

2011

Market Brief : HS 8712 Sepeda



ITPC Osaka

Daftar Isi

Kata Pengantar	3
Peta Jepang	4
I. Pendahuluan	5
1. Pemilihan Negara	5
2. Pemilihan Produk	6
3. Profil Jepang	7
II. Potensi Pasar Jepang	9
1. Ekspor Impor Sepeda Jepang - Dunia	10
2. Potensi Pasar Ekspor Sepeda di Jepang	13
3. Kebijakan Impor Sepeda di Jepang	14
4. Saluran Distribusi Sepeda di Jepang	16
5. Hambatan Lainnya	17
III. Peluang dan Strategi	18
1. Peluang	18
2. Strategi	20
IV. Informasi Penting	21
1. TPO dan/atau Kedutaan Negara Jepang di Indonesia	21
2. Kamar Dagang Jepang	21
3. Asosiasi Sepeda di Jepang	22
4. Daftar Pameran Sepeda di Jepang	22
5. Perwakilan Indonesia di Jepang	23
6. Daftar Importir Sepeda di Jepang	23
Referensi	25

Daftar Tabel

Tabel 2.1. Ekspor Sepeda (HS 8712) Jepang ke Dunia Periode 2006-2010	11
Tabel 2.2. Impor Sepeda (HS 8712) Jepang dari Dunia Periode 2006-2010	12
Tabel 3.1. Harga Ekspor Per Unit Sepeda ke Jepang Tahun 2010	18

Daftar Gambar

Gambar 2.1. "City Bike" Sepeda yang umum digunakan di Jepang	9
Gambar 2.2. Jenis Sepeda di pasar Jepang	10
Gambar 2.3. Pangsa pasar Eksportir Sepeda ke Jepang Thn 2006-2010	13
Gambar 2.4. Alur Distribusi Sepeda di Jepang	14

Kata Pengantar

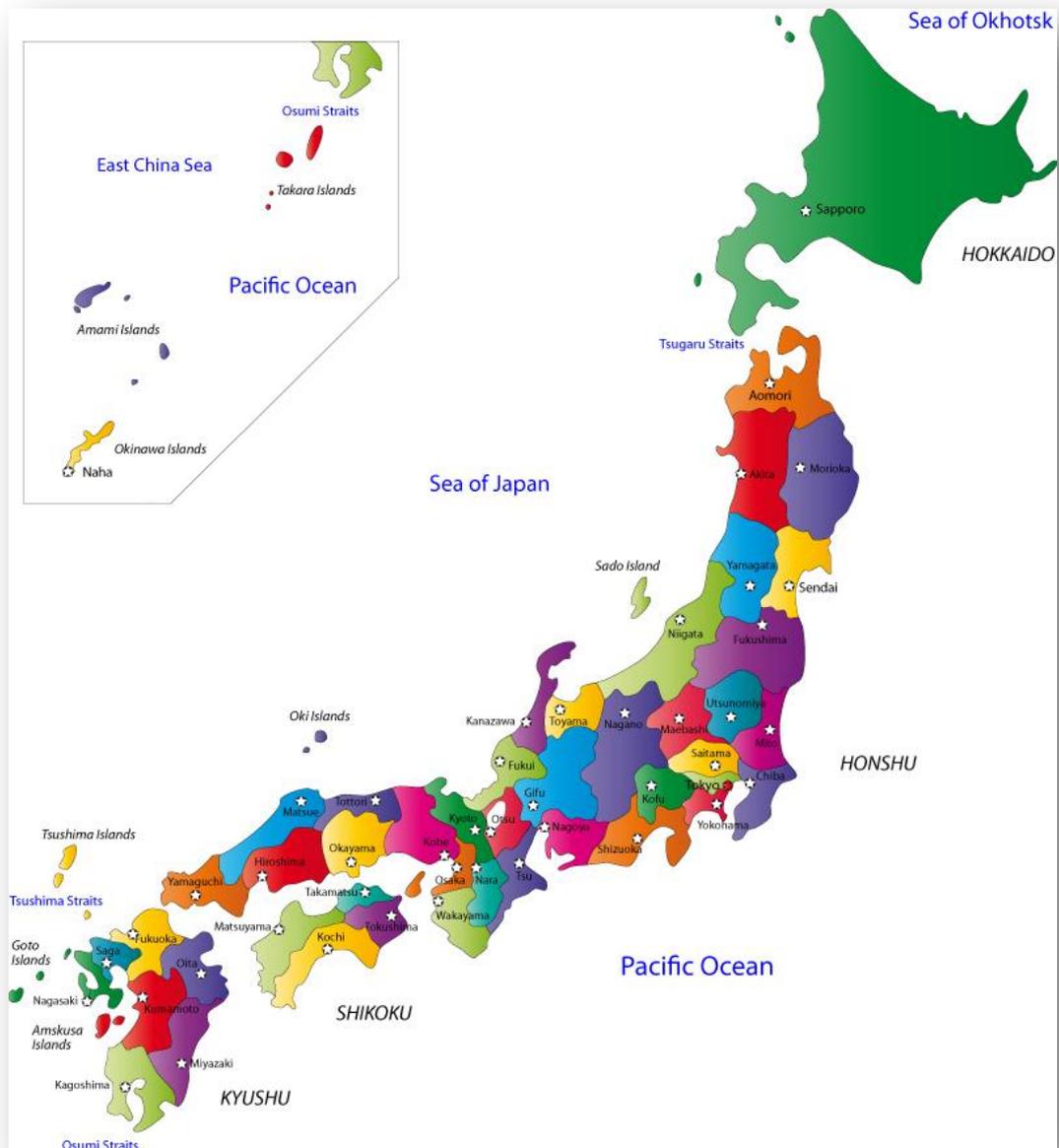
Dengan mengucapkan puji syukur Kehadirat Tuhan yang Maha Esa, "Market Brief Produk Kode HS 8712 Sepeda dan sepeda lainnya (termasuk sepeda roda tiga untuk pengantar), tidak bermotor" telah selesai disusun. *Market brief* ini berisi mengenai gambaran potensi pasar untuk sepeda di Jepang yang mengacu pada "*Outline Market Intelligence dan Market Brief*", yang disampaikan di Hotel Borobudur Jakarta pada tanggal 8 Maret 2011.

