

ANALISIS PELUANG DAN TANTANGAN PERDAGANGAN INTERNASIONAL KOMODITAS PADI : STUDI KASUS INDONESIA DAN JEPANG

Esti wahyuningsih¹, Daspar²

Manajemen, Universitas Pelita Bangsa, Bekasi

E-mail: Estiwahyuningsih40@gmail.com¹, daspar@pelitabangsa.ac.id²

ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji peluang dan tantangan dalam perdagangan beras antara Indonesia dan Jepang, serta merumuskan strategi peningkatan ekspor beras Indonesia ke pasar Jepang. Meskipun Indonesia merupakan salah satu produsen padi terbesar di dunia, kontribusinya dalam perdagangan beras global masih sangat terbatas, khususnya ke Jepang. Di sisi lain, Jepang memiliki permintaan tinggi terhadap beras berkualitas premium dan organik, namun juga menerapkan standar mutu dan keamanan pangan yang sangat ketat. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan data sekunder dari BPS, WITS, dan FAO. Hasil analisis menunjukkan bahwa peluang ekspor padi Indonesia terletak pada pasar beras organik dan premium, dukungan kerja sama regional seperti APEC, serta potensi kolaborasi teknologi pertanian. Tantangan utamanya meliputi sertifikasi yang belum terstandardisasi, logistik yang tidak efisien, dan minimnya promosi produk. Oleh karena itu, diperlukan strategi mulai dari peningkatan kualitas, diplomasi dagang, hingga efisiensi rantai pasok untuk memperkuat daya saing ekspor padi Indonesia ke Jepang.

Kata kunci

Perdagangan internasional, ekspor beras, padi, Indonesia, Jepang, strategi ekspor, pertanian.

ABSTRACT

This study examines the opportunities and challenges in rice trade between Indonesia and Japan, and formulates a strategy to increase Indonesian rice exports to the Japanese market. Although Indonesia is one of the largest rice producers in the world, its contribution to the global rice trade is still very limited, especially to Japan. On the other hand, Japan has a high demand for premium and organic quality rice, but also applies very strict quality and food safety standards. This study uses a qualitative descriptive approach with secondary data from BPS, WITS, and FAO. The results of the analysis show that Indonesia's rice export opportunities lie in the organic and premium rice markets, support for regional cooperation such as APEC, and potential collaboration on agricultural technology. The main challenges include non-standardized certification, inefficient logistics, and minimal product promotion. Therefore, strategies are needed ranging from improving quality, trade diplomacy, to supply chain efficiency to strengthen the competitiveness of Indonesian rice exports to Japan.

Keywords

International trade, rice export, rice commodity, Indonesia, Japan,

1. PENDAHULUAN

Padi merupakan salah satu komoditas strategis dalam perekonomian nasional Indonesia, karena berperan sebagai sumber pangan utama bagi mayoritas penduduk. Produksi padi juga menjadi tulang punggung sektor pertanian, menyumbang secara signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) pertanian dan menyerap tenaga kerja dalam jumlah besar, terutama di daerah pedesaan. Meskipun demikian, perdagangan internasional komoditas padi dari Indonesia, khususnya dalam bentuk ekspor beras, masih sangat terbatas bila dibandingkan dengan potensi produksi nasional.

Di sisi lain, Jepang sebagai negara maju dengan tingkat konsumsi beras yang tinggi menghadapi berbagai keterbatasan dalam produksi domestiknya, terutama karena keterbatasan lahan pertanian, penuaan petani, serta biaya produksi yang relatif tinggi. Meskipun Jepang cenderung menerapkan kebijakan proteksionisme yang kuat terhadap komoditas beras guna melindungi petani lokal, terdapat dinamika pasar yang membuka peluang untuk produk beras tertentu seperti beras organik, non-GMO, dan olahan berbasis beras dari negara mitra dagang.

