025 dengan tren kenaikan rata-rata sebesar 0,85% per bulan. Sementara itu, harga komoditas perak juga menguat dengan pertumbuhan rata-rata sebesar 0,70% per bulan. Harga komoditas emas di pasar internasional pada bulan Agustus 2025 menembus USD 3,368,03/*troy ounce*, jauh di atas harganya pada bulan Januari 2020 yang sebesar USD 1.560,67/*troy ounce*. Adapun harga komoditas perak di pasar internasional sebesar USD 38,19/*troy ounce*, naik 2,12 kali lipat dibandingkan harganya sebesar USD 17,97/*troy ounce* pada Januari 2020 (USD 17,91/*troy ounce*) (Gambar 2). Kenaikan harga ini memberikan momentum untuk memperkuat posisi ekspor perhiasan dan barang berharga Indonesia.

Gambar 2. Perkembangan harga komoditas emas dan perak internasional (Januari 2020–Agustus 2025)



Sumber: World Bank Commodity Price Data (The Pink Sheet)(3 September 2025), diolah Puska EIPP, BKPerdag, Kemendag.

Lonjakan Nilai Ekspor Perhiasan dan Barang Berharga Didorong oleh Perhiasan dari Logam Mulia Lainnya

Berdasarkan komoditas, struktur ekspor perhiasan dan barang berharga Indonesia pada Januari–Agustus 2025 masih didominasi oleh perhiasan dari logam mulia lainnya (selain bagian-bagiannya), selain perak, baik yang disepuh atau dilapisi dengan logam mulia maupun tidak (HS 7113.19.90). Nilai ekspor mencapai USD 4,63 miliar dan kontribusinya sebesar 79,72% terhadap total ekspor perhiasan dan barang berharga nasional. Angka tersebut melonjak 44,30% dibanding periode yang sama tahun 2024 (USD 3,21 miliar) (Tabel 1).

Komoditas perhiasan dari logam mulia lainnya, (selain bagian-bagiannya), selain perak, baik yang disepuh atau dilapisi dengan logam mulia maupun tidak (HS 7113.19.90) semakin diterima di pasar global karena kualitas dan keunikan desainnya. Dalam kurun waktu 2020–2024, nilai ekspor perhiasan dan bagiannya dari logam mulia lainnya ini tumbuh rata-rata 35,44% per tahun, menjadikannya tulang punggung ekspor perhiasan dan barang berharga Indonesia. Komoditas ini jelas menjadi penggerak utama ekspor, melampaui komoditas lain seperti perhiasan perak, perhiasan imitasi dari logam dasar, maupun souvenir perak. Kinerja positif ini juga dipengaruhi oleh permintaan global yang meningkat seiring tren konsumsi barang mewah dan investasi alternatif pasca pandemi Covid-19.

Tabel 1. Perkembangan nilai ekspor perhiasan dan barang berharga Indonesia 2020–2025 (Januari–Agustus)

NO	HS	URAIAN	NILAI EKSPOR: JUTA USD						Pangsa (%)		Perub. (%)	Trend (%)
			2020	2021	2022	2023	2024	Jan-Ags		Jan-Ags 2025	Jan-Ags 2025/2024	2020-2024
								2024	2025			
		PERHIASAN DAN BARANG BERHARGA	1.468,66	2.585,63	3.817,53	5.607,13	5.529,96	3.938,61	5.805,78	100,00	47,41	40,86
1	71131990	Articles of other precious metal jewellery (other than its par	1.376,29	2.466,42	3.696,59	4.859,73	4.469,15	3.207,38	4.628,32	79,72	44,30	35,44
2	71189010	Gold coin, whether or not legal tender	0,00	0,00	0,01	0,05	198,70	0,01	760,96	13,11	5.801.258,15	0,00
3	71131910	Part of other precious metal jewellery (other than of silver),	4,47	3,66	1,40	564,30	685,55	617,73	226,64	3,90	-63,31	352,93
4	71131190	Articles of silver jewellery other than its parts, whether or n	59,87	81,18	75,08	95,86	121,19	75,84	124,43	2,14	64,07	17,08
5	71181010	Silver coin, not being legal tender	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	23,00	0,40	521.251,86	13,48
6	71159010	Other articles of gold or silver	0,01	0,02	0,25	0,56	0,26	0,22	17,60	0,30	7.987,15	149,86
7	71131110	Part of silver jewellery, whether or not plated or clad with pe	6,77	8,37	8,20	8,71	18,07	13,08	5,77	0,10	-55,86	22,19
8	71171920	Imitation jewellery of base metal, whether or not plated with	6,30	5,49	6,00	5,07	5,48	3,60	5,64	0,10	56,51	-3,50
9	71141100	Articles of silversmiths' wares and parts thereof, whether c	0,60	0,22	0,49	0,65	10,35	5,91	2,74	0,05	-53,54	96,65
10	71171990	Part of imitation jewellery of base metal, whether or not plat	3,69	4,02	4,54	4,17	3,66	2,64	2,42	0,04	-8,43	0,19
		SUBTOTAL 10 KOMODITAS	1.458,01	2.569,38	3.792,57	5.539,10	5.512,42	3.926,40	5.797,52	99,86	25,57	40,89
		LAINNYA	10,65	16,24	24,96	68,03	17,53	12,21	8,26	0,14	26,57	27,48

Sumber: Badan Pusat Statistik Indonesia (Oktober 2025), diolah Puska EIPP, BKPerdag, Kemendag.

Sementara itu, koin emas sebagai alat pembayaran yang sah maupun tidak (HS 7118.90.10), menjadi salah satu komoditas dengan kenaikan ekspor tertinggi sebesar 5.801.258,15% (CtC). Lonjakan ekspor tersebut terjadi karena meningkatnya permintaan investasi dari Thailand sebagai pembeli utama, dengan nilai impor emas dari Indonesia yang mencapai USD 739,35 juta sepanjang Januari–Agustus 2025. Lonjakan permintaan ini diperkirakan didorong oleh meningkatnya minat investor lokal terhadap aset *safe haven*, seiring ketegangan perdagangan antara AS dan RRT serta kekhawatiran geopolitik lainnya yang mendorong investor untuk berinvestasi pada emas di tengah ketidakpastian ekonomi global. Kenaikannya yang sangat signifikan ini turut mengerek total ekspor perhiasan dan barang berharga. Sepanjang periode Januari–Agustus 2025, nilai ekspor koin emas mencapai USD 760,96 juta dan menyumbang sekitar 13,11% dari total ekspor Perhiasan dan barang berharga.

Selain itu, Bagian dari perhiasan logam mulia lainnya (selain perak), baik yang disepuh atau dilapisi dengan logam mulia maupun tidak (HS 7113.19.10), menjadi penyumbang ketiga terhadap nilai ekspor kelompok perhiasan dan barang berharga, dengan nilai ekspor sebesar USD 226,64 juta dan pangsa sebesar 3,90%. Adapun keberadaan komoditas perhiasan perak selain bagian-bagiannya, baik yang disepuh atau dilapisi dengan logam mulia maupun tidak (HS 7113.11.90), juga masih tetap relevan, meskipun kontribusinya lebih kecil, yakni 2,14% dengan nilai ekspor mencapai USD 124,43 juta dan tumbuh 64,07% (CtC).

Namun tidak semua komoditas dalam kelompok perhiasan dan barang berharga mencatat pertumbuhan pada tahun 2025. Nilai ekspor bagian barang perhiasan dari logam mulia lainnya, baik yang disepuh atau dibalut dengan logam mulia maupun tidak (HS 7113.19.10), justru turun 63,31%. Sementara itu, bagian barang perhiasan dari perak, disepuh atau dibalut dengan logam mulia lainnya maupun tidak (HS 7113.11.10), turun 55,86%; Barang hasil tempaan dari perak, disepuh atau dibalut dengan logam mulia lainnya maupun tidak (HS 7114.11.00), turun 53,54%; dan bagian perhiasan imitasi dari logam dasar (HS 7117.19.90), turun 8,43% (CtC) (Tabel 1).

