Laporan Analisis Intelijen Bisnis

Game and Toys (Tricycles, Scooters, Pedal Cars and Similar Wheeled Toys)

HS 950300

ITPC Osaka
2021

KEMENTERIAN PERDAGANGAN
REPUBLIK INDONESIA
MINISTRY OF TRADE

ITPC
osaka
在大阪インドネシア共和国総領事館
インドネシア貿易振興センター

Sumber Foto : https://sc01.alicdn.com

Laporan Analisis Intelijen Bisnis

Game and Toys (Tricycles, Scooters, Pedal Cars and Similar Wheeled Toys)

HS : 950300

ITPC Osaka

2021

RINGKASAN EKSEKUTIF

Salah satu produk yang mengalami permintaan signifikan di masa pandemi adalah produk mainan termasuk di pasar Jepang. Peningkatan permintaan akan produk mainan meningkat disebabkan banyak masyarakat yang membutuhkan hiburan untuk menghindari stres dan kecemasan akibat *outbreak* COVID-19. Industri *game and toys* di Jepang pada awalnya didorong sebagai industri yang berorientasi ekspor dan mulai berkembang pasca perang dunia ke-2. Seiring perkembangan dan inovasi, industri mainan Jepang tumbuh signifikan pada tahun 1950-an yang ditandai dengan lahirnya beberapa perusahaan mainan besar seperti Tamiya, Bandai, Tomy, Takara dan Epoch. Hingga saat ini beberapa produk mainan Jepang yang mencakup jenis plastik model seperti TV *game* dan *character toys* dinilai masih memiliki daya saing yang kuat di pasar global. Selain ditujukan untuk ekspor, pasar mainan domestik Jepang juga semakin tumbuh pesat. Sejak tahun 2015, penjualan mainan di pasar Jepang meningkat rata-rata sebesar 9% per tahun. Dari sisi *supply*, adanya integrasi antara produsen mainan dengan ritel skala besar di Jepang mendorong penyebaran produk secara merata di seluruh kawasan Jepang.

Selain sebagai produsen dan memegang peranan penting dalam pasokan produk *game and toys* dunia, dengan sebaran konsumen dan pasar yang besar, Jepang juga merupakan importir utama produk *game and toys* dunia. Jepang merupakan importir ke-4 dunia produk *game and toys* (HS 95) setelah Amerika Serikat (AS), Jerman dan Inggris. Pada tahun 2020, impor Jepang dari dunia untuk produk kategori HS 95 mencapai USD 5,97 milyar atau memiliki pangsa sebesar 5,0% dari total impor dunia. Impor produk *game and toys* Jepang HS 95 mengalami pertumbuhan tren positif sebesar 1,9% per tahun selama periode 5 (lima) tahun terakhir. Tingginya potensi impor produk mainan Jepang menandakan bahwa industri mainan Jepang telah mengarah pada mekanisme kerjasama produksi dengan negara lain melalui *global value chain* (GVC). Produk *game and toys* yang paling banyak diimpor oleh Jepang adalah produk sepeda roda tiga, skuter, mobil pedal dan mainan serupa lainnya yang memiliki roda (*tricycles, scooters, pedal cars and similar wheeled toys*) yang masuk dalam kategori kode HS 9503. Produk tersebut berkontribusi terhadap 34,4% dari total impor *game and toys* Jepang di tahun 2020 (ITC Trademap, 2021).

Kode HS 9503 pada dasarnya meliputi produk sepeda roda tiga, skuter, mobil berpedal, mainan beroda, kereta boneka, model yang dapat diperkecil, *puzzle*, miniatur, boneka, mainan rakitan dan perlengkapan mainan lainnya. Dikarenakan cakupan produk yang luas pada HS 9503, maka produk yang akan dibahas dan dielaborasi lebih lanjut dalam laporan analisis intelijen bisnis ini hanya akan berfokus pada produk sepeda roda tiga, skuter, mobil pedal dan mainan serupa lainnya yang memiliki roda (*tricycles, scooters, pedal cars and similar wheeled toys*) yang masuk dalam kategori HS 950300.

Secara umum, anak-anak di Jepang sangat menyukai kegiatan fisik. Anak-anak usia balita hingga menengah banyak menghabiskan waktu bermain dan

berolahraga di taman bermain yang banyak tersedia di perumahan dan *apartments* tempat tinggal. Setiap hari libur, orang tua selalu mengajak putra-putri mereka untuk bermain di taman dan tempat bermain. Hal inilah yang juga mendorong banyaknya permintaan produk mainan khususnya produk sepeda roda tiga, skuter, mobil pedal dan lainnya yang masuk ke dalam HS 950300. Selain itu, transportasi dengan menggunakan sepeda yang juga menjadi bagian dari budaya Jepang juga ikut mendorong permintaan akan produk sepeda roda tiga dan skuter di Jepang.

Berdasarkan data dari Statista (2021), Pada tahun 2020, pendapatan produsen untuk produk mainan balita dan anak-anak di pasar Jepang mencapai USD 2,6 juta. Sejak tahun 2013, total pendapatan untuk produk ini stabil pada kisaran USD 2,34 juta - USD 2,60 juta. Hingga enam tahun kedepan, total pendapatan masih akan stabil. Mainan beroda/ sepeda untuk anak-anak memiliki pangsa penjualan yang cukup besar dibandingkan jenis sepeda lainnya yang dijual di pasar Jepang. Pada tahun 2020, sepeda anak-anak mencatatkan kontribusi penjualan sebesar 11,3% terhadap total penjualan sepeda baru di pasar Jepang. Produk jenis sepeda roda tiga, skuter, dan mobil pedal lainnya yang diminati oleh konsumen di pasar Jepang memiliki karakteristik utama yakni perakitan yang sederhana dan mudah. Khusus untuk sepeda roda tingga untuk balita, konsumen Jepang lebih memilih produk yang disertai *handle* tambahan bagi orang dewasa dalam rangka keamanan. Banyaknya pilihan warna juga dapat menjadi poin tambahan untuk menarik konsumen di Jepang.

Impor produk sepeda roda tiga, skuter, dan mobil pedal lainnya di pasar Jepang cenderung fluktuatif selama 10 tahun terakhir. Namun, tren impor masih menunjukkan peningkatan per tahunnya. Sejak tahun 2011, rata-rata impor produk sepeda roda tiga, skuter, dan mobil pedal lainnya di pasar Jepang meningkat sebesar 1,36% per tahun. Menurut negara asal, sebagian besar impor berasal dari RRT dengan pangsa yang sangat tinggi sebesar 80,47%. Selain RRT, pangsa negara pemasok lainnya relatif rendah dibawah 10%, seperti Vietnam (9,76%); Thailand (2,14%); Taiwan (1,75%); dan Filipina (1,10%). Dibandingkan dengan negara pesaing lainnya, Indonesia masih memiliki pangsa yang relatif rendah di bawah 1% yaitu 0,70% di tahun 2020. Tren impor Jepang atas produk sepeda roda tiga, skuter, dan mobil pedal lainnya dari negara pemasok utama seperti RRT, Vietnam dan Thailand menunjukkan tren pertumbuhan positif selama 5 tahun terakhir. Namun demikian, tren impor produk serupa dari Indonesia justru menunjukkan penurunan sebesar 1,32% per tahun. Oleh karena itu, Indonesia perlu mewaspadai performa dari negara pesaing lainnya di pasar Jepang.

Untuk memasuki pasar *game and toys* ke pasar Jepang, termasuk produk sepeda roda tiga, skuter, dan mobil pedal lainnya dapat dilakukan melalui 2 cara yakni menjadi subkontraktor perusahaan mainan Jepang (*overseas manufacturers*) dan melalui importir. Pertama, pada *overseas manufacturers*, perusahaan induk di Jepang memberikan fasilitas untuk produksi dengan mengekspor sejumlah input bahan baku ke negara subkontraktor. Lalu, negara subkontraktor mengekspor kembali barang jadi melalui *trading company*. Produk barang jadi dari subkontrator didistribusikan ke ritel

grosir. Kedua, produsen di luar Jepang dapat memasok melalui importir menggunakan *Joint purchase arrangement*. Dengan cara kedua ini, importir dapat langsung mendistribusikan produk ke sektor ritel. Pada akhirnya, kedua sumber pasokan produk dari luar negeri didistribusikan ke pasar Jepang ke toko khusus mainan, *department store*, dan toko khusus *chain* tertentu, seperti "*Toys R Us*" dan toko elektronik yang juga menjual produk mainan yaitu "*Bic Camera*".

Untuk dapat memasok produk mainan di Jepang, produsen atau eksportir perlu menerapkan beberapa standar sesuai dengan beberapa aturan seperti *Food Sanitation Act*, the *Japan Toy Safety Standard*s (ST *Standards*) serta *the Safety Toy Mark*. Kemasan produk mainan baik menggunakan kertas karton maupun plastik wajib mencantumkan label sesuai dengan aturan daur ulang atau *Law for Promotion of Effective Utilization of Resources*. Sementara pelabelan lain yakni SG *Mark* yang digunakan untuk produk mainan khusus bayi dan balita berlaku untuk mainan ayunan, perosotan, penahan horizontal untuk belajar jalan, sepeda roda tiga untuk anak-anak dan balita, dan mainan berpedal. Label ini diberikan oleh *the Consumer Product Safety Association*. Tarif bea masuk untuk produk game and toys yang masuk ke dalam Kode HS 9503.00 di pasar Jepang dari Indonesia sudah sepenuhnya mendapatkan fasilitasi bebas bea masuk (0%).

Produk impor mainan pada umumnya dipasarkan dengan harga retail di pasar Jepang mencapai 2,5 sampai dengan 3 kali lipat harga *free on board* (FOB) dari negara pemasok. Khusus untuk produk sepeda roda tiga, skuter dan mainan berpedal harga pasaran Jepang cenderung lebih tinggi dibandingkan produk mainan lainnya. Lebih banyaknya komponen input yang digunakan dan ukuran produk yang lebih besar merupakan kedua faktor yang menyebabkan harga produk sepeda roda tiga, skuter dan mainan berpedal lainnya cenderung lebih mahal. Berdasarkan informasi yang dilansir pada beberapa *online marketplace* di Jepang, harga sepeda roda tiga atau *tricycles* di pasarkan pada kisaran harga JPY 3.000,- s.d. JPY 99.000,-. *Range* harga yang relatif besar bergantung pada bahan baku yang digunakan. Sementara untuk harga jual produk skuter di pasar Jepang cenderung lebih beragam. Harga skuter tertinggi dapat mencapai JPY 600.000. Spesifikasi skuter dengan harga tinggi ini pada umumnya didominasi oleh skuter elektrik dan ada pula yang memanfaatkan fitur wifi ke dalamnya. Adapun skuter untuk mainan anak pada umumnya ditawarkan dengan harga terjangkau dipasarkan pada kisaran harga JPY 2.000,- JPY 6.000,-.

DAFTAR ISI

RINGKASAN EKSEKUTIF **2**

DAFTAR ISI **5**

BAB I PENDAHULUAN **6**

1.1. TUJUAN 6

1.2. METODOLOGI 7

1.3. BATASAN PRODUK 8

1.4. GAMBARAN UMUM NEGARA 8

BAB II PELUANG PASAR **11**

2.1. TREND PRODUK 11

2.2. STRUKTUR PASAR 16

2.3. SALURAN DISTRIBUSI 19

2.4. PERSEPSI TERHADAP PRODUK INDONESIA 21

BAB III PERSYARATAN PRODUK **23**

3.1. KETENTUAN PRODUK 23

3.1.1. Standar Kualitas 23

3.1.2. Pelabelan 25

3.1.3. Prosedur Importasi dan Dokumen 26

3.1.4. Pajak 27

3.2. KETENTUAN PEMASARAN 28

3.3. METODE TRANSAKSI 29

3.4. INFORMASI HARGA 30

3.5. KOMPETITOR 32

BAB IV KESIMPULAN **35**

LAMPIRAN **37**

Lampiran 1 DAFTAR IMPORTIR, RETAILER, & ASOSIASI 37

Lampiran 2 DAFTAR PAMERAN 38

Lampiran 3 SUMBER INFORMASI YANG BERGUNA 38

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 TUJUAN

Dalam rangka memitigasi pandemi COVID-19, pemerintah Jepang mengadopsi berbagai langkah dalam upaya untuk mengendalikan penyebarannya. Hal itu mengakibatkan pembatasan kegiatan masyarakat Jepang yang menyebabkan masyarakat/konsumen Jepang menghabiskan lebih banyak waktu secara signifikan di rumah. Banyaknya rumah tangga yang melakukan aktivitas belajar dan bekerja di rumah dan adanya pembatasan kegiatan fisik di luar rumah turut mendorong permintaan yang signifikan terhadap produk-produk yang dirasa dapat membantu mengurangi kebosanan saat melakukan berbagai aktivitas di rumah. Salah satu produk yang mengalami permintaan signifikan adalah produk mainan yang dapat menjadi hiburan untuk mengurangi stres dan kecemasan yang disebabkan oleh *outbreak* pandemi COVID-19.

Industri *game and toys* di Jepang pada awalnya didorong sebagai industri yang berorientasi ekspor setelah selesainya perang dunia ke-2. Seiring perkembangan dan inovasi, industri mainan tumbuh signifikan pada tahun 1950-an yang ditandai dengan lahirnya beberapa perusahaan mainan dan peralatan mainan besar di Jepang, seperti Tamiya, Bandai, Tomy, Takara dan Epoch. Pada tahun 1978, industri ini kembali melakukan inovasi dengan lahirnya Nintendo sebagai pelopor TV *game* atau biasa disebut *famicom* atau *Nintendo Entertainment System*. Hingga saat ini beberapa produk mainan Jepang yang mencakup jenis *plastic models, TV game* dan *character toys* masih memiliki daya saing yang kuat di pasar global. Selain ditujukan untuk pasar global, pasar mainan domestik Jepang semakin tumbuh pesat. Sejak tahun 2015, penjualan mainan di pasar Jepang meningkat rata-rata sebesar 9,0% per tahun. Dari sisi *supply*, adanya integrasi antara produsen mainan dengan ritel skala besar mendorong penyebaran produk secara merata di seluruh kawasan Jepang. Hingga saat ini, pasar mainan di Jepang masih sangat potensial karena sebaran konsumen di industri ini sangat luas[1].

