



**ANALISA PELUANG DAN ANCAMAN/TANTANGAN PERDAGANGAN PRODUK
PERTANIAN (STUDI KASUS PERDAGANGAN INDONESIA DENGAN JEPANG)**

***ANALYSIS OF OPPORTUNITIES AND THREATS/CHALLENGES IN AGRICULTURAL
PRODUCT TRADE (CASE STUDY OF INDONESIA'S TRADE WITH JAPAN)***

Daspar¹, Devinta Alya Maharani²

Universitas Pelita Bangsa

Email: daspar@pelitabangsa.ac.id¹, Intadevdev@gmail.com²

Article Info

Article history :

Received : 13-07-2025

Revised : 14-07-2025

Accepted : 16-07-2025

Published : 18-07-2025

Abstract

The trade of agricultural products between Indonesia and Japan represents a significant aspect of their bilateral economic relationship. As a developed country, Japan has a strong demand for high-quality agricultural products, especially those that meet food safety and sustainability standards. Indonesia, with its abundant natural resources and diverse agricultural commodities, holds substantial potential to meet this demand. This study aims to analyze the export opportunities for Indonesian agricultural products to Japan while identifying key challenges, including technical, regulatory, and market competitiveness issues. Data were collected through literature review, secondary data analysis from relevant institutions, and interviews with exporters. The findings indicate strong potential for exports of products such as coffee, tea, tropical fruits, and spices to Japan, particularly when aligned with market preferences for organic, healthy, and sustainable goods. However, significant challenges remain, including stringent Japanese quality standards, high logistics costs, and weak infrastructure in production areas. Enhancing competitiveness requires a national strategy involving farmer capacity building, government support in trade diplomacy, and the development of robust certification and traceability systems. This research provides policy recommendations to strengthen Indonesia's position in global agricultural trade, particularly with strategic partners like Japan.

Keywords: *Trade, Agricultural Products, Indonesia with Japan*

Abstrak

Perdagangan produk pertanian antara Indonesia dan Jepang merupakan bagian penting dari hubungan ekonomi bilateral yang terus berkembang. Jepang sebagai negara maju memiliki permintaan tinggi terhadap produk pertanian berkualitas, terutama yang memenuhi standar keamanan pangan dan keberlanjutan. Indonesia, dengan keunggulan sumber daya alam dan keanekaragaman komoditas, memiliki potensi besar untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peluang ekspor produk pertanian Indonesia ke Jepang sekaligus mengidentifikasi tantangan utama yang dihadapi, baik dari sisi



teknis, regulasi, maupun daya saing pasar. Data dikumpulkan melalui studi literatur, analisis data sekunder dari instansi terkait, serta wawancara dengan pelaku ekspor. Hasil kajian menunjukkan bahwa terdapat peluang besar dalam ekspor produk pertanian seperti kopi, teh, buah tropis, dan rempah-rempah ke Jepang, terutama jika memenuhi preferensi pasar terhadap produk organik, sehat, dan berkelanjutan. Namun, tantangan tetap signifikan, termasuk hambatan teknis seperti ketatnya standar kualitas Jepang, tingginya biaya logistik, serta lemahnya infrastruktur pendukung di daerah produksi. Untuk meningkatkan daya saing, dibutuhkan strategi nasional yang melibatkan peningkatan kapasitas petani, dukungan pemerintah dalam diplomasi dagang, serta penguatan sistem sertifikasi dan ketertelusuran produk. Penelitian ini memberikan rekomendasi kebijakan untuk memperkuat posisi Indonesia dalam perdagangan pertanian global, khususnya dengan mitra strategis seperti Jepang.