Negara Tujuan Ekspor Perhiasan dan Barang Berharga Indonesia

Secara geografis, Swiss menjadi pasar utama kelompok perhiasan dan barang berharga pada Januari–Agustus 2025 dengan nilai ekspor USD 2,50 miliar, melonjak 140,57% dari periode yang sama tahun sebelumnya (CtC). Faktor pendorong lonjakan ekspor ke Swiss kemungkinan berkaitan dengan fungsi negara Swiss sebagai hub finansial dan pusat pemurnian logam mulia. Disusul oleh Thailand dengan pertumbuhan luar biasa hingga 15.396,23%, seiring dengan meningkatnya peran negara tersebut sebagai pusat perhiasan dan permata regional. Nilai ekspor perhiasan dan barang berharga Indonesia ke Thailand mencapai USD 989,95 juta dengan pangsa sebesar 17,05%. Negara lain seperti Uni Emirat Arab (UEA), Singapura, dan Hong Kong menjadi tujuan utama ekspor perhiasan dan barang berharga Indonesia. Ekspor ke ketiga negara tersebut juga menunjukkan kenaikan signifikan yang mencerminkan kuatnya rantai pasok emas dan perhiasan di Asia. Meski demikian, ekspor ke negara lain yang meliputi: Hong Kong; Yordania; Amerika Serikat (AS); dan Meksiko, justru melemah masing-masing sebesar 51,60%; 27,13%; 19,05%; dan 9,19% (CtC) (Tabel 2).

Tabel 2. Nilai ekspor perhiasan dan barang berharga Indonesia berdasarkan negara tujuan 2020–2025 (Januari–Agustus)

NO	NEGARA TUJUAN	NILAI EKSPOR: JUTA USD							Pangsa (%)	Perub. (%)	Trend (%)
		2020	2021	2022	2023	2024	Jan-Ags				
							2024	2025			
	TOTAL EKSPOR PERHIASAN DAN BARANG BERHARGA	1.468,66	2.585,63	3.817,53	5.607,13	5.529,95	3.938,61	5.805,78	100,00	47,41	40,86
1	SWISS	362,33	900,04	1.582,77	2.126,26	1.425,28	1.040,91	2.504,11	43,13	140,57	43,32
2	THAILAND	6,43	6,94	5,98	7,58	224,41	6,39	989,95	17,05	15.396,23	105,30
3	UNI EMIRAT ARAB	92,27	281,23	363,68	586,19	663,60	447,21	734,35	12,65	64,21	59,69
4	SINGAPURA	129,76	107,51	615,46	664,71	295,79	182,89	596,63	10,28	226,22	41,48
5	HONGKONG	178,46	282,05	297,93	632,30	973,44	667,12	322,88	5,56	-51,60	52,20
6	YORDANIA	0,00	199,79	442,93	574,27	544,22	379,08	276,22	4,76	-27,13	1.469,40
7	AMERIKA SERIKAT	627,32	686,82	334,78	248,94	249,28	167,34	135,46	2,33	-19,05	-24,88
8	ITALIA	14,66	27,52	27,75	51,88	64,38	44,96	67,34	1,16	49,76	43,25
9	JEPANG	15,98	25,63	26,66	41,57	61,65	39,45	62,36	1,07	58,05	37,50
10	MEKSIKO	1,39	6,42	16,61	46,30	46,10	35,13	31,90	0,55	-9,19	145,28
	SUBTOTAL 10 KOMODITAS	1.428,59	2.523,94	3.714,56	4.979,99	4.548,16	3.010,48	5.721,19	98,54	90,04	34,93
	LAINNYA	40,07	61,69	102,96	627,14	981,79	928,13	84,59	1,46	-90,89	139,08

Sumber: Badan Pusat Statistik Indonesia (Oktober 2025), diolah Puska EIPP, BKPerdag, Kemendag.

Posisi Indonesia di Pasar Ekspor Perhiasan dan Barang Berharga Global

Dalam peta perdagangan perhiasan dan barang berharga dunia, Indonesia telah mengukuhkan diri sebagai pemain penting. Berdasarkan data ITC UN Comtrade (Oktober 2025), Indonesia berada di peringkat ke-12 dengan pangsa pasar sekitar 2,42% dari total ekspor perhiasan dan barang berharga dunia. Posisi ini menunjukkan bahwa Indonesia bukan lagi pemain marginal, tetapi sudah memasuki kelas menengah atas ekspor global. Nilai ekspor perhiasan dan barang berharga Indonesia menunjukkan tren pertumbuhan sebesar 40,86% per tahun selama 2020–2024 (Tabel 3).

Tabel 3. Nilai ekspor perhiasan dan barang berharga berdasarkan eksportir utama 2020–2025 (Januari–Agustus)

NO	EKSPORTIR	2020	2021	2022	2023	2024	Pangsa (%) 2024	Perub. (%) 2024/2023	Tren (%) 2020-2024
	Dunia	150,40	221,60	260,76	261,11	228,23	100,00	-12,59	10,50
1	Amerika Serikat	19,22	26,70	34,00	35,40	29,75	13,03	-15,97	12,25
2	India	22,71	34,99	37,43	32,28	28,21	12,36	-12,60	3,59
3	Hong Kong	18,22	26,24	29,11	29,50	25,31	11,09	-14,22	8,05
4	Rep. Rakyat Tiongkok	11,52	21,47	23,83	24,18	19,08	8,36	-21,09	11,94
5	Italia	6,05	10,04	10,79	12,26	17,19	7,53	40,14	25,70
6	Swiss	10,31	14,45	15,72	16,72	16,53	7,24	-1,15	11,50
7	Türkiye	3,65	6,93	8,30	8,52	9,33	4,09	9,53	23,18
8	Perancis	5,48	6,46	7,75	8,62	9,14	4,00	6,02	13,99
9	Thailand	4,31	5,62	7,51	8,30	8,71	3,81	4,93	19,66
10	Uni Emirat Arab	9,05	14,40	20,43	23,82	8,23	3,61	-65,44	3,20
12	Indonesia	1,47	2,59	3,82	5,61	5,53	2,42	-1,38	40,86
	SUBTOTAL 10 KOMODITAS	110,53	167,29	194,89	199,60	171,47	75,13	-14,09	11,12
	LAINNYA	39,86	54,31	65,88	61,51	56,76	24,87	-7,71	8,67

Sumber: Badan Pusat Statistik Indonesia (Oktober 2025), diolah Puska EIPP, BKPerdag, Kemendag.

Tantangan dan Strategi: Maksimalkan Ekspor Tanpa Terlalu Bergantung Harga

Meskipun lonjakan harga emas dan perak memberikan dorongan besar bagi nilai ekspor perhiasan dan barang berharga, terdapat sejumlah tantangan yang perlu diantisipasi. Pada umumnya, industri perhiasan dan barang berharga di dalam negeri hanya menyediakan jasa pembuatan, sehingga sangat tergantung dari desain, kualitas, kapasitas dan tarif bea masuk di negara tujuan (hasil survei Puska EIPP, Agustus 2025). Selain itu, permintaan pasar internasional juga terus berubah, termasuk tren dan preferensi konsumen yang cepat bergeser. Kebijakan tarif resiprok AS atas barang-barang asal Indonesia, termasuk barang perhiasan dan barang berharga juga berdampak pada penurunan ekspor ke negara tersebut. Kondisi geopolitik yang tidak stabil juga berpengaruh besar terhadap penurunan permintaan dari pembeli luar negeri.

Untuk menanggapi tantangan tersebut, strategi perlu difokuskan ke produk dengan nilai tambah tinggi, seperti desain khas Indonesia, finishing premium, branding yang kuat, serta pengembangan produk inovatif yang sesuai dengan tren, kebutuhan pasar dan produk dengan berat yang lebih ringan. Selain itu, eksportir perlu memanfaatkan instrumen lindung nilai (hedging) agar tidak terlalu rentan terhadap fluktuasi harga logam mulia. Akses ke pasar-pasar ekspor yang strategis melalui diversifikasi ekspor juga perlu diperkuat agar jaringan distribusi bisa lebih efisien (hasil survei Puska EIPP, Agustus 2025). Dengan kombinasi strategi yang tepat—inklusif hilirisasi produk, penguatan merek premium, pemanfaatan rantai ekspor strategis, serta manajemen risiko harga logam mulia—Indonesia memiliki peluang kuat untuk naik peringkat dan memperkokoh posisi di pasar ekspor perhiasan dunia.



