

ANALISIS PELUANG DAN TANTANGAN EKSPOR REMPAH-REMPAH INDONESIA KE KANADA

Dela Yulia Citra¹, Daspar²

^{1,2}Manajemen, Universitas Pelita Bangsa, Jawa Barat, Indonesia

¹delayuliacitra4641@gmail.com, ²daspar@pelitabangsa.ac.id

Abstract

Indonesia possesses a long-standing historical and ecological advantage as one of the world's leading producers of tropical spices. In recent years, global consumer preferences—particularly in developed countries such as Canada—have shifted toward organic, natural, and ethically sourced agricultural products, offering renewed export potential for Indonesian spices. This study aims to explore both the opportunities and structural challenges in penetrating the Canadian market, focusing on flagship commodities such as pepper, nutmeg, cinnamon, and cloves. Employing a descriptive qualitative approach with a case study method, the research draws from official trade statistics, regulatory frameworks, and secondary literature. Findings highlight the significant market potential supported by the Indonesia-Canada Comprehensive Economic Partnership Agreement (CEPA), diaspora-driven demand, and rising health consciousness among Canadian consumers. Nevertheless, numerous obstacles remain, including strict regulatory standards by the Canadian Food Inspection Agency (CFIA), inconsistencies in product quality, and limited international branding of Indonesian spices. A strategic shift from volume-based exports to a value-added, certification-oriented, and culturally embedded approach is deemed essential.

Keywords: Indonesian spices, export strategy, Canada, agricultural trade, trade barriers, CEPA

Abstrak

Indonesia memiliki keunggulan historis dan ekologis sebagai salah satu produsen rempah-rempah tropis utama di dunia. Seiring dengan pergeseran preferensi konsumen global, khususnya di negara maju seperti Kanada, terhadap produk pertanian yang alami, organik, dan berkelanjutan, peluang ekspor rempah-rempah Indonesia kembali terbuka lebar. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji secara mendalam peluang dan tantangan ekspor rempah Indonesia ke pasar Kanada dengan fokus pada komoditas utama seperti lada, pala, kayu manis, dan cengkeh. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dan metode studi kasus, kajian ini memanfaatkan data sekunder dari statistik resmi perdagangan, kebijakan bilateral, serta literatur ilmiah terkini. Hasil analisis menunjukkan bahwa perjanjian perdagangan CEPA, kesadaran kesehatan masyarakat Kanada, dan keberadaan diaspora Asia Tenggara memberikan potensi yang besar bagi penetrasi pasar. Namun demikian, hambatan struktural masih cukup dominan, mencakup regulasi ketat dari Canadian Food Inspection Agency (CFIA), lemahnya sistem sertifikasi, inkonsistensi

Article history

Received: Juni 2025

Reviewed: Juni 2025

Published: Juni 2025

Plagiarism checker no 80

Doi : prefix doi :

[10.8734/musytari.v1i2.365](https://doi.org/10.8734/musytari.v1i2.365)

Copyright : author

Publish by : musytari



This work is licensed under a [creative commons attribution-noncommercial 4.0 international license](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

mutu produk, serta rendahnya promosi dan citra merek rempah Indonesia di pasar internasional. Untuk itu, diperlukan transformasi strategi ekspor dari orientasi volume menuju penguatan nilai tambah, sertifikasi, dan narasi budaya yang kuat.

Kata Kunci: Rempah-rempah Indonesia, strategi ekspor, Kanada, perdagangan agrikultur, hambatan perdagangan, CEPA

PENDAHULUAN

Sejak abad ke-15, Indonesia telah mencatatkan dirinya dalam sejarah sebagai pusat perdagangan rempah-rempah dunia yang strategis. Keberadaan komoditas seperti pala, cengkeh, lada, dan kayu manis bukan hanya menjadi pendorong utama perniagaan lintas samudera, tetapi juga menjadi alasan utama bangsa-bangsa Eropa datang dan menjajah wilayah Nusantara. Potensi alam Indonesia yang subur dan beriklim tropis memungkinkan tumbuhnya aneka tanaman rempah dengan kualitas tinggi, menjadikan wilayah ini sebagai lumbung emas bagi sektor agrikultur berbasis ekspor. Namun, seiring dengan dinamika globalisasi dan liberalisasi perdagangan, dominasi Indonesia di pasar rempah internasional mengalami tantangan serius, terutama dari negara-negara pesaing seperti India, Vietnam, dan Sri Lanka yang secara agresif memperkuat daya saing produk mereka melalui teknologi, inovasi, dan efisiensi distribusi (Anggrasari & Mulyo, 2019).

