

KEMENTERIAN  
PERDAGANGAN

REPUBLIK INDONESIA

MINISTRY OF TRADE

ITPC  
osaka

# UMBI-UMBIAN HS 0714

LAPORAN  
INFORMASI  
INTELIJEN  
BISNIS  
2020

Market Brief  
ITPC Osaka  
2020

**UMBI-UMBIAN**  
**HS 0714**

## RINGKASAN EKSEKUTIF

Pasar umbi-umbian khususnya produk HS 0714 di Jepang masih potensial untuk dikembangkan oleh Indonesia. Hal ini didukung oleh permintaan produk HS 0714 di Jepang yang mengalami peningkatan 15,6% per tahun dalam periode sepuluh tahun terakhir. Namun, kebutuhan yang terus meningkat tersebut tidak dibarengi dengan kapasitas produksi di Jepang untuk HS 0714 khususnya produk ubi jalar dan talas yang cenderung terus menurun tiap tahunnya. Volume produksi ubi jalar Jepang mencapai 807 ribu ton di tahun 2017, rekor terendah dalam periode 2010-2017, trend produksi ubi jalar Jepang menunjukkan penurunan 1,1% per tahun dalam delapan tahun terakhir. Sementara itu, produksi talas Jepang pada tahun 2017 mencapai 148,6 ribu ton, dengan rata-rata produksi sebesar 154,6 ribu ton per tahun dan pertumbuhan -1,9% per tahun.

Berdasarkan jenis produknya, kelompok produk HS 0714 meliputi ubi kayu, ubi jalar, ubi rambat, talas, yautia, dan kelompok ubi lainnya. Selama ini, impor HS 0714 di Jepang didominasi oleh impor talas dengan pangsa lebih dari 60%, sementara impor ubi jalar mencapai 22,4%, diikuti oleh ubi rambat dengan pangsa 6,3% dan ubi kayu 2,7%. Saat ini, Indonesia menguasai 21% pangsa pasar impor ubi jalar di Jepang. Dari total ekspor HS 0714 Indonesia ke Jepang, ubi jalar merupakan produk dengan nilai ekspor terbesar yaitu mencapai USD 4,8 juta di tahun 2019 dengan trend pertumbuhan 5,9% per tahun selama sepuluh tahun terakhir. Saat ini Jepang masih menjadi negara tujuan ekspor terbesar ubi jalar dari Indonesia, namun pertumbuhan ekspor ubi jalar ke Jepang mengalami penurunan sebesar 0,1% di tahun 2019, akan tetapi dengan trend jangka panjang ekspor ke seluruh dunia maupun ke Jepang yang masih menunjukkan kenaikan, Jepang masih menjadi pasar yang potensial untuk produk ubi jalar asal Indonesia.

Dalam hal impor talas, China saat ini menguasai pasar Jepang dengan pangsa 99,6%, sementara Indonesia merupakan pemasok terbesar ke-enam (tahun 2019) dengan pangsa sebesar 0,03% dibawah Vietnam, Taipei, Myanmar, dan Amerika Serikat. Indonesia memiliki potensi yang besar untuk mengembangkan pasar ekspor talas mengingat ekspor talas Indonesia ke dunia menunjukkan pertumbuhan cukup signifikan sebesar 25% di tahun 2019. Saat ini Jepang menjadi negara terbesar ke-delapan sebagai tujuan ekspor talas Indonesia. Dilihat dari tren ekspor talas Indonesia ke dunia yang menunjukkan pertumbuhan yang signifikan sebesar 89,9% dalam lima tahun terakhir dan pertumbuhan impor talas asal Indonesia di Jepang yang naik 25% di tahun 2019 dengan tren pertumbuhan 15,5% per tahun selama sepuluh tahun terakhir, hal tersebut menjadikan peluang bagi Indonesia untuk mengarahkan ekspor talas ke pasar ekspor Jepang mengingat ekspor talas Indonesia ke Jepang maupun ke dunia masih menunjukkan pertumbuhan yang positif.

Ekspor ubi kayu atau singkong Indonesia ke Jepang saat ini pangsaanya masih kecil, pada tahun 2019 nilai ekspor ubi kayu Indonesia ke Jepang baru mencapai USD 10 ribu, namun pertumbuhan ekspor ubi kayu ke dunia menunjukkan kenaikan 87,5% di tahun 2019. Ubi kayu berpeluang untuk masuk ke pasar Jepang mengingat impor ubi kayu Jepang dari dunia juga menunjukkan kenaikan sebesar 0,3% di tahun 2019. Dengan kapasitas ekspor ubi kayu Indonesia ke dunia sebesar USD 4,1 juta, dan nilai impor Jepang dari dunia sebesar USD 2,5 juta, maka terlihat bahwa Indonesia masih memiliki potensi untuk mengekspor ubi kayu ke Jepang.

Melalui perjanjian kerjasama ekonomi dengan Jepang dalam kerangka IJEPA, hampir seluruh produk turunan HS 0714 bebas tarif bea masuk. Saat ini hanya produk HS 0714.20.100 (ubi jalar, *frozen*) dan HS 0714.20.200 (ubi jalar, *other*) yang masih dikenakan tarif bea masuk masing-masing sebesar 2,3% dan 2,4%. Dalam mengekspor produk HS 0714 ke Jepang, terdapat beberapa ketentuan yang harus dipenuhi. Produk HS 0714 dimasukkan ke dalam prosedur karantina, termasuk penyaringan terhadap kontaminasi hama atau tanaman berbahaya (berdasarkan *Plant Protection Act*). Selain itu, produk HS 0714 juga harus dinilai jenis dan rincian bahan mentah, dan untuk menguji jenis dan isi aditif, residu pestisida, mikotoksin, dan sebagainya (berdasarkan *Food Sanitation Act*). Produk HS 0714 yang dijual di Jepang pun juga harus tunduk pada ketentuan label yang cukup ketat.

Memasuki pasar Jepang tergolong cukup sulit karena persaingan yang ketat dan pasar yang sudah terbentuk. Salah satu cara yang dapat dilakukan pengusaha Indonesia untuk memasuki pasar HS 0714 dan untuk menemukan pembeli dan kontak lainnya di Jepang adalah melalui partisipasi dalam pameran dagang sehingga dapat berinteraksi langsung dengan calon pembeli atau mengikuti *business matching* yang diselenggarakan oleh instansi promosi milik pemerintah di negara akreditasi dalam hal ini ITPC yang sudah banyak memiliki relasi di pasar Jepang. Keikutsertaan dalam pameran dagang juga merupakan salah satu cara yang baik untuk bertemu dan mempelajari tentang tren produk yang sedang berkembang di Jepang. Salah satu pameran dagang terbesar terkait produk makanan dan minuman adalah FOODEX Japan yang merupakan pameran makanan dan minuman terbesar di Asia yang diselenggarakan oleh beberapa asosiasi makanan dan minuman, maupun asosiasi restoran, retail hingga perhotelan, serta didukung oleh pemerintah Jepang. Selain itu, pengusaha juga dapat menggunakan fasilitas yang disediakan oleh KADIN dan JETRO dalam TTPP untuk mengajukan proposal bisnis sehingga akses bisnis dapat lebih luas dan terjamin.

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>RINGKASAN EKSEKUTIF</b>	<b>2</b>
<b>DAFTAR ISI</b>	<b>4</b>
<b>BAB I. PENDAHULUAN</b>	<b>5</b>
1.1. Tujuan	5
1.2. Metodologi	5
1.3. Batasan Produk	6
1.4. Gambaran Umum Negara	7
<b>BAB II. PELUANG PASAR</b>	<b>9</b>
2.1. Trend Produk	9
2.2. Struktur Pasar	11
2.3. Saluran Distribusi	18
2.4. Persepsi terhadap Produk Indonesia	20
<b>BAB III PERSYARATAN PRODUK</b>	<b>23</b>
3.1. Ketentuan Produk	23
3.2. Ketentuan Pemasaran	29
3.3. Distribusi	30
3.4. Informasi Harga	31
3.5. Kompetitor	32
<b>BAB IV KESIMPULAN</b>	<b>34</b>
<b>LAMPIRAN</b>	<b>36</b>

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 TUJUAN

Jepang merupakan negara produsen dan pengeksport produk HS 0714 ke berbagai negara di dunia. Berdasarkan data ITC UN Comtrade, negara tujuan utama ekspor produk HS 0714 adalah Chinese Taipei (29,6%), Amerika Serikat (22,7%), Hongkong (21,9%), Singapura (16,8%), dan Thailand (6,1%). Dibanding dengan nilai ekspor HS 0714 ke dunia, nilai impor Jepang dari dunia jauh lebih tinggi. Hal ini disebabkan karena jumlah produksi dalam negeri Jepang belum dapat mencukupi jumlah konsumsi domestik Jepang. Total ekspor HS 0714 Jepang pada tahun 2019 sebesar USD 36,9 juta, sementara total impor Jepang untuk HS 0714 mencapai USD 92,5 juta. Lima negara utama pengeksport HS 0714 ke Jepang di tahun 2019 adalah China, Vietnam, Indonesia, Thailand, dan Chinese Taipei.

Salah satu produk turunan HS 0714, yaitu ubi jalar memiliki keistimewaan di Jepang dan Korea Selatan. Salah satu umbi-umbian tersebut menjadi komoditas yang gemar dikonsumsi masyarakat golongan mampu di Jepang dan Korea Selatan<sup>1</sup>. Produk HS 0714, seperti ubi jalar (dalam bahasa Jepang: *satsumaimo*) dan talas, khususnya talas Jepang (dalam bahasa Jepang: *satoimo*) sangat banyak dikonsumsi oleh masyarakat Jepang. Diperkirakan masyarakat Jepang mengkonsumsi lebih dari satu juta ton ubi jalar per tahunnya.

Indonesia merupakan salah satu negara utama asal impor produk HS 0714 di pasar Jepang. Perbedaan nilai ekspor dan impor produk 0714 Jepang dengan dunia selama sepuluh tahun terakhir yang lebih dari lima puluh persen dan total impor produk HS 0714 Jepang yang secara umum mengalami peningkatan di tahun 2019 mengindikasikan potensi pasar ekspor produk HS 0714 ke Jepang masih sangat terbuka.

Analisa intelijen bisnis ini akan menyajikan berbagai informasi penting mengenai peluang pasar produk HS 0714 di Jepang, perkembangan tren produk serta persyaratan produk dan teknik yang dapat digunakan sebagai bahan pendukung dalam mengembangkan ekspor produk HS 0714 di pasar Jepang.

## 1.2 METODOLOGI

Analisa intelijen bisnis ini menggunakan metode analisa kualitatif dan deskriptif statistik dengan menggunakan data perdagangan yang diakses melalui Trademap, statistik ekonomi dari Tradingeconomics, Japan Customs, Ministry of

---

<sup>1</sup> <http://www.republika.co.id/berita/ekonomi/makro/16/10/06/oelzmj382-pengusaha-korsel-sebut-ubi-jalar-makanan-orang-kaya>

Economy, Trade and Industry (METI), Ministry of Agriculture, Forestry and Fisheries (MAFF), serta berbagai sumber lainnya.

### 1.3 BATASAN PRODUK

Berdasarkan Japan's Tariff Schedule (Statistical Code for Import), produk turunan HS 0714 dapat dilihat dalam Tabel 1.1.

**Tabel 1.1 Komoditi Turunan HS 0714**

Kode HS	Deskripsi
07.14	Ubi kayu, arrowroot, salep, Jerusalem artichokes, ubi jalar serta akar-akaran dan bonggol-bonggolan semacam itu yang mengandung banyak pati atau inulin, segar, dingin, beku atau dikeringkan, dalam bentuk irisan maupun tidak atau dalam bentuk pelet; empulur sagu.
0714.10	Ubi kayu ( <i>cassava</i> )
0714.20	Ubi jalar ( <i>sweet potatoes</i> )
0714.30	Ubi rambat ( <i>Dioscorea spp.</i> )
0714.40	Talas ( <i>Colocasia spp.</i> )
0714.50	Yautia ( <i>Xanthosoma spp.</i> )
0714.90	Lain-lain

Sumber: Japan Customs, 2020 (diolah)

Produk yang menjadi cakupan pembahasan dalam analisa ini adalah ubi jalar (*sweet potatoes*), talas, dan ubi kayu/singkong. Ubi rambat (*Dioscorea spp.*) tidak dibahas secara detail dalam laporan ini karena Indonesia belum banyak memproduksi produk ini, sebaliknya Indonesia menjadi negara tujuan ekspor Jepang. Sementara itu, Yautia (*Xanthosoma spp.*) adalah sejenis talas yang memiliki sub-famili yang sama dengan talas genus *Colocasia spp.* yaitu sub-famili *Aroideae*. Talas spesies *Xanthosoma spp.* yang dikenal dengan sebutan talas belitung atau kimpul, banyak diproduksi di Indonesia. Namun, sampai dengan tahun 2019, Jepang tercatat mengimpor produk Yautia (HS 0714.50) dari dunia hanya pada tahun 2018 dengan nilai yang cukup kecil.

