



Market Intelligence Biji Kakao dan Produk dari Biji Kakao (HS 1801)

Daftar Isi

Daftar Isi	1
Kata Pengantar	3
BAB I. PENDAHULUAN.....	4
1. Profil Jepang.....	4
2. Geografi.....	4
3. Pemerintahan.....	4
4. Demografi.....	5
5. Infrastruktur.....	6
6. Ekonomi.....	6
7. Pertumbuhan Ekonomi.....	7
8. Peringkat Jepang di Dunia.....	8
9. Karakter Sosial, Politik dan Bisnis.....	8
10. Kekuatan Pasar Jepang.....	9
 BAB II. PEMILIHAN PRODUK.....	 10
1. Biji Kakao Indonesia.....	10
2. Trend di Jepang untuk Biji Kakao.....	16
3. Perbandingan Harga.....	18
 BAB III. POTENSI PASAR JEPANG.....	 20
1. Faktor Pendorong Potensi Pasar.....	20
2. Pertumbuhan Kebutuhan Biji Kakao di Jepang.....	24
3. Ekspor dan Impor Biji Kakao Jepang - Dunia.....	25
4. Potensi Pasar Ekspor Biji Kakao di Jepang.....	29
 BAB IV. REGULASI.....	 31
1. Kebijakan dan Regulasi Impor Biji Kakao di Jepang.....	31
2. Saluran Distribusi Biji Kakao di Jepang.....	37
3. Hambatan.....	38

BAB V.	PELUANG DAN STRATEGI	40
1.	Peluang.....	40
2.	Strategi.....	41
BAB VI.	INFORMASI PENTING.....	44
1.	TPO dan/ atau Kedutaan Negara Jepang di Indonesia.....	44
2.	Kamar Dagang Jepang.....	45
3.	Asosiasi Terkait Biji Kakao dan Makanan di Jepang.....	46
4.	Daftar Pameran Terkait Makanan di Jepang.....	46
5.	Perwakilan Indonesia di Jepang.....	47
6.	Daftar Importir Biji Kakao di Jepang.....	48
BAB VII.	REFERENSI.....	50

Kata Pengantar

ITPC Osaka mengucapkan puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa karena telah dapat menyelesaikan “*Market Intelligence : HS 1801 BIJI KAKAO*” untuk tahun 2015 ini. *Market Intelligence* (Martel) merupakan kajian singkat yang memberikan gambaran kondisi dan potensi pasar produk BIJI KAKAO di Jepang. Adapun isi dari Martel ini dibuat berdasarkan acuan “*Outline Market Intelligence dan Market Brief*” yang disampaikan kepada seluruh Perwakilan Luar Negeri Kementerian Perdagangan.

Selain merupakan bagian dari tugas dan fungsi perwakilan luar negeri. Martel disusun untuk memberikan informasi terkini mengenai pasar suatu produk, peraturan impor di negara akreditasi setempat, potensi pasar, negara pesaing, strategi penetrasi pasar dan informasi penting lainnya. Sehingga diharapkan secara tidak langsung Martel ini dapat menjadi informasi pendukung dalam meningkatkan keunggulan BIJI KAKAO Indonesia yang bersaing di pasar Jepang.

Akhir kata ITPC Osaka mengharapkan kiranya informasi dalam Martel ini dapat bermanfaat bagi pemerintah selaku pembuat kebijakan dan para pelaku usaha dalam menentukan strategi ekspor ke Jepang.

BAB I

PENDAHULUAN

1. Profil Jepang

2. Geografi

Jepang merupakan negara kepulauan di Asia Timur yang terletak di antara Samudera Pasifik dan Laut Jepang. Total luas area Jepang mencapai 377.873 km² dengan luas daratan 364,485 km². Jepang terdiri dari 4 pulau utama, yaitu : Hokkaido, Honshu, Shikoku dan Kyushu serta sekitar 3000 pulau-pulau berukuran lebih kecil. Secara politis dan geografis, 47 prefektur di Jepang dibagi 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. Sekitar 75% dari daratan Jepang merupakan daerah pegunungan. Kota-kota utama Jepang terletak di tanah datar, yang meliputi: Tokyo, Osaka, Kobe, Kyoto, Sapporo, Sendai, Nagoya, Hiroshima dan Fukuoka.

3. Pemerintahan

Jepang menganut sistem pemerintahan parlementer. Kekuasaan pemerintah berada di tangan Perdana Menteri (PM) Jepang yang dipilih oleh Diet (Badan Legislatif Jepang), sementara kedaulatan sepenuhnya berada di tangan rakyat Jepang. Kaisar Jepang bertindak sebagai kepala negara dalam urusan diplomatik dan seremonial. *Diet* terdiri dari *House of Representatives* (480 kursi) dan *House of Councilors* (242 kursi). PM diangkat oleh Kaisar setelah mendapat persetujuan dari *Diet*. Perdana menteri membentuk dan memimpin kabinet menteri negara. Dalam menjalankan kekuasaan eksekutif, kabinet bertanggung jawab terhadap *Diet*. Di Jepang terdapat 47 pemerintah daerah tingkat prefektur (semacam propinsi) dan lebih dari 3300 pemerintah daerah pada tingkat bawah. Tanggung jawab mereka meliputi : pengadaan pendidikan, kesejahteraan, dan pelayanan lain serta

pembangunan dan pemeliharaan prasarana, termasuk utilitas. Dengan berbagai kegiatan administratif yang dilakukannya, terjadi kontak erat antara mereka dan penduduk setempat. Para kepala pemerintahan daerah serta anggota parlemen daerah dipilih oleh rakyat setempat melalui pemilihan.

4. Demografi

Masyarakat Jepang merupakan masyarakat yang homogen dari segi suku dan bahasa. Hanya sedikit penduduk asing di Jepang, kebanyakan dari Korea Utara dan Selatan, Okinawa, Tiongkok dan Taiwan, Malaysia, Filipina, Brazil, dan suku asli Ainu di Hokkaido. Hampir seluruh penduduk Jepang menggunakan bahasa Jepang sebagai bahasa ibu.

Populasi Jepang menurut sensus 2014 diperkirakan sekitar 127.083.000 jiwa, menurun 0,17% atau 215.000 jiwa dibanding tahun sebelumnya. Tren penurunan populasi ini sudah berlangsung 4 tahun berturut-turut dan diperkirakan akan terus berlanjut akibat rendahnya angka kelahiran. Sementara itu, dengan angka harapan hidup yang tinggi, sensus tahun yang sama menunjukkan jumlah orang berusia 65 tahun ke atas meningkat sekitar 1,1 juta menjadi 33 juta jiwa, yang mencakup 25,97% dari total populasi Jepang. Peningkatan populasi non produktif ini menjadi beban pemerintah Jepang dan saat ini pemerintah Jepang sedang berusaha keras menyelesaikan masalah nasional ini.

**Tabel 1.3. Pertumbuhan Penduduk Jepang
Berdasarkan Kelompok Usia Periode 2010-2014**

Kelompok Usia	Tahun				
	2010	2011	2012	2013	2014
Total	128.057	127.799	127.515	127.298	127.083
0–14	16.839	16.705	16.547	16.390	16.233
15–64	81.735	81.342	80.175	79.010	77.850
≥65	29.484	29.752	30.793	31.898	33.000

Sumber : Statistics Bureau, Ministry of Internal Affairs and Communications, "Population Census" (Satuan Ribu Jiwa)

5. Infrastruktur

Pada tahun 2011, 46.1 persen kebutuhan energi di Jepang dipasok dari minyak bumi, 21,3 % dari batubara, 21.4 persen dari gas alam, 4,0 persen dari tenaga nuklir, dan 3,3 persen dari tenaga air. Tenaga nuklir dihasilkan 9.2 persen dari listrik di Jepang. Namun, pada 5 Mei 2012 semua pembangkit listrik tenaga nuklir negara telah dihentikan karena ditentang masyarakat setelah bencana nuklir Fukushima Daiichi, meskipun pejabat pemerintah telah terus mencoba untuk meyakinkan masyarakat agar mendukung kembali setidaknya 50 reaktor nuklir tetap bekerja, mengingat sangat berat ketergantungan impor energi bagi Jepang.

Pengembangan jalan-jalan besar di Jepang menyebar luas, sekitar 1,2 juta kilometer adalah jalan aspal untuk transportasi menghubungkan Kota besar satu dengan yang lain. Sistem transportasi utama di Jepang bertumpu pada penggunaan kereta yang sangat tepat waktu, cepat, dan aman bagi konsumen. Alternatif lain yang juga nyaman adalah bus antar kota dan antar prefektur dengan jadwal yang pasti. Selain sistem kereta yang terpadu dan penggunaan bis antar kota dan antar prefektur tersebut, Jepang memiliki infrastruktur transportasi udara yang mapan, seperti 176 bandara, baik untuk penerbangan domestik maupun internasional. Untuk penerbangan domestik, bandara terbesarnya adalah Haneda Airport di Tokyo. Untuk penerbangan internasional, beberapa bandara utamanya adalah Narita International Airport di Tokyo, Kansai International Airport di Osaka dan Chūbu Central International Airport di Nagoya. Sedangkan untuk pelabuhan terbesar, Jepang memiliki Nagoya Port yang berkontribusi sebesar 10% dari total perdagangan Jepang di samping beberapa pelabuhan penting lain seperti Osaka Port, Kobe Port, Yokohama Port, dan Fukuoka Port.

6. Ekonomi

Pada tahun 2014, Jepang merupakan negara nomor 3 dengan ekonomi terbesar di dunia setelah Amerika Serikat dan Tiongkok dari segi nominal GDP. Berdasarkan data dari World Bank, pada tahun 2013, GDP per kapita Jepang sebesar US\$ 38.364 .

Dengan demikian, Jepang berada di urutan ke-24 negara dengan GDP dan GNP perkapita terbesar di dunia.

Ekonomi Jepang adalah ekonomi nomor 3 yang tercepat pertumbuhannya sepanjang sejarah modern umat manusia selain ekonomi Korea Selatan dan Tiongkok. Tonggak kebangkitan dan kemajuan ekonomi Jepang dimulai sesaat setelah Jepang dikalahkan Sekutu dalam Perang Dunia ke-2. Saat kota-kota dan perekonomian yang pernah dibangun Jepang sebelum perang hancur, bangsa Jepang membangun negaranya dengan semangat kerja, etos kerja, dan kedisiplinan tinggi. Dengan memusatkan pendanaan ke pertumbuhan ekonomi dan mengabaikan pendanaan di bidang pertahanan, tak perlu waktu lama bagi Jepang untuk mampu membangun kembali negerinya menjadi salah satu raksasa ekonomi global.

Faktor-faktor yang mendorong keberhasilan dan kemajuan Jepang adalah penduduk Jepang memiliki kultur dan watak yang mau bekerja keras, pantang menyerah, berjiwa wirausahawan sejati, berani, dan sangat disiplin.

Saat ini, Jepang telah menjadi basis dan penghasil industri besar dan teknologi tinggi seperti kendaraan bermotor, elektronika, peralatan mesin, baja dan logam, kapal, bahan kimia, produk tekstil dan makanan olahan. Selain itu, Jepang adalah produsen mobil nomor 2 di dunia. Industri pertanian mencakup 13 % dari lahan Jepang. Jepang mencakup 15 % penangkapan ikan dunia atau nomor 2 setelah China. Sektor jasa menyumbang 75 % GDP Jepang.

7. Pertumbuhan Ekonomi

Terlepas dari isu-isu ekonomi selama 20 tahun terakhir, pasar Jepang tetaplah besar. Jepang adalah salah satu eksportir terbesar di dunia dan salah satu investor terbesar di luar negeri. Pertumbuhan ekonomi Jepang sangat tergantung pada ekspor. Dana Moneter Internasional (IMF) memprediksi tingkat pertumbuhan 1% untuk Jepang pada tahun 2015 dan 1,2% pada tahun 2016.

Jepang telah menangani rendahnya tingkat investasi langsung ke Jepang dengan menerapkan berbagai reformasi ekonomi dan inisiatif kebijakan untuk mendorong pertumbuhan di Jepang. Kebijakan ini termasuk :

- a) paket-paket stimulus ekonomi baru
- b) kebijakan moneter yang diperbaiki
- c) menandatangani perjanjian perdagangan bebas baru
- d) mendobrak penghalang melalui deregulasi

8. Peringkat Jepang di Dunia

Jepang adalah ekonomi terbesar ketiga di dunia dalam nilai GDP yakni sebesar US\$ 4,21 triliun. Secara global, Jepang memiliki kekuatan yang sangat besar dalam perdagangan dan investasi dunia. Jepang merupakan pemimpin dunia dalam produksi barang-barang berteknologi tinggi.