Perkembangan Ekspor dan Impor Makanan Minuman Olahan

oleh: Fitria Faradila & Tarman

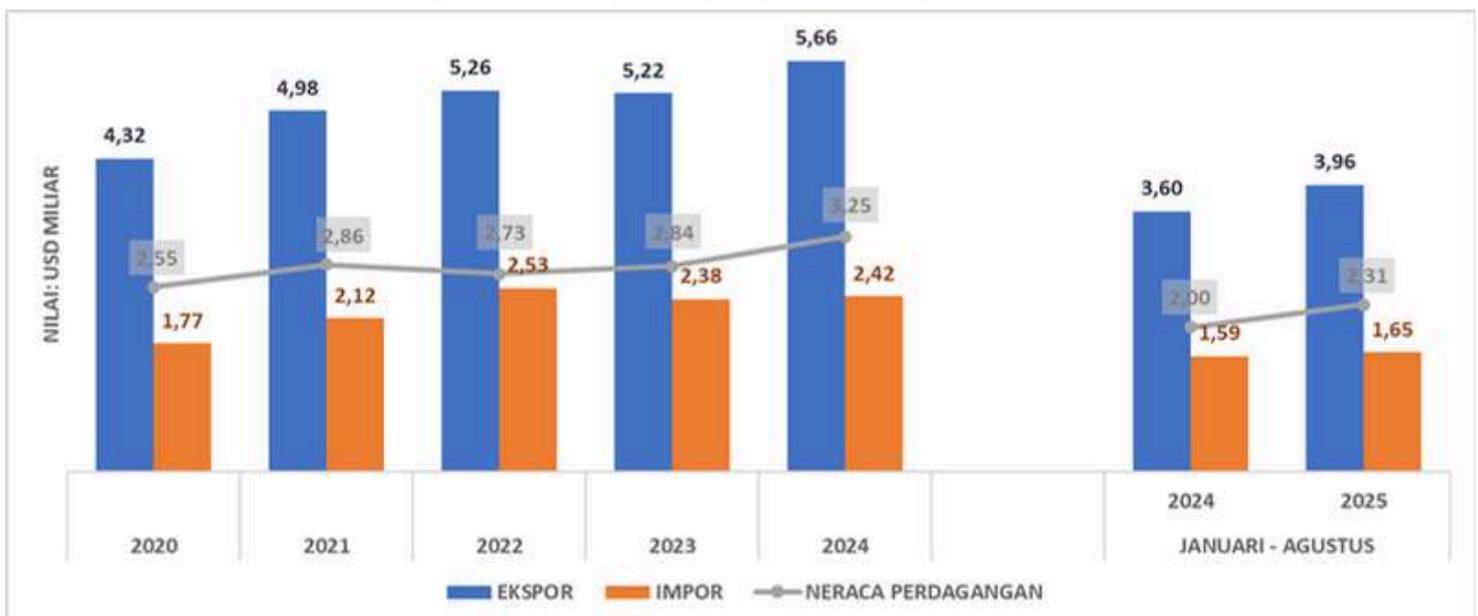
faradila.fitria@gmail.com & tarman@kemendag.go.id

Industri makanan dan minuman olahan (mamin) merupakan sektor strategis di Indonesia dengan pertumbuhan relatif tinggi. Pada tahun 2024, Produk Domestik Bruto (PDB) industri mamin tumbuh 5,90%, lebih tinggi dibandingkan pertumbuhan ekonomi nasional sebesar 5,03% (YoY). Pada triwulan II tahun 2025, terjadi percepatan pada sektor mamin dengan persentase pertumbuhan meningkat menjadi 6,90%, lebih tinggi dibandingkan pertumbuhan ekonomi nasional sebesar 4,99% (QtQ) (BPS 2025). Pertumbuhan yang pesat tersebut didorong oleh tingginya konsumsi dalam negeri serta kuatnya kinerja ekspor industri mamin (Kemenperin 2025).

Pertumbuhan Sektor Makanan Minuman Olahan Dorong Kinerja Ekspor Nonmigas Januari–Agustus 2025

Indonesia secara konsisten mencatat surplus neraca perdagangan untuk kelompok mamin. Pasca pandemi Covid-19, surplus neraca perdagangan mamin menunjukkan tren peningkatan. Nilai surplus sempat mengalami penurunan pada tahun 2022, namun kembali meningkat pada tahun-tahun berikutnya. Pada tahun 2024, surplus neraca perdagangan mamin tercatat sebesar USD 3,25 miliar, lebih tinggi dibandingkan capaian tahun 2023 yaitu USD 2,84 miliar. Secara kumulatif, surplus neraca perdagangan produk mamin meningkat dari USD 2,00 miliar pada Januari–Agustus 2024 menjadi USD 2,31 miliar pada periode Januari–Agustus 2025. Peningkatan ekspor yang lebih tinggi dibandingkan pertumbuhan impor mendorong perolehan surplus neraca perdagangan yang lebih besar (Gambar 3).

Gambar 3. Perkembangan neraca perdagangan kelompok makanan minuman olahan



Sumber: BPS, 2025 (diolah oleh PuskaEIPP, BKperdag)

Nilai ekspor produk makanan dan minuman (mamin) Indonesia pada Januari–Agustus 2025 mencapai USD 3,96 miliar, berkontribusi sebesar 2,25% terhadap total ekspor nonmigas Indonesia yang mencapai USD 176,09 miliar. Pada periode yang sama, ekspor mamin meningkat 9,98% dibandingkan periode yang sama tahun sebelumnya (*cumulative-to-cumulative/CtC*). Tren ekspor mamin pun masih positif sebesar 6,09% per tahun selama periode 2020–2024. Hal ini menunjukkan bahwa ekspor mamin Indonesia cukup kuat dan memiliki kecenderungan meningkat (Tabel 4).

Berdasarkan jenis produk, Indonesia paling banyak mengekspor udang kemasan dengan pangsa sebesar 16,34% terhadap total ekspor mamin pada Januari–Agustus 2025. Nilai ekspor produk udang kemasan pada periode yang sama sebesar USD 0,65 miliar, meningkat 8,68% (CtC). Peningkatan tersebut menunjukkan perbaikan ekspor udang kemasan setelah mengalami tren penurunan sebesar 1,78% per tahun selama 2020–2024. Selain udang kemasan, Indonesia juga banyak mengekspor kopi instan (pangsa 11,05%), ikan kemasan (pangsa 7,84%); mi instan (pangsa 7,14%); *waffles* dan *wafers* (pangsa 7,08%); dan biskuit (pangsa 6,90%). Dibandingkan periode Januari–Agustus 2024, terjadi peningkatan ekspor yang signifikan berasal dari *softdrink* dan keripik dengan persentase pertumbuhan masing-masing sebesar 61,61% dan 104,92% (CtC) (Tabel 4).

Tabel 4. Kinerja ekspor makanan minuman olahan menurut jenis produk

No	JENIS PRODUK	NILAI : USD Miliar					Perub. (%)		Trend (%) 2020-2024	Share (%) Jan-Ags 2025
		2020	2021	2022	2023	2024	Jan-Ags 2024r	Jan-Ags 2025		
	TOTAL EKSPOR NONMIGAS	154,94	219,36	275,91	243,61	250,65	161,33	176,09	9,15	11,26
	EKSPOR MAKANAN MINUMAN OLAHAN	4,32	4,98	5,26	5,22	5,66	3,60	3,96	9,98	6,09
1	Udang kemasan	0,87	1,17	1,04	0,92	0,90	0,59	0,65	8,68	-1,78
2	Kopi instan	0,52	0,60	0,58	0,62	0,65	0,40	0,44	8,75	4,76
3	Ikan kemasan	0,40	0,35	0,40	0,39	0,43	0,28	0,31	12,69	2,82
4	Mie instan	0,31	0,29	0,33	0,38	0,44	0,30	0,28	-4,99	10,40
5	Waffles dan wafers	0,41	0,46	0,51	0,46	0,46	0,29	0,28	-3,75	2,47
6	Biskuit	0,28	0,30	0,38	0,42	0,44	0,26	0,27	6,36	13,55
7	snack/camilan buah & kacang	0,27	0,33	0,33	0,26	0,33	0,20	0,22	7,02	2,19
8	Saus	0,20	0,19	0,22	0,23	0,27	0,19	0,20	7,28	8,31
9	Softdrink	0,07	0,08	0,10	0,10	0,14	0,09	0,15	61,61	17,70
10	Kembang gula	0,12	0,13	0,15	0,17	0,19	0,12	0,13	5,87	12,25
11	Sari malti; olahan makanan dari tepung	0,04	0,07	0,05	0,09	0,14	0,08	0,09	23,23	30,36
12	Coklat	0,04	0,07	0,08	0,07	0,08	0,05	0,07	30,13	11,44
13	Cereals	0,06	0,06	0,07	0,06	0,06	0,04	0,04	3,72	1,54
14	Keripik (jagung, cereal, bulgur)	0,02	0,03	0,03	0,02	0,03	0,02	0,04	104,92	1,81
15	Moluska kemasan	0,03	0,03	0,04	0,04	0,05	0,03	0,03	-0,02	13,98
	SUBTOTAL (15 KELOMPOK)	3,65	4,17	4,30	4,26	4,63	2,94	3,19	8,75	5,07
	LAINNYA	0,66	0,81	0,96	0,96	1,04	0,66	0,76	15,46	11,24

Sumber: Trademap (2025), diolah Puska EIPP, BKPerdag, Kemendag.