Urgensi laporan ini dibuat adalah karena adanya dinamika perkembangan pasar dimana tingkat persaingan yang semakin kompetitif. Oleh karena itu, diharapkan Indonesia dapat bertahan dan bersaing dengan negara lain dalam hal ekspor ke Jepang, maka diperlukan informasi terkini mengenai kondisi riil produk sepeda potensial bagi peningkatan ekspor Indonesia.

Semoga dengan adanya laporan *market brief* ini, dapat menjadi masukan yang konstruktif dalam pengambilan kebijakan penetrasi pasar produk sepeda dan bermanfaat bagi para pelaku usaha maupun asosiasi sepeda dalam menentukan strategi ekspor ke Jepang sehingga dapat meningkatkan volume dan nilai ekspor Indonesia.

Osaka, November 2011

PETA JEPANG



- ✚ Luas daratan Jepang 378.000 km², yaitu 1/25 dari luas Amerika Serikat (bandingkan dengan luas daratan Indonesia 2.027.087 km²).
- ✚ Jepang berbatasan dengan Rusia di sebelah barat, Korea Utara dan Korea Selatan di bagian selatan dan China di bagian barat daya.
- ✚ Empat pulau utama adalah Hokkaido, Honshu, Shikoku, dan Kyushu.

BAB I. PENDAHULUAN

1. Pemilihan negara

Jepang merupakan negara mitra dagang terbesar bagi Indonesia. Jepang menduduki peringkat pertama sebagai tujuan ekspor non-migas Indonesia dan urutan kedua dalam negara asal impor non-migas setelah China. Berdasarkan data statistik Kementerian Perdagangan, nilai ekspor non-migas Indonesia ke Jepang pada tahun 2010 adalah sebesar US\$ 16,5 miliar dan impor non-migas Indonesia sebesar US\$16,9 miliar. Namun, neraca perdagangan Indonesia secara keseluruhan (migas dan non-migas), Indonesia mengalami surplus sebesar US\$ 8,8 miliar pada tahun 2010.

Produk dan komoditi penting yang diimpor Jepang dari Indonesia antara lain adalah minyak, gas alam cair, batubara, hasil tambang, udang, pulp, tekstil dan produk tekstil, mesin, perlengkapan listrik, dsb. Sebaliknya, barang-barang yang diekspor Jepang ke Indonesia meliputi mesin-mesin dan suku-cadang, produk plastik dan kimia, baja, perlengkapan listrik, suku-cadang elektronik, mesin alat transportasi dan suku-cadang mobil.

2. Pemilihan produk

Penulis memilih produk HS 8712 Sepeda dan sepeda lainnya (termasuk sepeda roda tiga untuk pengantar), tidak bermotor atau “sepeda” sebagai materi pembahasan untuk market brief kali ini karena menurut pengamatan penulis produk ini sangat digunakan oleh masyarakat Jepang khususnya di kota Osaka. Masyarakat dari berbagai kalangan dan umur menggunakan sepeda sebagai sarana kendaraan mereka sehari-hari dalam melakukan aktivitasnya di sekitar lingkungan tempat tinggalnya. Meskipun pangsa pasar Indonesia hanya 0,18% pada tahun 2010, namun Indonesia merupakan peringkat ke-5 dari seluruh negara pengekspor sepeda ke Jepang setelah China, Taipei, Amerika Serikat, dan Inggris. Selain itu pemilihan produk ini juga didukung oleh trend ekspor yang positif sejak tahun 2006 sd. 2010 yaitu sebesar 79.69%. Analisa produk ini akan dibahas lebih rinci pada Bab II.

3. Profil Jepang

- a. **Geografi.** Berdasarkan keadaan geografis dan sejarahnya, 47 prefektur di Jepang dikelompokkan menjadi 9 kawasan yaitu: Hokkaido, Tohoku, Kanto, Chubu, Kinki, Chugoku, Shikoku, Kyushu, dan Okinawa. Setiap kawasan ini mempunyai dialek dan adat-istiadat sendiri, serta budaya yang unik. Daerah pegunungan meliputi lebih dari 70% dari daratan Jepang. Kota-kota utama Jepang terletak di tanah datar, yang meliputi: Tokyo,

Osaka, Kobe, Kyoto, Sapporo, Sendai, Nagoya, Hiroshima dan Fukuoka.