Jepang berada di peringkat 2 dalam Global Wealth Report (Laporan Kekayaan Dunia) 2013. Jepang memiliki :

- a) 62 perusahaan yang masuk dalam jajaran Fortune 500
- b) Angka miliader terbanyak di dunia.
- c) Tokyo, kota dengan jumlah miliader terbanyak di dunia tahun 2012

Jepang berada di peringkat 4 dunia dalam nilai GDP yang dipakai untuk program riset dan pengembangan (R & D), yakni sebesar 3,475% dari total GDP nya. Dua puluh persen (20%) dari pemakai uang terbanyak untuk R&D di dunia berbasis di Jepang.

9. Karakter Sosial, Politik, dan Bisnis

Beberapa faktor sosial, politik, dan bisnis yang menjadikan Jepang negara tujuan ekspor yang ideal :

- a) Jepang merupakan tempat yang stabil untuk melakukan usaha
- b) Jepang merupakan batu pijakan yang strategis untuk pasar Asia lain.
- c) Adanya ikatan politik, perdagangan dan sosial yang kuat di antara Jepang dan Indonesia.
- d) Pasar konsumen yang besar dan kaya yang berbasis di area perkotaan.

- e) Metropolitan Tokyo adalah yang terbesar di dunia dengan sekitar 35 juta penduduk.

10. Kekuatan Pasar Jepang

- a) Ekonomi terbuka yang besar.
- b) Budaya bisnis yang canggih
- c) Pandangan yang kian mengglobal
- d) Perlindungan properti intelektual yang kuat
- e) Haus akan tren dan teknologi baru
- f) *Disposable income* yang tinggi, terutama dari lansia dan kaum lajang usia muda yang tinggal dengan orang tua.

BAB II

PEMILIHAN PRODUK

1. Biji Kakao Indonesia

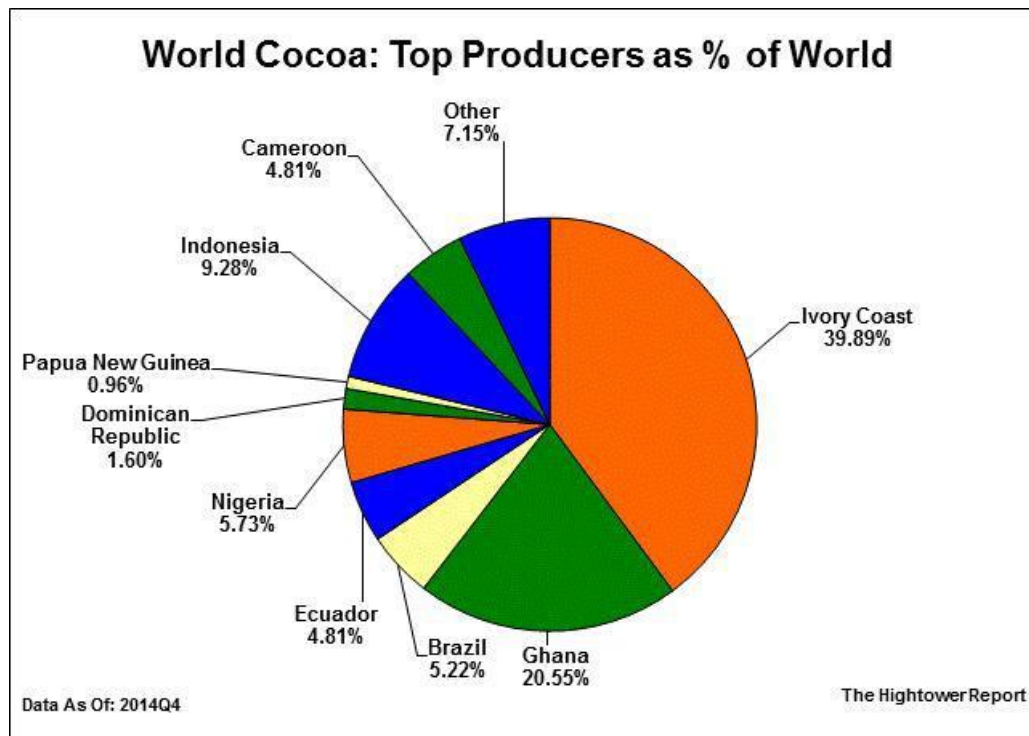
Kakao atau *Theobroma cacao* L merupakan tanaman penghasil biji kakao (HS 1801) yang berasal dari hutan tropis di Amerika Selatan. Di habitat aslinya, kakao umumnya tumbuh di bagian hutan hujan tropis yang terlindung di bawah pohon-pohon besar.



Gambar 2.1 Pohon Kakao dengan buah yang siap panen

Kini, kakao banyak dibudidayakan di daerah-daerah beriklim tropis, terutama di Afrika dan Asia. Saat ini 70% produksi biji kakao dunia berasal dari Afrika, di mana 40% nya dihasilkan oleh Pantai Gading. Ghana berada di peringkat kedua penghasil biji kakao dunia dengan menyumbangkan sekitar 20 % dari produksi bij kakao dunia yang

mencapai 4,2 juta ton per tahun pada tahun 2014. Sementara Indonesia merupakan penghasil kakao terbesar ke-3 di dunia dengan produksi rata-rata sebesar 400.000 ton per tahun atau sekitar 9 % dari produksi dunia.



Gambar 2.2. Grafik Negara Penghasil Biji Kokoa di Dunia

Tanaman kakao sangat cocok dengan iklim Indonesia dan mempunyai potensi peningkatan produksi dan perluasan lahan perkebunan. Saat ini Sulawesi merupakan daerah penghasil kakao terbesar di Indonesia, di mana 60 persen dari luas perkebunan kakao Indonesia terdapat di Sulawesi yang menyumbang produksi nasional hingga 500 ribu ton. Di urutan kedua adalah Sumatera dengan luas areal mendekati 300 ribu ha, menyumbang produksi hingga 150.000 ton, yang terpusat di Propinsi NAD. Selebihnya tersebar di Pulau Kalimantan, Bali, Maluku, dan Papua. (Ditjenbun).

Perkebunan kakao Indonesia terdiri dari perkebunan rakyat (PR), perkebunan besar negara (PBN), dan perkebunan besar swasta (PBS) di mana perkebunan rakyat merupakan yang terbesar dari segi luas areal dan total produksi. Data selengkapnya dapat dilihat di tabel berikut ini.

Tabel 2.1. Luas Areal dan Produksi Kakao
Menurut Status Pengusahaan Tahun 2010-2014

Tahun	Luas Areal (Ha)			Jumlah	Produksi (Ton)			Jumlah
	PR	PBN	PBS		PR	PBN	PBS	
2010	1.558.421	48.932	43.268	1.650.621	772.771	34.740	30.407	837.918
2011	1.638.329	48.935	45.377	1.732.641	644.688	34.373	33.170	712.231
2012	1.693.337	38.218	42.909	1.774.463	687.247	23.837	29.429	740.513
2013	1.660.767	37.450	42.398	1.740.612	665.401	25.879	29.582	720.862
2014	1.636.877	39.012	43.198	1.719.087	651.618	26.991	30.722	709.331

Sumber : Direktorat Jenderal Perkebunan (Ditjenbun)

Pemerintah Indonesia terus berusaha menggenjot produksi kakao. Dalam beberapa tahun ke depan Indonesia menargetkan produksi kakao mencapai 1,5-2 juta ton sehingga dapat menyalip Ghana hingga Pantai Gading.

Biji kakao adalah komoditas perkebunan yang bernilai ekonomi tinggi, utamanya karena peran biji kakao sebagai bahan baku pembuatan kudapan yang digemari masyarakat di seluruh dunia, yakni coklat. Saat ini biji kakao masih merupakan salah satu komoditas unggulan Indonesia dari sektor perkebunan, setelah kelapa sawit dan karet dengan menyumbang devisa negara sebesar US\$ 1,15 miliar dari komoditas kakao nasional pada 2013. Sayangnya, selama ini kakao masih lebih banyak diekspor dalam wujud biji kering kakao dibandingkan hasil olahannya, sehingga nilai tambahnya terhadap perekonomian sedikit.

Sejak tahun 2010 kementerian perindustrian mencanangkan kebijakan hilirisasi yang bertujuan mengembangkan industri pengolahan kakao. Salah satu kebijakan pemerintah adalah pemberlakuan bea keluar biji kakao. Pemberlakuan bea keluar biji kakao sejak tahun 2010 telah berhasil mengurangi ekspor biji kakao di mana tahun 2013 ekspor biji kakao sebesar 188.000 ton dan turun menjadi 63.000 ton pada tahun 2014 (ITC).

Adapun negara tujuan ekspor biji kakao Indonesia terbesar saat ini adalah Malaysia, di mana nilai ekspor pada tahun 2014 mencapai US\$ 119,16 juta dan tujuan ekspor terbesar kedua adalah Singapura dengan nilai sebesar US\$ 31,31 juta. Negara lain yang berada di peringkat 5 besar adalah India (US\$ 23,19 juta), Thailand (US\$16,16 juta), dan Jerman (US\$ 1,48 juta). Sementara itu Jepang berada di urutan ke-9 tujuan ekspor biji Kakao Indonesia dengan total nilai US\$ 814 ribu.

Tabel 2.2. Negara Tujuan Ekspor Biji Kakao Indonesia
Periode 2010-2014

Peringkat	Importir	2010	2011	2012	2013	2014	Pangsa 2014
	Dunia	1.190,74	614,50	384,83	446,10	196,49	100%
1	Malaysia	550,92	411,11	225,75	302,16	119,16	60,64%
2	Singapura	151,48	98,42	92,79	72,68	31,13	15,84%
3	India	10,75	14,03	11,77	13,63	23,19	11,80%
4	Thailand	18,48	17,21	18,72	19,41	16,18	8,23%
5	Jerman	35,17	1,05	1,10	0,72	1,48	0,76%
6	Tiongkok	42,74	22,94	13,55	19,20	1,29	0,65%
7	Belanda	15,56	2,76	1,92	0,56	1,21	0,62%
8	Amerika Serikat	246,50	29,67	0,63	16,44	1,15	0,58%
9	Jepang	2,42	0,63	0,16	0,56	0,81	0,41%
10	Belgia	2,40	0,00	0,33	0,22	0,69	0,35%

Sumber : ITC (Satuan Juta US\$)

a. Kualitas Biji Kakao Indonesia

Biji kakao Indonesia memiliki kelebihan tidak mudah meleleh sehingga cocok untuk *blending*. Sayangnya, mutu biji kakao Indonesia hingga saat ini dikenal masih rendah. Beberapa indikasi rendahnya mutu tersebut adalah biji kakao mengalami kerusakan seperti terserang hama gudang, jamur, tercampur kotoran, dan benda-benda asing. Selain itu, kebanyakan petani Indonesia juga enggan melakukan fermentasi terhadap biji kakao. Padahal fermentasi merupakan proses penting untuk meningkatkan cita rasa dan aroma biji kakao. Tanpa fermentasi, yang dihasilkan adalah biji kakao yang sepat dan kurang beraroma coklat. Hal-hal tersebut menjadikan daya saing kakao Indonesia lebih rendah dari kakao yang dihasilkan negara lain.

Untuk meningkatkan mutu biji kakao Indonesia, pemerintah telah menerapkan Standar Nasional Indonesia (SNI) biji kakao yang tertuang dalam Permentan No. 67 tahun 2014 tentang Persyaratan Mutu dan Pemasaran Biji Kakao . Dalam aturan yang disahkan pada 21 Mei 2014 dan akan berlaku efektif pada tahun 2014 tersebut, biji kakao yang harus dipasarkan wajib memenuhi standar mutu dan sudah difermentasi terlebih dahulu. Pemenuhan standar mutu tersebut dibuktikan dengan Surat Keterangan Asal Lokasi-Biji Kakao (SKAL-BK) dan Sertifikat Jaminan Mutu Pangan Hasil Pertanian (SJM-BK).

b. Merosotnya Produksi Biji Kakao Indonesia

Indonesia merupakan negara penghasil biji kakao terbesar ketiga di dunia, namun tingkat produktivitasnya masih rendah dibandingkan negara-negara penghasil biji kakao lain. Rata-rata produktivitas biji kakao Indonesia hanya 660 kg/ha, sedangkan Pantai Gading sudah mencapai 1,5 ton / ha atau lebih dari dua kali lipat produktivitas Indonesia (Ditjenbun).