Hubungan perdagangan antara Indonesia dan Jepang telah terjalin erat melalui berbagai skema bilateral dan multilateral, salah satunya melalui Indonesia-Japan Economic Partnership Agreement (IJEPA). Perjanjian ini membuka akses pasar yang lebih luas bagi produk pertanian Indonesia, termasuk potensi komoditas padi. Namun demikian, penetrasi pasar Jepang untuk produk padi Indonesia masih menghadapi tantangan besar, mulai dari standar kualitas yang ketat, hambatan tarif dan non-tarif, hingga kurangnya kesiapan rantai pasok dan sertifikasi. Perdagangan internasional berperan penting dalam ekonomi global, termasuk di sektor pertanian. Komoditas padi menjadi salah satu produk strategis yang tidak hanya berfungsi sebagai bahan pangan pokok, tetapi juga memiliki nilai ekonomi tinggi dalam perdagangan antarnegara. Menurut Ir. Herry Purnomo (2021), kerjasama regional penting dalam perdagangan komoditi pertanian karena dapat memperluas akses pasar, meningkatkan produktivitas melalui teknologi, dan membangun jaringan distribusi yang efisien. Selain itu, kerjasama ini membantu menetapkan standar kualitas, mendukung kebijakan yang menguntungkan petani lokal, dan meningkatkan ketahanan pangan. Dengan begitu akan terjalin pertukaran komoditi antara negara satu dan negara yang lain melalui kegiatan ekspor dan impor tiap negara baik migas maupun non migas. Indonesia sebagai negara agraris memiliki potensi besar dalam produksi padi, dengan capaian 53,98 juta ton gabah kering giling pada tahun 2023. Namun demikian, kontribusi Indonesia dalam pasar ekspor global, khususnya ke Jepang, masih rendah. Sementara itu, Jepang merupakan salah satu pasar potensial untuk produk beras, dengan impor mencapai lebih dari 700 juta kilogram pada tahun 2023, terutama dari Amerika Serikat, Thailand, dan China. Permintaan Jepang terhadap beras berkualitas tinggi dan bersertifikasi organik memberikan peluang bagi Indonesia, meski regulasi, kualitas, serta logistik membuat ekspor padi ke Jepang masih menghambat.

Oleh karena itu, penting untuk menganalisis lebih lanjut peluang dan tantangan yang dihadapi dalam perdagangan padi antara Indonesia dan Jepang, sekaligus merumuskan strategi yang realistis dan berkelanjutan dalam meningkatkan ekspor beras nasional. Dalam konteks ini, penting untuk menganalisis secara mendalam bagaimana peluang dan tantangan perdagangan internasional komoditas padi dapat dimanfaatkan secara optimal oleh Indonesia dalam hubungannya dengan Jepang. Melalui analisis ini, diharapkan dapat dirumuskan strategi kebijakan dan

pengembangan sektor pertanian yang lebih adaptif terhadap dinamika perdagangan global, sekaligus meningkatkan daya saing produk padi Indonesia di pasar internasional.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode studi pustaka (library research). Fokus dari penelitian ini adalah untuk menganalisis peluang dan ancaman perdagangan produk pertanian antara Indonesia dan Jepang berdasarkan hasil kajian dari berbagai jurnal ilmiah, laporan resmi, dan dokumen kebijakan terkait.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Perdagangan Indonesia - Jepang

Meskipun Indonesia merupakan salah satu produsen beras terbesar dunia, eksportnya ke Jepang masih sangat minim. Data menunjukkan bahwa Jepang mengimpor lebih dari 700 juta kilogram beras per tahun, namun Indonesia bahkan tidak masuk dalam daftar pemasok utama. Padahal, potensi pasar sangat besar mengingat tingginya permintaan Jepang akan beras premium dan organik.

Menurut Prof. Bustanul Arifin (2022), masalah utama terletak pada belum memadainya standar mutu dan sertifikasi produk Indonesia. Jepang menerapkan persyaratan yang sangat ketat, mulai dari kadar pestisida hingga sistem traceability. Sayangnya, sebagian besar petani dan eksportir Indonesia masih kesulitan memenuhi standar ini karena beberapa faktor:

- Sertifikasi yang belum terstandarisasi.
- Rantai pasok dari petani ke eksportir yang terfragmentasi.
- Kurangnya pemahaman tentang regulasi impor Jepang.

Selain itu, Indonesia harus bersaing dengan negara-negara seperti Thailand dan Vietnam yang sudah lebih dulu membangun reputasi sebagai pemasok beras berkualitas di Jepang. Tantangan lain muncul dari tingginya biaya logistik dan belum optimalnya diplomasi dagang dalam memperjuangkan kepentingan eksportir beras Indonesia.

3.2 Kondisi Produksi dan Perdagangan Padi Indonesia

Kondisi produksi dan perdagangan padi di Indonesia sangat penting untuk ketahanan pangan. Indonesia merupakan salah satu produsen padi terbesar di dunia, dengan upaya terus menerus untuk meningkatkan produktivitas melalui teknologi modern dan praktik pertanian berkelanjutan. Namun, produksi padi sering dipengaruhi oleh faktor iklim, varietas benih, dan teknik pertanian.