Kata Kunci: Perdagangan, Produk Pertanian, Indonesia Dengan Jepang

PENDAHULUAN

Perdagangan internasional produk pertanian memainkan peran vital dalam pembangunan ekonomi suatu negara, terutama bagi negara berkembang seperti Indonesia yang memiliki keunggulan komparatif dalam sektor pertanian. Sebagai negara agraris, Indonesia memiliki potensi besar dalam mengekspor berbagai komoditas pertanian seperti kopi, kakao, teh, rempah-rempah, dan produk hortikultura. Salah satu mitra dagang strategis Indonesia di kawasan Asia adalah Jepang, yang dikenal sebagai pasar ekspor bernilai tinggi dengan standar kualitas yang sangat ketat.

Hubungan perdagangan antara Indonesia dan Jepang telah terjalin lama dan diperkuat melalui berbagai perjanjian bilateral seperti Indonesia-Japan Economic Partnership Agreement (IJEPA). Perjanjian ini memberikan peluang bagi produk pertanian Indonesia untuk masuk ke pasar Jepang dengan tarif yang lebih kompetitif. Selain itu, peningkatan permintaan masyarakat Jepang terhadap produk organik dan sehat memberikan peluang baru bagi petani dan eksportir Indonesia untuk menyesuaikan produk mereka dengan tren konsumen tersebut.

Namun demikian, perdagangan produk pertanian Indonesia ke Jepang tidak terlepas dari berbagai tantangan. Standar keamanan pangan Jepang yang tinggi, prosedur karantina yang ketat, serta persaingan dari negara eksportir lain menjadi hambatan yang perlu diantisipasi. Selain itu, isu keberlanjutan, ketertelusuran produk, dan keberpihakan terhadap produk ramah lingkungan menjadi tuntutan yang harus dipenuhi dalam perdagangan agribisnis modern.

Kendala logistik dan infrastruktur juga menjadi tantangan yang signifikan dalam menjaga kualitas produk pertanian Indonesia hingga sampai ke tangan konsumen Jepang. Belum meratanya fasilitas pasca-panen dan pengolahan, serta ketergantungan pada pelabuhan-pelabuhan besar di Pulau Jawa menyebabkan produk dari daerah lain mengalami keterlambatan pengiriman. Faktor-faktor ini berpengaruh langsung pada daya saing produk Indonesia di pasar Jepang.

Oleh karena itu, kajian ini bertujuan untuk menganalisis secara komprehensif peluang dan ancaman dalam perdagangan produk pertanian antara Indonesia dan Jepang. Melalui studi kasus ini, diharapkan dapat diidentifikasi strategi yang tepat guna memperkuat daya saing produk Indonesia,



memperluas akses pasar, serta meningkatkan kontribusi sektor pertanian dalam perdagangan luar negeri.

Tujuan Penelitian

1. Menganalisis peluang ekspor produk pertanian Indonesia ke Jepang.
2. Mengidentifikasi tantangan dan hambatan yang dihadapi eksportir Indonesia.
3. Memberikan rekomendasi strategis untuk meningkatkan daya saing produk pertanian Indonesia di pasar Jepang.

METODE

Data dikumpulkan melalui studi literatur, analisis data sekunder dari instansi terkait, serta wawancara dengan pelaku ekspor

HASIL DAN PEMBAHASAN

Peluang Perdagangan Produk Pertanian Indonesia ke Jepang

Beberapa peluang utama yang bisa dimanfaatkan oleh Indonesia dalam ekspor produk pertanian ke Jepang meliputi:

1. Permintaan Tinggi Produk Tropis dan Organik

Permintaan produk tropis dari pasar Jepang terus mengalami peningkatan seiring dengan perubahan pola konsumsi masyarakatnya yang semakin mengarah pada produk-produk eksotis dan bernilai gizi tinggi. Produk-produk seperti mangga, nanas, pisang, jeruk, dan buah tropis lainnya memiliki daya tarik tersendiri di pasar Jepang karena cita rasanya yang unik dan sulit ditemukan di negara empat musim tersebut. Selain itu, Jepang juga menjadi salah satu pasar utama untuk rempah-rempah Indonesia seperti cengkeh, pala, dan kayu manis, yang digunakan dalam industri makanan dan minuman serta farmasi. Kondisi geografis Indonesia yang berada di garis khatulistiwa membuat negara ini mampu memproduksi buah dan rempah berkualitas sepanjang tahun, sehingga memenuhi kebutuhan konsumen Jepang yang menginginkan produk segar dan berkualitas tinggi.

