

RINGKASAN EKSEKUTIF

Jepang merupakan salah satu pasar ban terbesar di dunia karena Jepang telah menjadi hub otomotif terbesar dunia. Dengan banyaknya produsen otomotif yang beroperasi di Jepang, permintaan Jepang untuk produk ban, baik dari penggantian maupun pasar komponen original *Original Equipment Manufacturer* (OEM), diperkirakan akan terus prospektif dan meningkat dengan pertumbuhan positif. Bahkan pasar ban di Jepang diproyeksikan akan melewati USD 32 miliar pada tahun 2021. Hal ini didorong oleh pertumbuhan yang konsisten dalam produksi dan penjualan mobil penumpang, perluasan armada mobil dan munculnya teknologi baru yang mengarah pada pengembangan ban yang efisien bahan bakar dan ramah lingkungan.

Produksi ban Jepang secara nasional pada tahun 2016 mencapai 146,4 juta unit, mengalami penurunan sebesar 3,6% dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Produksi ban Jepang pada tahun tersebut didominasi oleh ban mobil penumpang yang menguasai 75,2% pangsa produksi ban nasional Jepang. Produksi ban terbesar kedua adalah ban untuk *light truck* serta truk dan bus yang memiliki pangsa produksi masing-masing sebesar 14,9% dan 6,8% pada tahun 2016. Sementara itu, produk ban lain yang dihasilkan Jepang pada tahun 2016 adalah ban *off-the-road*, *industrial tyres*, dan ban lainnya (produk ban untuk pertanian, cart, dan sepeda motor) dengan total produksi masing-masing sebesar 0,4 juta unit, 0,4 juta unit, dan 3,8 juta unit. Sebanyak 67,9% produksi ban Jepang dipasarkan di pasar domestik, sedangkan sisanya sebesar 32,1% diekspor. Sebagian besar penjualan domestik Jepang pada tahun 2016 merupakan ban pengganti dengan jumlah 72,2 juta unit atau menguasai 61,9% penjualan domestik nasional Jepang. Sementara itu, penjualan ban untuk produsen peralatan asli (OEM) hanya mencapai 44,4 juta unit.

Sementara itu, impor ban Jepang pada tahun 2016 mencapai 108,2 miliar yen atau sebanyak 27,6 juta unit. Lebih dari 70% dari impor tersebut didominasi oleh impor ban untuk mobil penumpang sebanyak 21,9 juta unit. Sedangkan jumlah ban untuk truk, bus, dan *light truck* serta sepeda motor yang diimpor dengan jumlah yang tidak berbeda jauh, masing-masing sebesar 2,3 juta unit dan 2,9 juta unit. Bila dilihat berdasarkan regional/kawasan negara asal impor, Jepang banyak melakukan impor ban dari kawasan Asia dengan nilai impor sebesar 80,1 miliar yen (pangsa nilai 71,0%) dan jumlah ban sebanyak 24,4 juta unit (pangsa 88,5%). Selain Asia, Jepang juga banyak mengimpor ban dari kawasan Eropa dengan nilai impor sebesar 21,9 miliar yen (pangsa 20,2%) dan jumlah ban sebanyak 2,5 juta ton.

Sementara itu, saluran distribusi produk ban terbagi menjadi dua macam, saluran distribusi OEM dan saluran distribusi *after-sales*. Saluran distribusi OEM berbentuk jaringan bisnis yang berbentuk piramida, dimana pada puncak tertinggi adalah produsen OEM atau produsen mobil dan dibawahnya adalah supplier ban. Supplier-supplier tersebut biasanya membentuk grup untuk memasok satu produsen OEM dan disebut *keiretsu*. Namun, saat ini supplier-supplier di tingkat pertama tidak hanya memasok untuk

satu produsen OEM. Sedangkan saluran distribusi *after-sales* terdiri dari dua saluran. Saluran pertama berasal dari produsen OEM dan saluran kedua berasal dari produsen komponen kendaraan independen. Produsen komponen kendaraan independen menyuplai komponen kendaraan ke *wholesaler* komponen kendaraan, dan *wholesaler* tersebut akan menyuplai komponen kendaraan ke *repair shop*, pom bensin, dan retailer sebelum akhirnya sampai ke konsumen akhir. Sementara itu, produsen OEM memasok komponen untuk *wholesaler* komponen original. *Wholesaler* komponen original kemudian memasok komponen kendaraan ke dealer mobil dan *wholesaler* komponen kendaraan.

Untuk dapat masuk di pasar Jepang, eksportir ban Indonesia harus memenuhi beberapa persyaratan seperti persyaratan terkait keselamatan dan lingkungan. Di pasar Jepang, Indonesia menghadapi kompetitor yang merupakan pemain lokal, seperti Bridgestone Corporation, Sumitomo Rubber Industries Ltd., The Yokohama Rubber Co.,Ltd., Toyo Tire and Rubber Co.,Ltd., dan Goodyear Japan ,Ltd., menguasai pasar ban OEM dan ban pengganti di Jepang. Yokohama Rubber Co., Ltd, serta persaingan dari ban impor yang berasal dari negara lain. Produsen-produsen besar seperti Kumho Tire, Hankook Tire, dan Pirelli memiliki perusahaan distributor di Jepang dengan nama Kumho Tire Japan Inc, Hankook Tire Japan Corp, dan Pirelli Japan KK. Sementara itu, di segmen *low-end*, Indonesia menghadapi persaingan dari produk Cina.

DAFTAR ISI

RINGKASAN EKSEKUTIF	1
DAFTAR ISI	3
BAB I. PENDAHULUAN	4
1.1 TUJUAN.....	4
1.2 METODOLOGI	5
1.3 BATASAN PRODUK.....	5
1.4 GAMBARAN UMUM NEGARA	6
BAB II. PELUANG PASAR	9
2.1 TREND PRODUK.....	9
2.2 STRUKTUR PASAR	10
2.3 SALURAN DISTRIBUSI	16
2.4 PERSEPSI TERHADAP PRODUK INDONESIA.....	19
BAB III. PERSYARATAN PRODUK	20
3.1 KETENTUAN PRODUK.....	20
3.1.1 Regulasi Terkait Keselamatan	20
3.1.2 Regulasi Terkait Lingkungan	21
3.2. KETENTUAN PEMASARAN	24
3.3. DISTRIBUSI	25
3.4. INFORMASI HARGA	26
3.5. KOMPETITOR.....	29
BAB IV. KESIMPULAN	31
LAMPIRAN	33

BAB I.

PENDAHULUAN

1.1 TUJUAN

Di Jepang terdapat lebih dari 16 produsen otomotif besar, beberapa diantaranya antara lain Toyota, Honda, Daihatsu, Nissan, Suzuki, Mazda, Mitsubishi, Subaru, Isuzu, Kawasaki, Yamaha dan Mitsuoka. Hal ini menjadikan Jepang sebagai salah satu pasar otomotif sekaligus salah satu hub otomotif terbesar di dunia. Berdasarkan laporan TechSci Research, karena peningkatan produksi mobil, permintaan Jepang untuk produk ban, baik dari penggantian maupun pasar komponen original (OEM), diperkirakan akan terus prospektif dan meningkat dengan pertumbuhan positif.

Berdasarkan laporan tersebut, selama 2011-2015, produksi mobil penumpang, kendaraan komersial ringan, kendaraan komersial menengah dan berat, serta kendaraan roda dua di Jepang secara kumulatif tumbuh pada CAGR lebih dari 2%, yang berkontribusi terhadap pertumbuhan pasar ban di Jepang. Pasar ban di Jepang didominasi oleh ban pengganti karena tingginya jumlah kendaraan serta tingkat kepemilikan kendaraan. Segmen ban mobil penumpang mendominasi pasar ban Jepang pada tahun 2015, dan segmen ini diprediksi akan mempertahankan dominasinya selama lima tahun ke depan yang juga dipengaruhi oleh meningkatnya penetrasi dan popularitas mobil listrik dan hibrida.

Research and Markets memperkirakan bahwa pasar ban di Jepang tumbuh pada CAGR 9,45% selama periode 2013-2018. Menurut laporan tersebut, salah satu pendorong utama di pasar ini adalah kebutuhan stabil untuk penggantian ban lama dan rusak. Dengan permintaan yang lebih tinggi untuk penggantian ban lama, tingkat pertumbuhan pasar ban di Jepang diperkirakan akan meningkat. Lebih lanjut, laporan tersebut menyatakan bahwa salah satu tantangan utama di pasar ini adalah peningkatan biaya bahan baku yang dapat berdampak negatif terhadap produsen dan pasar Ban di Jepang. Sementara itu, menurut TechSci Research, pasar ban di Jepang diperkirakan akan melewati USD 32 miliar pada tahun 2021. Hal ini didorong oleh pertumbuhan yang konsisten dalam produksi dan penjualan mobil penumpang, perluasan armada mobil dan munculnya teknologi baru yang mengarah pada pengembangan ban yang efisien bahan bakar dan ramah lingkungan. Untuk memanfaatkan peluang pasar ban Jepang yang begitu besar, market brief ini disusun sebagai informasi bagi pelaku usaha Indonesia baik yang akan memasuki pasar Jepang maupun yang akan meningkatkan pangsa pasar di Jepang.

1.2 METODOLOGI

Penyusunan market brief ini dilakukan dengan metode deskriptif kualitatif dengan menyajikan data-data dan fakta yang bersumber dari beberapa data dan studi literatur. Studi literatur berasal dari hasil riset pasar beberapa lembaga riset, seperti TechSchi Research, GfK, Research and Markets, EU Business in Japan, dan JETRO; jurnal ilmiah dari *Journal of Society of Automotive Engineers of Japan*; serta laporan tahunan dari perusahaan-perusahaan ban, Asosiasi Produsen Ban Jepang (JATMA), dan *Japan Automotive Products Association* (JAPA). Sementara itu data sekunder dalam penyusunan market brief ini berasal dari WITS, BPS, Tradingeconomics, Rakuten, dan Autobacs.

1.3 BATASAN PRODUK

Produk ban berada di bawah Chapter 40 *Rubber and articles thereof*. Sedangkan kode HS 4 digit untuk produk ban adalah 4011 (*New pneumatic tyres, of rubber*). HS 4011 (*New pneumatic tyres, of rubber*) terdiri dari 13 *subheading* HS 6 digit sebagaimana terlampir pada Tabel 1.1.

Tabel 1.1 Klasifikasi Produk Ban

Heading	Description
4011.10	- Of a kind used on motor cars (including station wagons and racing cars)
4011.20	- Of a kind used on buses or lorries
4011.30	- Of a kind used on aircraft
4011.40	- Of a kind used on motorcycles
4011.50	- Of a kind used on bicycles
	- Other, having a "herring-bone" or similar tread :
4011.61	--Of a kind used on agricultural or forestry vehicles and machines
4011.62	--Of a kind used on construction or industrial handling vehicles and machines and having a rim size not exceeding 61 cm
4011.63	--Of a kind used on construction or industrial handling vehicles and machines and having a rim size exceeding 61 cm
4011.69	--Other
	- Other :
4011.92	--Of a kind used on agricultural or forestry vehicles and machines
4011.93	--Of a kind used on construction or industrial handling vehicles and machines and having a rim size not exceeding 61 cm
4011.94	--Of a kind used on construction or industrial handling vehicles and machines and having a rim size exceeding 61 cm
4011.99	--Other

Sumber: WCO (2018)

1.4 GAMBARAN UMUM NEGARA

Ekonomi Jepang mengalami kontraksi 0,2 persen (q-to-q) di kuartal I 2018. Ini adalah kontraksi pertama sejak kuartal IV 2015 karena penurunan tak terduga dalam konsumsi rumah tangga mengimbangi peningkatan belanja bisnis. Tingkat pengangguran di Jepang secara tak terduga juga turun menjadi 2,2 persen pada Mei 2018 dari angka 2,5 persen pada bulan sebelumnya dan di bawah perkiraan pasar sebesar 2,5 persen. Ini adalah tingkat pengangguran terendah sejak Agustus 1992. Sementara itu, inflasi harga konsumen Jepang naik menjadi 0,7 persen (yoy) di bulan Mei 2018 dari 0,6 persen pada bulan sebelumnya. Harga meningkat lebih cepat untuk makanan dan transportasi sementara biaya turun lebih sedikit untuk perumahan. Tingkat inflasi inti, yang tidak termasuk makanan segar, tercatat pada 0,7 persen, sama seperti pada bulan April 2018 dan sejalan dengan perkiraan. Di sisi lain, suku bunga jangka pendek tidak berubah di angka -0,1 persen pada Juni 2018.