Dalam konteks perdagangan global saat ini, permintaan akan produk-produk alami dan berbasis herbal menunjukkan peningkatan yang signifikan, didorong oleh perubahan gaya hidup masyarakat dunia yang semakin sadar akan pentingnya konsumsi pangan sehat dan alami. Kanada, sebagai negara berpenghasilan tinggi dengan tingkat urbanisasi yang tinggi dan populasi multietnis, menjadi salah satu pasar potensial untuk produk rempah Indonesia. Preferensi konsumen Kanada terhadap bahan makanan yang bersifat organik, etnik, dan ramah lingkungan menunjukkan peluang besar bagi negara-negara produsen untuk melakukan penetrasi pasar yang lebih mendalam. Fenomena ini tidak sekadar mencerminkan tren konsumsi sesaat, melainkan merupakan transformasi kultural dalam pola makan dan kesehatan masyarakat urban (Anggrasari, Cahyasita, & Aisyah, 2023).

Namun, peluang yang terbuka lebar ini tidak serta merta dapat dimanfaatkan secara maksimal oleh Indonesia. Di balik prospek yang menjanjikan, terdapat tantangan struktural dan teknis yang memerlukan kesiapan menyeluruh dari berbagai pemangku kepentingan, baik di sektor pemerintah, swasta, maupun pelaku usaha mikro dan menengah. Regulasi ketat dari Canadian Food Inspection Agency (CFIA) mengenai aspek sanitasi, keamanan pangan, serta pelabelan menjadi rintangan utama yang harus dihadapi eksportir rempah Indonesia. Di samping itu, lemahnya citra merek (brand image) produk rempah Indonesia di pasar global menyebabkan posisi produk dalam rantai pasok dunia cenderung berada di hilir, sekadar sebagai komoditas mentah dengan nilai tambah rendah (Zuhdi, Rahmadona, & Maulana, 2021). Minimnya diversifikasi produk dan lemahnya kemampuan pengemasan modern turut memperburuk daya saing Indonesia di hadapan negara-negara pesaing.

Guna merespons tantangan tersebut, Indonesia tengah menjalin kerja sama ekonomi strategis dengan Kanada dalam bentuk Perjanjian Kemitraan Ekonomi Komprehensif atau Comprehensive Economic Partnership Agreement (CEPA). Perjanjian ini dipandang sebagai langkah diplomatik sekaligus strategis untuk memperluas akses pasar sekaligus mengupayakan penghapusan atau pengurangan tarif yang selama ini membebani ekspor rempah-rempah Indonesia. Namun demikian, keberhasilan CEPA tidak cukup hanya bergantung pada aspek kebijakan makro, melainkan juga memerlukan kesiapan dari pelaku usaha dalam memenuhi standar teknis dan administratif yang berlaku di pasar Kanada. Tanpa peningkatan kapasitas

dan literasi ekspor dari sektor usaha lokal, peluang dari CEPA hanya akan menjadi potensi yang tak tergarap maksimal (Anggrasari, Cahyasita, & Aisyah, 2023).

Dalam lanskap perdagangan internasional modern yang sarat kompetisi, komoditas rempah tidak lagi cukup hanya dijual dalam bentuk mentah. Daya saing kini bergeser pada nilai tambah, inovasi, keberlanjutan, dan pemenuhan standar kualitas global. Oleh karena itu, dibutuhkan kajian mendalam mengenai bagaimana Indonesia dapat mengoptimalkan peluang ekspor rempah-rempah ke Kanada dengan memperhitungkan seluruh aspek yang memengaruhi, mulai dari regulasi, tren permintaan konsumen, strategi pemasaran, hingga diplomasi ekonomi. Artikel ini hadir untuk menjawab kebutuhan tersebut melalui analisis menyeluruh terhadap peluang dan tantangan yang dihadapi Indonesia dalam menembus pasar Kanada, yang pada gilirannya diharapkan dapat menjadi referensi strategis bagi pelaku usaha, akademisi, dan pembuat kebijakan dalam merumuskan arah pengembangan ekspor rempah Indonesia ke kawasan Amerika Utara (Zuhdi et al., 2021; Anggrasari & Mulyo, 2019).