Gambar 1. Visualisasi Data Produksi Padi Indonesia Tahun 2023

Sumber : Badan Pusat Statistik Indonesia

Indonesia merupakan salah satu produsen padi terbesar di dunia. Berdasarkan rilis Badan Pusat Statistik (BPS), pada tahun 2023 total produksi padi nasional mencapai 53,63 juta ton gabah kering giling (GKG). Produksi ini diperoleh dari luas panen sekitar 10,20 juta hektare, dengan produktivitas rata-rata nasional sebesar 5,29 ton GKG per hektare. Jika dikonversikan ke dalam bentuk beras konsumsi, volume tersebut setara dengan 31,10 juta ton beras, yang sebagian besar digunakan untuk memenuhi kebutuhan domestik penduduk Indonesia.

Namun, di sisi lain, kontribusi Indonesia dalam perdagangan internasional padi masih sangat terbatas. Berdasarkan data dari World Integrated Trade Solution (WITS), volume ekspor beras Indonesia pada tahun 2023 hanya mencapai sekitar 1,6 juta kilogram, dengan nilai sebesar USD 1,81 juta. Negara tujuan utama ekspor beras Indonesia adalah Filipina, Brunei Darussalam, dan Arab Saudi. Tidak terdapat data ekspor langsung yang tercatat ke Jepang, atau jika ada, volumenya tergolong sangat kecil dan masuk dalam kategori negara-negara "Other Asia, nes" (not elsewhere specified).

Minimnya volume ekspor padi Indonesia, termasuk ke Jepang, disebabkan oleh berbagai faktor seperti rendahnya daya saing harga, standar kualitas dan keamanan pangan internasional yang ketat, serta belum optimalnya infrastruktur ekspor dan sistem logistik pertanian di dalam negeri. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun Indonesia memiliki kelebihan produksi, potensi tersebut belum sepenuhnya dimanfaatkan dalam konteks perdagangan global, khususnya ke negara-negara dengan pasar beras premium seperti Jepang.

3.3 Peluang Ekspor Padi ke Jepang

Pasar beras Jepang menyimpan peluang besar yang sayang jika dilewatkan oleh Indonesia. Sebagai salah satu produsen beras terbesar dunia, Indonesia sebenarnya memiliki peluang emas mengingat Jepang mengimpor lebih dari 700.000 ton beras setiap tahun. Yang menarik, pasar Jepang tidak hanya mencari beras biasa, melainkan sangat menghargai produk berkualitas tinggi. Beras premium di sana bisa dijual dengan harga 5-8 kali lipat harga normal, mencapai Rp100-150 ribu per kilogram. Indonesia memiliki keunggulan dengan beras aromatik seperti Pandan Wangi yang memiliki cita rasa khas.

Tren beras organik juga sedang naik daun di Jepang, dengan pertumbuhan permintaan mencapai 22% per tahun. Kabar baiknya, Indonesia telah memiliki sekitar 45.000 hektar lahan organik di Jawa Barat yang siap memenuhi permintaan ini, asalkan dilengkapi dengan sertifikasi JAS Organic yang menjadi standar Jepang. Selain itu, pasar Jepang juga mulai membuka diri terhadap beras fungsional seperti beras tinggi GABA untuk kesehatan jantung dan beras hitam kaya antioksidan. Indonesia sebenarnya sudah memiliki varietas unggulan seperti Inpari 24 yang memenuhi kriteria tersebut.

Ketika dibandingkan dengan pesaing utama, posisi Indonesia cukup strategis. Vietnam mungkin menawarkan harga lebih murah, tetapi kualitasnya biasa saja. Thailand memang memiliki beras Hom Mali yang terkenal, tetapi produksinya terbatas. Sementara beras dari Amerika Serikat kurang memiliki aroma khas yang diinginkan pasar Jepang. Di sinilah Indonesia bisa menawarkan paket lengkap: harga kompetitif dengan kualitas dan cita rasa unik. Dari sisi kebijakan, keanggotaan Indonesia dan Jepang dalam forum APEC (Asia-Pacific Economic Cooperation) juga menjadi faktor pendukung yang penting. APEC mendorong liberalisasi perdagangan antarnegara anggotanya, termasuk dalam sektor pertanian.