Apabila dilihat dari negara tujuan, sekitar 17,41% total ekspor mamin Indonesia masih ditujukan ke pasar AS. Pada periode Januari–Agustus 2025, nilai ekspor mamin ke pasar AS mencapai USD 0,69 miliar, naik tipis 1,67% (CtC). Dibandingkan lima tahun terakhir (2020--2024), ekspor mamin ke AS mengalami penurunan rata-rata sebesar 0,07% per tahun. Kebijakan proteksionisme yang diterapkan oleh pemerintah AS disinyalir menjadi faktor utama penghambat ekspor Indonesia. Oleh karena itu, penting bagi Indonesia untuk memperluas pasar ke negara lain yang lebih prospektif. Selain AS, ekspor mamin Indonesia juga banyak ditujukan ke negara ASEAN, seperti Filipina (pangsa 14,12%); Malaysia (pangsa 9,21%); dan Thailand (pangsa 6,27%). Ekspor produk mamin Indonesia ke tiga negara tersebut terus menunjukkan peningkatan, mencerminkan pangsa pasar dan daya saing produk Indonesia yang tetap kuat di kawasan tersebut.

Dari 15 negara tujuan utama, peningkatan ekspor mamin tertinggi tercatat pada pasar India sebesar 58,00% (CtC). Selain mengalami peningkatan terbesar, ekspor mamin ke pasar India masih menunjukkan tren positif dan signifikan sebesar 22,05% per tahun selama lima tahun terakhir. Walaupun pangsa ekspor mamin ke India masih cenderung rendah, yakni 1,67%, namun dengan jumlah penduduk yang besar mencapai 1,46 miliar jiwa berpotensi menjadi pasar prospektif bagi industri mamin Indonesia di masa depan (Tabel 5).

Tabel 5. Kinerja ekspor makanan minuman olahan menurut negara tujuan

No	NEGARA TUJUAN	NILAI : USD Miliar					Jan-Ags 2024r	Jan-Ags 2025	Perub. (%) Jan- Ags yoy	Trend (%) 2020-2024	Share(%) Jan-Ags 2025
		2020	2021	2022	2023	2024					
	DUNIA	4,32	4,98	5,26	5,22	5,66	3,60	3,96	9,98	6,09	100,00
1	AMERIKA SERIKAT	0,92	1,23	1,06	0,98	1,02	0,68	0,69	1,67	-0,07	17,41
2	PILIPINA	0,59	0,67	0,72	0,79	0,81	0,51	0,56	10,00	8,35	14,12
3	MALAYSIA	0,31	0,34	0,41	0,38	0,48	0,29	0,36	23,76	10,15	9,21
4	THAILAND	0,20	0,20	0,23	0,27	0,31	0,19	0,25	27,70	12,36	6,27
5	REP. RAKYAT TIONGKOK	0,27	0,35	0,37	0,38	0,38	0,22	0,22	-1,36	7,58	5,54
6	ARAB SAUDI	0,18	0,14	0,21	0,26	0,27	0,18	0,18	-1,43	15,60	4,56
7	SINGAPURA	0,23	0,27	0,27	0,27	0,28	0,19	0,17	-11,11	4,27	4,30
8	JEPANG	0,21	0,21	0,25	0,21	0,21	0,13	0,16	20,78	-0,01	4,09
9	VIETNAM	0,13	0,14	0,20	0,19	0,21	0,12	0,14	16,83	13,99	3,42
10	AUSTRALIA	0,14	0,15	0,16	0,16	0,18	0,12	0,12	-1,45	6,73	2,93
11	BELANDA	0,10	0,11	0,12	0,10	0,11	0,07	0,08	13,93	0,69	2,06
12	INDIA	0,03	0,03	0,04	0,04	0,06	0,04	0,07	58,00	22,05	1,67
13	UNI EMIRAT ARAB	0,05	0,05	0,06	0,08	0,11	0,06	0,06	-6,02	23,54	1,52
14	KOREA SELATAN	0,06	0,06	0,07	0,08	0,09	0,05	0,06	3,93	10,94	1,41
15	TAIWAN	0,06	0,07	0,07	0,08	0,08	0,05	0,05	7,34	5,72	1,34
	SUBTOTAL (15 NEGARA)	3,46	4,03	4,24	4,26	4,59	2,92	3,16	8,25	6,42	79,86
	LAINNYA	0,86	0,95	1,02	0,96	1,08	0,68	0,80	17,46	4,73	20,14

Sumber: BPS, 2025 (diolah oleh PuskaEIPP, BKperdag)

Di sisi lain, nilai impor mamin Indonesia secara kumulatif pada periode Januari–Agustus 2025 mencatat USD 1,65 miliar, meningkat 3,38% (CtC). Selama periode 2020–2024, nilai impor mamin telah meningkatkan rata-rata sebesar 7,72% per tahun. Kopi instan merupakan produk terbanyak yang diimpor oleh Indonesia dengan pangsa 9,29%, diikuti oleh sari malti (6,77%); olahan buah dan sayuran (6,75); cokelat (6,58%); dan kembang gula (5,05%) (Tabel 6).

Tabel 6. Kinerja impor makanan minuman olahan menurut jenis produk

No	JENIS PRODUK	NILAI : USD Miliar					Jan-Ags 2024r	Jan-Ags 2025	Perub. (%) Jan-Ags yoy	Trend (%) 2020-2024	Share(%) Jan-Ags 2025
		2020	2021	2022	2023	2024					
	TOTAL IMPOR NONMIGAS	127,31	170,66	197,03	187,28	198,92	128,64	134,88	4,85	10,36	
	IMPOR MAKANAN MINUMAN OLAHAN	1,77	2,12	2,53	2,38	2,42	1,59	1,65	3,38	7,72	100,00
1	Kopi instan	0,09	0,09	0,13	0,12	0,20	0,14	0,15	6,03	22,38	9,29
2	Sari malti; olahan makanan dari tepung	0,24	0,24	0,19	0,22	0,16	0,10	0,11	7,99	-8,06	6,77
3	Olahan buah dan sayuran (acar/asinan/manisan)	0,11	0,12	0,16	0,19	0,16	0,11	0,11	-0,23	13,60	6,75
4	Coklat	0,07	0,09	0,12	0,12	0,13	0,08	0,11	31,42	15,05	6,58
5	Kembang gula	0,06	0,07	0,12	0,12	0,13	0,08	0,08	-0,48	23,25	5,05
6	Waffles dan wafers	0,06	0,08	0,12	0,12	0,13	0,09	0,08	-12,41	22,02	4,72
7	Saus	0,07	0,09	0,10	0,10	0,11	0,07	0,08	3,29	9,48	4,69
8	Softdrink	0,09	0,12	0,15	0,13	0,11	0,07	0,07	-5,68	6,11	4,10
9	snack/camilan buah & kacang	0,04	0,05	0,07	0,07	0,09	0,06	0,06	-4,88	21,29	3,36
10	Ikan kemasan	0,02	0,03	0,03	0,03	0,04	0,03	0,03	10,43	19,67	1,88
11	Cereals	0,07	0,09	0,09	0,07	0,05	0,03	0,03	-1,68	-11,53	1,73
12	Biskuit	0,03	0,04	0,05	0,04	0,04	0,02	0,02	4,87	3,51	1,44
13	Mie instan	0,03	0,03	0,04	0,03	0,03	0,02	0,02	10,29	0,35	1,43
14	Ragi	0,04	0,05	0,05	0,05	0,04	0,03	0,02	-25,89	1,43	1,41
15	Sop dan kaldu	0,01	0,02	0,02	0,03	0,03	0,02	0,02	23,71	16,27	1,33
	SUBTOTAL (15 KELOMPOK)	1,03	1,21	1,44	1,43	1,46	0,97	1,00	2,95	9,02	60,53
	LAINNYA	0,73	0,91	1,09	0,95	0,95	0,63	0,65	4,05	5,87	39,47

Sumber: BPS, 2025 (diolah oleh PuskaEIPP, BKperdag)

Lebih dari seperempat total impor mamin Indonesia berasal dari RRT (pangsa 25,54%) pada periode Januari–Agustus 2025. Pada periode yang sama, impor mamin dari RRT senilai USD 0,42 miliar, naik 7,55% (CtC). Tren impor mamin dari RRT juga masih positif yang menunjukkan peningkatan rata-rata sebesar 19,85% per tahun selama lima tahun terakhir. Selain RRT, produk mamin Indonesia juga banyak dipasok dari negara ASEAN lainnya, seperti Malaysia (pangsa 17,12%); Thailand (pangsa 8,70%); Singapura (pangsa 7,65%); dan Vietnam (pangsa 6,77%) (Tabel 7).