Selain sebagai produsen dan memegang peranan penting dalam pasokan produk *game and toys* global, dengan sebaran konsumen dan pasar yang besar, Jepang juga merupakan importir utama produk *game and toys* dunia. Jepang merupakan importir ke-4 dunia produk *game and toys* (HS 95) setelah Amerika Serikat (AS), Jerman dan Inggris. Pada tahun 2020, impor Jepang dari dunia untuk produk yang masuk dalam kategori HS 95 mencapai USD 5,97 milyar atau memiliki pangsa sebesar 5,0% dari total impor dunia. Impor produk *game and toys* Jepang HS 95 mengalami pertumbuhan tren positif sebesar 1,9% per tahun selama periode 5 (lima) tahun terakhir. Tingginya potensi impor produk mainan Jepang menandakan bahwa industri mainan Jepang telah mengarah pada mekanisme kerjasama produksi dengan

[1] JETRO - https://www.jetro.go.jp/ext_images/en/reports/market/pdf/2005_05_r.pdf

negara lain melalui *global value chain* (GVC). Produk *game and toys* yang paling banyak diimpor oleh Jepang adalah produk sepeda roda tiga, skuter, mobil pedal dan mainan serupa lainnya yang memiliki roda (*tricycles, scooters, pedal cars and similar wheeled toys)* yang masuk dalam kategori kode HS 950300. Produk tersebut berkontribusi terhadap 34,4% impor *game and toys* Jepang di tahun 2020 (ITC Trademap, 2021).

Di sisi *supply*, Indonesia merupakan negara eksportir ke-16 dunia untuk produk sepeda roda tiga, skuter, mobil pedal dan mainan serupa lainnya yang memiliki roda (*tricycles, scooters, pedal cars and similar wheeled toys)* yang masuk dalam kategori kode HS 950300. Pangsa Indonesia untuk ekspor produk HS 950300 masih relatif kecil yaitu sebesar 0,7% di tahun 2020. Meskipun pangsa ekspor Indonesia di dunia masih relatif kecil, namun kinerja ekspor Indonesia terus menunjukkan pertumbuhan yang positif. Ekspor Indonesia untuk produk yang masuk dalam kategori HS 950300 pada tahun 2020 mencapai USD 393,3 Juta dengan tren pertumbuhan ekspor sebesar 8,8% per tahun selama 2016-2020. Lebih lanjut, berdasarkan data yang dirilis oleh Kementerian Perindustrian Republik Indonesia (Kemenperin RI), Indonesia memiliki potensi industri mainan sebanyak 131 unit usaha pada skala industri menengah dan besar. Unit usaha tersebut, telah menyediakan lapangan pekerjaan bagi 36.000 masyarakat Indonesia[2]. Dengan demikian, industri mainan Indonesia termasuk ke dalam industri padat karya yang cukup prospektif untuk terus ditingkatkan kinerja ekspornya.

Oleh karena itu, untuk dapat memanfaatkan potensi pengembangan di pasar luar negeri, perlu disusun laporan analisis intelijen bisnis produk *game and toys* khususnya produk produk sepeda roda tiga, skuter, mobil pedal dan mainan serupa lainnya yang memiliki roda (*tricycles, scooters, pedal cars and similar wheeled toys)* yang masuk dalam kategori kode HS 950300. Laporan analisis intelijen bisnis ini disusun sebagai media diseminasi informasi kepada para eksportir maupun *manufacturer* produk mainan Indonesia. Laporan analisis intelijen bisnis ini akan menyajikan berbagai informasi yang meliputi tren produk, struktur pasar, saluran distribusi, persyaratan teknis serta berbagai informasi penting lainnya yang diharapkan dapat membantu para eksportir dan *manufacturer* produk mainan Indonesia khususnya produk sepeda roda tiga, skuter, mobil pedal dan mainan serupa lainnya yang memiliki roda, dalam merumuskan strategi ekspor dan pengembangan kerjasama bisnis di pasar Jepang.

1.2 METODOLOGI

Penyusunan laporan analisis intelijen bisnis ini dilakukan dengan metode analisa deskriptif kualitatif dengan menyajikan data-data dan fakta yang berasal dari beberapa sumber data serta studi literatur hasil riset pasar yang telah dilakukan oleh beberapa lembaga riset. Sementara itu, data sekunder dalam penyusunan laporan

[2] Industri.Kontan.co.id - Kemenperin dorong industri mainan anak untuk merorientasi ke pasar ekspor

analisis intelijen bisnis ini berasal dari ITC Trademap UNCOMTRADE, statistik ekonomi dari Tradingeconomics, Statista, *Japan Customs*, *Japan External Trade Organization* (JETRO) serta berbagai sumber lainnya.

1.3 BATASAN PRODUK

Berdasarkan *Japan's Tariff Schedule (Statistical Code for Import*), kode HS untuk produk *game and toys* yang menjadi fokus dalam laporan analisis intelijen bisnis ini adalah produk yang masuk dalam kategori HS 950300. Secara lebih *detail*, produk yang menjadi cakupan dalam laporan analisis intelijen bisnis disajikan pada Tabel 1.1. berikut.

Tabel 1.1 Cakupan Produk *Game and Toys*

Kode Statistik		**Deskripsi**	
Kode HS			
9503.00			
	000	*Tricycles, scooters, pedal cars and similar wheeled toys; dolls' carriages; dolls; other toys; reduced-size ("scale") models and similar recreational models, working or not; puzzles of all kinds*	Sepeda roda tiga, skuter, mobil berpedal dan mainan beroda semacam itu; kereta boneka; boneka; mainan lainnya; model yang diperkecil ("skala") dan model rekreasi semacam itu, dapat digerakkan atau tidak; *puzzle* dari segala jenis.

Sumber: *Japan Customs,* 2021

Kode HS 9503 meliputi sepeda roda tiga, skuter, mobil berpedal, mainan beroda, kereta boneka, model yang dapat diperkecil, puzzle, miniatur, boneka, mainan rakitan dan perlengkapan mainan lainnya. Dikarenakan cakupan produk yang cukup luas, maka fokus produk yang dibahas lebih lanjut dalam laporan analisis ini adalah porduk sepeda roda tiga, skuter, mobil pedal dan mainan serupa lainnya yang memiliki roda (*tricycles, scooters, pedal cars and similar wheeled toys*) yang masuk ke dalam kode HS 9503.00.

1.4 GAMBARAN UMUM NEGARA

Pertumbuhan ekonomi Jepang pada triwulan I tahun 2021 masih mengalami kontraksi sebesar 1%. Penurunan terutama berasal dari rendahnya *capital spending* dan *private consumption*. GDP riil Jepang pada awal tahun 2020 tercatat sebesar JPY 534,274 Miliar, sementara GNP tercatat sebesar JPY 556.704 Miliar. Konsumsi rumah tangga masih mendominasi GDP dengan porsi sekitar 53%. Dari sisi pengeluaran pemerintah, hutang masih menjadi permasalahan utama di Jepang. Pada tahun 2020, hutang tercatat lebih dari tiga kali lipat dari GDP atau sebesar 266%. Hingga saat ini, porsi utang terhadap GDP sebesar -10,3% yang menunjukkan bahwa pemerintah

Jepang masih fokus untuk membiayai hutang negara. Adanya pandemi Covid-19 menambah beban keuangan negara Jepang.

Hingga tahun 2020, Jepang memiliki populasi sebesar 126 juta jiwa orang. Pada bulan Juni 2020, tingkat partisipasi angkatan kerja mencapai 62,2%, meningkat tipis dari posisi sebelumnya yang mencapai 61,9%. Meskipun demikian, tingkat pengangguran masih cenderung tinggi di angka 2,8% di bulan April 2021. Pada bulan Mei 2021, nilai ekspor mencapai JPY 6.261,- miliar, sementara nilai impor lebih tinggi sedikit mencapai JPY 6.448,- miliar, sehingga neraca perdagangan di periode tersebut mengalami defisit sebesar JPY 187,- miliar, defisit neraca perdagangan menyempit dibandingkan triwulan sebelumnya yang cukup besar mencapai JPY 269,- miliar. Pada bulan yang sama, *current account* hanya mencapai JPY 1.322 Miliar, jauh lebih rendah dibandingkan bulan sebelumnya yang tercatat sebesar JPY 2.650 Miliar.

Tabel 1.2. Indikator Ekonomi Jepang

GDP	Nilai/Persentase/Point	Periode
GDP Growth Rate	-1%	March-21
GDP Annual Growth Rate	-1.6%	March-21
GDP Constant Prices	534,274 JPY Billion	March-21
Gross National Product	556.704 JPY Billion	March-21
Labour	**Nilai/Persentase/Point**	**Periode**
Unemployment Rate	2.8 %	Apr-21
Employed Persons	66,580 Thousand	Apr-21
Unemployed Persons	1,940 Thousand	Apr-21
Population	126 Million	Dec-20
Trade	**Nilai/Persentase/Point**	**Periode**
Balance of Trade	-187 JPY Billion	May-21
Exports	6.261 JPY Billion	May-21
Imports	6.448 JPY Billion	May-21
Current Account	1.322 JPY Billion	Apr-21
Current Account to GDP	3.6 %	Dec-20
External Debt	518,941 JPY Billion	March-21

Sumber: Tradingeconomics, 2021

Berdasarkan indikator bisnis, Jepang masih mengalami tantangan dari kepercayaan baik dari konsumen dan perusahaan. Indikator *business confidence* Jepang meningkat tajam pada bulan Maret 2021. Sama halnya dengan kepercayaan bisnis pelaku usaha, indikator kepercayaan di sektor industri juga meningkat dibandingkan bulan sebelumya menjadi 51,5 indeks poin. Hal ini menunjukkan bahwa sektor industri masih optimis adanya perbaikan ekonomi kedepannya.

Sama halnya dengan kondisi di sektor industri, konsumen di Jepang juga optimis bahwa perekonomian akan semakin membaik ditunjukkan oleh meningkatnya indikator *consumer confidence*. Indikator *consumer confidence* naik dari 34,1 poin pada bulan Mei 2021 menjadi 37,4 poin pada bulan Juni 2021. Penjualan bulanan pada bulan Mei 2021 juga meningkat signifikan dibanding bulan sebelumnya sekitar -

0,4%. Secara nominal pengeluaran rumah tangga masih cenderung tinggi sebesar JPY 284.960 Miliar atau sebesar 13% dari total *income*. Jumlah *consumer credit* tercatat sebesar JPY 474.218 Miliar. Tingkat *saving* di Jepang juga masih cenderung tinggi sebesar 65,3% dari total *income* konsumen. Sementara, tingkat suku bunga pinjaman tetap rendah sebesar 1.0%.

Di pasar perumahan dimana indikator *housing start* cenderung cukup tinggi menjadi 7,1% pada bulan April 2021. Hal ini menunjukkan bahwa saat ini konsumen Jepang lebih banyak membeli propertinya dibandingkan menjual properti yang baru. Sejalan dengan permintaan di pasar perumahan yang meningkat, permintaan akan konstruksi pun naik secara signifikan. Persentase *construction order* meningkat sebesar 3,3% pada bulan April 2021. Kondisi ini menunjukkan bahwa pasar perumahan di Jepang masih mengalami pertumbuhan.

Tabel 1.3. Indikator Bisnis di Pasar Jepang

Business	**Nilai/Persentase/Point**	**Periode**
Business Confidence	5 Index Points	March-21
Manufacturing PMI	51,5 Points	June-21
Consumer	**Nilai/Persentase/Point**	**Periode**
Consumer Confidence	37,4 Index Points	June-21
Retail Sales MoM	-0,4%	May-21
Retail Sales YoY	12%	Apr-21
Household Spending	13%	Apr-21
Consumer Spending	284.960 JPY Billion	March-21
Disposable Personal Income	440 JPY Thousand	Apr-21
Personal Savings	22,1%	Apr-21
Bank Lending Rate	1.0%	June-21
Consumer Credit	474.218 JPY Billion	March-21
Gasoline Prices	1.39 USD/Liter	May-21
Households Debt To GDP	65,3% of GDP	Dec-20
Housing	**Nilai/Persentase/Point**	**Periode**
Housing Starts	7,1%	Apr-21
Construction Orders	3,3 %	Apr-21

Sumber: Tradingeconomics, 2021

Secara umum, kondisi pasar Jepang masih sangat potensial. Walaupun pandemi Covid-19 berdampak kepada ekonomi secara makro, namun secara mikro pengeluaran dan antusiasme konsumen untuk berbelanja pun masih relatif baik. Optimisme juga dirasakan dari sisi *supply* dimana sektor ritel dan kepercayaan bisnis secara keseluruhan masih positif.