- b. Pemerintahan.** Jepang merupakan negara *constitutional monarchy* dimana kekuasaan Kaisar sangat terbatas. Kedudukan Kaisar hanya sebagai simbol negara dan persatuan bagi seluruh rakyat Jepang. Kekuasaan tertinggi pemerintahan terletak pada Perdana Menteri (PM). Badan Legislatif Jepang adalah *National Diet*, yang terdiri dari *House of Representatives* (480 kursi) dan *House of Councillors* (242 kursi). PM diangkat oleh Kaisar setelah mendapat persetujuan dari Diet.
- c. Demografi.** Populasi Jepang diperkirakan sekitar 127.3 juta jiwa, dimana 98.5% merupakan etnis asli Jepang, dan sisanya imigran asing berasal dari Korea, China, Filipina, Brazil, dan Peru. Jepang merupakan negara yang penduduknya berumur panjang di dunia. Pada tahun 2009 sekitar 22.7% populasi Jepang sudah berumur 65 tahun ke atas, sehingga diperkirakan pada tahun 2050 populasi tersebut akan meningkat menjadi 40%. Pemerintah sedang berusaha keras mencari solusi untuk menyelesaikan isu ini antara lain dengan memberikan bantuan kepada anak dan imigran.
- d. Infrastruktur.** Berdasarkan Data tahun 2008, 46.4% energi di Jepang berasal dari minyak bumi, 21.4% batubara, 16.7% gas alam, 9.7% tenaga nuklir dan 2.9% tenaga air. Sebesar 25.1% listrik Jepang dipasok dari tenaga nuklir. Namun sejak gempa

bumi Tohoku dan bencana *Fukushima Daiichi Nuclear*, beberapa reaktor nuklir telah diberhentikan sehingga kebutuhan akan bahan bakar fosil meningkat. Kota besar satu dengan yang lain disambungkan dengan jalan tol yang memungkinkan pengendara berkecepatan tinggi. Kereta juga merupakan transportasi utama di Jepang yang terkenal dengan tepat waktu dan aman. Jepang mempunyai 173 bandara, terbesar untuk domestik adalah *Haneda Airport*, sedangkan untuk penerbangan internasional antara lain *Narita International Airport*, *Kansai International Airport* and *Chūbu Centrair International Airport*. Pelabuhan terbesarnya adalah *Nagoya Port*.

- e. **Ekonomi.** Pada tahun 2011 Jepang merupakan negara No. 3 ekonomi terbesar di dunia setelah Amerika Serikat dan China dari segi *nominal GDP*. Negara ini merupakan basis dan penghasil industri besar dan berteknologi tinggi seperti kendaraan bermotor, elektronika, peralatan mesin, baja dan logam, kapal, bahan kimia, produk tekstil dan makanan olahan. Selain itu, Jepang adalah produser mobil No. 2 di dunia. Industri pertanian mencakup 13% dari lahan Jepang. Jepang mencakup 15% penangkapan ikan dunia atau No. 2 setelah China. Arus hangat dan dingin mengalir melalui laut-laut di sekitarnya, sehingga membentuk lingkungan yang mendukung berkembangnya berbagai spesies ikan. Sektor jasa menyumbang 75% GDP Jepang.

BAB II. POTENSI PASAR JEPANG

1. Potensi Pasar Negara Jepang

Sepeda merupakan sarana kendaraan yang banyak digunakan di Jepang dalam kehidupan sehari-hari masyarakat Jepang baik dari berbagai kalangan dan umur. Sebagai contoh, sepeda digunakan sebagai kendaraan ke sekolah, untuk bekerja, menuju stasiun kereta terdekat, menjemput anak-anak sekolah, belanja ke supermarket terdekat, dan melakukan aktivitas perjalanan lainnya. Selain ekonomis sepeda merupakan kendaraan yang ramah lingkungan sehingga sangat digemari dan dimiliki hampir setiap keluarga di Jepang.

Di Jepang sepeda dikenal dengan *jitensha* or *charinko*. Sepeda yang umumnya dipakai setiap hari adalah sepeda yang mempunyai keranjang dan tempat duduk bagi anak (bisa satu atau dua) seperti terlihat pada gambar di bawah ini.



Gambar 2.1. "City Bike" Sepeda yang Umum digunakan di Jepang

Harga sepeda “*city bike*” seperti gambar 2.1 berkisar seharga 10,000 Yen atau US\$ 100, namun harga sepeda bekas jauh lebih murah. Jenis sepeda lainnya yang digunakan antara lain: sepeda lipat, sepeda gunung, dan sepeda balap. Namun sepeda jenis ini sedikit peminatnya mengingat harganya lebih mahal dan fungsinya terbatas tidak seperti *city bike* yang umum dipakai oleh masyarakat Jepang. Jenis-jenis sepeda dapat dilihat pada gambar di bawah ini.



Sepeda lipat



Sepeda sport



Sepeda elektrik



Sepeda gunung

Gambar 2.2. Jenis Sepeda di Pasar Jepang

2. Ekspor dan Impor Sepeda Jepang - Dunia

Jepang merupakan negara pengekspor dan pengimpor sepeda. Adapun negara tujuan utama ekspor sepeda Jepang adalah Ghana,

Cambodia, Tanzania, Myanmar dan Thailand. Sedangkan negara anggota ASEAN lainnya seperti Vietnam, Filipina dan Indonesia, masing-masing berada pada posisi ke-8, 9 dan 32. Berdasarkan data pada Tabel 2.1. terlihat bahwa ekspor sepeda Jepang ke dunia selama 5 tahun terakhir terus meningkat dari US\$ 12.61 juta tahun 2005 menjadi US\$ 36.33 juta pada tahun 2010 atau sebesar 188%, dengan tren sebesar 26.3.