Defisit perdagangan di Jepang meningkat tajam menjadi JPY 578,3 miliar pada Mei 2018 dari JPY 204,4 miliar setahun sebelumnya. Angka ini terutama didorong oleh lonjakan impor. Pada bulan Mei, impor naik 14 persen (yoy) ke JPY 6,901 miliar dan mencapai nilai tertinggi sejak Januari 2018. Ekspor naik lebih lambat 8,1 persen menjadi JPY 6,323 miliar dan menandai pertumbuhan terkuat dalam empat bulan terakhir. Secara kumulatif (Januari-Mei 2018), defisit perdagangan Jepang menyempit menjadi JPY 104,7 miliar dari JPY 590,1 miliar pada periode yang sama tahun sebelumnya.

Tabel 1.2. Indikator Ekonomi Jepang

Indikator Ekonomi	Nilai/Persentase/Point	Periode
GDP Growth Rate	-0.2 %	18-Mar
Unemployment Rate	2.2 %	18-May
Inflation Rate	0.7 %	18-May
Interest Rate	-0.1 %	18-Jun
Balance of Trade	-578 JPY Billion	18-May
Government Debt to GDP	253 %	17-Dec

Sumber: Tradingeconomics, 2018

Indeks Jepang untuk sentimen produsen besar jatuh pada angka 24 pada kuartal pertama 2018 dari sebesar 26 pada kuartal sebelumnya. Angka itu diperkirakan menurun lebih lanjut ke angka 20 pada kuartal berikutnya. Indeks The Nikkei Japan Flash Manufacturing PMI tercatat pada angka 53,1 pada Juni 2018, sedikit di atas indeks bulan Mei sebesar 52,8. Output naik pada tingkat yang lebih cepat. Sebaliknya, pesanan baru naik pada tingkat yang lebih lambat karena penurunan pesanan ekspor. Di sisi harga, tekanan inflasi meningkat pada bulan Juni, dengan output dan harga input naik pada tingkat yang lebih cepat dibandingkan dengan bulan sebelumnya. Produksi Manufaktur

di Jepang juga mengalami peningkatan sebesar 2,60 persen pada April 2018 dibanding bulan yang sama di tahun sebelumnya.

Produksi Mobil di Jepang meningkat menjadi sebanyak 810.942 unit di bulan Maret dari sebanyak 741.417 Unit pada Februari 2018. Pendaftaran Mobil di Jepang juga mengalami peningkatan menjadi sebanyak 202.031 pada bulan Mei dari 193.585 pada bulan April 2018. Pendaftaran Mobil di Jepang rata-rata sebesar 247.832,24 dari tahun 1970 hingga 2018, mencapai nilai tertinggi sebesar 585.449 pada bulan Maret 1997 dan rekor terendah sebesar 83.044 pada bulan Januari 1970.

Tabel 1.2 Indikator Bisnis di Pasar Jepang

Indikator Bisnis	Nilai/Persentase/Point	Periode
Business Confidence	24 Index Points	18-Mar
Manufacturing PMI	53.1	18-Jun
Manufacturing Production	2.6 %	18-Apr
Car Production	810942 Units	18-Mar
Car Registrations	202031	18-May

Sumber: Tradingeconomics, 2018

Pada bulan Juni 2018, Indeks Keyakinan Konsumen di Jepang turun tipis menjadi 43,7 dari 43,8 pada bulan sebelumnya. Persepsi melemah untuk sebagian besar indikator: mata pencaharian keseluruhan (turun 0,2 poin dari bulan sebelumnya menjadi 41,9); kemauan untuk membeli (turun 0,1 poin menjadi 42,9), dan persepsi pertumbuhan pendapatan (turun 0,2 poin menjadi 41,8), sedangkan indikator ketenagakerjaan naik tipis (naik 0,1 poin menjadi 48,3). Sementara itu, penjualan Ritel di Jepang pada Mei 2018 mengalami penurunan 1,70 persen dibanding bulan sebelumnya tetapi mengalami kenaikan bila dibandingkan dengan Mei 2017 sebesar 0,6 persen. Penjualan yang mengalami penurunan antara lain: barang dagangan umum; kain, pakaian dan aksesoris; dan kendaraan bermotor. Sebaliknya, penjualan yang mengalami peningkatan antara lain makanan dan minuman; dan bahan bakar.

Data-data terkait indikator konsumsi Jepang antara lain: pengeluaran rumah tangga di Jepang selama April 2018 menurun 1,30 persen (yoy) ; pengeluaran konsumen selama Kuartal I 2018 juga mengalami penurunan menjadi JPY 299.481,10 miliar dari sebesar JPY 299.736,10 miliar pada kuartal keempat 2017; penghasilan pribadi sekali pakai di Jepang selama April 2018 meningkat menjadi JPY 405,24 ribu dari sebesar JPY 373,32 ribu pada Maret 2018; tingkat personal savings di Jepang meningkat menjadi 50,10 persen pada Desember 2017 dari sebesar 11,90 persen pada November 2017; Suku Bunga Pinjaman Bank di Jepang tetap tidak berubah pada angka 1 persen pada Mei 2018; Kredit Konsumen di Jepang meningkat menjadi JPY 337.012 Miliar pada kuartal keempat 2017 dari sebesar JPY 332.149 miliar pada kuartal ketiga 2017; Harga

Bensin di Jepang turun menjadi USD 1,38/Liter pada Juni 2018 dari sebesar USD 1,39/Liter pada Mei 2018; sedangkan Utang Rumah Tangga di Jepang turun menjadi 57,10 persen dari PDB pada kuartal ketiga 2017.

Tabel 1.3 Indikator Konsumsi di Pasar Jepang

Indikator Konsumsi	Nilai/Persentase/Point	Periode
Consumer Confidence	43.7 Index Points	18-Jun
Retail Sales MoM	-1.7 %	18-May
Retail Sales YoY	0.6 %	18-May
Household Spending	-1.3 %	18-Apr
Consumer Spending	299481 JPY Billion	18-Mar
Disposable Personal Income	405 JPY Thousand	18-Apr
Personal Savings	50.1 %	17-Dec
Bank Lending Rate	1 %	18-May
Consumer Credit	337012 JPY Billion	17-Dec
Gasoline Prices	1.38 USD/Liter	18-Jun
Households Debt To Gdp	57.4 % of GDP	17-Dec

Sumber: Tradingeconomics, 2018

BAB II. PELUANG PASAR

2.1 TREND PRODUK

Berdasarkan publikasi *Journal of Society of Automotive Engineers of Japan* Vol. 71 tahun 2017, trend produk ban yang berkembang saat ini hingga ke depan berhubungan dengan intensifikasi pengembangan teknologi ban untuk mengembangkan ban yang ramah lingkungan, efisien, dan meningkatkan kinerja keamanan ban. Ada beberapa trend produk ban yang sudah berjalan, yang pertama adalah pengembangan ban yang lebih ringan dan *rolling resistance* yang lebih rendah. Untuk mendapatkan berat ban yang lebih ringan, penelitian dan pengembangan produk ban difokuskan pada bahan baku baru dan bahan baku yang lebih sederhana. Sementara itu, untuk mengurangi *rolling resistance*, penelitian difokuskan pada pengurangan pembentukan panas karet dan penyesuaian parameter profil ban untuk mengontrol deformasi ban. Hal ini karena *rolling resistance* terutama terjadi karena deformasi ban akibat panas yang dihasilkan saat mengemudi.

Trend selanjutnya adalah terkait ban *studless* untuk musim dingin. Menurut publikasi yang sama, banyak produsen ban yang sudah mengembangkan teknologi untuk menghilangkan lapisan air pada permukaan es untuk meningkatkan gesekan ban, atau mengembangkan karet khusus untuk ban *studless*. Teknologi yang dilakukan juga terkait desain *thread* ban serta aspek struktural dan material. Upaya-upaya ini bertujuan untuk meningkatkan kinerja ban di jalan-jalan di mana mengharuskan banyak mobil untuk berhenti, seperti di persimpangan, sehingga menyebabkan ban *studless* mengubah salju padat menjadi es hitam.

Saat ini, peraturan mengenai kebisingan kendaraan semakin ketat. Bahkan, ISO 10844 (*Acoustics – Specifications of Test Tracks for Measuring Noise Emitted by Road Vehicles and Their Tires*) telah direvisi pada tahun 2014 untuk mengurangi tingkat kebisingan yang dihasilkan pada trek uji di mana pengukuran dilakukan, dan ketentuan ini telah dimasukkan ke dalam Peraturan No. 117 (UN R117-02). Oleh karena itu, produsen ban berusaha untuk mengembangkan teknologi terkait struktur, bahan baku, dan desain ban yang dapat mengurangi tingkat kebisingan ban sehingga memenuhi peraturan yang berlaku.

Penanaman *Radio-frequency identification* (RFID) pada ban juga akan menjadi trend baru dan telah diusulkan sebagai bagian dari sistem pelacakan ban yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi ban yang berisi tanggal pembuatan, penjualan, pengguna, kendaraan, dan sejarah perbaikan ban, serta untuk mencegah impor ban yang tidak bersertifikat. *Barcode* yang biasa digunakan pada produk ban memiliki resiko untuk

ditiru dan RFID merupakan terobosan untuk mengurangi resiko tersebut. Trend ini juga mendorong dimulainya diskusi mengenai publikasi standar ISO label ban RFID dalam ISO/TC 31.

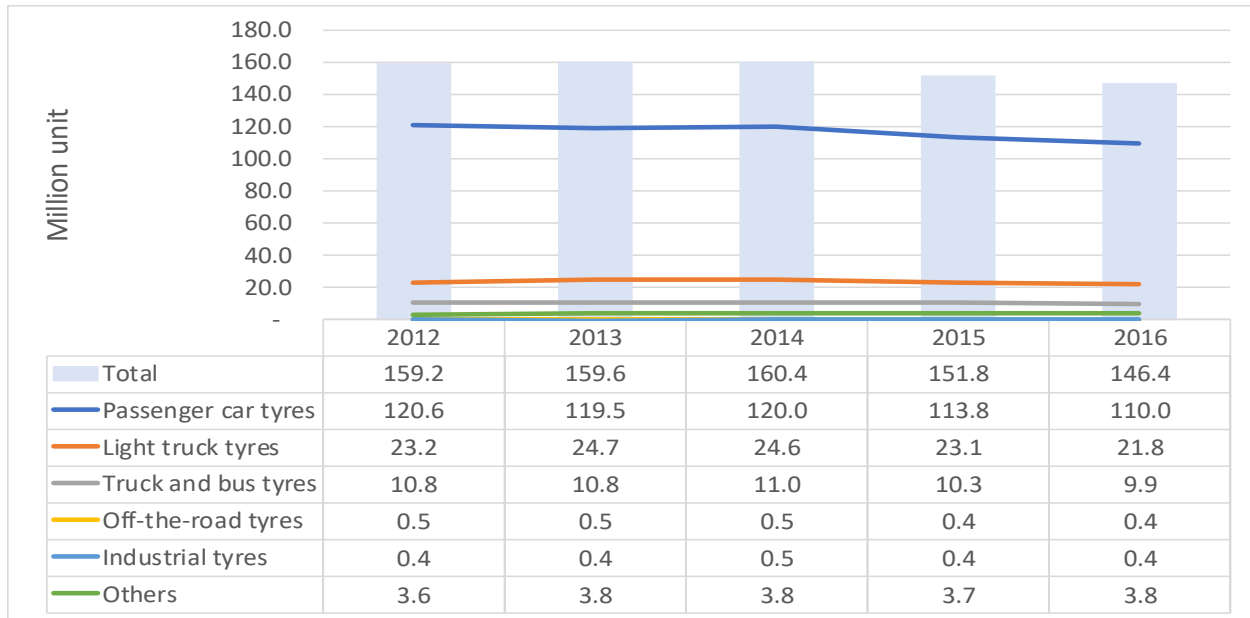
Produk ban yang saat ini juga banyak diminati adalah ban *run-flat* seiring dengan penambahan jumlah kendaraan yang dilengkapi dengan ban *run-flat* dan mulai banyaknya konsumen yang mulai meninggalkan ban cadangan untuk menghemat penggunaan ruang mobil serta memastikan keamanan jika terjadi tusukan di jalan raya.

Ban *run-flat* terdiri dari dua jenis, *self-support run-flat tires* dan *auxiliary-supported run-flat tire*. Secara struktur, kedua jenis ban tersebut lebih berat dari ban biasa karena ada penambahan penguatan dinding samping pada *self-support run-flat tires* dan penambahan cincin pendukung yang terpasang pada roda yang dimasukkan ke dalam ban pada *auxiliary-supported run-flat tire*. Selain itu, kedua ban tersebut juga cenderung memiliki konstanta pegas longitudinal yang lebih tinggi. Mengingat kelemahan dari ban *run-flat* tersebut, saat ini banyak permintaan ban *run-flat* generasi baru yang memiliki berat lebih ringan dan *rolling resistance* yang lebih rendah serta menekankan pada kenyamanan berkendara.