Produksi kakao Indonesia pun terus menyusut selama beberapa tahun terakhir, setelah mencapai puncak produksinya pada tahun 2006 sebesar 620.000 ton (Asosiasi Kakao Indonesia). Beberapa faktor yang menjadi penyebabnya, antara lain : perubahan iklim yang ekstrem, hama penyakit, banyaknya tanaman tua, dan kurangnya pengetahuan petani akan perawatan tanaman kakao. Tahun 2015, produksi biji kakao Indonesia diprediksi kembali turun akibat musim kemarau panjang yang mengancam terjadinya gagal panen.

Produksi kakao Indonesia dari tahun 2011-2015 dapat dilihat di tabel 2.3. berikut ini.

Tabel 2.3. Produksi Biji Kakao Indonesia Periode 2011-2015

Periode	Total Produksi	Pertumbuhan
2011/2012	440.000	
2012/2013	410.000	- 6,82%
2013/2014	375.000	- 8,54%
Perkiraan 2014/2015	350.000	- 6,67%

Sumber : ICCO Quarterly Buletin of Cocoa Statistics (Satuan : Ton)

Untuk meningkatkan produksi biji kakao, sejak tahun 2009, pemerintah telah mencanangkan program Gerakan Nasional (Gernas) Kakao. Tahun 2015, program Gernas tetap dilanjutkan, namun namanya diganti menjadi program pengembangan kakao berkelanjutan. Adapun upaya peningkatan produksi biji kakao dalam program pengembangan kakao berkelanjutan mencakup peremajaan, rehabilitasi, dan intensifikasi perkebunan kakao. Diharapkan melalui program ini, dalam 4 tahun mendatang, produktivitas biji kakao Indonesia bisa mencapai 1-1,5 ton/ha (Kementerian Pertanian).

c. Tingginya Kebutuhan Biji Kakao Dalam Negeri

Penetapan bea keluar kakao Indonesia telah menggairahkan industri pengolahan kakao nasional. Ekspor hasil olahan biji kakao terus mengalami peningkatan dan membuat kebutuhan biji kakao di dalam negeri melonjak. Namun, peningkatan permintaan biji kakao ini berbanding terbalik dengan produksi biji kakao nasional sehingga menciptakan kekurangan pasokan biji kakao di Indonesia. Akibatnya, ekspor biji kakao mentah Indonesia terus merosot.

Jika pada tahun 2010 Indonesia mampu melakukan ekspor biji kakao mentah sebanyak 432.427 ton, pada tahun 2014 angka tersebut menurun drastis menjadi hanya 63.334 ton atau menyusut sebesar 85,35% dalam 5 tahun. Sebaliknya, untuk memenuhi kebutuhan biji kakao dalam negeri, impor dalam periode yang sama

melonjak drastis dari hanya 24.831 ton di tahun 2010 menjadi 109.410 ton, atau meningkat 340,62% seperti dapat dilihat di tabel 2.4. dan grafiknya pada gambar 2.3.

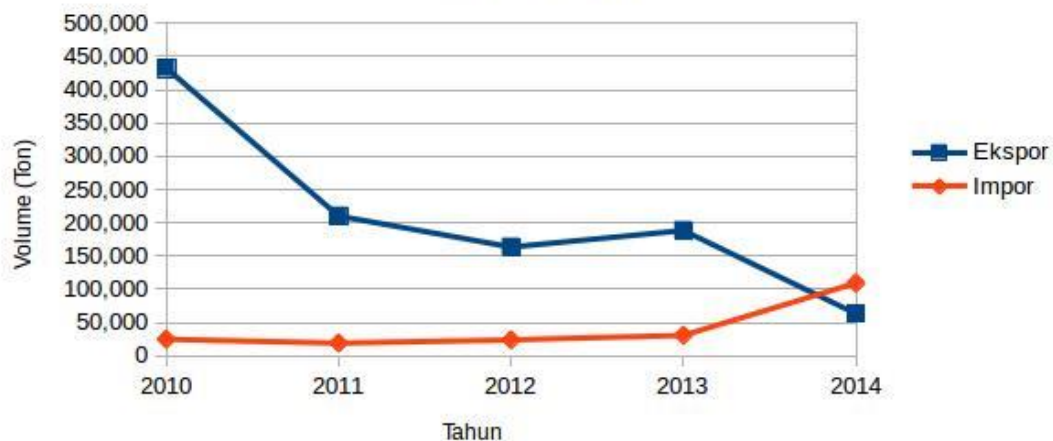
Tabel 2.4. Volume Ekspor dan Impor Biji Kakao Indonesia Periode 2010-2014

Tahun	Ekspor	Impor
2010	432.427	24.831
2011	210.067	19.100
2012	163.501	23.943
2013	188.420	30.776
2014	63.334	109.410

Sumber : ITC (Satuan Ton)

Grafik Ekspor-Impor Biji Kakao Indonesia

Periode 2010-2014



Gambar 2.3. Grafik Ekspor-Impor Biji Kakao Indonesia Periode 2010-2014

2. Trend di Jepang untuk Biji Kakao

Perkembangan industri coklat menjadi faktor penting yang menentukan tren biji kakao di Jepang. Meskipun secara tradisional Jepang tidak memiliki tradisi mengonsumsi coklat yang sudah mengakar seperti negara-negara Eropa, kebiasaan tersebut kini sudah mulai diserap oleh masyarakat Jepang. Menurut *Chocolate and Cacao Assosiation of Japan (CCAJ)*, seperti yang dapat dilihat pada tabel 2.5. selama

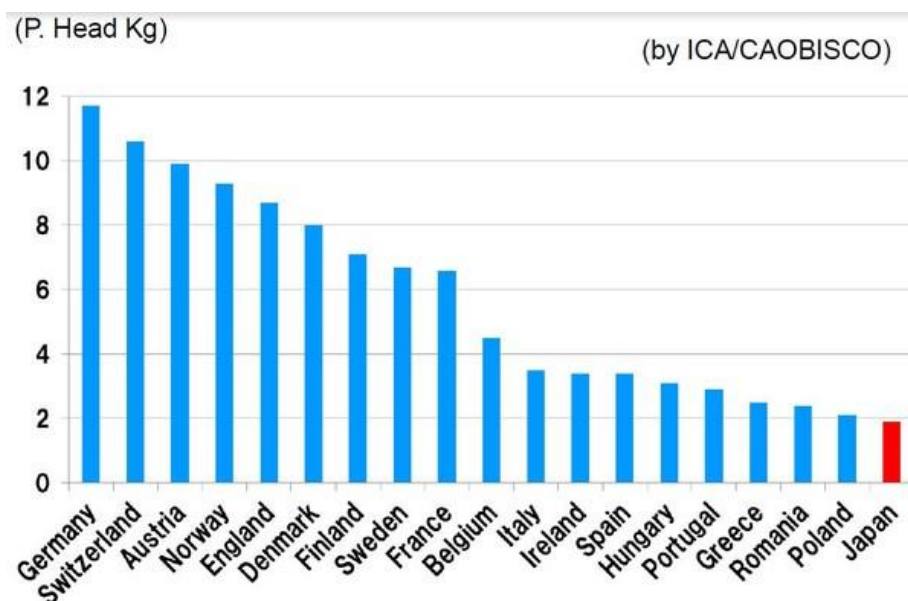
periode 2009 - 2013, konsumsi coklat di Jepang terus mengalami peningkatan. Data terakhir dari CCAJ menyebutkan bahwa konsumsi coklat per kapita penduduk Jepang pada tahun 2013 telah mencapai 1,93 kg .

Tabel 2.5. Konsumsi Cokelat Penduduk Jepang

Tahun	Total Konsumsi Nasional (Ton)	Jumlah Penduduk (Ribuan Jiwa)	Konsumsi per Kapita Penduduk (KG)
2009	222.094	123.510	1,74
2010	222.189	128.056	1,74
2011	231.813	127.799	1,81
2012	234.869	127.515	1,84
2013	245.141	127.297	1,93

Sumber : CCAJ

Gambar 2.4. Grafik Konsumsi Cokelat Negara-Negara di Dunia



Gambar 2.4. menunjukkan bahwa angka konsumsi coklat Jepang masih jauh di bawah negara-negara Eropa pengonsumsi coklat tertinggi di dunia yang bisa mencapai lebih dari 10 kg seperti Jerman dan Swiss. Namun, untuk wilayah Asia, Jepang merupakan negara pengonsumsi coklat terbesar.

Selanjutnya, tabel 2.6. berikut ini menggambarkan volume produksi dan nilai

penjualan cokelat Jepang selama periode 2010-2014. Pada tahun 2010-2011, volume produksi cokelat Jepang mengalami peningkatan dari 204.990 ton di tahun 2010 menjadi 211.690 ton di tahun 2011. Meski pada tahun 2012 sempat menurun menjadi 208.770 ton, pada tahun 2013, produksi cokelat Jepang kembali meningkat dan kenaikan tersebut diteruskan di tahun 2014 hingga mencatat angka 231.000 ton. Secara keseluruhan, dari tahun 2010-2014, produksi cokelat Jepang mengalami pertumbuhan sebesar 12,88%.

Masih di tabel 2.6., tampak pula bahwa nilai penjualan cokelat Jepang juga mengalami pertumbuhan positif selama periode dimaksud, dari 4.180 juta Yen di tahun 2010 menjadi 4.820 juta yen di tahun 2014.

Tabel 2.6. Produksi dan Penjualan Cokelat Jepang
Periode 2010-2014

Tahun	Volume Produksi Cokelat (Ton)	Nilai Penjualan (Juta Yen)
2010	204.990	4.180
2011	211.690	4.440
2012	208.770	4.445
2013	220.080	4.520
2014	231.400	4.820

Sumber: All Nippon Kashi Association

Produksi dan konsumsi cokelat Jepang yang menunjukkan tren meningkat memberi sinyal positif bahwa impor biji kakao Jepang, sebagai bahan baku pembuatan cokelat, dapat meningkat pada tahun-tahun mendatang.

3. Perbandingan Harga

Pada Tabel 2.7. dapat dilihat harga satuan ekspor biji kakao ke Jepang pada tahun 2014. Ghana sebagai eksportir utama mengekspor biji kakao dengan harga US\$ 3.058/ton. Harga ini lebih rendah US\$ 139/ton dari harga rata-rata impor biji kakao Jepang, yakni US\$ 3.197/ton.

Tabel 2.7. Harga Ekspor Biji Kakao ke Jepang
Tahun 2014

Peringkat	Eksportir	Unit Value (USD/Ton)	Selisih dari Eksportir No 1
	Dunia	3.197	139
1	Ghana	3.058	
2	Ekuador	3.740	682
3	Venezuela	3.138	80
4	Pantai Gading	3.604	546
5	Republik Dominika	3.687	629
6	Brazil	3.737	679
7	Kamerun	3149	91
8	Trinidad dan Tobago	5.381	2.323
9	Indonesia	7.878	4.820
10	Viet Nam	3.228	170

Sumber : ITC

Sementara itu, harga satuan impor biji kakao dari Indonesia mencapai US\$ 7.878/ton, jauh di atas harga rata-rata impor Jepang dari dunia maupun dari Ghana. Tingginya harga biji kakao Indonesia disebabkan oleh bea keluar progresif sebesar 5-15% yang masih dikenakan oleh pemerintah. Hal ini membuat biji kakao Indonesia sulit bersaing dengan negara-negara lain dari segi harga. Harga yang tinggi namun kualitas cenderung di bawah biji kakao negara eksportir lain mendorong importir untuk memilih biji kakao dari negara lain.

Pada tahun 2015, muncul wacana penerapan bea keluar *flat* untuk biji kakao sebesar 15% dari Kemenperin, yang berarti lebih tinggi dari tarif progresif yang berlaku selama ini. Kebijakan ini ditujukan agar industri pengolahan kakao nasional lebih berdaya saing dan memberi nilai tambah yang lebih bagi ekonomi nasional. Sebagai konsekuensinya, harga biji kakao Indonesia yang lebih tinggi dari negara lain tidak dapat dihindari. Namun untuk meningkatkan daya saing biji kakao Indonesia di pasar internasional, tingginya harga ini harus dibarengi dengan peningkatan kualitas sehingga importir yakin membayar harga tinggi yang sepadan dengan kualitas.