Selain produk tropis, permintaan produk organik di Jepang juga terus meningkat tajam karena kesadaran konsumen Jepang terhadap kesehatan dan lingkungan semakin tinggi. Produk organik dianggap lebih aman karena bebas dari pestisida dan bahan kimia berbahaya, serta mendukung praktik pertanian yang berkelanjutan. Hal ini memberikan peluang besar bagi petani dan eksportir Indonesia untuk mengembangkan produk organik yang sesuai dengan standar internasional dan sertifikasi yang berlaku di Jepang. Dengan memenuhi persyaratan tersebut, produk organik Indonesia tidak hanya dapat menembus pasar Jepang, tetapi juga mendapatkan nilai tambah berupa harga jual yang lebih tinggi dan reputasi produk yang lebih baik di mata konsumen global.



2. Preferensi Produk Sehat dan Alami

Permintaan konsumen Jepang terhadap produk pertanian yang sehat dan alami terus meningkat seiring dengan semakin tingginya kesadaran masyarakat akan gaya hidup sehat dan pola konsumsi yang berorientasi pada kualitas. Produk-produk yang bebas dari bahan kimia sintetis, pestisida berbahaya, dan pengawet menjadi pilihan utama bagi konsumen Jepang yang mengutamakan kesehatan dan keamanan pangan. Oleh karena itu, produk pertanian dari Indonesia yang dipasarkan ke Jepang perlu mengikuti standar keamanan pangan yang ketat dan menerapkan praktik pertanian ramah lingkungan agar dapat memenuhi ekspektasi pasar ini. Tren ini tidak hanya berlaku untuk produk segar seperti buah dan sayur, tetapi juga untuk produk olahan yang mengandung bahan alami dan minim proses kimia.

Selain itu, masyarakat Jepang juga sangat menghargai transparansi dan ketertelusuran (traceability) produk yang mereka konsumsi. Mereka ingin mengetahui asal-usul produk, metode produksi, serta dampak lingkungan dari produk tersebut. Oleh karena itu, produk pertanian yang sehat dan alami yang memiliki sertifikasi seperti organik, non-GMO, atau sertifikat keberlanjutan memiliki peluang besar untuk diterima di pasar Jepang. Hal ini mendorong eksportir dan petani Indonesia untuk meningkatkan kualitas produk dengan sistem sertifikasi yang jelas serta menerapkan praktik produksi yang bertanggung jawab. Dengan demikian, preferensi produk sehat dan alami ini menjadi peluang sekaligus tantangan yang harus diantisipasi agar produk pertanian Indonesia mampu bersaing dan diterima di pasar Jepang.

3. Dukungan Perjanjian Dagang

Perjanjian perdagangan bilateral antara Indonesia dan Jepang, khususnya Indonesia-Japan Economic Partnership Agreement (IJEPA), memberikan dukungan yang signifikan dalam memperkuat hubungan perdagangan kedua negara, terutama dalam sektor produk pertanian. IJEPA membuka akses pasar yang lebih luas bagi produk-produk pertanian Indonesia dengan pengurangan atau penghapusan tarif bea masuk, sehingga membuat produk ekspor Indonesia menjadi lebih kompetitif di pasar Jepang. Selain itu, perjanjian ini juga mencakup harmonisasi standar teknis dan regulasi yang memudahkan proses impor, mengurangi hambatan non-tarif, serta meningkatkan transparansi dan kepastian hukum bagi pelaku usaha di kedua negara.