BAB II

PELUANG PASAR

2.1. TREND PRODUK

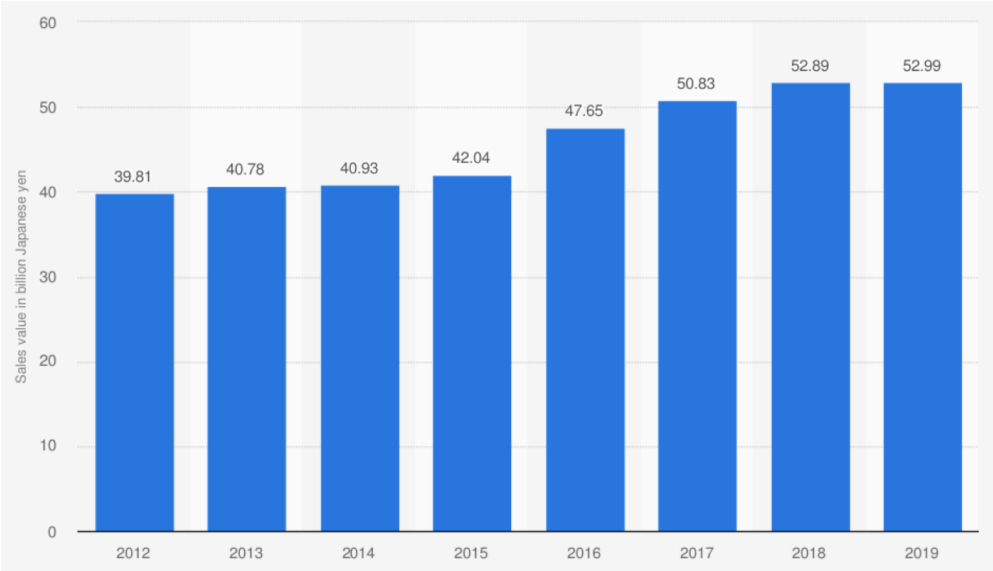
Segmentasi yang luas menjadikan pasar *game and toys* di Jepang masih potensial untuk dijajaki. Berdasarkan penelitian dari Yano Research (2005), produk *game and toys* memiliki pengkategorian konsumen berdasarkan usia. Untuk usia terkecil yakni mencakup usia bayi dan balita dengan produk mainan yang umumnya diminati berupa boneka binatang, boneka karakter, dan mainan bayi. Untuk usia menengah yakni sekolah dasar dan sekolah menengah, jenis produk mainan yang sering dimainkan berupa mainan karakter, mainan plastik dan mainan dengan *radio-control*. Produk mainan sepeda roda tiga dan skuter yang masuk ke dalam kode HS 950300 banyak digunakan pada anak usia balita dan usia menengah bergantung pada kapasitas dan dimensi produk. Sementara itu, segmentasi produk mainan untuk usia dewasa adalah mainan model yang berasal dari bahan baku plastik, mainan dengan *radio-control* dan berbagai mainan yang berkaitan dengan *hobby* lainnya (Tabel 2.1).

Tabel 2.1. Kategori Segmentasi Produk Mainan di Pasar Jepang

Segments	Main Products (General Toys and Games)	TV Games
Adults and high school students	Scale plastic models, character plastic models (for older customers), hobby radio-control devices, other models	↕
Grade and middle school students	Character toys and games, character plastic models (for younger customers), radio-controlled toys, etc.	
Babies and infants	Baby toys, stuffed animals, character toys, dress-up dolls, etc.	
Families	General games	
All customers	Gift products, fancy goods, party goods, etc.	

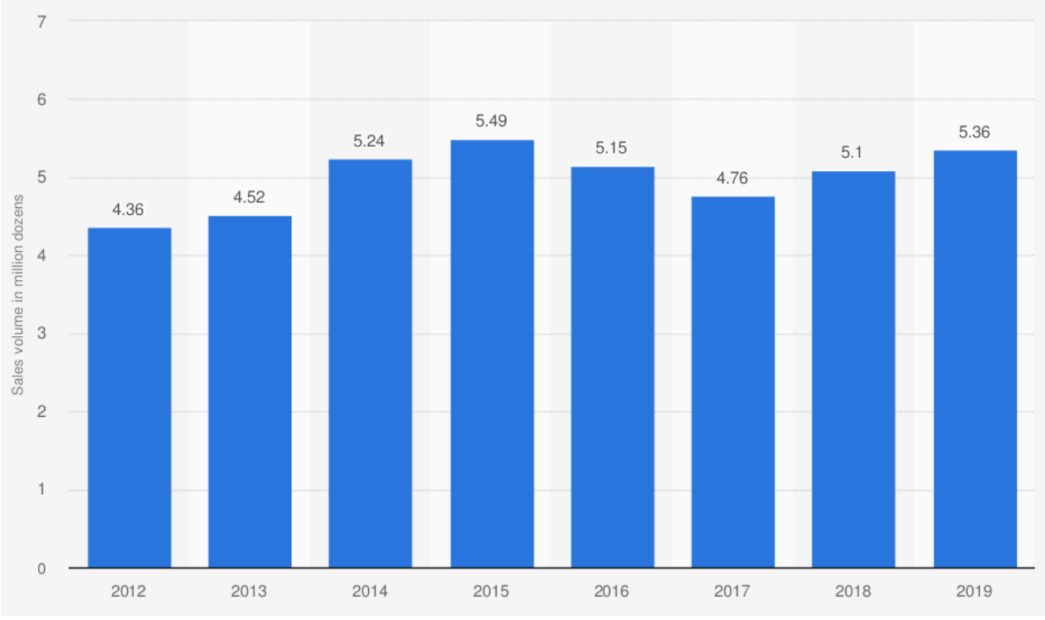
Sumber: Yano Research, 2005

Penjualan produk *game and toys* di Jepang relatif tinggi. Di tahun 2019, total nilai penjualan kelompok produk ini mencapai JPY 52,99 miliar, lebih tinggi dibandingkan tahun sebelumnya sebesar JPY 50,83 miliar. Sejak tahun 2012, penjualan produk mainan meningkat secara rata-rata sebesar 4,97% per tahun. Awalnya pada periode 2012 – 2015, total penjualan stabil berada di kisaran rata-rata JPY 40,89 miliar. Di tahun 2016, angka penjualan meningkat cukup pesat sebesar 13,34% YoY. Nilai penjualan kemudian terus meningkat secara rata-rata sebesar 3,64% per tahun hingga tahun 2019. Pada periode 2016-2019, rata-rata total penjualan produk mainan di Jepang mencapai JPY 51,09 miliar.



Grafik 2.1. Total Penjualan Produk *Game and Toys* di Pasar Jepang
Sumber: Statista, 2021

Produk mainan plastik juga mengalami kinerja penjualan yang cenderung fluktuatif. Meskipun demikian, pada tahun 2019, penjualan jenis produk ini sedang dalam tren meningkat. Pada tahun 2019, volume penjualan produk mainan plastik mencapai 5,36 juta lusin, meningkat 5,1% dibandingkan tahun sebelumnya. Angka penjualan ini merupakan yang tertinggi sejak tahun 2015.



Grafik 2.2. Volume Penjualan Produk Mainan Plastik di Pasar Jepang
Sumber: Statista, 2021

Industri mainan plastik dan mainan yang dikendalikan radio merupakan jenis produk mainan yang sedang menarik perhatian karena pangsa pasar yang signifikan yaitu lebih dari 10%. Selain itu, jenis produk mainan ini memiliki basis konsumen pria

yang stabil di usia antara 20-an hingga 30-an. Mainan plastik jenis tersebut juga cukup populer di kalangan anak-anak, seperti mainan model Gundam. Pasar secara bertahap berkembang dalam 50 tahun terakhir dan telah melahirkan produk *hits*, termasuk model mobil balap slot, produk karakter, *supercar*, Gundam, dan miniatur kendaraan berpenggerak 4 roda. Roda 4 Tamiya model *drive* adalah salah satu mainan yang cukup populer dan menjadi *hits* besar pada tahun 1995 sampai dengan tahun 1996 dan hingga saat ini terus mendorong pertumbuhan pasar yang cepat dan stabil.

Jenis mainan plastik dan mainan *radio controlled* kemudian dikategorikan menjadi beberapa jenis, antara lain:

1. *Scale plastic model* merupakan mainan replika untuk mobil*, tank*, pesawat terbang, kapal, bangunan, dan lainnya. Harga jual *retail* untuk kategori produk tersebut berada di kisaran harga JPY 2.000-3.000. Saat ini, banyak anak-anak yang tertarik untuk melihat proses merakit model sambil membaca manual, sedangkan orang dewasa cenderung lebih menyukai model plastik yang dapat dirakit dengan mudah dan dalam waktu singkat. Produsen utama dalam kategori produk ini adalah Perusahaan Tamiya.
2. Pada kategori *character plastic models*, Gundam, berkontribusi sebesar 90% untuk jenis produk ini. Sebagian besar segmentasi konsumen pada kisaran usia 20-an dan 30-an. Kategori produk ini semakin digemari setelah adanya program TV di Jepang yang berjudul "*Mobile Suit Gundam* SEED" yang pertama kali disiarkan (debut) pada Oktober 2002.
3. Kelompok selanjutnya yakni miniatur kendaraan. Sejarah mainan miniatur plastik kendaraan di Jepang dimulai dengan pembuatan model pesawat oleh produsen model kayu pada tahun 1935. Setelah itu, perusahaan mulai memproduksi model kapal perang dan mainan yang bertema perang lainnya. Bahan plastik kemudian diperkenalkan sebagai bahan konstruksi model sekitar pada tahun 1950-an dan menggantikan bahan baku kayu. Puncak permintaan jenis produk ini terutama terjadi pada tahun 1996.
4. Mainan *hobby radio-controlled* biasanya memiliki spesifikasi yang khusus dan harganya pun cenderung lebih mahal yaitu pada kisaran JPY 10.000,-. Kategori produk mainan ini biasanya diminati oleh usia dewasa.
5. Mainan *radio-controlled* hampir serupa dengan mainan *miniature*, namun produk ini dilengkapi dengan peralatan elektronik, sehingga pengguna dapat secara aktif menjalankan mainan tersebut. Banyak beberapa kejuaraan diselenggarakan dalam kategori mainan ini, seperti seri "*Real Drive*" CCP dan GT *Championship* dan kejuaraan WRC yang sangat populer. Di antara produk *radio-controlled* dengan model pesawat, *Taiyo-Toy* merilis helikopter mainan yang dikendalikan radio pertama dan menjadi sangat hits dan populer sehingga mendorong perusahaan lain untuk mengembangkan produk serupa yaitu produk pesawat terbang yang dikendalikan dengan radio.

Tabel 2.2. Cakupan Mainan Plastik dan Mainan *Radio-Controlled*

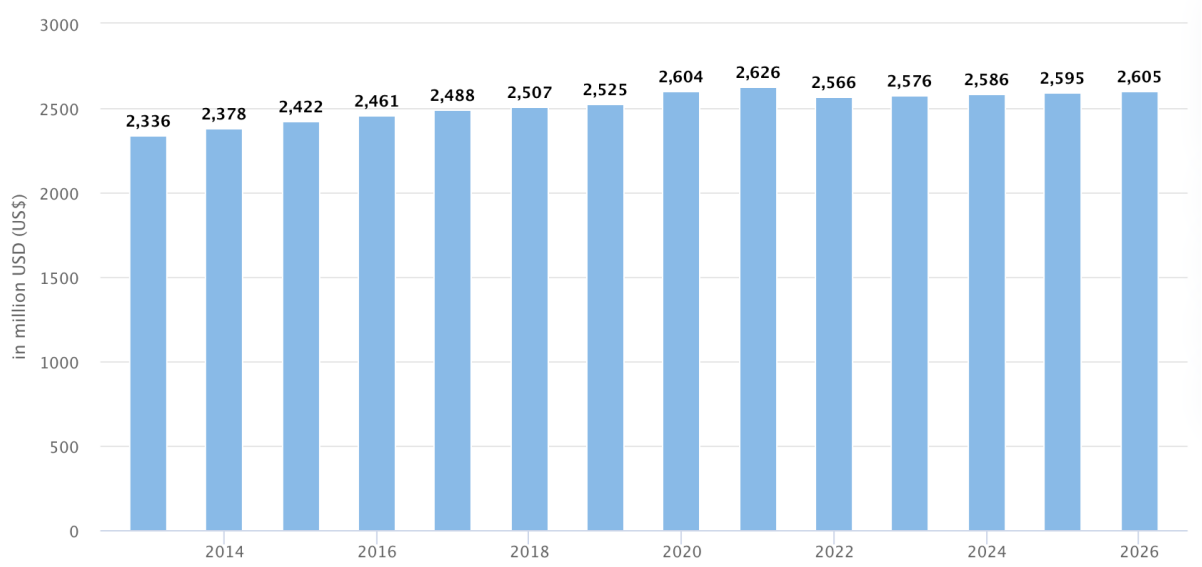
Category	Sub-Categories	Products
Plastic models	Scale plastic models	Scale models of cars, boats, airplanes, etc.
	Character plastic models	Models of animated characters, etc.
	Others (miniature 4-wheel-drive vehicles, etc.)	Simple assembled racing toys for children that do not require glue
Radio-controlled devices	Hobby radio-controlled devices	Expensive radio-controlled vehicles used in races, etc.
	Radio-controlled toys	Low-priced radio-controlled toys manufactured by toy manufacturers

Sumber: Yano Research dalam JETRO, 2005

Selain kategori produk tersebut, produk mainan berupa sepeda roda tiga, skuter, mobil pedal dan lainnya yang masuk ke dalam HS 9503 dan menjadi fokus dalam analisis intelijen bisnis juga sebagian besar menggunakan bahan baku yang berasal dari plastik. Pada umumnya, anak-anak di Jepang sangat menyukai kegiatan fisik. Anak-anak usia balita hingga menengah banyak menghabiskan waktu bermain dan berolahraga di taman bermain yang banyak tersedia di perumahan dan *apartments* tempat tinggal. Setiap hari libur, orang tua selalu mengajak putra-putri mereka untuk bermain di taman dan tempat bermain. Hal inilah yang juga mendorong banyaknya permintaan produk mainan khususnya produk sepeda roda tiga, skuter, mobil pedal dan lainnya yang masuk ke dalam HS 9503. Selain itu, transportasi dengan menggunakan sepeda yang menjadi bagian dari budaya Jepang juga mendorong permintaan akan produk tersebut.

Berdasarkan data dari Statista (2021), mainan beroda untuk anak-anak masuk ke dalam kelompok produk mainan untuk balita dan anak-anak. Pada tahun 2020, pendapatan produsen untuk produk mainan balita dan anak-anak di pasar Jepang mencapai USD 2,6 juta[3]. Sejak tahun 2013, total pendapatan untuk produk ini stabil pada kisaran USD 2,34 juta - USD 2,60 juta. Hingga enam tahun kedepan, total pendapatan masih akan stabil. Masih stabilnya industri ini menandakan bahwa produk mainan balita dan anak-anak minim terkena dampak pandemi dan masih sangat potensial untuk dijajaki.