TINJAUAN PUSTAKA

Ekspor Rempah-Rempah Indonesia

Indonesia secara historis dikenal sebagai pusat produksi dan perdagangan rempah-rempah dunia. Komoditas seperti pala dari Maluku, cengkeh dari Ternate dan Tidore, serta lada dari Lampung telah mengundang perhatian bangsa-bangsa asing sejak berabad-abad silam. Keberadaan kekayaan hayati ini tidak hanya berkontribusi pada narasi sejarah global, tetapi juga menjadi pilar ekonomi agrikultur Indonesia hingga kini. Menurut Anggrasari dan Mulyo (2019), meskipun Indonesia masih menduduki peringkat strategis sebagai eksportir rempah-rempah, namun ketergantungan terhadap komoditas mentah tanpa nilai tambah yang signifikan menjadi tantangan tersendiri. Selain itu, keberlanjutan pasokan yang tidak stabil, perbedaan mutu antar daerah, serta terbatasnya teknologi pascapanen menjadikan komoditas ini rentan terhadap fluktuasi pasar global dan perubahan kebijakan negara mitra dagang. Daya saing komoditas rempah Indonesia lebih banyak bertumpu pada kuantitas dan keragaman hayati, bukan pada diferensiasi kualitas atau inovasi produk, yang seharusnya menjadi kekuatan utama di era perdagangan modern.

Permintaan Global dan Peluang di Pasar Kanada

Dalam dua dekade terakhir, terjadi pergeseran signifikan dalam pola konsumsi global menuju produk-produk yang berbasis alam, berkelanjutan, dan organik. Perubahan perilaku konsumen ini bukan hanya bersifat lokal, melainkan telah menjadi tren global yang mencakup negara-negara maju seperti Kanada. Negara ini memiliki populasi yang multietnik dan kosmopolitan, yang secara alami terbuka terhadap berbagai jenis produk makanan etnik, termasuk rempah-rempah dari Asia Tenggara. Anggrasari, Cahyasita, dan Aisyah (2023) menggarisbawahi bahwa Kanada merupakan pasar dengan preferensi yang tinggi terhadap produk yang tidak hanya memiliki keunikan rasa, tetapi juga memenuhi standar keamanan pangan yang ketat serta sertifikasi lingkungan dan sosial. Kepekaan konsumen Kanada terhadap isu-isu seperti fair trade, produk organik, dan keberlanjutan membuat pasar ini sangat potensial bagi ekspor rempah-rempah Indonesia, asal mampu memenuhi ekspektasi kualitas dan transparansi rantai pasok.

Selain itu, Kanada juga memiliki kebijakan perdagangan terbuka yang mendorong diversifikasi impor, khususnya untuk produk agrikultur yang tidak dapat diproduksi secara domestik karena keterbatasan iklim. Hal ini memperkuat posisi Indonesia sebagai pemasok alternatif yang menjanjikan. Namun demikian, penetrasi pasar yang efektif tidak dapat hanya bergantung pada keunggulan komoditas itu sendiri, melainkan juga pada kecakapan dalam membaca karakteristik pasar sasaran, membangun citra merek, dan melakukan diplomasi dagang yang adaptif terhadap perubahan regulasi (Zuhdi, Rahmadona, & Maulana, 2021).

Hambatan Non-Tarif dan Regulasi Ekspor

Di tengah peluang besar tersebut, eksportir Indonesia dihadapkan pada berbagai hambatan non-tarif yang bersifat teknis dan administratif. Canadian Food Inspection Agency (CFIA), sebagai otoritas pengawasan pangan di Kanada, menetapkan standar keamanan yang sangat ketat untuk setiap produk impor, termasuk rempah-rempah.

Persyaratan seperti batas maksimum residu pestisida, bebas kontaminasi logam berat, serta pelabelan yang sesuai dengan undang-undang makanan Kanada menjadi prasyarat utama yang harus dipenuhi. Zuhdi, Rahmadona, dan Maulana (2021) menyatakan bahwa salah satu penyebab utama lemahnya ekspor rempah Indonesia ke pasar negara maju terletak pada rendahnya pemahaman pelaku usaha terhadap standar teknis internasional serta minimnya dukungan institusional dalam proses sertifikasi dan pengujian mutu.

Selain itu, rendahnya tingkat pengolahan produk rempah di dalam negeri membuat nilai ekspor Indonesia seringkali kalah bersaing dari negara lain yang sudah mengembangkan produk-produk turunan bernilai tambah tinggi seperti minyak atsiri, bubuk rempah siap pakai, maupun ekstrak herbal untuk industri farmasi dan kecantikan. Di era perdagangan bebas berbasis kualitas dan keberlanjutan, sekadar mengekspor bahan mentah bukan lagi pilihan strategis. Diperlukan pendekatan holistik yang melibatkan transformasi rantai pasok dari hulu ke hilir, termasuk penguatan sistem logistik, traceability produk, dan edukasi pasar.

Perjanjian Perdagangan Indonesia-Kanada (CEPA)

Menjawab tantangan tersebut, Indonesia dan Kanada tengah menjajaki penyusunan Comprehensive Economic Partnership Agreement (CEPA), yang bertujuan untuk meningkatkan hubungan dagang secara menyeluruh dan jangka panjang. Perjanjian ini diproyeksikan akan memberikan berbagai insentif perdagangan, seperti pengurangan tarif bea masuk, perlindungan investasi, dan harmonisasi regulasi perdagangan. Menurut Anggrasari, Cahyasita, dan Aisyah (2023), keberadaan CEPA dapat menjadi katalis penting dalam mendorong pertumbuhan ekspor rempah-rempah Indonesia, asalkan implementasinya disertai kesiapan struktural dari pelaku industri dan pembuat kebijakan.