2.2 STRUKTUR PASAR

Produksi ban Jepang secara nasional pada tahun 2016 mencapai 146,4 juta unit, mengalami penurunan sebesar 3,6% dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Produksi ban Jepang pada tahun tersebut didominasi oleh ban mobil penumpang dengan total produksi mencapai 110,0 juta unit atau menguasai 75,2% pangsa produksi ban nasional Jepang. Produksi ban mobil penumpang ini juga mengalami penurunan 3,4% bila dibandingkan dengan produksi pada tahun sebelumnya. Produksi ban terbesar kedua adalah ban untuk *light truck* serta truk dan bus yang memiliki pangsa produksi masing-masing sebesar 14,9% dan 6,8% pada tahun 2016. Produksi ban untuk *light truck* mencapai 21,8 juta unit, mengalami penurunan 5,9% dibandingkan dengan tahun 2015, sedangkan produksi ban truk dan bus mencapai 9,9 juta unit dan mengalami penurunan sebesar 3,7% (YoY). Sementara itu, produk ban lain yang dihasilkan Jepang pada tahun 2016 adalah ban *off-the-road*, *industrial tyres*, dan ban lainnya (produk ban untuk pertanian, cart, dan sepeda motor) dengan total produksi masing-masing sebesar 0,4 juta unit, 0,4 juta unit, dan 3,8 juta unit. Produksi ban *off-the-road* mengalami penurunan produksi sebesar 1,4% (YoY), sebaliknya produksi *industrial tyres*, dan ban lainnya (produk ban untuk pertanian, cart, dan sepeda motor) mengalami peningkatan masing-masing sebesar 3,4% dan 2,9% (YoY).

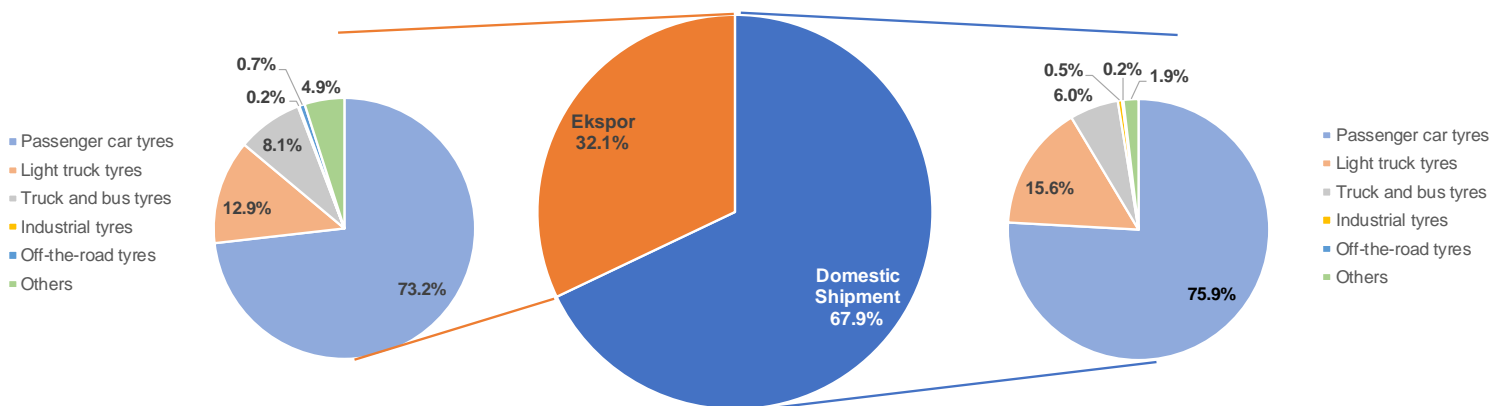
Grafik 2.1 Produksi Ban Jepang 2012-2016



Sumber: JATMA (2017)

- Others adalah produk ban untuk pertanian, cart, dan sepeda motor
- Data ini merupakan produksi produsen domestik, baik anggota JATMA maupun bukan anggota JATMA

Pada tahun 2016, 67,9% produksi ban Jepang dipasarkan di pasar domestik, sedangkan sisanya sebesar 32,1% diekspor. Ban yang dipasarkan di dalam negeri maupun ekspor didominasi oleh ban untuk mobil penumpang, ban untuk *light truck*, dan ban untuk truk dan bus dengan pangsa pemasaran masing-masing sebesar 94,2% dan 97,5%. Pasar ekspor terbesar Jepang adalah Eropa, Amerika Utara, dan Timur Tengah.



Grafik 2.2 Tujuan Penjualan Ban Jepang Tahun 2016

Sumber: JATMA (2017)

catatan: Others adalah produk ban untuk pertanian, cart, dan sepeda motor

Sebagian besar penjualan domestik Jepang pada tahun 2016 merupakan ban pengganti dengan jumlah 72,2 juta unit atau menguasai 61,9% penjualan domestik nasional Jepang. Sementara itu, penjualan ban untuk produsen peralatan asli (OEM) hanya mencapai 44,4 juta unit. Jenis ban yang paling dijual baik untuk OEM maupun ban pengganti adalah ban untuk mobil penumpang dengan total penjualan masing-masing mencapai 36,1 juta unit dan 51,0 juta unit pada tahun 2016.

Tabel 2.1 Data Penjualan Domestik Ban Jepang Tahun 2016 (Juta Unit)

Jenis Ban	OEM	Replacement Tyre	Total
Passenger car tyres	36.1	51.0	87.2
Light truck tyres	5.3	13.6	18.9
Truck and bus tyres	1.4	5.2	6.6
Industrial tyres	0.2	0.6	0.8
Off-the-road tyres	0.1	0.1	0.2
Others	1.4	1.6	3.0
Total	44.4	72.2	116.6

Sumber: JATMA (2017)

catatan:

- OEM adalah *Original Equipment Manufacturer* atau Produsen Peralatan Asli
- Others adalah produk ban untuk pertanian, cart, dan sepeda motor
- Data ini merupakan data penjualan produsen domestik, baik anggota JATMA maupun bukan anggota JATMA, serta data impor ban yang diproduksi oleh produsen Jepang di Jepang

Sementara itu, berdasarkan data anggota JATMA, ban pengganti pada tahun 2016 terjual sebanyak 69,9 juta unit. Penjualan ban pengganti yang digunakan untuk musim panas lebih tinggi dari penjualan ban pengganti yang digunakan untuk musim dingin dengan proporsi 67,7%:32,2%. Ban pengganti untuk musim panas terjual 47,3 juta unit, sedangkan ban pengganti untuk musim dingin terjual 22,6 juta unit pada tahun 2016. Penjualan ban pengganti untuk kedua musim tersebut didominasi oleh penjualan jenis ban untuk mobil penumpang.

Tabel 2.2 Data Penjualan Ban Pengganti Untuk Musim Panas dan Musim Dingin Tahun 2016 (Juta Unit)

Jenis Ban	Summer	Winter	Total
Passenger car tyres	34.9	16.1	51.0
Light truck tyres	9.4	4.2	13.6
Truck and bus tyres	2.9	2.3	5.2
Total	47.3	22.6	69.9

Sumber: JATMA (2017)

catatan:

- Data ini merupakan data penjualan produsen domestik anggota JATMA

Impor ban Jepang pada tahun 2016 mencapai 108,2 miliar yen atau sebanyak 27,6 juta unit. Lebih dari 70% dari impor tersebut didominasi oleh impor ban untuk mobil penumpang sebanyak 21,9 juta unit dengan nilai impor sebesar 79,0 miliar yen. Jumlah ban untuk truk, bus, dan *light truck* serta sepeda motor yang diimpor tidak berbeda jauh, masing-masing sebesar 2,3 juta unit dan 2,9 juta unit. Namun, nilai impor ban untuk truk, bus, dan *light truck* jauh lebih tinggi, yaitu sebesar 14,8 miliar yen sedangkan nilai impor ban sepeda motor hanya sebesar 5,2 miliar yen. Hal ini mengindikasikan bahwa harga jual ban untuk sepeda motor lebih rendah dibandingkan dengan harga jual ban untuk mobil penumpang, truk, bus, dan *light truck*.

Tabel 2.3 Data Impor Ban Jepang Berdasarkan Jenis Ban Tahun 2016

Jenis Ban	Jumlah Million Unit	Nilai Miliar Yen
Passenger car tyres	21.9	79.0
Commercial vehicle tyres (Truck and Bus, Light Truck)	2.3	14.8
Motorcycle tyres	2.9	5.2
Others	0.5	6.7
Total	27.6	108.2

Sumber: Ministry of Finance Japan dikutip dari JATMA (2017)
catatan:

- Others tidak termasuk ban pesawat dan ban sepeda

Bila dilihat berdasarkan kawasan asal impor, pada tahun 2016 Jepang banyak melakukan impor ban dari kawasan Asia dengan nilai impor sebesar 80,1 miliar yen (pangsa nilai 71,0%) dan jumlah ban sebanyak 24,4 juta unit (pangsa 88,5%). Jenis ban yang banyak diimpor dari kawasan Asia berupa ban untuk mobil penumpang dengan jumlah 19,2 juta unit. Sementara itu, jumlah ban untuk truk, bus, dan *light truck* serta ban lainnya hanya sebesar 2,2 juta ton dan 3,0 juta ton. Selain Asia, Jepang juga banyak mengimpor ban dari kawasan Eropa dengan nilai impor sebesar 21,9 miliar yen (pangsa 20,2%) dan jumlah ban sebanyak 2,5 juta ton. Impor Ban Jepang dari kawasan Eropa juga didominasi oleh ban untuk mobil penumpang sebanyak 2,2 juta unit. Kawasan asal impor produk ban Jepang selanjutnya adalah Amerika Serikat. Pada tahun 2016, Jepang mengimpor 512 ribu unit ban yang terdiri dari 486 ribu unit ban untuk mobil penumpang, 2 ribu unit ban untuk truk, bus, dan *light truck*, serta 24 ribu untuk ban lainnya dengan total nilai impor sebesar 5,2 miliar yen. Selain ketiga kawasan tersebut, Jepang juga mengimpor ban dari kawasan Amerika Tengah dan Amerika Selatan, Timur Tengah, dan Afrika dengan nilai impor sebesar 1,0 miliar dan jumlah ban sebanyak 108 ribu unit.

Tabel 2.4 Data Impor Ban Jepang Berdasarkan Kawasan Tahun 2016

Kawasan	Jumlah Impor Ban 2016 (Ribu Unit)				Nilai Impor Ban 2016 (Juta Yen)
	Passenger car tyres	Light Truck, Truck and Bus	Others	Total	
Asia	19,218	2,181	3,041	24,440	80,095
Europe	2,171	117	257	2,545	21,873
North America	486	2	24	512	5,236
South & Central America	10	0	64	74	763
Middle East	31	0	1	32	231
Africa	2	0	0	2	27
Oceania	0	0	0	0	0
Total	21,918	2,300	3,387	27,605	108,225
Weight (ton)	173,717	40,975	27,443	242,135	