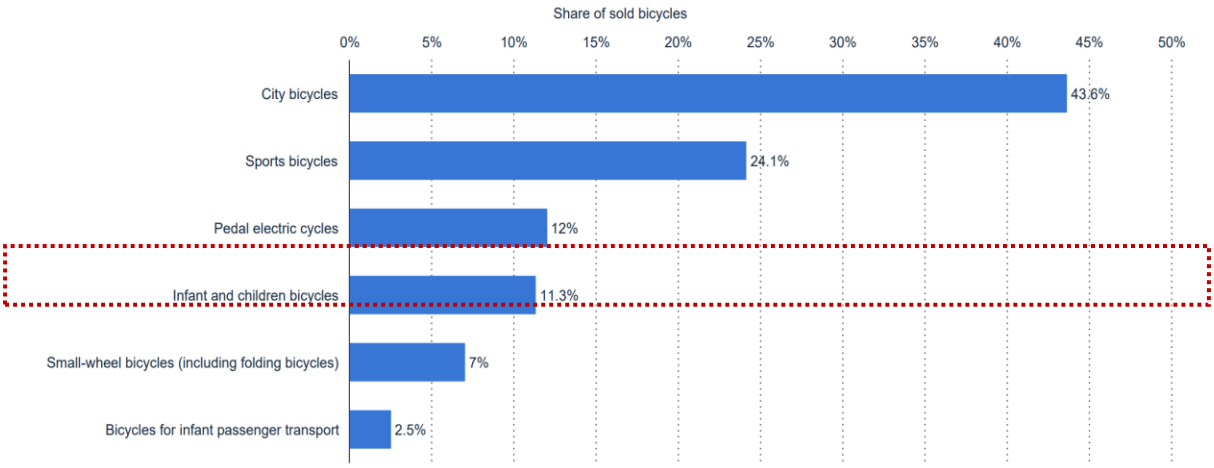
[3] Statista - https://www.statista.com/outlook/cmo/toys-hobby/toys-games/toys-for-toddlers-kids/japan



Grafik 2.3. Total Pendapatan Produsen Produk Mainan untuk Balita dan Anak-anak di Pasar Jepang

Sumber: Statista, 2021

Mainan beroda untuk anak-anak atau sepeda anak-anak memiliki pangsa penjualan yang cukup besar dibandingkan jenis sepeda lainnya yang dijual di pasar Jepang. Pada tahun 2020, sepeda anak-anak mencatatkan kontribusi penjualan sebesar 11,3% terhadap total penjualan sepeda baru di pasar Jepang[4].



Grafik 2.4. Pangsa Pasar Produk Sepeda Menurut Jenisnya di Pasar Jepang

Sumber: Statista, 2021

Trend produk jenis sepeda roda tiga, skuter, mobil pedal serta jenis mainan lainnya yang masuk ke dalam HS 950300 ditunjukkan melalui gambar berikut.

[4] Statista - https://www.statista.com/study/70393/bicycle-market-in-japan/

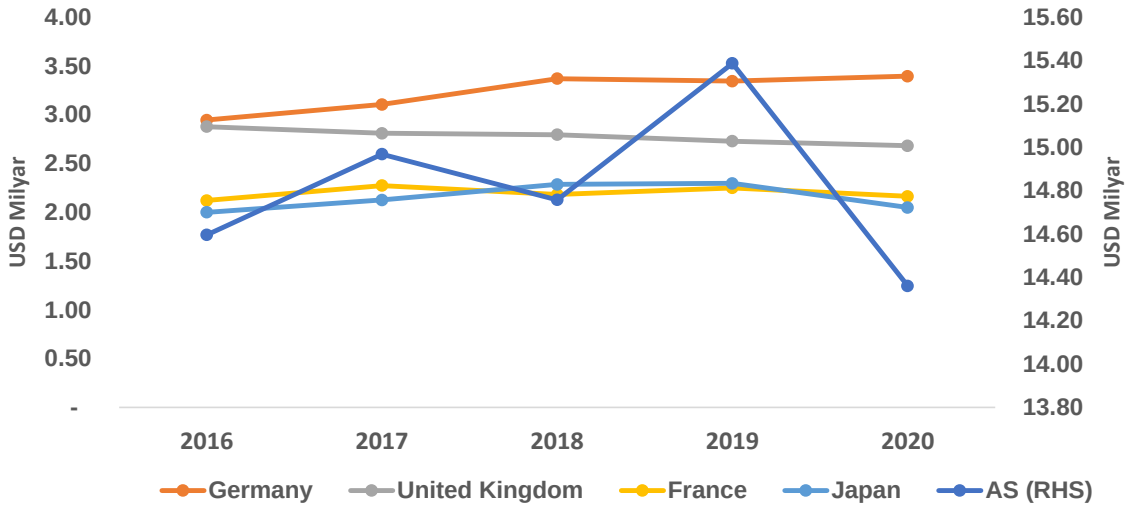
Gambar 2.1 Beberapa Contoh Gambar Produk Sepeda Roda Tiga (*Tricycles*) di Pasar Jepang

Sumber: Amazon Japan, 2021

Produk jenis sepeda roda tiga, skuter, dan mobil pedal lainnya yang diminati oleh konsumen di pasar Jepang memiliki karakteristik utama yakni perakitan yang sederhana dan mudah. Khusus untuk sepeda roda tingga untuk balita, konsumen Jepang lebih memilih produk yang disertai *handle* tambahan bagi orang dewasa yang ditujukan untuk keamanan. Banyaknya pilihan warna juga dapat menjadi poin tambahan untuk menarik konsumen di Jepang.

2.2. STRUKTUR PASAR

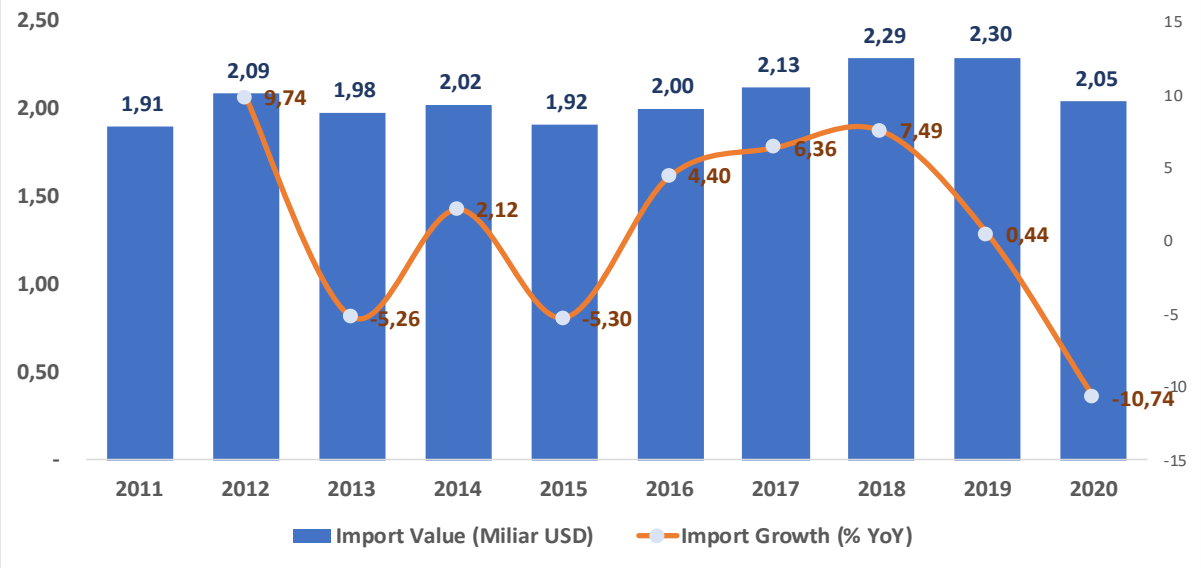
Jepang menempati urutan terbesar ke-5 negara importir produk sepeda roda tiga, skuter, dan mobil pedal lainnya di dunia, di bawah Amerika Serikat (AS), Jerman, Inggris dan Perancis. AS, Jerman dan Inggris menjadi negara top-3 importir produk HS 950300 dengan pangsa masing-masing sebesar 30,3%; 7,2% dan 5,7% di tahun 2020. Sementara pangsa pasar impor produk sepeda roda tiga, skuter, dan mobil pedal lainnya Jepang tercatat 4,32% dari total impor produk tersebut tahun 2020. Sejak lima tahun terakhir, pergerakan pangsa impor Jepang untuk produk HS 950300 di dunia cenderung stabil pada kisaran 4% - 5% (ITC, Trademap, 2021).



Grafik 2.5. Negara Importir Utama Produk Sepeda Roda Tiga, Skuter, dan Mobil Pedal lainnya (HS 950300) di Dunia

Sumber: ITC Trademap, 2021

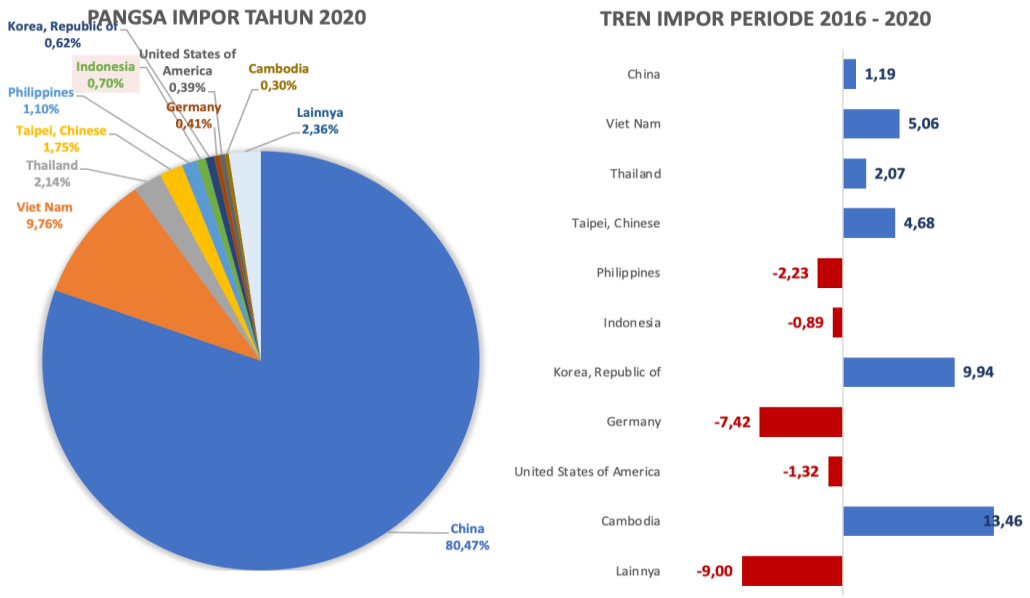
Impor produk sepeda roda tiga, skuter, dan mobil pedal lainnya di pasar Jepang cenderung fluktuatif selama 10 tahun terakhir dengan tren impor masih menunjukkan peningkatan per tahunnya. Sejak tahun 2011, rata-rata impor produk sepeda roda tiga, skuter, dan mobil pedal lainnya di pasar Jepang meningkat sebesar 1,36% per tahun. Pada tahun 2020, nilai impor produk tersebut mencapai USD 2,05 miliar, menurun -10,74% YoY. Penurunan ini terutama diakibatkan oleh pandemi Covid-19 yang menyebabkan pengiriman pasokan barang dari luar Jepang tertahan khususnya dari RRT. Oleh karena itu, permintaan yang tinggi lebih banyak dipasok dari produsen lokal. Hal ini menunjukkan bahwa potensi produk sepeda roda tiga, skuter, dan mobil pedal lainnya di Jepang masih kuat. Secara historis, peningkatan impor produk sepeda roda tiga, skuter, dan mobil pedal lainnya tertinggi terjadi pada tahun 2018. Impor masih tetap meningkat hingga tahun 2019, sehingga di tahun tersebut, nilai menunjukkan angka tertinggi sebesar USD 2,30 miliar. Kendati demikian, pada tahun 2020 nilai impor menurun cukup signifikan. Kinerja impor produk sepeda roda tiga, skuter, dan mobil pedal lainnya Jepang pada tahun 2020 merupakan yang terendah sejak tahun 2017 (ITC, Trademap, 2021).



Grafik 2.6. Kinerja Impor Produk Sepeda Roda Tiga, Skuter, dan Mobil Pedal lainnya di Pasar Jepang

Sumber: ITC Trademap, 2021

Menurut negara asal, sebagian besar impor berasal dari RRT dengan pangsa yang sangat tinggi sebesar 80,47%. Selain RRT, pangsa negara pemasok lainnya relatif rendah dibawah 10%, seperti Vietnam (9,76%); Thailand (2,14%); Taiwan (1,75%); dan Filipina (1,10%). Adapun Indonesia masih memiliki pangsa yang relatif rendah di bawah 1% yaitu 0,70% di pasar Jepang. Berdasarkan tren impor lima tahunan, pasokan dari RRT selain memiliki pangsa yang besar juga masih mencatatkan tren peningkatan sebesar 1,19% per tahun. Hal ini menunjukkan bahwa posisi RRT sebagai negara pemasok utama di pasar produk sepeda roda tiga, skuter, dan mobil pedal lainnya Jepang masih sangat kuat. Selain RRT, beberapa negara importir utama yang juga mencatatkan peningkatan pasokan ke pasar Jepang yakni Vietnam, Thailand, dan Taiwan. Adapun Filipina dan Indonesia justru mengalami penurunan pasokan setiap tahunnya. Selama lima tahun terakhir pasokan produk sepeda roda tiga, skuter, dan mobil pedal lainnya ke pasar Jepang dari Indonesia menurun rata-rata sebesar 1,32% per tahunnya. Selain RRT, Indonesia juga memiliki pesaing propektif lainnya yakni Kamboja. Walaupun memiliki pangsa yang rendah (0,30%), namun tren impor produk sepeda roda tiga, skuter, dan mobil pedal lainnya Jepang dari Kamboja meningkat tinggi dengan rata-rata sebesar 13,46% per tahun dalam lima tahun terakhir (ITC, Trademap, 2021).



