



**SEPEDA
HS 8712**

LAPORAN INFORMASI
INTELIJEN BISNIS
2018

ITPC
osaka

RINGKASAN EKSEKUTIF

Penggunaan sepeda pada kehidupan sehari-hari masyarakat Jepang dimulai sekitar tahun 1860-an. Pada saat itu, sepeda roda tiga banyak digunakan untuk mengangkut barang, khususnya di daerah pusat perdagangan, seperti Yokohama. Kemudian sekitar tahun 1879, sepeda terutama sepeda roda dua mulai digunakan sebagai alat transportasi. Saat ini terdapat sekitar 71,6 juta sepeda yang beredar di Jepang. Hampir seluruh rumah tangga di Jepang memiliki sepeda sebagai alat transportasinya. Pada tahun 2016, sekitar 87% rumah tangga di Jepang menggunakan sepeda untuk kehidupan sehari-hari, baik untuk berangkat ke sekolah dan tempat bekerja bahkan untuk berbelanja. Beberapa faktor yang membuat sepeda banyak disukai masyarakat Jepang antara lain: (i) biaya transportasi cenderung murah; (ii) udara di Jepang yang segar dan bersih; (iii) kondisi jalan yang mendukung dengan dibuatnya jalur khusus sepeda; (iv) didukung oleh fasilitas yang terintegrasi, seperti banyaknya parkir sepeda di tempat-tempat publik, seperti stasiun kereta api dan pusat perbelanjaan; dan (v) bersepeda dianggap sebagai aktivitas yang menyehatkan. Sepeda jenis “*Mamachari*” merupakan bentuk sepeda yang paling diminati masyarakat Jepang. *Mamachari* atau “*mom’s bicycle*” pada awalnya diperuntukan bagi kelompok ibu rumah tangga dimana fitur dalam sepeda meliputi keranjang, kunci sepeda yang sederhana, *kickstand*, memiliki satu gigi sepeda dan seringkali ditambahkan tempat duduk tambahan untuk anak-anak. Dengan fitur yang praktis tersebut, maka berbagai kalangan, seperti pelajar dan pekerja di Jepang juga kerap menggunakan *mamachari*.

Pada tahun 2017, produksi domestik sepeda Jepang menurun sebesar 5,2% dari 939 ribu unit pada tahun 2016 menjadi 891 ribu unit. Namun, secara nilai, produksi cenderung meningkat sebesar 4,4% dari 53 juta JPY tahun 2016 menjadi 56 juta JPY. Sekitar 85% dari total produksi merupakan sepeda elektrik, sementara sisanya berupa sepeda ringan dengan pedal (sekitar 11%) dan jenis sepeda lainnya (sekitar 4%). Kondisi ini jauh berbeda dibandingkan dengan kondisi sepuluh tahun yang lalu dimana produksi sepeda ringan atau manual masih mendominasi industri sepeda di Jepang. Walaupun saat ini banyak perusahaan sepeda memproduksi *e-bike*, namun terlihat dari data rekam penjualan tahun 2017, produk sepeda ringan atau manual masih mendominasi pasar sepeda di Jepang. Pada tahun 2017, total penjualan sepeda manual tercatat 648 ribu unit, sementara penjualan *e-bike* hanya tercatat 616 ribu unit. Adapun penjualan jenis sepeda lainnya tercatat 367 ribu unit. Meskipun jenis sepeda ringan atau manual memiliki pangsa penjualan yang terbesar, namun capaian penjualan sepeda ringan atau manual menurun dibandingkan capaian penjualan pada tahun 2016 yang mencapai 682 ribu unit. Sebaliknya, penjualan *e-bike* justru meningkat cukup signifikan sebesar 14,2%. Pada tahun 2016, penjualan *e-bike* tercatat 398 ribu unit. Karena memiliki nilai jual yang lebih tinggi, penjualan *e-bike* juga menyumbang total penjualan secara nilai sebesar 49,4 miliar JPY. Sementara itu, nilai penjualan sepeda manual dan jenis lainnya hanya tercatat masing-masing sebesar 10,4 miliar JPY dan 8,4 miliar JPY. Penjualan selalu melampaui produksi domestik sepeda. Hal ini menunjukkan bahwa produksi domestik belum mampu sepenuhnya untuk memenuhi permintaan sepeda di pasar Jepang. Oleh karena itu, pemenuhan kebutuhan domestik ditopang oleh impor. Produksi sepeda di Jepang lebih berfokus pada produksi sepeda elektrik. Oleh karena itu, kondisi ini menunjukkan bahwa ekspor sepeda ke pasar Jepang masih sangat terbuka.

Jepang merupakan pasar produk sepeda yang penting di dunia. Pada tahun 2017, total impor sepeda Jepang tercatat USD 739,8 juta, meningkat sebesar 5,1%

dibandingkan tahun sebelumnya yang tercatat USD 704,2 juta. Total impor sepeda di pasar Jepang didominasi oleh *sport bike* dengan pangsa sebesar 39%, lalu diikuti dengan *light bike* (pangsa 22,1%) dan *children bicycle* (pangsa 18,9%). Adapun di posisi keempat ditempati oleh impor *e-bike* dengan pangsa 8,8%. Tahun 2017 adalah tahun pertama dimana Jepang melakukan impor *e-bike*. Sebelumnya, pasokan *e-bike* dipenuhi oleh produksi dalam negeri. Tingginya permintaan *e-bike* saat ini merupakan faktor utama meningkatnya impor. Selain *e-bike*, permintaan akan sepeda khususnya yang diperuntukan bagi anak-anak pun kian potensial. Berbeda dengan jenis lainnya, impor pada kelompok *children bicycles* dan *mini-cycles* masih mengalami kenaikan dibandingkan tahun sebelumnya yang meningkat masing-masing sebesar 2,5% dan 5,5%.

RRT merupakan pemasok utama di pasar sepeda Jepang. Selain memiliki pangsa yang besar, untuk beberapa jenis sepeda, posisi RRT di pasar Jepang pun masih sangat kuat. Secara umum, Indonesia menempati urutan ke-7 eksportir sepeda terbesar di pasar Jepang. Kendati demikian, pangsa Indonesia masih sangat rendah yakni 0,1%. Berdasarkan jenis sepeda, Indonesia memiliki posisi yang cukup kuat pada jenis *sport bike*, *children bike*, *infant bike*, dan *mountain bike*. Selain *children bike*, jenis sepeda yang sekarang ini memiliki performa impor yang baik di pasar Jepang adalah *e-bike* dan *mini-cycles*. Kendati demikian, Indonesia belum banyak memulai menggarap kedua pasar *e-bike* dan *mini-cycles* tersebut.

Berdasarkan informasi dari *Japan Custom*, untuk tariff bea masuk saat ini Jepang sudah tidak lagi mengenakan bea masuk untuk produk sepeda. Beberapa ketentuan impor produk sepeda di pasar Jepang antara lain:

1. *Import Clearance*

Importir wajib mengajukan izin impor ke *Director-General of Customs* Jepang. Setelah itu, izin impor akan didapatkan setelah pengujian produk dan pembayaran bea masuk. Produk sepeda merupakan salah satu produk manufaktur yang telah dibebaskan bea masuknya.

2. *Import Declaration*

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

- a. *Invoice*

- b. *Bill of lading* atau *Airway Bill*

- c. *Certificate of origin*

- d. *Certificate of origin form A Generalized system of preferences*

- e. *Packing lists, freight account, insurance certificates* dll

- f. *Licenses, certificates* dan dokumen lain yang diminta oleh pihak *Custom* Jepang (terutama untuk barang yang memiliki regulasi impor tertentu)

- g. Surat pernyataan mengenai pengurangan atau pengecualian bea masuk

- h. Slip pembayaran bea masuk

Di Jepang, biasanya sepeda dari produsen langsung didistribusikan ke retailer. Retailer dapat berupa pasar fisik, seperti *official store brand*, supermarket dan toko sepeda maupun secara *online*. Oleh karena itu, salah satu strategi utama untuk menggarap pasar sepeda di Jepang adalah dengan memperluas jaringan bisnis dengan para *retailers* sepeda yang pada umumnya memiliki toko yang tersebar baik secara nasional maupun secara regional di Jepang. Selain melalui *retailers*, strategi pemasaran sepeda di Jepang juga dapat melalui beberapa organisasi perkumpulan

pecinta sepeda. Salah satu cara efektif dalam memperkenalkan produk sepeda Indonesia adalah secara aktif mengikuti pameran dagang sepeda di Jepang. Salah satu pameran dagang produk sepeda terbesar di Jepang adalah *Cycle Mode International*. Pada tahun 2017, pameran ini mampu menarik sebesar 27.407 pengunjung. Selama empat tahun terakhir, pameran Cycle Mode International dapat menarik lebih dari seribu *retailers* setiap tahunnya.

Harga sepeda di pasar Jepang cukup beragam tergantung pada jenis dan *brand* sepeda itu sendiri. E-bike merupakan jenis sepeda termahal di pasar Jepang. Produksi e-bike yang memerlukan input lebih banyak dan lebih mahal mendorong harga jual relatif lebih tinggi dibandingkan jenis sepeda lainnya. Adapun jenis sepeda yang memiliki harga terendah yakni sepeda yang diperuntukkan bagi anak-anak, seperti *children bike*.

DAFTAR ISI

	Halaman
RINGKASAN EKSEKUTIF	2
DAFTAR ISI	5
BAB I. PENDAHULUAN	6
1.1. Tujuan	6
1.2. Metodologi	7
1.3. Batasan Produk	7
1.4. Gambaran Umum Negara	7
BAB II. PELUANG PASAR	10
2.1. Trend Produk	10
2.2. Struktur Pasar	16
2.3. Saluran Distribusi	21
2.4. Persepsi terhadap Produk Indonesia	23
BAB III PERSYARATAN PRODUK	24
3.1. Ketentuan Produk	24
3.2. Kententuan Pemasaran	25
3.3. Distribusi	26
3.4. Informasi Harga	27
3.2. Kompetitor	28
BAB IV KESIMPULAN	31
LAMPIRAN	32

BAB 1 PENDAHULUAN

1.1 TUJUAN

Kemunculan industri sepeda di Jepang dimulai pada abad ke-19. Di masa itu, banyak negara yang mengakui bahwa Jepang dapat memproduksi sepeda dengan biaya yang lebih rendah karena rendahnya upah tenaga kerja di Jepang. Kendati demikian, sepeda buatan Jepang seperti contoh *Royce union* tidak lah populer di pasar internasional, khususnya Amerika Serikat karena dianggap terlalu kecil untuk konsumen Amerika Serikat. Pada awal periode 70-an, industri sepeda di Jepang mulai berkembang ditandai dengan dimulainya ekspor oleh Jepang ke pasar Amerika Serikat. Produsen pertama yang mampu menembus pasar Amerika Serikat adalah *Nichibeï Fuji Cycle Company* atau dikenal dengan *Fuji America*. Lalu, diikuti dengan sepeda *Panasonic* yang mampu berproduksi secara massal di Amerika Serikat. Kendati demikian, pada tahun 1987, permintaan akan sepeda menurun akibat menurunnya kondisi ekonomi di Amerika Serikat. Pada saat itu sebagian besar sepeda ditujukan ke pasar Amerika Serikat, sehingga mengakibatkan banyak produsen sepeda Jepang yang pada akhirnya tutup dan sebagian mengalihkan tempat produksinya ke Taiwan.

Adapun penggunaan sepeda pada kehidupan sehari-hari masyarakat Jepang dimulai sekitar tahun 1860an. Pada saat itu, sepeda roda tiga banyak digunakan untuk mengangkut barang, khususnya di daerah pusat perdagangan, seperti Yokohama. Kemudian pada tahun 1879-an, sepeda terutama sepeda roda dua mulai digunakan sebagai alat transportasi, khususnya di daerah Osaka. Kendati demikian, sepeda masih terbatas digunakan oleh orang asing yang ada di Jepang. Bentuk sepeda pada masa itu cukup berbeda dengan sepeda masa kini dimana dahulu roda pada sepeda lebih besar pada roda depan. Jenis sepeda ini dinamakan *the Dharma*. Nama tersebut diadopsi dari salah satu lambang mitologi Budha yang berarti keberhasilan atau *luck*. Sekitar tahun 1885, sepeda safety dengan kedua roda depan dan belakang memiliki ukuran yang hampir sama mulai diciptakan. Modifikasi terus dilakukan hingga tahun 1888 dimana *Dunlop* memperkenalkan sepeda dengan roda *air-filled* atau *pneumatic*. Penggunaan sepeda juga kian berkembang, salah satunya alat transportasi untuk mengirimkan telegraf. Pada abad ke-20, sepeda dirancang agar lebih cepat dan nyaman yang ditandai dengan munculnya jenis *comfort bike*, *mountain bike* dan *road racing bike*. Ketiga jenis sepeda tersebut masih banyak digunakan hingga saat ini.

Menurut data dari *Japanese Police Agency* (2013), terdapat sekitar 71,6 juta sepeda yang beredar di Jepang. Hampir seluruh rumah tangga di Jepang memiliki sepeda sebagai alat transportasinya. Bentuk sepeda yang paling populer di Jepang adalah jenis '*old lady bikes*' atau biasa disebut dengan *mamachari*. Permintaan sepeda yang tinggi juga ditunjukkan dari masih positifnya impor sepeda di pasar Jepang. Saat ini, terjadi peralihan dari manual bike atau light bike ke sepeda elektrik atau *e-bike*. Pasar *e-bike* di Jepang saat ini sedang berkembang, oleh karena itu diharapkan Indonesia tidak menyalahi potensi ini. Saat ini, RRT masih menjadi pemasok utama sepeda di pasar Jepang. Selain memiliki pangsa yang besar, pertumbuhan dan tren impor dari RRT masih menunjukkan kinerja yang positif.

Mengingat pangsa Indonesia yang masih rendah, potensi ekspor sepeda ke pasar Jepang masih sangat potensial. Untuk menangkap pasar sepeda di Jepang, maka disusun laporan analisis intelijen bisnis untuk produk HS 8712 untuk sepeda manual dan HS 8711 untuk produk *e-bike* (HS 871190000) yang mencakup informasi

secara komprehensif dan teknis baik untuk pemerintah maupun bagi pelaku usaha di Indonesia yang hendak masuk ke pasar Jepang.

1.2 METODOLOGI

Referensi dalam penyusunan laporan analisis intelijen bisnis ini sebagian besar berasal dari sumber data sekunder. Beberapa referensi antara lain *Japan Custom, Japan Bicycle Promotion Institute*, beberapa jurnal terkait, dan beberapa website lainnya. Data sekunder dalam penyusunan market brief ini terutama diambil dari ITC *Trademap, Tradingeconomics, Japan Bicycle Promotion Institute* dan Euromonitor. Penyusunan market brief menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode penulisan deskriptif yang diharapkan dapat memberikan gambaran secara komprehensif mengenai kondisi pasar sepeda di Jepang.