**Tabel 2.1. Ekspor Sepeda (HS 8712) Jepang ke Dunia
Periode 2006-2010**

Rank	Importers	2006	2007	2008	2009	2010	Trend 06-10	Pangsa ex Jpn '10
	World	12.61	25.77	36.39	32.16	36.33	26.3	100.0%
1	Ghana	1.51	2.21	5.43	7.30	7.93	56.9	21.8%
2	Cambodia	3.99	5.00	6.62	4.45	5.86	6.8	16.1%
3	Tanzania	0.63	1.69	4.99	4.09	4.62	62.5	12.7%
4	Myanmar	0.65	0.25	1.06	2.25	3.06	70.1	8.4%
5	Thailand	0.55	1.19	1.69	2.08	2.37	41.5	6.5%
8	Viet Nam	0.72	5.04	8.45	2.78	1.55	9.8	4.3%
9	Philippines	0.35	0.52	0.78	1.23	1.48	45.1	4.1%
11	Hong Kong, China	2.09	0.06	0.11	1.68	0.79	14.0	2.2%
18	China	0.20	5.17	2.36	0.94	0.13	-21.9	0.4%
32	Indonesia	0.04	0.03	0.01	0.00	0.02	-28.6	0.1%

Sumber: ITC (Satuan Juta US\$)

Meskipun Jepang merupakan negara pengekspor sepeda namun Jepang lebih banyak mengimpor sepeda, hal ini terbukti dengan data impor sepeda Jepang yang tertera pada Tabel 2.2. Dalam tabel tersebut, terlihat bahwa dari tahun 2006 sd. 2010 impor sepeda Jepang meningkat 31% dari US\$ 565.5 juta menjadi US\$ 741.2 juta. Apabila dicermati angka impor sepeda Jepang dari dunia untuk tahun 2010 merupakan 20 kali lipat nilai ekspor sepeda Jepang ke dunia. Hal ini mengindikasikan tingginya permintaan sepeda di Jepang.

**Tabel 2.2. Impor Sepeda (HS 8712) Jepang dari Dunia
Periode 2006-2010**

Rank Jpn	Eksporter	2006	2007	2008	2009	2010	Trend 06-10	Pangsa Pasar Jpn '10
	World	565.5	637.0	754.7	754.9	741.2	7.37	100.0%
1	China	504.0	564.4	655.1	638.5	633.2	5.97	85.4%
2	Taipei	47.2	58.2	86.1	103.8	95.9	22.09	12.9%
3	USA	8.6	8.3	7.2	6.2	5.1	-12.55	0.7%
4	UK	1.1	1.2	1.4	1.7	2.1	18.52	0.3%
5	Indonesia	0.2	0.3	0.2	1.1	1.4	79.69	0.2%
8	Cambodia	0.0	0.0	0.3	0.7	0.7	0.00	0.1%
9	Viet Nam	0.0	0.1	0.5	0.5	0.3	90.71	0.0%

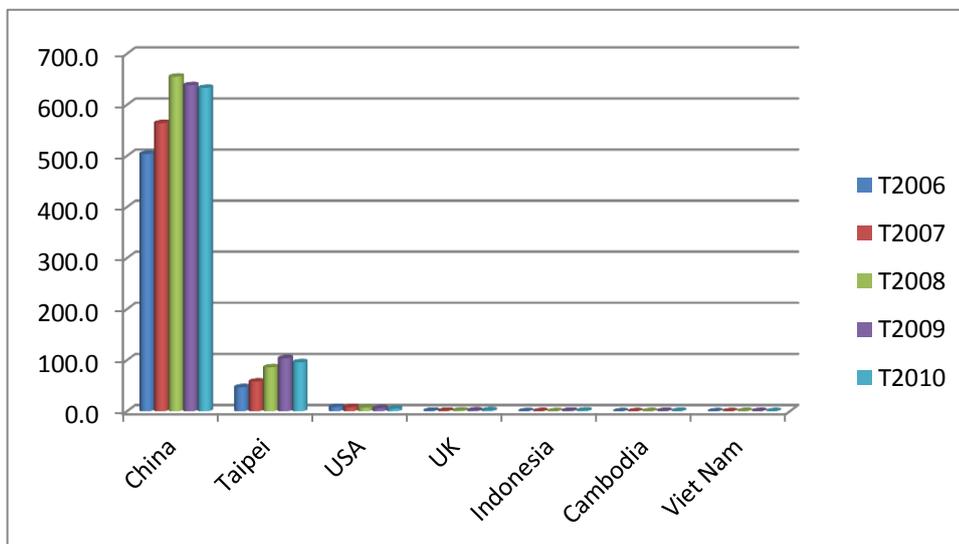
Sumber: ITC (Satuan Juta US\$)

Berdasarkan data pada Tabel 2.2., China menduduki peringkat pertama dalam mengekspor sepeda ke Jepang dengan menguasai pasar sebesar 85,43% disusul dengan China Taipei 12.94%, Amerika Serikat 0.69%, Inggris 0.28% dan Indonesia di peringkat ke-5 dengan pangsa sebesar 0.18%.

Negara anggota ASEAN lainnya pengeksportir sepeda ke Jepang adalah Kamboja dan Vietnam, masing-masing di peringkat 8 dan 9. Dari trend perdagangan sejak tahun 2006 s.d. 2010 terlihat bahwa *trend* ekspor terbesar dialami oleh Vietnam dan Indonesia dengan tren sebesar 79 dan 90. Hal ini menandakan bahwa pertumbuhan ekspor kedua negara tersebut terus meningkat tajam dibandingkan *top exporters* lainnya. Amerika Serikat malah mengalami penurunan dengan tren ekspor yang negatif yaitu -12.55. Sedangkan China, China Taipei dan Inggris masih mengindikasikan pertumbuhan ekspor walaupun tidak begitu besar.

3. Potensi Pasar Ekspor Sepeda Jepang

Memperhatikan data pada Tabel 2.1 dan 2.2, terlihat bahwa Jepang merupakan negara konsumen sepeda. Indonesia dapat memanfaatkan peluang ini, karena trend impor sepeda Jepang ke dunia masih menunjukkan pertumbuhan sebesar 7.37%. Pada Gambar 2.3. yang merupakan visualisasi dari keadaan pangsa pasar di Jepang bagi negara pengeksportir sepeda, terlihat perbedaan yang tajam antara China dengan negara kompetitor lainnya. China sendiri menguasai 98.3% pangsa pasar sepeda Jepang (China 85.4% dan Taipei 12.9%). Sedangkan 3 negara competitor lainnya: Amerika Serikat, Inggris dan Indonesia masing-masing pangsa pasarnya kurang dari 1%.