Namun demikian, CEPA bukanlah jaminan keberhasilan otomatis. Efektivitasnya sangat ditentukan oleh kesiapan internal, termasuk kesanggupan dalam memenuhi protokol sanitasi dan fitosanitasi (SPS), serta peningkatan kapasitas lembaga-lembaga sertifikasi dalam negeri. Tanpa intervensi kebijakan yang tepat dan sinergi lintas sektor, potensi CEPA hanya akan menjadi peluang yang tak kunjung terealisasi. Oleh karena itu, pemanfaatan perjanjian dagang seperti CEPA harus diiringi dengan reformasi kebijakan nasional, pembangunan infrastruktur perdagangan, dan penguatan diplomasi ekonomi.

Analisis SWOT dalam Strategi Ekspor

Analisis SWOT merupakan pendekatan strategis yang digunakan untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal dalam proses perumusan kebijakan atau perencanaan bisnis. Dalam konteks ekspor rempah Indonesia ke Kanada, kekuatan utama terletak pada kekayaan keanekaragaman hayati yang belum tentu dimiliki negara lain. Selain itu, rempah Indonesia memiliki nilai historis dan budaya yang dapat dimanfaatkan dalam narasi pemasaran produk (Asrol & Heriyanto, 2017). Di sisi lain, kelemahan utama mencakup ketidaksesuaian standar mutu antar daerah, keterbatasan dalam penerapan teknologi agroindustri, serta rendahnya literasi pasar global di kalangan UKM.

Peluang pasar Kanada terbuka lebar mengingat orientasi konsumen yang pro terhadap pangan sehat dan alami, namun jika tidak diantisipasi dengan strategi peningkatan mutu, maka ancaman dari kompetitor seperti India, Vietnam, dan China akan sulit dihadapi. Negara-negara tersebut telah terlebih dahulu melakukan transformasi industri berbasis inovasi dan branding global. Oleh karena itu, analisis SWOT harus diterjemahkan ke dalam strategi konkret, seperti peningkatan kapasitas produksi berbasis standar GAP (Good Agricultural Practices), adopsi

teknologi pengemasan, serta promosi digital yang menysasar konsumen diaspora dan komunitas multikultural di Kanada.

Strategi Peningkatan Daya Saing Ekspor

Peningkatan daya saing bukan hanya perkara memperbesar volume produksi, melainkan bagaimana membangun sistem yang mendukung penciptaan nilai tambah secara berkelanjutan. Leuhery (2022) menekankan pentingnya penguatan pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) melalui berbagai program peningkatan kapasitas, pelatihan ekspor, fasilitasi sertifikasi, serta perluasan jejaring dagang. Dalam konteks rempah-rempah, penguatan dari sisi hulu (budidaya dan panen) hingga hilir (pengolahan, pengemasan, dan pemasaran) menjadi krusial. Digitalisasi juga menjadi elemen kunci dalam membuka akses pasar, mempercepat distribusi informasi, serta membangun branding yang kuat di pasar internasional.

Pemerintah perlu hadir secara aktif dalam membangun ekosistem ekspor rempah yang inklusif, melalui kolaborasi dengan sektor swasta, akademisi, lembaga sertifikasi, dan asosiasi dagang. Dengan membangun rantai nilai yang efisien dan adaptif terhadap dinamika global, Indonesia tidak hanya mampu mempertahankan eksistensi sebagai negara produsen rempah, tetapi juga mengukuhkan diri sebagai pemimpin dalam perdagangan produk agrikultur berbasis nilai dan budaya.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini disusun dengan pendekatan kualitatif-deskriptif, menggunakan metode studi kasus sebagai strategi utama untuk mendalami fenomena ekspor rempah-rempah Indonesia ke pasar Kanada. Studi kasus dipilih karena pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk mengkaji secara mendalam realitas kompleks yang dihadapi oleh para pelaku ekspor rempah, baik dari sisi peluang maupun tantangan, dalam konteks hubungan perdagangan bilateral antara Indonesia dan Kanada. Metode ini juga memungkinkan pengungkapan nuansa sosial, ekonomi, politik, dan regulatif yang tidak bisa dijelaskan secara kuantitatif semata. Pendekatan ini bersifat fleksibel namun tetap sistematis, sehingga dapat mengakomodasi berbagai data dan informasi yang bersumber dari beragam dokumen dan aktor kebijakan.