1.3 BATASAN PRODUK

Sepeda masuk ke dalam HS 8712 *Bicycles and other cycles, incl. delivery tricycles, not motorised*. Adapun HS 6 digit dari produk sepeda yakni 871200. Jenis sepeda dalam HS 6 digit tersebut lalu diklasifikasikan kembali ke dalam HS 9 digit menurut penggunaannya yakni: i) *Mountain bike* dengan HS 871200100, ii) *Mini-cycles* (termasuk didalamnya *foldable bicycles* atau sepeda lipat) dengan HS 871200211, iii) *Infant bicycles* dengan HS 871200218, iv) *Children bicycles* dengan HS 871200219, v) *Light bicycles* dengan HS 871200291, dan vi) *miscellaneous* atau pada penyusunan laporan analisis intelijen bisnis ini diklasifikasikan sebagai *sport bike* dengan HS 871200299.

Selain produk sepeda dalam HS 4 digit 8712, penyusunan laporan analisis intelijen bisnis ini juga mempertimbangkan sepeda elektrik (*electric assisted bicycles*) atau biasa disebut *e-bike*. E-bike dalam penggunaannya memanfaatkan tenaga mesin, sehingga diklasifikasikan dalam HS 4 digit 8711 *Motorcycles, incl. mopeds, and cycles fitted with an auxiliary motor, with or without side-cars*. E-bike sendiri termasuk pada HS 9 digit 871190000 *Other Motorcycles (including mopeds) and cycles 8711.90000 Other Motorcycles fitted with an auxiliary motor, with or without side-cars; side-cars. Electric power assist bicycles are included*. Pertimbangan pembahasan laporan analisis intelijen bisnis ini dilakukan mengingat *e-bike* saat ini merupakan salah satu *hot trend* di Jepang, sehingga potensi ekspor *e-bike* cukup tinggi.

1.4 GAMBARAN UMUM NEGARA

Walaupun mengalami peningkatan tipis di Triwulan II tahun 2017 sebesar 0,5%, secara umum perekonomian Jepang pada tahun 2017 masih cenderung stabil. Pasaunya pertumbuhan ekonomi pada tahun 2017 mencapai 1%, sama dibandingkan tahun sebelumnya. GDP riil Jepang pada tahun yang sama sebesar JPY 536.016 Miliar, sementara GNP tercatat sebesar JPY 561.019 Miliar. Konsumsi rumah tangga masih mendominasi GDP dengan porsi sekitar 55%. Dari sisi pengeluaran pemerintah, hutang masih menjadi permasalahan utama di Jepang. Pada tahun 2017, hutang tercatat lebih dari tiga kali lipat dari GDP atau sebesar 253%. Hingga saat ini, porsi utang terhadap GDP sebesar -4,5% yang menunjukkan bahwa pemerintah Jepang masih fokus untuk membiayai hutang negara.

Hingga tahun 2017, Jepang memiliki populasi sebesar 127 juta jiwa orang. Pada bulan Juli 2018, tingkat partisipasi angkatan kerja mencapai 60%, menurun dari

posisi sebelumnya yang mencapai 61,2%. Kendati demikian, tingkat pengangguran masih cenderung stabil di angka 2,5% di bulan Juli 2018.

Pada bulan Maret 2018, nilai ekspor mencapai JPY 6.747 Miliar, sementara nilai impor mencapai JPY 6.979 Miliar, sehingga total neraca perdagangan di periode tersebut mengalami defisit sebesar JPY 231 Miliar. Pada bulan Februari 2018, *current account* mencapai JPY 1.176 Miliar, menurun dibandingkan pencapaian triwulan I 2018 sebesar JPY 2.076 Miliar.

Tabel 1.1. Indikator Ekonomi Jepang

GDP	Nilai/Persentase/Point	Periode
GDP Growth Rate	0.5 %	Jun-18
GDP Annual Growth Rate	1 %	Jun-18
GDP Constant Prices	536016 JPY Billion	Jun-18
Gross National Product	561019 JPY Billion	Jun-18
Labour	Nilai/Persentase/Point	Periode
Unemployment Rate	2.5 %	Jul-18
Employed Persons	66360 Thousand	Jul-18
Unemployed Persons	1720 Thousand	Jul-18
Population	127 Million	Dec-17
Trade	Nilai/Persentase/Point	Periode
Balance of Trade	-231 JPY Billion	Jul-18
Exports	6747 JPY Billion	Jul-18
Imports	6979 JPY Billion	Jul-18
Current Account	1176 JPY Billion	Jun-18
Current Account to GDP	4.02 %	Dec-17
External Debt	413448 JPY Billion	Mar-18
Government	Nilai/Persentase/Point	Periode
Government Debt to GDP	253 %	Dec-17
Government Budget	-4.5 % of GDP	Dec-17
Government Budget Value	53517 JPY HND Million	Mar-18

Sumber: Tradingeconomics, 2018

Berdasarkan indikator bisnis, Jepang masih mengalami tantangan dari kepercayaan baik dari konsumen dan perusahaan. Indikator *business confidence* Jepang menurun dari 24 menjadi 21 pada bulan Juni 2018. Hampir sama dengan *business confidence*, indeks industri manufaktur juga menurun dari 53% pada triwulan I 2018 menjadi 52,5% pada triwulan ini. Di sisi lain, konsumen di Jepang justru optimis bahwa perekonomian akan semakin baik ditunjukkan oleh meningkatnya *consumer confidence*. Indikator *consumer confidence* meningkat dari 34% pada bulan April 2018 ke 43,3% pada bulan Agustus 2018. Penjualan bulanan pada bulan Juli 2018 pun masih mengalami peningkatan tipis sebesar 0,1% dibanding bulan sebelumnya, namun jika dibandingkan tahun sebelumnya, penjualan ritel mengalami kenaikan sebesar 1,5%. Sejalan dengan hal tersebut, secara nominal pengeluaran rumah tangga masih cenderung tinggi sebesar JPY 300.525 Miliar. Jumlah *consumer credit* juga tercatat tinggi sebesar JPY 303.311 miliar. Tingkat *saving* di Jepang juga masih cenderung tinggi sebesar 51,1% dari total pendapatan konsumen. Sementara, tingkat suku bunga pinjaman sangat rendah sebesar 1%.

Berdasarkan informasi di pasar ritel, pasar Jepang masih relatif prospektif. Berbeda dengan pasar retail, di pasar perumahan indikator *housing start* cenderung menurun lebih dalam menjadi -0,7% pada bulan Juli 2018. Hal ini menunjukkan bahwa saat ini konsumen Jepang lebih banyak menjual propertinya dibandingkan membeli properti yang baru.

Tabel 1.2. Indikator Bisnis di Pasar Jepang

Business	Nilai/Persentase/Point	Periode
Business Confidence	21 Index Points	Jun-18
Manufacturing PMI	52,5	Aug-18
Consumer	Nilai/Persentase/Point	Periode
Consumer Confidence	43.3 Index Points	Aug-18
Retail Sales MoM	0.1 %	Jul-18
Retail Sales YoY	1.5 %	Jul-18
Household Spending	0.1 %	Jul-18
Consumer Spending	301311 JPY Billion	Jun-18
Disposable Personal Income	655 JPY Thousand	Jun-18
Personal Savings	51.1 %	Jun-18
Bank Lending Rate	1 %	Jul-18
Consumer Credit	342789 JPY Billion	Mar-18
Gasoline Prices	1.36 USD/Liter	Aug-18
Households Debt To Gdp	57.4 % of GDP	Dec-17
Housing	Nilai/Persentase/Point	Periode
Housing Starts	-0.7 %	Jul-18
Construction Orders	-9.3 %	Jul-18

Sumber: Tradingeconomics, 2018

BAB 2 PELUANG PASAR

2.1. TREND PRODUK

Sepeda merupakan alat transportasi terpopuler di kalangan masyarakat Jepang. Pada tahun 2016, sekitar 87% rumah tangga di Jepang menggunakan sepeda untuk kehidupan sehari-hari, baik untuk berangkat ke sekolah dan tempat bekerja bahkan untuk berbelanja. Selain untuk melakukan aktivitas sehari-hari, bersepeda juga merupakan salah satu *hobby* yang paling disukai masyarakat Jepang (Euromonitor, 2017). Beberapa faktor yang membuat sepeda banyak disukai masyarakat Jepang antara lain: (i) biaya transportasi cenderung murah; (ii) udara di Jepang yang segar dan bersih; (iii) kondisi jalan yang mendukung dengan dibuatnya jalur khusus sepeda; (iv) didukung oleh fasilitas yang terintegrasi, seperti banyaknya parkir sepeda di tempat-tempat publik, seperti stasiun kereta api dan pusat perbelanjaan; dan (v) bersepeda dianggap sebagai aktivitas yang menyehatkan.

Mamachari merupakan bentuk sepeda yang paling diminati masyarakat Jepang. *Mamachari* atau “*mom’s bicycle*” pada awalnya diperuntukan bagi kelompok ibu rumah tangga dimana fitur dalam sepeda meliputi keranjang, kunci sepeda yang sederhana, kickstand, memiliki satu gigi sepeda dan seringkali ditambahkan tempat duduk tambahan untuk anak-anak. Dengan fitur yang praktis tersebut, maka berbagai kalangan, seperti pelajar dan pekerja di Jepang juga kerap menggunakan *mamachari*. Bagi masyarakat Jepang, *mamachari* merupakan sepeda yang paling efisien untuk kehidupan sehari-hari. Sementara itu, bentuk sepeda lainnya, seperti sepeda lipat, sepeda gunung dan sepeda balap cenderung memiliki permintaan yang rendah. Harga sepeda *mamachari* juga tergolong lebih murah dibandingkan ketiga bentuk sepeda lainnya.



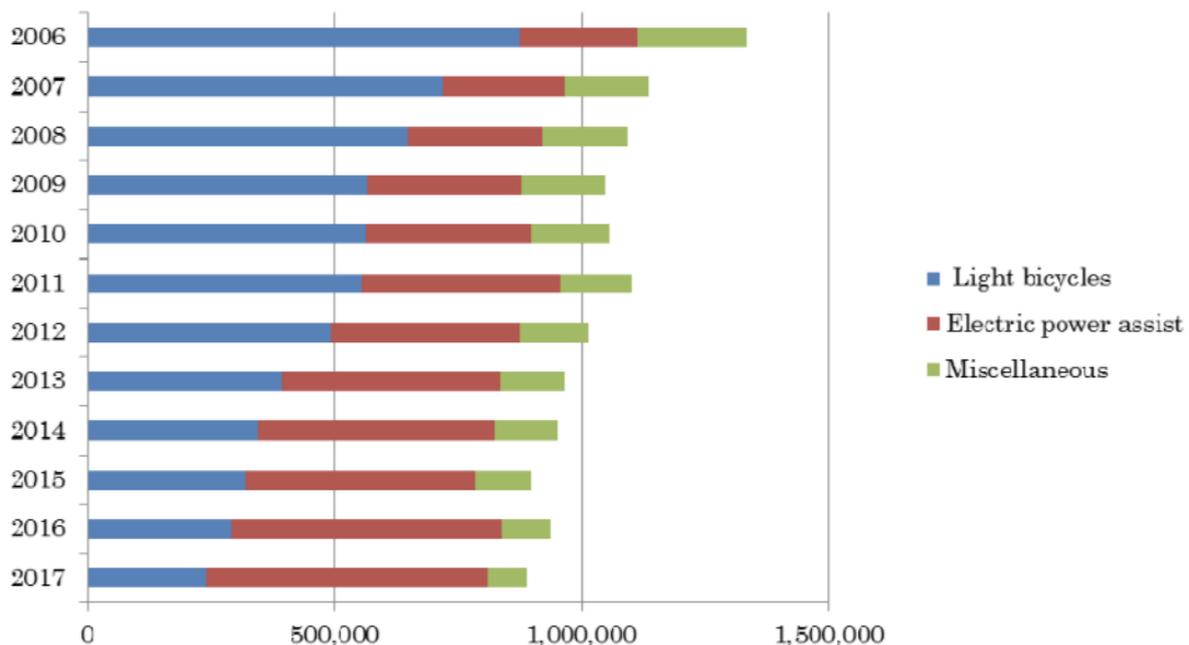
Gambar 2.1. Contoh Bentuk Sepeda Mamachari

Sumber: japan-guide.com (2018) (a); <http://www.testvalleycc.org.uk> (b)

Pada tahun 2017, produksi domestik sepeda Jepang menurun sebesar 5,2% dari 939 ribu unit pada tahun 2016 menjadi 891 ribu unit. Namun, secara nilai, produksi cenderung meningkat sebesar 4,4% dari JPY 53 juta tahun 2016 menjadi JPY 56 juta. Peningkatan biaya produksi kerap meningkatkan nilai sepeda sehingga produksi secara nilai cenderung meningkat. Secara nilai, sekitar 85% dari total produksi

merupakan sepeda elektrik, sementara sisanya berupa sepeda ringan dengan pedal (sekitar 11%) dan jenis sepeda lainnya (sekitar 4%), seperti sepeda anak-anak, sepeda mini, sepeda gunung dan sepeda spesial, terutama sepeda *recumbents*. Selain secara nilai, volume produksi sepeda juga didominasi oleh sepeda elektrik. Secara nilai per unit, sepeda elektrik juga memiliki nilai yang lebih tinggi dikarenakan input produksi yang lebih mahal.

Kondisi ini jauh berbeda dibandingkan dengan kondisi sepuluh tahun yang lalu dimana produksi sepeda ringan atau manual masih mendominasi industri sepeda di Jepang. Terlihat pada gambar 2.2., semenjak tahun 2009, produksi *e-bike* selalu meningkatkan setiap tahunnya. Di sisi lain, produksi sepeda ringan atau manual menurun relatif signifikan setiap tahunnya. Adapun pangsa produksi jenis sepeda lainnya masih tetap rendah.