Ada kemungkinan bahwa impor produk Yautia ini dimasukkan dalam statistik HS 0714.90, namun karena data yang ada tidak dapat digunakan untuk menganalisa Yautia secara khusus, sementara itu Indonesia terakhir pernah tercatat mengekspor produk HS 0714.90 ke Jepang pada tahun 2013 dan produk yang diekspor adalah produk HS 0714.90.99, maka laporan ini tidak akan membahas secara lebih detail untuk produk Yautia.

## 1.4 GAMBARAN UMUM NEGARA

Berdasarkan GDP, Jepang merupakan negara terbesar ke-4 di dunia setelah Amerika Serikat, Uni Eropa, dan China. GDP Jepang mencapai USD 5.082 miliar di tahun 2019 atau mencapai JPY 526.322 miliar pada harga konstan di Triwulan I 2020 dengan pertumbuhan tahunannya -1.8%. Pertumbuhan tahunan di Triwulan I tersebut lebih kecil jika dibandingkan dengan pertumbuhan tahunan pada Triwulan sebelumnya sebesar -0.7%. Pertumbuhan tahunan di Triwulan tahun 2020 yang lebih kecil memang terpengaruh oleh situasi global akibat pandemi covid-19. Sementara itu, pendapatan per kapita Jepang mencapai USD 49.188 yang merupakan nilai terbesar selama sepuluh tahun terakhir.

Dari sisi demografi, dengan populasi yang mencapai 126 juta orang di tahun 2019 dan pada bulan Juni 2020 jumlah pekerja mencapai 66,4 juta orang, tingkat pengangguran Jepang sebesar 2,8% atau sebanyak 1,9 juta orang menganggur. Sementara itu, tingkat partisipasi tenaga kerja di Jepang mencapai 61,9%.

Dari sisi perdagangan, kinerja ekspor Jepang pada bulan Juli 2020 mencapai JPY 5.369 miliar, sementara kinerja impornya mencapai JPY 5.357 miliar. Dengan demikian, neraca perdagangan Jepang pada periode tersebut mencatatkan surplus sebesar JPY 11,6 miliar. Sementara itu, transaksi berjalan pada bulan Juni 2020 tercatat sebesar JPY 168 miliar.

**Tabel 1.2 Indikator Makroekonomi Jepang**

<b>GDP</b>	<b>Nilai/Persentase/Point</b>	<b>Periode</b>	<b>Frekuensi</b>
GDP Growth Rate	-0.6%	Mar/20	Quarterly
GDP Annual Growth Rate	-1.8%	Mar/20	Quarterly
GDP	5082 USD Billion	Dec/19	Yearly
GDP Constant Prices	526322 JPY Billion	Mar/20	Quarterly
GDP per capita	49188 USD	Dec/19	Yearly
<b>Labour</b>	<b>Nilai/Persentase/Point</b>	<b>Periode</b>	<b>Frekuensi</b>
Unemployment Rate	2.8	Jun/20	Monthly
Employed Persons	66370 Thousand	Jun/20	Monthly
Unemployed Persons	1940 Thousand	Jun/20	Monthly
Employment Rate	60.20%	Jun/20	Monthly
Labor Force Participation Rate	61.90%	Jun/20	Monthly
Population	126 Million	Dec/19	Yearly
<b>Trade</b>	<b>Nilai/Persentase/Point</b>	<b>Periode</b>	<b>Frekuensi</b>
Balance of Trade	11.6 JPY Billion	Jul/20	Monthly
Exports	5369 JPY Billion	Jul/20	Monthly
Imports	5357 JPY Billion	Jul/20	Monthly
Current Account	168 JPY Billion	Jun/20	Monthly
Current Account to GDP	3.60%	Dec/19	Yearly

Sumber: Tradingeconomics, 2020 (diolah)

Sementara itu, dari sisi bisnis, Jepang menempati urutan ke-6 (82,27 poin dari 100) dalam Competitiveness Index di tahun 2019 yang mencerminkan tingginya tingkat persaingan di Jepang. Sementara dalam hal Ease of Doing Business, Jepang berada di urutan ke-29. Pada tahun 2008, Jepang menempati urutan ke-13 yang tergolong negara dengan regulasi sederhana dan ramah bisnis. Semakin tingginya urutan Ease of Doing Business Jepang menandakan semakin banyaknya regulasi terkait bisnis yang diterapkan Jepang. Di sisi lain, Business Confidence Jepang sebesar -34 dikarenakan masih terpengaruh oleh pandemi covid-19 yang merebak di seluruh dunia.

Indeks Consumer Confidence pada bulan Juni 2020 menunjukkan angka 29,5 indeks poin yang mencerminkan kurangnya kepercayaan diri konsumen, salah satunya terhadap keinginan membeli barang selama enam bulan kedepannya, indeks pada bulan Juni tersebut lebih baik dibandingkan bulan sebelumnya meskipun masih lebih rendah dibandingkan Januari 2019 hingga Maret 2020. Meskipun indeks Consumer Confidence membaik, pengeluaran rumah tangga pada bulan Juni 2020 mengalami penurunan sebesar 1,2% dibandingkan bulan sebelumnya. Namun, kinerja penjualan ritel masih menunjukkan optimisme pasar di Jepang yang terlihat pada tumbuhnya penjualan ritel pada bulan Juni secara bulanan sebesar 13,1%, meskipun secara tahunan menunjukkan penurunan 1,2% karena kondisi global tahun 2020.

**Tabel 1.3 Indikator Bisnis dan Konsumen Jepang**

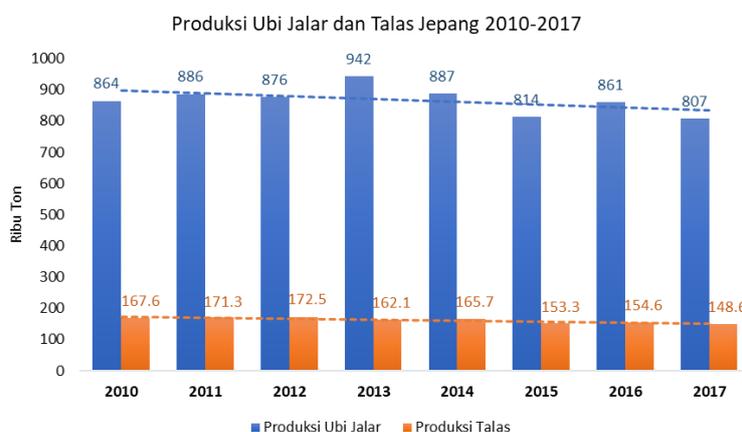
<b>Business</b>	<b>Nilai/Persentase/Point</b>	<b>Periode</b>	<b>Frekuensi</b>
Business Confidence	-34 Index Points	Jun/20	Quarterly
Small Business Sentiment	-45	Jun/20	Quarterly
Competitiveness Index	82.27 Points	Dec/19	Yearly
Competitiveness Rank	6	Dec/19	Yearly
Ease of Doing Business	29	Dec/19	Yearly
<b>Consumer</b>	<b>Nilai/Persentase/Point</b>	<b>Periode</b>	<b>Frekuensi</b>
Consumer Confidence	29.5 Index Points	Jun/20	Monthly
Retail Sales MoM	13.1 %	Jun/20	Monthly
Retail Sales YoY	-1.2 %	Jun/20	Monthly
Household Spending	-1.2 %	Jun/20	Monthly
Consumer Spending	267847 JPY Billion	Jun/20	Quarterly
Consumer Credit	318095 JPY Billion	Mar/20	Quarterly

Sumber: Tradingeconomics, 2020 (diolah)

## BAB II PELUANG PASAR

### 2.1. TREND PRODUK

Diantara berbagai macam umbi-umbian dalam kelompok HS 0714, talas dan ubi jalar (*sweet potatoes*) adalah yang terbesar produksi dan konsumsinya di Jepang. Berdasarkan data *statista.com*, pada tahun 2017 volume produksi ubi jalar dalam industri pertanian Jepang mencapai sekitar 807 ribu ton, rekor terendah dalam periode 2010-2017. Selain sebagai makanan ringan manis dan lauk gurih, ubi juga digunakan sebagai pengganti beras dalam produksi minuman keras Jepang (*shochu*) di Jepang<sup>2</sup>. Trend produksi ubi jalar Jepang menunjukkan penurunan 1,1% per tahun dalam delapan tahun terakhir. Sementara itu, produksi talas Jepang pada tahun 2017 mencapai 148,6 ribu ton, dengan rata-rata produksi sebesar 154,6 ribu ton per tahun dan pertumbuhan -1,9% per tahun<sup>3</sup>.



**Gambar 2.1 Volume Produksi Ubi Jalar dan Talas di Jepang Tahun 2010-2017**  
Sumber: Statista.com, 2020 (diolah); tridge.com, 2020 (diolah)

Meskipun ubi jalar terkenal di banyak tempat di dunia, namun negara Jepang memiliki tingkat konsumsi yang tinggi. Selain merupakan salah satu sayuran Jepang yang disukai, rasa manis dan gurih dari ubi jalar (*satsuma imo*) banyak menjadi bahan utama dalam makanan penutup, seperti manisan ubi jalar yang terkenal di Jepang yaitu *daigaku imo*. Di Jepang, ubi jalar sebagian besar digunakan untuk industri makanan dan juga untuk pakan ternak. Selain dijual dalam bentuk mentah segar maupun frozen, ubi jalar juga dijual dalam bentuk makanan, beberapa makanan yang berasal dari ubi jalar dan paling banyak diperjualbelikan di pasar

<sup>2</sup> "Sweet potato production volume of the agriculture sector in Japan 2010-2017", <https://www.statista.com/statistics/645922/japan-sweet-potato-production-volume/>

<sup>3</sup> "Taro", <https://www.tridge.com/intelligences/taro/JP>

Jepang adalah ubi panggang (*yaki imo*), keripik, mochi, tepung, pasta, hingga *ice cream*. Ubi jalar juga biasa digoreng dengan tempura atau direbus dalam sup, semur atau kari Jepang. Selain itu, saat ini ubi jalar menjadi tren sebagai salah satu bahan pangan sehat di Jepang karena memiliki komposisi gizi yang baik.



**Gambar 2.2 Contoh Produk Ubi Jalar di Pasar Jepang**

Sumber: berbagai sumber (2020)

Sementara itu, talas atau di Jepang biasa disebut *sato imo* biasanya berbentuk seperti ubi, dengan kulit coklat dengan serat mirip kelapa, dagingnya berwarna putih krem. Varietas di pasar Jepang lebih kecil dan bulat, dengan ujung meruncing. Talas biasa disajikan dengan direbus atau dicampurkan dalam hidangan yang direbus. Talas juga biasa ditambahkan ke dalam sup miso, hot pot Jepang (*nabe*), kari Jepang, atau disajikan dengan adonan dan digoreng. Talas biasa dijual dalam bentuk frozen di pasar Jepang.



**Gambar 2.3 Contoh Produk Talas di Pasar Jepang**

Sumber: berbagai sumber (2020)

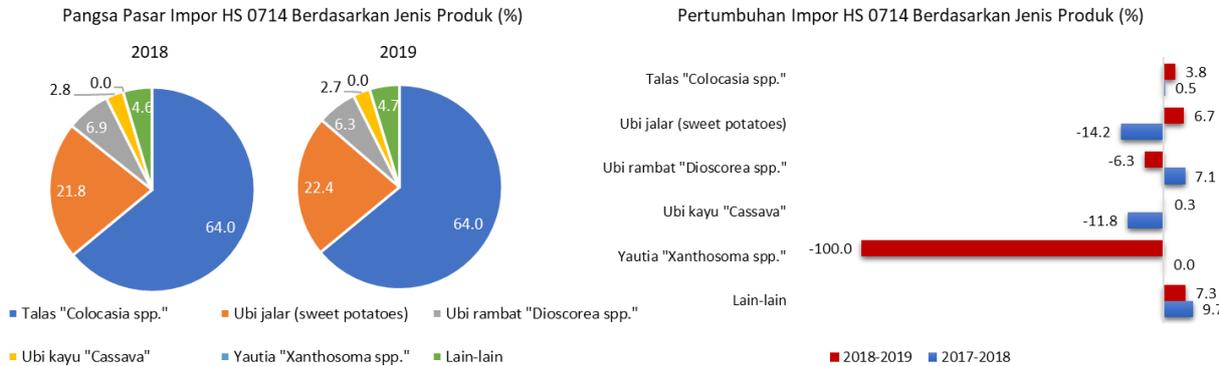
Sementara itu, Jepang tidak memproduksi ubi kayu atau dikenal dengan sebutan ketela pohon atau singkong, sehingga kebutuhan akan ubi kayu ini bergantung sepenuhnya pada impor. Ubi kayu, selain sebagai bahan pangan untuk manusia, juga digunakan untuk makanan hewan, sebagai komponen perekat, bahan campuran untuk kertas dan tekstil, juga digunakan di bidang farmasi. Ubi kayu juga

digunakan sebagai bahan untuk produksi etanol. *New Energy and Industrial Technology Development Organization* (NEDO), lembaga pemerintah Jepang, saat ini sudah mulai melakukan penelitian dan kerja sama khususnya dengan negara Thailand untuk memproduksi etanol dari ampas ubi kayu yang merupakan sampah atau scrap dari proses pembuatan pati. Pemanfaatan ubi kayu di Jepang saat ini memang lebih banyak digunakan sebagai bahan baku industri manufaktur.