Peningkatan ekspor yang jauh lebih tinggi dibandingkan impornya menunjukkan bahwa posisi Indonesia sebagai pemasok produk mamin di dunia masih cukup prospektif. Kendati demikian, Indonesia akan menghadapi sejumlah tantangan global, seperti persyaratan dan standar makanan, sertifikasi, keterbatasan *cold chain storage* pada infrastruktur dan logistik pengiriman, kenaikan harga komoditas yang menyebabkan kenaikan bahan baku, persaingan dengan pemasok lain di pasar global, serta perubahan preferensi di pasar tujuan dan tren global.

Tabel 7. Kinerja impor makanan minuman olahan menurut negara asal

No	NEGARA ASAL	NILAI : USD Miliar					Jan-Ags 2024r	Jan-Ags 2025	Perub. (%) Jan-Ags yoy	Trend (%) 2020-2024	Share(%) Jan-Ags 2025
		2020	2021	2022	2023	2024					
	DUNIA	1,77	2,12	2,53	2,38	2,42	1,59	1,65	3,38	7,72	100,00
1	REP.RAKYAT TIONGKOK	0,30	0,37	0,52	0,55	0,61	0,39	0,42	7,55	19,85	25,54
2	MALAYSIA	0,28	0,32	0,41	0,36	0,39	0,25	0,28	12,55	8,08	17,12
3	THAILAND	0,18	0,22	0,28	0,21	0,24	0,15	0,14	-5,25	5,12	8,70
4	SINGAPURA	0,17	0,20	0,21	0,20	0,17	0,12	0,13	9,58	0,77	7,65
5	VIETNAM	0,03	0,06	0,09	0,12	0,15	0,10	0,11	6,51	44,81	6,77
6	AMERIKA SERIKAT	0,18	0,18	0,19	0,15	0,12	0,08	0,08	4,61	-9,08	5,04
7	KOREA SELATAN	0,08	0,11	0,13	0,13	0,14	0,10	0,08	-21,35	12,07	4,74
8	AUSTRALIA	0,08	0,10	0,10	0,09	0,07	0,04	0,06	24,33	-3,76	3,36
9	BRASILIA	0,05	0,04	0,06	0,04	0,06	0,05	0,06	20,61	5,97	3,35
10	INDIA	0,04	0,05	0,07	0,04	0,07	0,05	0,04	-28,47	10,50	2,16
11	BELGIA	0,04	0,06	0,06	0,06	0,05	0,03	0,03	-3,42	4,16	1,82
12	BELANDA	0,06	0,05	0,05	0,07	0,05	0,03	0,03	-26,22	0,87	1,56
13	ITALIA	0,02	0,02	0,03	0,03	0,03	0,02	0,02	20,77	23,31	1,44
14	JEPANG	0,03	0,06	0,03	0,03	0,04	0,02	0,02	6,79	-6,03	1,41
15	PERANCIS	0,04	0,04	0,04	0,05	0,04	0,02	0,02	-29,34	2,16	1,07
	SUBTOTAL (15 NEGARA)	1,57	1,88	2,28	2,14	2,22	1,46	1,51	3,25	3,25	91,73
	LAINNYA	0,19	0,24	0,25	0,24	0,20	0,13	0,14	4,94	4,94	8,27

Sumber: BPS, 2025 (diolah oleh PuskaEIPP, BKperdag)

Perkembangan Ekspor dan Impor Makanan Minuman Olahan di Pasar Global

Perkembangan nilai ekspor mamin olahan ke pasar global tahun 2024 mencapai USD 476,14 miliar. Beberapa negara eksportir dengan *share* terbesar tahun 2024, antara lain Jerman (8,30%); RRT (6,96%) dan Belanda (6,76%). Sementara itu, pangsa ekspor Indonesia sebagai negara pengeksportir produk makanan dan minuman olahan di pasar global baru mencapai sekitar 1,19%, lebih tinggi dibandingkan Malaysia (1,12%), namun masih di bawah Thailand (3,51%); Singapura (1,69%); dan Vietnam (1,60%).

Selanjutnya, tren pertumbuhan rata-rata ekspor makanan minuman olahan ke pasar global sepanjang 2020–2024 sebesar 7,93% per tahun. Beberapa negara eksportir dengan tren ekspor terbesar antara lain Brazil (14,78%); Meksiko (14,73%); dan Polandia (14,48%). Sementara itu, tren ekspor Indonesia sebesar 6,08%, lebih tinggi dari Thailand (3,15%) dan Singapura (-1,06%), namun masih lebih rendah dari Malaysia (9,41%) dan Vietnam (9,27%) (Tabel 8).

Tabel 8. Perkembangan eksportir makanan minuman olahan ke pasar global

No	Exporters	US Dollar billion					Trend(%) 2020-2024	Share (%) 2024
		2020	2021	2022	2023	2024		
	World	342,41	390,49	415,25	449,34	476,14	8,33	100,00
1	Germany	29,29	31,92	32,83	37,96	39,52	8,03	8,30
2	China	25,40	30,47	33,36	33,47	33,15	6,47	6,96
3	Netherlands	23,79	26,74	28,10	30,48	32,18	7,62	6,76
4	United States of America	23,36	26,04	27,17	27,51	29,61	5,43	6,22
5	Italy	19,31	21,81	23,05	26,10	28,77	10,26	6,04
6	Belgium	16,67	19,26	20,27	24,24	25,77	11,65	5,41
7	Poland	11,90	13,89	16,10	18,70	20,16	14,48	4,23
8	France	14,25	16,20	16,43	18,99	19,70	8,40	4,14
9	Canada	11,52	13,79	15,98	17,02	18,82	12,66	3,95
10	Thailand	14,68	14,54	15,85	15,29	16,71	3,15	3,51
11	Spain	11,43	12,98	13,89	15,97	16,66	10,08	3,50
12	Mexico	7,03	7,93	9,67	11,26	11,73	14,73	2,46
13	Türkiye	6,67	7,60	9,06	9,41	10,46	11,81	2,20
14	United Kingdom	8,40	8,03	7,96	8,72	9,39	3,10	1,97
15	Austria	7,03	7,85	8,08	8,66	8,93	5,94	1,88
16	Singapore	7,96	8,56	9,07	7,55	8,04	-1,06	1,69
17	Brazil	4,39	5,21	6,20	6,55	7,79	14,78	1,64
18	Viet Nam	5,27	5,68	6,55	6,63	7,61	9,27	1,60
19	Korea, Republic of	4,40	5,15	5,19	5,71	6,42	8,98	1,35
20	Denmark	4,76	5,00	4,73	5,47	5,79	4,89	1,22
21	Indonesia	4,32	4,98	5,25	5,22	5,66	6,08	1,19
22	Malaysia	3,67	4,29	4,84	4,98	5,35	9,41	1,12
23	Ireland	4,53	4,51	4,74	5,05	5,31	4,39	1,12
24	Switzerland	4,71	4,88	4,78	4,90	4,99	1,24	1,05
25	India	2,93	3,50	4,01	4,40	4,95	13,58	1,04
	Sub Total	277,69	310,79	333,17	360,27	383,47	8,26	80,54
	Others	64,72	79,71	82,09	89,08	92,67	8,64	19,46

Sumber: ITC calculations based on UN COMTRADE and ITC statistics.

Perkembangan impor atau permintaan terhadap makanan minuman olahan di pasar global tahun 2024 mencapai USD 471,72 miliar dengan tren pertumbuhan rata-rata sebesar 8,35% per tahun sepanjang 2020–2024. Produk makanan minuman yang paling banyak diimpor pada tahun 2024, antara lain *Food preparations, n.e.s.* (HS 2106) dengan *share* sebesar 14,19%. Selanjutnya, *Bread, pastry, cakes, biscuits and other bakers' wares* (HS 1905) dengan *share* sebesar 12,68% dan *Chocolate and other food preparations containing cocoa* (HS1806) dengan *share* sebesar 9,31% (Tabel 9).