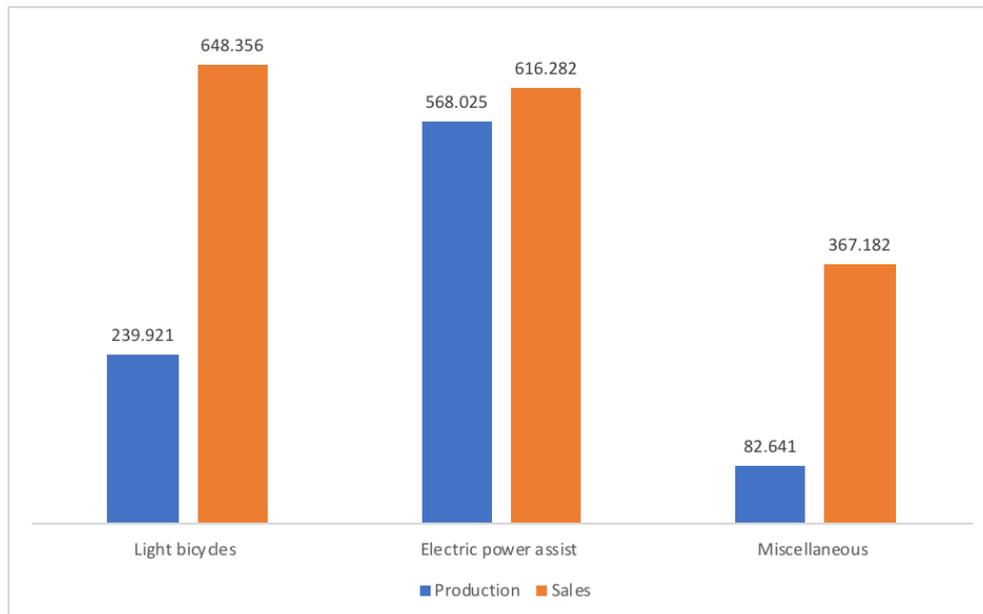


Grafik 2.1. Perkembangan Produksi Sepeda Menurut Jenisnya di pasar Jepang
 Sumber: Japan Bicycle Promotion Institute, 2018

Sepeda elektrik atau biasa disebut dengan *e-bike* di pasar Jepang terbatas pada jenis sepeda *peda-assist* (*pedelecs*). *E-bike mamachari* dengan *pedal-assist* saat ini memiliki potensi yang besar di pasar Jepang. Pasalnya sepeda ini kerap digunakan oleh ibu rumah tangga muda untuk berbelanja sambil mengasuh anak. *E-bike mamachari* dengan *pedal-assist* cenderung lebih ringan saat digunakan. Selain *mamachari e-bike*, *sports e-bike* juga diprediksi akan menambah variasi produk di industri sepeda Jepang kedepannya. Mengadopsi *sports e-bike* di kawasan Eropa, saat ini Yamaha dan Panasonic tengah mengenalkan *sportive e-bike*.

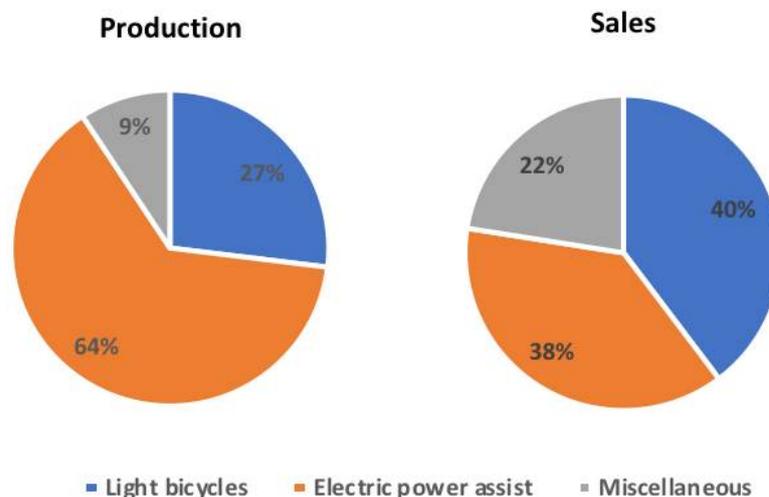
Walaupun saat ini banyak perusahaan sepeda memproduksi *e-bike*, namun terlihat dari rekam penjualan tahun 2017, produk sepeda ringan atau manual masih mendominasi pasar sepeda di Jepang. Pada tahun 2017, total penjualan sepeda manual tercatat 648 ribu unit, sementara penjualan *e-bike* hanya tercatat 616 ribu unit. Adapun penjualan jenis sepeda lainnya tercatat 367 ribu unit. Kendati memiliki pangsa penjualan yang terbesar, namun capaian penjualan sepeda ringan atau manual menurun dibandingkan capaian penjualan pada tahun 2016 yang mencapai 682 ribu unit. Sebaliknya, penjualan *e-bike* justru meningkat cukup signifikan sebesar 14,2%.

Pada tahun 2016, penjualan *e-bike* tercatat 398 ribu unit. Dengan nilai jual yang lebih tinggi, penjualan *e-bike* juga menyumbang total penjualan secara nilai sebesar JPY 49,4 miliar. Sementara itu, nilai penjualan sepeda manual dan jenis lainnya hanya tercatat masing-masing sebesar JPY 10,4 miliar dan JPY 8,4 miliar.



Grafik 2.2. Perbandingan Volume Produksi dan Penjualan Sepeda Menurut Jenis Tahun 2017

Sumber: Japan Bicycle Promotion Institute, 2018



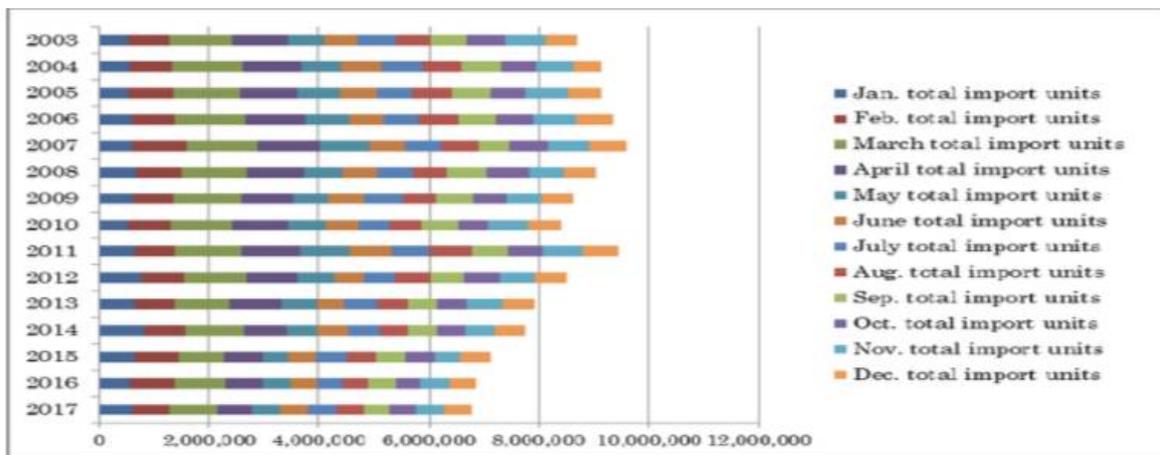
Grafik 2.3. Perbandingan Pangsa Volume Produksi dan Penjualan Sepeda Menurut Jenis Tahun 2017

Sumber: Japan Bicycle Promotion Institute, 2018

Berdasarkan grafik 2.2 di atas terlihat bahwa penjualan selalu melampaui produksi domestik sepeda. Hal ini menunjukkan bahwa produksi domestik cenderung kurang untuk memenuhi permintaan sepeda di pasar Jepang. Oleh karena itu, kebutuhan domestik Jepang juga sebagian dipenuhi dari impor. Kondisi ini menunjukkan bahwa ekspor sepeda ke pasar Jepang masih terbuka. Pasar sepeda Jepang juga merupakan ke-4 terbesar di dunia, setelah Amerika Serikat, Jerman dan

Belanda. Pasar Jepang memiliki pangsa sebesar 6,7% terhadap total impor sepeda di dunia.

Permintaan impor sepeda terutama mencapai puncaknya pada musim semi yakni sekitar bulan Maret hingga Mei. Suasana yang sejuk dan didukung oleh jatuhnya bunga sakura pada periode tersebut mendorong masyarakat Jepang untuk menggunakan sepeda sambil menikmati kondisi alam tersebut. Pada musim panas, permintaan impor sepeda mencapai titik terendah, khususnya pada bulan Agustus. Suhu yang panas mendorong masyarakat Jepang untuk menggunakan alat transportasi lain selain sepeda. Pada musim gugur, khususnya bulan September, permintaan impor kembali meningkat walaupun tipis. Kendati demikian, semakin mendekati akhir tahun, permintaan impor sepeda kian menurun mengingat kondisi alam yang semakin dingin menjelang musim dingin.



Grafik 2.4. Kinerja Impor Bulanan Sepeda di pasar Jepang periode 2003-2017
 Sumber: Japan Bicycle Promotion Institute, 2018

Berikut menunjukkan beberapa trend sepeda di Jepang berdasarkan kategori yang diperoleh dari salah satu *website* toko penjualan sepeda di Jepang.



Gambar 2.2. *Custom Bike*

Sumber : Daiwa Cycle (2018)



Gambar 2.3 *Road Bike*, *Cross Bike* dan *Mountain Bike*
Sumber : Daiwa Cycle (2018)



Gambar 2.4. *City Cycle* dan *Folding Bike*
Sumber : Daiwa Cycle (2018)



Gambar 2.5. Sepeda Listrik dan *Mamachari Bike*
Sumber : Daiwa Cycle (2018)

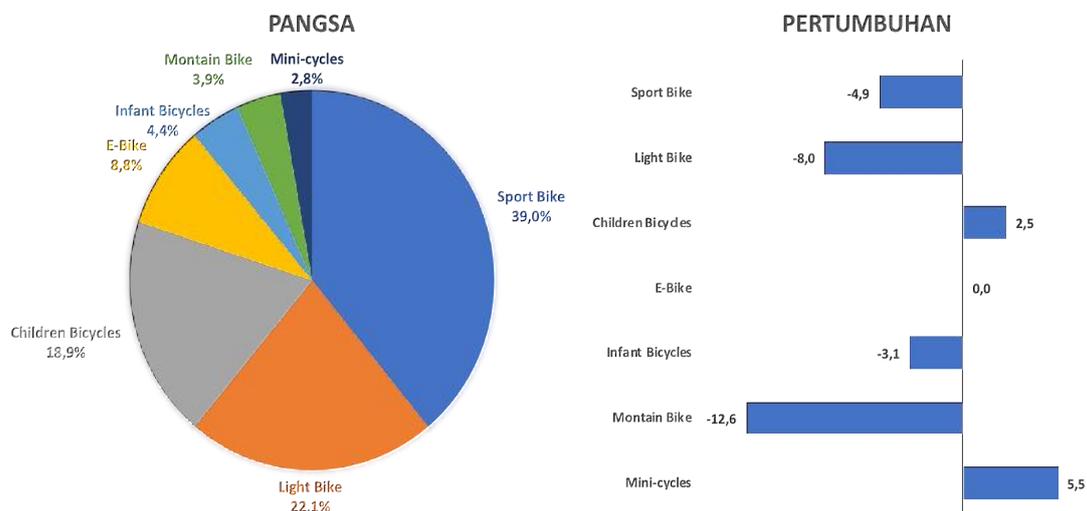


Gambar 2.6. *Children Bike* dan *Training Bike*
Sumber : Daiwa Cycle (2018) dan Amazon (2018)

2.2. STRUKTUR PASAR

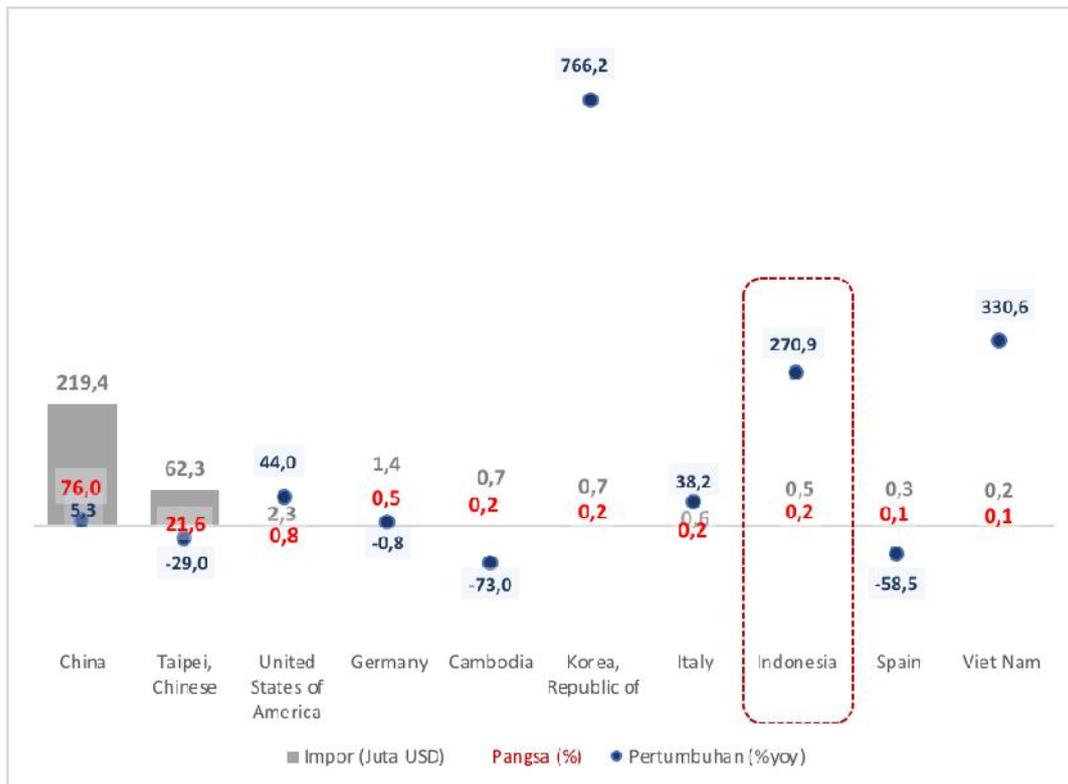
Jepang merupakan pasar produk sepeda yang penting di dunia. Pada tahun 2017, total impor sepeda Jepang tercatat USD 739,8 juta, meningkat sebesar 5,1% dibandingkan tahun sebelumnya yang tercatat USD 704,2 juta. Walaupun meningkat dibandingkan tahun sebelumnya, namun capaian impor masih lebih rendah dibandingkan dua tahun sebelumnya yakni sebesar USD 771,4 juta, sehingga tren impor kerap menunjukkan penurunan tipis sebesar 2,1%.

Pada tahun 2017, total impor sepeda di pasar Jepang didominasi oleh *sport bike* dengan pangsa sebesar 39%, lalu diikuti dengan *light bike* (pangsa 22,1%) dan *children bicycle* (pangsa 18,9%). Adapun di posisi keempat ditempati oleh impor *e-bike* dengan pangsa 8,8%. Tahun 2017 adalah tahun pertama dimana Jepang melakukan impor *e-bike*. Sebelumnya, pasokan *e-bike* sepenuhnya dipenuhi oleh produksi dalam negeri. Tingginya permintaan *e-bike* saat ini merupakan faktor utama meningkatnya impor. Selain *e-bike*, permintaan akan sepeda khususnya yang diperuntukan bagi anak-anak pun kian potensial. Berbeda dengan jenis lainnya, impor pada kelompok *children bicycles* dan *mini-cycles* masih mengalami kenaikan dibandingkan tahun sebelumnya. Baik *children bicycles* maupun *mini-cycles* meningkat masing-masing sebesar 2,5% dan 5,5%.