Sumber: Ministry of Finance Japan dikutip dari JATMA (2017)

catatan: Others tidak termasuk ban pesawat dan ban sepeda

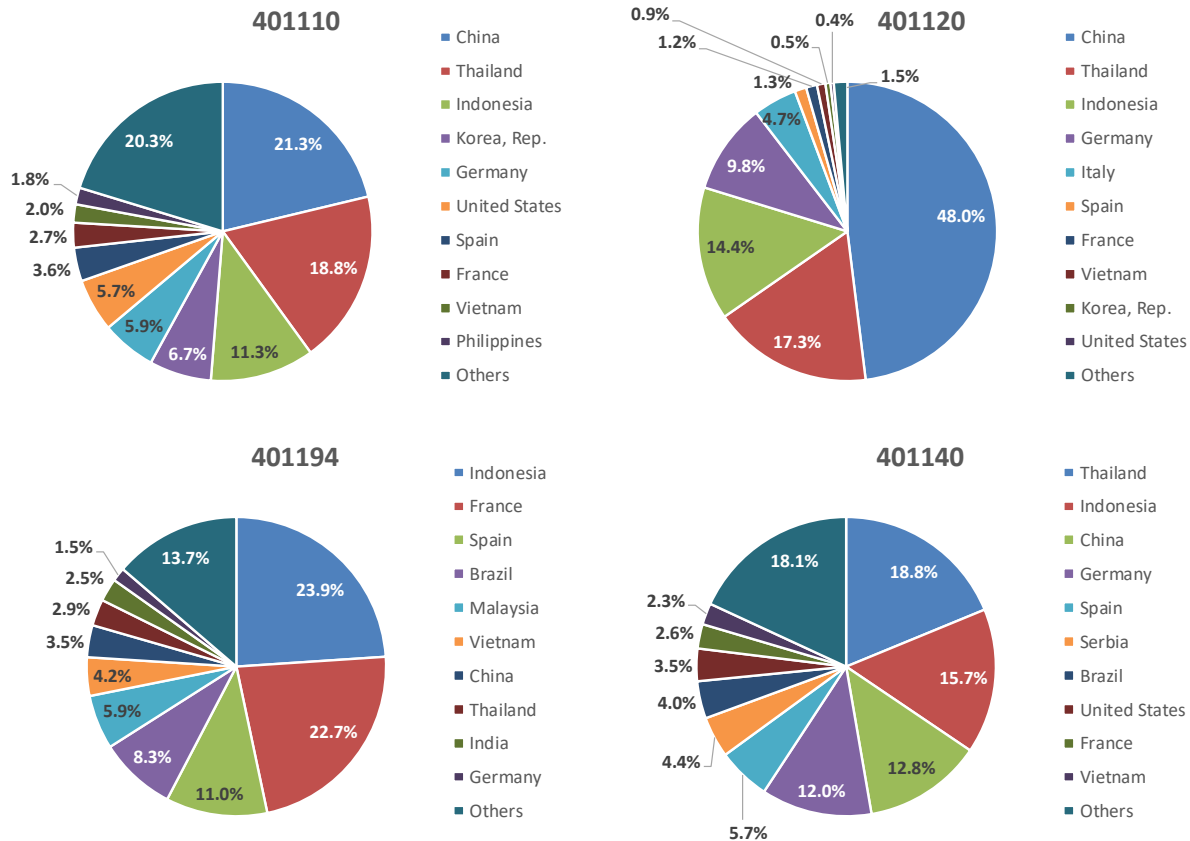
Bila dilihat berdasarkan kode HS, impor ban Jepang dalam HS 4011 pada tahun 2017 mencapai USD 1,1 miliar, mengalami peningkatan sebesar 9,4% dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Impor ban Jepang yang menguasai pangsa impor sebesar 71,7% adalah ban untuk mobil (HS 401110) dengan nilai impor sebesar USD 812,7 juta dan mengalami peningkatan sebesar 11,8% (YoY). Impor produk ban terbesar kedua adalah ban untuk bus dan lori (HS 401120) yang menguasai pangsa 12,9%. Impor ban untuk bus dan lori pada tahun 2017 mencapai USD 145,6 juta, meningkat 6,7% (YoY). Impor produk ban lainnya adalah ban untuk kendaraan konstruksi dan industri (HS 401194) dan ban untuk sepeda motor (HS 401140) dengan pangsa masing-masing sebesar 5,3% dan 4,2%. Impor ban untuk kendaraan konstruksi dan industri (HS 401194) mengalami peningkatan signifikan dari sebesar USD 26,9 juta pada tahun 2016 menjadi sebesar USD 60,0 juta pada tahun 2017. Sementara itu, impor ban untuk sepeda motor (HS 401140) hanya meningkat 0,3% menjadi sebesar USD 48,1 juta. Total pangsa impor untuk keempat produk ban tersebut pada tahun 2017 mencapai 94,1% dari total impor produk ban Jepang.

Tabel 2.5 Data Impor Ban Jepang Berdasarkan Kode HS

Kode HS	Uraian	Nilai (USD Juta)					Growth (%)	Trend (%)	Share (%)
		2013	2014	2015	2016	2017	17/16	13-17	2017
4011	New pneumatic tyres, of rubber	1,145.5	1,218.5	1,070.4	1,035.7	1,133.0	9.4	(1.8)	100.0
401110	New pneumatic tyres, of rubber, of a kind used for motor cars, incl. station wagons and racing ...	823.7	862.8	752.1	726.9	812.7	11.8	(2.0)	71.7
401120	New pneumatic tyres, of rubber, of a kind used for buses and lorries (excluding tyres with ...	118.1	162.0	145.2	136.4	145.6	6.7	2.5	12.9
401194	Pneumatic tyres, new, of rubber, of a kind used on construction or industrial handling vehicles ...	30.5	26.9	21.9	26.9	60.0	123.3	14.5	5.3
401140	New pneumatic tyres, of rubber, of a kind used for motorcycles	52.7	52.8	44.7	47.9	48.1	0.3	(2.8)	4.2
401161	Pneumatic tyres, new, of rubber, having a "herring-bone" or similar tread, of a kind used on ...	27.3	29.2	25.8	26.0	29.5	13.7	0.4	2.6
401150	New pneumatic tyres, of rubber, of a kind used for bicycles	31.4	29.8	28.3	26.1	26.0	(0.3)	(5.0)	2.3
401130	New pneumatic tyres, of rubber, of a kind used for aircraft	7.3	6.5	7.3	7.6	6.7	(11.3)	(0.3)	0.6
401199	Pneumatic tyres, new, of rubber (excluding having a "herring-bone" or similar tread and pneumatic ...	4.8	3.1	3.4	3.3	4.3	32.0	(1.8)	0.4
401162	Pneumatic tyres, new, of rubber, having a "herring-bone" or similar tread, of a kind used on ...	20.8	18.8	18.1	12.5	-	(100.0)	-	-
401163	Pneumatic tyres, new, of rubber, having a "herring-bone" or similar tread, of a kind used on ...	4.0	2.9	3.0	4.5	-	(100.0)	-	-
401169	Pneumatic tyres, new, of rubber, having a "herring-bone" or similar tread (excluding of a kind ...	1.5	0.8	0.7	0.6	-	(100.0)	-	-
401192	Pneumatic tyres, of rubber, new, of a kind used on agricultural or forestry vehicles and machines ...	3.1	3.5	3.0	3.0	-	(100.0)	-	-
401193	Pneumatic tyres, new, of rubber, of a kind used on construction or industrial handling vehicles ...	20.3	19.3	16.9	14.1	-	(100.0)	-	-

Sumber: UN Comtrade (2018)

Negara asal impor utama produk ban untuk mobil (HS 401110) Cina, Thailand, dan Indonesia yang memiliki pangsa impor masing-masing sebesar 21,3%, 18,8%, dan 11,3% pada tahun 2017. Indonesia juga menjadi negara pemasok ban untuk bus dan lori (HS 401120) ke-tiga dengan pangsa sebesar 14,4%. Indonesia berada di bawah Cina yang menyuplai hampir 50% pasar impor ban untuk bus dan lori Jepang, dan Thailand yang menyuplai 17,3% produk ban untuk bus dan lori pada tahun 2017. Sementara itu, Indonesia merupakan pemasok utama ban untuk kendaraan konstruksi dan industri (HS 401194) Jepang dengan pangsa sebesar 23,9%. Pesaing Indonesia untuk pasar ban untuk kendaraan konstruksi dan industri Jepang adalah Perancis dan Spanyol yang menguasai pangsa impor masing-masing 22,7% dan 11,0%. Untuk produk ban sepeda motor (HS 401140), Indonesia mampu menyuplai 15,7% permintaan produk ban sepeda Jepang pada tahun 2017. Pesaing Indonesia untuk produk ban sepeda di pasar Jepang adalah Thailand yang menguasai pangsa 18,8% dan Cina yang menguasai pangsa 12,8%.

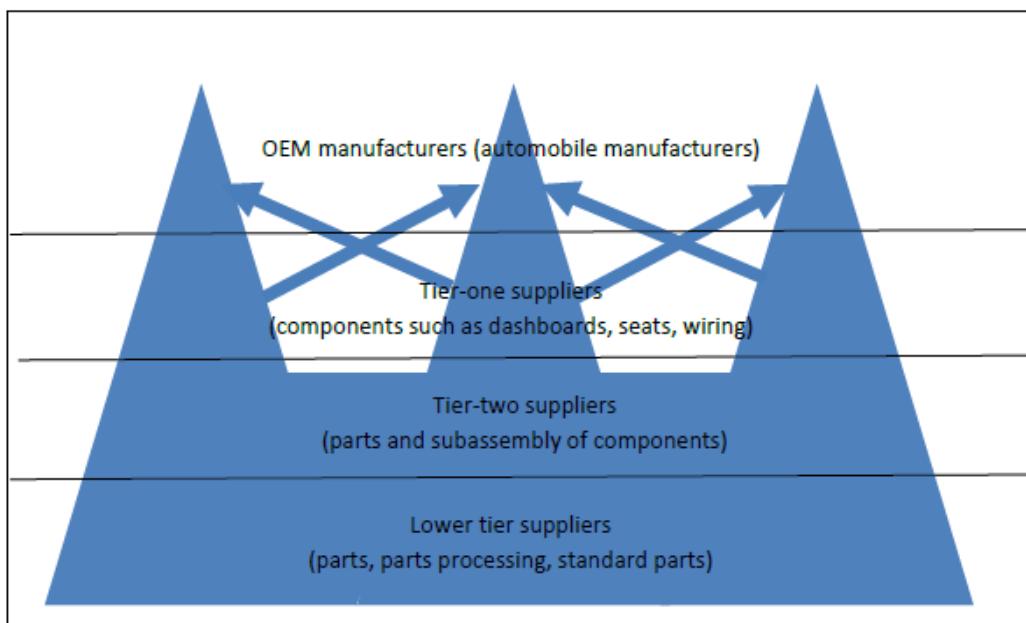


Grafik 2.3 Negara Asal Impor Utama Beberapa Produk Ban Jepang Tahun 2017
 Sumber: UN Comtrade (2018)

2.3 SALURAN DISTRIBUSI

Berdasarkan studi yang dilakukan oleh Bromann (2014) untuk *EU Business in Japan*, saluran distribusi komponen kendaraan, termasuk produk ban terbagi menjadi dua macam, saluran distribusi OEM dan saluran distribusi *after-sales*. Saluran distribusi OEM berbentuk jaringan bisnis yang berbentuk piramida, dimana pada puncak tertinggi adalah produsen OEM atau produsen mobil, seperti Toyota, Honda, Nissan, dan lain-lain. Dibawah puncak piramida terdapat tiga tingkatan supplier dimana tingkat pertama terdiri dari berbagai supplier komponen besar kendaraan, seperti ban dan kursi mobil, yang memasok untuk produsen OEM secara langsung. Supplier-supplier yang berada pada tingkatan ini dan membentuk grup untuk memasok untuk satu produsen OEM disebut *keiretsu*. Namun, saat ini supplier-supplier di tingkat pertama tidak hanya memasok untuk satu produsen OEM. Pada tingkat kedua terdapat supplier *parts* dan *subassembly* untuk pembuatan komponen yang dilakukan oleh supplier komponen besar di tingkat pertama. Dan pada tingkatan yang paling rendah adalah supplier dari *parts* standar yang lebih sederhana.

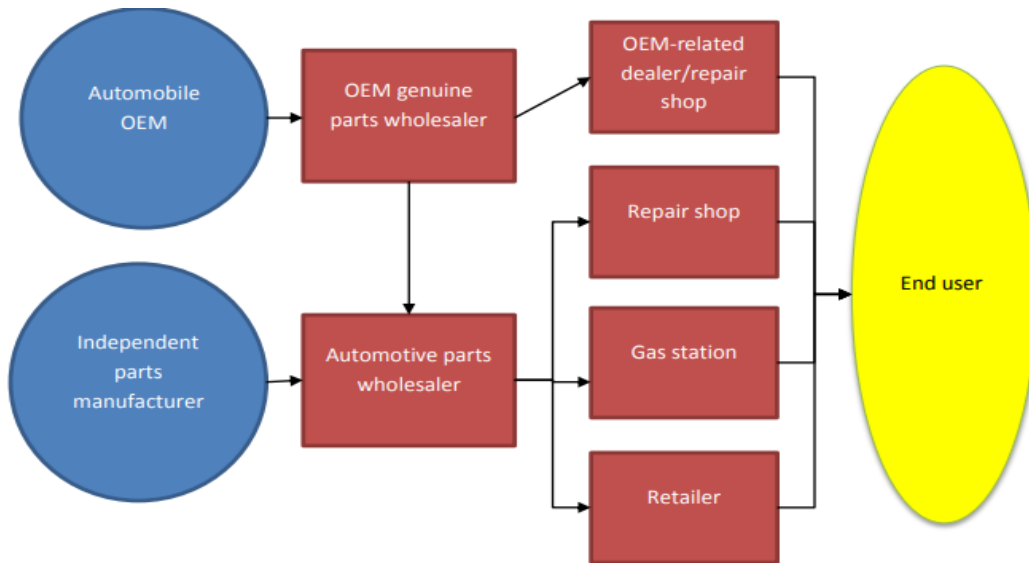
Berdasarkan analisis yang dilakukan oleh Miriam (2009) yang dikutip Bromann (2014), produsen OEM akan melakukan proses pengecekan untuk supplier-supplier yang berminat untuk bergabung dalam jaringan bisnis otomotif di Jepang. Proses pengecekan tersebut terdiri dari pengecekan *track record* supplier, sertifikasi yang dimiliki oleh supplier, seperti ISO 9001, dan hasil evaluasi produsen dari kegiatan *on-site visits*. Proses negosiasi bisnis dengan produsen OEM Jepang lebih dititikberatkan pada “*target costs*” dibandingkan “*target prices*”. Sementara itu, proses seleksi terdiri dari beberapa tahap. Pada tahap pertama, produsen OEM memberikan request for quotation yang berisi spesifikasi yang harus dipenuhi oleh supplier. Pada tahap selanjutnya, merupakan proses diskusi dan revisi dari proposal dan estimasi harga yang diserahkan oleh supplier. Setelah proposal dan biaya disetujui, proses selanjutnya adalah *prototyping* dan uji coba. Proses ini bisa berlangsung hingga dua tahun sebelum produksi dilakukan.