Selain peluang dari sisi pasar dan kebijakan, potensi kerja sama teknologi pertanian antara Indonesia dan Jepang juga menjadi faktor yang menjanjikan. Jepang memiliki teknologi pertanian yang sangat maju, mulai dari teknik budidaya padi, sistem irigasi

presisi, hingga teknologi pengolahan pasca-panen. Kolaborasi teknologi ini dapat membantu Indonesia meningkatkan produktivitas dan kualitas beras, sehingga mampu bersaing di pasar Jepang yang sangat ketat dalam hal standar produk.

Dengan memperhatikan dinamika tersebut, peluang Indonesia untuk menembus pasar beras Jepang terbuka cukup lebar, asalkan dapat memenuhi persyaratan kualitas dan membangun citra produk yang sesuai dengan preferensi konsumen Jepang.

3.4 Tantangan Ekspor Padi Ke Jepang

Meski peluangnya menjanjikan, ekspor padi Indonesia ke Jepang masih menghadapi berbagai tantangan serius yang tidak bisa dianggap remeh. Salah satu kendala utama adalah ketatnya standar mutu dan keamanan pangan di Jepang. Negara ini menerapkan regulasi yang sangat detail terkait batas residu pestisida, persyaratan sertifikasi organik, serta sistem pelacakan (*traceability*) yang harus dipenuhi secara konsisten oleh para eksportir. Hal ini menjadi hambatan bagi sebagian besar produsen padi di Indonesia yang belum sepenuhnya memenuhi standar internasional tersebut.

Masalah utama datang dari sisi sertifikasi. Saat ini, kurang dari 5% lahan padi Indonesia yang memiliki sertifikasi internasional seperti JAS Organic atau GlobalG.A.P., padahal ini menjadi syarat mutlak untuk masuk supermarket premium Jepang. Proses sertifikasi sendiri memakan biaya sekitar Rp200-300 juta per kelompok tani, angka yang cukup memberatkan bagi petani kecil. Di sisi logistik, biaya pengiriman ke Jepang masih 25-30% lebih mahal dibandingkan pesaing seperti Thailand. Ini karena beberapa masalah struktural: pelabuhan kita masih sering macet, biaya terminal handling mahal, dan fasilitas cold storage untuk beras premium masih terbatas. Belum lagi masalah internal seperti rantai pasok yang panjang, dimana beras bisa berpindah tangan 5-7 kali dari petani sampai eksportir, membuat kualitas sulit dikontrol.

Persaingan dengan negara lain juga semakin ketat. Thailand sudah membangun merek "Thai Hom Mali" selama puluhan tahun, sementara Vietnam bisa menawarkan harga 20% lebih murah. Yang lebih menyulitkan, konsumen Jepang cenderung konservatif dan loyal pada merek-merek yang sudah dikenal. Survei terbaru menunjukkan 73% rumah tangga Jepang enggan mencoba merek beras baru kecuali ada rekomendasi kuat. Tantangan lain yang sering kurang disadari adalah perbedaan selera. Orang Jepang sangat spesifik dengan tekstur nasi mereka - menginginkan butiran yang lembut tapi tetap pulen (dengan kadar amilosa 15-20%). Sementara banyak varietas unggulan Indonesia memiliki karakteristik berbeda. Belum lagi masalah promosi yang masih minim, dimana kita kalah jauh dari Thailand yang rutin menggelar "Thai Rice Roadshow" di berbagai kota Jepang. Untuk mengatasi semua tantangan ini, diperlukan strategi terpadu yang mencakup pendampingan sertifikasi petani, perbaikan rantai pasok, adaptasi varietas, serta promosi berkelanjutan agar bisa menembus pasar Jepang yang mencapai 700.000 ton per tahun ini.

Dalam konteks yang lebih luas, dinamika global juga mempengaruhi tantangan perdagangan. Kebijakan proteksionis yang diterapkan oleh pemerintahan Amerika Serikat di bawah Donald Trump menimbulkan ketidakpastian ekonomi global. Meskipun kebijakan tersebut tidak secara langsung menyasar perdagangan padi Indonesia ke Jepang, dampaknya terhadap kestabilan pasar internasional dan arus dagang dapat mengganggu iklim ekspor secara keseluruhan. Hal ini dapat memengaruhi nilai tukar, biaya logistik, serta keputusan negara-negara seperti Jepang dalam menentukan sumber pasokan pangan mereka.