Objek kajian dalam penelitian ini berfokus pada empat komoditas rempah utama Indonesia, yaitu lada (*Piper nigrum*), pala (*Myristica fragrans*), kayu manis (*Cinnamomum verum*), dan cengkeh (*Syzygium aromaticum*). Keempat komoditas tersebut dipilih berdasarkan kontribusinya yang signifikan terhadap nilai ekspor pertanian Indonesia serta historisitasnya sebagai produk unggulan dalam perdagangan global sejak masa kolonial. Masing-masing komoditas dianalisis dalam konteks rantai pasok, hambatan pasar, serta prospek pengembangan ekspornya menuju pasar Kanada yang semakin selektif dan kompetitif.

Pengumpulan data dilakukan melalui metode dokumentasi, yang mencakup studi literatur, telaah kebijakan, serta penelusuran data sekunder dari berbagai sumber kredibel. Literatur ilmiah diperoleh dari jurnal-jurnal nasional dan internasional yang relevan dengan topik perdagangan agrikultur dan ekspor rempah, yang diakses melalui platform Google Scholar dan ResearchGate. Sumber data statistik dikompilasi dari Badan Pusat Statistik (BPS), Kementerian Perdagangan Republik Indonesia, International Trade Centre (ITC), serta UN Comtrade Database yang menyediakan data agregat maupun terperinci terkait arus ekspor-impor Indonesia-Kanada. Sementara itu, informasi regulatif dan teknis mengenai ketentuan impor rempah oleh Kanada diperoleh dari situs resmi Canadian Food Inspection Agency (CFIA), termasuk dokumen mengenai standar keamanan pangan, persyaratan pelabelan, serta pedoman sanitasi dan fitosanitasi.

Dalam pengolahan data, peneliti menggunakan teknik analisis konten (content analysis) yang dikombinasikan dengan pendekatan deskriptif-kritis untuk mengidentifikasi pola dan kecenderungan dalam dinamika ekspor rempah. Proses analisis dilakukan melalui beberapa tahap: (1) kategorisasi isu berdasarkan dimensi peluang dan tantangan; (2) pemetaan regulasi teknis yang relevan dengan hambatan non-tarif di Kanada; (3) evaluasi kebijakan perdagangan bilateral seperti CEPA; dan (4) penyusunan sintesis berupa rekomendasi strategis berbasis hasil kajian. Dalam konteks ini, analisis tidak hanya diarahkan pada interpretasi data statistik semata, tetapi juga menyertakan dimensi normatif dan kebijakan, sehingga memberikan gambaran yang menyeluruh dan bersifat aplikatif.

Studi kasus ini secara spesifik menyoroti potensi pemanfaatan Perjanjian Kemitraan Ekonomi Komprehensif (CEPA) antara Indonesia dan Kanada sebagai sarana untuk memperluas penetrasi pasar rempah Indonesia. Aspek yang dianalisis meliputi sejauh mana perjanjian ini mampu menghapus hambatan tarif, memperlonggar ketentuan non-tarif, serta mendorong penciptaan ekosistem perdagangan yang inklusif dan kompetitif bagi pelaku usaha nasional, khususnya UKM yang bergerak di bidang rempah-rempah. Analisis difokuskan pula pada kesiapan domestik Indonesia dalam memenuhi tuntutan pasar global, seperti penerapan sertifikasi Good Agricultural Practices (GAP), Hazard Analysis and Critical Control Points (HACCP), serta standar mutu ISO dan sertifikasi organik internasional.

Kredibilitas dan validitas data dijaga dengan melakukan triangulasi sumber, yaitu membandingkan dan mengonfirmasi informasi dari berbagai dokumen resmi dan publikasi ilmiah yang saling melengkapi. Dalam hal ini, data statistik dari lembaga internasional seperti ITC dan UN Comtrade dibandingkan dengan data nasional dari BPS dan Kementerian Perdagangan untuk memastikan konsistensi angka dan tren yang ditampilkan. Selain itu, validasi substansi kebijakan juga dilakukan melalui analisis peraturan-peraturan teknis yang diterbitkan oleh CFIA dan lembaga pengatur lainnya.