Grafik 2.4 Saluran Distribusi Komponen Kendaraan Untuk Produsen OEM

Sumber: Bromann (2014)

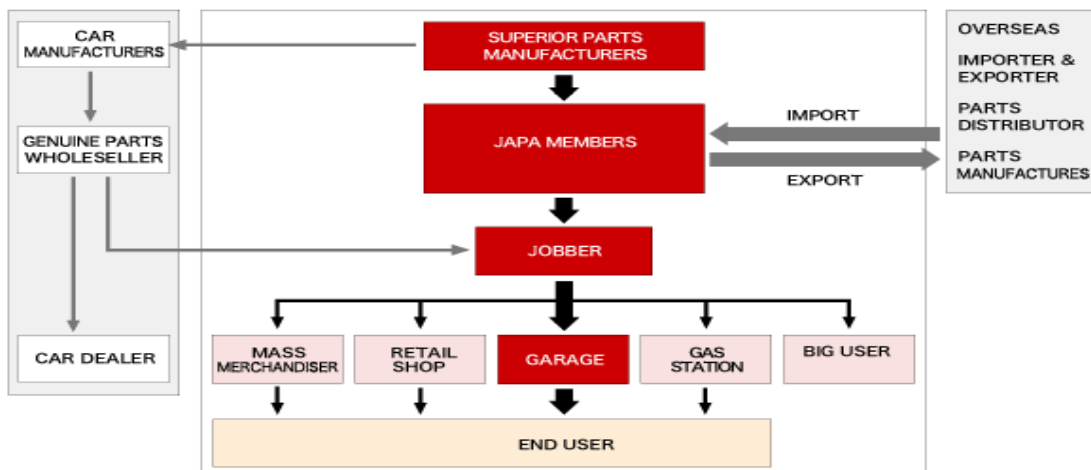
Sementara itu, saluran distribusi komponen kendaraan, termasuk ban, untuk konsumen akhir terdiri dari dua saluran. Saluran pertama berasal dari produsen OEM dan saluran kedua berasal dari produsen komponen kendaraan independen. Produsen komponen kendaraan independen menyuplai komponen kendaraan ke *wholesaler* komponen kendaraan, dan *wholesaler* tersebut akan menyuplai komponen kendaraan ke *repair shop*, pom bensin, dan retailer sebelum akhirnya sampai ke konsumen akhir. Sementara itu, produsen OEM memasok komponen untuk *wholesaler* komponen original. *Wholesaler* komponen original kemudian memasok komponen kendaraan ke dealer mobil dan *wholesaler* komponen kendaraan.



Grafik 2.5 Saluran Distribusi Komponen Kendaraan Untuk Konsumen Akhir

Sumber: Bromann (2014)

Saluran distribusi berdasarkan *Japan Automotive Products Association (JAPA)* hampir sama dengan saluran distribusi yang telah dijelaskan sebelumnya dimana produsen OEM memasok komponen original ke *wholesaler* komponen original dan selanjutnya didistribusikan ke dealer mobil. Sementara itu, anggota JAPA mendapatkan komponen kendaraan dari produsen-produsen besar komponen kendaraan yang juga memasok untuk produsen OEM, distributor komponen kendaraan dan bertindak sebagai importir dan eksportir komponen kendaraan. JAPA selanjutnya memasok untuk pemborong sebelum didistribusikan ke *mass merchandiser*, *retail shop*, bengkel, pom bensin untuk konsumen akhir.



Grafik 2.6 Saluran Distribusi Komponen Kendaraan Versi *Japan Automotive Products Association (JAPA)*

Sumber: JAPA (2018)

2.4 PERSEPSI TERHADAP PRODUK INDONESIA

Ban merupakan salah satu produk andalan ekspor Indonesia dimana sekitar 70 persen produksi ban nasional diperuntukkan bagi pasar ekspor. Hal ini menjadikan Indonesia sebagai salah satu eksportir terbesar ban di dunia dengan nilai ekspor mencapai USD 1,6 miliar pada tahun 2017. Salah satu faktor pendukung tingginya ekspor ban Indonesia adalah bahan baku karet alam yang berkualitas dan tersedia di dalam negeri. Keunggulan dalam hal bahan baku tersebut membuat beberapa produsen ban besar, seperti Bridgestone, Goodyear, dan Hankook, mempercayakan Indonesia sebagai salah satu basis produksi mereka.

Industri ban nasional juga terus meningkatkan daya saing di pasar ekspor dengan mengembangkan pusat penelitian dan pengembangan (R&D). Salah satu pusat R&D tersebut berupa *proving ground* atau fasilitas uji produk bayang berupa sirkuit mini. *Proving ground* ini merupakan salah satu faktor yang dapat meningkatkan kepercayaan konsumen di pasar ekspor. Bridgestone Indonesia memiliki *proving ground* yang dibangun di atas lahan seluas 62.500 m² dengan panjang lintasan utama sebesar 1.971 m. *Proving ground* ini memiliki lintasan lurus 850 m dan lima tikungan di sepanjang lintasan utama. Pada sirkuit ini juga dilengkapi dengan delapan jenis permukaan jalan khusus, tikungan beradius 50 m dan 32 m untuk pengujian medan basah dan kering.

Sementara itu, Gajah Tunggal yang merupakan produsen ban terbesar di Indonesia telah mengoperasikan *proving ground* tahap pertama sejak tahun 2016 dan mengembangkan *proving ground* tahap kedua pada tahun 2017. Fasilitas ini merupakan yang terbesar di Indonesia yang dibangun di atas lahan seluas 100 hektare, dimana lahan seluas 65 hektare digunakan untuk *proving ground* dan sisanya untuk ekspansi. Pembangunan *proving ground* tersebut mengikuti standar yang telah ditetapkan oleh badan akreditasi MIRA yang merupakan *proving ground* independen terbesar dan paling komprehensif di dunia. *Proving ground* tahap pertama difokuskan pada fasilitas pengujian seperti ISO Noise, *Vehicle Dynamic Area*, *Wet Braking & Handling*, serta *Longitudinal Hydroplanning*.

BAB III.
PERSYARATAN PRODUK

3.1 KETENTUAN PRODUK

3.1.1 Regulasi Terkait Keselamatan

3.1.1.1 Safety Standards

Standar terkait ban terutama dititikberatkan pada sudut pandang keselamatan mobil karena ban merupakan salah satu bagian vital dari sebuah mobil. Peraturan internasional yang paling banyak diadopsi oleh dunia adalah *UN regulations* terkait keselamatan kendaraan. Di Jepang, *safety standards* tercantum dalam *Safety Regulations for Road Vehicles* yang dikeluarkan oleh *Ministry of Land, Infrastructure, Transport and Tourism*. *Safety Regulations for Road Vehicles* mengutip UN Regulations Nos. 30, 54, 75, dan Revision 2 of Regulation No. 117 (UN/R30/R54/R75/R117-02). Salah satu ketentuan yang tercantum dalam *Safety Regulations for Road Vehicles* adalah persyaratan mengenai kedalaman alur ban minimum (*minimum tyre groove depth*) serta pelarangan penggunaan ban dengan kedalaman alur yang tidak memenuhi standar. Persyaratan tersebut ditetapkan untuk mencegah ban tergelincir terutama di jalanan basah karena penurunan kinerja pengereman. Kedalaman alur ban minimum yang diatur dalam regulasi tersebut dapat dilihat pada Tabel 3.1 Selain regulasi tersebut, JATMA mengeluarkan *Standards for Selection, Usage and Maintenance of Automobile Tyres* yang berisi pedoman mengenai rincian yang harus dipenuhi dalam penggunaan dan pemeliharaan ban mobil (JATMA, 2017).

Tabel 3.1 *Minimum Groove Depth* Untuk Ban Mobil

<i>Minimum Groove Depth</i> Untuk Ban Mobil	
Tyre Type	Groove Depth Limit
Passenger car tyres	1.6 mm
Light truck tyres	1.6 mm
Truck and bus tyres	1.6 mm
Motorcycle tyres	0.8 mm

<i>Minimum Groove Depth</i> Untuk Ban Mobil Dengan Berkendara Pada Kecepatan Tinggi	
Tyre Type	Groove Depth Limit
Passenger car tyres	1.6 mm
Light truck tyres	2.4 mm
Truck and bus tyres	3.2 mm

Sumber: JATMA (2017)

3.1.1.2 Tyre Standards

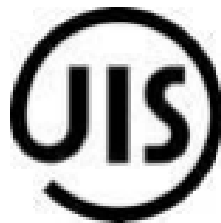
Jepang memiliki Komite Standar Ban (*Tyre Standards Committee*) yang terdiri dari perwakilan dari industri ban, industri kendaraan, dan pemerintah. Komite tersebut memiliki fungsi dalam mengeluarkan *Tyre Standards* untuk spesifikasi ban mobil, rims dan katup. Standar ini telah diakui oleh Amerika Serikat yang mengutip *Tyre Standards* Jepang dalam *Federal Motor Vehicle Safety Standards and Regulations* untuk produk ban yang akan diekspor ke berbagai negara, seperti Kanada dan Australia. Selain itu, *Tyre Standards* Jepang juga sudah diakui sebagai salah satu pedoman otoritatif seperti standar ETRTO Eropa dan standar TRA AS (JATMA, 2017).

JATMA, sebagai Asosiasi Pabrik Ban Jepang, menerbitkan buku JATMA Year Book setiap tahun yang didalamnya berisi informasi lebih lanjut mengenai *Tyre Standards* Jepang. Selain itu, buku tersebut juga dirancang untuk mempromosikan standardisasi, penyederhanaan, dan penyatuan penggunaan ban di Jepang, serta berkontribusi pada rasionalisasi produksi dan penggunaan ban yang adil (JATMA, 2017).

3.1.2 Regulasi Terkait Lingkungan

3.1.2.1 Tyre Labeling System

Berdasarkan *Fair Competition Rules*, ban untuk kendaraan bermotor harus sesuai dengan komponen dari sebuah kendaraan. Demi kebaikan konsumen, peraturan tersebut mensyaratkan distributor ban untuk memberi label pada sisi luar ban mengenai nama produsen, nama brand, ukuran, dan kegunaan, indikasi “reused” untuk ban daur ulang, harga, biaya servis perawatan, peringatan penggunaan dan penyimpanan, negara asal, dan handling charge untuk ban bekas. Selain itu, terdapat pula pelabelan sukarela JIS *Mark Labelling System* yang mengindikasikan pemenuhan terhadap *Japanese Industrial Standard*. Meskipun label ini bersifat sukarela, penggunaan label ini sangat direkomendasikan mengingat banyak perusahaan Jepang mensyaratkan label ini. Sertifikasi JIS *Mark* dilakukan oleh Badan Sertifikasi swasta terakreditasi yang ditunjuk oleh pemerintah. Perusahaan yang lolos sertifikasi diperbolehkan menampilkan JIS *Mark* pada produknya.



Gambar 3.1 Logo JIS Mark

Sumber: <http://www.jisc.go.jp>

Pada tahun 2010, JATMA meluncurkan standar sukarela yang diberi nama *Tyre Labeling System* dengan menampilkan tingkat kinerja ban yang hemat bahan bakar pada label. *Tyre Labeling System* mensyaratkan *grading system* untuk *rolling resistance coefficient* (RRC) dan *wet grip performance* ban. Sistem *grading* untuk RRC terdiri dari 5 tingkatan (Grade AAA hingga C), sementara sistem *grading* untuk *wet grip performance* terdiri dari empat tingkatan (Grade a hingga d) (Tabel 3.2).