Grafik 2.5. Pangsa dan Pertumbuhan Impor Sepeda Jepang Menurut Jenisnya
Sumber: ITC Trademap, 2018 (diolah)

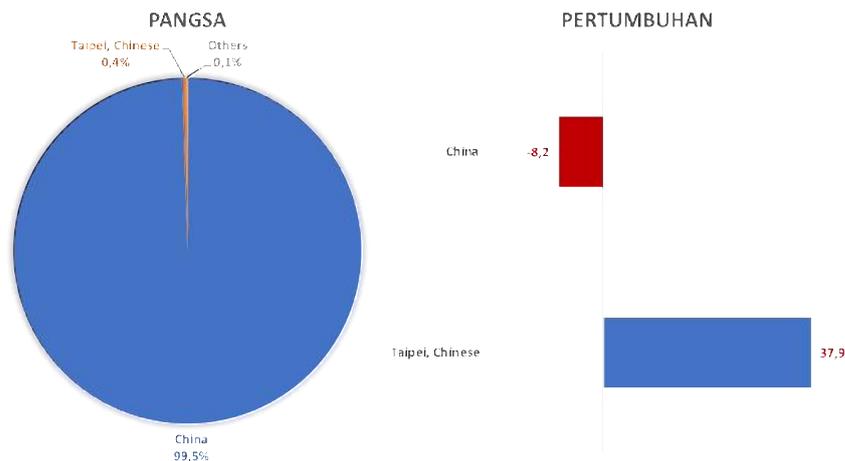
Total impor *sport bike* di tahun 2017 tercatat USD 288,7 juta, menurun 4,9% dibandingkan tahun sebelumnya. Sebagian besar impor berasal dari RRT dan Taiwan dengan pangsa masing-masing sebesar 76,0% dan 21,6%. Selain memiliki pangsa terbesar, impor *sport bike* dari RRT juga masih mengalami peningkatan yang cukup tinggi sebesar 5,3%. Jepang juga kerap mengimpor *sport bike* dari negara lainnya seperti Amerika Serikat (pangsa 0,8%), Jerman (pangsa 0,5%). Indonesia sendiri berada posisi kedelapan negara eksportir *sport bike* terbesar ke pasar Jepang dengan pangsa 0,2%. Kendati memiliki pangsa yang cukup rendah, namun impor dari Indonesia mengalami kenaikan yang sangat signifikan yakni hampir empat kali lipat dibandingkan tahun sebelumnya. Pada tahun 2016, impor *sport bike* dari Indonesia hanya sebesar USD 127 ribu, namun di tahun 2017, nilai tersebut naik menjadi USD 471 ribu. Hal ini mengindikasikan bahwa masih terdapat potensi untuk mengekspor *sport bike* ke pasar Jepang. Pesaing prospektif lainnya yakni Amerika Serikat, Korea Selatan, Italia dan Vietnam.



Grafik 2.6. Perbandingan Nilai, Pangsa dan Pertumbuhan Impor Sport Bike Jepang Menurut Negara Asal

Sumber: ITC Trademap, 2018 (diolah)

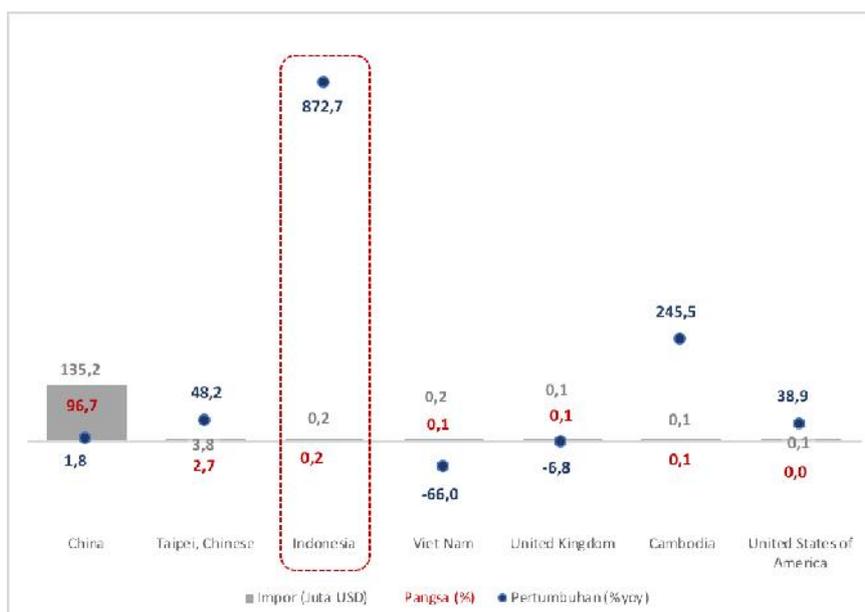
Total impor *light bike* Jepang pada tahun 2017 tercatat USD 163,3 juta, menurun 8% dibandingkan tahun sebelumnya. Selama tiga tahun terakhir, impor *light bike* kerap mengalami penurunan rata-rata sebesar 10% per tahun. Beralihnya preferensi masyarakat Jepang ke *e-bike* kerap menekan permintaan yang rendah terhadap *light bike*. Hampir seluruh impor *light bike* berasal dari RRT. Kendati demikian, seiring dengan lemahnya permintaan dalam negeri, permintaan impor dari RRT pun melesu terlihat dari nilai pertumbuhan dan tren yang negatif. Selain RRT, impor *light bike* juga didatangkan dari Taiwan. Berbeda halnya dengan impor dari RRT, impor *light bike* dari Taiwan justru mengalami peningkatan yang cukup signifikan yakni sebesar 37,9% dibanding tahun sebelumnya. Selain itu, tren impor juga masih menunjukkan kenaikan selama tiga tahun terakhir. Banyaknya perusahaan Jepang yang mengalihkan tempat produksinya ke Taiwan sekitar tahun 90an diperkirakan merupakan faktor utama masih meningkatnya impor *light bike* ke pasar Jepang. Sementara itu, impor *light bike* dari Indonesia memiliki pangsa yang sangat kecil. Pada tahun 2017, impor *light bike* dari Indonesia hanya tercatat USD 2 ribu.



Grafik 2.7. Perbandingan Pangsa dan Pertumbuhan Impor *Light Bike* Jepang Menurut Negara Asal

Sumber: ITC Trademap, 2018 (diolah)

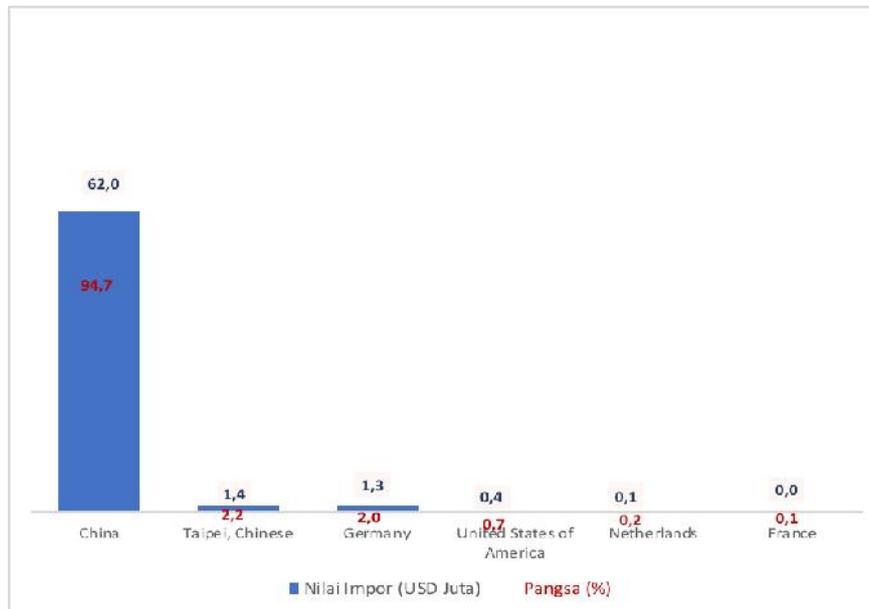
Sementara untuk *children bike*, total impor tercatat USD 139,8 juta, meningkat tipis sebesar 2,5% dibanding tahun sebelumnya yang mencapai USD 136,4 juta. Sama halnya dengan jenis sepeda lainnya, impor *children bike* juga terutama didatangkan dari RRT. Impor dari RRT memiliki pangsa terbesar yakni sebesar 96,7% terhadap total impor *children bike* Jepang. Selain RRT, produk *children bike* juga banyak diimpor dari Taiwan dengan pangsa 2,7%. Indonesia berada di posisi ketiga negara pengekspor *children bike* terbesar di pasar Jepang. Kendati demikian, pangsa Indonesia masih cenderung rendah hanya sebesar 0,2%. Walaupun memiliki pangsa yang rendah, namun Indonesia masih memiliki potensi ekspor yang cukup tinggi pada jenis sepeda ini. Pasalnya, nilai impor dari Indonesia di tahun 2017 meningkat lebih dari sembilan kali lipat dibandingkan tahun sebelumnya. Pada tahun 2017, nilai impor *children bike* dari Indonesia tercatat sebesar USD 214 ribu, meningkat signifikan dibandingkan tahun sebelumnya yang hanya mencapai USD 22 ribu.



Grafik 2.8. Perbandingan Nilai, Pangsa dan Pertumbuhan Impor *Children Bike* Jepang Menurut Negara Asal

Sumber: ITC Trademap, 2018

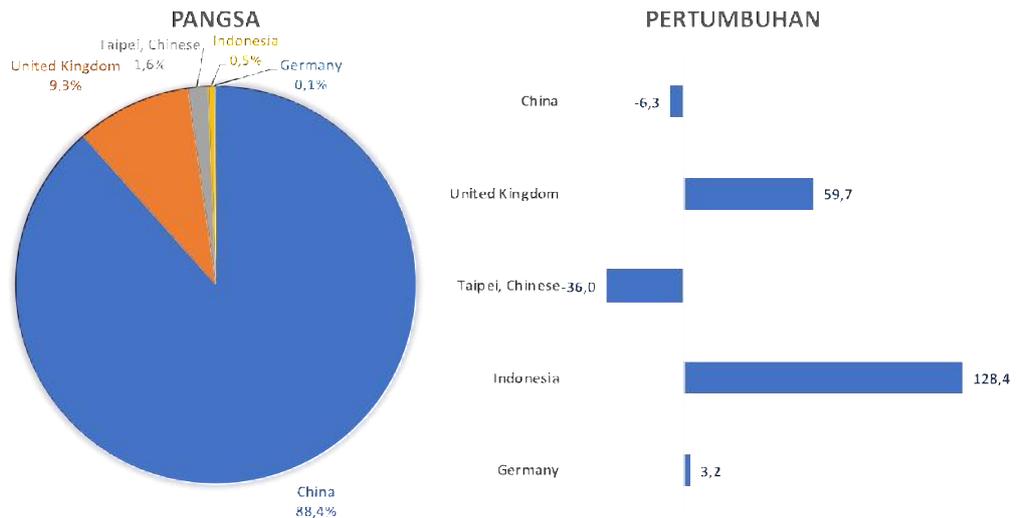
Selanjutnya untuk sepeda elektrik atau *e-bike*, Jepang baru melakukan impor sepeda jenis ini pada tahun 2017 sebesar USD 65,4 juta. Sebesar 94,7% dari total impor berasal dari RRT atau senilai USD 62 juta. Selanjutnya diikuti oleh Taiwan (pangsa 2,2%), Jerman (pangsa 2,0%) dan Amerika Serikat (pangsa 0,7%). Adapun Indonesia belum mampu memasok *e-bike* ke pasar Jepang. Melihat potensi peralihan preferensi konsumen dari sepeda manual ke *e-bike*, Indonesia diharapkan dapat ikut aktif memasok sepeda jenis *e-bike* ke pasar Jepang.



Grafik 2.9. Perbandingan Nilai dan Pangsa Impor *e-bike* Jepang Menurut Negara Asal

Sumber: ITC Trademap, 2018 (diolah)

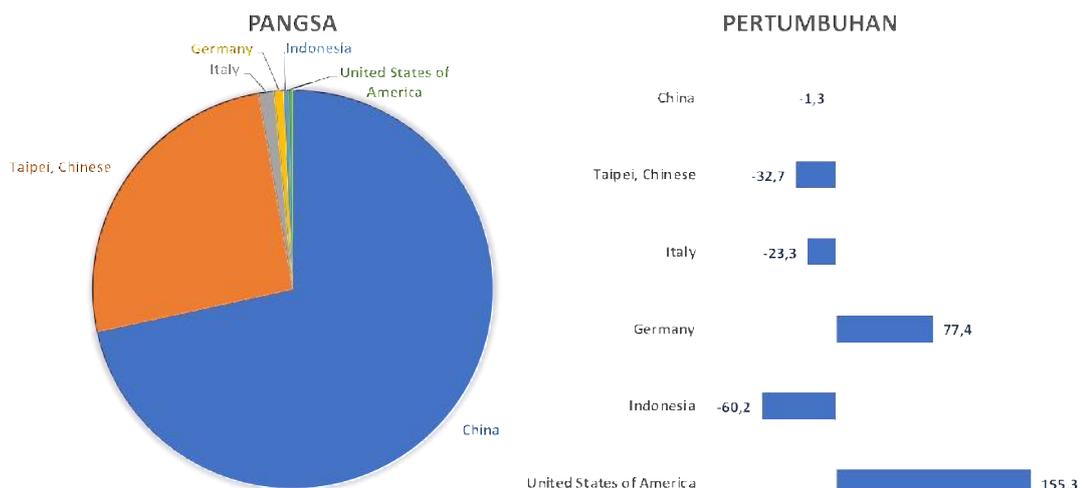
Indonesia memegang peranan yang cukup penting dalam impor jenis sepeda untuk balita atau *infant bike*. Indonesia merupakan negara eksportir keempat terbesar di pasar Jepang dengan nilai impor sebesar USD 169 ribu (pangsa 0,5%). Posisi Indonesia di bawah RRT dengan nilai impor USD 29 juta (pangsa 88,4%); Inggris dengan nilai impor USD 3 juta (pangsa 9,3%); dan Taiwan dengan nilai impor senilai USD 538 ribu (pangsa 1,6%). Dari keempat negara eksportir, hanya impor dari Inggris dan Indonesia yang mengalami pertumbuhan yang positif. Inggris mampu mencatatkan pertumbuhan sebesar 59,7%. Sementara impor dari Indonesia meningkat lebih dari dua kali lipat atau sebesar 128,4% dibandingkan tahun sebelumnya yang mencatat nilai impor sebesar USD 74 ribu.