Gambar 2.3. Pangsa pasar Eksportir Sepeda ke Jepang Periode 2006 – 2010 (US\$ Juta)

4. Kebijakan Impor Sepeda di Jepang

a. *Road Traffic Act (TS Mark)*

Setiap sepeda yang beredar di Jepang harus mempunyai *TS Mark* atau dikenal dengan label *Traffic Safety* dimana menyatakan produk tersebut telah sesuai dengan ketentuan standar yang berlaku yang diterima dari *National Public Safety Commission*. Sertifikasi ini dilakukan oleh *Japan Traffic Management Technology Association*.

b. *Industry Standard (BBA mark) / Industrial Standardization JIS*

Sepeda yang sudah melalui berbagai tes standar keselamatan akan memperoleh *Bicycle Association Approved* atau BAA sertifikat yang ditebitkan oleh *Bicycle Association Japan*. Rangkaian tes dilakukan oleh *Japan Vehicle Inspection Association* dan *Japan Bicycle Technical Center*.

Sejak Oktober 2008 ada peraturan baru yang menyatakan 6 zat yang harus pada *parts* sepeda dikurangi karena berdampak buruk bagi lingkungan, zat tersebut antara lain *lead*, *mercury* dan *cadmium*.

c. *Consumer Product Safety Act*

Setiap importir *consumer products* di Jepang wajib untuk melaporkan apabila terjadi kecelakaan yang diakibatkan oleh barang yang diimportnya kepada kantor Perdana Menteri dengan melampirkan nama, model produk serta rincian kecelakaan,

jumlah produk impor yang telah dijual dalam jangka waktu 10 hari kerja setelah kejadian kecelakaan tersebut.

SG Mark merupakan kewenangan *Consumer Product Safety Association* yang sifatnya sukarela. Sertifikat ini diberikan apabila suatu produk telah memenuhi ketentuan produk yang aman bagi konsumen sesuai standar SG.

d. Peraturan lainnya:

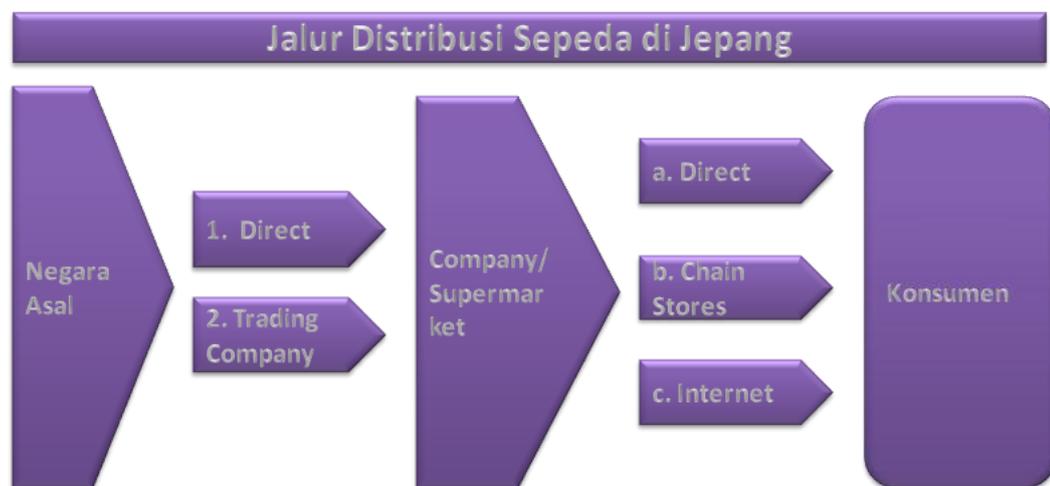
- a. *Industrial Safety and Health Act/ Foreign Exchange and Foreign Trade Act*
- b. *Act on the Promotion of Effective Utilization of Resources (Bicycle fitted with auxiliary motors)*
- c. *Customs Law (articles infringing on intellectual property rights)*

Peraturan tersebut di atas dapat dilihat lebih rinci pada situs-situs di bawah ini:

1. *Japan Traffic Management Technology Association,*
<http://204.227.185.48/en/index2.html>
2. *Japanese Industrial Standards Committee (JISC),*
<http://www.jisc.go.jp/eng/index.html>
3. *Consumer Affairs Agency,* <http://www.caa.go.jp/en/index.html>
4. *Consumer Product Safety Association (CPSA),*
<http://www.sg-mark.org/english/english20100810.pdf>

5. *3R Policies (Ministry of Economy, Trade and Industry)*,
<http://www.meti.go.jp/policy/recycle/main/english/index.html>
6. *IPR Protection (Japan Customs)*,
http://www.customs.go.jp/mizugiwa/chiteki/ipr_p.pdf

5. Saluran Distribusi Sepeda di Jepang



Gambar 2.4. Alur Distribusi Sepeda di Jepang

Berdasarkan informasi yang diperoleh dari Asosiasi Sepeda Jepang di Osaka, Gambar 2.4 merefleksikan secara keseluruhan alur distribusi sepeda di Jepang. Secara umum, perusahaan/*supermarket/wholesaler* di Jepang dapat mengimpor langsung atau membeli sepeda impor dari *trading company*. Sedangkan untuk pemasaran, umumnya dilakukan dengan tiga cara yaitu (1) langsung/*direct* kepada konsumen, (2) melalui *chain stores*; dan (3) internet. Salah satu pemasaran melalui *chain store* dilakukan oleh Asahi Co. Ltd yang mempunyai 280 *stores* di seluruh Jepang.