### 2.2. STRUKTUR PASAR

Selama sepuluh tahun terakhir, permintaan impor HS 0714 secara umum di Jepang mengalami peningkatan cukup signifikan sebesar 15,6% per tahun, namun mengalami penurunan sebesar 0,8% di tahun 2019. Meskipun turun, melihat pertumbuhan impor HS 0714 dalam jangka panjang yang masih positif dengan angka pertumbuhan rata-rata per tahun yang cukup besar, hal tersebut memberikan indikasi potensi pasar yang baik untuk produk HS 0714 dan Indonesia masih dapat melihat Jepang sebagai negara tujuan ekspor produk HS 0714 yang potensial kedepannya.

Berdasarkan jenis produknya, kelompok produk pada HS 0714 sebagaimana diuraikan dalam bab sebelumnya, meliputi ubi kayu atau ketela pohon/singkong, ubi jalar, ubi rambat, talas, yautia, dan kelompok ubi lainnya. Impor HS 0714 di Jepang didominasi oleh talas dengan pangsa mencapai 64%, sementara impor ubi jalar (*sweet potatoes*) mencapai 22,4% di tahun 2019, diikuti oleh ubi rambat dengan pangsa sebesar 6,3% dan ubi kayu/singkong dengan pangsa sebesar 2,7%. Pangsa ubi jalar meningkat dari tahun sebelumnya sebesar 21,8%, sementara ubi rambat dan ubi kayu mengalami penurunan namun tidak signifikan dibanding tahun 2018. Impor talas di tahun 2019 mengalami peningkatan 3,8% dibanding tahun sebelumnya sebesar 0,5%. Impor ubi jalar juga mengalami peningkatan sebesar 6,7% dari tahun sebelumnya (2018) yang turun sebesar 14,2%. Sementara itu, impor ubi rambat menunjukkan penurunan sebesar 6,3% dibanding tahun sebelumnya, dan ubi kayu masih menunjukkan kenaikan walaupun tidak signifikan sebesar 0,3%.

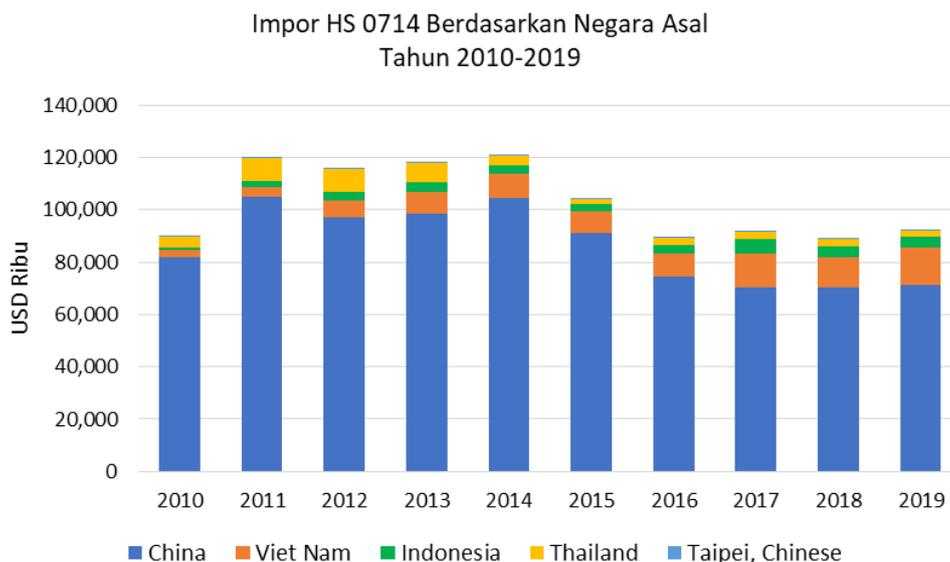


## Gambar 2.1 Pangsa Pasar dan Pertumbuhan Impor HS 0914 di Jepang Berdasarkan Jenis Produk

Sumber: Trademap, 2020 (diolah)

Meskipun pangsa terbesar impor HS 0714 di pasar Jepang dari dunia adalah talas, namun dalam periode lima tahun terakhir kinerja impornya menunjukkan penurunan sebesar 5,4%. Sementara impor ubi jalar (*sweet potatoes*) menunjukkan tren kenaikan sebesar 6,5% dalam lima tahun terakhir atau sebesar 5,6% dalam sepuluh tahun terakhir di pasar Jepang. Selain itu, impor ubi rambat dan ubi kayu juga menunjukkan tren kenaikan masing-masing sebesar 3,9% dan 6,7% dalam periode lima tahun terakhir di pasar Jepang.

Dilihat dari struktur pasarnya, lima negara utama pemasok produk HS 0714 secara umum di Jepang yaitu China, Vietnam, Indonesia, Thailand, dan Taipei. Dalam periode sepuluh tahun terakhir, impor dari kelima negara tersebut mencerminkan impor produk HS 0714 Jepang secara keseluruhan yang mengalami fluktuasi. Kinerja impor tertinggi adalah pada tahun 2014 dengan nilai impor sebesar USD 121,2 juta. Namun demikian, kinerja impor produk HS 0714 terlihat mengalami penurunan di tahun-tahun berikutnya hingga tahun 2018.



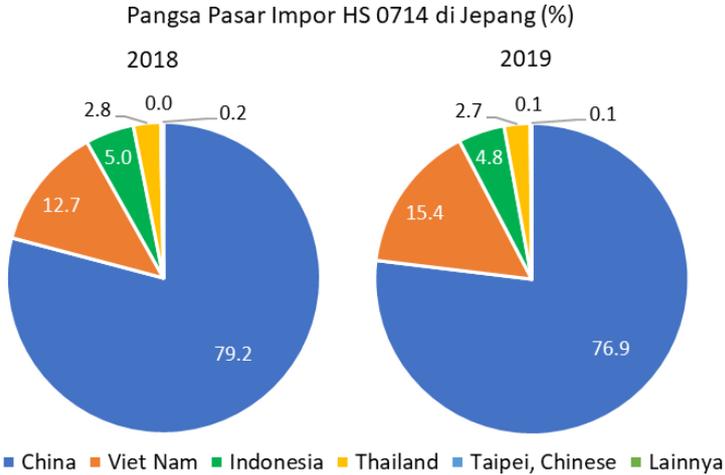
## Gambar 2.2 Impor HS 0914 Jepang Berdasarkan Negara Asal

Sumber: Trademap, 2020 (diolah)

Berdasarkan nilai impornya, impor produk HS 0714 Jepang mencapai USD 92,5 juta di tahun 2019, meningkat 3,8% dari nilai impor di tahun 2018 yang mencapai USD 89,1 juta. Nilai impor HS 0714 yang berasal dari China sebagai pemasok utama mencapai USD 71,1 juta (naik 0,9% year-on-year), diikuti oleh Vietnam USD 14,3 juta (naik 25,8%), Indonesia USD 4,4 juta (turun 0,8%), Thailand

USD 2,5 juta (turun 1,3%), dan Taipei USD 71 ribu (naik 153,6%). Dalam periode sepuluh tahun terakhir, impor dari China menunjukkan trend penurunan sebesar 3,9% per tahun, sementara impor dari Vietnam dan Indonesia menunjukkan trend kenaikan masing-masing sebesar 16,9% dan 15,6%. Sedangkan impor dari Thailand menunjukkan trend penurunan sebesar 13,3% per tahun dalam periode sepuluh tahun terakhir.

Sementara itu, jika dilihat dari persentase nilai impor HS 0714 dari negara pemasok terhadap total nilai impor HS 0714 Jepang, China menguasai 76,9% pasar impor HS 0714 Jepang pada periode 2019, lebih kecil dibandingkan pangsa impornya di tahun 2018 yang mencapai 79,2%. Berbeda dengan China, pangsa impor HS 0714 asal Vietnam meningkat dari tahun 2018 sebesar 12,7% menjadi 15,4% di tahun 2019. Pangsa impor asal Indonesia juga mengalami penurunan meskipun tidak signifikan dari 5% menjadi 4,8%. Sementara itu, pangsa impor asal Thailand dan Taipei mengalami penurunan dari 2,8% menjadi 2,7% untuk Thailand, dan dari 0,2% menjadi 0,1% untuk Taipei.

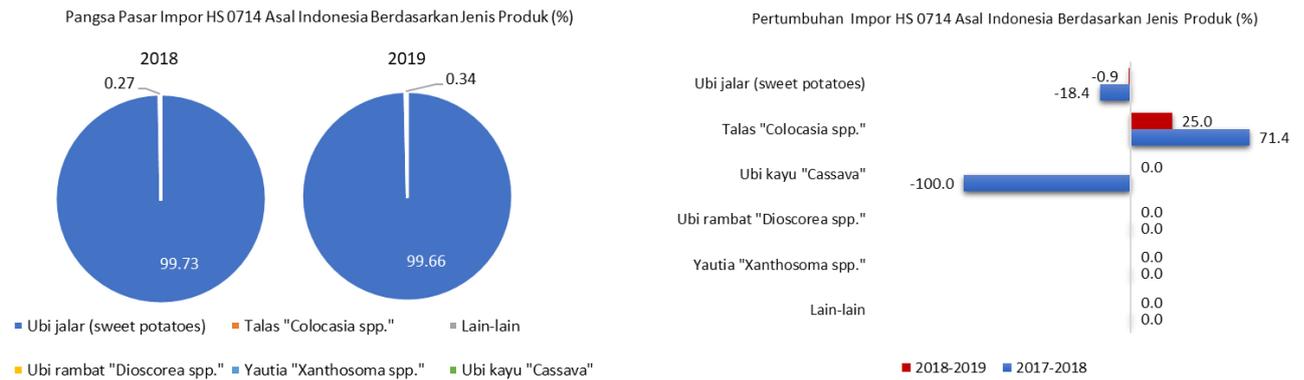


**Gambar 2.3 Pangsa Pasar Impor HS 0714 di Jepang**

Sumber: Trademap, 2020 (diolah)

Sebagai sesama pemasok utama di pasar impor HS 0714 Jepang, Vietnam perlu mendapat perhatian lebih mengingat hanya kinerja impor HS 0714 dari negara tersebut yang mengalami peningkatan diantara lima negara pemasok utama lainnya untuk produk HS 0714 di Jepang yang semuanya menunjukkan penurunan.

Apabila dilihat berdasarkan jenis produknya, impor Jepang untuk HS 0714 asal Indonesia didominasi oleh ubi jalar (*sweet potatoes*) dengan pangsa mencapai 99,66% di tahun 2019, sedikit menurun dari tahun sebelumnya sebesar 99,73%. Impor ubi jalar asal Indonesia mengalami penurunan 0,9% di tahun 2019 dibanding tahun sebelumnya, namun dalam periode sepuluh tahun terakhir tren impornya mengalami pertumbuhan rata-rata sebesar 15,5% per tahun.