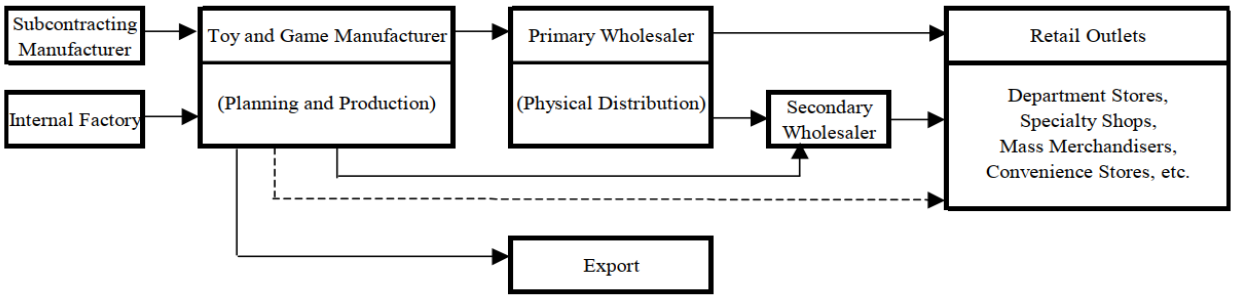
Grafik 2.7. Pangsa dan Tren Impor Produk Sepeda Roda Tiga, Skuter, dan Mobil Pedal lainnya di Pasar Jepang Menurut Negara Asal Utama

Sumber: ITC Trademap, 2021

2.3 SALURAN DISTRIBUSI

Produsen *game and toys* memainkan peran penting dalam pembuatan dan distribusi produk. Produsen kerap melakukan pengembangan produk dan kemudian memproduksinya baik di pabrik sendiri atau melalui subkontraktor. Distribusi biasanya dilakukan oleh pedagang grosir. Mengingat banyaknya jenis kategori produk *game and toys* yang sangat beragam, tidak jarang produsen juga langsung membantu proses distribusi dan penjualan ke pedagang grosir. Dengan siklus distribusi yang lebih pendek, pedagang grosir biasanya langsung memasok ke berbagai penjual dan toko ritel. Meskipun distribusi pada dasarnya merupakan peralihan dari pedang grosir ke pengecer, beberapa rantai ritel besar biasanya dapat langsung berkoordinasi dengan produsen tanpa melalui perantara pedagang grosir. Masuknya pengecer besar seperti *Toys "R" Us* menyebabkan perubahan dalam sistem distribusi yang dulu kaku menjadi lebih fleksibel.

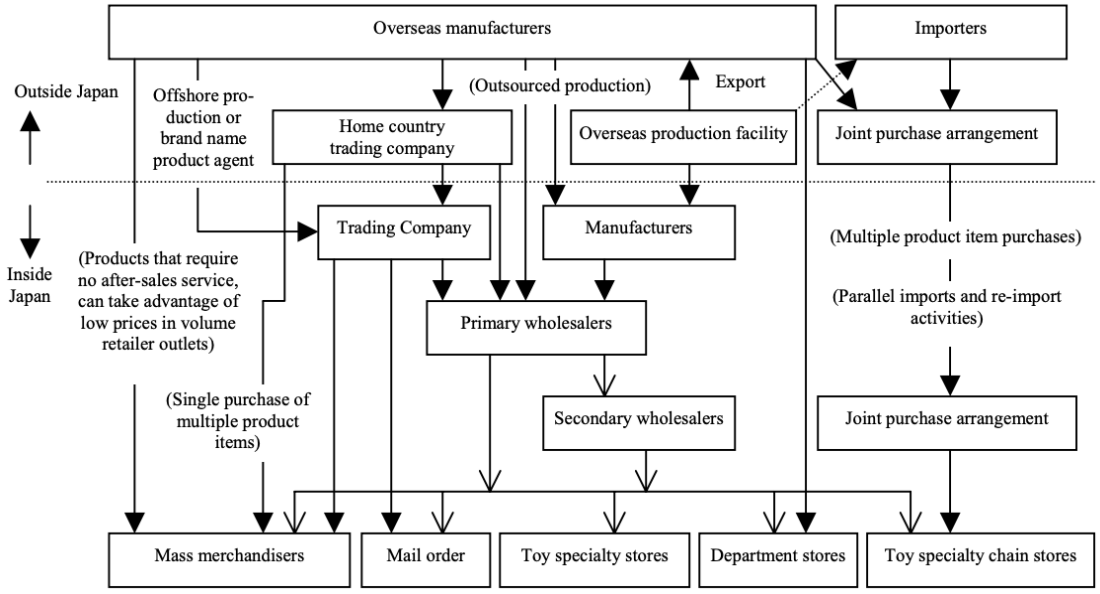
Saluran ritel utama untuk produk mainan di Jepang antara lain *department store*, toko atau jaringan toko yang khusus menjual mainan dan *game*, supermarket, *game center* serta toko sepeda dan elektronik yang juga menjual berbagai mainan anak. Industri ritel mainan berkembang pesat setelah Toys "R" Us Japan memasuki pasar dan mulai dengan cepat meningkatkan jumlah tokonya sejak tahun 1989. Toys "R" Us Japan memiliki penjualan hingga JPY 189,1 miliar pada tahun 2004. Selain toko khusus mainan, terdapat juga toko elektronik besar seperti *Bic Camera* yang juga menjual berbagai produk mainan. Mekanisme saluran distribusi produk mainan Jepang ditunjukkan pada Gambar berikut.



Gambar 2.2. Mekanisme Saluran Distribusi Produk *Game and Toys* di Pasar Jepang

Sumber: JETRO, 2005

Untuk memasuki pasar *game and toys* Jepang, termasuk produk sepeda roda tiga, skuter, dan mobil pedal lainnya dapat dilakukan melalui dua cara yakni menjadi subkontraktor perusahaan mainan Jepang (*overseas manufacturers*) atau melalui importir. Pertama, pada *overseas manufacturers*, perusahaan induk di Jepang akan memberikan fasilitas untuk produksi dengan mengekspor sejumlah input bahan baku ke negara subkontraktor. Lalu, negara subkontraktor mengekspor kembali barang jadi melalui *trading company*. Produk barang jadi dari subkontrator tersebut kemudian didistribusikan di pasar Jepang baik melalui perantara pedagang grosir ataupun langsung dari produsen kepada ritel besar. Kedua, produsen di luar Jepang dapat memasok melalui importir menggunakan *Joint purchase arrangement*. Dengan cara kedua ini, importir bisa langsung memasoknya ke sektor ritel. Pada akhirnya, kedua sumber pasokan produk dari luar negeri didistribusikan ke pasar Jepang ke berbagai saluran distribusi meliputi toko khusus mainan, *department store* dan sebagainya.



Gambar 2.3 Mekanisme Saluran Distribusi Produk *Game and Toys* dari Luar Jepang

Sumber: JETRO, 2021

2.4 PERSEPSI TERHADAP PRODUK INDONESIA

Ekspor produk mainan yang masuk dalam kategori HS 9503 Indonesia ke Jepang tercatat mencapai USD 8,90 juta pada tahun 2020. Nilai ekspor cenderung mengalami penurunan rata-rata per tahun sebesar 3,70% selama periode 2016-2020. Adapun secara kumulatif pada Januari-Mei 2021, ekspor Indonesia ke Jepang atas produk tersebut tercatat USD 4,10 juta, menurun sebesar 7,11% dibandingkan periode yang sama tahun lalu (BPS, 2021).

Berdasarkan jenisnya, sebagian besar ekspor dalam bentuk mainan boneka binatang dan non-manusia lainnya dengan pangsa 63,16% di tahun 2020. Ekspor boneka binatang pada tahun 2020 tercatat USD 5,62 juta dan secara kumulatif Januari-Mei 2021 mencapai USD 3,02 juta (naik 1,9% YoY). Salah satu contoh boneka binatang asal Indonesia yang cukup populer di pasar Jepang berasal dari merk dagang *Jellycat Bashful*. Produk boneka ini dijual pada kisaran harga JPY 3.000,- sampai dengan JPY 4.000,-. Dalam *e-commerce platform*, boneka asal Indonesia ini bahkan memiliki rating kualitas produk yang sangat tinggi sebesar 4,5 dari skor 5 maksimum. Selain boneka binatang, boneka berbentuk manusia juga memiliki pangsa ekspor yang cukup tinggi sebesar 20,78% di tahun 2020. Secara kumulatif Januari-Mei 2021, nilai ekspor tercatat USD 333,77 Ribu. Salah satu contoh jenis produk mainan ini adalah boneka *barbie*. Boneka *barbie* asal Indonesia ini diproduksi oleh perusahaan PT Mattel Indonesia. Indonesia adalah produsen boneka merek Barbie terbesar di dunia yang dihasilkan oleh PT Mattel Indonesia. Perusahaan ini memasok 60% boneka *barbie* dan dipasarkan ke seluruh pasar global. Pada *platform e-commerce* Jepang, harga boneka Barbie asal Indonesia juga memiliki rating kualitas produk yang cukup baik yakni 4 dari 5.

Lebih lanjut, untuk produk sepeda roda tiga, skuter, dan mobil pedal lainnya, meskipun masih mememiliki nilai ekspor ke Jepang yang relatif rendah dibandingkan dengan 2 (dua) kategori produk boneka sebelumnya, namun memiliki nilai tren yang sangat tinggi. Berdasarkan data BPS, pada tahun 2020, nilai ekspor produk produk sepeda roda tiga, skuter, dan mobil pedal lainnya meningkat tajam menjadi USD 57,35 ribu dari rata-rata USD 2,0 ribu pada periode tahun 2016-2019. Dengan peningkatan signifikan ekspor pada tahun 2020 diharapkan Indonesia tetap mampu mempertahankan kualitas produk yang baik sehingga pasar Jepang memiliki persepsi yang baik terhadap produk Indonesia.

Grafik 2.9 Kinerja Ekspor Produk Sepeda Roda Tiga, Skuter, dan Mobil Pedal lainnya Indonesia ke Pasar Jepang

Sumber: BPS, 2021

BAB III

PERSYARATAN PRODUK

3.1. KETENTUAN PRODUK

Untuk dapat memasok produk mainan di Jepang, produsen atau eksportir perlu menerapkan beberapa standar sesuai dengan beberapa aturan *seperti the Japan Food Sanitation Act* atau *Japan Food Sanitation Law* (JFSL) dan *the Japan Toy Safety Standards* (ST *Standards*). Selain itu, produk mainan juga harus memenuhi *the Safety Toy Mark*. Pemasok juga memerlukan uji laboratorium terhadap produk mainan yang akan dipasok ke pasar Jepang.

3.1.1 Standar Kualitas[5]

Secara umum, ada dua aturan standar yang harus dipenuhi yakni *Japan Food Sanitation Law* (JFSL) yang wajib dipenuhi dan *Japan Toy Safety Standard* (ST *Standard*) sebagai regulasi sukarela.

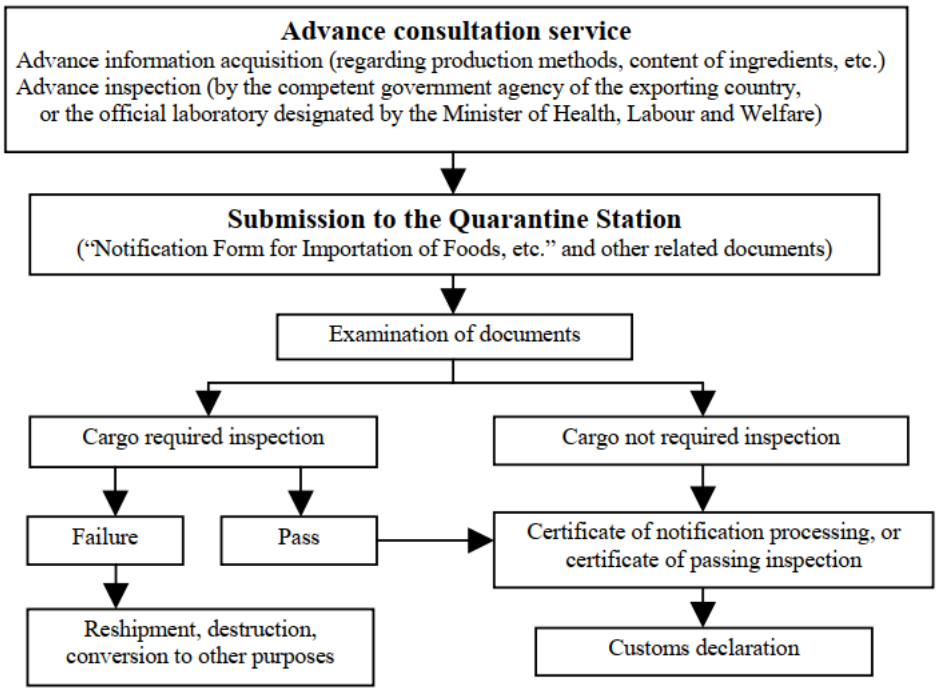
a. *Japan Food Sanitation Law (JFSL)*

Berdasarkan Undang-undang No. 233 Tahun 1947, *Japan Ministry of Health, Labour and Welfare* menetapkan spesifikasi dan standar untuk makanan di bawah JFSL melalui *Notification* No. 370 Tahun 1959 tentang 'Spesifikasi dan Standar untuk Makanan dan Bahan Tambahan Makanan, dll.'

Notifikasi tersebut juga memberikan spesifikasi teknis dan standar untuk produk mainan. Undang-undang mengharuskan penggunaan mainan dalam bentuk yang akan dipasarkan (barang jadi), termasuk cat dan bahan pelapis permukaan serupa pada mainan, untuk diuji terlebih dahulu dalam rangka membuktikan kepatuhan terhadap JFSL. Mainan yang termasuk dalam ruang lingkup JFSL, didefinisikan sebagai:

- Mainan, termasuk dot, dimaksudkan untuk bersentuhan langsung dengan mulut bayi (misalnya harmonika).
- Balon, tanah liat, boneka, mainan rumah tangga, mainan yang memfasilitasi perkembangan intelektual (hanya yang berpotensi bersentuhan dengan mulut bayi), topeng, origami (kertas lipat), kerincingan, *roly-polies*, mainan binatang, batu bata pembangun mainan , telepon mainan, perhiasan mainan, kendaraan mainan, *utsushi-e* (mainan stiker stiker) dan balok kayu.
- Aksesori mainan untuk dimainkan dalam kombinasi dengan mainan yang disebutkan dalam poin-poin di atas (misalnya rel untuk set kereta mainan).