Tabel 9. Perkembangan impor makanan minuman olahan di pasar global

No	Product code	Product label	US Dollar billion					Trend(%) 2020-2024	Share (%) 2024
			2020	2021	2022	2023	2024		
		MAKANAN MINUMAN OLAHAN	342,41	377,54	412,43	443,47	471,72	8,35	100,00
1	2106	Food preparations, n.e.s.	51,72	58,62	61,76	63,77	66,95	6,19	14,19
2	1905	Bread, pastry, cakes, biscuits and othe	38,77	44,40	49,86	56,77	59,84	11,78	12,68
3	1806	Chocolate and other food preparations c	28,68	32,34	33,66	37,64	43,90	10,55	9,31
4	2202	Waters, incl. mineral waters and aerate	21,50	25,01	26,91	29,12	30,41	8,83	6,45
5	1901	Malt extract; food preparations of flour,	24,01	23,80	25,41	27,08	27,22	3,88	5,77
6	2009	Fruit juices, incl. grape must, and veget	14,57	15,71	17,08	18,08	21,36	9,47	4,53
7	1602	Prepared or preserved meat, meat offal,	15,78	16,90	19,53	20,21	21,00	7,78	4,45
8	2008	Fruits, nuts and other edible parts of pl:	16,22	17,92	19,57	19,37	20,93	6,05	4,44
9	2103	Sauce and preparations therefor; mixed	13,99	16,01	17,46	19,01	20,50	9,81	4,35
10	1604	Prepared or preserved fish; caviar and c	17,98	17,66	18,90	18,71	19,72	2,46	4,18
11	1704	Sugar confectionery not containing coc	10,98	12,86	14,49	17,05	17,80	13,30	3,77
12	1902	Pasta, whether or not cooked or stuffed	11,51	12,20	14,17	14,99	16,30	9,43	3,46
13	2004	Vegetables prepared or preserved other	8,66	9,85	12,45	15,38	16,14	18,44	3,42
14	2005	Other vegetables prepared or preserved	11,26	11,86	13,01	13,83	14,53	6,87	3,08
15	2101	Extracts, essences and concentrates, i	8,46	9,01	10,37	10,97	12,28	9,87	2,60
16	1605	Crustaceans, molluscs and other aquat	8,84	10,51	11,15	9,65	9,41	0,42	2,00
17	1904	Prepared foods obtained by the swellin	7,17	7,45	7,83	8,56	8,76	5,54	1,86
18	1601	Sausages and similar products, of mea	5,45	6,02	6,33	7,19	7,53	8,57	1,60
19	2002	Tomatoes, prepared or preserved other	4,76	5,00	6,31	7,54	7,52	14,20	1,59
20	2105	Ice cream and other edible ice, whether	4,50	5,28	5,45	6,20	6,37	8,96	1,35
		Sub Total	324,81	358,42	391,72	421,11	448,48	8,40	95,07
		Others	17,60	19,12	20,71	22,35	23,24	7,38	4,93

Sumber: ITC calculations based on UN COMTRADE and ITC statistics.

Keterangan: Definisi jenis produk makanan minuman olahan menggunakan HS 4 digit (HS16–HS22)

Peluang untuk memaksimalkan ekspor produk mamin olahan yang sesuai dengan permintaan impor di pasar global cukup besar. Indonesia telah memiliki basis produksi yang kuat pada beberapa komoditas berikut:

- Udang kemasan, *crustaceans, molluscs and other aquatic invertebrates, prepared or preserved (excl. smoked)* (HS 1605). Tren permintaan global menunjukkan peningkatan terhadap produk makanan laut olahan yang siap saji dan praktis. Namun demikian, industri harus mengatasi isu keamanan pangan, standar kualitas yang ketat, dan persaingan ketat di pasar internasional (indonesiashrimp.co.id).
- Kopi instan, *extracts, essences and concentrates, of coffee, tea or maté and preparations* (HS 2101). Pengembangan ekspor kopi instan Indonesia ke pasar global berfokus pada peningkatan kualitas, diversifikasi produk, keberlanjutan, dan penetrasi pasar yang lebih luas.
- Ikan tuna kaleng, *prepared or preserved fish* (HS 1604). Pengembangan ekspor tuna kaleng Indonesia ke pasar global memerlukan peningkatan kualitas dan daya saing harga, perluasan pasar ke negara-negara baru, penegekan prinsip keberlanjutan serta jaminan ketelusuran (*traceability*).

- Mi instan, pasta *whether or not cooked or stuffed with meat or other substances or otherwise prepared* (HS 1902). Tren ekspor mi instan Indonesia ke pasar global pada tahun 2025 menunjukkan pertumbuhan yang kuat, didorong oleh popularitas merek yang mapan, ekspansi strategis ke pasar baru, dan diversifikasi produk. Namun, tantangan tetap ada, termasuk fluktuasi harga bahan baku dan persaingan yang ketat.
- *Wafers, biskuit, bread, pastry, cakes, biscuits and other bakers' wares, whether or not containing cocoa* (HS 1905). Pengembangan ekspor biskuit wafer Indonesia ke pasar global pada tahun 2025 menunjukkan tren positif, didukung oleh popularitas produk, inovasi rasa, dan ekspansi ke pasar-pasar nontradisional. Namun, industri ini juga menghadapi tantangan signifikan terkait biaya bahan baku dan kompetisi di pasar internasional.
- *Cokelat, chocolate and other food preparations containing cocoa* (HS 1806). Pengembangan industri pengolahan kakao menjadi coklat secara bean-to-bar memberikan nilai tambah lebih tinggi dan memperbesar peluang ekspor ke pasar global.

Penutup

Hingga tahun 2032, nilai impor produk makanan dan minuman (mamin) di pasar global diperkirakan mencapai USD 4,10 triliun dengan peningkatan impor rata-rata sebesar 5,20% (Data Intelo 2025). Mengingat pertumbuhan pasar mamin global yang terus tumbuh, ekspor Indonesia diharapkan mengalami peningkatan di masa mendatang.

Berdasarkan hasil survei terhadap PT Sekar Laut yang berlokasi di Provinsi Jawa Timur, perusahaan optimis dapat mendorong ekspor produknya sebesar 10%–20%. Beberapa produk ekspor perusahaan PT Sekar Laut meliputi berbagai produk tepung (HS 190590), saus sambal dan bumbu (HS 240390), serta berbagai produk berbahan udang (HS 160520). Negara tujuan ekspor yang dominan antara lain Belanda, Jepang, Jerman, dan negara-negara di kawasan Timur Tengah. Optimisme perusahaan terutama didorong oleh meningkatnya permintaan dan konsumsi makanan olahan, terutama produk udang, bumbu, dan sambal khas Indonesia. Perusahaan juga memiliki fasilitas *Research and Development* (RnD) internal sebagai bentuk komitmen dalam mendorong inovasi produk baru.

Terkait kebijakan proteksionisme pemerintah Amerika Serikat (AS), perusahaan menilai kebijakan tersebut berdampak signifikan terhadap kinerja ekspor perusahaan karena sebagian besar tarif ditanggung oleh pembeli AS. Selain itu, saat ini perusahaan mulai melakukan diversifikasi ekspor ke pasar-pasar nontradisional seperti Afrika Selatan dan Kamboja. Perusahaan optimis ekspor akan terus meningkat karena daya saing perusahaan cukup baik di pasar global. Sekitar 90% bahan baku diperoleh dari dalam negeri, sehingga perusahaan tidak bergantung pada bahan baku impor.

Meskipun demikian, dalam melakukan ekspor, perusahaan kerap mengalami beberapa hambatan yakni regulasi dan standar yang ketat di pasar tujuan serta biaya promosi keikutsertaan pameran dagang yang cukup besar. Selain itu, tingginya tarif impor di negara tujuan juga kerap membatasi ekspansi ekspor perusahaan. Menanggapi hal tersebut, perusahaan selalu memperkuat merek produk dan melakukan inovasi produk.

Ke depan, perusahaan berharap agar pemerintah dapat lebih secara aktif memfasilitasi akses pasar ekspor, memperbaiki regulasi, dan mengharmonisasikan standar dengan ketentuan internasional. Pemerintah juga diharapkan dapat menjaga pasokan bahan lokal agar harga tetap stabil dan tidak mengganggu keberlanjutan produksi.

Transformasi Ekspor Indonesia Menuju Perdagangan Global yang Hijau



oleh: Fairuz Nur Khairunnisa
fairuz.nur@kemendag.go.id

Perdagangan global semakin berorientasi pada keberlanjutan melalui kebijakan seperti CBAM, EUDR, dan EPR yang menuntut produk beremisi rendah dan bersertifikasi hijau. Di tengah tren ini, ekspor produk hijau Indonesia mencapai USD 8,03 miliar pada 2024. Untuk bersaing secara global, Indonesia perlu mempercepat transformasi menuju industri hijau dan inovasi teknologi rendah karbon

Selama dua dekade terakhir, dunia mengalami perubahan besar dalam pola perdagangan global, di mana aspek lingkungan dan keberlanjutan menjadi faktor utama dalam kebijakan perdagangan internasional. Kebijakan terkait lingkungan semakin menjadi bagian penting dalam sistem perdagangan multilateral. Berdasarkan data WTO (2024), jumlah notifikasi kebijakan lingkungan yang disampaikan oleh negara-negara anggota WTO menunjukkan peningkatan signifikan, dari hanya 165 notifikasi pada tahun 1997 menjadi 840 notifikasi pada tahun 2023 (Gambar 4).