BAB III

POTENSI PASAR JEPANG

1. Faktor Pendorong Potensi Pasar

Potensi pasar biji kakao Jepang terkait erat dengan konsumsi coklat masyarakat Jepang. Beberapa faktor yang mendorong konsumsi coklat di Jepang dan menjadikan Jepang pasar ekspor biji kakao yang potensial, di antaranya:

a. Meningkatnya kesadaran akan manfaat kesehatan coklat.

Masyarakat Jepang adalah masyarakat dengan tingkat kesadaran kesehatan yang tinggi. Dengan demikian, minat masyarakat akan produk-produk makanan yang memberi manfaat kesehatan juga tinggi.

Minat masyarakat Jepang akan coklat semakin meningkat setelah produsen coklat di Jepang mempromosikan kandungan polyphenol dalam kakao. Penelitian ilmiah membuktikan bahwa polyphenol dalam kakao kaya akan mineral seperti kalsium, zat besi, dan magnesium, yang efektif untuk mengurangi tekanan darah, mencegah pengerasan arteri, obesitas dan kanker, serta menekan tingkat stres, efek alergi dan rematik. Ini juga mendorong pergeseran minat masyarakat Jepang dari coklat susu (*milk chocolate*) kepada coklat hitam (*dark chocolate*) dengan kadar kakao yang lebih tinggi.

b. Peran penting coklat dalam tradisi hari Valentine di Jepang.

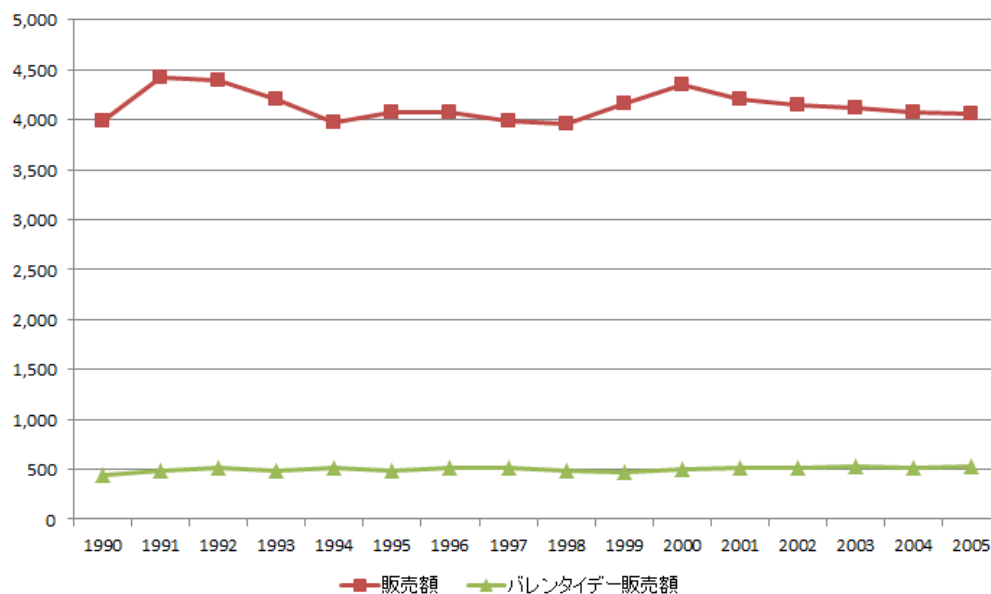
Di Jepang, pada hari Valentine atau hari kasih sayang, hanya wanita yang memberi hadiah pada pria. Wanita Jepang dianggap terlalu pemalu untuk mengekspresikan cinta mereka. Karena itu, Hari Valentine dipercaya sebagai kesempatan besar bagi wanita untuk menyatakan perasaannya, lewat hadiah berupa coklat. Kini, hadiah coklat dari wanita ini tak hanya diberikan pada pria yang dicintai saja. Pada hari Valentine, wanita Jepang juga memiliki tradisi memberikan “*giri choco*” (coklat kewajiban) pada atasan, kolega, atau

teman-teman pria, sekedar sebagai tanda persahabatan atau ucapan terima kasih.

Tradisi memberikan cokelat yang awalnya disebar oleh perusahaan cokelat pada tahun 1950-an untuk meningkatkan penjualan mereka ini terbukti sangat sukses, perusahaan cokelat di Jepang rata-rata dapat menjual 10-15% dari penjualan tahunan mereka pada bulan Februari, menjelang Hari Valentine (CCAJ).

Gambar 3.1. menggambarkan penjualan cokelat Valentine di Jepang dari tahun 1990-2005, dibandingkan dengan total penjualan cokelat pada tahun dimaksud. Garis merah menggambarkan total nilai penjualan cokelat selama 1 tahun, sedangkan garis hijau adalah nilai penjualan cokelat Valentine.

**Gambar 3.1. Grafik Penjualan Cokelat Valentine
Tahun 1990-2005**



Sumber : CCAJ (Satuan: Ratus Juta Yen)

c. Meningkatnya popularitas cokelat premium di kalangan konsumen dewasa.

Cokelat premium adalah cokelat berkualitas tinggi yang mengandung

sekitar 70% kakao. Biji kakao yang digunakan pun merupakan biji kakao pilihan dengan kualitas terbaik. Berbeda dengan produk olahan cokelat yang lazim beredar di pasaran, cokelat premium mengandung lebih sedikit gula dan minyak nabati sehingga kandungan kalorinya pun lebih rendah, yang berarti lebih sehat dan baik untuk dikonsumsi.

Tren cokelat premium di Jepang mulai tercipta seiring meluasnya pengetahuan masyarakat akan manfaat kesehatan polyphenol yang terkandung dalam kakao. Salah satu produsen cokelat yang mempopulerkan tren cokelat premium di Jepang adalah Meiji Co. yang merupakan produsen cokelat terbesar di Jepang dengan pangsa pasar sebesar 19%. Salah satu produknya yang dipromosikan sebagai cokelat dengan kandungan polyphenol yang tinggi adalah “*Chocolate Kouka*”, seperti yang bisa dilihat pada gambar 3.2. Adapun cokelat premium Meiji Co. menggunakan biji kakao dari Ghana.



Gambar 3.2. Cokelat Premium Dari Meiji Co.

Salah satu jenis cokelat premium yang sedang menjadi tren di Jepang 2 tahun belakangan ini adalah cokelat “*bean to bar*”. Berbeda dengan perusahaan manufaktur cokelat massal yang hanya melelehkan cokelat setengah jadi yang dibeli dari pihak ke-3, produsen cokelat *bean to bar* membeli langsung biji

kakao pilihan dari petani lalu mengolah sendiri biji kakao secara internal mulai dari proses *roasting* hingga menjadi cokelat batangan dengan kualitas premium. Ini menghasilkan cokelat yang eksklusif dengan cita rasa yang unik.

Beberapa toko cokelat di Jepang yang memproduksi sendiri cokelatnya secara *bean to bar* antara lain : XOCOL yang memakai biji kakao dari Kolombia, Papua Nugini dan Vietnam , Artisan Palet D'or dengan biji cokelat dari Cuba, Haiti, Nikaragua, Trinidad & Tobago, dan Vietnam, serta Emily's Chocolate OKUSAWA yang memakai biji kakao Kolombia, Ekuador dan Venezuela. Tak ketinggalan, produsen cokelat besar Jepang, Meiji Co. pun ikut mengembangkan produk cokelat *bean to bar*-nya sendiri yang bernama “The Chocolate” dengan biji kakao asal Ghana.



Gambar 3.3. Cokelat Bean to Bar di Jepang, dari kiri atas searah jarum jam : Emily's Chocolate, Xocol, Artisan Palet D'or, Meiji The Chocolate.

Kian meningkatnya kepopuleran cokelat premium di pasar Jepang membuka peluang bagi negara-negara eksportir biji kakao untuk memberi pasokan biji kakao bermutu tinggi sebagai bahan baku pembuatan cokelat tersebut. Saat ini mayoritas cokelat premium Jepang menggunakan biji kakao berkualitas tinggi dari Afrika, Amerika Selatan, Papua Nugini, hingga Vietnam. Meski demikian, peluang bagi biji kakao Indonesia untuk mengambil bagian

dalam tren cokelat premium di Jepang tidak tertutup. Hal ini sudah dibuktikan, antara lain melalui produk cokelat premium “Dari K”, produsen cokelat *bean to bar* asal Kyoto, Jepang, yang 100% memakai biji kakao pilihan dari Polewali, Sulawesi Barat. Tak hanya membeli biji kakao, Dari-K melakukan edukasi langsung mengenai proses fermentasi yang selama ini tidak dilakukan oleh kebanyakan petani kakao lokal. Proses fermentasi meningkatkan kualitas biji kakao Indonesia sehingga layak digunakan dalam produk cokelat premium.



Gambar 3.4. Cokelat Premium Jepang yang Menggunakan Biji Kakao Indonesia

2. Pertumbuhan Kebutuhan Biji Kakao di Jepang

Pasar kakao Jepang pada umumnya terdiri hanya dari produk impor. Kakao kebanyakan diimpor sebagai biji kakao (31.760 ton pada tahun 2014), tetapi juga dalam bentuk cocoa butter (27.353 ton pada 2014), cocoa powder (17.303 ton pada 2014) dan cocoa paste (10.134 ton pada 2014).

Biji kakao dikonsumsi dalam bentuk cokelat dan Jepang merupakan konsumen cokelat terbesar di Asia. Dari segi produksi, menurut data CCAJ, total produksi cokelat Jepang pada tahun 2014 mencapai 231.400 ton, meningkat dari 220.080 ton di tahun

sebelumnya dan membuat produk cokelat menguasai sektor terbesar dalam pasar *confectionery* negara ini. Jepang juga dikenal rumah bagi produsen-produsen cokelat ternama, 5 produsen terbesar di antaranya adalah Lotte, Meiji Seika Kaisha, Morinaga & Co., Ezaki Glico, and Mary Chocolate. Di antara ke-5 produsen tersebut, Meiji Seika dan Ezaki Glico masuk jajaran 10 besar produsen cokelat terbesar dunia, masing-masing menduduki peringkat 5 dan 9 berturut-turut (*Candy Industry*, 2015).

Tingginya konsumsi dan produksi cokelat dalam negeri ini secara potensial mendorong peningkatan kebutuhan pasokan biji kakao di Jepang.

3. Ekspor dan Impor Biji Kakao Jepang - Dunia

Menurut data *International Trade Center* (ITC) yang tertera pada tabel 3.1, kegiatan ekspor biji kakao dunia selama periode 2010-2014 mengalami pertumbuhan sebesar 20,65% dari semula US\$ 8,28 miliar pada tahun 2010 menjadi US\$ 9,99 miliar pada 2014. Namun, nilai ekspor biji kakao Indonesia selama periode dimaksud justru mengalami penurunan tajam sebesar 83,2 % dari semula US\$ 1,19 miliar menjadi hanya US\$ 0,20 miliar pada 2014. Peringkat Indonesia pun merosot dari peringkat 3 eksportir biji kakao dunia pada tahun 2007 menjadi peringkat 10 di tahun 2014. Sementara Malaysia yang nilai ekspornya terus meningkat selama periode dimaksud melonjak naik ke peringkat 8 pada tahun 2014, menggantikan posisi Indonesia sebagai eksportir biji kakao nomor 1 di Asia.

Penurunan kinerja ekspor biji kakao Indonesia tersebut besar kemungkinan dipicu oleh kebijakan pemerintah sejak bulan April 2010 yang menerapkan bea keluar sebesar 5-10%. Kebijakan yang diambil sebagai upaya hilirisasi industri kakao tersebut menyebabkan penurunan ekspor biji kakao mentah, namun di sisi lain terjadi peningkatan penjualan untuk biji kakao secara domestik kepada industri pengolahan kakao. (LPPI)

Tabel 3.1 Negara Pengekspor Biji Kakao ke Dunia
Periode 2010-2014

Peringkat	Eksportir	2010	2011	2012	2013	2014	Pangsa 2014
	Dunia	8,28	9,57	10,15	8,08	9,99	100%
1	Pantai Gading	2,49	3,02	2,32	2,04	3,05	30,48%
2	Ghana	0,85	2,07	1,97	1,38	2,41	24,14%
3	Nigeria	1,05	0,96	3,03	1,54	0,66	6,59%
4	Belanda	0,38	0,54	0,42	0,49	0,61	6,12%
5	Ekuador	0,35	0,47	0,35	0,43	0,59	5,88%
6	Kamerun	0,61	0,51	0,39	-	0,56	5,64%
7	Belgia	0,29	0,29	0,34	0,33	0,44	77,23%
8	Malaysia	0,09	0,08	0,13	0,11	0,29	2,93%
9	Republik Dominika	0,16	0,17	0,17	0,16	0,21	2,12%
10	Indonesia	1,19	0,61	0,38	0,45	0,20	1,97%
11	Peru	0,04	0,06	0,07	0,08	0,15	1,53%
12	Amerika Serikat	0,07	0,03	0,04	0,04	0,14	1,44%

Sumber : ITC (Satuan Miliar US\$)

Selanjutnya, Tabel 3.2. memberi gambaran mengenai negara importir utama biji kakao di dunia, yaitu : (1) Belanda (19,60%), (2) Amerika Serikat (13,55%), (3) Jerman (9,74%), Malaysia (9,74%), dan (5) Belgia (9,02%).