Hasil dari proses metodologis ini diharapkan dapat menyajikan pemahaman yang lebih menyeluruh mengenai lanskap ekspor rempah Indonesia, tidak hanya dari sisi angka dan tren, tetapi juga dari segi hambatan struktural, peluang kebijakan, serta strategi adaptif yang dapat ditempuh oleh pemangku kepentingan. Dengan demikian, penelitian ini dapat memberikan kontribusi praktis dan teoretis dalam perumusan kebijakan perdagangan agrikultur nasional yang lebih tangguh dan berorientasi global.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Potensi ekspor rempah-rempah Indonesia ke Kanada mengalami dinamika yang kian signifikan seiring dengan meningkatnya orientasi konsumen global terhadap pangan berbasis alam dan produk etnik. Kanada, sebagai salah satu negara dengan keberagaman etnokultural yang tinggi, memberikan peluang strategis bagi negara seperti Indonesia yang memiliki keunggulan komparatif dalam hal keragaman hayati dan sejarah panjang produksi rempah. Namun demikian, posisi Indonesia dalam rantai nilai ekspor rempah dunia, khususnya di Kanada, masih relatif marginal dibandingkan negara kompetitor utama seperti India, Vietnam, dan Sri Lanka. Kondisi ini merefleksikan adanya ketidakseimbangan antara potensi domestik dan kapabilitas ekspor yang belum terkelola secara optimal.

Peluang Ekspor Rempah Indonesia ke Pasar Kanada

Tren konsumen Kanada yang mengedepankan kualitas, keamanan pangan, dan keberlanjutan membuka ruang ekspansi pasar bagi rempah Indonesia, terlebih untuk komoditas yang telah memiliki sejarah panjang dalam peradaban kuliner dunia seperti pala, cengkeh, lada, dan kayu manis. Produk-produk ini tidak hanya digunakan dalam industri pangan, tetapi juga dalam kosmetika, farmasi, dan aromaterapi, sektor-sektor yang tengah berkembang pesat di Kanada. Kecenderungan konsumen Kanada yang lebih menyukai produk organik dan

bersertifikasi telah menciptakan pasar yang menuntut integritas dan transparansi rantai pasok, memberikan peluang sekaligus tantangan struktural bagi eksportir Indonesia.

Sejalan dengan itu, inisiatif diplomatik dalam bentuk Perjanjian Kemitraan Ekonomi Komprehensif (Comprehensive Economic Partnership Agreement/CEPA) antara Indonesia dan Kanada dapat menjadi kerangka kerja yang krusial untuk mereduksi hambatan tarif dan mendorong peningkatan volume ekspor. Dengan adanya CEPA, eksportir Indonesia berpeluang menikmati fasilitas preferensi tarif, simplifikasi proses bea cukai, dan pengakuan terhadap standar mutu nasional oleh pihak Kanada. Meski demikian, manfaat nyata dari perjanjian ini sangat ditentukan oleh kesiapan teknis dan administratif pelaku usaha dalam negeri. Tanpa reformasi mendasar dalam manajemen mutu, sistem sertifikasi, dan strategi pemasaran, peluang ini dapat menjadi tidak lebih dari sebatas wacana kebijakan.

Keberadaan diaspora Asia Tenggara di Kanada juga menjadi katalisator dalam pembentukan ceruk pasar bagi produk rempah asal Indonesia. Komunitas imigran sering kali mempertahankan preferensi kuliner dari tanah asal, yang berdampak pada tingginya permintaan terhadap produk-produk tradisional seperti rempah-rempah. Potensi ini perlu dimanfaatkan melalui strategi distribusi yang tepat sasaran dan branding produk yang mengedepankan nilai budaya, autentisitas, serta keunggulan kualitas.

Tantangan Struktural dalam Ekspor Rempah ke Kanada

Meskipun peluang pasar Kanada tampak menjanjikan, terdapat serangkaian tantangan mendasar yang harus dihadapi oleh eksportir Indonesia. Salah satu kendala utama terletak pada regulasi ketat yang diberlakukan oleh otoritas Kanada, khususnya Canadian Food Inspection Agency (CFIA). Lembaga ini menetapkan parameter teknis yang sangat rinci terkait keamanan pangan, standar sanitasi, pelabelan, serta batas residu pestisida yang diizinkan dalam produk impor. Banyak pelaku usaha rempah di Indonesia, terutama dari sektor usaha kecil dan menengah, belum memiliki kapasitas teknis dan finansial untuk memenuhi persyaratan tersebut secara konsisten.

Selain itu, keterbatasan dalam infrastruktur logistik dan pascapanen turut memperburuk posisi daya saing Indonesia. Sistem pengemasan yang belum memenuhi standar internasional, ketidakteraturan dalam proses penyimpanan, serta praktik pertanian yang belum terstandarisasi menyebabkan fluktuasi kualitas produk. Ini menjadikan produk rempah Indonesia kurang dapat diandalkan dari sisi konsistensi mutu, aspek yang sangat vital dalam industri ekspor modern. Di samping itu, lemahnya promosi dan branding produk rempah Indonesia di pasar global membuat komoditas unggulan ini kerap terjebak dalam perdagangan komoditas mentah yang bernilai tambah rendah.