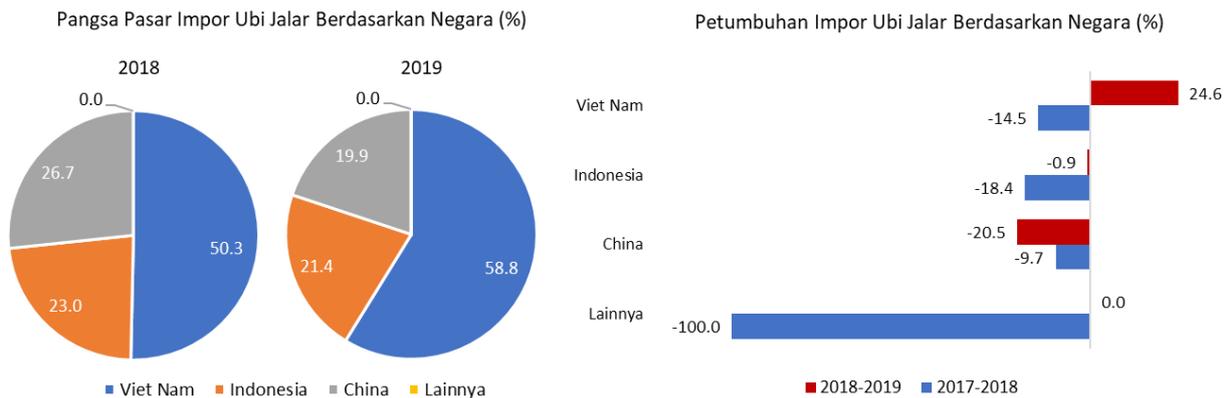


**Gambar 2.4 Pangsa Pasar Impor HS 0714 Asal Indonesia di Jepang**

Sumber: Trademap, 2020 (diolah)

Sementara itu, pangsa impor talas hanya sebesar 0,34% di tahun 2019, mengalami peningkatan dari sebelumnya sebesar 0,27% di tahun 2018. Kinerja impor talas dari Indonesia pada tahun 2019 mengalami kenaikan yang cukup signifikan sebesar 25% dibandingkan tahun sebelumnya, meskipun pertumbuhan di tahun sebelumnya jauh lebih tinggi yaitu sebesar 71,4%.

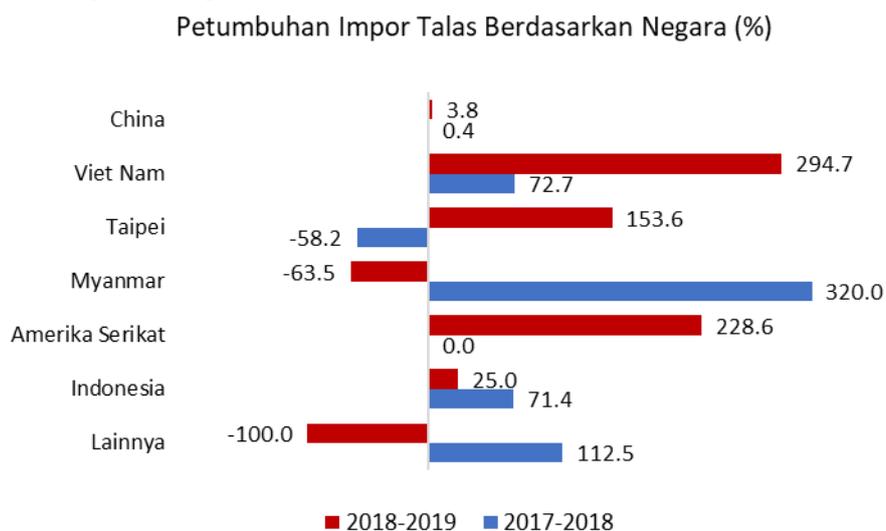
Struktur pasar ubi jalar impor Jepang di tahun 2019, sebesar 58,8% ubi jalar berasal dari Vietnam diikuti oleh 21,4% dari Indonesia dan 19,9% dari China. Pangsa ubi jalar asal Indonesia dan China mengalami penurunan dari sebelumnya di tahun 2018 sebesar 23% untuk Indonesia dan 26,7% untuk China. Namun pangsa impor ubi jalar asal Vietnam mengalami peningkatan dari sebelumnya di tahun 2018 sebesar 50,3%. Tidak hanya dari sisi pangsa pasar impornya saja yang mengalami kenaikan, namun nilai kinerja impor ubi jalar dari Vietnam juga mengalami kenaikan 24,6% di tahun 2019, jauh lebih besar dari nilai pertumbuhannya di tahun 2018 yang turun sebesar 14,5% sehingga hal tersebut perlu menjadi perhatian bagi Indonesia mengingat Vietnam adalah negara pesaing Indonesia di pasar Jepang untuk produk ubi jalar. Sementara itu, kinerja impor ubi jalar asal Indonesia di tahun 2019 mengalami penurunan meskipun tidak signifikan yaitu sebesar 0,9% dibanding tahun sebelumnya yang juga mengalami penurunan sebesar 18,4%. Begitu pula dengan China yang turun sebesar 20,5% dibandingkan tahun 2018. Namun, selama periode lima tahun terakhir, trend impor ubi jalar dari Indonesia masih mencatatkan pertumbuhan yang positif rata-rata sebesar 7,7% per tahun. Sedangkan impor ubi jalar dari China menunjukkan penurunan sebesar 26,4% dalam periode lima tahun terakhir.



**Gambar 2.5 Pangsa Pasar dan Pertumbuhan Impor Ubi Jalar di Jepang Berdasarkan Negara Asal**

Sumber: Trademap, 2020 (diolah)

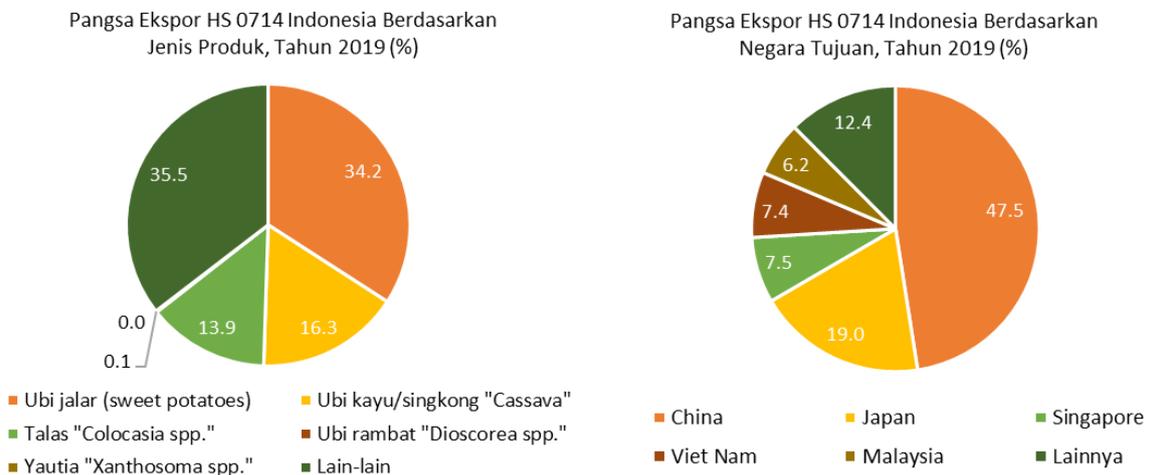
Total impor talas di Jepang pada tahun 2019 mencapai USD 59,2 juta dengan pangsa terbesar dikuasai oleh talas asal China dengan pangsa mencapai 99,6%. Indonesia sendiri berada di posisi ke-enam dengan pangsa sebesar 0,03% dari total impor talas Jepang di tahun 2019, di bawah posisi Vietnam (0,13%), Taipei (0,12%), Myanmar (0,04%), dan Amerika Serikat (0,04%). Impor talas dari Indonesia pada tahun 2019 menunjukkan kenaikan sebesar 25%, meskipun pertumbuhan ini masih lebih kecil dibanding di tahun sebelumnya sebesar 71,4%. Sementara itu, Vietnam perlu menjadi perhatian karena pada dua tahun terakhir pertumbuhan impor talas dari negara tersebut menunjukkan kenaikan yang sangat signifikan yaitu 294,7% di tahun 2019 dan 72,7% di tahun 2018. Selain itu, impor talas dari Taipei dan Amerika Serikat pada tahun 2019 juga menunjukkan peningkatan yang signifikan masing-masing sebesar 153,6% dan 228,6%.



**Gambar 2.6 Pertumbuhan Impor Talas di Jepang Berdasarkan Negara Asal**  
 Sumber: Trademap, 2020 (diolah)

Sementara itu, total impor Jepang untuk ubi kayu (HS 0714.10) pada tahun 2019 sebesar USD 2,5 juta, nilai ini naik 0,3% dibanding tahun 2018. Namun, Indonesia belum masuk sebagai negara importir ubi kayu di Jepang, dalam periode sepuluh tahun terakhir, impor ubi kayu asal Indonesia tercatat terakhir di tahun 2017 sebesar USD 19 ribu. Pasar impor ubi kayu Jepang dikuasai oleh Thailand dengan nilai impor mencapai USD 2,4 juta atau 99,1% dari total impor ubi kayu Jepang di tahun 2019. Selain Thailand, Vietnam juga menjadi negara asal impor ubi kayu Jepang dengan nilai impor sebesar USD 21 ribu atau 0,8% dari total impor ubi kayu Jepang tahun 2019.

Apabila dilihat dari sisi ekspor, total ekspor Indonesia untuk HS 0714 ke dunia di tahun 2019 mencapai USD 25,4 juta dengan mayoritas produk yang diekspor oleh Indonesia adalah ubi jalar dengan pangsa sebesar 34,6%, diikuti ubi kayu/singkong (16,3%) dan talas (13,8%). Trend pertumbuhan ekspor ubi jalar Indonesia ke dunia dalam sepuluh tahun terakhir mengalami kenaikan rata-rata sebesar 5,11% per tahun. Sementara ekspor ubi kayu mengalami penurunan rata-rata 26,2% per tahun, sedangkan ekspor talas dalam periode lima tahun terakhir menunjukkan pertumbuhan yang signifikan yaitu sebesar 89,9% per tahun dan dalam delapan tahun terakhir tumbuh 158,6% per tahun. Trend pertumbuhan ekspor ubi jalar dan talas dari Indonesia ke dunia ini menunjukkan bahwa Indonesia dapat memenuhi permintaan di pasar dunia sehingga hal tersebut juga menjadi peluang Indonesia untuk meningkatkan nilai ekspor ke Jepang, khususnya untuk produk ubi jalar dan talas dimana permintaan dua produk tersebut di Jepang termasuk yang tertinggi diantara produk-produk yang lain dalam kelompok HS 0714.

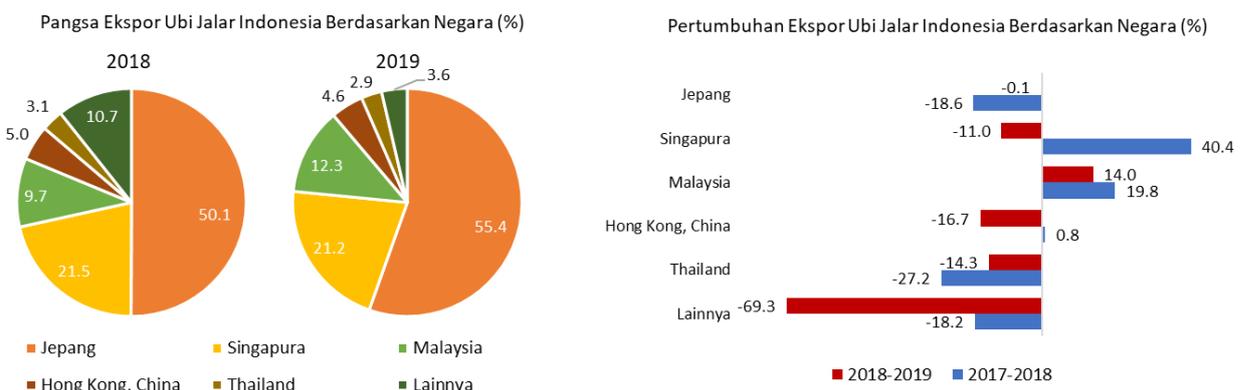


**Gambar 2.8 Pangsa Pasar Ekspor HS 0714 Indonesia Berdasarkan Jenis Produk dan Negara Tujuan**

Sumber: Trademap, 2020 (diolah)

Berdasarkan negara tujuan ekspor, China merupakan negara tujuan utama yang mendominasi pangsa ekspor HS 0714 Indonesia. Pada tahun 2019, pangsa ekspor ke China untuk HS 0714 secara keseluruhan mencapai 47,5% atau sebesar USD 12,1 juta. Jepang menjadi negara tujuan ekspor terbesar kedua setelah China dengan nilai ekspor di tahun 2019 sebesar USD 4,8 juta dan pangsa sebesar 19%. Ekspor HS 0714 ke Jepang tercatat mengalami trend pertumbuhan sebesar 3,4% per tahun selama periode sepuluh tahun terakhir.