Tabel 3.2 Negara Pengimpor Biji Kakao ke Dunia
Periode 2010-2014

Peringkat	Eksportir	2010	2011	2012	2013	2014	Pangsa 2014
	Dunia	9,51	12,32	8,25	7,85	9,68	100%
1	Belanda	1,70	2,17	1,66	1,56	1,90	19,60%
2	Amerika Serikat	1,25	1,42	1,00	1,11	1,31	13,55%
3	Jerman	1,14	1,35	0,92	0,80	0,94	9,74%
4	Malaysia	0,97	1,01	0,88	0,76	0,92	9,47%
5	Belgia	0,58	0,72	0,60	0,67	0,87	9,02%
6	Perancis	0,48	0,49	0,38	0,35	0,44	4,50%
7	Indonesia	0,09	0,06	0,06	0,08	0,34	3,53%
8	Spanyol	0,31	0,28	0,24	0,26	0,34	3,52%
9	Italia	0,28	0,34	0,28	0,25	0,30	3,06%
10	Singapura	0,29	0,27	0,21	0,19	0,27	2,78%
11	Turki	0,23	0,28	0,24	0,22	0,27	2,75%
12	Federasi Rusia	0,21	0,22	0,19	0,19	0,21	2,20%
...							
20	Jepang	0,17	0,19	0,16	0,11	0,10	1,05%

Sumber : ITC (Satuan Miliar US\$)

Tabel 3.2. juga menunjukkan bahwa impor biji kakao Indonesia mengalami peningkatan yang cukup tajam pada tahun 2014. Jika pada tahun 2013 nilai impor biji kakao Indonesia hanya sebesar US\$ 0,08 miliar, pada tahun 2014, nilai tersebut melonjak menjadi US\$ 34 miliar dan menjadikan Indonesia negara importir biji kakao nomor 7 di dunia.

Lonjakan impor biji kakao Indonesia ini adalah imbas dari meningkatnya permintaan biji kakao dalam negeri akibat program hilirisasi pemerintah yang membuat industri kakao lokal semakin bergairah dalam memproduksi kakao olahan. Ini dibuktikan dengan kian meningkatnya ekspor kakao olahan Indonesia. Data *International Cocoa Organization* (ICCO) menunjukkan pada 2013, kakao olahan Indonesia yang dikapalkan ke luar negeri sebanyak 196,3 ribu ton. Angka tersebut kemudian bertambah menjadi 242,2 ribu ton pada 2014 atau meningkat 23,3 %.

Sementara itu Tabel 23.3. memberi gambaran mengenai kegiatan ekspor biji kakao Jepang ke dunia selama periode 2010-2014. Meski selama tahun 2011-2014 tampak mengalami peningkatan dari US\$ 90 ribu menjadi US\$ 231 ribu, jika dibandingkan dengan total nilai ekspor biji kakao dunia yang mencapai US\$ 9,99 miliar (tabel 2.1) pada tahun 2014, nilai ekspor biji kakao Jepang tidak signifikan, yakni hanya sekitar 0,0023% . Dari nilai ekspornya yang kecil ini, dapat disimpulkan bahwa Jepang bukan penghasil biji kakao. Ini sejalan dengan karakteristik tanaman kakao yang membutuhkan iklim tropis untuk tumbuh, sementara Jepang yang beriklim subtropis tidak ideal sebagai tempat pembudidayaan kakao.

Tabel 3.3. Ekspor Biji Kakao Jepang ke Dunia
Periode 2010-2014

Peringkat	Eksportir	2010	2011	2012	2013	2014	Pangsa 2014
	Dunia	281	90	120	127	231	100%
1	Estonia	107	0	0	30	131	56,71%
2	Indonesia	0	0	0	0	74	32,03%
3	Taiwan	6	0	0	51	26	11,26%
4	Tiongkok	12	0	0	0	0	-
5	Germany	0	0	0	47	0	-

6	Korea Selatan	0	90	0	0	0	-
7	Belanda	156	0	0	0	0	-
8	Singapura	0	0	120	0	0	-

Sumber : ITC (Satuan Ribu US\$)

Sebaliknya, Tabel 3.4. yang menampilkan kegiatan impor biji kakao Jepang dari dunia terlihat nilai yang jauh lebih signifikan. Namun, meski sempat mengalami kenaikan di tahun 2011, dari tahun 2011 - 2014 tampak terjadi penurunan impor biji kakao dari dunia sebesar -47% dari semula US\$ 193,28 juta di tahun 2011 menjadi US\$ 101,53 juta di tahun 2014.

Adapun pemasok utama biji kakao ke Jepang adalah (1) Ghana, (2) Ekuador, (2) Venezuela, (4) Pantai Gading, (5) Republik Dominika. Sementara itu, Indonesia berada pada peringkat ke-9 dengan pangsa hanya sebesar 0.70%. Peringkat ini tak berubah dari periode 2006-2010 meski jika dilihat dari pangsa pasar, terjadi sedikit peningkatan dari yang sebelumnya hanya 0,40%. Negara ASEAN lainnya yang menjadi eksportir biji kakao ke Jepang adalah Vietnam di peringkat 10 dengan pangsa sebesar 0,4%. Total nilai ekspornya terlihat meningkat secara stabil selama periode 2010-2014, dari sebelumnya nihil di tahun 2010 menjadi USD 0,41 juta di tahun 2014. Ini menjadikan Vietnam saingan terkuat Indonesia di kawasan ASEAN dalam ekspor biji kakao ke Jepang.

Pada awal 2015, Venezuela yang merupakan pemasok biji kakao terbesar ke-3 bagi Jepang dengan pangsa sebesar 7,04% memutuskan untuk menghentikan izin ekspor biji kakao. Penghentian ekspor ini membawa kecemasan serius pada keseluruhan industri *confectionery* Jepang yang telah mengembangkan banyak produk cokelat dengan menggunakan biji kakao Venezuela. Jika kebijakan penghentian ekspor ini tidak segera dicabut, besar kemungkinan pelaku industri *confectionery* Jepang harus mencari biji kakao pengganti dari negara lain sebagai bahan baku produksinya. Hal ini dapat menjadi peluang bagi negara-negara eksportir biji kakao lain, termasuk Indonesia, untuk meningkatkan ekspornya ke Jepang.

Tabel 3.4. Impor Biji Kakao Jepang Dari Dunia
Periode 2010-2014

Peringkat	Eksportir	2010	2011	2012	2013	2014	Pangsa 2014
	Dunia	166,99	193,28	158,11	109,11	101,53	100%
1	Ghana	129,09	155,34	115,81	84,55	72,00	70,9%
2	Ekuador	11,93	12,20	11,28	9,46	8,87	8,74%
3	Venezuela	13,79	12,49	18,59	5,36	7,15	7,04%
4	Pantai Gading	5,36	3,30	3,99	4,68	6,94	6,83%
5	Republik Dominika	0,81	3,69	4,62	1,90	2,00	1,97%
6	Brazil	0,49	1,37	0,61	0,19	0,89	0,87%
7	Kamerun	3,12	0,65	0,99	1,44	0,82	0,81%
8	Trinidad dan Tobago	0,54	0,81	0,27	0,31	0,75	0,74%
9	Indonesia	1,61	0,77	0,15	0,55	0,71	0,70%
10	Viet Nam	0,00	0,21	0,36	0,32	0,41	0,40%

Sumber : ITC (Satuan Juta US\$)

4. Potensi Pasar Ekspor Biji Kakao di Jepang

Tabel 3.5. Potensi Ekspor Biji Kakao Indonesia ke Jepang
Tahun 2014

Kode HS	Uraian	Impor JPN dari INA	Ekspor INA ke Dunia	Impor JPN dari Dunia	Indicative Export Potential INA
'1804	Cocoa butter, fat and oil	3,41	660,78	195,81	626,69
'1803	Cocoa paste, whether or not defatted	1,15	233,73	44,34	232,58
'1805	Cocoa powder, without added sugar	0,88	104,24	56,06	103,36
'1801	Cocoa beans, whole or broken, raw or roasted	0,81	196,49	101,53	195,68
'1806	Chocolate and other food preparations containing cocoa	0,063	45,05	656,04	44,99
'1802	Cocoa shells, husks, skins and other cocoa waste	0,008	4,23	0,02	4,22

Sumber : ITC (Satuan Juta US\$)

Tabel 3.5. memberikan nilai perdagangan potensial untuk ekspor beberapa produk terkait kakao Indonesia ke Jepang pada tahun 2014. Tabel ini mengindikasikan nilai yang masih bisa diekspor ke Jepang oleh Indonesia berdasarkan kemampuan ekspor Indonesia pada tahun yang sama. Untuk biji kakao, pada tahun 2014 Jepang hanya mengimpor dari Indonesia sebanyak US\$ 0,81 juta, sementara impor Jepang dari dunia mencapai US\$ 101,53 juta. Di sisi lain, Indonesia mampu mengekspor biji kakao ke dunia sebanyak US\$ 196,49 juta. Terlihat bahwa kapasitas produksi Indonesia masih cukup besar untuk menguasai pasar biji kakao Jepang, dan nilai perdagangan potensial untuk ekspor biji kakao Indonesia ke Jepang adalah sebesar US\$ 195,68 juta.