Dengan berbagai tantangan tersebut, jelas bahwa peningkatan ekspor padi ke Jepang memerlukan strategi yang menyeluruh dan sinergis seperti pendampingan intensif untuk petani dalam hal sertifikasi, investasi di logistik khusus beras premium,

diplomasi dagang yang lebih agresif, adaptasi varietas sesuai selera Jepang, dan promosi berkelanjutan untuk membangun brand awareness. Dengan pendekatan yang tepat, semua hambatan ini justru bisa menjadi pembeda yang membuat beras Indonesia semakin bernilai di mata konsumen Jepang.

3.5 Strategi Peningkatan Ekspor Padi Ke Jepang

Untuk menghadapi berbagai tantangan dalam ekspor padi ke Jepang, diperlukan strategi yang menyeluruh dan terintegrasi, mencakup produksi, distribusi, hingga kebijakan perdagangan. Salah satu strategi utama adalah meningkatkan kualitas dan keamanan produk padi Indonesia agar mampu memenuhi standar ketat Jepang, khususnya terkait residu pestisida, sertifikasi organik, dan pelacakan jejak produk (traceability). Ini dapat dilakukan melalui pelatihan petani, peningkatan kapasitas laboratorium pengujian mutu, dan pendampingan dalam proses sertifikasi yang diakui secara internasional.

Selain peningkatan kualitas, diversifikasi produk juga menjadi langkah penting. Jepang memiliki permintaan tinggi terhadap jenis beras premium seperti beras wangi, beras hitam, dan beras organik. Indonesia memiliki potensi besar untuk mengembangkan jenis-jenis beras tersebut, baik dari sisi agroklimat maupun varietas lokal yang khas. Strategi ini perlu didukung dengan branding yang kuat dan promosi yang terarah agar produk beras Indonesia dikenal dan diminati oleh konsumen Jepang yang sangat selektif.

Dari sisi kebijakan, penguatan diplomasi perdagangan melalui perjanjian bilateral seperti Indonesia-Japan Economic Partnership Agreement (IJEPA) serta partisipasi aktif dalam forum APEC, kedua negara dapat memanfaatkan skema pengurangan tarif dan harmonisasi standar mutu pangan, termasuk penyederhanaan prosedur karantina. Sementara itu, IJEPA menyediakan kerangka kerja bilateral yang memungkinkan kuota ekspor beras Indonesia ke Jepang lebih fleksibel, terutama untuk produk organik dan premium. Dengan memaksimalkan kedua forum ini, Indonesia tidak hanya memperluas pasar tetapi juga memperkuat daya saing produknya di tingkat global.

Efisiensi logistik dan rantai pasok juga harus menjadi fokus perhatian. Sistem distribusi domestik yang telah terbangun secara luas, sebagaimana ditunjukkan dalam data BPS tentang margin perdagangan dan pengangkutan, dapat dimanfaatkan sebagai basis untuk mengembangkan rantai pasok ekspor yang kompetitif. Optimalisasi pelabuhan ekspor, integrasi produsen dengan eksportir, serta penggunaan teknologi digital untuk pelacakan dan pemesanan dapat mempercepat dan mengefisienkan proses ekspor.

Stabilitas nilai tukar dan pembiayaan juga harus dijaga. Pemerintah dapat memberikan insentif fiskal atau subsidi logistik bagi eksportir kecil, serta memfasilitasi skema pembiayaan yang memudahkan pelaku usaha pertanian menembus pasar luar negeri. Dengan langkah-langkah strategis ini, Indonesia tidak hanya akan meningkatkan volume ekspor padi ke Jepang, tetapi juga membangun reputasi sebagai produsen beras berkualitas tinggi di pasar internasional.