Ubi jalar (*sweet potatoes*) menjadi produk dengan nilai ekspor terbesar ke Jepang yaitu mencapai USD 4,8 juta atau 99,5% dari total ekspor HS 0714 ke Jepang pada tahun 2019 dengan trend pertumbuhan sebesar 5,9% per tahun selama sepuluh tahun terakhir. Jepang saat ini menjadi negara tujuan ekspor terbesar untuk ubi jalar asal Indonesia dengan pangsa ekspor mencapai 55,4% di tahun 2019, disusul Singapura (21,2%), Malaysia (12,3%), Hongkong (4,6%), dan Thailand (2,9%). Pangsa ekspor ubi jalar ke Jepang mengalami kenaikan dari sebelumnya di tahun 2018 sebesar 50,1%, namun pertumbuhan ekspor ubi jalar ke Jepang mengalami penurunan sebesar 0,1% di tahun 2019, akan tetapi dengan trend jangka panjang ekspor ke seluruh dunia maupun ke Jepang yang masih menunjukkan kenaikan, Jepang masih menjadi pasar yang potensial untuk produk ubi jalar asal Indonesia.

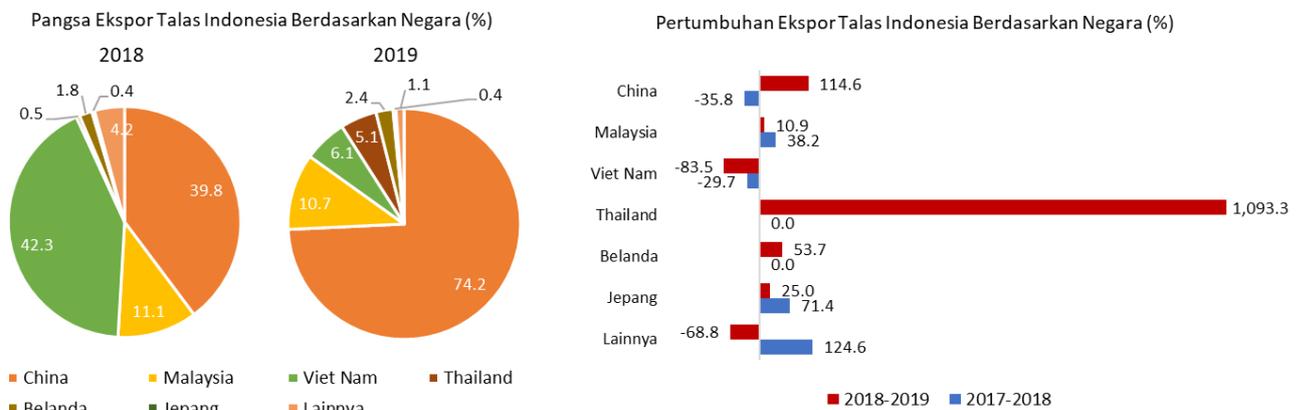


**Gambar 2.9 Pangsa Pasar dan Pertumbuhan Ekspor Ubi Jalar Berdasarkan Negara Tujuan**

Sumber: Trademap, 2020 (diolah)

Sementara itu, ekspor talas ke Jepang di tahun 2019 tercatat sebesar USD 15 ribu, naik 25% dibanding tahun sebelumnya, namun kenaikan di tahun 2019 masih lebih kecil dibanding tahun sebelumnya yang tumbuh sebesar 71,4%. Pangsa ekspor talas ke Jepang tahun 2019 hanya sebesar 0,43%, naik dari sebelumnya di tahun 2018 sebesar 0,39% dari total ekspor talas Indonesia ke Jepang. Saat ini Jepang menjadi negara terbesar ke-delapan sebagai tujuan ekspor talas Indonesia, dengan lima besar negara tujuan utama ekspor talas Indonesia di tahun 2019 adalah China dengan pangsa mencapai 74,2% yang naik signifikan dari sebelumnya

sebesar 39,8%, kemudian diikuti Malaysia (10,7%), Vietnam dengan pangsa 6,1% yang turun signifikan dari tahun sebelumnya sebesar 42,3%, Thailand (5,1%), dan Belanda (2,4%). Indonesia masih memiliki peluang untuk meningkatkan nilai ekspor talas ke pasar Jepang mengingat ekspor talas Indonesia ke Jepang maupun ke dunia masih menunjukkan pertumbuhan yang positif.



**Gambar 2.10 Pangsa Pasar dan Pertumbuhan Ekspor Talas Berdasarkan Negara Tujuan**

Sumber: Trademap, 2020 (diolah)

Selain ubi jalar dan talas, ubi kayu atau singkong juga menjadi salah satu produk ekspor Indonesia ke Jepang meskipun pangasanya masih kecil. Pada tahun 2019 nilai ekspor ubi kayu Indonesia ke Jepang baru mencapai USD 10 ribu, namun pertumbuhan ekspor ubi kayu ke dunia menunjukkan kenaikan 87,5% di tahun 2019. Ubi kayu dapat juga berpeluang untuk masuk ke pasar Jepang mengingat impor ubi kayu Jepang dari dunia juga menunjukkan kenaikan sebesar 0,3% di tahun 2019. Dengan kapasitas ekspor ubi kayu Indonesia ke dunia sebesar USD 4,1 juta, dan nilai impor Jepang dari dunia sebesar USD 2,5 juta, maka terlihat bahwa Indonesia masih memiliki potensi sebesar USD 2,5 juta untuk mengekspor ubi kayu ke Jepang.

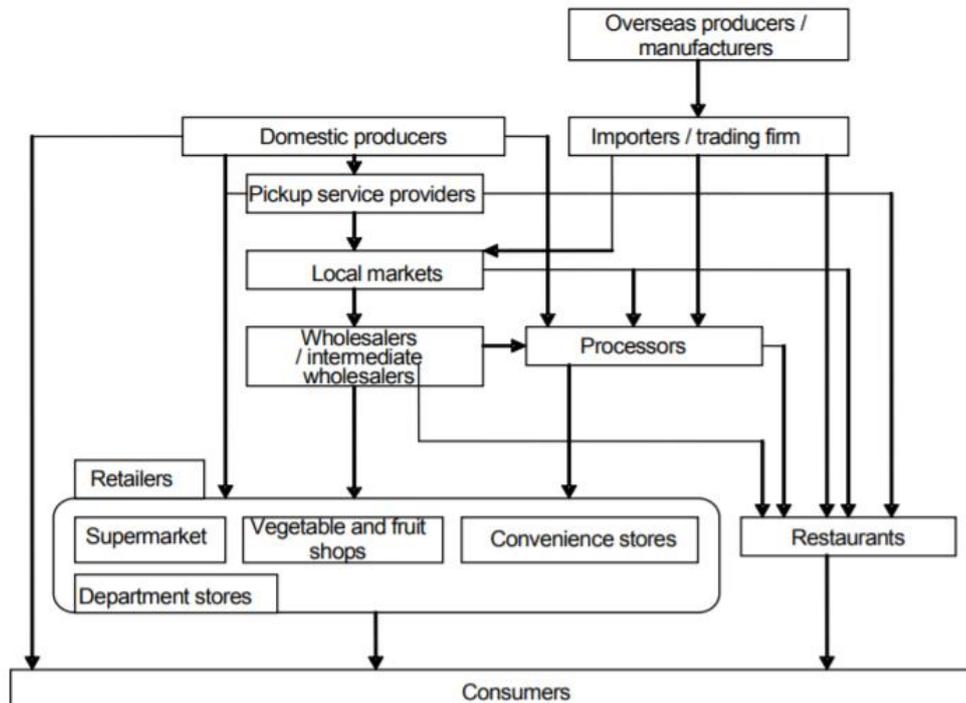
### 2.3 SALURAN DISTRIBUSI

Pada umumnya, jalur distribusi sayuran dan buah segar (*fresh vegetables and fruits*) di pasar Jepang dikelompokkan ke dalam distribusi perdagangan pasar yang dilakukan secara grosir pasar, dan distribusi perdagangan di luar pasar. Untuk perdagangan pasar, produk pertanian domestik dikumpulkan dari petani ke pengumpul atau koperasi petani untuk disortir berdasarkan mutu, kemudian dikirim ke pasar grosir. Sementara sayuran dan buah-buahan impor dikirim dari perusahaan perdagangan ke pasar grosir. Di sisi lain, distribusi di luar pasar mencakup kesepakatan perdagangan yang dicapai oleh sejumlah pengecer atau jaringan restoran yang melakukan negosiasi langsung terkait jumlah dan harga dengan petani

atau kelompok produsen, atau transaksi langsung antara petani dan konsumen melalui internet. Jalur distribusi di luar pasar ini cenderung mengurangi waktu tunggu dari panen hingga pengiriman karena produk tidak melalui pasar grosir, selain itu pasokan lebih stabil karena kuantitas dan harga telah diatur sebelumnya. Hal ini yang menjadi alasan mengapa perdagangan di luar pasar cenderung meningkat terutama untuk konsumen skala komersial.

Sementara itu, sayuran dan buah-buahan beku (*frozen vegetables and fruits*) jarang dijual di pasar grosir. Pemasok produk beku lokal mengirimkan produk domestik ke pengecer atau restoran melalui grosir makanan. Dalam hal produk impor, beberapa dikirim melalui importir kemudian dikemas ulang oleh pemasok lokal. Beberapa pemasok makanan beku domestik mengemas produk dalam ukuran eceran di area produksi luar negeri kemudian mengimpornya ke Jepang. Dalam kasus lain, pemasok juga langsung mengimpor produk untuk dijadikan bahan baku.

Bahan, proses pembuatan, dan kemasan sering kali ditentukan untuk produk sayur dan buah yang diproses (*processed vegetables and fruits*) yang dikirim ke konsumen skala komersial seperti pemasok makanan olahan atau jaringan restoran, dan umumnya diimpor dalam jumlah besar atau BiBs (*Bag in Box*: wadah yang terbuat dari plastik jenis khusus yang dikemas dalam kardus box yang kedap udara). Sementara itu, produk sayur dan buah olahan yang ditargetkan untuk pemasok makanan kecil dan menengah, restoran yang dikelola secara perseorangan atau konsumen umum, diimpor melalui pedagang pengimpor ke pedagang grosir khusus untuk penggunaan komersial, kemudian dikirim dan dijual secara eceran. Saluran distribusi buah dan sayur di Jepang dapat digambarkan sebagai berikut.



**Gambar 2.11 Saluran Distribusi Sayuran, Buah, dan Produk Olahan di Pasar Jepang**

Sumber: JETRO, 2011

## 2.4 PERSEPSI TERHADAP PRODUK INDONESIA

Dalam memasuki pasar HS 0714 di Jepang, perlu diingat bahwa Jepang juga merupakan negara produsen dan eksportir produk HS 0714, khususnya untuk produk talas dan ubi jalar (*sweet potatoes*). Ekspor ubi jalar maupun talas Indonesia ke Jepang saat ini mayoritas dalam bentuk ubi jalar beku dan talas beku baik dikupas maupun tidak dikupas dan dikemas dalam bentuk potongan dan ukuran yang bermacam-macam, baik dalam kemasan besar maupun kemasan retail.

Ubi jalar yang banyak terdapat di Jepang memiliki kulit merah dan daging buah berwarna krem. Varietas premium termasuk yang disebut daging jeruk atau daging dengan warna kuning. Produk ubi jalar impor asal Indonesia di Jepang mayoritas adalah dalam bentuk frozen dalam berbagai macam varian bentuk dan ukuran.



**Gambar 2.12 Berbagai Jenis Produk Ubi Jalar dari Indonesia**

Sumber: berbagai sumber (2020)

Sementara itu, pengiriman talas beku atau *frozen satoimo* sendiri dipacking sesuai dengan klasifikasi ukuran. Di Jepang, talas beku ini digunakan sebagai pengganti beras dan kentang. Karakternya yang tinggi protein dan kalori tetapi rendah karbohidrat membuat umbi talas digemari masyarakat Jepang.



**Gambar 2.13 Berbagai Jenis Produk Talas dari Indonesia**

Sumber: berbagai sumber (2020)

Kontrol kualitas menjadi hal yang penting dalam memasarkan produk Indonesia di Jepang. Untuk produk HS 071410 (ubi kayu), beberapa kali produk ubi kayu asal impor terdeteksi memiliki kandungan *hydrogen cyanide* melebihi batas 1 ppm yang dipersyaratkan, diantaranya adalah pada tahun 2007 untuk produk *cassava chips* dan pada tahun 2008 untuk produk *frozen boiled cassava*. Ubi kayu memang memiliki karakteristik yang mudah rusak sehingga akan mengeluarkan asam sianida yang bersifat racun bagi manusia, sehingga perlu sekali memperhatikan kontrol kualitas yang baik sebelum masuk ke tahap pengolahan.