[5] JETRO Marketing Guidebook For Major Imported Products



Gambar 3.1. Prosedur Inspeksi Impor Menurut *the Food Sanitation Law*

Sumber: JETRO, 2010

b. *Japan Toy Safety Standard* (ST *Standard*)

ST *Standard* dibentuk pada tahun 1971 oleh *the Japan Toy Association* (JTA), entitas asosiasi mainan yang disetujui oleh *Ministry of Economy, Trade and Industry* (METI) Jepang. The JTA lalu menetapkan *Japan Toy Safety Standard* untuk memastikan keamanan produk mainan bagi anak-anak. Ini mencakup semua persyaratan hukum dari JFSL untuk mainan yang ditentukan oleh MHLW. Standar ST terdiri dari tiga standar keselamatan:

- ST Bagian 1 – Sifat Mekanik dan Fisik (sesuai dengan ISO 8124-1)
- ST Bagian 2 – Mudah terbakar (ISO 8124-2)
- ST Bagian 3 – Sifat Kimia.

Berdasarkan ST Standard, laboratorium pengujian asing yang ditunjuk (laboratorium selain laboratorium pengujian yang ditunjuk di Jepang) hanya dapat melayani ST *Standar*d Bagian 3 yaitu 'sifat kimia'.

Setelah terbukti memenuhi semua standar pengujian yang berlaku oleh laboratorium pengujian yang disetujui oleh JTA, produk memenuhi syarat untuk memiliki tanda ST Standards. Sampai saat ini, keikutsertaan dalam ST *Standards* bersifat sukarela. Namun, semua produsen dan importir mainan harus menganggapnya sebagai hal yang wajib di mata pembeli Jepang yang sadar akan keselamatan.

3.1.2 Pelabelan

a. Label Kemasan/*Packaging*

Kemasan produk mainan baik menggunakan kertas karton maupun plastik wajib mencantumkan label sesuai dengan aturan daur ulang atau *Law for Promotion of Effective Utilization of Resources*.

Gambar 3.2. Label Kemasan Produk Mainan di Pasar Jepang
Sumber: JETRO, 2021

b. SG *Marks System*

Ketentuan pelabelan ini bersifat sukarela. SG *Mark* digunakan untuk produk mainan khusus bayi dan balita. SG *Mark* berlaku untuk mainan ayunan, perosotan, penahan horizontal untuk belajar jalan, sepeda roda tiga untuk anak-anak dan balita, dan mainan berpedal. Label ini diberikan oleh *the Consumer Product Safety Association*.

Ada 2 (dua) cara untuk mendapatkan label ini. Pertama, melalui metode inspeksi dimana asosiasi akan melakukan pengecekan. Kedua, *approval system* atau persetujuan yang pada umumnya diberikan untuk pabrik yang sudah teregistrasi sebelumnya.

Gambar 3.3. Label SG *Mark* Produk Mainan di Pasar Jepang
Sumber: JETRO, 2021

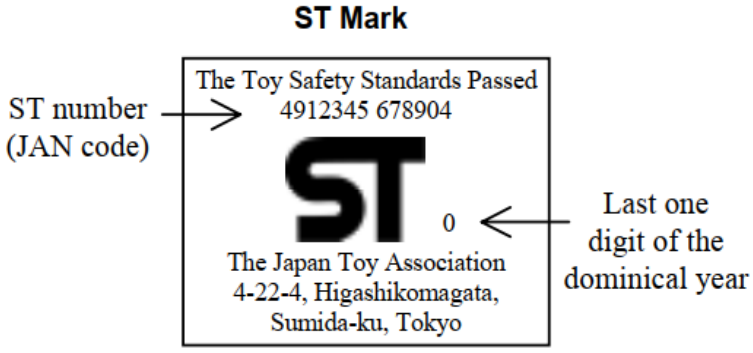
c. ST *Marks*

Pelabelan ini bersifat sukarela yang dioperasionalkan dan dikeluarkan oleh *the Japanese Toy Associaton*. Standar ini diaplikasikan khususnya pada produk mainan anak-anak dibawah 14 tahun. Label ST *Mark* menunjukkan bahwa

produk mainan telah memenuhi ST *standard*. Beberapa tahapan untuk mendapatkan ST *Mark* antara lain:

- *The* JTA mengeluarkan izin untuk melakukan lisensi ST *Mark* kepada eksportir atau importir produk mainan dari luar negeri.
- *The* JTA menunjuk badan pengujian untuk melakukan uji kesesuaian ST *Standards* pada mainan yang diproduksi, diimpor atau dijual oleh pelaku usaha.
- Setelah hasil pengujian selesai, JTA memberikan lisensei ST *Mark* untuk ditempatkan di produk mainan atau pada kemasannya.
- *The* JTA yang akan menanggung kerugian apabila terjadi ketidaksesuaian ST *Standard* pada produk mainan yang diuji.

Adapun beberapa pengujian tes kimiawi mencakup *evaporation residue, Formaldehyde, Heavy Metals, Migration of colouring matters, Phenol, Potassium permanganate consumption*, dan *Phthalates* (BBP, DBP, DEHP, DIDP, DINP and DNOP).



Gambar 3.4. Label ST *Mark* Produk Mainan di Pasar Jepang
Sumber: JETRO, 2021

3.1.3 Prosedur Importasi dan Dokumen

Ketentuan impor produk sepeda roda tiga di pasar Jepang sama seperti produk manufaktur lainnya dimana importir harus menyertakan beberapa dokumen impor. Berdasarkan informasi dari *Japan Custom*, untuk tariff bea masuk sendiri, saat ini Jepang sudah tidak lagi mengenakan bea masuk untuk produk sepeda roda tiga, skuter dan produk mainan berpedal lainnya (HS 950300). Ketentuan impor umum produk tersebut di pasar Jepang antara lain:

a. *Import Clerance*
   Importir wajib mengajukan izin impor ke *Director-Generel of Customs* Jepang. Izin impor akan didapatkan setelah pengujian produk dan pembayaran bea masuk. Produk sepeda roda tiga, skuter, dan mobil pedal lainnya merupakan salah satu produk manufaktur yang telah dibebaskan tarif bea masuknya.
b. *Import Declaration*

Keterangan impor harus memuat beberapa informasi seperti kuantitas dan nilai produk. Keterangan impor harus sudah dibuat saat produk impor sudah sampai di *Hozei* area Jepang. Selain itu, deklarasi atau keterangan impor wajib memuat informasi mengenai importir di Jepang. Secara umum, *import declaration* perlu diajukan dengan melampirkan beberapa dokumen seperti:

- *Invoice*
- *Bill of lading* atau *airway bill*
- *Certificate of origin*
- *Certificate of origin form* A *Generalized system of preferences*
- *Packing lists, freight account, insurance certificates*, dll.
- *Licenses, certificates* dan dokumen lain yang diminta oleh pihak *Custom* Jepang (terutama untuk barang yang memiliki regulasi impor tertentu)
- Surat pernyataan mengenai pengurangan atau pengecualian bea masuk
- Slip pembayaran bea masuk

3.1.4 Pajak

a. Bea Masuk

Tarif bea masuk untuk produk *game and toys* khususnya produk sepeda roda tiga, skuter, dan mobil pedal lainnya yang masuk ke dalam kode HS 9503.00 di pasar Jepang mendapatkan fasilitas bebas bea masuk.

Tabel 3.1. Tarif Bea Masuk Produk Sepeda Roda Tiga, Skuter dan Mobil Pedal Lainnya (HS 950300) di Pasar Jepang

Statistical Code		**Description**	**Tariff Rate**		
Kode HS			**General**	**WTO**	**Indonesia**
95.03					
95.03	000	*Tricycles, scooters, pedal cars and similar wheeled toys.*	*Free*	*Free*～3,9%	*Free*

Sumber: Japan Custom, 2021

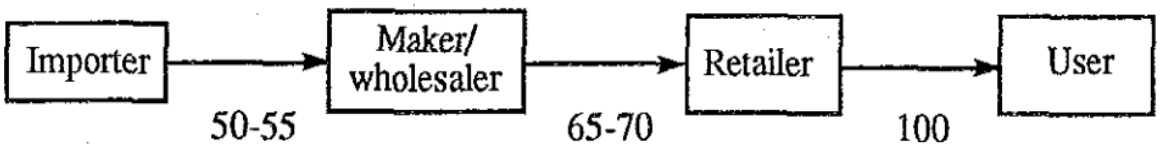
b. Pajak Konsumsi

Pajak konsumsi dihitung dari nilai impor CIF ditambah dengan bea masuk, lalu dikalikan dengan pajak konsumsi domestik 10%.

$$(\boldsymbol{CIF} + \boldsymbol{Customs\ Duty})\ \boldsymbol{x}\ \mathbf{10}\%$$

3.2. KETENTUAN PEMASARAN

Untuk memasuki pasar Jepang, bantuan perantara dapat menjadi solusi bagi eksportir Indonesia. Perantara dapat memberikan layanan dukungan dan bimbingan dalam mengembangkan strategi yang tepat untuk memasuki pasar Jepang. Perantara yang cukup umum di Jepang adalah importir, agen, distributor serta pedagang grosir. Sebagai mitra bisnis, importir, agen dan distributor membeli atau mengimpor barang dari luar negeri dan bekerja sama dalam melakukan distribusi dengan banyak *retailer*. Pada prinsipnya, ada 2 (dua) jenis pedagang besar yang berkaitan dengan perdagangan luar negeri dan beroperasi di Jepang, yaitu 1) Grosir impor/ekspor yang menyediakan manajemen logistik, informasi, promosi dan pemilihan produk, dan 2) Pedagang besar yang menawarkan layanan penyimpanan hingga pengecer Jepang membutuhkan produk tersebut. Produk impor mainan pada umumnya dipasarkan dengan harga retail di pasar Jepang mencapai 2,5 sampai dengan 3 kali lipat harga *free on board* (FOB) dari negara pemasok[6].



Gambar 3.5. Struktur Distribusi Harga Produk Impor Sepeda Roda Tiga, Skuter dan Mainan Berpedal lainnya di pasar Jepang

Sumber: JICA Report, 2021

Selain sebagai salah satu pasar mainan terkuat, Jepang mungkin merupakan negara konsumen mainan paling antusias di dunia. *International Tokyo Toy Show* merupakan pameran yang besar dan sangat berpengaruh yang menampilkan sekitar 35.000 jenis mainan pada tahun 2018. Salah satuhal yang menjadi sorotan pada acara tersebut adalah adanya kategori "manufaktur mainan global", karena pembeli mainan Jepang sangat tertarik dengan mainan dari luar negeri, terutama mainan yang inovatif dan memiliki nilai edukatif. Sejak 2008, pameran tersebut juga menjadi ajang penganugerahan *Japan Toy Awards* untuk memberi penghargaan kepada produsen yang mengembangkan mainan berkualitas tinggi dan mengikuti inovasi tren di pasar.

Salah satu perubahan paling menonjol mengenai peningkatan standar keselamatan pada produk mainan di pasar Jepang adalah adanya peningkatan standar keamanan. Menurut informasi yang dilansir dari situs *World of Toys.org*, lebih dari 80% pelanggan Jepang fokus pada keamanan produk saat membeli mainan. Industri ini diatur oleh dua standar yang berbeda: standar *Safety Toy* (ST) dan *Japan Food Sanitation Law* (JFSL).

[6] JICA Report Japanese Toy Market - https://openjicareport.jica.go.jp/pdf/10712867_07.pdf

Pemasok dari luar Jepang juga berkewajiban menyediakan *after-sales service* untuk memberikan fasilitas garansi dan perbaikan produk. Perusahaan pemasok atau produsen di luar negeri tidak perlu membuka cabang di pasar Jepang, fasilitas ini dapat dibebankan kepada agen retail mitra bisnis pemasok atau importir di pasar Jepang. Meskipun demikian, pemasok atau eksportir perlu memastikan ketersediaan fasilitas ini dengan mitra bisnis/importir yang ada di Jepang. Walaupun suatu produk sudah memiliki ST *Mark*, fasilitas garansi juga harus diberikan oleh produsen. Sebagian besar *retailers* di Jepang sudah memiliki *repair service centers*. Apabila agen tidak mampu untuk menyediakan fasilitas ini, maka produsen perlu memiliki *trading company* atau produsen domestik lain yang dapat menyediakan fasilitas ini untuknya melalui *import sales agreement*. Namun demikian, pada umumnya importir di Jepang akan bertanggung jawab penuh pada peredaran barang di Jepang. Oleh karena itu, importir Jepang sebelum melakukan impor banyak pertimbangan dan persyaratan yang relatif cukup *rigid* kepada produsen/eksportir di luar negeri.

3.3. METODE TRANSAKSI

Terdapat beberapa metode yang digunakan untuk melakukan pembayaran ekspor ke Jepang: pembayaran secara tunai di muka, *letter of credit, promissory note, documentary collection or draft, open account* dan penjualan konsinyasi. Faktor utama dalam menentukan metode pembayaran adalah tingkat kepercayaan terhadap kemampuan dan kemauan pembeli untuk membayar. *Letter of credit* (L / C) umumnya digunakan sebagai metode transaksi karena metode ini tidak dapat dibatalkan dan metode ini menawarkan perlindungan kepada eksportir Indonesia maupun importir Jepang. Karena perusahaan perdagangan besar Jepang sering bertindak sebagai perantara ke perusahaan kecil dan menengah, L/C sering dikeluarkan atas nama mereka dan bukan atas nama pengguna akhir produk.

Opsi pembayaran lain adalah penggunaan *documentary collection or draft* atau *open account* dengan asuransi kredit internasional yang memungkinkan importir melakukan kredit. Opsi ini juga dapat melindungi eksportir jika pembeli bangkrut atau tidak dapat membayar melalui asuransi kredit internasional. *Promissory note* (*yakusoku tegata*) adalah metode pembayaran yang banyak digunakan di Jepang tetapi terkadang tidak dikenal oleh eksportir Indonesia. *Promissory notes* adalah IOU (sebuah dokumen informal mengenai hutang) dengan janji untuk membayar di kemudian hari, biasanya 90 hingga 120 hari. Bank sering memberikan pembiayaan jangka pendek melalui diskon dan *rollover* dari nota. Anjak piutang dan bentuk-bentuk lain dari piutang pembiayaan (baik dengan atau tanpa jaminan) tidak umum di Jepang, dan pengusaha yang lebih konservatif menemukan pengaturan semacam itu sebagai pelanggaran terhadap "hubungan" antara pembeli dan penjual.