6. Hambatan Lainnya

- a. **Tarif.** Bea masuk impor untuk sepeda dalam skema Indonesia-Japan EPA, ASEAN-Japan CEP dan MFN sudah dihapuskan, sehingga tarif bukan lagi hambatan bagi Indonesia untuk mengekspor sepeda ke Jepang.
- b. **Image Competitor.** Berdasarkan informasi yang kami peroleh dari *Japan Bicycle Association*, Jepang banyak mengimpor sepeda dari China karena memiliki harga yang lebih murah dibandingkan sepeda yang ditawarkan oleh negara lain. *Image* China yang dapat menjual barang lebih murah akan sulit ditandingi. Namun di lain pihak China juga dikenal sebagai penghasil produk dengan kualitas rendah. *Image* ini bisa menjadi hambatan bagi Indonesia namun juga bisa menjadi pemicu untuk menciptakan produk dengan kualitas lebih baik dari China dengan harga yang lebih kompetitif.
- c. **Peningkatan Pemasaran dan Promosi.** Untuk meningkatkan pangsa pasar dan penetrasi pasar, Indonesia dapat meningkatkan pemasaran produknya secara lebih efisien dan agresif.

BAB III. PELUANG DAN STRATEGI

1. Peluang

a. Harga Per Unit.

Tabel 3.1. Harga Ekspor Per Unit Sepeda ke Jepang Tahun 2010

Ranking Jpn	Eksportir	Harga Unit	Selisih Harga dr Eksportir No. 1
	World	8,109	0
1	China	8,109	0
2	Chinese Taipei	8,109	0
3	USA	8,110	1
4	UK	8,105	-4
5	Indonesia	8,113	4
6	Italy	8,132	23
7	Germany	8,090	-19
8	Cambodia	8,116	7
9	Viet Nam	8,057	-52

Sumber : ITC (Satuan US\$/ton)

Berdasarkan data pada Tabel di atas, terlihat bahwa perbedaan harga jual sepeda per ton dengan eksportir utama sepeda ke Jepang (China) adalah sebesar US\$ 4, angka tersebut termasuk relatif kecil. Indonesia perlu mewaspadaikan negara anggota ASEAN seperti Cambodia dan Vietnam yang masing-masing merupakan urutan ke-8 dan 9. Cambodia harga per ton sepeda US\$ 7 lebih mahal dari China atau US\$ 3 lebih mahal dari produksi Indonesia. Lain halnya dengan Vietnam yang mampu menjual US\$ 52 lebih murah dari China. Apabila Indonesia dapat memberikan mutu yang lebih baik dan harga

lebih bersaing dari produk sepeda China, maka pangsa pasar sepeda Indonesia di Jepang akan semakin meningkat.

- b. **Jarak dan Perjanjian Dagang (FTA).** Indonesia mempunyai keuntungan jarak terdekat dengan Jepang dan mempunyai perjanjian perdagangan bebas baik skema bilateral maupun regional melalui ASEAN sehingga tidak ada lagi hambatan tarif untuk komoditi ini.
- c. **Informasi pasar.** Berdasarkan artikel dari Nikkei Weekly tanggal 24 Oktober 2011 "*Towns see hope in bicycle boom*", diinformasikan bahwa populasi pengguna sepeda meningkat sebanyak 50% selama lima tahun terakhir. Hal ini memberikan signal bahwa permintaan sepeda akan semakin meningkat setiap tahunnya dan merupakan peluang bagi Indonesia untuk dapat meningkatkan pangsa di pasar Jepang. Selain itu, diinformasikan pula bahwa saat ini pemerintah di kota-kota besar sedang menggalakkan kegiatan kompetisi mendaki gunung dengan sepeda dan kegiatan ini akan menjadi agenda tahunan. Diharapkan peluang semakin meningkatnya permintaan sepeda gunung dapat dimanfaatkan oleh perusahaan-perusahaan sepeda Indonesia (Polygon).

2. Strategi

Untuk mempertahankan keunggulan sepeda Indonesia dengan negara pesaing lainnya, maka pengusaha sepeda hendaknya dapat melakukan hal-hal sebagai berikut :

- a. Pameran perdagangan yang bertema sepeda diselenggarakan setiap tahun di Tokyo dan Osaka yang dikenal dengan *Cycle Mode International*. Pameran bergengsi ini dihadiri oleh berbagai negara pengekspor sepeda di dunia. Untuk itu, asosiasi maupun pengusaha sepeda diharapkan dapat turut berpartisipasi dalam kegiatan mempromosikan produk sepeda Indonesia baik di dalam negeri maupun di fora internasional.
- b. Para pengusaha juga diharapkan secara proaktif menghubungi dan mengikuti perkembangan dari Perwakilan Perdagangan Luar Negeri Indonesia di Jepang, dalam hal ini melalui Atase Perdagangan di KBRI Tokyo maupun ITPC Osaka.
- c. KADIN ataupun Asosiasi Pengusaha Sepeda Indonesia dapat menghubungi Asosiasi Sepeda Jepang untuk bertukar informasi atau mempejari lebih dalam mengenai standar atau mutu yang diterapkan pemerintah Jepang. Diharapkan dengan semakin aktifnya KADIN, asosiasi dan pengusaha sepeda Indonesia, maka pangsa pasar Indonesia untuk produk ini semakin meningkat.