Sebagai bahan pangan yang dikonsumsi langsung oleh manusia, ada kecenderungan masyarakat Jepang untuk memilih produk dalam negeri sebagai akibat dari residu pestisida dan kasus keracunan makanan dengan sayuran beku

asal China dan makanan olahan pada tahun 2009. Sistem daftar positif diterapkan oleh Jepang untuk residu pestisida untuk membatasi penjualan produk makanan dengan residu pestisida melebihi jumlah yang ditentukan, dan konsumen Jepang memiliki kesadaran yang tinggi untuk hal tersebut. Pemasok domestik biasanya akan diminta untuk menyerahkan hasil pemeriksaan residu pestisida atau diagram alir produksi untuk produk sayuran, buah-buahan, atau produk olahannya ke perusahaan Jepang. Sementara untuk produk impor akan mendapat pengawasan yang lebih ketat dalam hal keamanan pangan dibandingkan dengan produk dalam negeri. Hal ini perlu mendapat bagi eksportir Indonesia, termasuk untuk produk HS 0714. Untuk ekspor point yang perlu diperhatikan adalah pentingnya pemenuhan standar *sanitary and phytosanitary measure* atau SPS dari negara Jepang.

## **BAB III**

### **PERSYARATAN PRODUK**

#### **3.1. KETENTUAN PRODUK**

Berdasarkan buku petunjuk ekspor ke Jepang yang dikeluarkan oleh Japan External Trade Organization (JETRO), terdapat beberapa peraturan yang terkait ekspor umbi-umbian ke Jepang.

##### **3.1.1 Standar Kualitas dan Pelabelan**

Berdasarkan *Handbook of Agricultural and Fishery Products Import Regulations 2009* dan *Guidebook for Export to Japan (Food Articles) 2011*, peraturan dan persyaratan prosedural terkait proses impor produk dengan HS 0714 ke Jepang harus memenuhi beberapa regulasi antara lain *Plant Protection Act*, *Food Sanitation Act*, dan *Customs Act* yang secara lebih lanjut dapat dijelaskan sebagai berikut.

###### *a. Plant Protection Act*

Berdasarkan *Plant Protection Act*, produk yang masuk ke Jepang harus disertai dengan *Phytosanitary Certificate* dengan format yang sesuai dengan ketentuan *International Plant Protection Convention* dari negara asal yang menyatakan bahwa produk tersebut tidak mengandung bakteri penyakit dan hama. Proses karantina dilakukan di pelabuhan udara dan pelabuhan laut di bawah otoritas Pos Karantina regional. Bila pemeriksaan oleh Pos Karantina Jepang menemukan adanya bakteri, penyakit atau hama pada produk, maka pengimpor bertanggungjawab untuk memusnahkan produk tersebut. Selain itu, tidak boleh ada tanah yang melekat pada produk impor HS 0714. Khusus untuk produk talas, pada *Phytosanitary Certificate* juga harus disertakan pernyataan bahwa tanah lahan produksi juga sudah diinspeksi dan tidak bermasalah, terutama tidak ditemukan adanya hama *banana burrowing nematode* pada lahan produksi.

###### *b. Food Sanitation Act*

Berdasarkan *Food Sanitation Act*, produk impor tidak boleh melebihi batas standar residu komponen kimia yang ditetapkan oleh *Ministry of Health, Labour, and Welfare* Jepang. Untuk produk HS 0714, ada lebih dari 100 komponen kimia yang diatur batas standar residunya. List komponen kimia ini dapat dilihat pada database milik *The Japan Food Chemical Research Foundation*. Batas standar residu komponen kimia untuk masing-masing produk turunan HS 0714 umumnya sama, namun ada juga beberapa yang berbeda. Sebagai contoh, batas maksimum residu untuk bahan kimia bromide. Untuk ubi kayu, nilai maksimumnya adalah 40 ppm, sementara untuk ubi jalar 60 ppm, dan talas 50 ppm. Oleh karena itu, perlu untuk mengecek standar residu sesuai dengan produk turunannya.

#### d. Pelabelan

Pelabelan kualitas sayuran, buah-buahan, dan produk olahan harus dalam Bahasa Jepang dan mematuhi undang-undang dan regulasi berikut: 1) Act for Standardization and Proper Labeling of Agricultural and Forestry Products, 2) Food Sanitation Act, 3) Measurement Act, 4) Health Promotion Act, 5) Act on the Promotion of Effective Utilization of Resources, 6) Act against Unjustifiable Premiums and Misleading Representations, dan 7) Unfair Competition Prevention Act and Trademark Act.

Ketika sayuran dan buah-buahan dijual sebagai produk segar, importir harus memberikan informasi berikut pada label sesuai dengan standar mutu pelabelan pangan segar dalam undang-undang standardisasi dan pelabelan Jepang: 1) nama produk, 2) negara asal, 3) isi, dan 4) nama dan alamat importir. Sementara itu, ketika sayuran dan buah-buahan dijual sebagai makanan olahan, importir harus memberikan informasi berikut pada label sesuai dengan standar mutu pelabelan pangan olahan: 1) nama produk, 2) bahan, 3) isi, 4) tanggal kadaluarsa, 5) cara penyimpanan, 6) negara asal, dan 7) nama dan alamat importir.

Selain sanitasi, untuk pemasaran produk pertanian organik dan makanan olahan pertanian organik, yang meliputi sayuran dan buah-buahan di pasar domestik Jepang berlaku *JAS Law* yang mengatur mengenai persyaratan produk yang ditetapkan oleh Kementerian Pertanian, Kehutanan dan Perikanan Jepang. *JAS (Japan Agricultural Standards)* merupakan standar nasional Jepang di bidang pertanian, kehutanan, perikanan dan industri makanan. Produk dalam pos tarif/HS 0714 termasuk yang ditetapkan standar kualitasnya oleh JAS. Produk yang memiliki label JAS mengindikasikan bahwa produk tersebut telah memenuhi standar kualitas yang ditetapkan. Ubi dan Talas termasuk produk yang ditetapkan standar kualitasnya oleh JAS dalam kelompok produk organik.

Sistem sertifikasi JAS dirancang untuk memastikan keandalan label JAS melalui sertifikasi dari Badan Sertifikasi Terdaftar (*Registered Certifying Bodies/RCB*) yang merupakan organisasi pihak ketiga. Produsen atau siapapun yang telah terdaftar sebagai RCB dapat menilai produk mereka sendiri atau menginspeksi proses produksinya dan mencantumkan label JAS pada produk mereka. Lembaga atau badan sertifikasi dari negara manapun dapat mengajukan status sebagai RCB di Jepang. Dengan demikian, produk impor yang akan masuk ke Jepang dapat mencantumkan label JAS dari negara asalnya melalui RCB negara masing-masing.

Terkait label JAS, terdapat beberapa tipe label yang mengindikasikan keterangan tertentu.

**Tabel 3.1 Tipe Label JAS**

Label JAS	Keterangan
	<p><b>JAS umum (General JAS)</b></p> <p>Diterapkan pada makanan dan produk kehutanan yang memenuhi standar kualitas JAS, seperti grade mutu/kualitas, komposisi dan spesifikasi produk.</p>
	<p><b>JAS khusus (Specific JAS)</b></p> <p>Diterapkan pada makanan yang memenuhi standar JAS dalam hal metode produksi yang khusus dan untuk makanan dengan karakteristik khusus, misalnya makanan matang tertentu.</p>
	<p><b>JAS organik (Organic JAS)</b></p> <p>Diterapkan pada produk pertanian dan makanan olahan yang memenuhi standar JAS organik. Produk yang tidak ada label JAS organik ini tidak dapat disebut sebagai produk organik.</p>

Sumber: Kementerian Pertanian, Kehutanan, dan Perikanan Jepang

Selain pencantuman label JAS, terdapat ketentuan lain terkait pelabelan produk makanan yang tertuang dalam Standar Pelabelan Makanan. Standar ini berlaku untuk hampir semua jenis produk makanan, kecuali makanan segar, minuman beralkohol, dan produk yang diproduksi oleh perusahaan yang memiliki jumlah pekerja kurang dari 20 orang atau produk yang diimpor oleh perusahaan yang memiliki pekerja kurang dari lima orang. Dalam hal produk impor, kewajiban atau tanggung jawab pemenuhan standar pelabelan ini dilimpahkan kepada importir dan tidak membutuhkan pemenuhan standar pelabelan pada saat proses bea masuk.

Standar pelabelan makanan tersebut setidaknya mengatur beberapa hal, antara lain:

1. Label harus memuat informasi mengenai nama dan alamat produsen (pabrik) dan distributor.
2. Label harus memuat informasi mengenai alergen. Terdapat 7 alergen yang wajib dicantumkan dalam pelabelan dan 20 alergen yang pencantumannya direkomendasikan. Alergen yang wajib meliputi telur, susu, soba, gandum, kacang, kepiting, udang, sementara alergen yang direkomendasikan meliputi abalon, makarel, cumi-cumi, salmon, roe salmon, kacang mete, walnut, jamur

matsutake, wijen, kedelai, yam, apel, pisang, kiwi, jeruk, persik, daging sapi, ayam, gelatin, babi.

3. Dalam setiap kemasan makanan olahan harus mencantumkan label nutrisi atau informasi gizi. Produsen atau importir dapat menentukan takaran saji yang tepat dalam label informasi gizi tersebut. Standar pelabelan terkait informasi gizi membedakan komponen informasi gizi menjadi tiga kelompok: wajib, sukarela tapi dianjurkan, dan sukarela (Tabel 3.3). Selain itu, importir diperbolehkan untuk mengubah informasi gizi produk impor ke dalam format standar pelabelan ini.

**Tabel 3.2 Kelompok Komponen Informasi Gizi**

Pelabelan	Komponen gizi
Wajib	Energi, Protein, Lemak, Karbohidrat, Sodium
Sukarela tapi dianjurkan	Lemak jenuh, Serat pangan
Sukarela	Asam Lemak n-3, Asam Lemak n-6, Karbohidrat, Gula, Kolesterol, Vitamin dan Mineral

4. Produsen atau importir diperbolehkan untuk mengidentifikasi masing-masing bahan dari campuran atau gabungan bahan baku jika nama atau deskripsi gabungan bahan baku tersebut tidak komprehensif bagi konsumen, atau jika gabungan bahan baku tersebut hanya merupakan gabungan dari bahan baku utama dan nama gabungan bahan baku tidak memiliki info yang berarti bagi konsumen. Berikut adalah contoh gabungan bahan baku:

Sebelumnya	<i>Baking mix</i> (tepung, gula, tepung jagung, bubuk almond, lainnya (termasuk telur)), mentega, baking powder, esens
Standard Labeling	Tepung, gula, tepung jagung, bubuk almond, bubuk kakao, kuning telur kering (termasuk telur), garam, baking powder, esens

5. Setiap kemasan harus menyertakan informasi nama produk, instruksi penyimpanan yang tepat, tanggal kadaluarsa, informasi produsen/penjual, alergen (jika ada) dan *L-phenylalamine* (jika ada). Ketentuan ini tidak terbatas pada ukuran kemasan produk seperti aturan sebelumnya yang mengizinkan untuk produsen menghilangkan beberapa informasi jika kemasan produk kurang dari 30 cm<sup>2</sup>.

### 3.1.2 Dokumen yang Dibutuhkan

Dalam mengimpor produk HS 0714, importir harus melengkapi dokumen yang dibutuhkan sebagai berikut:

**Tabel 3.3 Dokumen yang Dibutuhkan untuk Impor Produk HS 0714**

Institusi	Dokumen	Produk Segar	Produk Olahan
<i>Quarantine Information Office, Ministry of Health, Labour and Welfare</i>	Aplikasi untuk inspeksi impor	✓	
	Sertifikat Phytosanitary yang dikeluarkan oleh Badan Karantina Tanaman eksportir	✓	
<i>Departments responsible for surveillance of food imports of Quarantine Stations, Ministry of Health, Labour and Welfare</i>	Formulir notifikasi impor	✓	✓
	Tabel bahan baku yang digunakan (ingredients)		✓
	Alur Produksi		✓
	Sertifikat sanitasi	✓	
	Tabel hasil analisa yang dikeluarkan oleh badan inspeksi		✓
<i>Local customs offices</i>	Deklarasi impor	✓	✓
	Invoice	✓	✓
	Packing list	✓	✓
	Bill of lading (B/L) atau railway bil	✓	✓

Sumber: JETRO, 2011

Untuk sertifikat *phytosanitary*, importir harus menyerahkan salinan asli yang mengindikasikan tidak adanya pathogen atau bebas kontaminasi hama, yang dikeluarkan oleh otoritas perlindungan tanaman Negara pengekspor dalam bentuk yang sesuai dengan International Plant Protection Convention (Konvensi Perlindungan Tanaman Internasional). Meskipun demikian, bentuk berikut berlaku dan diterima di Jepang dengan mempertimbangkan adanya penundaan pengiriman salinan asli atau hilangnya salinan asli:

- a) "Salinan karbon" asli yang diproduksi secara bersamaan; dan
- b) Salinan yang telah terbukti identik dengan salinan asli oleh otoritas perlindungan tanaman negara pengekspor.