Grafik 2.10. Perbandingan Pangsa dan Pertumbuhan Impor *Infant Bike* Jepang Menurut Negara Asal

Sumber: ITC Trademap, 2018 (diolah)

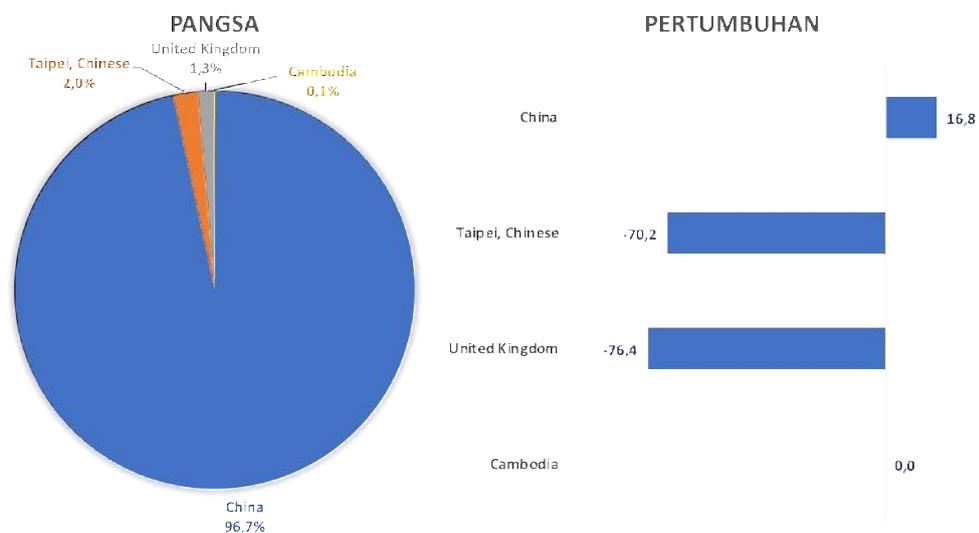
Impor *mountain bike* mengalami penurunan terendah dibanding jenis sepeda lainnya. Pada tahun 2017, impor *mountain bike* Jepang tercatat USD 29 juta, menurun 12,6% dibandingkan tahun sebelumnya. Selain itu, selama tiga tahun terakhir, impor pun kerap mengalami penurunan yang cukup signifikan yakni rata-rata sebesar 20,4% per tahun. Impor terutama berasal dari RRT (pangsa 71,2%) dan Taiwan (pangsa 25,5%). Selain itu, impor juga berasal dari Italia (pangsa 1,3%), Jerman (pangsa 0,8%), Indonesia (pangsa 0,4%) dan Amerika Serikat (pangsa 0,3%). Total pangsa keenam negara eksportir ini mencapai 99,5%. Kendati memiliki pangsa yang cukup tinggi, impor dari RRT dan Taiwan kerap menurun. Dari keenam negara eksportir utama, hanya Jerman dan Amerika Serikat yang masih giat memasok *mountain bike* ke pasar Jepang terlihat dari nilai pertumbuhan yang masih positif.



Grafik 2.11. Perbandingan Pangsa dan Pertumbuhan Impor *Mountain Bike* Jepang Menurut Negara Asal

Sumber: ITC Trademap, 2018 (diolah)

Mini-cycles memiliki pertumbuhan impor tertinggi dibandingkan jenis sepeda lainnya di pasar Jepang. Pada tahun 2017, impor *mini-cycles* Jepang tercatat USD 20,8 juta, meningkat sebesar 5,5% dibanding tahun 2016. Selain memiliki pertumbuhan jangka pendek, impor *mini-cycles* meningkat selama tiga tahun terakhir. Selama 2015-2017, impor rata-rata mengalami kenaikan sebesar 13,5% per tahun. Menurut negara asal, sekitar 96,6% impor berasal dari RRT atau senilai USD 20 juta. Selanjutnya oleh Taiwan dengan pangsa 2%; Inggris dengan pangsa 1,3% dan Kamboja dengan pangsa 0,1%. Selain memiliki pangsa yang terbesar, impor *mini-cycles* dari RRT juga masih mencatat nilai pertumbuhan yang positif baik jangka pendek maupun jangka Panjang. Apabila dibandingkan dengan tahun 2016, impor dari RRT meningkat 16,8%. Tren impor juga masih positif sebesar 21,4% selama tiga tahun terakhir. Hal ini menunjukkan bahwa pangsa RRT di pasar *mini-cycles* Jepang masih sangat kuat. Sayangnya, Indonesia melewati momentum kenaikan impor ini karena belum melakukan ekspor jenis sepeda *mini-cycles* ke pasar Jepang.



Grafik 2.12. Perbandingan Pangsa dan Pertumbuhan Impor *Mini-Cycles* Jepang Menurut Negara Asal

Sumber: ITC Trademap, 2018 (diolah)

RRT merupakan pemain utama di pasar sepeda Jepang. Selain memiliki pangsa yang besar, untuk beberapa jenis sepeda, posisi RRT di pasar Jepang pun masih sangat kuat.

2.3. SALURAN DISTRIBUSI

Rantai distribusi sepeda di Jepang pada umumnya hampir sama dengan di Indonesia dimana produsen mendistribusikannya langsung ke *retailer*. Sepeda di pasar Jepang dapat ditemukan pada pasar fisik, seperti *official store brand*, supermarket dan toko sepeda maupun secara *online*. Sebagian besar toko sepeda di Jepang menjual semua jenis sepeda dari sepeda anak-anak sampai dengan sepeda gunung. Beberapa toko sepeda yang ternama di Jepang, khususnya di kota-kota besar antara lain:

Tabel 2.1. Contoh Toko Sepeda di Jepang

Nama	Alamat	Kontak
Kato Cycle	2 Chome-8-26 Kakeage, Minami-ku	052-811-3741 www.katocycle.com

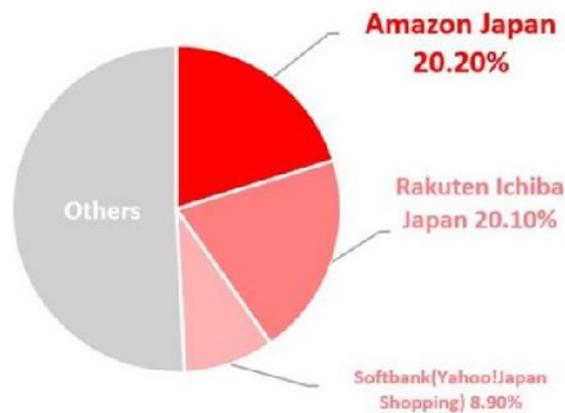
Daiwa Cycle	1 Chome-10-6 Miyamaedaira, Miyamae Ward, Kawasaki, Kanagawa Prefecture 216-0006	https://www.daiwa-cycle.jp/
Circle	4-14-20, Chiyoda, Naka-ku	052-331-3232 www.circles-jp.com
Y's Road	Shinjuku, 2-19-1	03-3350-1288 www.ysroad.co.jp
Blue Lug	2 Chome-32-3 Hatagaya, Shibuya-ku	03-6662-5042 www.bluelug.com
Friend Syokai	1-8-4 Asagaya-nami Suginami-ku	03-3311-8930 www.friendsyokai.co.jp
W-BASE	J-Six Building 1F, Jingumae 6-23-11, Shibuya-ku	03 5485 3235 www.w-base.com
Punch Cycle	Kaminarimon 1-5-10, Taito-ku	03 3841 5080
Level	1 Chome-2-4 Higashiogu, Arakawa-ku	03-5692-6531 www.level-cycle.com
Fukui	Nakagawa-ku Maedamachi 41	052-361-0123 www.fukui-c.co.jp
Fun Bikes Kaze	Nagakute-shi Yamagoe 114	0561-61-5326 www.fb-kaze.com
Jinrikisha	Seto-shi, Aichi Prefecture To Terayama-machi 35	0561-85-7615 www.jinrikisha.com

Sumber: Berbagai sumber

Sebagian besar toko tersebut memiliki banyak *merchant* yang tersebar di daerah Jepang. Seperti contoh, Daiwa cycle setidaknya memiliki 69 *stores* yang tersebar di seluruh Jepang. Y's Road yang telah memiliki 19 buah toko hanya di daerah Kanto. Penjualan di toko ini juga tergolong lengkap dari sepeda gunung, sepeda jalan dan sepeda lipat serta asesoris-asesoris sepeda. Selain menjual jenis sepeda yang lengkap, beberapa juga merakit sepeda sendiri dengan permintaan desain yang spesifik dari konsumen, seperti pada toko *Blue Lug* dan *Level*. Terdapat beberapa toko lain yang juga kerap menjual sepeda walaupun fokus penjualannya bukan sepeda itu sendiri. Contohnya adalah Yodobashi Camera. Walaupun dikenal sebagai toko kamera dan elektronik, namun toko ini juga menjadi salah satu distributor sepeda yang cukup ternama di pasar Jepang. Yodobashi memiliki 23 *merchants* yang tersebar di seluruh kawasan Jepang. Selain itu, pilihan sepeda yang disediakan juga cukup beragam dan para staf juga secara aktif dapat berbahasa asing selain Jepang. Toko ini bersegmentasi pada warga negara asing di Jepang.

Selain toko secara fisik, sepeda juga dapat dijual secara online melalui beberapa *online shopping mall* di Jepang, seperti Amazon Jepang, Rakuten, Yahoo

Japan dan Alibaba. Penjualan melalui *online* di Jepang juga menunjukkan pertumbuhan secara signifikan. Tingkat pertumbuhan selama beberapa tahun terakhir dinilai cukup stabil, dengan pertumbuhan tahunan diperkirakan sebesar 9,1% pada tahun 2017 (export.gov, 2018). Berdasarkan data yang dikeluarkan oleh JETRO di tahun 2017, Amazon merupakan platform yang memiliki pangsa terbesar di Jepang yaitu sebesar 20,2%; Rakuten berada di posisi kedua dengan pangsa sebesar 20,1% dan Yahoo Japan berada di posisi ketiga dengan pangsa sebesar 8,9% (Grafik 2.13). Selain *e-commerce* secara umum, terdapat beberapa pula *online shopping* khusus menjual sepeda seperti pada bikeinn.com.



JETRO Data | E-commerce market shares in Japan

Grafik 2.13. Shopping Mall Website Share

Sumber: btrax.com (JETRO Data), 2018

2.4. PERSEPSI TERHADAP PRODUK INDONESIA

Indonesia menempati urutan ke-22 eksportir terbesar sepeda di dunia. Pada tahun 2017, total ekspor Indonesia ke pasar dunia mencapai USD 59,4 juta. Lebih dari setengah ekspor sepeda Indonesia ditujukan ke Inggris (pangsa 19,7%), Amerika Serikat (pangsa 19,5%) dan Denmark (pangsa 12,4%). Adapun pasar Jepang memiliki pangsa 1,8% terhadap total ekspor sepeda Indonesia. Potensi yang besar di pasar Jepang seharusnya masih dapat mendorong ekspor sepeda Indonesia di pasar tersebut. Secara umum, Indonesia menempati urutan ke-7 eksportir sepeda terbesar di pasar Jepang. Kendati demikian, pangsa Indonesia masih relatif rendah yakni 0,1%. Berdasarkan jenis sepeda, Indonesia memiliki posisi yang cukup kuat pada jenis *sport bike*, *children bike*, *infant bike*, dan *mountain bike*. Meskipun memiliki posisi yang cukup kuat untuk kategori tersebut, impor Jepang justru menunjukkan performa impor yang mengalami penurunan kecuali untuk *children bike* yang masih mengalami pertumbuhan positif. Selain *children bike*, jenis sepeda yang sekarang ini memiliki performa impor yang baik adalah *e-bike* dan *mini-cycles*.

BAB 3 PERSYARATAN PRODUK

3.1. KETENTUAN PRODUK

Impor sepeda dibedakan menjadi tujuh grup sesuai jenisnya. Secara umum, pengklasifikasian terdiri atas *light bike*, *e-bike* dan jenis lainnya. Jenis sepeda lainnya lalu diklasifikasikan lagi yang terdiri atas *mountain bike*, *mini-cycles*, *infant bicycles*, *children bicycles*, dan *sport bike*. Beberapa jenis produk memiliki spesifikasi yang berbeda yang disajikan pada Tabel 3.1. berikut.

Tabel 3.1. Spesifikasi Produk Sepeda di pasar Jepang

HS number and product category	Bicycle type
8712.00100 Mountain bikes	<ul style="list-style-type: none"> • MTB(includes V brake or disk brake equipped) • Cross bikes
8712.00211 Mini-cycles	<ul style="list-style-type: none"> • Mini-cycles • Small wheel foldable bicycles • BMX
8712.00218 Infant bicycles	<ul style="list-style-type: none"> • Infant bicycles(12 – 16 inch) • Toy bicycles(12 inch two wheel) • Unicycles(12 – 16 inch)
8712.00219 Children bicycles	<ul style="list-style-type: none"> • Children bicycles(18 – 24 inch) • Junior MTB(18 – 24 inch) • Unicycles(18 – 24 inch)
8712.00291 Light bicycles	<ul style="list-style-type: none"> • Light bicycles(excludes outer derailleur equipped) • Single speed, sports use bicycles equipped with inner derailleur.
8712.00299 Miscellaneous	<ul style="list-style-type: none"> • Sports use bicycles • Light bicycles equipped with outer derailleur • Junior MTB(26 inch)
8711.90000 Other Motorcycles	<ul style="list-style-type: none"> • Other Motorcycles (including mopeds) and cycles fitted with an auxiliary motor, with or without side-cars; side-cars. Electric power assist bicycles are included.

Sumber: Japan Bicycle Promotion Institute, 2018

Ketentuan impor produk sepeda di pasar Jepang sama seperti produk manufaktur lainnya dimana importir harus menyertakan beberapa dokumen impor. Berdasarkan informasi dari *Japan Custom*, untuk tariff bea masuk sendiri, saat ini Jepang sudah tidak lagi mengenakan bea masuk untuk produk sepeda. Beberapa ketentuan impor produk sepeda di pasar Jepang antara lain:

1. Import Clearance

Importir wajib mengajukan izin impor ke *Director-Generel of Customs* Jepang. Setelah itu, izin impor akan didapatkan setelah pengujian produk dan pembayaran bea masuk. Produk sepeda merupakan salah satu produk manufaktur yang telah dibebaskan bea masuknya.