Tantangan lain muncul dari aspek harga. Produk rempah Indonesia sering kali kalah dalam aspek harga dan efisiensi logistik dibandingkan negara-negara pesaing. Negara seperti India telah berhasil menciptakan sistem agroindustri rempah yang terintegrasi, dari budidaya, pengolahan, hingga distribusi global, didukung oleh kebijakan insentif yang progresif dan berkelanjutan. Sementara itu, Indonesia masih menghadapi kesenjangan antara sektor hulu dan hilir yang menyebabkan tingginya biaya logistik dan lemahnya efisiensi produksi.

Analisis SWOT Ekspor Rempah Indonesia ke Kanada

Untuk memahami secara holistik posisi Indonesia dalam menembus pasar rempah Kanada, digunakan pendekatan SWOT sebagai alat analisis strategis:

Strengths (Kekuatan): Indonesia memiliki warisan budaya dan sejarah panjang dalam budidaya dan pemanfaatan rempah, dengan keanekaragaman hayati yang tidak tertandingi. Posisi geografis dan iklim tropis mendukung kontinuitas produksi sepanjang tahun. Selain itu, sejumlah daerah telah menunjukkan komitmen dalam menjaga kualitas melalui sertifikasi lokal dan praktik pertanian berkelanjutan.

Weaknesses (Kelemahan): Tantangan terbesar datang dari aspek teknis dan manajerial, termasuk rendahnya tingkat adopsi teknologi dalam pertanian dan pascapanen, serta ketidakmerataan mutu produk. Ketiadaan sistem sertifikasi yang terakreditasi internasional juga menjadi hambatan, selain keterbatasan akses pembiayaan dan rendahnya kapasitas promosi global.

Opportunities (Peluang): Tren global terhadap konsumsi pangan sehat, alami, dan etnik menjadi peluang strategis. CEPA menjadi jalur kebijakan yang dapat membuka akses pasar dan meningkatkan volume perdagangan. Meningkatnya kesadaran akan keberlanjutan juga membuka ceruk pasar untuk produk bersertifikasi organik dan fair trade.

Threats (Ancaman): Persaingan ketat dari negara produsen lain, perubahan kebijakan proteksionis dari negara mitra dagang, serta fluktuasi harga global dapat menjadi ancaman serius. Ketergantungan pada pasar komoditas mentah juga meningkatkan kerentanan terhadap gejolak pasar internasional.

Studi Kasus: Ekspor Lada dan Pala Indonesia

Ekspor Lada

Sebagai salah satu komoditas utama rempah Indonesia, lada memiliki kontribusi signifikan terhadap perekonomian pertanian nasional. Berdasarkan data BPS dan ITC, ekspor lada Indonesia masih terkonsentrasi di negara-negara Asia dan Eropa, dengan Vietnam, India, dan Amerika Serikat sebagai tujuan utama. Meskipun Kanada bukan negara tujuan dominan, terdapat sinyalemen peluang untuk penetrasi pasar apabila dilakukan melalui pendekatan yang lebih adaptif dan berbasis mutu.

Selama periode 2019-2023, volume ekspor lada mengalami fluktuasi, dipengaruhi oleh faktor produksi domestik, iklim, serta perubahan harga di pasar dunia. Penurunan ekspor pada tahun 2023 dibandingkan tahun sebelumnya menunjukkan adanya keperluan untuk diversifikasi pasar dan perbaikan kualitas pasokan. Dalam konteks Kanada, pendekatan yang dapat dilakukan meliputi penyusunan narasi promosi yang menekankan pada keunikan rasa, sumber asal (origin traceability), dan kesesuaian produk terhadap tren konsumen lokal.

Ekspor Pala

Sebagai produsen utama pala dunia, Indonesia memiliki posisi strategis dalam perdagangan global komoditas ini. Namun, dominasi tersebut belum sepenuhnya tercermin dalam nilai tambah ekspor, karena masih banyak produk yang dijual dalam bentuk mentah. Upaya ekspor langsung dari daerah produksi seperti yang dilakukan di Ambon pada 2023 menunjukkan arah perkembangan yang positif.

Permintaan pasar Kanada terhadap pala berkualitas tinggi dapat diarahkan pada segmen industri makanan dan minuman premium, serta industri farmasi dan wellness. Sertifikasi organik dan narasi keberlanjutan dapat dijadikan alat penetrasi pasar yang efektif. Selain itu, promosi berbasis digital dan partisipasi dalam pameran dagang internasional di Kanada dapat memperkuat eksistensi produk Indonesia di tengah dominasi merek global.