### 3.1.3 Tarif Bea Masuk Impor

Berdasarkan *Custom Act*, sistem kuota tarif ditetapkan untuk impor sayur, buah, dan produk olahan. Tarif rendah atau tarif utama berlaku hanya untuk impor di bawah jumlah tertentu, sedangkan impor di atas batas kuota dikenakan tarif yang lebih tinggi atau tingkat tarif sekunder. Tabel di bawah menunjukkan tarif bea masuk impor untuk produk HS 0714 dari Indonesia berdasarkan daftar tarif Jepang per

tanggal 27 Juni 2020<sup>4</sup>. Produk yang masuk dalam pos tarif/HS 0714 telah dimasukkan dalam perjanjian ekonomi bilateral Indonesia dan Jepang (IJEPA), sehingga pengekspor perlu menyertakan *certificate of origin* dengan format IJEPA yang dikeluarkan oleh Kementerian Perdagangan Republik Indonesia.

**Tabel 3.4 Tarif Bea Masuk Produk HS 0714 Jepang dari Indonesia**

HS Code	Description	Tarif		
		General	WTO	IJEPA
<b>07.14</b>	<b>Manioc, arrowroot, salep, Jerusalem artichokes, sweet potatoes and similar roots and tubers with high starch or inulin content, fresh, chilled, frozen or dried, whether or not sliced or in the form of pellets; ago pith</b>			
<b>0714.10</b>	<b>Manioc (cassava)</b>			
	- Frozen	20%		
0714.10.310	-- For feeding purposes (the imports under this item are to be used as materials for fodder and feed under the supervision of the Customs)		Free	Free
0714.10.390	-- Other		12%	Free
	- Other			
	-- Pellets of Flour or meal	25%		
0714.10.110	--- For feeding purposes (the imports under this item are to be used as materials for fodder and feed under the supervision of the Customs)		Free	Free
0714.10.190	--- Other		15%	
	-- Other	15%		
0714.10.210	--- For feeding purposes (the imports under this item are to be used as materials for fodder and feed under the supervision of the Customs)		Free	Free
0714.10.290	--- Other		9%	Free
<b>0714.20</b>	<b>Sweet potatoes</b>			
0714.20.100	- Frozen	20%	12%	2.3%
0714.20.200	- Other	15%	12.8%	2.4%
<b>0714.30</b>	<b>Yams (Dioscorea spp.)</b>			
0714.30.100	- Frozen	20%	12%	Free
0714.30.200	- Other	15%	9%	Free
<b>0714.40</b>	<b>Taro (Colocasia spp.)</b>			
0714.40.100	- Frozen	10%	10%	Free
0714.40.200	- Other	15%	9%	Free
<b>0714.50</b>	<b>Yautia (Xanthosoma spp.)</b>			
0714.50.100	- Frozen	20%	12%	Free
0714.50.200	- Other	15%	9%	Free
<b>0714.90</b>	<b>Other</b>			
0714.90.100	- Frozen	20%	12%	Free
0714.90.200	- Other	15%	9%	Free

Sumber: Japan Customs, 2020

<sup>4</sup> Japan Customs, [https://www.customs.go.jp/english/tariff/2020\\_6/data/e\\_07.htm](https://www.customs.go.jp/english/tariff/2020_6/data/e_07.htm)

Melalui perjanjian kerjasama ekonomi dengan Jepang dalam kerangka IJEP, hampir seluruh produk turunan HS 0714 bebas tarif bea masuk. Saat ini hanya produk HS 0714.20.100 (ubi jalar, *frozen*) dan HS 0714.20.200 (ubi jalar, *other*) yang masih dikenakan tarif bea masuk masing-masing sebesar 2,3% dan 2,4%. Lebih rendahnya tarif bea masuk tentunya memberikan peluang yang lebih baik untuk Indonesia untuk meningkatkan nilai ekspor ke Jepang untuk produk-produk turunan HS 0714.

### 3.2. KETENTUAN PEMASARAN

Jepang termasuk negara dengan pasar yang sangat kompetitif, termasuk untuk produk HS 0714 di mana Jepang sendiri merupakan eksportir terbesar di dunia untuk produk-produk tersebut. Beberapa hal yang dapat diperhatikan untuk memasuki pasar produk HS 0714 di Jepang antara lain adalah sebagai berikut.

Salah satu cara yang efektif untuk memasuki pasar di Jepang adalah dengan berpartisipasi dalam pameran dagang yang diselenggarakan di Jepang sehingga dapat berinteraksi langsung dengan calon pembeli atau mengikuti *business matching* yang diselenggarakan oleh instansi promosi milik pemerintah di negara akreditasi dalam hal ini ITPC yang sudah banyak memiliki relasi di pasar Jepang. Dengan mengikuti pameran dagang juga merupakan salah satu cara yang baik untuk bertemu dan mempelajari tentang tren produk yang sedang berkembang di Jepang.

Terdapat beberapa pameran dagang yang diselenggarakan di Jepang yang berkaitan dengan produk pertanian dan pangan, sebagai berikut:

**Tabel 3.5 Jadwal dan Deskripsi Pameran**

<b>Nama Pameran</b>	<b>Waktu</b>	<b>Website</b>
FOODEX Japan 2021 The 46 <sup>th</sup> International Food and Beverage Exhibition	9-12 Maret 2021	<a href="https://www.jma.or.jp/foodex/en/">https://www.jma.or.jp/foodex/en/</a>
Supermarket Trade Show 2021	17-19 Februari 2021	<a href="https://www.smts.jp/jp/contact/index">https://www.smts.jp/jp/contact/index</a>
The World Food and Beverage Great Expo	14-16 April 2021	<a href="https://10times.com/fabex-japan">https://10times.com/fabex-japan</a>
International Food Ingredients/ Additives Exhibition and Conference	22-24 April	<a href="https://www.ifiajapan.com/">https://www.ifiajapan.com/</a>
Wellness Life JAPAN	5-7 Oktober 2020	<a href="http://www.wfjapan.com/contact/">http://www.wfjapan.com/contact/</a>
Premium Food Show 2020	15-17 Oktober	<a href="https://www.first-gbp.jp/pfs/contact/">https://www.first-gbp.jp/pfs/contact/</a>

<b>Nama Pameran</b>	<b>Waktu</b>	<b>Website</b>
	2020	
The 10 <sup>th</sup> Multimedia & Mail Order Food Trade Show	1-2 Desember 2020	<a href="https://www.tsuhanexpo.com/">https://www.tsuhanexpo.com/</a>
The 28 <sup>th</sup> Gourment & Diningstyle Show Aunturnn 2020	7-9 Oktober 2020	<a href="https://www.gourmetdiningstyleshow.com/28gds/">https://www.gourmetdiningstyleshow.com/28gds/</a>
The World Food and Beverage Great Expo 2020 in Kansai	28-30 Oktober 2020	<a href="http://kansai.fabex.jp/">http://kansai.fabex.jp/</a>
Osaka Food Expo 2021	28 April – 9 Mei 2021	<a href="https://www.shokuhaku.gr.jp/">https://www.shokuhaku.gr.jp/</a>
Vegetable & Fruits Expo 2020	11-13 November 2020	<a href="https://jma-agro.com/">https://jma-agro.com/</a>
BioFach Japan	9-12 Maret 2021	<a href="https://www.biofach-japan.com/">https://www.biofach-japan.com/</a>
International Hotel & Restaurant Show 2021 Exhibition for The Catering Industries 2021	16-19 Februari 2021	<a href="https://jma-hcj.com/en/">https://jma-hcj.com/en/</a>

### **3.3. DISTRIBUSI**

Sistem distribusi Jepang tergolong cukup rumit, strategi untuk memasuki pasar Jepang akan bervariasi tergantung pada karakteristik produk, persaingan, dan lingkungan pasar. Biasanya, konsumen akhir termasuk pengecer, operator layanan makanan, pengolah makanan, dan produsen membeli bahan baku dari grosir, yang mendapatkannya dari importir. Sehingga kontak dengan importir Jepang adalah hal yang direkomendasikan. Menawarkan kekhasan produk juga menjadi hal yang penting untuk memasuki pasar Jepang. Indonesia memiliki jenis ubi jalar yang khas, salah satunya adalah ubi cilembu (honey sweet potatoes) yang dapat menjadi pembeda produk ubi jalar asal Indonesia dari produk asal negara lain.

Sebagian besar produk HS 0714 Jepang diekspor dalam bentuk frozen atau bentuk lainnya, sehingga perlu melalui perusahaan yang mengadakan pembekuan produk atau pengolahan lainnya. Produk HS 0714 selain sebagai bahan makanan bagi manusia, juga digunakan untuk makanan ternak, dan bahan dasar industri, baik industri makanan maupun industri lainnya, sehingga produk HS 0714 memiliki beberapa saluran distribusi sebelum sampai ke tangan konsumen.

### 3.4. INFORMASI HARGA

Harga sayuran dan buah umumnya ditentukan pada lelang atau transaksi negosiasi yang berlangsung di pasar grosir lokal. Dalam beberapa tahun terakhir, transaksi langsung juga banyak dilakukan dimana kuantitas dan harga diatur sebelumnya dengan jaringan restoran, jaringan ritel, atau produsen makanan yang membutuhkan sayuran dan buah dalam jumlah besar. Berikut adalah informasi harga ritel rata-rata ubi jalar, talas, dan ubi kayu berdasarkan data dari berbagai sumber.

**Tabel 3.6 Harga Beberapa Produk HS 0714**

<b>Produk &amp; Asal Negara</b>	<b>Harga Produsen (USD/ton)</b>	<b>Harga Wholesaler (USD/kg)</b>
<i>Sweet potatoes</i>		
Indonesia	296,1	0,22 – 0,32
Jepang	2.103,0	2,24 – 4,99
Vietnam	354,8	0,13 – 0,20
China	285,2	0,31 – 0,71
Brazil	544,6	0,52 – 0,53
Amerika Serikat	494,0	0,82 – 2,40
Nigeria	313,3	1,60 – 2,00
India	103,7	0,23 – 0,40
<i>Talas</i>		
Jepang	3.105,9	2,49 – 4,28
China	863,4	0,68 – 0,88
Amerika Serikat	1.500	1,94 – 2,26
Thailand	723,0	0,82 – 1,79
India		0,31 – 0,59
Perancis		2,84 – 3,09
Filipina	398,2	0,74 – 0,85
<i>Ubi Kayu (Cassava)</i>		
Indonesia	198,3	0.40 – 0.46
Thailand	52,10	0.07 – 0.08
Vietnam	169,2	0.09 – 0.15
India		0.33 – 0.36
Kamboja	173,3	0,08 – 0.15
Filipina	132,4	0.16 – 0.26

Sumber: tridge.com, 2020

### 3.5. KOMPETITOR

Berdasarkan jenisnya, berikut merupakan beberapa kompetitor untuk beberapa produk HS 0714 Indonesia:

**Tabel 3.7 Kompetitor Produk HS 0714**

Perusahaan	Asal Negara	Jenis Produk
Qingdao Bay House Food International Co., Ltd.	China	<i>Sweet potatoes</i> (fresh, chilled, dried)
Binh Thuan Fruits and Greens Co., Ltd.	Vietnam	<i>Sweet potatoes</i> (fresh, chilled)
Thinh Phat Dat Business Co., Ltd.	Vietnam	<i>Sweet potatoes</i> (dried, sliced, orange flesh-covington)
Bay Ngu Hiep Import Export One Member Co., Ltd.	Vietnam	<i>Sweet potatoes</i> (fresh, chilled)
Tri Viet Agricultural Food Trading Production, Co., Ltd.	Vietnam	<i>Sweet potatoes</i> (dried)
Hung Nguyen General Material Co., Ltd.	Vietnam	<i>Sweet potatoes</i> (dried)
Vien Son Joint Stock Company	Vietnam	<i>Sweet potatoes</i> (dried)
Nam Van Long Co., Ltd.	Vietnam	<i>Sweet potatoes</i> (frozen)
Ban Mai Co., Ltd.	Vietnam	<i>Sweet potatoes</i> (frozen)
Solana Co., Ltd.	Thailand	Cassava (whole, frozen)
Thai Patana Frozen Co., Ltd.	Thailand	Cassava (frozen, grated)
Liberty Fruits Co., Ltd.	Thailand	Cassava (chips)
Tanaya International	Thailand	Cassava
Friends Group Co., Ltd.	Vietnam	Cassava (fresh, dried, chips, whole, frozen)
Hong Nga Sai Gon Trading Co., Ltd.	Vietnam	Cassava (fresh, chips)
Shinesun Industrial Co., Ltd.	Vietnam	Cassava (whole, frozen)
Macro Erma Exporters, Inc.	Filipina	Cassava (fresh, chilled)
Qingzhou Foreign Trade Co., Ltd.	China	Taro (fresh, chilled)
Biggreen Vietnam Fresh Food Co., Ltd.	Vietnam	Taro (fresh)
Saka Saka Co., Ltd.	Vietnam	Taro (fresh, frozen)
Thinh Phat Dat Business Co., Ltd.	Vietnam	Taro
Phuong Mai Industrial Environment Co.	Vietnam	Taro (fresh)
Rung Vang Store	Vietnam	Taro (fresh)

Huong Canh Co., Ltd.	Vietnam	Taro (fresh)
Myanmar Belle Co., Ltd.	Myanmar	Taro (fresh, frozen)

## **BAB IV KESIMPULAN**

Pasar umbi-umbian dalam kelompok produk HS 0714 di Jepang secara umum masih potensial untuk dikembangkan oleh Indonesia dilihat dari tren dan struktur pasar kebutuhan dan permintaan produk HS 0714 di Jepang yang berkembang dengan baik. Secara spesifik, beberapa hal yang dapat disimpulkan dan perlu ditindaklanjuti dalam mengembangkan pasar produk HS 0714 di Jepang bagi Indonesia adalah sebagai berikut.

1. Secara umum, impor produk HS 0714 di Jepang mengalami peningkatan 15,6% per tahun selama periode sepuluh tahun terakhir, dengan nilai impor di tahun 2019 mencapai USD 92,5 juta, hal tersebut menunjukkan masih bergairahnya pasar produk HS 0714 di Jepang. Saat ini, impor HS 0714 banyak dipasok oleh China (76,9%), Vietnam (15,4%), Indonesia (4,8%), dan Thailand (2,7%). Trend impor dari Indonesia untuk produk HS 0714 di Jepang dalam sepuluh tahun terakhir menunjukkan kenaikan rata-rata 15,6% per tahun. Sementara impor HS 0714 yang berasal dari negara pesaing seperti Vietnam juga mengalami peningkatan sehingga Indonesia perlu berhati-hati dalam menjaga pangsa pasar di Jepang.
2. Indonesia menguasai lebih dari 20% pangsa pasar ubi jalar di Jepang. Impor ubi jalar asal Indonesia di Jepang mengalami penurunan 0,9% di tahun 2019, namun trend impor dari Indonesia masih mencatatkan pertumbuhan 7,7% per tahun selama lima tahun terakhir. Sementara berdasarkan jenisnya, impor HS 0714 di Jepang didominasi oleh talas dimana pangasanya selalu berada di atas 60% selama delapan tahun terakhir.
3. Talas juga merupakan salah satu produk yang diekspor oleh Indonesia ke dunia dengan pertumbuhan 15,1% di tahun 2019. Namun pangsa ekspor ke Jepang baru 0,43% dari total ekspor talas Indonesia, selain itu Jepang belum termasuk dalam lima besar negara utama tujuan ekspor talas Indonesia. Dilihat dari tren ekspor talas Indonesia ke dunia yang positif dan pertumbuhan impor talas asal Indonesia di Jepang yang meningkat, hal tersebut menjadi peluang Indonesia untuk meningkatkan pangsa ekspor talas di pasar Jepang.
4. Sementara itu, Indonesia belum masuk sebagai negara importir utama ubi kayu di Jepang. Total impor ubi kayu Jepang pada tahun 2019 sebesar USD 2,5 juta, nilai ini naik 0,3% dibanding tahun 2018, sementara pertumbuhan ekspor ubi kayu Indonesia ke dunia menunjukkan kenaikan 87,5% di tahun 2019. Dengan kapasitas ekspor ubi kayu Indonesia ke dunia sebesar USD 4,1 juta, dan nilai impor Jepang dari dunia sebesar USD 2,5 juta, maka terlihat bahwa Indonesia masih memiliki potensi untuk meningkatkan ekspor ubi kayu ke Jepang.

5. Mengingat konsumen maupun aturan di Jepang menaruh perhatian lebih pada standar kesehatan dan keamanan produk, maka ekspor point yang penting untuk menjadi perhatian sebelum melakukan ekspor HS 0714 ke Jepang adalah pemenuhan standar sanitary and phytosanitary measure atau SPS dari negara Jepang.
6. Salah satu cara yang dapat dilakukan pengusaha Indonesia untuk memasuki umbi-umbian di Jepang, utamanya untuk produk ubi jalar, talas, dan ubi kayu adalah melalui partisipasi dalam pameran FOODEX Japan yang merupakan pameran makanan dan minuman terbesar di Asia. Selain itu, pengusaha juga dapat menggunakan fasilitas yang disediakan oleh KADIN dan JETRO dalam TTPP untuk mengajukan proposal bisnis sehingga akses bisnis dapat lebih luas dan terjamin.

## LAMPIRAN

### 1. DAFTAR IMPORTIR, RETAILER, DAN ASOSIASI

Nama Institusi	No. Telepon/ email	Website/ address
Toyota Tsusho Foods Corporation	+81-03-4306-8541	<a href="https://www.toyotsu-shokuryo.com/en/syokuhin/">https://www.toyotsu-shokuryo.com/en/syokuhin/</a>  2-3-13, Konan, Minato-ku, Tokyo 108 0075
Cradle Foods Co., Ltd.	+81-0152-73-3175	<a href="http://www.cradle-foods.co.jp/">http://www.cradle-foods.co.jp/</a>  092-0027 164 Inami, Bihoro-cho, Abashiri-gun, Hokkaido
Tokio Fukuoka Co., Ltd	+81-92-431-6167	<a href="http://nangoku-f.co.jp/en/c_data.html">http://nangoku-f.co.jp/en/c_data.html</a>  6-23-1-127 Naka, Hakataku, Fukuoka 812-0893
Nangoku Fruit Co., Ltd.	+81-92-501-0007	<a href="http://www.nangoku-f.co.jp">http://www.nangoku-f.co.jp</a> 3-4 Yamatomachi, Kasugashi, Fukuoka 816-0874
N&N Co., Ltd.	+81-92-431-6551	6-23-1-126 Naka, Hakataku, Fukuoka 812-0893
Farmind Corporation	+81-3-5821-7676	<a href="https://www.farmind.co.jp/eng">https://www.farmind.co.jp/eng</a>  Kanda-Izumicho Bldg., 7F, 1, Kanda-Izumicho, Chiyoda-ku, Tokyo 101-0024
Refarm Co., Ltd.	+81-2-6403-9885 +81-3-6800-3388 (Fax)	<a href="http://www.refarm-agr.com/en/business/index.html">http://www.refarm-agr.com/en/business/index.html</a>  Toproom Shinagawa 1015, 1-9-7 Kita-shinagawa, Shinagawa-ku, Tokyo 140-0001
Kyoto Seika Godo Co., Ltd.	+81-75-315-8212	<a href="http://www.kyoka.co.jp/english/group.html">http://www.kyoka.co.jp/english/group.html</a>  The First Market, Kyoto Central Wholesale market, Sujakubunkicho-owned land, Shimogyo-ku, Kyoto 600-8847
Kyoka Foods Co., Ltd.	+81-075-323-6860	<a href="http://www.kyoka-sk.co.jp/">http://www.kyoka-sk.co.jp/</a>  600-8813 130-2 Nakadoujinamicho, Shimogyo-ku, Kyoti 5F Kyoto Fruit and Vegetable Center

Nama Institusi	No. Telepon/ email	Website/ address
<b>ASOSIASI</b>		
Japan Root and Tuber Crops Development Association Inc.	+81-3-3588-1040 +81-3-3588-1225 (Fax)	<a href="http://www.disclo-koeki.org/">http://www.disclo-koeki.org/</a>  Vip Akasaka 303, 5-10-42, Akasaka, Minato-ku, Tokyo 107-0052, Japan
Japan Specialty Agricultural Products Association	+81-3-3584-6845 +81-3-3584-1757 (Fax)	<a href="http://jsapa.or.jp/">http://jsapa.or.jp/</a>  Sankaido Bld. 3rd Floor, 1-9-13, Akasaka, Minato-ku, Tokyo 107-0052, Japan
Japan Fresh Produce Import and Safety Association	+81-3-5833-5141	<a href="http://www.fruits-nisseikyo.or.jp/">http://www.fruits-nisseikyo.or.jp/</a>
Japan Association for Fruits and Vegetables Wholesales Markets	+81-3-3251-3873	<a href="http://www.zenseikyou.jp/">http://www.zenseikyou.jp/</a>
Japan Federation of Fruits and Vegetables Stores Cooperatives	+81-3-3251-5261	
Japan Association for Central Fruits and Vegetables Markets	+81-3-3251-6221	<a href="http://www.zenseikyou.jp/">http://www.zenseikyou.jp/</a>
Japan Center for Vegetables Supply Demand Adjustment	+81-3-3251-8310	
Japan Federation of Fruits and Vegetables Wholesalers Cooperatives	+81-3-5492-2557	
JETRO Jakarta Centre	021-5200264 021-5200261 (Fax)	<a href="https://www.jetro.go.jp/ttpp/">https://www.jetro.go.jp/ttpp/</a>  Summitmas 1, Lantai 6, Jl. Jend Sudirman

Nama Institusi	No. Telepon/ email	Website/ address
	Email: jktjetro@jetro.go.jp	Kav 61-62 Jakarta 12190

## 2. SUMBER INFORMASI YANG BERGUNA

Nama	Website
Guidebook for Export to Japan (Food Articles) 2011 [Vegetables, Fruits, and Processed Products]	<a href="https://www.jetro.go.jp/ext_images/en/reports/market/pdf/guidebook_food_vegetables_fruits_processed_products.pdf">https://www.jetro.go.jp/ext_images/en/reports/market/pdf/guidebook_food_vegetables_fruits_processed_products.pdf</a>
Jetro's Handbook for Agricultural and Fishery Products Imports Regulation (2009)	<a href="https://www.jetro.go.jp/en/reports/regulations/pdf/agri2009e_1007p.pdf">https://www.jetro.go.jp/en/reports/regulations/pdf/agri2009e_1007p.pdf</a>
Jetro's Handbook for Consumer Products Import Regulations (2010)	<a href="https://www.jetro.go.jp/ext_images/en/reports/regulations/pdf/cons2010ep.pdf">https://www.jetro.go.jp/ext_images/en/reports/regulations/pdf/cons2010ep.pdf</a>
Plant Protection Act	Plant Protection Division, Food Safety and Consumer Affairs Bureau, Ministry of Agriculture, Forestry and Fisheries <a href="https://www.maff.go.jp/e/index.html">https://www.maff.go.jp/e/index.html</a>
	Plant Protection Station <a href="https://pps.go.jp/english/index.html">https://pps.go.jp/english/index.html</a>
	Japan Plant Quarantine Association <a href="https://www.zenshoku-kyu.or.jp/">https://www.zenshoku-kyu.or.jp/</a> (Japanese only)
Food Sanitation Act	Policy Planning and Communication Division, Department of Food Safety, Pharmaceutical and Food Safety Bureau, Ministry of Health, Labor and Welfare <a href="https://www.mhlw.go.jp/english/topics/foodsafety/index.html">https://www.mhlw.go.jp/english/topics/foodsafety/index.html</a>
Japanese Agricultural Standard	Labeling and Standards Division, Food Safety and Consumer Affairs Bureau, Ministry of Agriculture, Forestry and Fishery

	<a href="https://www.maff.go.jp/jas/index.html">https://www.maff.go.jp/jas/index.html</a>
	Japanese Agricultural Standard Association <a href="https://www.jasnet.or.jp">https://www.jasnet.or.jp</a>
Japan Customs tariff	<a href="https://www.customs.go.jp/english/tariff/2020_6/data/e_07.htm">https://www.customs.go.jp/english/tariff/2020_6/data/e_07.htm</a>
Customs Tariff Law	<a href="https://www.mof.go.jp">https://www.mof.go.jp</a>

3.