BAB IV. INFORMASI PENTING

1. TPO dan/atau Kedutaan Negara Jepang di Indonesia

Kedutaan Besar Jepang Jakarta

Duta Besar : Yoshinori KATORI
 Jl.M. H. Thamrin Kav. 24, Jakarta Pusat
 10350, Indonesia
 Phone : (62-21) 3192-4308
 Fax : (62-21) 3192-5460
 Website : www.id.emb-Jepang.go.jp

Konsulat Jenderal Jepang - Medan

Konsul Jenderal : Mr. Hiroshi HASHI
 Wisma BII, 5th Floor, Jl. Diponegoro No. 18,
 Medan, Sumatera Utara, Indonesia
 Phone : (62-61) 457-5193
 Fax : (62-061) 457-4560

Konsulat Jenderal Jepang - Jakarta

Konsul Jenderal : Yoshihiro TAKESHITA
 Jl. M.H. Thamrin Kav. 3,
 Jakarta Pusat 10350, Indonesia
 Phone : (62-21) 3192-4308
 Fax : (62-21) 3192-5460

Konsulat Jenderal Jepang - Makasar

Konsul Jenderal : Mr. Noboru NOMURA
 Address : Jl. Jenderal Sudirman No. 31,
 Makasar, Indonesia
 Phone : (62-411) 871-030, 872-323, 851-
 882
 Fax : (63-61) 853-946

Konsulat Jenderal Jepang - Surabaya

Konsul Jenderal : Masaaki TAKANO
 Jl. Sumatera 93,
 Surabaya, Jawa Timur, Indonesia
 Phone : (62-31) 503-0008
 Fax : (62-31) 503-0007

Konsulat Jenderal Jepang Cabang

Denpasar
 Konsul : Mr. Minoru SHIROTA
 Address : Jl. Raya Puputan No. 170,
 Renon, Denpasar, Indonesia
 Phone : (62-361) 227-628
 Fax : (62-21) 231-308, 265-066

2. Kamar Dagang Jepang

Tokyo Chamber of Commerce & Industry (HQ)

3-2-2 Marunouchi,
 Chiyoda-ku,
 Tokyo 100-0005
 Japan
 T : (813) 3283 7523
 F : (813) 3216 6497
 W : www.tokyo-cci.or.jp/
 E: kokusai@tokyo-cci.or.jp

Fukuyama Chamber of Commerce and Industry

2-10-1 Nishi-machi
 Fukuyama-City
 Hiroshima-Prefecture 720-0067
 Japan
 T : (818) 4921 2345
 F : (818) 4922 0100
 W : www.fukuyama.or.jp/e
 E: cci@fukuyama.or.jp

Hiroshima Chamber of Commerce

44 Matomachi 5-chome,
 Naka-ku
 Hiroshima 730
 Japan
 T : (818) 2222 6610
 F : (818) 2211 0108

Kawasaki Chamber of Commerce and Industry

11-2, Ekimae Honcho,
 Kawasaki-ku
 Kawasaki 210
 Japan
 T : (814) 4211 4111
 F : (814) 4211 4118

W : www.hiroshimacci.or.jp/

Kyoto Chamber of Commerce & Industry

240 Shoshoicho Ebisugawa-agaru
Karasumadori Nakakyo-ku 604,
Japan

T : (817) 5212 6450

F : (817) 5255 0428

W : www.kyo.or.jp/kyoto/e/

E: shinkou@kyo.or.jp

W : www.kawasaki-cci.or.jp

Okinawa Chamber of Commerce and Industry

15-20 Chuo 4-chome
Okinawa-shi 904
Japan

T : (819) 8938 8022

F : (819) 8938 2755

W : www.okinawacci.or.jp

E: info@okinawacci.or.jp

Osaka Chamber of Commerce & Industry

2-8 Hommachi-Bashi,
Chuo-ku
Osaka 540-0029
Japan

T : (816) 6944 6400

F : (816) 6944 6293

W : www.osaka.cci.or.jp/e/

Nagahama Chamber of Commerce and Industry

10-1 Takada-cho
Nagahama Shiga 526-0037
Japan

T : (817) 4962 2500

F : (817) 4962 8001

W : www.nagahama.or.jp

E: cci@nagahama.or.jp

The Jakarta Japan Club

Menara Cakrawala Lt.4,
(Skyline Building 4F)
JL.M.H.Thamrin No.9 Jakarta 10340
Indonesia

T : +62(21)315-0418, 314-1708

F : +62(21)3192-5902, 315-0817

E : jasmine@jjc.ntt.net.id

3. Asosiasi Sepeda di Jepang

Japan Bicycle Association (Nihon Jitensha Kyokai)

8-25 Karakiyo-cho, Tennoji-ku, Osaka-shi
543-0018, Osaka, Japan
T : +81 03-3583-0545

4. Daftar Pameran Sepeda di Jepang

Cycle Mode International 2011

4-6 November 2011 di Tokyo
12-13 November 2011 di Osaka
<http://www.cyclemode.net>

Japan Home Show

Decoration, Home & Office Design, Furniture, Lighting, Consumer Goods and Home Exhibitions
Bulan September 2012

Tokyo International Exhibition Center (Tokyo Big Sight)

3-21-1 Ariake, Koto-ku
Tokyo 135-0063

☎ +81 (0)3 5530 1111

☎ +81 (0)3 5530 1222

5. Perwakilan Indonesia di Jepang

KBRI Tokyo

Duta Besar : Muhammad Lutfi
Atase Perdagangan : Djatmiko Bris
Witjaksono
2-9 Highashi Gotanda, 5-chome,
Shinagawa-ku,
Tokyo-to, 141-0022, Japan
Phone : (+81-3) 3441-4201
Fax : (+81-3) 3447-1697
Email : info@indonesianembassy.jp
Website : www.indonesianembassy.jp