Tabel 3.2 Grading System Untuk Rolling Resistance Coefficient dan Wet Grip Performance

	Unit (N/kN)		Unit (%)
Rolling Resistance Coefficient (RRC)	Grade	Wet Grip Performance (G)	Grade
$RRC \leq 6.5$	AAA	$155 \leq G$	a
$6.6 \leq RRC \leq 7.7$	AA	$140 \leq G \leq 154$	b
$7.8 \leq RRC \leq 9.0$	A	$125 \leq G \leq 139$	c
$9.1 \leq RRC \leq 10.5$	B	$110 \leq G \leq 124$	d
$10.6 \leq RRC \leq 12.0$	C		

Sumber: JATMA (2017)

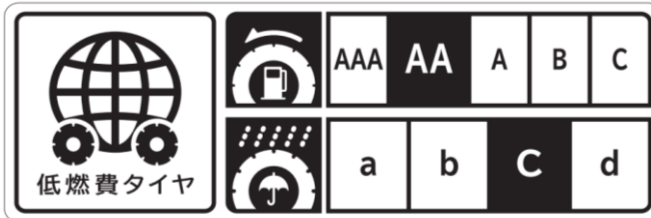
Tyre Labeling System juga memiliki simbol untuk RRC dan *wet grip performance* serta ban yang hemat bahan bakar. Setiap produk ban yang dijual akan diberikan label yang menunjukkan apakah ban tersebut hemat bahan bakar dan label *grade* untuk RRC dan *wet grip performance*.

Simbol untuk ban hemat bahan bakar, *Rolling Resistance Performance*, dan *Wet Grip Performance*

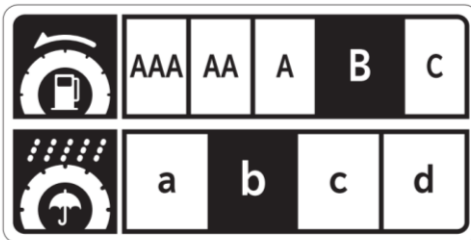


Label pada produk ban hemat bahan bakar dan ban yang tidak hemat bahan bakar

(Fuel efficient tyre)



(Non fuel efficient tyre)



Gambar 3.2 Metode Pelabelan Menurut *Labelling System*

Sumber: JATMA (2017)

3.1.2.2 Tyre Noise Restrictions

Dalam laporan *Future Policy for Motor Vehicle Noise Reduction* tanggal 19 April 2012, Dewan Lingkungan Hidup Jepang merekomendasikan kebijakan mengenai *noise restrictions* dalam Regulation No. 117 (*Tire Rolling Sound Emissions, Adhesion on Wet Surfaces, and Rolling Resistance*). Dalam menanggapi hal tersebut, *Ministry of Land, Infrastructure, Transport and Tourism* mengadakan kelompok kerja yang terdiri dari akademisi dan sektor untuk membahas kebijakan mengenai *noise restrictions*. Hasil kelompok kerja tersebut adalah mereka sepakat untuk mengenakan Regulation No. 117 di Jepang. Selanjutnya, Kementerian Lingkungan Hidup Jepang menindaklanjuti dengan mendirikan *Expert Committee on Motor Vehicle Noise of the Air/Noise and Vibration*

Committee of the Central. Berdasarkan laporan dari komite tersebut, amandemen dari Safety Regulations for Road Vehicles, yang dikeluarkan dan mulai berlaku sejak 8 Oktober 2015, pada akhirnya harus memenuhi persyaratan teknis untuk *tire vehicle exterior noise*, *rolling resistance* dan *wet grip performance* yang tercantum dalam UN Regulation No. R117 (UN R117-02). Regulasi ini akan diwajibkan secara bertahap mulai April 2018.

3.2. KETENTUAN PEMASARAN

Ban dapat disuplai pada saat proses produksi mobil serta pada penjualan *after-sales*. Konsumen pada saat proses produksi dilakukan adalah produsen peralatan asli (*Original Equipment Manufacturer/OEM*), sedangkan konsumen *after-sales* adalah *wholesalers* dan *retailer*. Ban yang akan dijual sebagai layanan *after-sales* dapat dipasarkan oleh OEM melalui jaringan distribusi mereka maupun produsen ban atau retailer dengan memakai brand mereka sendiri.

Untuk dapat memasuki jaringan supplier OEM di Jepang, eksportir perlu menyadari bahwa harga bukanlah satu-satunya faktor kompetisi. OEM biasanya membuat para suppliernya berkompetisi dalam hal pengembangan produk. Kunci sukses untuk dapat menjalin hubungan bisnis dengan OEM Jepang adalah *track record* dalam menyuplai ban untuk OEM besar lainnya karena eksportir akan dianggap *reliable* dan memiliki kualitas yang cukup tinggi. Selain itu, eksportir perlu memastikan kualitas yang tinggi akan produk yang dijual serta layanan lainnya seperti penjualan, *packaging*, *after-sales*, dan perawatan. Selain itu, informasi detail terkait produk yang akan diekspor dengan menggunakan Bahasa Jepang juga dapat memudahkan proses bisnis. Konsumen Jepang, baik OEM maupun *wholesalers* dan *retailer*, memiliki ekspektasi yang tinggi terhadap kualitas, layanan, dan ketersediaan barang. Oleh karena itu, eksportir harus terus berinovasi dalam melayani konsumen Jepang.

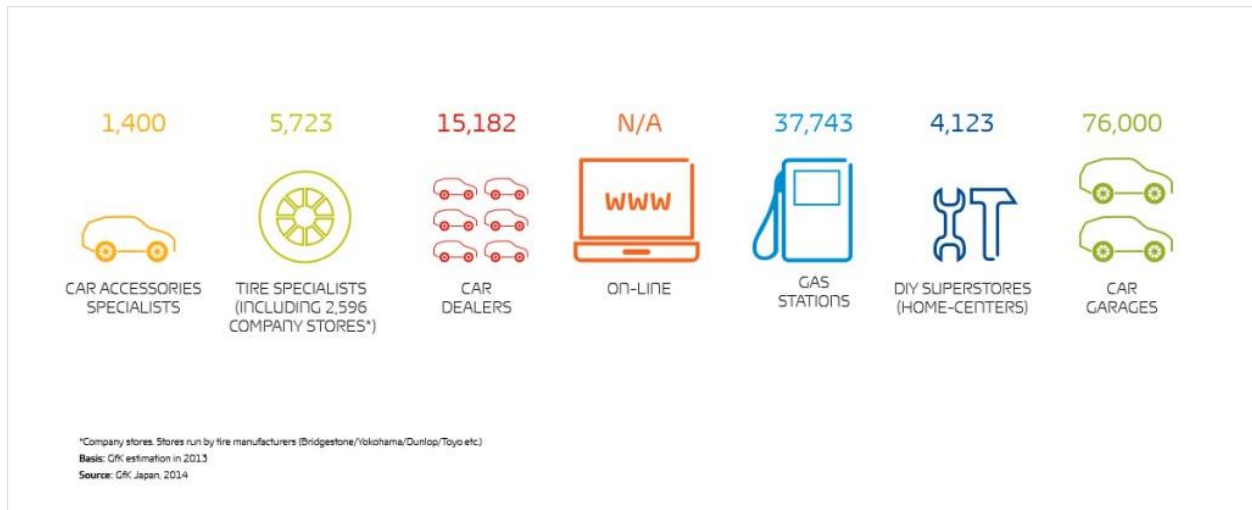
Eksportir dapat memanfaatkan perwakilan perdagangan RI di Jepang (ITPC Osaka), JETRO, asosiasi otomotif terkait, *trading company*, serta agen dan distributor untuk memasuki pasar Jepang maupun bergabung dengan jaringan *supplier* otomotif di Jepang. Selain itu, perusahaan dan institusi tersebut juga bermanfaat untuk mendapatkan informasi yang lebih detail tentang pasar serta kontak bisnis di Jepang. Pameran dagang juga dapat dimanfaatkan sebagai wahana untuk mengenalkan produk serta mencari partner bisnis yang prospektif. Opsi lain untuk memasuki pasar Jepang adalah dengan melakukan kerjasama langsung dengan produsen maupun retailer di Jepang.

Berdasarkan *Handbook for Industrial Products Import Regulations 2009* yang diterbitkan oleh JETRO, impor ban baru maupun ban bekas ke Jepang tidak mendapatkan peraturan khusus. Eksportir juga tidak akan terbebani oleh bea masuk

karena bea masuk impor produk ban (HS 4011) sudah 0%. Prosedur bea cukai untuk impor ban ke Jepang adalah deklarasi impor ketika ban sudah memasuki area bea cukai. Deklarasi impor harus dilakukan oleh importir atau agen dengan menyerahkan beberapa dokumen, seperti formulir deklarasi impor, *commercial invoice*, *bill of lading* atau *air waybill*, dan surat keterangan asal. Tahap selanjutnya adalah pembayaran *custom duty* dan *consumption tax* serta biaya *custom handling*. Setelah pembayaran selesai dilakukan, Bea Cukai Jepang (*Customs Jepang*) akan mengeluarkan *import permit*. Setelah prosedur bea cukai selesai, ban bisa didistribusikan di pasar Jepang.

3.3. DISTRIBUSI

Saluran distribusi produk ban pengganti di Jepang dilakukan melalui spesialis aksesoris mobil, spesialis ban (termasuk toko yang didirikan oleh industri ban, dealer mobil, internet, pom bensin, toko *home-center*, dan garasi mobil. Namun, berdasarkan studi yang dilakukan oleh GfK Jepang (2014), spesialis aksesoris mobil, spesialis ban, dealer mobil, dan internet merupakan saluran distribusi utama produk ban di Jepang. Dari keempat saluran distribusi tersebut, spesialis aksesoris mobil merupakan saluran distribusi yang paling penting dan didominasi oleh dua retailer utama Jepang, yaitu AutoBacs (AB) dan YellowHat (YH).



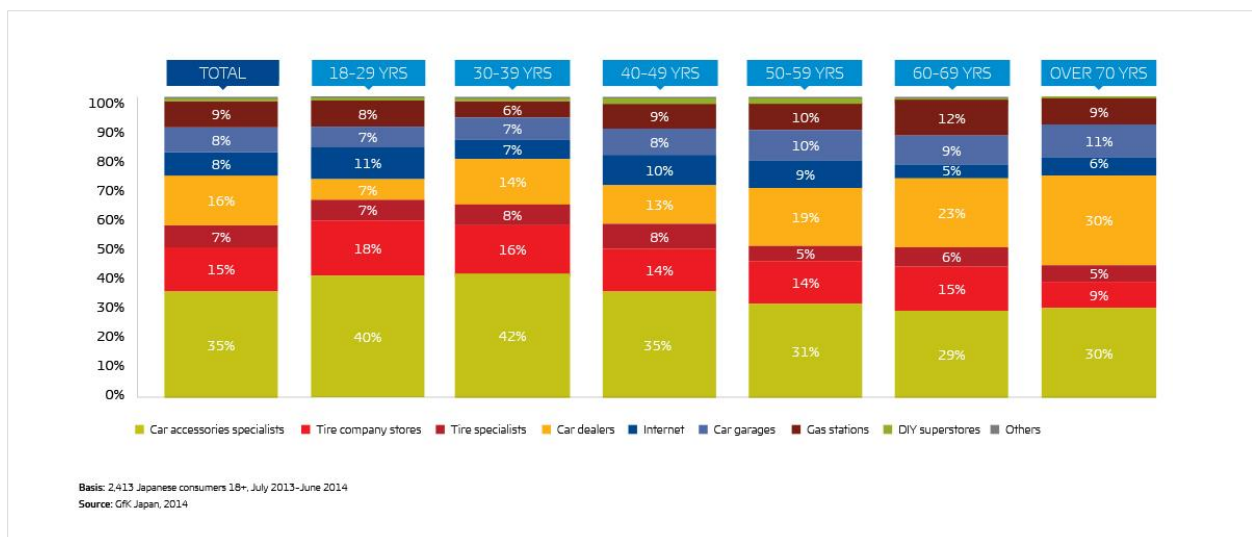
Gambar 3.2 Saluran Distribusi Produk Ban di Jepang

Sumber: GfK Jepang (2014)

GfK Jepang (2014) juga melakukan studi mengenai preferensi konsumen Jepang dalam memilih saluran distribusi produk ban dengan melakukan survey terhadap pengemudi mobil dengan usia diatas 18 tahun dan pernah membeli ban pengganti dalam kurun waktu satu tahun terakhir. Hasil studi tersebut menunjukkan bahwa terdapat perbedaan yang jelas antar generasi mengenai preferensi saluran distribusi untuk

pembelian produk ban di Jepang. Konsumen dengan usia lebih muda (19-49 tahun) lebih memilih untuk membeli ban pengganti di spesialis aksesoris mobil. Konsumen muda cenderung lebih memilih gaya hidup yang lebih praktis. Spesialis aksesoris mobil biasanya memiliki toko yang luas dan banyak pilihan aksesoris mobil, sehingga konsumen dapat dapat menemukan hampir semua hal yang mereka inginkan, termasuk layanan pemasangan ban baru.