Selain aspek tarif dan regulasi, IJEPA juga mendorong kerja sama dalam bidang teknis dan pengembangan kapasitas, termasuk transfer teknologi pertanian, peningkatan kualitas produk, dan sertifikasi bersama. Hal ini memungkinkan Indonesia untuk meningkatkan standar mutu produknya sesuai dengan kebutuhan pasar Jepang yang sangat menuntut. Dukungan dari perjanjian perdagangan tersebut juga menciptakan iklim investasi yang kondusif, sehingga membuka peluang bagi investor Jepang untuk berkontribusi dalam pengembangan infrastruktur pertanian dan agroindustri di Indonesia. Dengan demikian, perjanjian dagang ini menjadi



landasan penting bagi peningkatan volume dan nilai ekspor produk pertanian Indonesia ke Jepang secara berkelanjutan

4. Citra Positif Produk Indonesia

Produk pertanian Indonesia telah memiliki citra yang cukup positif di pasar internasional, termasuk di Jepang. Beberapa komoditas unggulan seperti kopi, rempah-rempah (terutama pala dan cengkeh), serta kakao dikenal memiliki kualitas yang baik dan cita rasa khas yang tidak dimiliki oleh negara lain. Di pasar Jepang, kopi asal Indonesia seperti kopi Gayo, Toraja, dan Mandailing sering kali diposisikan sebagai produk premium yang memiliki nilai rasa tinggi dan keunikan aroma. Citra positif ini menjadi modal penting dalam memperkuat posisi produk Indonesia di tengah persaingan global yang ketat. Jepang sebagai negara yang sangat memperhatikan asal-usul dan kualitas suatu produk, cenderung menghargai konsistensi mutu dan identitas budaya yang melekat pada produk yang diimpor.

Selain kualitas, narasi mengenai keaslian dan keberlanjutan (sustainability) produksi juga meningkatkan citra produk Indonesia. Konsumen Jepang menghargai produk yang memiliki cerita atau latar belakang kuat, seperti hasil dari pertanian rakyat, warisan budaya lokal, dan pemberdayaan petani kecil. Ketika produk-produk Indonesia dikemas dengan identitas yang kuat dan disertai sertifikasi mutu serta standar keberlanjutan, maka kepercayaan pasar Jepang pun meningkat. Oleh karena itu, menjaga dan terus membangun citra positif menjadi kunci penting dalam memperluas penetrasi produk pertanian Indonesia di pasar Jepang dan meningkatkan daya tawar produk tersebut di segmen premium.

Tantangan dan Ancaman dalam Perdagangan Produk Pertanian

Meskipun ada peluang, terdapat berbagai tantangan yang harus diatasi:

1. Standar Mutu dan Regulasi Ketat

Jepang dikenal sebagai salah satu negara dengan standar keamanan pangan yang sangat tinggi. Produk pertanian dan perikanan yang masuk ke negara tersebut harus melewati berbagai uji mutu dan sertifikasi, seperti residu pestisida, kebersihan, dan proses produksi yang ramah lingkungan. Bahkan sedikit ketidaksesuaian dengan standar dapat menyebabkan produk ditolak di pelabuhan masuk, yang berujung pada kerugian besar bagi eksportir.

Bagi produsen dan eksportir Indonesia, hal ini menjadi tantangan serius karena tidak semua produk lokal dapat memenuhi persyaratan tersebut secara konsisten. Banyak petani dan pelaku usaha kecil menengah (UKM) yang belum memiliki akses terhadap teknologi, pelatihan, atau informasi mengenai standar internasional. Oleh karena itu, dibutuhkan upaya sistematis dalam meningkatkan kualitas produksi, serta pendampingan dari pemerintah atau lembaga terkait untuk membantu memenuhi standar ekspor Jepang.