ITPC Osaka

Kepala : Rosiane C. Frederick
Wakil Kepala : Eko Priyantoro
ITM4 J-8 Asia and Pacific Trade Center
2-1-10 Nanko Kita, Suminoe-ku,
Osaka 559-0034, Japan
Tel : 06-66155350
Fax : 06-6615-5351
Website : http://www/itpc.or.jp

KJRI Osaka

Konsul Jenderal : Ibnu Hadi
Resona Semba Building 6th Floor, 4-4-21,
Minami Semba, Chuo-ku, Osaka 542-0081,
Japan
Phone : (81-6) 6252-9826
Fax : (81-6) 6252-9872
Email : kjri-osaka@indonesia-osaka.org
Website : www.indonesia-osaka.org

6. Daftar Importir Sepeda di Jepang

No.	Nama Perusahaan	Alamat	Telepon	Fax
1	Ageokogyo Co.,Ltd.	9973 Komuro, Inacho, Kitaadachi-gun, Saitama Pref.	048-721-0318	048-721-0318
2	Ides Co.,Ltd.	1-7-10 Ides Building, Komagata, Daito-city, Tokyo	03-5830-1952	03-5830-1954
3	Asahi Co.,Ltd.	11-4 3-chome, Takakura-cho, Miyakojima-ku, Osaka Pref.	06-6923-2611	06-6923-2611
4	Izumi Chain Mfg Co.,Ltd.	Hakotsuki 100-1 Hannan city, Osaka	072-476-1121	072-476-1124
5	E.B.S Bicycle Co.,Ltd.	553 Taii Mihara-ku, Sakai-city, Osaka	072-362-1555	072-361-4688
6	Endo Trading Co.,Ltd.	5065 Ryomiyonagi, Maiko-city, Tottori Pref	0859-32-1710	0859-32-1791
7	O&M Co.,Ltd.	472-5, 1-chome, Shinko-	0133-77-6211	0133-77-6214

		nishi, Ishikari City, Hokkaido		
8	OGK Kabuto Co.,Ltd.	3-4, 6-chome, Nagata-nishi, Higashi Osaka-city	06-6747-8031	06-6747-8031
9	Kawamura Co.,Ltd.	18 Torimachi, Miki-city, Hyogo	0794-81-1122	0794-81-1123
10	Cateye Co.,Ltd.	8-25 2-chome, Kuwazu, Sumiyoshi-ku, Osaka city	06-6719-6001	06-6719-6002
11	Globeride Co.,Ltd.	14-16 3-chome, Maezawa, Higashi-Kurume-city, Tokyo	042-475-2111	042-475-2111
12	Cycleurope Japan Co.,Ltd.	Goraku Bld Shin-hirosue 7F, 6-5-12 Sotokanda, Chiyoda-ku, Tokyo	03-5812-2070	03-5812-2059
13	Sunstar Engineering Inc.	Shiba Park Fast Bld 4F, 8-2 3-chome, Shiba, Minatoku, Tokyo	03-3457-1990	03-3457-1990
14	Takeda Bicycle Co.,Ltd.	33-1 Tsuchitou-cho, Nakaku, Sakai-city, Osaka	072-236-2324	072-237-3888
15	Tsunoda Co.,Ltd.	1604-1 Higashibanshu, Uji, Mitsubuchi, Oaza, Komaki-city, Aichi Pref	0568-72-2331	0568-72-5273
16	Hoshino Industries Co.,Ltd.	2-1-40 Kanade, Izumisano-city, Osaka Pref.	072-462-2606	072-464-2140
17	Y International Co.,Ltd.	Y International Bld, 5-22-26 Honmachi, Shimoku-city, Saitama Pref.	048-471-1513	048-471-1513
18	Bridgestone Cycle Co.,Ltd.	3-1-1 Nakazuma, Kamio-city, Saitama Pref.	03-3995-4913	03-3995-4913
19	Mitsuba Co.,Ltd.	1-2681 Hirosawa-cho, Kiryu-city, Gunma Pref.	0277-52-0111	0277-52-5160
20	Hachisuka Co.,Ltd.	1-1 Goyouden, Nishiachiwa-cho, Okazaki-city, Aichi Pref.	0564-45-7171	0564-45-7171
21	Marunaka Co.,Ltd.	2-53 Komoto Hommachi, Nakagawa-ku, Nagoya-city, Aichi Pref	052-361-2291	052-361-2291
22	Mobic Co.,Ltd.	Sanei Mua Building 5F, 8-7 3-come, Minamisemba, Chuo-ku, Osaka-city, Osaka	06-6251-8027	06-6244-1816
23	Mizutani Bicycle Co.,Ltd.	2-37-16 Adachi, Adachi-ku, Tokyo	03-3840-2151	03-3840-2158
24	Land Walker Ltd.	2-20-10 Minamikaneden, Suita-city, Osaka Pref.	06-6310-3380	06-6310-3381
25	Maruishi Cycle Co.,Ltd.	311-1 Nakano, Yoshikawa-city, Saitama Pref.	048-984-1400	048-984-1407



REFERENSI

1. *International Trade Center*, November 2011. www.trademap.org
2. *Japan Bicycle Association*, November 2011.
3. *Japan Customs*, November 2011. www.customs.go.jp
4. *Japan External Trade Organization*, November 2011. www.jetro.go.jp
5. Kedutaan Besar Jepang di Jakarta www.id.emb-japan.go.jp
6. Kementerian Luar Negeri, November 2011, www.kemlu.go.id
7. Kementerian Perdagangan, November 2011, www.kemendag.go.id
8. *Ministry of Finance Japan*, November 2011. www.mof.go.jp
9. *Nikkei Weekly*: "Towns see hope in bicycle boom", 24 Oktober 2011.
10. Wikipedia, November 2011. www.wikipedia.org