Di sisi lain, konsumen dengan usia lebih tua (50-lebih dari 70 tahun) memilih untuk membeli ban pengganti tidak hanya di tempat spesialis aksesoris mobil, tetapi juga di dealer mobil. Salah satu keuntungan membeli ban di dealer mobil adalah pelanggan tidak perlu mengunjungi toko ritel. Sebaliknya, dealer mobil biasanya mengambil dan mengembalikan mobil ke rumah pelanggan yang merupakan layanan dasar dealer mobil. Mengingat bahwa Jepang menghadapi permasalahan demografi *aging population*, saluran distribusi dengan layanan lengkap seperti yang terjadi dealer mobil maupun spesialis aksesoris mobil akan menjadi jauh lebih penting di masa depan.



Grafik 3.1 Preferensi Saluran Distribusi Ban Mobil di Jepang

Sumber: GfK Jepang (2014)

3.4. INFORMASI HARGA

Produsen ban mengeluarkan berbagai macam ukuran dan varian untuk tiga jenis musim, yaitu *summer tyre*, *studless tyre* untuk musim dingin, dan *all season tyre*. Perbedaan ukuran, varian, dan jenis musim tersebut mempengaruhi perbedaan harga ban. Berdasarkan data yang diperoleh dari rakuten.co.jp, secara umum, semakin besar ukuran ban akan membuat harga ban semakin mahal. Selain itu, harga *summer tyre* cenderung lebih rendah dibandingkan dengan harga *studless tyre* untuk musim dingin,

dan *all season tyre*. Tabel 3.3 menyajikan perbandingan harga ban *summer tyre*, *studless tyre* untuk musim dingin, dan *all season tyre* ukuran 205/55R16¹.

Tabel 3.3 Harga Ban Ukuran 205/55R16 dari Situs Belanja Online Jepang

Kategori	Merk Ban	Harga (Yen)
Summer Tyre		
Harga Terendah	Aptany RP 203	2,060
	Maxxis i-ECO	2,980
	Autoway Zeetex ZT1000	4,020
	Kenda KR 20	4,100
	Autoway Radar Tires RPX800	4,310
Harga Tertinggi	Bridgestone Potenza RE-12D	24,624
	Bridgestone Turanza ER300	23,523
	Yokohama Advan A052	22,780
	Michelin Primacy 3ZP	22,713
	Yokohama Advan Sport V105	22,300
Studless Tyre		
Harga Terendah	Kenda KR 36	8,450
	Hankook W626	9,000
	Michelin Energy Saver	9,120
	Hankook Winter i*cept IZ2	9,180
	Goodyear Eagle Revspec RS02	9,270
Harga Tertinggi	Bridgestone Blizzak Revo 1	38,360
	Yokohama Ice Guard	33,500
	Goodyear Ice Navi 6	32,690
	Michelin X-Ice	32,400
	Pirelli Winter Sottozero 3	31,864
All Season Tyre		
Harga Terendah	Falken Euro Winter HS449 All season	9,100
Harga Tertinggi	Pirelli Cinturato All Season Plus	15,080
	Goodyear Vector 4 Seasons	17,320
	Goodyear Vector 4 Seasons Hybrid	19,440
	Michelin Cross Climate Plus	23,580

Sumber: rakuten.co.jp (2018)

Berdasarkan data tersebut, *summer tyre* dengan harga yang paling murah adalah Aptany RP203 (Cina), Maxxis i-ECO (Taiwan), Autoway Zeetex ZT1000 (Jepang), Kenda KR20 (Taiwan), dan Autoway Radar Tires RPX800 (Jepang). Selain merk-merk tersebut, pemain *summer tyre* di kategori harga rendah dan menengah antara lain Duraturn (North America), Winrun dan Sunfull (Cina), Kumho Tire, Hankook dan Laufenn (Korea Selatan), GT-Radial (Indonesia), dan Falken (Jepang). Sementara itu, *summer tyre* dengan harga

¹ berdasarkan data dari RMA, salah satu ukuran ban mobil penumpang yang banyak diminati adalah 205/55R16

tertinggi didominasi oleh produsen-produsen besar, seperti Bridgestone, Yokohama, dan Michelin.

Di sisi lain, harga *studless tyre* untuk musim dingin dan *all season tyre* jauh lebih mahal dibandingkan dengan harga *summer tyre*. Harga terendah *studless tyre* untuk musim dingin dan *all season tyre* lebih mahal empat kali lipat dibandingkan dengan harga terendah *summer tyre*. Selain itu, produsen *studless tyre* untuk musim dingin dan *all season tyre* didominasi oleh produsen-produsen besar seperti Bridgestone, Yokohama, Goodyear, Michelin, dan Pirelli.

Autobacs yang merupakan retailer bagian dan aksesoris otomotif utama di Jepang juga mengeluarkan ban dengan merk Overtake Art Boots RVII dan Maxrun Everroad. Merk Overtake RVII tersedia dalam 7 ukuran sedangkan merk Maxrun Everroad tersedia dalam 37. Untuk ban dengan ukuran 205/55R16, Autobacs menawarkan ban dengan merk Kumho, Pirelli, Federal, Autobacs, Michelin, dan Maxxis. Harga *summer tyre* ukuran 205/55R16 terendah di situs Autobacs adalah 6.966 Yen dengan merk Kumho Eco Sense SE11, sedangkan ban dengan harga tertinggi adalah Pirelli Cinturato P7 RFT (run flat) seharga 28.540 Yen. Sementara itu, Autobacs hanya menyediakan 2 merk *all season tyre* ukuran 205/55R16, yaitu Maxxis Allseason AP2 (11.762 Yen) dan Michelin Cross Climate Series (28.124 Yen).

Tabel 3.4 Harga Ban Ukuran 205/55R16 Dari Situs Autobacs

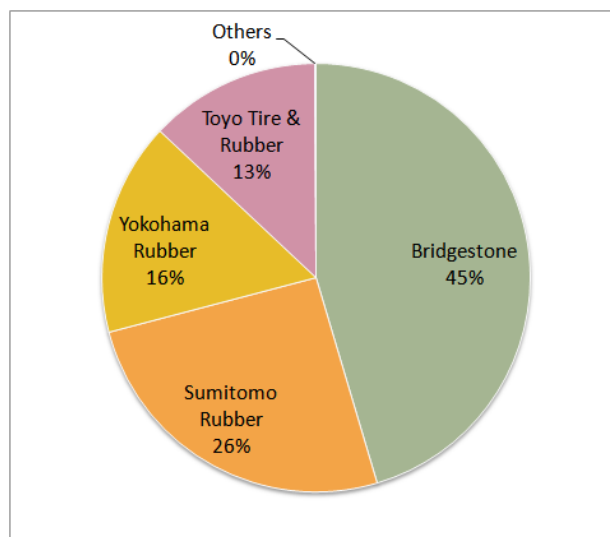
Merk Ban	Harga (Yen)
Summer Tyre	
Kumho Eco Sense SE11	6,966
Federal Formoza FD2	9,670
Pirelli Power GY	9,720
Federal Sports 595	10,330
Federal Formoza AZ01	10,470
Autobacs Everroad	10,746
Pirelli Cinturato P6	12,474
Pirelli Cinturato P7	15,593
Pirelli Cinturato P12	15,690
Michelin Energy Saver +	18,240
Michelin Precision	20,443
Pirelli Cinturato P7 RFT (run flat)	28,540
All Season Tyre	
Maxxis Allseason AP2	11,762
Michelin Cross Climate Series	28,124

Sumber: autobacs.com (2018)

3.5. KOMPETITOR

Jepang merupakan salah satu pasar otomotif terbesar di dunia yang memiliki sekitar 23 pabrik ban di dalam negeri dan lebih dari 25 merk ban ternama. Beberapa produsen ban ternama yang juga merupakan anggota JATMA, yaitu Bridgestone Corporation, Sumitomo Rubber Industries Ltd., The Yokohama Rubber Co.,Ltd., Toyo Tire and Rubber Co.,Ltd., dan Goodyear Japan ,Ltd., menguasai pasar ban OEM dan ban pengganti di Jepang. Yokohama Rubber Co., Ltd merupakan salah satu supplier ban *original equipment* untuk Toyota Motor Corporation untuk mobil all-new Vitz (yang dipasarkan di dalam negeri) dan Yaris (yang dipasarkan ke luar negeri) sejak Januari 2017. All new Vitz dan Yaris, yang dipasarkan di Jepang, Australia dan Selandia Baru, menggunakan satu dari tiga varian ban Yokohama, “YOKOHAMA dB E70” (ukuran 195/50R16 84V), “BluEarth E70” (ukuran 175/70R14 84S) atau “S73” (ukuran 165/70R14 81S). Selain Toyota, ban Yokohama telah banyak diadopsi oleh produsen mobil sebagai *original equipment*, terutama pada eco dan hybrid cars. Sementara itu, untuk memperluas pangsa pasar di Asia Pasifik (termasuk Jepang), strategi yang akan dijalankan oleh Goodyear adalah ekspansi jaringan ritel, memproduksi produk yang inovatif, peningkatan investasi kapasitas dan kapabilitas, serta membangun kemitraan dengan *eCommerce*.

Lima produsen ban tersebut memiliki pangsa pasar yang besar di pasar Jepang karena Jepang adalah pasar utama mereka. Pada tahun 2015, jumlah penjualan ban di Jepang mencapai satu juta ton dan Bridgestone menguasai 45,4% atau hampir setengah dari pasar ban Jepang. Sumitomo berada pada posisi ke-dua dengan pangsa pasar sebesar 25,5%. Sementara itu, Yokohama Rubber dan Toyo Tire and Rubber masing-masing menguasai 16,1% dan 12,9% dari total pasar ban Jepang.



Grafik 3.1 Pangsa Pasar Ban Jepang Tahun 2015

Sumber: Nikkei Sangyo Shimbun newspaper (2016)

Sementara itu, berdasarkan laporan keuangan perusahaan tahun 2017, net sales dari Bridgestone Corporation untuk pasar Jepang mencapai 1.147,8 miliar yen. Jepang merupakan pasar terbesar kedua untuk Bridgestone Corporation setelah Amerika Serikat dengan net sales mencapai 1.776,5 miliar yen. Jepang merupakan pasar utama Sumitomo Rubber Industries Ltd., The Yokohama Rubber Co., Ltd., dan Toyo Tire and Rubber Co.,Ltd.. Revenue sales Sumitomo Rubber Industries Ltd. di pasar Jepang mencapai 400.4 miliar yen. Sementara itu, net sales The Yokohama Rubber Co., Ltd dan Toyo Tire and Rubber Co.,Ltd. masing-masing mencapai 330,0 miliar yen dan 146,6 miliar yen.

Tabel 3.5 Net Sales Tahun 2017

Produsen	Segmen Pasar	Net Sales (Miliar Yen)
Bridgestone Corporation	Jepang	1,147.8
	Amerika	1,776.5
	Eropa, Timur Tengah, Afrika	559.8
	Cina dan Asia Pasifik	648.8
Sumitomo Rubber Industries Ltd.*	Jepang	400.4
	Asia	169.5
	Lainnya	308.1
Yokohama Rubber Co., Ltd	Japan	330.0
	North America (Amerika Serikat dan Kanada)	145.5
	Asia (Cina, Filipina, Taiwan, dan Thailand)	80.0
	Alliance Tire Group	63.4
	Eropa dan Oseania	49.1
Toyo Tire and Rubber Co.,Ltd.	Jepang	146.6
	North America	186.3
	Lainnya	72.1
Goodyear Japan ,Ltd.**	Amerika	902.7
	Eropa, Timur Tengah, Afrika	541.7
	Asia Pasifik	245.9

Sumber: Bridgestone Corporation; Sumitomo Rubber Industries Ltd.; Yokohama Rubber Co., Ltd; Toyo Tire and Rubber Co.,Ltd.; Goodyear Japan ,Ltd.