Selain beberapa metode pembayaran di atas, berdasarkan Nota Kesepahaman antara Kementerian Keuangan Jepang dan Bank Indonesia (BI), perdagangan bilateral dan investasi langsung antara Indonesia-Jepang kini dapat dibayar menggunakan mata uang lokal (*local currency settlement*/LCS) masing-masing negara. Transaksi menggunakan LCS adalah penyelesaian transaksi perdagangan

antara dua negara yang dilakukan dalam mata uang masing-masing negara di mana proses akhir transaksinya dilakukan di dalam yurisdiksi wilayah negara masing-masing. Kerja sama ini dijalankan berdasarkan penggunaan kuotasi atau penawaran nilai tukar secara langsung dan melalui perdagangan antar bank, baik dengan mata uang Yen maupun Rupiah.

3.4. INFORMASI HARGA

Secara umum, harga produk mainan secara umum sangat beragam. Pada umumnya, mainan dengan perangkat radio dan elektronik lainnya memiliki kisaran harga yang lebih tinggi dibandingkan mainan plastik. Adapun mainan miniatur biasanya memiliki harga yang lebih beragam tergantung kelangkaan model. Berikut beberapa kisaran harga pada masing-masing jenis kategori produk mainan secara umum yang dilansir dari berbagai sumber *platform e-commerce*.

Tabel 3.2. Kisaran Harga Produk Mainan di Pasar Jepang

Jenis Produk	Contoh Mainan	Kisaran Harga (JPY)
Mainan Plastik	Mainan Plastik Karakter	1.299 – 3.912
	Miniatur Kendaraan	1.320 – 5.750
	Mainan Bayi	1.320 – 6.750
Mainan Edukatif	Puzzle	710 – 1.430
Boneka	Boneka Karakter Hewan	999 – 7.370
	Boneka Manusia/Barbie	900 – 4.299
Mainan Radio-controlled		2.790 – 6.999

Sumber: Berbagai sumber, 2021

Sama seperti kisaran harga produk mainan secara umum, harga jual untuk produk sepeda roda tiga, skuter dan mainan berpedal lainnya juga cukup beragam bergantung dengan kompenen input, ukuran produk dan bahan baku yang digunakan. Berdasarkan informasi yang dilansir pada beberapa *online marketplace* di Jepang, harga sepeda roda tiga atau *tricycles* mencapai pada kisaran harga JPY 3.000,- s.d. JPY 99.000,-. *Range* perbedaan harga yang jauh berganting pada material yang digunakan. Pada umumnya spesifikasi harga *tricycle* yang lebih mahal menggunakan bahan baku yang berasal dari besi dan baja, sementara harga yang lebih murah menggunakan bahan baku plastik. Lebih lanjut, untuk harga skuter di pasar Jepang juga beragam. Harga skuter tertinggi dapat mencapai JPY 600.000,-. Spesifikasi skuter dengan harga tinggi tersebut, pada umumnya didominasi oleh skuter elektrik dan ada pula yang memanfaatkan fitur wifi ke dalamnya. Adapun skuter yang dijual dengan harga yang terjangkau dipasarkan dengan harga JPY 2.000,- JPY 6.000,-.

Bloomak Godzilla Tricycle No. M1 Beams Zenmai Light Blue

¥99,000
250 pt
Usually ships within 2 to 3 days.

Tricycle Trike Kid Foldable Baby Car Like Beginner Sunshade 4 In 1 Tricycle 1-6 Years Old Boy Girl Tricycle Birthday Gift 3 Colors···

¥95,928
Get it **Thu, Aug 19 - Thu, Aug 26**
Only 20 left in stock - order soon.

子供の自転車、三輪車トライク子供用三輪車トライク赤ちゃんは座ったり横になったりできます、4 in1回転可能な特大の日よけ快適な調節可能な背···

¥94,483
Get it **Sat, Aug 7 - Wed, Aug 11**
Only 20 left in stock - order soon.

Kids Bike, Tricycle Trike Tricycles, 4 Baby Tricycles, Adjustable Thrust Lever, Movable Roof, Retractable Foot Pedal, Pedal···

¥92,540
Get it **Sat, Aug 7 - Wed, Aug 11**
Only 20 left in stock - order soon.

Kids Bike, Tricycle Trike Tricycles, 4 Baby Tricycles, Adjustable Thrust Lever, Movable Roof, Retractable Foot Pedal, Pedal···

¥92,540
Get it **Sat, Aug 7 - Wed, Aug 11**
Only 20 left in stock - order soon.

キッズボーイズガールズ用スリーホイールバイク三輪車、3ホイールバイクトライクリアシートアームレスト18インチバイシクルクルーザーバイクペ···

¥92,496
Get it **Thu, Aug 19 - Thu, Aug 26**
Only 20 left in stock - order soon.

TOPNIU 2021 Upgrade 3 Wheel Bike Adult Tricycle Trike 3 Wheel Cruiser Bike, Recreation, Shopping, Exercise (Color : Red)

¥91,010
Get it **Fri, Aug 20 - Fri, Aug 27**

子供用自転車、三輪車トライクトライク三輪車、回転シート子供用4-in-1多目的三輪車、サンシェード付き1〜6歳の赤ちゃん屋外三輪車、3色、···

¥90,446
Get it **Sat, Aug 7 - Wed, Aug 11**
Only 20 left in stock - order soon.

キッズボーイズガールズ用3輪バイク三輪車、3輪バイクトライクリアシートアームレスト16インチバイシクルクルーザーバイクペダルバイク

¥89,035
Get it **Thu, Aug 19 - Thu, Aug 26**
Only 20 left in stock - order soon.

+1 colors/patterns

ペダルゴーカートトライク。 キッズ3輪自転車。 ユースクルーザー三輪車ドリフトトライク子供用三輪車

¥87,637

子供用自転車、三輪車トライクトライクベビー三輪車、カバー付きの子供用多機能折りたたみ式三輪車調節可能なハンドバター、2〜6歳の屋外用三輪···

¥87,457
Get it **Sat, Aug 7 - Wed, Aug 11**
Only 20 left in stock - order soon.

子供用自転車、三輪車トライクトライクベビー三輪車、カバー付きの子供用多機能折りたたみ式三輪車調節可能なハンドバター、2〜6歳の屋外用三輪···

¥87,457
Get it **Sat, Aug 7 - Wed, Aug 11**
Only 20 left in stock - order soon.

子供用自転車、三輪車トライクトライクベビー三輪車、カバー付きの子供用多機能折りたたみ式三輪車調節可能なハンドバター、2〜6歳の屋外用三輪···

¥87,457

子供用自転車、三輪車トライクトライク三輪車、日よけ付き多機能子供用三輪車、1〜5歳の赤ちゃん用屋外三輪車、紫、34x51cm

¥87,457

3ホイール 大人の三輪車 先輩 3輪自転車 トライク三輪車 ペダルサイクリングバイク にとって 大人の三輪車のシングルスピード、大人の三ks···

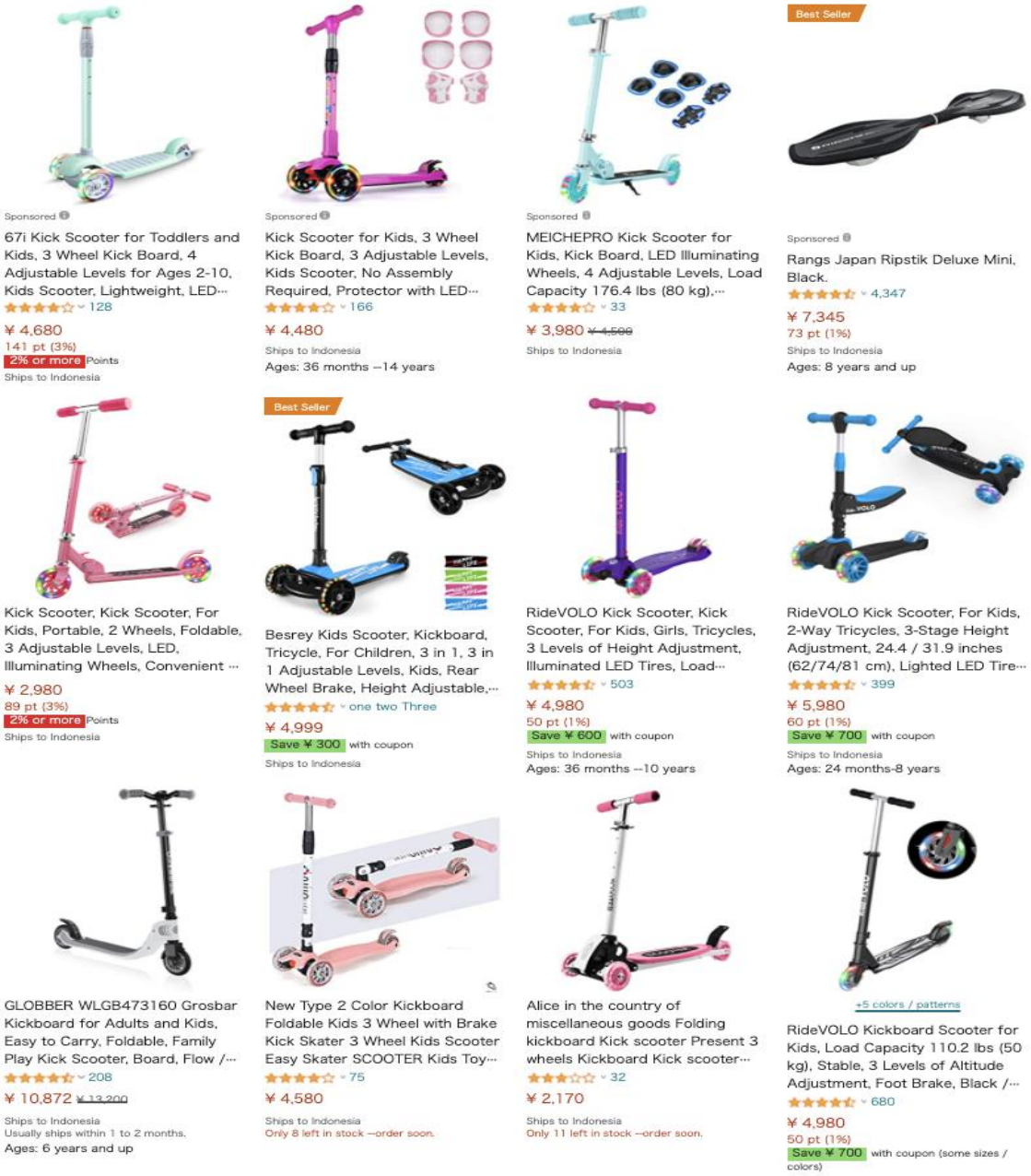
¥87,451

子供のための三輪自転車、三輪車男の子女の子子供トライク自転車4-12歳は子供と赤ちゃんを連れて行くことができます3輪バイククルーザーバイク

¥87,346

Gambar 3.6. Katalog Produk *Tricycles* di Pasar Jepang

Sumber: Amazon Japan, 2021



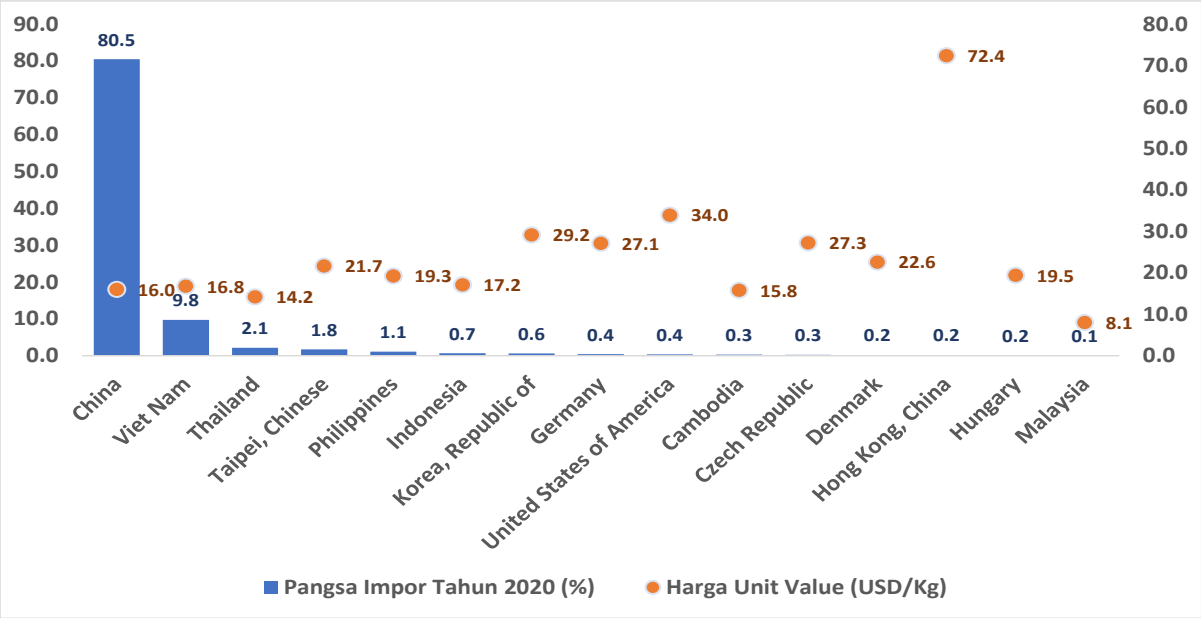
Gambar 3.7. Katalog Produk Skuter di Pasar Jepang

Sumber: Amazon Japan, 2021

3.5. KOMPETITOR

Dalam menjajaki pasar mainan Jepang khususnya produk sepeda roda tiga, skuter dan mainan berpedal lainnya, Indonesia dihadapkan pada pesaing baik dari negara pemasok lain dan produsen lokal sendiri. Di sisi pesaing dari negara pemasok luar negeri, RRT merupakan pesaing yang sangat kuat di pasar mainan Jepang. Selain memiliki pangsa yang besar, tren impor dari RRT pun masih menunjukkan peningkatan. Industri mainan RRT saat ini tengah melakukan upaya ekspansi secara besar-besaran. AS tetap menjadi tujuan utama produk mainan RRT, sementara Jepang menjadi negara tujuan ekspor produk mainan ke-3 terbesar, setelah Inggris.