Gambar 4. Tren perkembangan notifikasi kebijakan lingkungan di WTO



Environment-related notifications (1997-2023)

Sumber: WTO Environmental Database (2025)

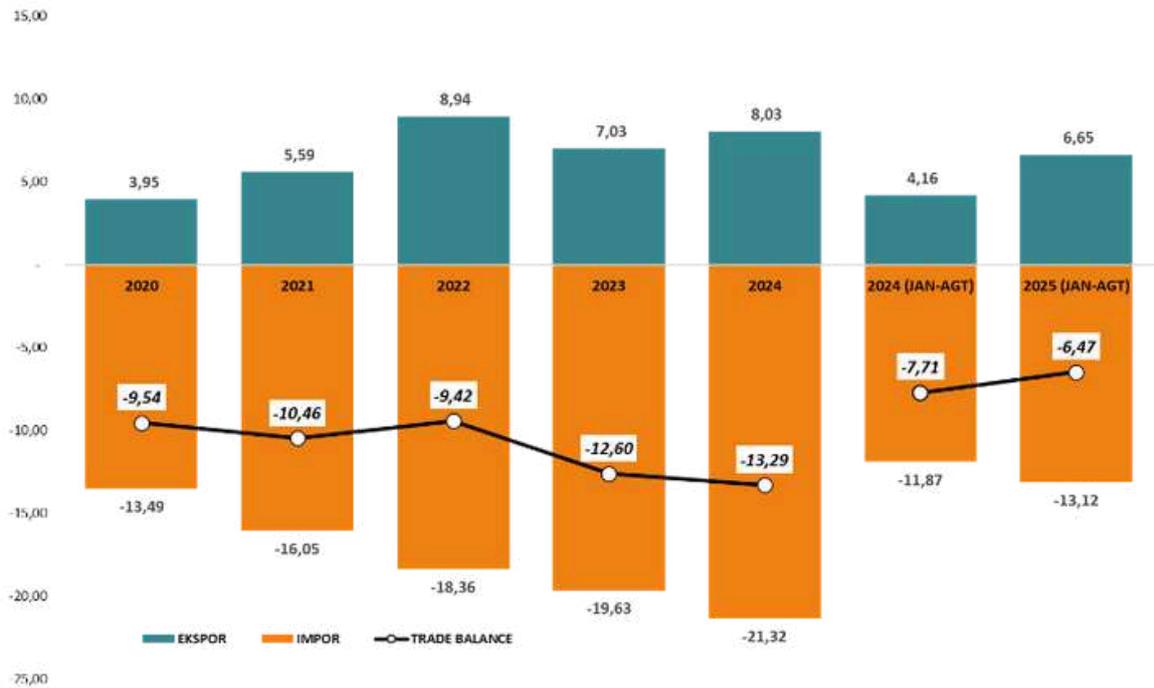
Sejalan dengan perkembangan tersebut, berbagai negara mulai memperketat standar lingkungan dalam aktivitas perdagangan internasional. Tren ini terlihat dari meningkatnya permintaan terhadap produk rendah emisi karbon, energi terbarukan, serta komoditas yang memiliki sertifikasi keberlanjutan, seperti FSC, RSPO, dan EPD (WEF 2024). Tren peningkatan standar lingkungan ini juga tercermin dari melonjaknya permintaan global terhadap produk yang bersertifikasi hijau dan berkelanjutan. Berdasarkan laporan International Trade Centre (ITC, 2024), nilai perdagangan global untuk produk bersertifikasi lingkungan seperti *eco-labeled goods dan sustainably sourced materials*, telah mencapai lebih dari USD 2,5 triliun pada tahun 2023, atau tumbuh sekitar 30% dalam lima tahun terakhir.

Negara-negara maju kini menjadikan kriteria lingkungan sebagai syarat utama akses pasar melalui kebijakan perdagangan hijau, seperti Carbon Border Adjustment Mechanism (CBAM) yang mewajibkan pelaporan dan pembiayaan emisi karbon, EU *Deforestation Regulation* (EUDR) yang melarang impor produk dari lahan deforestasi, serta *Extended Producer Responsibility* (EPR). Selain itu, kebijakan seperti *Green Deal Industrial Plan* di Uni Eropa dan *Inflation Reduction Act* (IRA) di Amerika Serikat juga memperkuat investasi dan produksi energi bersih. Kombinasi kebijakan tersebut menunjukkan bahwa arah perdagangan global kini semakin menuntut produk yang ramah lingkungan dan berkelanjutan. Hal ini menjadi momentum bagi Indonesia untuk memperkuat daya saing ekspor melalui pengembangan perdagangan hijau.

Tren dan Potensi Ekspor Produk Hijau Indonesia

Kinerja ekspor produk hijau Indonesia meningkat dari USD 7,03 miliar pada tahun 2020 menjadi USD 8,03 miliar, dengan pertumbuhan rata-rata sekitar 17,90% per tahun. Namun, impor produk hijau masih jauh lebih besar, mencapai USD 21,3 miliar pada 2024, sehingga Indonesia masih mengalami defisit perdagangan sebesar USD 13,29 miliar (Gambar 5). Defisit ini menunjukkan bahwa Indonesia mulai aktif mendukung transisi menuju energi hijau, terutama melalui peningkatan permintaan terhadap mesin dan teknologi ramah lingkungan. Namun demikian, peningkatan ekspor menunjukkan bahwa Indonesia memiliki peluang besar untuk memperluas perannya dalam perdagangan hijau global. Klasifikasi produk yang digunakan mengacu pada HS 6 digit berdasarkan kategori *Environmental Goods* yang ditetapkan oleh IMF dan APEC, yang digunakan secara internasional untuk mengidentifikasi produk-produk yang berkontribusi terhadap perlindungan lingkungan dan transisi menuju ekonomi hijau.

Gambar 5. Neraca perdagangan environmental goods indonesia, 2020-2025 (Jan-Agt)



Sumber: Trademap, 2025 (Diolah oleh Puska EIPP)

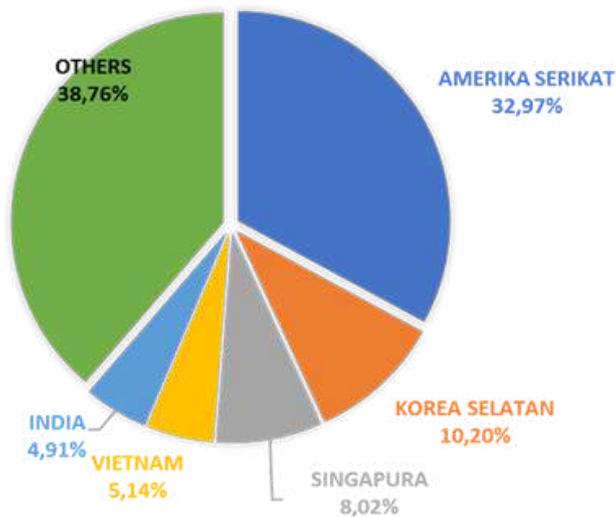
Pada tahun 2024, nilai ekspor produk hijau Indonesia mencapai USD 8,03 miliar, dengan komoditas utama berasal dari *Parts and accessories of motor vehicles* (HS 870892) yang menyumbang 13,77%, diikuti oleh *Industrial or laboratory electric furnaces and ovens* (HS 851419) sebesar 7,41%, serta *parts of electrical machines and apparatus* (HS 854390) sebesar 7,23%. Pada periode Januari–Agustus 2025, kinerja ekspor produk hijau menunjukkan tren positif dengan nilai mencapai USD 6,65 miliar, tumbuh sekitar 59,70% dibandingkan periode yang sama tahun sebelumnya. Pertumbuhan tertinggi tercatat pada produk *Electrical machines and apparatus* (HS 854370) dan *Industrial or laboratory electric furnaces and ovens* (HS 851419) yang masing-masing meningkat sebesar 6416,18% dan 283,96% (CtC) (Tabel 10).