2. Import Declaration

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

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

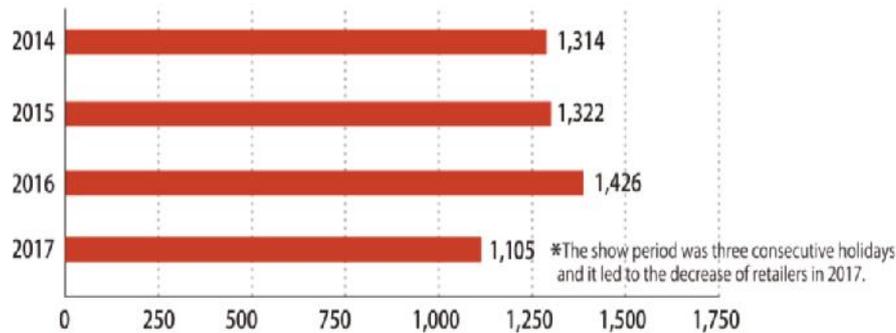
3.2. KETENTUAN PEMASARAN

Retailers memegang peranan penting dalam distribusi sepeda di Pasar Jepang. Oleh karena itu, salah satu strategi utama adalah dengan memperluas jaringan bisnis dengan *retailers* sepeda yang pada umumnya memiliki toko yang tersebar baik secara nasional maupun secara regional di Jepang. Selain memiliki persediaan sepeda yang lengkap, *retailers* juga menjual asesoris dan pakaian bersepeda. Selain itu, *retailers* juga kerap mengadakan kegiatan touring bersepeda bersama dengan konsumen, sehingga hubungan antara *retailer* dan pelanggan cukup erat.

Selain melalui *retailers*, strategi pemasaran sepeda di Jepang juga dapat melalui beberapa organisasi perkumpulan pecinta sepeda. Pada umumnya, organisasi ini terbagi berdasarkan regional, sebagai contoh *Tokyo Cycling Club* yang merupakan perkumpulan pecinta sepeda di daerah Tokyo dan *Kancycling* (*Kansai cycling*) yang merupakan gabungan pecinta sepeda yang berdomisili di daerah Kansai serta ada pula *Nagoya Cycling Club*. Selain secara regional, *club* sepeda di Jepang juga dapat berdasarkan preferensi atas suatu merk tertentu atau jenis sepeda tertentu. Pada tingkatan yang lebih kecil, *club* sepeda biasanya diinisiasi oleh toko atau *retailers* sepeda. Contohnya antara lain KM Ibex (berasal dari KM cycle shop), Space Ace, Fitte (Tokyo store), Cicli Hide (Saitama shop), Space (Chiba shop), Comrade (High Level Amateur Team), Piano Piano, Kaneko Inks (Saitama shop), dan O-vest (Chofu shop). Berdasarkan data dari *Japanese Club Racing Association* (JCRC), saat ini terdapat sekitar 340 club sepeda di Jepang.

Salah satu cara efektif dalam memperkenalkan produk sepeda Indonesia adalah secara aktif mengikuti pameran dagang sepeda di Jepang. Salah satu pameran dagang produk sepeda terbesar di Jepang adalah Cycle Mode International. Pada tahun 2017, pameran ini mampu menarik sebesar 27.407 pengunjung dalam tiga hari di tanggal 3-5 November 2017. Sekitar 95% merupakan konsumen prospektif yang terdiri dari konsumen dewasa sebanyak 25.215 pengunjung dan konsumen pelajar sebanyak 829 orang. Selain itu, pameran tersebut juga menarik 1.105 *retailers* dan 258 pers.

Selama empat tahun terakhir, pameran Cycle Mode International dapat menarik lebih dari seribu *retailers* setiap tahunnya. Di tahun 2017, pengunjung *retailers* menurun akibat pelaksanaan pameran yang diadakan di hari libur nasional. Kendati demikian, pameran ini terbilang sukses terlihat dari banyaknya pengisi pameran sebanyak 176 dengan 536 jumlah *booths*. Adapun produk sepeda yang dipamerkan tercatat sebesar 920 produk.



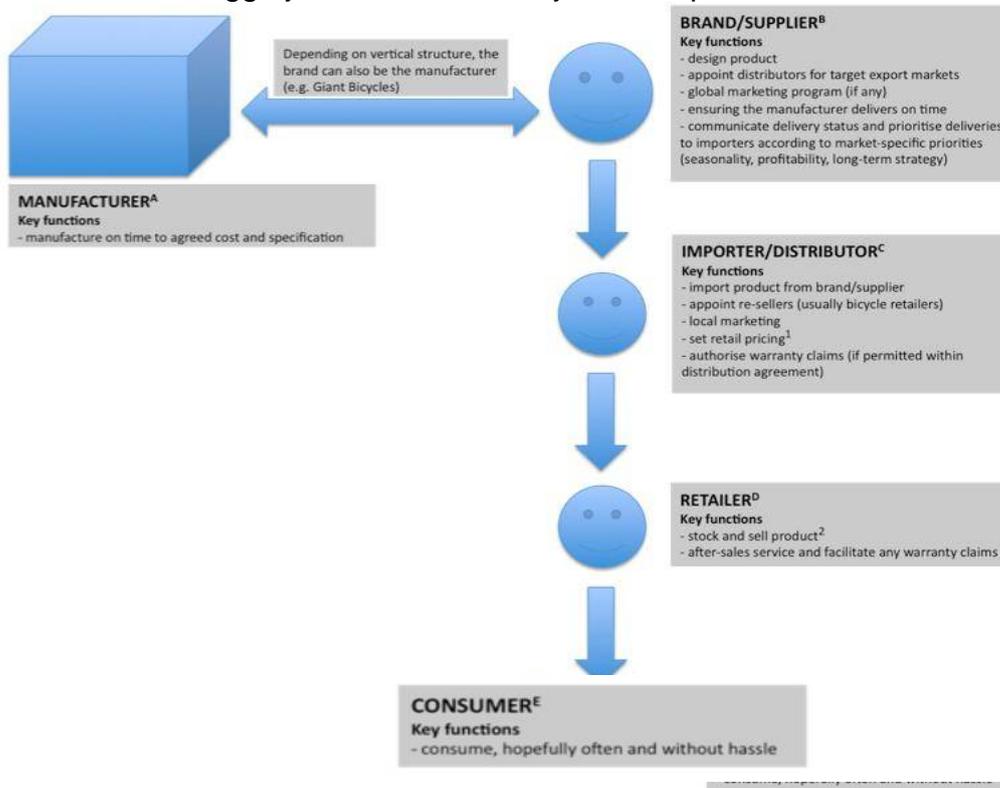
Grafik 3.1. Jumlah Pengunjung Retailers pada Cycle Mode International Periode 2014-2017

Sumber: cyclemode.net, 2017

Selain aktif melalui partisipasi pameran dagang, promosi produk sepeda Indonesia juga dapat dilakukan melalui penyelenggaraan event bersepeda yang dapat diinisiasi dan bekerja sama dengan perwakilan Republik Indonesia dan perwakilan perdagangan Republik Indonesia di Jepang antara lain Kedutaan Besar RI di Tokyo, Konsulat Jenderal RI di Osaka, Atase Perdagangan RI di Tokyo dan Indonesia Trade Promotion Center (ITPC) di Osaka.

3.3. DISTRIBUSI

Jalur distribusi industri sepeda di Jepang pada umumnya hampir sama dengan di negara lainnya, namun terdapat sedikit perbedaan yaitu keberadaan distributor. Di negara lain, terdapat distributor yang menghubungkan antara produsen dengan dengan retailer, sedangkan di Jepang, sepeda dari produsen langsung didistribusikan kepada retailer sehingga jalur distribusi menjadi lebih pendek.



Gambar 3.1. Bagan Jalur Distribusi pada Industri Sepeda

Sumber: Cycling iQ, 2018

Bagan di atas menunjukkan bahwa proses produksi dilakukan oleh pihak *manufacturer*. *Manufacturer* dapat berasal baik dari anak perusahaan produsen pemilik *brand* sepeda maupun perusahaan *manufacturer* mandiri yang menerima pesanan dari pemilik *brand*. Seperti contoh, pada periode 1980an, banyak produsen Jepang yang mengalihkan tempat produksinya ke Taiwan melalui investasi. Oleh karena itu, terlihat saat ini Taiwan merupakan salah satu eksportir sepeda utama di pasar Jepang. Meskipun demikian, *design* produk masih ditentukan oleh produsen atau perusahaan pemegang brand sepeda di Jepang. Selain menentukan desain, produsen juga melakukan pemasaran ke distributor atau *retailer*, mengintruksikan pengiriman ekspor, serta memastikan pengiriman produk dengan benar. Agen selanjutnya adalah distributor dimana fungsi utamanya adalah menghubungkan produsen dan *retailers*. Selain itu, distributor juga mencari *retailers*, mengatur strategi pemasaran secara regional, menentukan harga retail dan mengatur garansi. Pada industri sepeda Jepang sendiri, fungsi distributor pada umumnya dilakukan oleh produsen itu sendiri. Produsen biasanya memiliki *retailer* mitra baik toko resmi yang dimiliki oleh *brand* sendiri maupun toko sepeda. *Retailers* memegang peranan penting dalam pemasaran sepeda di Jepang karena menjadi penghubung antara produsen dan konsumen. Fungsi utamanya adalah memastikan persediaan produk dan menjualnya kepada konsumen. Selain itu, *retailer* juga memastikan fasilitas *after-sales* seperti garansi dan reparasi.

Berdasarkan bagan di atas, importir khususnya yang sudah memiliki merk dagang sendiri memiliki posisi yang sama dengan distributor dimana dapat langsung memasok sepeda ke *retailer*. Berdasarkan kondisi ini, maka untuk masuk ke pasar sepeda Jepang, eksportir Indonesia diharapkan dapat memperluas jaringan bisnis dengan *retailer* Jepang, khususnya toko-toko sepeda yang dekat dengan lingkungan konsumen.

3.4. INFORMASI HARGA

Harga sepeda di pasar Jepang cukup beragam tergantung pada jenis dan *brand* dan kategori sepeda. *E-bike* merupakan jenis sepeda termahal di pasar Jepang. Produksi *e-bike* yang memerlukan input yang lebih banyak dan lebih mahal mendorong harga jual yang lebih tinggi dibandingkan jenis sepeda lainnya. Adapun jenis sepeda yang memiliki harga terendah yakni sepeda yang diperuntukkan bagi anak-anak, seperti *children bike* dan *training bike*.

Mountain bike memiliki kisaran harga yang cukup panjang. Harga *mountain bike* termurah berasal dari brand *field champ*, *mimugyo*, dan *kxuxo* yang memiliki harga di bawah JPY 40.000. Brand *shimano* memiliki kisaran harga JPY 40.000 – JPY 60.000. Adapun *brand* mountain termahal di pasar Jepang yakni GMC Puretsy, Kaepa, Maserats dan Hummer.

Sama halnya dengan *mountain bike*, *range* harga *sport bike* juga cukup lebar. Harga termurah berasal dari brand shimano dengan produk *Raychell* 700C, PISTBIKE dengan produk Tea street 700. Di kelas menengah dengan kisaran harga JPY 30.000 - JPY 60.000 berasal dari brand Canaroa, Marisl 21-speed 700C, KEIM, Kaepa 700C, Chevrolet, Shimano Hoyle WHR501, CLARIS, Kararimu Chi tea cycle, minibero CTB, Renault Colombia Canyon 650, Renault 700C, dan tonebike 700c. Adapun harga termahal berasal dari brand Alfa Romeo Alfa 24 inch, JOY TECH, Cadillac American 26 inch, Volkswagen 700C, dan DG red.

Mini-cycles termasuk di dalamnya sepeda lipat memiliki kisaran harga terlebar. Harga termurah (dibawah JPY 30.000) berasal dari brand FIELD CHAMP, Mimugyo,

MYPALLAS, ZERO-ONE, CAPTAIN STAG, Chevrolet, Hummer, dan Doppelganger. Harga menengah (dengan kisaran JPY 30.000 – 70.000) berasal dari brand Dahon, Shimano, FJK, GY Parceiro, Minibero, Lamborghini, FIAT, Hummer, Jeep, Land Rover, Volkswagen, Avirex, dan Renault. Brand termahal pada jenis mini-cycles dan foldable bike adalah NANO bike FD-1207, STRAIDA LT, terutama MONTAGUE. Harga sepeda lipat MONTAGUE sebagian besar diatas 100.000 Yen.

Berbeda halnya dengan jenis sepeda lainnya, produsen untuk sepeda anak-anak relatif lebih sedikit baik untuk *infant cycle* yang pada umumnya merupakan *tricycle* maupun *children*. Beberapa merk untuk kedua jenis sepeda tersebut antara lain IDEs D-Bike, CAPTAIN STAG, dan JD BUG. Untuk *infant cycle*, brand dengan harga terendah berasal dari brand D-Bike, sementara brand termahal yakni Morgan Cycle. Harga *tricycle* Morgan Cycle mencapai di atas JPY 70.000 terutama pada jenis Morgan Black Hawk Trike. Adapun brand children bike relatif lebih beragam, harga termurah tetap berasal dari brand Tonino Lamborghini, SOGOSOGO NEO, Mimi, Radio Flyer, Kiddimoto dan D-Bike dengan kisaran JPY 11.000 – JPY 30.000. Sementara brand termahal dalam kategori *children bike* antara lain JEEP, Rainbow Beach, MotelWorks, Bronx fat, ARESBIKES, Cruiser, Chevrollet, HUMMER, dan Burlington.

Kisaran harga *light bike* relative stabil dibandingkan jenis-jenis lainnya yakni sekitar JPY 27.000 – 64.000. Beberapa brand dari kelompok light bike yang populer di pasar Jepang antara lain Lupinus, SOGO, Minibero, Rover, Avirex, dan Volkswagen. Volkswagen merupakan brand light bike yang relatif lebih mahal dibandingkan brand lainnya dengan harga di atas JPY 60.000. Sementara itu, untuk *e-bike* merupakan jenis sepeda yang paling mahal di pasar Jepang dengan kisaran harga JPY 81.000 – JPY 181.440. *E-bike* dengan harga termurah berasal dari brand FIELD CHAMP, Mimugyo dan MounG. Ketiga brand ini memiliki harga di bawah JPY 100.000. Selain itu, ada pula merk Panasonic, Yamaha.

Tabel 3.2. Range Harga Sepeda di pasar Jepang Menurut Jenis

Jenis Sepeda	Range Harga (Yen)
Mountain Bike	36.000 – 75.384
Sport Bike/Cross Bike	23.437 – 71.999
Mini-Cycles/Foldable Cycle	10.584 – 138.240 (Montague)
Infant Bicycle	24.000 – 40.000
Children Bike	11.660 – 53.784
Light Bike	27.000 – 64.000
E-Bike	81.000 – 181.440

Sumber: Rakuten Global Market, 2018

3.5. KOMPETITOR

Sebagian besar produsen sepeda di Jepang merupakan perusahaan multinasional yang telah memiliki cabang di seluruh penjuru dunia. Produsen tersebut pula pada umumnya memproduksi beberapa brand dan jenis sepeda. Beberapa contoh produsen sepeda di Jepang antara lain Bridgestone, Centurion, Fuji Bikes, Kuwahara, Miyata, Panasonic, Shimano, Suzuki, Yamaha dan sebagainya.