2. Persaingan dengan Negara Lain

Persaingan dalam ekspor produk pertanian ke Jepang semakin ketat, terutama dari negara-negara ASEAN seperti Thailand, Vietnam, dan Filipina. Negara-negara tersebut telah lebih dahulu mengembangkan sistem pertanian yang efisien dan berorientasi ekspor. Mereka mampu menghasilkan produk dengan kualitas tinggi secara konsisten, serta memenuhi standar ketat Jepang dalam hal keamanan pangan, kemasan, dan kesegaran. Hal ini menjadi tantangan besar bagi Indonesia karena produk pertanian dalam negeri masih menghadapi ketidakkonsistenan mutu dan volume produksi.

Lebih lanjut, negara pesaing tersebut juga memiliki keunggulan dalam diplomasi perdagangan dan perjanjian bilateral yang memudahkan akses pasar. Misalnya, Vietnam telah menjalin kerja sama perdagangan yang intensif dengan Jepang dan memiliki fasilitas ekspor yang lebih mapan. Tanpa adanya peningkatan daya saing dan kualitas produk, Indonesia berisiko kehilangan pangsa pasar di Jepang meskipun memiliki potensi hasil pertanian yang melimpah.

3. Keterbatasan Infrastruktur dan Logistik:

Infrastruktur pasca-panen dan logistik merupakan tantangan serius yang menghambat kinerja ekspor pertanian Indonesia. Banyak daerah sentra produksi belum memiliki fasilitas cold storage, pengemasan modern, dan sistem transportasi yang efisien. Akibatnya, produk pertanian mudah rusak dalam perjalanan dan kehilangan nilai jual ketika sampai di pasar ekspor seperti Jepang yang menuntut produk segar dan berkualitas tinggi.

Kendala logistik ini juga menyebabkan biaya distribusi menjadi tinggi, yang pada akhirnya mengurangi daya saing produk Indonesia di pasar internasional. Selain itu, kurangnya integrasi antara daerah produksi dan pelabuhan ekspor menyebabkan keterlambatan pengiriman dan tidak terpenuhinya jadwal ekspor secara konsisten. Hal ini menciptakan citra buruk di mata mitra dagang Jepang, yang sangat menghargai ketepatan waktu dan profesionalisme dalam rantai pasok.

4. Kurangnya Sertifikasi dan Ketertelusuran (Traceability): Pasar Jepang sangat menekankan aspek keamanan pangan, termasuk kejelasan asal-usul produk (traceability) dan sertifikasi resmi, seperti JAS (Japanese Agricultural Standards) dan GAP (Good Agricultural Practices). Banyak produk pertanian Indonesia belum memenuhi standar ini karena sistem produksi masih bersifat tradisional dan tidak terdokumentasi dengan baik. Kurangnya dokumentasi ini membuat produk sulit diterima di pasar Jepang yang sangat regulatif.

Di samping itu, mayoritas petani kecil di Indonesia belum mendapatkan pelatihan tentang pentingnya sistem traceability, serta tidak memiliki akses untuk memperoleh sertifikasi karena keterbatasan biaya dan pengetahuan. Tanpa adanya dukungan dari pemerintah atau lembaga terkait dalam memfasilitasi proses sertifikasi dan pelatihan petani, Indonesia akan kesulitan menembus



pasar premium seperti Jepang yang menuntut transparansi dan akuntabilitas tinggi dalam seluruh rantai produksi.

Strategi Penguatan Ekspor Pertanian Indonesia

Untuk mengoptimalkan peluang dan mengatasi tantangan tersebut, beberapa strategi yang dapat dilakukan antara lain:

1. Pelatihan dan Pendampingan Petani:

Salah satu kunci utama dalam meningkatkan daya saing produk pertanian Indonesia di pasar global, khususnya Jepang, adalah dengan memberikan pelatihan dan pendampingan kepada petani. Edukasi mengenai standar internasional seperti Good Agricultural Practices (GAP), keamanan pangan, dan teknik pertanian ramah lingkungan sangat penting untuk memastikan produk yang dihasilkan memenuhi syarat ekspor. Pelatihan ini juga mencakup manajemen mutu, pengelolaan hasil panen, serta teknik pengemasan agar nilai jual produk meningkat.