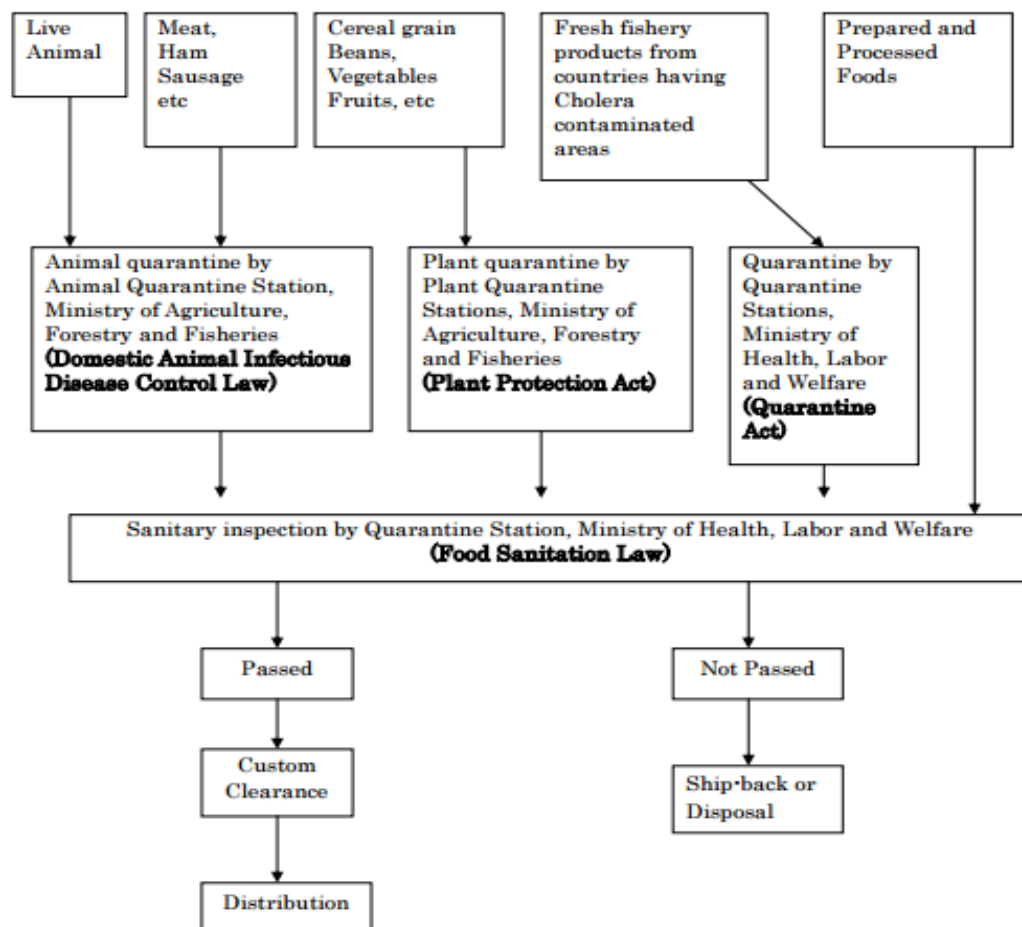
BAB IV

REGULASI

1. Kebijakan dan Regulasi Impor Biji Kakao di Jepang

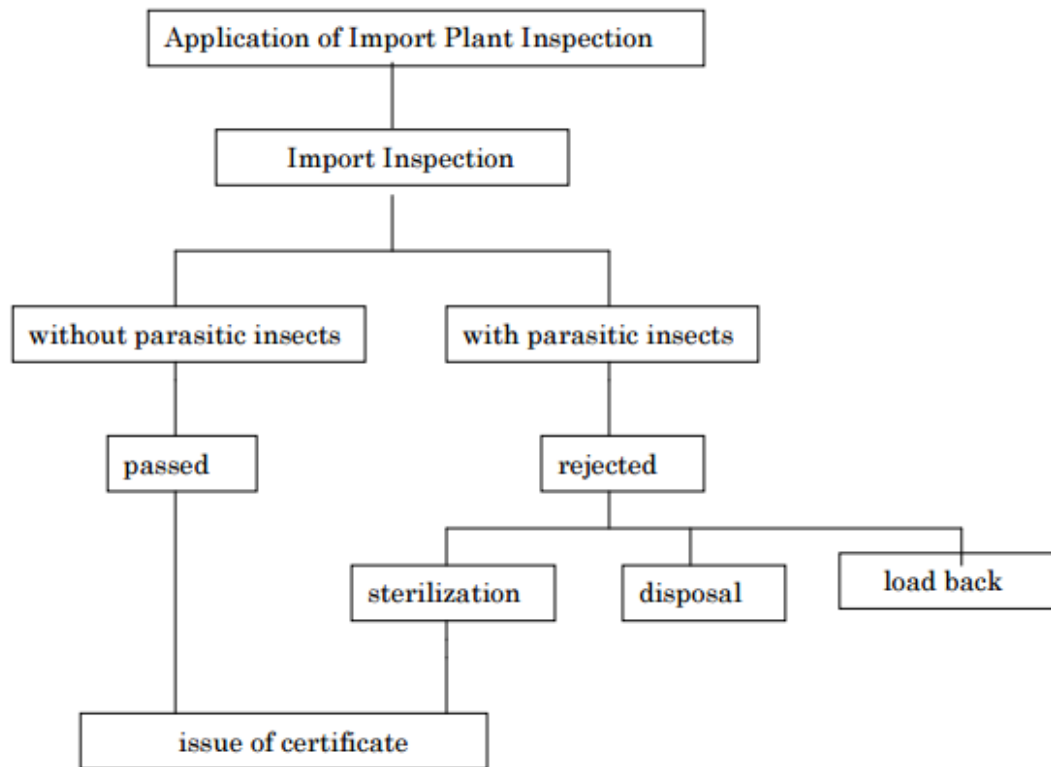
Berdasarkan buku pegangan petunjuk aturan impor yang diterbitkan *Japan External Trade Organization* (JETRO), kebijakan yang terkait dengan impor HS 1801 dapat ditemukan dalam golongan *Agricultural and Fishery Products* dalam sub-bab *Sugars, Cocoa and Prepared Products*.

Gambar 4.1. menunjukkan alur prosedur impor barang dalam kategori *Agricultural and Fishery Products* secara umum.



Gambar 4.1. Skema impor Agricultural and Fishery Products secara umum.

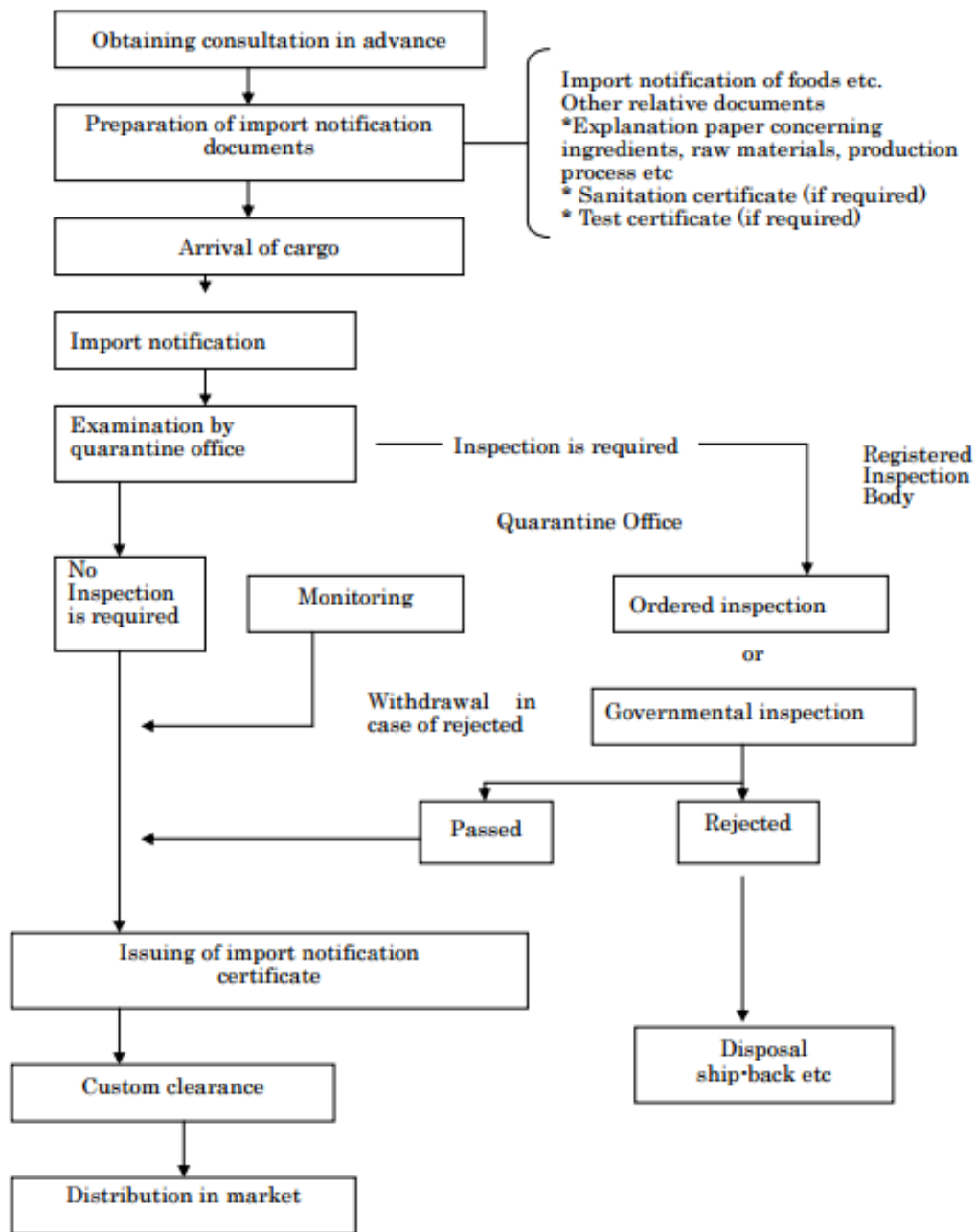
Seperti tampak pada gambar 4.1, Biji Kakao yang jatuh pada sub-kategori *Cereal grain, Beans, Vegetables, Fruits, etc* harus menjalani proses karantina tumbuhan berdasarkan kebijakan **Plant Protection Act**. Lebih lanjut, alur karantina impor tumbuhan tersebut dapat dilihat di gambar 4.2.



Gambar 4.2. Skema karantina impor tumbuhan berdasarkan Plant Protection Act

Tujuan dari kebijakan *Plant Protection Act* adalah untuk memeriksa tanaman ekspor, impor, dan domestik, mengendalikan hama, dan mencegah munculnya dan/atau penyebaran hama, sehingga memastikan stabilisasi dan pengembangan produksi agrikultura.

Lebih lanjut, pada gambar 4.3, setelah melalui proses karantina, biji kakao impor harus menjalani pemeriksaan sanitasi oleh bagian karantina Kementerian Kesehatan, Ketenagakerjaan, dan Kesejahteraan Jepang berdasarkan aturan *Food Sanitation Law*.



Gambar 4.3. Skema pemeriksaan sanitasi berdasarkan Food Sanitation Law

Tujuan dari kebijakan *Food Sanitation Law* ini adalah untuk melindungi kesehatan publik dari bahan-bahan berbahaya yang kemungkinan ikut dikonsumsi dalam makanan atau minuman. Semua pihak yang ikut serta dalam proses impor makanan diwajibkan melapor kepada Kementerian Kesehatan, Ketenagakerjaan, dan Kesejahteraan Jepang.

Daftar kebijakan terkait impor biji kakao di Jepang

Mengacu pada buku pegangan petunjuk aturan impor JETRO, ada 3 kebijakan terkait impor Biji Kakao ke Jepang, yakni,

a. **Food Sanitation Act.** Dalam inspeksi, 2 salinan pemberitahuan impor harus diberikan kepada bagian yang bertanggungjawab atas inspeksi di pos karantina. Selain itu, importir dari produk-produk hasil proses yang diimpor pertama kali wajib menyampaikan referensi mengenai rincian bahan dan proses produksinya.

b. **Prevention of Plant Epidemics dalam Plant Protection Act.** Dilarang melakukan impor dari negara yang terdapat hama-hama tertentu. Sementara untuk impor dari daerah/negara-negara lain, dibutuhkan karantina berdasarkan *Plant Protection Act*. Ketika melakukan impor biji kakao, importir harus mendaftar untuk inspeksi ke Pos Karantina Tanaman dengan melampirkan dokumen-dokumen, termasuk “*Plant import inspection application*” beserta sertifikat pencegahan wabah tanaman yang dikeluarkan oleh badan pencegahan wabah tanaman di negara asal. Jika dalam inspeksi ditemukan kecacatan atau kerusakan oleh serangga berbahaya, maka dibutuhkan tindakan seperti pengasapan atau proses disinfeksi.

c. **JAS System.** JAS Law adalah *Law Concerning Standardization and Proper Labeling of Agricultural and Forest Products* (Peraturan Terkait Standardisasi dan Pelabelan Yang Tepat Terhadap Produk Agrikultural dan Kehutanan). JAS System dibangun berdasarkan JAS Law dengan tujuan meningkatkan kualitas, rasionalisasi produksi, perdagangan yang adil dan lebih sederhana, dan penggunaan atau konsumsi yang wajar dari produk perkebunan dan kehutanan serta labelisasi yang sesuai dengan kualitas.

JAS system terdiri dari 2 sistem :

- **JAS Standards System.** Dalam sistem ini digunakan *Japanese Agricultural Standards* (Standar Agrikultural Jepang, atau dikenal sebagai JAS Standards)

normal dan produk yang telah diterima melalui inspeksi dibawah JAS Standards normal diizinkan untuk memasang simbol JAS setelah produk tersebut lolos inspeksi yang dilakukan berdasarkan ketentuan dari JAS standards yang relevan yang dibuat oleh Kementerian Perkebunan, Kehutanan, dan Perikanan.



Name of Certification Body

Gambar 4.4 Simbol JAS

Simbol JAS pada gambar 4.4. adalah untuk makanan dan produk kehutanan yang telah sesuai dengan kualitas, bahan-bahan, dan ketentuan lain dari JAS standards (JAS standards normal).

- **Standardized Quality Labeling System.** Sistem ini mewajibkan seluruh produsen dan distributor untuk melabeli produk mereka sesuai dengan standar labeling kualitas yang ditentukan oleh Kementerian Perkebunan, Kehutanan, dan Perikanan untuk memudahkan konsumen memilih produk dengan lebih mudah dan yakin. Standar tambahan yang diperlukan dapat ditetapkan untuk memenuhi karakteristik setiap produk minuman dan makanan.