KESIMPULAN

Ekspor rempah-rempah Indonesia ke Kanada mencerminkan dinamika yang kompleks antara potensi besar di sisi domestik dengan tantangan struktural dalam rantai perdagangan global. Keunggulan komparatif Indonesia dalam keanekaragaman hayati dan sejarah panjang sebagai penghasil rempah dunia belum sepenuhnya terkonversi menjadi keunggulan kompetitif yang berkelanjutan di pasar Kanada. Meskipun terdapat tren positif terhadap konsumsi produk alami, organik, dan etnik di Kanada, Indonesia belum mampu memanfaatkan peluang ini secara optimal karena masih dihadapkan pada sejumlah hambatan teknis dan non-teknis.

Regulasi ketat yang diberlakukan oleh Canadian Food Inspection Agency (CFIA), seperti standar sanitasi, keamanan pangan, dan pelabelan, menjadi tantangan utama yang belum sepenuhnya mampu direspons oleh pelaku usaha di Indonesia, khususnya pelaku UMKM. Di samping itu, kelemahan pada aspek pemrosesan pascapanen, pengemasan, serta ketidakteraturan dalam kualitas produk menjadi penghalang bagi perluasan akses pasar ke Kanada. Ketidakterlibatan aktif dalam promosi dan minimnya kesadaran terhadap pentingnya sertifikasi internasional semakin memperlemah posisi tawar produk rempah Indonesia di tengah ketatnya persaingan global, terutama dengan negara seperti India dan Vietnam yang telah lebih dahulu membangun ekosistem ekspor yang terintegrasi.

Meskipun demikian, studi terhadap ekspor komoditas seperti lada dan pala selama periode 2019-2023 menunjukkan bahwa terdapat landasan kuat bagi pengembangan ekspor yang lebih terarah dan bernilai tambah tinggi. Kinerja ekspor lada dari Bangka Belitung yang meningkat serta ekspor pala langsung dari Maluku ke Tiongkok menjadi indikasi awal bahwa daerah-daerah penghasil rempah di Indonesia telah memiliki kapasitas untuk memasuki pasar internasional secara lebih mandiri. Ini menjadi preseden penting bagi pengembangan strategi serupa yang diarahkan ke pasar Kanada, dengan penekanan pada sertifikasi, kualitas, dan keberlanjutan.

Perjanjian Kemitraan Ekonomi Komprehensif (CEPA) antara Indonesia dan Kanada menjadi instrumen potensial yang dapat membuka jalur baru bagi peningkatan volume dan nilai ekspor rempah. Namun, keberhasilan implementasi CEPA sangat bergantung pada kesiapan domestik—termasuk penyesuaian kebijakan, perbaikan infrastruktur ekspor, serta pelatihan dan pendampingan kepada pelaku usaha. Pendekatan berbasis volume ekspor perlu diorientasikan ke arah pendekatan berbasis nilai tambah, dengan strategi branding yang mengangkat nilai budaya, keaslian produk, serta aspek keberlanjutan.

Oleh karena itu, diperlukan sinergi antara pemerintah pusat dan daerah, pelaku usaha, akademisi, serta komunitas diaspora di Kanada untuk menciptakan sistem perdagangan rempah yang tangguh dan responsif terhadap permintaan pasar global. Pemanfaatan platform digital dan e-commerce, fasilitasi pembiayaan ekspor bagi UMKM, serta penyusunan roadmap sertifikasi organik dan fair trade menjadi langkah krusial dalam akselerasi transformasi sektor rempah nasional. Dengan strategi yang menyeluruh dan berbasis kolaborasi lintas sektor, rempah-rempah Indonesia memiliki peluang besar untuk menegaskan kembali posisinya sebagai komoditas unggulan yang tidak hanya berakar pada sejarah, tetapi juga mampu bersaing di era perdagangan global yang semakin kompleks dan terstandarisasi.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Anggrasari, H., & Mulyo, J. H. (2019). The trade of Indonesian spice commodities in international market. *Agro Ekonomi*, 30(1), 13-26.
- [2] Anggrasari, H., Cahyasita, D., & Aisyah, D. D. (2023). The effect of Indonesian spice export trade liberalization on competition and competitiveness in international markets. *Jurnal Agribisnis Terpadu*, 16(1), 98-111.
- [3] Asrol, A., & Heriyanto, H. (2017). Daya saing ekspor pala Indonesia di pasar internasional. *Dinamika Pertanian*, 33(2), 179-188.
- [4] Leuhery, F. (2022). Analisis pengaruh lingkungan usaha dan motivasi terhadap kinerja pelaku usaha mikro kecil dan menengah binaan Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Maluku. *JUEB: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 1(2), 44-51.
- [5] Zuhdi, F., Rahmadona, L., & Maulana, A. S. (2021). The export competitiveness of Indonesian spices to European Union-15. *Agric*, 32(2), 139-162.