* data revenue sales

*** 1 USD = 109,93 yen

Selain menghadapi kompetisi dari pemain lokal Jepang, Indonesia juga menghadapi persaingan dari ban impor yang berasal dari negara lain. Produsen-produsen besar seperti Kumho Tire, Hankook Tire, dan Pirelli memiliki perusahaan distributor di Jepang dengan nama Kumho Tire Japan Inc, Hankook Tire Japan Corp, dan Pirelli Japan KK. Sementara itu, di segmen *low-end*, Indonesia menghadapi persaingan dari produk ban asal Cina.

BAB IV. KESIMPULAN

Beberapa hal yang dapat disimpulkan dan perlu ditindaklanjuti dalam mengembangkan pangsa pasar bagi produk Ban Indonesia di pasar Jepang adalah sebagai berikut:

1. Pasar ban Jepang merupakan pasar yang sangat potensial mengingat Jepang merupakan salah satu produsen dan hub otomotif terbesar di dunia. Dengan demikian, permintaan akan produk ban, baik untuk OEM maupun ban pengganti akan terus meningkat.
2. Trend produk ban yang berkembang saat ini hingga ke depan berhubungan dengan intensifikasi pengembangan teknologi ban yaitu untuk mengembangkan ban yang ramah lingkungan, efisien, dan meningkatkan kinerja keamanan ban.
3. Sebagian besar penjualan domestik Jepang pada tahun 2016 merupakan ban pengganti dengan pangsa 61,9%. Sementara sisanya berupa penjualan ban untuk produsen peralatan asli (OEM). Jenis ban yang paling dijual baik untuk OEM maupun ban pengganti adalah ban untuk mobil penumpang dengan total penjualan masing-masing mencapai 36,1 juta unit dan 51,0 juta unit pada tahun 2016.
4. Penjualan ban pengganti yang digunakan untuk musim panas lebih tinggi dari penjualan ban pengganti yang digunakan untuk musim dingin dengan proporsi 67,7% berbanding 32,2%.
5. Eksportir Indonesia dapat memasuki pasar OEM maupun ban pengganti di Jepang. Eksportir dapat memanfaatkan perwakilan perdagangan RI di Jepang (ITPC Osaka), JETRO, asosiasi otomotif terkait, *trading company*, agen dan distributor serta mengikuti pameran dagang untuk memasuki pasar Jepang maupun bergabung dengan jaringan supplier otomotif di Jepang.
6. Untuk dapat masuk di pasar Jepang, eksportir ban Indonesia harus memenuhi beberapa persyaratan seperti persyaratan terkait keselamatan (*Minimum Groove Depth* dan standar yang ditentukan oleh *Tyre Standards Committee*) dan regulasi terkait lingkungan lingkungan (*Tyre Labeling System* dan *Tyre Noise Restrictions*).
7. Di pasar Jepang, pemain lokal Jepang telah memiliki pangsa yang cukup besar seperti Bridgestone Corporation, Sumitomo Rubber Industries Ltd., The Yokohama Rubber Co.,Ltd., Toyo Tire and Rubber Co.,Ltd., dan Goodyear Japan ,Ltd., dan telah menguasai pasar ban OEM dan ban pengganti di Jepang. Untuk memasuki pasar Jepang, Indonesia juga harus bersaing dengan Yokohama Rubber Co., Ltd, serta persaingan dari ban impor yang berasal dari negara lain. Produsen-produsen besar seperti Kumho Tire, Hankook Tire, dan Pirelli memiliki perusahaan distributor di Jepang dengan nama Kumho Tire Japan Inc, Hankook Tire Japan Corp, dan Pirelli

Japan KK. Sementara itu, di segmen *low-end*, Indonesia menghadapi persaingan dari produk ban Cina.

LAMPIRAN

1. Regulasi Terkait

Customs regulations and tariffs	Ministry of Finance, Customs and Tariff Bureau 3-1-1 Kasumigaseki, Chiyoda-ku, Tokyo 100-8940, Japan Tel: +81-(0)3-3581-4111 http://www.customs.go.jp/english/index.htm
Road Transport Vehicle Act	Ministry of Land, Infrastructure, Transport and Tourism Road Transport Bureau 2-1-3 Kasumigaseki, Chiyoda-ku, Tokyo 100-8918, Japan Tel: +81-(0)3-5253-8111 http://www.mlit.go.jp/en/jidosha/index.html Japanese National Traffic Safety and Environment Laboratory 7-42-27, Jindaiji-higashimachi, Chofu-shi, Tokyo 182-0012, Japan Tel: +81-(0)422-41-3207 http://www.ntsel.go.jp/e/index.html
Act against Unjustifiable Premiums and Misleading Representations, Con-sumer Product Safety Act	Consumer Affairs Agency Sanno Park Tower 2-11-1 Nagata, Chiyoda-ku, Tokyo 100-6178, Japan Tel: +81-(0)3-3507-8800 http://www.caa.go.jp/en/
Japanese Industrial Standards	Ministry of Economy, Trade and Industry, Japanese Industrial Standards Committee 1-3-1 Kasumigaseki, Chiyoda-ku, Tokyo 100-8901, Japan Tel: +81-(0)3-3501-9245 E-mail: jisc@meti.go.jp http://www.jisc.go.jp/eng/

Sumber: Bromann, 2014

2. Asosiasi Otomotif

1	- Japan Auto Parts Industries Association (JAPIA) 16-15, Takanawa 1-chome, Minato-ku, Tokyo 108-0074 (03) 3445-4211
2	- Japan Auto-Body Industries Association Inc. (JABIA) 1-30, Shiba-Daimon 1-chome, Minato-ku, Tokyo 105-0012 (03) 3578-1681
3	- Japan Automotive Machinery and Tool Manufacturers Association (JAMTA) 5-8, Shiba-Koen 3-chome, Minato-ku, Tokyo 105-001 1 (03) 3431-3773
4	- Society of Automotive Engineers of Japan, Inc. (JSAE) 10- 2, Goban-cho, Chiyoda-ku, Tokyo 102-0076 (03) 3262-821 1

5	- Japan Automobile Research Institute (JARI) [Tsukuba] 2530, Karima, Tsukuba, Ibaraki 305-0822 (029) 856-1112
6	- Japan Automobile Research Institute (JARI) [Tokyo] 1- 30, Shiba-Daimon 1-chome, Minato-ku, Tokyo 105-0012 (03) 5733-7921
7	- Automotive Dispute Resolution Center (ADR) 2- 3, Uchisaiwaicho 2-chome, Chiyoda-ku, Tokyo 100-001 1 (0120) 028-222
8	- Japan Automobile Recycling Promotion Center (JARC) 1-30, Shiba-Daimon 1-chome, Minato-ku, Tokyo 105-0012 (03) 5733-8300
9	- Japan Auto Recycling Partnership (JARP) 1-30, Shiba-Daimon 1-chome, Minato-ku, Tokyo 105-0012 (03) 5405-6150
10	- Automobile Inspection & Registration Information Association (AIRIA) 11- 6, Iwamoto-cho 3-chome, Chiyoda-ku, Tokyo 101-0032 (03) 5825-3671
11	- Automobile Business Association of Japan 1-30, Shiba-Daimon 1-chome, Minato-ku, Tokyo 105-0012 (03) 3578-3880
12	- Japan Automobile Dealers Association (JADA) 1-30, Shiba-Daimon 1-chome, Minato-ku, Tokyo 105-8530 (03) 5733-3100
13	- Japan Light Motor Vehicle and Motorcycle Association 1-30, Shiba-Daimon 1-chome, Minato-ku, Tokyo 105-0012 (03) 5472-7861
14	- Japan Used Car Dealers Association 25-3, Yoyogi 3-chome, Shibuya-ku, Tokyo 151-0053 (03) 5333-5881
15	- Japan Automobile Importers Association (JAIA) 1-15, Shiba 3-chome, Minato-ku, Tokyo 105-0014 (03) 5765-6811
16	- Japan Automobile Federation (JAF) I- 30, Shiba-Daimon 1-chome, Minato-ku, Tokyo 105-0012 (03) 3436-2811
17	- Japan Auto Appraisal Institute (JAAI) 34-4, Nishi-Shinbashi 2-chome, Minato-ku, Tokyo 105-0003 (03) 5776-0901
18	- Automobile Fair Trade Council (AFTC) II- 30, Nagata-cho 1-chome, Chiyoda-ku, Tokyo 100-0014 (03) 5511-2111
19	- Japan Automobile Service Promotion Association (JASPA) 10- 1, Roppongi 6-chome, Minato-ku, Tokyo 106-6117 (03) 3404-6141
20	- Japan Automotive Leasing Association (JALA) 23-1, Shiba 2-chome, Minato-ku, Tokyo 105-0014 (03) 5484-7037
21	- Motorcycle Federation of Japan (MFJ) 11- 6, Tsukiji 3-chome, Chuo-ku, Tokyo 104-0045 (03) 5565-0900
22	- Japan Motorcycle Promotion & Safety Association 25-15, Minami-Otsuka 2-chome, Toshima-ku, Tokyo 170-0005 (03) 6902-8190
23	- Japan Automobile Education Foundation (JAEF) 1- 30, Shiba-Daimon 1-chome, Minato-ku, Tokyo 105-0012 (03) 5733-3841
24	- The General Insurance Association of Japan (GIAJ)

	9, Kanda-Awajicho 2-chome, Chiyoda-ku, Tokyo 101-8335 (03) 3255-1844
25	- Institute for Traffic Accident Research and Data Analysis (ITARDA) 7- 8, Sarugaku-cho 2-chome, Chiyoda-ku, Tokyo 101-0064 (03) 5577-3977
26	- Japan Automobile Transport Technology Association (JATA) 2- 5, Yotsuya 3-chome, Shinjuku-ku, Tokyo 160-0004 (03) 6836-1201
27	- Japan Automobile Standards Internationalization Center (JASIC) 2-5, Yotsuya 3-chome, Shinjuku-ku, Tokyo 160-0004 (03) 5362-7751
28	- ITS Japan 6-8, Shiba-Koen 2-chome, Minato-ku, Tokyo 105-0011 (03) 5777-1011
29	- Japan Industrial Vehicles Association (JIVA) 5-26, Moto-Akasaka 1-chome, Minato-ku, Tokyo 107-0051 (03) 3403-5556
30	- Japan Trucking Association 2- 5, Yotsuya 3-chome, Shinjuku-ku, Tokyo 160-0004 (03) 3354-1009
31	- Nihon Bus Association (NBA) 4- 1, Marunouchi 3-chome, Chiyoda-ku, Tokyo 100-0005 (03) 3216-4011
32	- All Japan Railway-Freight Forwarders Association 21, Kanda-Awajicho 2-chome, Chiyoda-ku, Tokyo 101-0063 (03) 5296-1670
33	- Japan Federation of Hire-Taxi Associations 8- 13, Kudan-Minami 4-chome, Chiyoda-ku, Tokyo 102-0074 (03) 3239-1531
34	- All Japan Rent-A-Car Association 1-30, Shiba-Daimon 1-chome, Minato-ku, Tokyo 105-0012 (03) 5472-7328
35	- Japan Federation of Authorized Drivers School Associations 3- 9, Kudan-Minami 2-chome, Chiyoda-ku, Tokyo 102-0074 (03) 3556-0070
36	- Japan Automobile Tyre Manufacturers Association, Inc. (JATMA) 8-21, Toranomom 3-chome, Minato-ku, Tokyo 105-0001 (03) 3435-9091
37	- Auto-Parts & Accessories Retail Association (APARA) I- 7, Shiba 5-chome, Minato-ku, Tokyo 108-0014 (03) 3454-1427
38	- Japan Traffic Safety Association 8-13, Kudan-Minami 4-chome, Chiyoda-ku, Tokyo 102-0074 (03) 3264-2641
39	- The Japan Research Center for Transport Policy 12-6, Kudan-Kita 1-chome, Chiyoda-ku, Tokyo 102-0073 (03) 3263-1945
40	- Japan Road Association (JARA) 3-1, Kasumigaseki 3-chome, Chiyoda-ku, Tokyo 100-8955 (03) 3581-2211
41	- Express Highway Research Foundation of Japan (EHRF) II- 10, Minami-Azabu 2-chome, Minato-ku, Tokyo 106-0047 (03) 6436-2100
42	- Vehicle Information and Communication System Center (VICS) 5- 7, Kyobashi 2-chome, Chuo-ku, Tokyo 104-0031 (03) 3562-1720

3. Pameran Dagang

Tokyo Motor Show	Tokyo, Japan	http://www.tokyo-motorshow.com/en/
Automotive World	Tokyo, Japan	http://www.car-ele.jp/en/