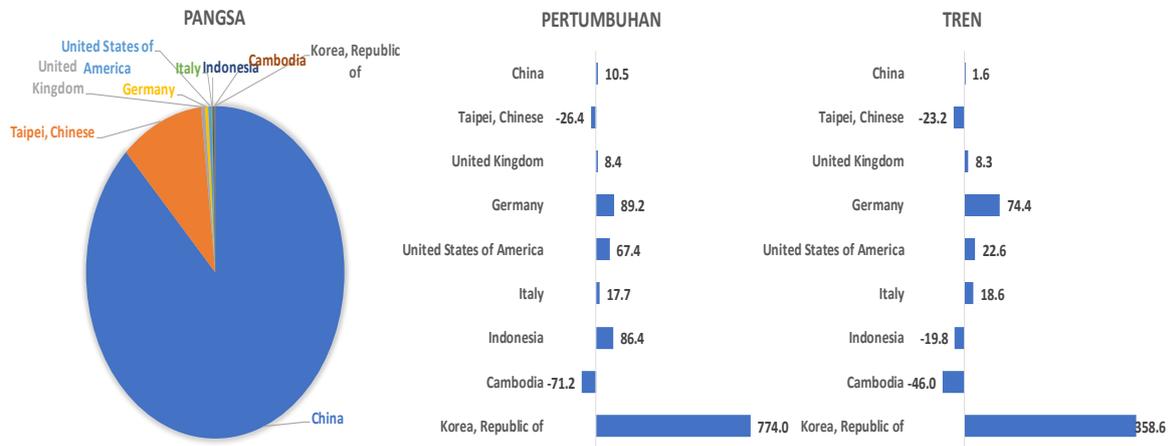
Tabel 3.3. Daftar Beberapa Brand Sepeda di Pasar Jepang

3 Rensho	Kabuki, see Bridgestone	Reminton
Alps	Kalavinka (made by Tsukumo, Tokyo)	Royal Norton
Amanda (Tokyo)	Kawamura Cycle, Kobe, Japan (manufactured Nishiki and Azuki brands)	Royce Union
American Eagle, later Nishiki (U.S. brand, manufactured by Kawamura Cycle)	Kobe limited, Kobe, Japan	San Rensho (3Rensho)
American Star	Kusano Engineering (Tokyo)	Sannow
Amuna (written "AMVNA", manufactured by Matsumoto Cycle, Sendai)	Kuwahara	Schwinn (certain models manufactured in Japan, e.g., Voyager, World models)
A.N. Design Works (Core Japan, Tokyo)	Kyoso (Tokyo)	Sekai
Apollo (a Canadian brand manufactured by Kuwahara, marketed by Fred Deeley Imports of Vancouver)	Lightning (made by Inazuma Cycle)	Sekine
Araya	Lotus	Shimazaki (Tokyo)
ARES	Maruishi	Shimano
Asuka (Nara)	Marukin (White Sails) apparently a subsidiary of Hodaka Corp.	Shogun
Azuki (a sub-brand of West Coast Cycle, see Nishiki)	Mikado	Silk
Baramon (Kurume)	Miyata	Skyway
Bianchi (certain models manufactured in Japan)	Kiyo Miyazawa (Tokyo)	Smith
Bridgestone (variously marketed as Anchor, C.Itoh, Kabuki)	Miyuki (Tokyo)	Soma
CatEye (famous for cycling accessories, manufacture exercise bikes)	Mizutani (ミズタニ自転車株式会社) (Tokyo) (Established in 1924)(http://www.mizutanibike.co.jp/)	SR (Sakae Ringyo), purchased later by Mori Industries, merged with Suntour
Centurion	Nagasawa	Suntour, purchased later by Mori Industries, merged with SR
Cherubim (Machida, Tokyo)	Nakagawa (Osaka)	Suteki, a brand marketed by Sears, manufactured by Panasonic.
Crafted (Fukui)	Nakamichi	Takara
Deki	Nishiki (U.S. brand, earlier as American Eagle, manufactured by Kawamura)	Tano
Diamond Back		
Dahon	Noko	Terry
Elan	Ono	Toei (Kawaguchi, Saitama)
Emme Akko (Miyako)	Panasonic / National	Tokyobike
Focus (Araya) [1]	Pegasus (Chofu, Tokyo)	Toyo
Fuji	Peugeot (certain models manufactured in Japan)	Tsunoda (Nagoya, Japan — also manufactured Lotus brand)
Fury	Pie	Tubagra
Ganwell (Kyoto)	Polaris	Univega
Hirose (Kodaira, Tokyo)	Project M (Tsukuba, Ibaraki)	Vigore (Kyoto)
Holks	Puch (certain models manufactured in Japan)	Vlaams
Honjo (Tottori)	Raizin (Kiryu, Gunma)	Vogue (made by Orient, Kamakura) Yamaha
Ikesho	Raleigh / Rampar (certain models manufactured in Japan)	Zebraenko
Iribe (Nara)	Ravanello (made by Takamura, Tokyo)	Zunow (Osaka)

Sumber: revolv.com, 2018

Adapun kompetitor dari luar Jepang, RRT merupakan pesaing utama Indonesia dalam memasuki pasar sepeda di Jepang. Total impor dari RRT mencapai USD 648,8 juta di tahun 2017 atau memiliki pangsa sebesar 87,7% terhadap total impor sepeda Jepang. Selain memiliki pangsa yang besar, nilai pertumbuhan dan tren pertumbuhan impor Jepang dari RRT juga masih mencatat nilai yang positif. Hal ini menunjukkan bahwa RRT masih memiliki posisi yang amat kuat di pasar sepeda Jepang dan masih secara aktif mendorong ekspor sepeda ke pasar Jepang. Sementara itu, pesaing prospektif lainnya berasal dari Eropa, seperti Inggris, Jerman dan Italia serta Amerika Serikat. Walaupun memiliki pangsa yang tidak jauh dengan Indonesia, namun impor

dari keempat negara tersebut memiliki pertumbuhan yang cukup signifikan baik jangka pendek maupun jangka panjang. Beberapa *brand* sepeda asal Eropa juga cukup memiliki populer di pasar Jepang. Seperti contoh Renault dari Perancis dan Volkswagen dari Jerman. Selain itu, brand-brand ini pada umumnya memiliki harga yang lebih tinggi dibandingkan sepeda produksi domestik dari Jepang.



Grafik 3.2. Perbandingan Pangsa, Pertumbuhan dan Tren Impor Sepeda Jepang Menurut Negara Asal

Sumber: ITC Trademap, 2018

BAB 4 KESIMPULAN

1. Penjualan sepeda di pasar Jepang selalu melampaui produksi domestik sepeda. Hal ini menunjukkan bahwa produksi domestik cenderung kurang untuk memenuhi permintaan sepeda di pasar Jepang. Oleh karena itu, kebutuhan permintaan domestik juga ditopang dari impor. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa ekspor sepeda ke pasar Jepang masih sangat terbuka dan potensial.
2. Pada tahun 2017, total impor sepeda Jepang tercatat USD 739,8 juta, meningkat sebesar 5,1% dibandingkan tahun sebelumnya yang mencapai sebesar USD 704,2 juta. Total impor sepeda di pasar Jepang didominasi oleh *sport bike* dengan pangsa sebesar 39%, lalu diikuti dengan *light bike* (pangsa 22,1%) dan *children bicycle* (pangsa 18,9%). Adapun di posisi ke-4 ditempati oleh impor *e-bike* dengan pangsa 8,8%. Tahun 2017 adalah tahun pertama dimana Jepang melakukan impor *e-bike*. Sebelumnya, pasokan *e-bike* dipenuhi oleh produksi dalam negeri. Tingginya permintaan *e-bike* saat ini merupakan faktor utama meningkatnya impor. Selain *e-bike*, permintaan akan sepeda yang diperuntukan bagi anak-anak juga cukup potensial. Impor *children bicycles* dan *mini-cycles* Jepang dari dunia masih mengalami kenaikan masing-masing sebesar 2,5% dan 5,5%.
3. RRT merupakan pemain utama di pasar sepeda Jepang. Selain memiliki pangsa yang besar, untuk beberapa jenis sepeda, posisi RRT di pasar Jepang pun masih sangat kuat. Secara umum, Indonesia menempati urutan ke-7 eksportir sepeda terbesar di pasar Jepang. Meskipun demikian, pangsa Indonesia masih sangat rendah yakni hanya 0,1% di tahun 2017. Berdasarkan jenis sepeda, Indonesia memiliki posisi yang cukup kuat pada jenis *sport bike*, *children bike*, *infant bike*, dan *mountain bike*.
4. Berdasarkan informasi dari *Japan Custom*, untuk tariff bea masuk, saat ini Jepang sudah tidak lagi mengenakan bea masuk untuk produk sepeda. Beberapa ketentuan impor produk sepeda di pasar Jepang antara lain:
5. Untuk pendistribusian, sepeda di Jepang dari produsen langsung didistribusikan dari produsen ke retailer. *Retailer* dapat berupa pasar fisik, seperti *official store brand*, supermarket dan toko sepeda maupun secara *online*. Oleh karena itu, salah satu strategi utama untuk menggarap pasar sepeda di Jepang adalah dengan memperluas jaringan bisnis dengan *retailers* sepeda yang pada umumnya memiliki toko yang tersebar baik secara nasional maupun secara regional di Jepang. Selain melalui *retailers*, strategi pemasaran sepeda di Jepang juga dapat melalui beberapa organisasi perkumpulan pecinta sepeda. Salah satu cara efektif dalam memperkenalkan produk sepeda Indonesia adalah secara aktif mengikuti pameran dagang sepeda di Jepang. Salah satu pameran dagang produk sepeda terbesar di Jepang adalah *Cycle Mode International*. Selain aktif melalui partisipasi pameran dagang, promosi produk sepeda Indonesia juga dapat dilakukan melalui kemungkinan penyelenggaraan *event* bersepeda yang dapat diinisiasi dan bekerja sama dengan perwakilan RI dan perwakilan perdagangan RI di Jepang.

LAMPIRAN

1. DAFTAR IMPORTIR

Nama	Kontak dan Website
Retailer	
Cycle Ono Sapporo	24chome 1-1 Kita nijo nishi Chuo-ku Sapporo-city Hokkaido 064-0822 Tel. 011-621-0501 https://onosapporo.jp
Cycle Shop Okabe	6chome 2-25 Minami jugojo nishi Chuo-ku Sapporo-city Hokkaido 064-0915 Tel. 011-511-0459 http://www.okabe-cy.jp
Blue Days	1-25-11 Chuo Aomori-city Aomori 030-0822 Tel. 017-762-7130 https://blue.crayonsite.net
Cycle Minoru	3-21 Tsushida Chuo Morioka-city Iwate 020-0838 Tel. 019-637-2221 http://www.cycle-minoru.com
Cycle Satake	226-4 Nakashinden Hizume Shiwa-cho Shiwa-gun Iwate 028-3305 Tel. 019-613-5550
Cycle House Wish: Takasaki Ashikado branch	824-2 Ashikadomachi Takasaki-city Gunma 370-3531 Tel. 027-372-5550 http://www.ch-wish.com
Cycle House Wish: Maebashi minami branch	1-7-5 Amagawabaramachi Maebashi-city Gunma 371-0803 Tel. 027-289-4141 http://www.ch-wish.com
Hi-BIKE	1130-1 Hanamuro Tsukuba-city Ibaragi 305-0025 Tel. 029-875-9231
Cycle Shop Nemoto: Isohara branch	4-73 Ishohara Ishoharacho Kita-Ibaragi-city Ibaragi 319-1541 Tel. 0293-42-7731
Cycle shop Matsui Ringyo	144-1 Shizuka Iwanemachi Tochigi-city Tochigi 329-4307 Tel. 0282-55-1780 http://cc9.easymyweb.jp/member/matsui-cycle/
Cycle Shop Sekiya: Shinagawa branch	6-13-5 Meguro-Honmachi, Meguro-ku Tokyo 152-0002 Tel. 03-6388-0235 http://cycleproshopsekiya.com/index.html

Y's Road: Ochanomizu Ladeiskan branch	Takara Bldg. 1F 2F, 1-6-1 Ogawacho Chiyoda-ku Tokyo 100-0006 Tel. 03-5244-4995 http://ysroad.co.jp/ochanomizu-ladieskan/
Y's Road Shinjuku Wear	2-19-1 Shinjuku Shinjuku-ku Tokyo 160-0022 Tel. 03-5363-5696 http://ysroad.co.jp/shinjuku-wearkan/
Y's Road: Shibuta Honkan	2-10-7 Dogenzaka Shibuya-ku Tokyo 150-0043 Tel. 03-5728-3539 http://ysroad.co.jp/shibuya-honkan/
Y's Road: Futagotamagawa branch	2-32-14 Seta Setagaya-ku Tokyo 158-0095 Tel. 03-5717-3110 http://ysroad.co.jp/futakotamagawa/
Y's Road Ikebukuro branch	1-27-8 Higashi-ikebukuro Toshima-ku Tokyo 170-0013 Tel. 03-5992-4070 http://ysroad.co.jp/ikebukuro/
Y's Road Ueno wear branch	3-17-2 1st Floor Ueno Taito-ku Tokyo 110-0005 Tel. 03-5812-6656 http://ysroad.co.jp/ueno-wearkan/
CYCLE PLUS	2-29-10 Kodo Adachi-ku Tokyo 120-0013 Tel. 03-3880-0633 http://cycleplus.life.coocan.jp/
Y's Road: Fuchu Tamagawa branch	5-42-3 Yotsuya Fuchu Tokyo 183-0035 Tel. 042-352-3308 http://ysroad.co.jp/fuchu/
Cycle Shop FLAT	7-38-1 Sunagawacho Tachikawa-city Tokyo 190-0031 Tel. 042-534-7711
Bike Cafe FB	2-14-36 Higashi-ome Ome-shi Tokyo 198-0042 Tel. 0428-78-3238 http://bike-cafe-fb.p-kit.com/
Y's Road: Higashiyamato branch	5-1137-1 Imokubo Higashiyamato-shi Tokyo 207-0033 Tel. 042-516-9455 http://ysroad.co.jp/higashiyamato/
Y's Road: Omiya branch	2-23 Miyamachi Omiya-ku Saitama-city Saitama 330-0802 Tel. 048-650-8750 http://ysroad.co.jp/omiya/