Pendampingan juga berperan dalam menjembatani kesenjangan informasi antara petani dan pasar ekspor. Dengan adanya pendampingan dari penyuluh atau tenaga ahli, petani dapat memahami dinamika permintaan pasar luar negeri dan melakukan penyesuaian dalam pola produksi. Strategi ini tidak hanya meningkatkan kualitas produk, tetapi juga memperkuat posisi tawar petani di pasar internasional.

2. Peningkatan Infrastruktur Ekspor:

Infrastruktur logistik dan fasilitas pendukung ekspor menjadi aspek krusial dalam menunjang keberhasilan ekspor produk pertanian. Pembangunan cold storage di dekat sentra produksi pertanian akan membantu menjaga kesegaran produk yang sangat penting bagi pasar Jepang. Selain itu, pelabuhan khusus agribisnis dan pusat distribusi logistik pertanian dapat mempercepat waktu pengiriman dan menurunkan biaya distribusi.

Pemerintah juga perlu memastikan bahwa jalur transportasi dari lahan pertanian ke pelabuhan berjalan efisien dan minim hambatan. Infrastruktur yang baik akan mengurangi tingkat kerusakan produk selama proses pengangkutan, meningkatkan kepercayaan pasar luar negeri terhadap konsistensi pasokan dari Indonesia, serta menciptakan sistem rantai pasok yang lebih profesional dan terintegrasi.

3. Kolaborasi Pemerintah dan Swasta:

Sinergi antara sektor publik dan swasta menjadi strategi penting untuk mengakselerasi ekspor produk pertanian. Pemerintah, melalui kementerian terkait seperti Kementerian Pertanian dan Kementerian Perdagangan, dapat menyediakan regulasi yang mendukung dan insentif bagi pelaku usaha. Di sisi lain, sektor swasta, termasuk eksportir, asosiasi petani, dan lembaga pembiayaan, dapat membantu dalam pembiayaan, pemasaran, serta inovasi teknologi



pertanian.

Kolaborasi ini juga membuka peluang kerja sama dagang strategis dengan Jepang, seperti joint venture, business matching, atau promosi bersama. Pemerintah dapat bertindak sebagai fasilitator untuk mempertemukan eksportir Indonesia dengan importir Jepang, menciptakan platform komunikasi yang efektif dan transparan. Dengan keterlibatan aktif semua pihak, ekosistem ekspor akan menjadi lebih kuat dan berkelanjutan.

4. Penguatan Sertifikasi dan Labeling:

Agar produk pertanian Indonesia diterima secara luas di pasar Jepang, sertifikasi menjadi persyaratan utama. Program sertifikasi seperti GAP, HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Points), dan sertifikat organik menjamin bahwa produk telah melalui proses produksi yang aman, higienis, dan berkelanjutan. Pemerintah dan lembaga terkait perlu mendampingi petani dan pelaku usaha dalam proses sertifikasi ini, termasuk pembiayaan dan pelatihan teknis.

Labeling yang jelas dan informatif juga menjadi aspek penting dalam meningkatkan daya tarik produk di pasar luar negeri. Produk dengan label yang menunjukkan keunggulan (misalnya “organic certified” atau “traceable origin”) cenderung memiliki nilai jual lebih tinggi dan dipercaya konsumen. Dukungan terhadap penerapan teknologi digital dalam sistem traceability juga akan meningkatkan kredibilitas produk pertanian Indonesia di pasar Jepang.