Name of Certification Body

Gambar 4.5.. Simbol JAS Spesifik

Simbol JAS Spesifik seperti pada gambar 4.6. ditujukan untuk makanan yang telah memenuhi JAS Standard (JAS Standards spesifik) menyangkut metode produksi khusus dan bahan mentah yang spesifik.

Selain itu, untuk mengimpor dan menjual produk organik, termasuk biji cokelat organik di Jepang harus disertifikasi berdasarkan standar Organic JAS dan label Organic JAS wajib disertakan dalam produknya. Label organic JAS dapat dilihat di gambar 2.12.



Name of Certification Body

Gambar 4.6. Simbol Organic JAS

Selain ketiga kebijakan tersebut, sejak 29 Mei 2006, Departemen Keamanan Makanan Kementerian Kesehatan, Ketenagakerjaan, dan Kesejahteraan Jepang memberlakukan aturan yang dikenal sebagai ***Positive List System***. Sistem ini menetapkan standar residu untuk semua pestisida, zat aditif pakan ternak, dan obat-obatan hewan (zat kimia agrikultural) dalam makanan dan melarang penjualan serta pemrosesan komoditas makanan yang mengandung residu dalam kadar yang melebihi batas maksimum yang ditetapkan.

Sesuai dengan kebijakan ini, beberapa zat kimia dari pestisida dalam batas kadar tertentu tidak diperbolehkan terdapat pada biji kakao yang diimpor. Zat-zat kimia tersebut diantaranya : Permethrin, Imidacloprid, Fenvalerate, Endosulfan, Primiphos-methyl, Chlorpyrifos.

Informasi lengkap mengenai *Positive List System* dapat dilihat pada tautan berikut:

□ <http://www.mhlw.go.jp/english/topics/foodsafety/positivelist060228/index.html>
<http://www.mhlw.go.jp/english/topics/foodsafety/positivelist06028/dl/060526-1a.pdf> □

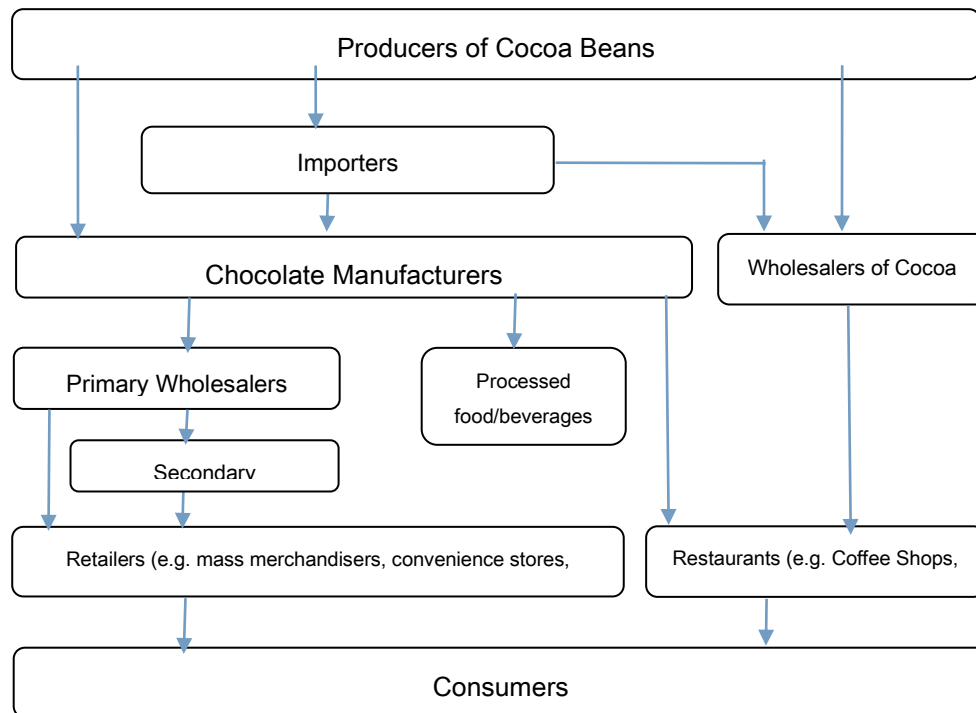
Daftar Instansi Terkait Peraturan Biji Kakao

Plant Protection Act	
Plant Protection Division, Food Safety and Consumer Affairs Bureau, Ministry of Agriculture, Forestry and Fisheries	Tel : +81-3-3502-811
	http://www.maff.go.jp
Food Sanitation Act	
Inspection and Safety Division, Department of Food Safety, Pharmaceutical and Food Safety Bureau, Ministry of Health, Labour and Welfare	Tel : +81-3-5253-1111
	http://www.mhlw.go.jp
Customs Tariff Act	
Customs and Tariff Bureau, Ministry of Finance Japan	Tel : +81-3-3581-4111
	http://www.mof.go.jp
Law Concerning Standardization and Proper Labeling of Agricultural and Forestry Products	
Labeling and Standards Division, Food Safety and Consumer Affairs Bureau, Ministry of Agriculture, Forestry and Fisheries	TEL : +81-3-3502-8111
	http://www.maff.go.jp
Health Promotion Act	
Food and Labeling Division, Consumer Affairs Agency	TEL : +81-3-3507-8800
	http://www.caa.go.jp
Positive List System	
Department of Food Safety, Ministry of Health, Labour and Welfare	Tel : +81-3-5253-1111
	http://www.mhlw.go.jp

2. Saluran Distribusi Biji Kakao di Jepang

Gambar 4.7. memperlihatkan jalur distribusi biji kakao di Jepang, dari produser di luar negeri kemudian diimpor oleh para importir (*trading company*), *manufacturers* dan *wholesalers* biji cokelat hingga akhirnya sampai ke tangan konsumen. Pabrik yang memproses cokelat di Jepang lebih memilih mengimpor biji cokelat dari trading company daripada membeli langsung dari eksportir. Dengan demikian, importir Jepang

memiliki kontrol atas rantai pasokan biji kakao yang dipakai sebagai bahan untuk pembuatan cokelat. Pasokan biji kakao dibeli oleh *trading company* berdasarkan harga yang ditentukan oleh New York Stock Exchange, dengan memprioritaskan efisiensi dalam hal biaya dan kuantitas.



Gambar 4.7. Saluran Distribusi Biji Kakao di Jepang

3. Hambatan

Beberapa hal yang dapat menghambat peningkatan ekspor produk kakao Indonesia ke Jepang adalah sebagai berikut :

3.1. Kebijakan Impor Jepang yang Ketat

Jepang memiliki kebijakan yang sangat ketat menyangkut impor bahan pangan, salah satunya adalah mengenai batas maksimum residu pestisida seperti diatur dalam *Positive List System*. Mengacu pada kebijakan tersebut, banyaknya jenis pestisida yang diperbolehkan untuk digunakan pada komoditas kakao di Indonesia mengundang kekhawatiran. Sampai dengan tahun 2011, sebanyak lebih dari 290 nama dagang pestisida dengan sekitar 70 jenis bahan aktif diizinkan untuk

digunakan dalam perkebunan kakao (Kementerian Pertanian). Jika tidak dikendalikan dengan baik, ini dapat membuka peluang penggunaan pestisida secara berlebihan yang pada akhirnya meninggalkan residu melampaui batas maksimum pada biji kakao.

Karena banyaknya organisme pengganggu tumbuhan pada budidaya kakao dan belum adanya teknik pengendalian non-pestisida yang sama efektifnya dengan pestisida, penggunaan pestisida pada komoditas kakao sulit untuk ditiadakan sama sekali. Namun, bisa dilakukan upaya-upaya untuk meminimalisir residu pestisida pada kakao, di antaranya penyuluhan pada petani mengenai penggunaan pestisida yang rasional, sosialisasi bahaya pestisida, dan melakukan *monitoring* residu pestisida pada biji kakao melalui institusi atau laboratorium yang sudah terakreditasi secara nasional dan internasional.

3.2. Harga

Untuk produk HS 1801 *Cocoa beans, whole or broken, raw or roasted*, harga rata-rata produk dari Indonesia seharga US\$ 7,87/kg, sementara produk dari Ghana hanya seharga US\$ 3,20/kg. Perbedaan harga untuk produk HS 1801 yang hampir mencapai 250% ini tentunya menjadi penghambat peningkatan nilai ekspor produk HS 1801 Indonesia ke Jepang.

3.3. Naiknya Pajak Konsumsi

Kenaikan pajak konsumsi di Jepang bulan April 2014 yang lalu dari 5% menjadi 8% memberikan dampak negative terhadap daya beli masyarakat Jepang.

BAB V

PELUANG dan STRATEGI

1. Peluang

a. **Pertumbuhan produksi dan penjualan coklat dalam negeri Jepang**

Berdasarkan data *All Nippon Kashi Association*, selama periode 2010-2014, angka produksi dan penjualan coklat Jepang terus mengalami peningkatan. Salah satu pasar spesifik yang mengalami peningkatan adalah pasar coklat *bean to bar* di mana produsen coklat membeli dan mengolah langsung biji kakao secara internal hingga menjadi produk coklat. Hal ini membuka peluang bagi negara-negara eksportir biji kakao, termasuk Indonesia untuk meningkatkan ekspor biji kakao ke Jepang.

b. ***Zero tariff import duty***

Berdasarkan data tarif bea masuk di Jepang yang berlaku sejak 1 April 2012, Jepang telah membebaskan tarif impor untuk biji kakao untuk semua skema perdagangan, baik secara umum (*general*), WTO (*World Trade Organization / perjanjian multilateral*), dan EPA (*Enhanced Partnership Agreement / perjanjian bilateral*). Hal ini memberi peluang yang sama bagi semua negara untuk dapat bersaing mengeksport biji kakao ke Jepang.

c. **Kapasitas Produksi Kakao Indonesia**

Indonesia merupakan negara produsen biji kakao terbesar ketiga di dunia setelah Republik Pantai Gading dan Ghana. Produksi biji kakao di Indonesia mencapai di atas 400.000 ton per tahun. Dengan kapasitas produksi yang besar, Indonesia memiliki peluang yang baik untuk meningkatkan ekspor ke Jepang.

d. **Kondisi Negara Pesaing**

Penyakit virus Ebola yang melanda wilayah Afrika Barat dikhawatirkan akan menyebar ke Ghana dan Republik Pantai Gading. Kekhawatiran ini sempat

menaikkan harga kakao di pasar internasional pada akhir tahun 2014, karena bila wabah virus Ebola melanda kedua negara tersebut dapat dipastikan para pekerja di perkebunan kakao akan mengungsi ke luar negeri, sehingga akan membawa dampak negatif terhadap produksi dan ekspor kakao dari kedua negara tersebut.

2. Strategi

Untuk meningkatkan pasar biji kakao Indonesia di Jepang, pemerintah dan pengusaha biji kakao dapat melakukan hal-hal berikut :

2. Strategi Dalam Negeri :

a. Meningkatkan kualitas biji kakao Indonesia untuk memasuki pasar cokelat premium.

Jepang dikenal memberlakukan kontrol kualitas yang sangat ketat terhadap barang-barang yang diimpor ke dalam negaranya, termasuk biji kakao. Terlebih lagi, trend pasar cokelat yang sedang berkembang di Jepang saat ini adalah cokelat premium yang membutuhkan biji kakao kualitas terbaik sebagai bahan bakunya. Untuk memasuki pasar premium itu, kualitas biji kakao Indonesia perlu terus ditingkatkan agar dapat bersaing dengan negara-negara eksportir biji kakao lain. Di samping itu, dengan memasuki pasar cokelat premium, *image* Indonesia pun akan terangkat sebagai produsen biji kakao berkualitas dan pada akhirnya akan meningkatkan minat importir Jepang terhadap biji kakao Indonesia.

Dewasa ini, konsumen Jepang semakin banyak mengasosiasikan kualitas makanan dengan daerah/negara asalnya. Misalnya biji kakao asal Ghana yang kerap dipromosikan sebagai bahan baku cokelat premium, maka konsumen Jepang pada umumnya akan mengasosiasikan biji kakao Ghana sebagai biji kakao berkualitas tinggi. Sejalan dengan itu, dengan memasuki pasar cokelat premium, *image* Indonesia pun dapat terangkat sebagai produsen biji kakao berkualitas dan pada akhirnya akan meningkatkan minat importir Jepang

terhadap biji kakao Indonesia.

b. Meningkatkan luas lahan yang memiliki sertifikat lahan organik.