Y's Road: Irima branch	3169 Miyatera Iruma-shi Saitama 358-0014 Tel. 04-2937-4011 http://ysroad.co.jp/iruma/
Y's Road: Shigi branch	4-4-26 Motomachi Shiki-city Saitama 353-0004 Tel. 048-471-0069 http://ysroad.co.jp/shiki/
Cielo	2-193 Inacho Kita-adachi-gun Saitama 362-0807 Tel. 048-878-9697 http://www.facebook.com/cycle.shop.cielo
Daifukuya	714-3 Noda Iruma-city Saitama 358-0054 Tel. 042-932-7398 http://daifukuya.jp/
Cycle Shop Masuko	3-1-15 Toyooka Iruma Saitama 358-0003 Tel. 042-962-2278
Blue Glass Tokorozawa	Furukawa Bldg. 8-13 Enokicho Tokorozawa-city Saitama 359-1104 Tel. 04-2926-6511 http://www.bluegrassbikes.co.jp/
Y's Road: Yokohama wear branch	5-26-3 Sakuragi-cho Nishi-ku Yokohama-city Kanagawa 220-0021 Tel. 045-680-0054 http://ysroad.co.jp/yokohama-wearkan/
Y's Road: Kawasaki branch	2-10-2 Isago Kawasaki Mid Mark Tower 1F,2F Kawasaki-ku Kawasaki-city Kanagawa 210-0006 Tel. 044-221-1531 http://ysroad.co.jp/kawasaki/
Y's Road Funabashi branch	2-2-7 3rd Floor Hamamachi Funabashi-city Chiba 273-0012 Tel. 047-402-6681 http://ysroad.co.jp/funabashi/
Cycle Works Fin's	2-53 Sakon Nagaoka-city Niigata 940-1161 Tel. 0258-33-8823 http://www.cw-fins.com/
Takahashi Cycle Center	2-9-2 Chitosemachi Toyama-city Toyama 930-0018 Tel. 076-432-8203 http://takahashicycle.blog.fc2.com/
Uehara Cycle	5-14 Suehiro Suwa-city Nagano 392-0025 Tel. 026-658-3033 http://www.ueharacycle.com/
Bicycle Maintenance Shop Fujisawa	5130 Higashiminowa Minowa-cho Kamiina-gun Nagano 399-4602 Tel. 0265-79-2077 http://fwns86382.wix.com/bm-fuji/

TOMOS	2505-1 Mitake-cho Kani-gun Gifu 505-0121 Tel. 057-467-0318 http://www.tomos-jp.com/
Y's Road: Nagoya wear branch	2-2-13 Nishiki Naka-ku Nagoya-city Aichi 460-0003 Nagoya Center Bodg. 1F 102 Tel. 052-228-8811 http://ysroad.co.jp/nagoya-wearkan/
Kato Cycle	2-8-26 Kakeage Minami-ku Nagoya-city Aichi 457-0007 Tel. 052-811-3741 http://www.katocycle.com/
Fukui Cycle	41 Maenami-cho Nakagawa-ku Nagoya-city Aichi 454-0025 Tel. 052-361-0123 http://www.fukui-c.co.jp/
Kamihagi Cycle Midori branch	2-1012 Tsurugasawa Midori-ku Nagoya-city Aichi 458-0814 Tel. 052-680-7710 http://kamihagi.com/shop_midori.html
Kamihagi Cycle Komaki branch	1-25 Ogihigashi Komaki-city Aichi 485-0059 Tel. 0568-73-8311 http://kamihagi.com/shop_komaki.html
Rinkichi	13 Nishiebata Hanatsune Oharu-cho Aichi 490-1136 Tel. 052-449-2209 http://rinkichi.jp/
Jitensha-ya Fit	194-1 Miyoshi Goyucho Toyokawa-city Aichi 441-0211 Tel. 053-365-8485 http://www.fit3196.com/
Wilson Cycle Suzuka	513-0833 2-6-1 Kyoshin Shono Suzuka Mie Tel. 059-392-8122 http://wilsoncyclesuzuka.com/
Jitensha dokoro Doterushi	350-3 Ono Otsu-city Shiga 520-0525 Tel. 077-576-5010 http://www.doterushi.com/
RIDE LIFE Otsu Green Hill	Promenade Aoyama, 5-13-22 Aoyama Otsu-city Shiga 520-2101 Tel. 077-576-9571 https://www.ridelife-biwaichi.com/
Y's Road Osaka Wear	2-4-11 Bakuroumachi Chuo-ku Osaka-city Osaka 541-0059 Tel. 06-6265-5850 http://ysroad.co.jp/osaka-wearkan/
Silbest Cycle Umeda branch	2-5-2 Umeda Kita-ku Osaka-city Osaka 530-0001 Tel. 06-6344-3808 http://www.silbest.co.jp/
Via Cycle Village	2-4-12 Ukida Kitaku Osaka-city Osaka 530-0021 Tel. 06-4802-3624 http://www.real-retail.com/

Silbest Cycle Minoo	WEST-1F 4-5-20 Booshima Minoo-city Osaka 562-0013 Tel. 072-723-6123 http://www.silbest.co.jp/
BECK ON	4-4-24 Honmachi Chuo-ku Osaka-city Osaka 541-0053 Tel. 06-6120-3939 http://www.beckon.jp/
Bici Paradiso Augurio	2-10-32 Nagai Sumiyoshi-ku Osaka-city Osaka 558-0003 Tel. 06-6696-5501 http://bp-augurio.com/
abenova	2-6-21 Nishi-Tanabe-cho Abeno-ku Osaka-city Osaka 545-0014 Tel. 06-6629-8070 https://abenova.com/
Kawaharada Cycle	2-30 Higashinagayamaen Sakai-ku Sakai-city Osaka 590-0034 Tel. 072-233-1348 http://www.e-cycle.co.jp/
Nomu Labo	1-6-11 Minamisenba Chuo-ku Osaka-city Osaka 542-0081 Tel. 06-6121-6256 http://pass13.blog.fc2.com/
BICYCLE LAND Sakatani	6-239-2 Kuminoki Sayama-city Osaka 589-0013 Tel. 072-367-0208 http://bl-sakatani.com/
Cycle Shop Kanzaki Hankyu Senriyama branch	Fairy Flats 1F 26-21 Senriyama Matsugaoka Suita-city Osaka 565-0843 Tel. 06-4861-8146 http://www.bikefunn.com/
Nagano Yurindo	23-22 Nishinoyama-cho Kwachi Nagano-city Osaka 586-0024 Tel. 0721-21-8896 http://www.naganoyurindo.com/
QBEI Sports	71-2 Matsunoki-cho Shimogamo Sakyo-ku Kyoto-city Kyoto 606-0816 Tel. 075-706-7801 http://sports.qbei.co.jp/
Karaido Cycle	167-2 Higashihashizume-cho Horikawa Shimodachiuri Higashiiru Kamigyo-ku Kyoto-city Kyoto 602-8044 Tel. 075-755-6627 http://www.kaleidocycle.jp/
Silbest Cycle Kyoto	71 Daikoku-cho Yanaginobanbihigashiiru Rokkakudori Nakagyo-ku Kyoto-city Kyoto 604-8073 Tel. 075-231-0531 http://www.silbest.co.jp/
Base Rocket Punch	10 Dagoikeda-cho Fushimi-ku Kyoto-city Kyoto 601-1362 Tel. 075-574-7734 http://baserocketpunch.com/

Koseki Cycling Center	496-17 Imadegawa-noboru Nanahonmatsu-dori Bishamon-cho Kamigyo-ku Kyoto-city Kyoto 602-8325 Tel. 075-463-3428 http://www.kyoto.zaq.ne.jp/koseki-cycle/
STOKED CYCLE	128-1 103A Higashihonmachi Fukuchiyama-shi Kyoto 620-0047 Tel. 090-9047-2892 http://www.stokedcycle.com/
Y's Road Kyoto branch	Gran le Jade Kyoto Kawaramachi 1F 595 Uraderamachi Nakagyo-ku Kyoto-shi Kyoto 604-8041 Tel. 075-254-7827 http://ysroad.co.jp/kyoto/
Y's Road Kobe	1-2-1 Sakaemachidori Chuo-ku Kobe-city Hyogo 650-0023 Tel. 078-333-7037 http://ysroad.co.jp/kobe/
Cycle Land DEPO	1-2 Kaminoda Shimaku Himeji-city Hyogo 672-8043 Tel. 079-231-5011
Cycle Gallery Kayama	58-11 Maruyama Naka-ku Okayama-city Okayama 703-8271 Tel. 086-276-0444 http://www.cycle-g-kayama.com/
Suezawa Cycle	19 Zaimoku-cho Tsuyama-city Okayama 708-0031 Tel. 0868-22-2868 http://www.suezawacycle.com/
Cycle Z	1-1-47 Shimadahonmachi Kita-ku Okayama-city Okayama 700-0033 Tel. 086-252-7744 http://www.cycle-z.com/
WAVE BIKES Okayama branch	2-28-15 Nakano Kita-ku Okayama-city Okayama 700-0972 Tel. 0867-28-5558 http://www.wavebikes.jp/
Tamatsu Cycle	1-3-14 Uchinouminami Yasuura-cho Kure-city Hiroshima 737-2519 Tel. 0823-84-2248 http://www.cicli-tamatsu.com/
Giant Store Onomichi	5-11 Nishigosho-machi Onomichi-city Hiroshima 722-0037 Tel. 0848-21-0068 http://giant-store.jp/onomichi/
Hiroshige	14-22 Tenjin Yanai-city Yamaguchi 742-0005 Tel. 0820-22-0645 http://www.hiroshige.co.jp/
HAYASHI SHOP	30-3 Motomura Sairomichou Anan-city Tokushima 774-0009 Tel. 0884-22-0372 http://www.hayashi-shop.net/
Y's Road Matsuyama Emifull MASAKI branch	Emifull Masaki Amusement 1F 850 Tsusui Matsumae-cho Iyo-gun Ehime 791-3120 Tel. 089-984-4835 http://ysroad.co.jp/matsuyama-emifull/

Cycle Tech Delight	4-4-6 Wakahisa Minami-ku Fukuoka-city Fukuoka 815-0042 Tel. 092-542-4333 http://www.ne.jp/asahi/cycle.tech/delight/
Ace Cycle	2-21-7 Nagasumi Minami-ku Fukuoka-city Fukuoka 811-1362 Tel. 092-541-5174 http://www.ace-cycle.jp/shop.html
Y's Road Fukuoka Tenjin branch	Tenjin Loft B1F 4-9-25 Watanabedori Chuo-ku Fukuoka-city Fukuoka 810-0004 Tel. 092-753-6910 http://ysroad.co.jp/fukuokatenjin
Sharinkan	3-22 Kokaihonmachi Chuo-ku Kumamoto-city Kumamoto 860-0851 Tel. 096-343-3324 http://www.sharinkan.com/index.html
Sunset Bike	2F-1 El Sol Town Bldg. 2-7-8 Mihama Chatan-cho Nakagami-gun Okinawa 904-0115 Tel. 098-955-2694 http://sunset-bikes.com/
J Sports	2-4-24 Aomi Koto-ku Tokyo 135-8668 Tel. 03-5500-3478 http://store.jsports.co.jp/
World Cycle	1-125-3 Ishihara-cho Higashi-ku Sakai-city Osaka 599-8102 Tel. 072-240-2525 http://www.worldcycle.co.jp/
Cycle Base Asahi	1-8-8 564-0043 Esaka-cho Suita-city Osaka Tel. 06-6387-8745 http://www.cb-asahi.co.jp/
QBEI	5 Minaminekoya-cho Fushimi-ku Kyoto-city Kyoto 612-8379 Tel. 075-622-5306 http://www.qbei.jp/
Asosiasi dan Club	
Japan Cycling Association (JCA)	Nihon Jitensha Kaikan Bldg. 3, 1-9-3 Akasaka, Minato-ku, Tokyo 107-0052 Phone : +81-3-3583-5628 Fax : +81-3-3583-5987 Website : www.j-cycling.org
Tokyo Bicycle Dealer Community	3-1-8 Sotokanda, Chiyodaku Tokyo 101-0021 Phone : 03 32518446 Fax : 03 52566820
Japan Cycling Federation Secretariat	1-9-3 Akasaka, Minato-ku, Tokyo Japan Bike Hall 3rd Floor, Building 3 107-0052 Phone : 03-3582-3713 Fax : 03-5561-0508 Website : http://jcf.or.jp
All Japan Bicycle Bell Coop	2-15-9 Matsue, Edogawaku Tokyo 132-0025 Phone : 03 36746535 Fax : 03 36746537

Japan Bicycle and Motorcycle Retailers Association	Nihon Jitensha Kaikan II, 1-9-15 Akasaka, Minatoku Tokyo 107-0052 Phone : 03 35836524 Fax : 03 35837056
Tobu Bicycle Industry Co-op Association	4-14-3 Taito, Taitoku Tokyo 110-0016 Phone : 03 38324371 Fax : 03 38324373
Tokyo Co-op Association of Bicycle Wholesalers and Manufacturers	3-8-1 Ueno, Taitoku Tokyo 110-0005 Phone : 03 38341866 Fax : 03 38341885
Bicycle Industry Promotion Association of Japan	Akasaka, Minato-ku 1-9-3 107-0052 Phone : 03 (5572) 6401 Fax : 03 (5572) 6407 Website : www.jbpi.or.jp
Japan Bicycle Technical Center	1-chome, Sakai-ku Sakai City, Osaka Prefecture 3-3 Japan Phone : (072) 238-8731 Fax : (072) 238-8271 Website : www.jbtc.or.jp
Tokyo Cycling Club	https://tokyocycle.com
KANcycling	http://kancycling.com/KANcycling/Welcome to KANcycling%21.html

2. SUMBER INFORMASI YANG BERGUNA

Beberapa website penting yang dapat diakses:

Nama	Kontak dan Website
Informasi mengenai Regulasi Impor di Jepang	
Japan Bicycle Promotion Institute (JBPI)	3-3-1, Kamiosaki Shinagawa-ku Tokyo, Tokyo 141-0021 Shinagawa-ku, Japan Tel: +81-3-6409-6921 Fax: +81-3-6409-6868 http://www.ibpi.or.jp/english_palace.php
Japan Customs	Customs and Tariff Bureau, 3-1-1 Kasumigaseki, Chiyoda-ku, Tokyo 100-8940, JAPAN http://www.customs.go.jp/english/
Japan External Trade Organization (JETRO)	Ark Mori Building, 6F 12-32, Akasaka 1-chome, Minato-ku, Tokyo 1076006, Japan Tel: +81-3-3582-5511 https://www.jetro.go.jp/en/
Informasi mengenai Pameran Dagang di Jepang	
Cycle Mode International	https://www.cyclemode.net/english/
Bicycle City Expo	http://www.rising-publish.co.jp/bicyclecity-expo2018/
Tokyo Motor Show	https://www.tokyo-motorshow.com/en/
SAITAMA CYCLE EXPO	https://japan-attractions.jp/hands-on_activities/saitama-cycleexpo/