KESIMPULAN

Hasil kajian menunjukkan bahwa terdapat peluang besar dalam ekspor produk pertanian seperti kopi, teh, buah tropis, dan rempah-rempah ke Jepang, terutama jika memenuhi preferensi pasar terhadap produk organik, sehat, dan berkelanjutan. Namun, tantangan tetap signifikan, termasuk hambatan teknis seperti ketatnya standar kualitas Jepang, tingginya biaya logistik, serta lemahnya infrastruktur pendukung di daerah produksi. Untuk meningkatkan daya saing, dibutuhkan strategi nasional yang melibatkan peningkatan kapasitas petani, dukungan pemerintah dalam diplomasi dagang, serta penguatan sistem sertifikasi dan ketertelusuran produk. Penelitian ini memberikan rekomendasi kebijakan untuk memperkuat posisi Indonesia dalam perdagangan pertanian global, khususnya dengan mitra strategis seperti Jepang.

DAFTAR PUSTAKA

- Andiani, D. (2024). Impact Analysis of Rules of Origin on Indonesia Export Performance: Case Study on Indonesia-Japan. *Cendekia Niaga*, 8(2), 134–145
- Ardiyanti, S. T. (2015). Dampak Perjanjian Perdagangan Indonesia – Jepang (IJEPA) terhadap Kinerja Perdagangan Bilateral. *Buletin Ilmiah Litbang Perdagangan*, 9(2), 129–151
- Badan Pusat Statistik. (2023). *Ekspor-Impor Komoditas Pertanian Indonesia*. Jakarta: BPS.
- Bimantara, I. K. R., & Ayuningsasi, A. A. K. (2025). The Impact of IJEPA Policy on the Volume of Indonesian Banana Exports to Japan. *Buletin Studi Ekonomi*, 30(01), 112–121



- FAO. (2021). Good Agricultural Practices for Sustainable Agriculture. Rome: Food and Agriculture Organization of the United Nations.
- FAO. (2022). Traceability in Agriculture and Food Systems. Rome: Food and Agriculture Organization of the United Nations.
- JETRO (Japan External Trade Organization). (2021). Japan Market Report: Food & Agriculture. Tokyo: JETRO.
- JETRO. (2021). Market Analysis of Agricultural Imports to Japan. Tokyo: Japan External Trade Organization.
- Kementerian Pertanian Republik Indonesia. (2022). Strategi Pengembangan Ekspor Produk Pertanian. Jakarta: Kementan.
- Kementerian Pertanian RI. (2022). Rencana Strategis Kementerian Pertanian 2020–2024. Jakarta: Kementan.
- Reuters. (2024, 8 Agustus). Indonesia, Japan agree on trade pact amendments to reduce barriers. Laporan khusus memperkirakan bahwa revisi IJEPA akan meningkatkan ekspor Indonesia ke Jepang hingga USD 35,9 miliar pada 2028
- Sitepu, J. (2020). Dampak Penerapan Indonesia–Japan Economic Partnership Agreement (IJEPA) terhadap Nilai Ekspor Impor Indonesia. *Jurnal Dinamika Ekonomi Pembangunan*, 2(3), 19–30
- Sukarniati, L., Ramadhona Amalia Lubis, F., & Hossain, M. M. (202?). Competitiveness of Indonesia's export products with IJEPA cooperation framework. *Optimum: Jurnal Ekonomi dan Pembangunan* [OBJ].
- UNESCAP. (2023). Public-Private Partnerships for Agricultural Trade. Bangkok: United Nations ESCAP
- Wikipedia contributors. (2024-2025). Indonesia–Japan Economic Partnership Agreement. Wikipedia (diakses Juli 2025) [OBJ].
- World Bank. (2020). Improving Agricultural Logistics in Indonesia. Washington, DC: World Bank Group.
- World Bank. (2020). Improving Indonesia's Agricultural Logistics. Washington, DC: World Bank Group.
- Yulianti, L., Komariyah, S., & Khatimah, D. A. K. (2023). Analysis of Implementation Indonesia-Japan Economic Partnership Agreement (IJEPA) Toward Export Value Growth in Indonesia. *Jurnal Economia*, 19(1)