Pasar produk organik di Jepang semakin meningkat. Hal ini perlu ditanggapi dengan meningkatkan luas lahan yang memiliki sertifikasi lahan organik sehingga hasil produk dapat memiliki sertifikasi sebagai produk organik.

c. Konsentrasi pengembangan dan promosi produk.

Peningkatan nilai ekspor Indonesia ke Jepang untuk produk HS 1804 *Cocoa butter, fat and oil* perlu terus diusahakan. Selain itu, Indonesia perlu mengupayakan peningkatan market share untuk produk HS 1806 *Chocolate and other food preparations containing cocoa* yang memiliki market impor terbesar untuk produk kakao di Jepang. Pada tahun 2014, Indonesia hanya memiliki *market share* sebesar 0,05% untuk produk HS 1806 ini, dibandingkan Singapura yang memiliki *market share* sebesar 33,3%.

d. Bimbingan dan penyuluhan

Pengadaan bimbingan dan penyuluhan perlu terus diadakan sehingga pengusaha/ petani dapat meningkatkan kualitas dan kuantitas produknya.

e. Penyediaan bantuan modal

Pemberian bantuan modal kepada petani, serta pengusaha akan membantu peningkatan produksi produk kakao. Pemerintah perlu mengusahakan pemberian bantuan modal dengan bunga rendah dan juga penyediaan fasilitas dan peralatan dengan biaya sewa yang rendah.

f. Bantuan promosi

Pelaksanaan promosi produk kakao Indonesia di Jepang perlu dilaksanakan terus-menerus. Para pengusaha produk kakao di Indonesia perlu didorong dan difasilitasi untuk terus ikut dalam pameran dagang di Jepang.

g. Penataan birokrasi untuk investasi asing

Prosedur yang jelas, pelayanan yang terpadu diperlukan agar pihak asing mudah melakukan ekspansi dan investasi di Indonesia.

3. Strategi Luar Negeri :

a. Meningkatkan kapasitas produksi biji kakao Indonesia.

Salah satu faktor yang menyebabkan menurunnya ekspor biji kakao Indonesia adalah terus merosotnya produksi di dalam negeri. Untuk itu, pemerintah dan pengusaha / petani biji kakao perlu terus berupaya untuk menggenjot produksi sehingga mencukupi tak hanya untuk kebutuhan industri pengolahan kakao di dalam negeri namun juga untuk diekspor ke luar negeri.

b. Menjalinkan kerjasama dengan perusahaan / importir Jepang.

Dengan menarik pengusaha Jepang untuk melakukan investasi di bidang pengolahan kakao, para petani Indonesia sekaligus dapat menjalin kerjasama untuk mendapatkan *capacity building*. Dengan demikian, diharapkan kualitas biji kakao yang dihasilkan biji petani dapat sesuai dengan harapan konsumen Jepang.

c. Gencar mempromosikan biji kakao dan produk olahannya.

Wakil dari pengusaha biji kakao Indonesia diharapkan dapat secara aktif berpartisipasi dalam mengikuti pameran tahunan terkait industri makanan yang dilaksanakan di Jepang. Daftar pameran dapat dilihat pada Bab V.

Selain itu, promosi dapat juga dilakukan dengan membuat situs pusat perdagangan yang berisi data dan informasi terpadu mengenai biji kakao Indonesia. Dari situs ini, pengusaha atau importir dari Jepang yang membutuhkan *supplier* biji kakao atau produk olahan kakao dari Indonesia dapat dengan mudah memperoleh informasi mengenai produk apa saja yang tersedia serta kontak para *supplier*.

d. Proaktif dengan perwakilan dagang luar negeri.

Para petani biji kakao diharapkan dapat proaktif menghubungi Perwakilan Dagang Luar Negeri Indonesia di Jepang untuk mendapatkan informasi lebih lanjut mengenai peluang pasar biji kakao di Jepang. Hal tersebut dapat dilakukan dengan menghubungi *Indonesian Trade Promotion Center* (ITPC) di Osaka.

BAB VI

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, 5 th 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 - Makassar Konsul Jenderal : Mr. Noboru NOMURA Jl. Jenderal Sudirman No.31, Makassar, Indonesia Phone : (62-411) 871-030, 872-323, 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 - 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 Telepon: (813) 3283-7523 Fax: (813) 3216-6497 Website: www.tokyo-cci.or.jp Email: kokusai@tokyo-cci.or.jp
Fukuyama Chamber of Commerce & Industry 2-10-1 Nishimachi, Fukuyama City, Hiroshima 720-0067, Japan Telepon: (818) 4921-2345 Fax: (818) 4922-0100 Website: www.fukuyama.or.jp/e Email: cci@fukuyama.or.jp
Hiroshima Chamber of Commerce & Industry 44 Matomachi-5-chome, Naka-ku, Hiroshima 730, Japan Telepon: (818) 2222-6610 Fax: (818) 2211-0108 Website: www.hiroshimacci.or.jp
Kawasaki Chamber of Commerce & Industry 11-2 Ekimae Honcho, Kawasaki-ku, Kawasaki 210, Japan Telepon: (814) 4211-4111 Fax: (814) 4211-4118 Website: www.kawasaki-cci.or.jp
Kyoto Chamber of Commerce & Industry 240 Shoshoicho Ebisugawa-agaru Karasumadori, Nakakyo-ku 604, Japan Telepon: (817) 5212-6450 Fax: (817) 5255-0428 Website: www.kyo.or.jp/kyoto/e Email: shinkou@kyo.or.jp
Osaka Chamber of Commerce & Industry 2-8 Honmachi-bashi, Chuo-ku, Osaka 540-0029, Japan Telepon: (816) 6944-6400 Fax: (816) 6944-6293 Website: www.osaka.cci.or.jp/e

Okinawa Chamber of Commerce & Industry 15-20 Chuo-4-chome, Okinawa-shi 904, Japan Telepon: (819) 8938-8022 Fax: (819) 8938-2755 Website: www.okinawacci.or.jp Email: info@okinawacci.or.jp
Nagahama Chamber of Commerce & Industry 10-1 Takada-cho, Nagahama, Shiga 526-0037, Japan Telepon: (817) 4962-2500 Fax: (817) 4962-8001 Website: www.nagahama.or.jp Email: cci@nagahama.or.jp

3. Asosiasi Terkait Biji Kakao dan Makanan di Jepang

Chocolate and Cocoa Association of Japan 6-9-5, Shinbashi, Chome Minato-Ku, JB Building 6th Floor Tokyo, Japan 105-0004 Tel: + 81 3 5777-2035 Fax: + 81 3 3432-8852 E-mail: chocolate@chocolate-cocoa.com Website: www.chocolate-cocoa.com

4. Daftar Pameran Terkait Makanan di Jepang

Overall Food Products	
FOODEX	http://www3.jma.or.jp/foodex/ja
	TEL: +81-3-3434-3453
IFIA JAPAN	Annual International Food Ingredients & Additives Exhibition and Conference Tokyo International Exhibition Center (Tokyo Big Sight)
Salon Du Chocolat	Isetan Department Store 3-14-1 Shinjuku Shinjuku - Ku 160-0022, Tokyo
Supermarket Trade Show	http://www.smts.jp
	TEL: +81-3-5209-1056

The World Food and Beverage Great Expo	www.fabex.jp
	TEL: +81-3-3271-4816
Dessert, Cake, Beverage	
Dessert Sweets & Drink Festival	http://www.dainichiad.co.jp/html/fabex/deza_top.htm
	TEL: +81-3-5294-0071

5. Perwakilan Indonesia di Jepang

KBRI Tokyo

Duta Besar: Yusron Ihza Mahendra
 Atase Perdagangan: Julia Silalahi
 5-2-9 Higashigotanda, Shinagawa-ku, Tokyo 141-0022, Japan
 Telepon: (813) 3441-4201
 Fax: (813) 3447-1697
 Website: www.kbritokyo.jp

KJRI Osaka

Konsul Jendral: Wisnu Edi Pratignyo
 Resona Semba Building 6F, 4-4-21 Minami Semba, Chuo-ku, Osaka 542-0081, Japan
 Telepon: (816) 6252-9824
 Fax: (816) 6252-9872
 Website: www.indonesia-osaka.org
 Email: kjri-osaka@indonesia-osaka.org

ITPC Osaka

Kepala: Hotmida Purba
 Wakil: Adhi Kusuma Yudha Halim
 Matsushita IMP Bld. 2F, 1-3-7 Shiromi, Chuo-ku, Osaka 540-6302, Japan
 Telepon: (816) 6947-3555
 Fax: (816) 6947-3556
 Website: www.itpc.or.jp
 Email: itpc.osaka@kemendag.or.id

6. Daftar Importir Biji Kakao di Jepang

No	Nama Perusahaan	Alamat	Telepon/Fax	E-mail/Situs
1	Daito Cacao Co.,Ltd.	2-3-23 Shitameguro, Meguro-ku, Tokyo 153-0064	T: 03-3492-7501 F: 03-3490-4451	http://www.daitocacao.com/
2	Sakurai Foods Co.,Ltd.	343 Tsurunosu, Kanocho, Mino-Kamocity, Gifu 505-0051	T: 0574-54-2251 F: 0574-54-2253	www.sakurafoods.com
3	Meito Industry Co.,Ltd.	41, 2-chome, Sasazuka cho, Nagoya-city, Aichi Pref. 451-8520	T: 052-521-7110	http://www5.mediagalaxy.co.jp/meito/index.html sohmu@meito-snagyo.co.jp
4	Ezaki Glico Co.,Ltd.	4-6-5 Utajima, Nishi Yodogawaku, Osaka City 555-8502	T: 0120-917-111	www.glico.co.jp
5	Furuta Confectionery Co.,Ltd.	6-7-22 Hayashiji, Ikuno-ku, Osaka 544-0023	T: 06-6719-6161	www.furuta.co.jp
6	Japan Chocolate Industrial Corporation	2-3-13 Higashi sakashita, Itabashi-ku, Tokyo	T: 03-3969-1261 F: 03-3967-0915	www.chocolate.or.jp
7	Royce' Confect Co.,Ltd.	1-1 Ainosato 4-9 Kita-ku, Sapporo, Hokkaido 002-8074	T: 0120-873-612	http://www.e-royce.com/ shopmaster@e-royce.com
8	Rocks Seika Co.,Ltd.	3-11-2 Sotokanda, Chiyoda-ku, Tokyo	T: 03-3253-6911 F: 03-3253-6913	www.cam.hiho.ne.jp coinchocorock@cam.hiho.ne.jp

9	Shoei Foods Corporation	1-8-1 Mebacho, Nihonbachi, Chuo-ku, Tokyo 103-8203	T: 03-3253-1211	http://www.shoeifoods.co.jp
10	Kabaya Foods Corporation	11000 Nonoguchi, Otsuno, Kitaku, Okayama-city, Okayama	T: 0867-24-4300	http://www.kabaya.co.jp
11	Takaoka Chocolate Co.,Ltd.	4-1, Higashi- Honmachi, Amagasaki-city, Hyogo 660-0824	T: 06-6401-4991 F: 06-6401-4993	www.takaokachocolate.co.jp
12	Tokyo Food Co.,Ltd.	1687-1 Ueooshimamojishinmei, Tsukuba-city, Ibaraki Pref. 300-4351	T: 029-866-1587 F: 029-866-1598	www.tokyo-food.com
13	Lotte Co.,Ltd.	3-20-1 Nishi Shinjuku, Shinjuku-ku, Tokyo 160-0023	T: 0120-302-300	www.lotte.co.jp
14	Yamazaki Nabisco Co.,Ltd.	Shinjuku Nomura Bld 40F, 1-26-2 Nishi Shinjuku, Shinjuku, Tokyo 163-0540	T: 03-3344-2001	www.yamazaki-nabisco.co.jp
15	Meiji Co.,Ltd.	2-10 1-chome, Shinsa, Eto-ku, Tokyo	T: 0120-041-082	www.meiji.co.jp

BAB VII

REFERENSI

<http://www.chocolate-cocoa.com/english/>
<http://www.icco.org/>
<http://www.eokashi.net/index.html>
<http://www.trademap.org/>
<http://www.jetro.go.jp/>
<http://www.meiji.co.jp/>
<http://dari-k.shop-pro.jp/>
www.amazon.co.jp
<http://ditjenbun.pertanian.go.id/>
<http://www.kemenperin.go.id/>
<http://www.kemendag.go.id>