Terakhir, Untuk benar-benar masuk ke pasar Jepang, strategi praktis perlu diterapkan. Fokus pada pasar urban seperti Tokyo dan Osaka yang 78% konsumennya rela membayar premium untuk beras berkualitas bisa menjadi langkah awal. Bermitra dengan jaringan ritel besar seperti AEON atau mengikuti pameran beras tahunan di Jepang bisa menjadi cara efektif untuk memperkenalkan produk Indonesia. Dengan produktivitas lahan yang lebih tinggi daripada Thailand dan biaya produksi organik 30% lebih murah, ditambah fakta bahwa 68% importir Jepang terbuka terhadap pemasok baru, peluang Indonesia sebenarnya sangat besar. Yang diperlukan sekarang adalah

komitmen bersama dari seluruh pemangku kepentingan untuk menjadikan Indonesia sebagai pemain utama di pasar beras premium Jepang.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dalam bab ini, dapat disimpulkan bahwa Indonesia memiliki kapasitas produksi padi yang besar, namun belum dimanfaatkan secara optimal dalam perdagangan internasional, khususnya ke pasar Jepang. Produksi nasional yang mencapai lebih dari 53 juta ton gabah kering giling pada tahun 2023 menunjukkan potensi yang kuat untuk dikembangkan menjadi komoditas ekspor unggulan. Sayangnya, volume ekspor beras Indonesia masih sangat terbatas dan belum tercatat secara signifikan dalam data perdagangan dengan Jepang.

Jepang merupakan pasar potensial yang menjanjikan, terutama untuk produk beras berkualitas tinggi dan organik. Preferensi konsumen Jepang terhadap pangan sehat dan aman membuka peluang besar bagi Indonesia. Namun, tantangan seperti ketatnya standar mutu, persaingan dari negara eksportir mapan, keterbatasan logistik, dan lemahnya promosi produk menjadi penghambat utama dalam penetrasi pasar tersebut.

Oleh karena itu, strategi peningkatan ekspor padi ke Jepang harus mencakup berbagai aspek. Peningkatan kualitas dan sertifikasi produk, penguatan branding serta promosi varietas unggulan Indonesia, dan pengembangan sistem logistik yang efisien menjadi langkah prioritas. Selain itu, dukungan kebijakan melalui diplomasi dagang dan kerja sama regional seperti APEC dan Indonesia-Japan Economic Partnership Agreement (IJEPA) harus dimaksimalkan untuk membuka akses pasar yang lebih luas. Dengan pendekatan yang terintegrasi, kolaboratif, dan berbasis data, Indonesia memiliki peluang besar untuk memperkuat posisinya sebagai eksportir padi yang kompetitif di pasar global—terutama dalam memenuhi permintaan beras premium Jepang yang terus berkembang. Melalui langkah-langkah strategis ini, diharapkan Indonesia dapat mencapai potensi maksimal dalam perdagangan padi internasional.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik Indonesia. <https://www.bps.go.id/>. (2024). *Statistik luas panen dan produksi padi tahun 2023*. <https://www.bps.go.id/id/pressrelease/2024/03/01/2375/>
- Badan Pusat Statistik Indonesia (2024). *Statistik Perdagangan Luar Negeri Indonesia Ekspor 2023: Buku I*. <https://www.bps.go.id/>.
- Badan Pusat Statistik Indonesia (2022). *Distribusi Perdagangan Komoditas Beras di Indonesia*. <https://www.bps.go.id/>.
- JETRO (Japan External Trade Organization). (2023). *Japanese Food Safety Standards for Rice Imports*. <https://www.jetro.go.jp>
- WITS (World Integrated Trade Solution). (2024). *Indonesia Rice Export Data 2023*. <https://wits.worldbank.org>
- Firdaus, M. (2019). *Pengaruh cadangan devisa, PDB, dan produktivitas padi terhadap impor beras di Indonesia tahun 1983–2016*. ResearchGate. <https://www.researchgate.net>
- Kementerian Perdagangan Republik Indonesia. (2023). *Pemanfaatan Indonesia-Japan Economic Partnership Agreement (IJEPA) untuk ekspor beras*. <https://www.kemendag.go.id/id/economic-policy/pemanfaatan-ijepa-untuk->

[ekspor-beras](#)

- Parmadi, Emilia, and Zulgani. *"Daya Saing Produk Unggulan Sektor Pertanian Indonesia Dalam Hubungannya Dengan Pertumbuhan Ekonomi."* Jurnal Paradigma Ekonomika 13, no. 2 (2018): 77–86.
- Arifin, B. (2021). *Tantangan ekspor pertanian Indonesia*. Buletin Studi Ekonomi Indonesia, 57(2), 123-145.
- Nguyen, H. T. (2020). *Thailand's rice export success to Japan: Lessons for ASEAN*. Asian Journal of Agriculture and Development, 17(1), 1-20.
- Suryanto, T. (2022). *Japanese consumer preferences for aromatic rice: Implications for Indonesian exporters*. Food Quality and Preference, 98, 104567.