Tabel 10. Top 10 produk ekspor perdagangan hijau Indonesia, 2020-2025 (Jan-Agt)

NO	HS	DESC	EXPORT VALUE : USD MILLION						Growth % 25/24	Growth % 24/23	Trend (%) 20 - 24	Share (%) 2024	
			2020	2021	2022	2023	2024	JAN - AUG 2024					2025
EXPORT TOTAL			3,951.9	5,588.5	8,938.1	7,029.8	8,026.9	4,161.7	6,646.4	59.70	14.18	17.90	100.00
1	870892	Vehicle parts; silencers (mufflers) anc	96.99	233.80	1,856.2	1,351.0	1,105.4	525.60	1,132.9	115.55	-18.18	93.89	13.77
2	854370	Electrical machines and apparatus; h	40.47	33.12	52.28	33.40	107.57	11.59	755.41	6416.18	222.08	21.70	1.34
3	854390	Electrical machines and apparatus; p	21.21	38.17	190.62	239.26	580.55	363.91	679.37	86.69	142.65	132.90	7.23
4	851419	Furnaces and ovens; electric, for ind	3.65	6.33	5.59	15.24	594.59	137.19	526.74	283.96	3801.44	202.42	7.41
5	870340	Vehicles; with both spark-ignition inte	35.02	86.88	293.99	390.89	323.67	222.83	277.20	24.40	-17.20	81.33	4.03
6	281410	Ammonia; anhydrous	294.58	641.65	1,246.5	604.14	469.66	279.46	232.32	-16.87	-22.26	9.12	5.85
7	841490	Pumps and compressors; parts, of ali	168.42	164.71	168.41	147.58	194.47	121.05	205.94	70.12	31.77	1.79	2.42
8	900290	Optical elements; n.e.c. in heading nk	0.25	0.28	28.35	78.94	274.40	74.50	191.20	156.65	247.60	610.50	3.42
9	840999	Engines; parts for internal combusti	174.21	218.55	241.35	243.39	253.27	148.03	156.61	5.80	4.06	8.94	3.16
10	392321	Ethylene polymers; sacks and bags (l	213.35	236.80	255.28	228.13	249.87	145.39	149.17	2.60	9.53	2.83	3.11
SUBTOTAL			1,048.1	1,660.2	4,338.6	3,332.0	4,153.5	2,029.5	4,306.9	112.21	24.66	41.21	51.75
OTHERS			2,903.8	3,928.2	4,599.5	3,697.8	3,873.4	2,132.2	2,339.5	9.72	4.75	5.29	48.25

Sumber: BPS, 2025 (diolah oleh Puska EIPP)

Gambar 5.
Negara Tujuan Ekspor EGs Indonesia,
Jan-Agt 2025



Pasar utama ekspor produk hijau Indonesia didominasi oleh AS dengan pangsa 27,30%, disusul Korea Selatan (10,96%) dan Singapura (7,79%) (Gambar 5). Kinerja ini menunjukkan meningkatnya permintaan global terhadap produk bernilai tambah yang mendukung efisiensi energi dan teknologi ramah lingkungan. Selain itu, peningkatan ekspor ke negara-negara tersebut juga mencerminkan adanya pergeseran pola perdagangan internasional ke arah produk yang memenuhi standar keberlanjutan dan emisi rendah. Negara-negara maju kini semakin selektif terhadap sumber impor mereka, sehingga produk Indonesia yang mampu memenuhi standar *Environmental Goods* (EGs) memiliki peluang lebih besar untuk bersaing di pasar global.

Melihat tren tersebut, Indonesia perlu memanfaatkan momentum ini dengan mengembangkan sektor-sektor yang memiliki peluang besar untuk mendukung pertumbuhan ekspor hijau di masa depan. Berikut beberapa sektor yang berpotensi mendorong ekspor *Environmental Goods* Indonesia.

- **Energi Terbarukan.** Sektor energi terbarukan menjadi salah satu pendorong penting dalam transisi ekonomi hijau Indonesia. Pemerintah terus memperluas investasi di bidang pembangkit listrik tenaga surya, bioenergi, dan kendaraan listrik (EV) untuk mengurangi ketergantungan pada energi fosil. Permintaan global terhadap EV meningkat pesat, mencapai lebih dari 14 juta unit pada tahun 2024 atau tumbuh sekitar 35% dibanding tahun sebelumnya (IEA, 2025). Sejalan dengan tren tersebut, ekspor produk teknologi hijau Indonesia juga menunjukkan peningkatan signifikan, Ekspor panel surya (HS 85414300) melonjak dari USD 6,59 juta pada 2020 menjadi USD 564,04 juta pada 2024 (BPS, 2025). Di sisi lain, nilai pasar global baterai kendaraan listrik diperkirakan tumbuh dari USD 144,3 miliar pada 2024 menjadi USD 322,2 miliar pada 2030 (GlobeNewswire, 2025).
- **Pertanian dan Kehutanan Berkelanjutan.** Sektor pertanian dan kehutanan memiliki peran penting dalam mendukung perdagangan hijau Indonesia. Produk kayu menjadi salah satu komoditas unggulan, nilai ekspornya mencapai USD 4,53 miliar pada 2024 (BPS, 2025). Sebagian besar industri kayu telah memenuhi standar keberlanjutan melalui sertifikasi SVLK dan FSC. Di sisi lain, komoditas seperti kopi, kakao, dan rempah-rempah juga memiliki potensi ekspor tinggi. Namun, penerapan sertifikasi keberlanjutan seperti Rainforest Alliance dan Fairtrade masih didominasi oleh eksportir besar dan belum banyak diakses oleh UMKM.
- **Sektor Manufaktur dan Teknologi Lingkungan.** Sektor manufaktur rendah karbon memiliki potensi besar dalam mendorong ekspor hijau Indonesia. Pada periode Januari–Agustus 2025, nilai ekspor besi dan baja (HS 72) mencapai USD 18,29 miliar, tumbuh sekitar 10,24% dibanding periode yang sama pada tahun sebelumnya (BPS, 2025). Beberapa perusahaan, seperti PT Gunung Raja Paksi (GRP), telah mulai beradaptasi dengan standar internasional melalui sertifikasi *Environmental Product Declaration* (EPD) untuk memenuhi ketentuan CBAM Uni Eropa.

Kebijakan Pemerintah Indonesia dalam Mendorong Perdagangan Produk “Hijau”

- **Ekolabel.** Ekolabel merupakan tanda yang menunjukkan bahwa suatu produk telah memenuhi standar lingkungan pada seluruh tahapan siklus hidupnya, mulai dari proses produksi, penggunaan, hingga pembuangan limbah. Berdasarkan Peraturan Menteri Lingkungan Hidup dan Kehutanan (Permen LHK) Nomor 2 Tahun 2014 tentang Pencantuman Logo Ekolabel, sertifikasi ini bersifat voluntary dan diterbitkan oleh Lembaga Sertifikasi Ekolabel (LSE) di bawah pengawasan Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK).
- **PROPER.** PROPER (Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan dalam Pengelolaan Lingkungan Hidup) merupakan sistem evaluasi yang dikembangkan oleh KLHK untuk menilai kinerja perusahaan dalam pengelolaan lingkungan dan tanggung jawab sosial. PROPER menilai perusahaan melalui lima peringkat warna yang mencerminkan tingkat kepatuhan dan inovasi lingkungan.
- **Green Sukuk.** Instrumen keuangan berkelanjutan yang diterbitkan oleh pemerintah Indonesia ini digunakan untuk membiayai berbagai proyek ramah lingkungan. Penerbitan Green Sukuk menjadi salah satu langkah konkret dalam mendukung pembiayaan hijau (*green finance*) dan menunjukkan komitmen Indonesia terhadap pembangunan berkelanjutan serta pengurangan emisi karbon.
- **Dokumen V-Legal Kayu.** Seluruh ekspor kayu dan produk turunannya dari Indonesia wajib disertai sertifikat Sistem Verifikasi Legalitas Kayu (SVLK) sebagai bentuk jaminan legalitas dan keberlanjutan produk. Kebijakan ini diatur dalam Peraturan Menteri Perdagangan (Permendag) Nomor 23 Tahun 2023 yang kemudian diperbarui melalui Permendag Nomor 11 Tahun 2024, dan menjadi salah satu instrumen penting untuk memperkuat posisi produk kayu Indonesia di pasar global, khususnya di kawasan Uni Eropa yang mensyaratkan legalitas dan *traceability* melalui mekanisme *FLEGT License*.



NEWSLETTER EKSPOR IMPOR

Oktober 2025

REDAKSI

Penanggung Jawab:
Bambang Jaka Setiawan

Redaktur:
Yudi Fadilah

Penyunting/Editor:
Sri Mulatsih
Rakhma

Sekretariat:
Ayu Wulandani

Penulis:
Tarman
Fitria Faradila
Sefiani Rayadiani
Fairuz Nur Khairunnisa
Jala Ridwan

Desain dan Tata Letak:
Sefiani Rayadiani
Fairuz Nur Khairunnisa