Selain RRT, negara pesaing yang patut diwaspadai oleh Indonesia di pasar Jepang untuk produk sepeda roda tiga, skuter dan mainan berpedal lainnya antara lain Vietnam, Thailand, Taiwan dan Filipina. Berdasarkan *unit value* impor Jepang untuk produk sepeda roda tiga, skuter dan mainan berpedal lainnya (HS 950300), produk mainan dari Thailand dan Vietnam memiliki harga *unit value* rata-rata terendah sebesar USD 14,2/Kg dan USD 16,8/Kg. RRT juga menawarkan harga yang relatif rendah yaitu USD 16,35/Kg. Dibandingkan dengan negara pesaing lainnya tersebut, Indonesia memiliki harga *unit value* relatif lebih tinggi yaitu sebesar USD 17,15/Kg. Hal ini menunjukkan harga Indonesia belum cukup kompetitif dibandingkan pemasok utama lainnya seperti RRT, Vietnam dan Thailand. Hal tersebut perlu menjadi perhatian bagi eksportir Indonesia dalam menyusun strategi penetrasi pasar produk mainan di pasar Jepang.



Grafik 3.1 Perbandingan Pangsa Impor dan Harga *Unit Value* Produk Game and Toys di Pasar Jepang Menurut Negara Pemasok Utama

Sumber: ITC Trademap, 2021

Dari sisi pesaing domestik, Jepang memiliki perusahaan mainan besar. Antara lain Bandai, Tomy, Takara, Amada Printing, Epoch, Tamiya, Kyosho dan Maruka. Grosir besar termasuk Kawada, Happinet (Bandai Group), Ishikawa Gangu, Onda, Hattori Gangu dan Mori Gangu. Namun demikian, khusus untuk produk sepeda roda tiga, skuter dan mainan berpedal lainnya pesaing yang kuat berasal dari negara pemasok luar negeri.

Tabel 3.3. Kategori Produsen *Game and Toys* Besar di Pasar Jepang

Classification	Companies
Comprehensive manufacturers	Bandai, Takara, Tommy, Epoch-sha, etc.
Specialized manufacturers	Tamiya (models & hobby), Kyosho (models & hobby), CCP (models & hobby), Sun Arrow (stuffed toys), Tokyo Marui (air guns), Amada Printing Mfg. (paper products), etc.
Video game manufacturers	Nintendo, Sony Computer Entertainment, Capcom, Konami, Squire Enix, Sega, Taito, Namco, Hudson, etc.

Sumber: JETRO, 2005

Tabel 3.4. *Manufacturers Game and Toys* Besar di Pasar Jepang

Manufacturer	Headquarters	Business	Comments
Tamiya	Shizuoka City, Shizuoka Prefecture	Hobby plastic model and radio-controlled device manufacturer	The leading Japanese hobby model manufacturer. Also focusing efforts on international sales, with bases in four nations including the USA.
Aoshima Bunka Kyouzaisha	Shizuoka City, Shizuoka Prefecture	Hobby plastic model and radio-controlled device manufacturer	A comprehensive hobby manufacturer that sells everything from plastic models to radio-controlled devices, die-cast models and figures.
Bandai	Taito Ward, Tokyo	Comprehensive toy and game manufacturer	Drives the character plastic model market with its "Gunpla" products, having sold 360 million units domestically (cumulative, as of March 2004).
Kyosho	Chiyoda Ward, Tokyo	Hobby radio-controlled device manufacturer	A major hobby radio-controlled device manufacturer competing on an even par with Tamiya. In addition to sophisticated hobby radio-controlled devices, also manufactures elaborate die-cast miniature cars and other products.
CCP	Kawaguchi City, Saitama Prefecture	Radio-controlled toy manufacturer	Major radio-controlled toy manufacturer. Strong in car-related products, markets products with value-added functions and level of sophistication not normally expected in a radio-controlled toy.
Taiyo-Toy	Katsushika Ward, Tokyo	Radio-controlled toy manufacturer	Now focusing on flying radio-controlled devices. Introduced radio-controlled toy helicopter in 2004, first hit in many years.
Nikko	Katsushika Ward, Tokyo	Radio-controlled toy manufacturer	Lineup focuses on radio-controlled toys, but also includes expensive radio-controlled devices with retail prices in excess of 20,000 yen. Strong in international sales.

Sumber: JETRO, 2005

BAB IV
KESIMPULAN

Berdasarkan hasil uraian yang disajikan pada Bab sebelumnya, Jepang memiliki potensi pasar yang besar untuk produk mainan khususnya produk sepeda roda tiga, skuter dan mainan berpedal lainnya. Namun demikian, terdapat beberapa hal yang perlu menjadi perhatian yang menjadi kesimpulan dari laporan analisis intelijen bisnis sebagai berikut.

1. Jepang merupakan importir ke-4 dunia produk *game and toys* (HS 95) setelah Amerika Serikat (AS), Jerman dan Inggris. Pada tahun 2020, impor Jepang dari dunia untuk produk kategori HS 95 mencapai USD 5,97 milyar atau memiliki pangsa sebesar 5,0% dari total impor dunia. Impor produk *game and toys* Jepang HS 95 mengalami pertumbuhan tren positif sebesar 1,9% per tahun selama periode 5 (lima) tahun terakhir.
2. Produk *game and toys* yang paling banyak diimpor oleh Jepang adalah produk sepeda roda tiga, skuter, mobil pedal dan mainan serupa lainnya yang memiliki roda (*tricycles, scooters, pedal cars and similar wheeled toys*) yang masuk dalam kategori kode HS 9503. Produk tersebut berkontribusi terhadap 34,4% dari total impor *game and toys* Jepang di tahun 2020.
3. Produk jenis sepeda roda tiga, skuter, dan mobil pedal lainnya yang diminati oleh konsumen di pasar Jepang memiliki karakteristik utama yakni perakitan yang sederhana dan mudah. Khusus untuk sepeda roda tingga untuk balita, konsumen Jepang lebih memilih produk yang disertai *handle* tambahan bagi orang dewasa dalam rangka keamanan. Banyaknya pilihan warna juga dapat menjadi poin tambahan untuk menarik konsumen di Jepang.
4. Impor produk sepeda roda tiga, skuter, dan mobil pedal lainnya di pasar Jepang cenderung fluktuatif selama 10 tahun terakhir. Namun, tren impor masih menunjukkan peningkatan per tahunnya. Sejak tahun 2011, rata-rata impor produk sepeda roda tiga, skuter, dan mobil pedal lainnya di pasar Jepang meningkat sebesar 1,36% per tahun. Menurut negara asal, sebagian besar impor berasal dari RRT dengan pangsa yang sangat tinggi sebesar 80,47%. Selain RRT, pangsa negara pemasok lainnya relatif rendah dibawah 10%, seperti Vietnam (9,76%); Thailand (2,14%); Taiwan (1,75%); dan Filipina (1,10%). Dibandingkan dengan negara pesaing lainnya, Indonesia masih memiliki pangsa yang relatif rendah di bawah 1% yaitu 0,70% di tahun 2020.
5. Tren impor Jepang atas produk sepeda roda tiga, skuter, dan mobil pedal lainnya dari negara pemasok utama seperti RRT, Vietnam dan Thailand menunjukkan tren pertumbuhan positif selama 5 tahun terakhir. Namun demikian, tren impor produk serupa dari Indonesia justru menunjukkan penurunan sebesar 1,32% per tahun. Indonesia perlu mewaspadai performa dari negara pesaing lainnya di pasar Jepang.

6. Untuk memasuki pasar *game and toys* ke pasar Jepang, termasuk produk sepeda roda tiga, skuter, dan mobil pedal lainnya dapat dilakukan melalui 2 cara yakni menjadi subkontraktor perusahaan mainan Jepang (*overseas manufacturers*) dan melalui importir. **Pertama,** pada *overseas manufacturers*, perusahaan induk di Jepang memberikan fasilitas untuk produksi dengan mengekspor sejumlah input bahan baku ke negara subkontraktor. Lalu, negara subkontraktor mengekspor kembali barang jadi melalui *trading company*. **Kedua,** produsen di luar Jepang dapat memasok melalui importir menggunakan *Joint purchase arrangement*.
7. Untuk dapat memasok produk mainan di Jepang, produsen atau eksportir perlu menerapkan beberapa standar sesuai dengan beberapa aturan seperti *Food Sanitation Act*, the *Japan Toy Safety Standard*s (ST *Standards*) serta *the Safety Toy Mark*. Kemasan produk mainan baik menggunakan kertas karton maupun plastik wajib mencantumkan label sesuai dengan aturan daur ulang atau *Law for Promotion of Effective Utilization of Resources*. Sementara pelabelan lain yakni SG *Mark* yang digunakan untuk produk mainan khusus bayi dan balita berlaku untuk mainan ayunan, perosotan, penahan horizontal untuk belajar jalan, sepeda roda tiga untuk anak-anak dan balita, dan mainan berpedal.
8. Tarif bea masuk untuk produk mainan yang masuk ke dalam kode HS 9503.00 di pasar Jepang dari Indonesia sudah sepenuhnya mendapatkan fasilitasi bebas bea masuk sebesar 0%. Sementara untuk pajak konsumsi domestik Jepang dikenakan pajak sebesar 10%.
9. Produk impor mainan pada umumnya dipasarkan dengan harga *retai*l di pasar Jepang mencapai 2,5 sampai dengan 3 kali lipat harga *free on board* (FOB) dari negara pemasok.
10. Berdasarkan informasi yang dilansir pada beberapa *online marketplace* di Jepang, harga sepeda roda tiga atau *tricycles* dan skuter dipasarkan pada kisaran harga yang beragam. Hal tersebut bergantung pada komponen, bahan baku, model serta kapasitas dan dimensi produk yang ditawarkan. Produk yang memilki harga relatif murah berasal dari bahan baku plastik.

LAMPIRAN

1. DAFTAR IMPORTIR, RETAILER, DAN ASOSIASI

Nama Institusi	No. Telepon/ email	Website/ address
Hakuhinkan	-	8-8-11 Ginza, Chuo-ku, Tokyo www.hakuhinkan.co.jp
KIDDY LAND	-	6-1-9 Jingu-mae, Shibuya-ku, Tokyo 150-0001 https://www.kiddyland.co.jp/
Yamashiroya	-	6-14-6 Ueno, Taito, Tokyo http://www.e-yamashiroya.com
Akachan Honpo	-	TOC building 5F, 7-22-17 Nishi Gotanda, Shinagawa-ku, Tokyo http://www.akachan.jp
BIC Camera	-	1-11-1 Yurakucho, Chiyoda-ku, Tokyo https://www.biccamera.com/bc/main/
Bornelund	-	Roppongi Hills, Hill Side B2, 6-10-2 Roppongi, Minato-ku, Tokyo
Toys “R” Us and Babies “R” Us	(81)3-5564-5011	1-7-1, Daiba, Minato-ku, Tokyo
Pokémon Center Mega Tokyo	(81)3-5927-9290	Sunshine City Alpa, 3-1-2 Higashi Ikebukuro, Toshima-ku, Tokyo
Tamiya Plamodel Factory	(81)3-6809-1175	6 Toryokaiji Building, 4-7-2 Shimbashi, Minato-ku, Tokyo http://www.tamiya.com/english/e-home.htm
Character Street	-	Tokyo Station, 1-9-1 Marunouchi Chiyoda-ku, Tokyo
Tomy Company Ltd	-	https://www.takaratomy.co.jp/english/
Papagino Inc	-	Central Building 2/F., 2-11-30 Sakae Naka-Ku, Nagoya Japan https://www.papagino.co.jp/en/
The Japan Toy Association	Tel: 81-3-3829-2513 Fax:81-3-3829-2510 Email: jta2021@toys.or.jp	22-4, Higashi-Komagata 4-chome, Sumida-ku, Tokyo 130-8611 Japan https://www.toys.or.jp/english.html

2. DAFTAR PAMERAN

Nama Pameran	Waktu	Website
International Tokyo Toy Show	Pertengahan Juni (*annual fairs*)	https://toys.or.jp/jigyou_toyshow_ex_en.html
Cycle Mode International		https://www.cyclemode.net/english/
Bicycle City Expo		http://www.rising-publish.co.jp/bicyclecity-expo2018/

3. SUMBER INFORMASI YANG BERGUNA

Nama Organisasi	Website/ E-mail
Indonesian Trade Promotion Center (ITPC) Osaka	***Website*** : http://itpc.or.jp/ ***E-mail:*** itpc.osaka@kemendag.go.id
Atase Perdagangan KBRI Tokyo	***E-mail*** : atdag-jpn@kemendag.go.id; trade@kbritokyo.jp;
Balai Pendidikan dan Pelatihan Ekspor Indonesia (PPEI), Kementerian Perdagangan RI (informasi pelatihan prosedur ekspor)	***Website*** : http://ppei.kemendag.go.id/en/
Indonesia Design Development Center (IDDC), Kementerian Perdagangan RI (klinik konsultasi *design* produk, kemasan, dll)	***Website*** : http://iddc.kemendag.go.id/service/design-clinic
Japan External Trade Organization (JETRO) Jakarta	**Alamat:** Summitmas 1, Lantai 6 Jl.Jend Sudirman Kav 61-62 Jakarta 12190 Tel: 62-21-5200264 (Hunting) **Fax:** 62-21-5200261 ***E-mail***: jktjetro@jetro.go.jp
Customs Japan (informasi tarif bea masuk)	***Website*** : https://www.customs.go.jp/english/