

COCONUT OIL HS 1513

LAPORAN
INFORMASI
INTELIJEN
BISNIS
2019

RINGKASAN EKSEKUTIF

Potensi kelompok produk lemak dan minyak hewani dan nabati sangat besar khususnya di negara-negara dengan industri pengolahan makanan yang maju dan sangat memperhatikan kualitas makanan yang dikonsumsi seperti Jepang. Jepang adalah pasar produk minyak nabati terbesar kesebelas di dunia pada tahun 2016 dengan nilai penjualan ritel minyak nabati meningkat 2% pada tahun 2018 hingga mencapai JPY 166,6 juta. Bahkan pada tahun 2023, nilai penjualan ritel minyak nabati di Jepang diperkirakan hampir mencapai JPY 200 juta. Sebagian besar minyak nabati yang dijual di Jepang pada tahun 2016 diklasifikasikan sebagai “lainnya” oleh Euromonitor, yang mencakup minyak kelapa, biji anggur, kacang tanah, wijen dan minyak lainnya. Subsektor tersebut tumbuh paling cepat dari pasar produk minyak nabati, dengan 14,4% CAGR dari 2012 hingga 2016. Pada tahun 2021, subsektor ini diperkirakan meningkat pada tingkat yang lebih cepat daripada minyak nabati pada umumnya, dengan 6,2% CAGR (Euromonitor International, 2017).

Ekspor minyak kelapa dan minyak palm kernel Indonesia terbesar ke dunia didominasi oleh produk *Palm kernel or babassu oil and fractions thereof: others* (HS 151329) sebesar USD 1,4 miliar pada tahun 2018. Sementara itu, ekspor produk *Coconut (copra) oil and its fractions : others* (HS 151319), *Coconut (copra) oil and its fractions : crude oil* (HS 151311), dan *Palm kernel or babassu oil and fractions thereof: crude oil* (HS 151321) pada tahun yang sama masing-masing mencapai USD 368,12 juta, USD 354,76 juta, dan USD 332,97 juta. Negara tujuan ekspor utama produk *Palm kernel or babassu oil and fractions thereof: others* (HS 151329) Indonesia adalah Cina, Amerika Serikat, Brazil, Malaysia, dan Jepang. Negara tujuan utama produk *Coconut (copra) oil and its fractions : others* (HS 151319) Indonesia adalah Cina, Amerika Serikat, Korea Selatan, Singapura, dan Malaysia. Sedangkan pangsa ekspor produk tersebut ke Jepang hanya sebesar 0,58%. Negara tujuan ekspor produk *Coconut (copra) oil and its fractions : crude oil* (HS 151311) adalah Belanda, Malaysia, Amerika Serikat, Thailand, dan Ukraina. Pangsa ekspor produk tersebut ke Jepang sangat rendah karena hanya sebesar 0,003% pada tahun 2018. Sementara itu, negara tujuan ekspor produk *Palm kernel or babassu oil and fractions thereof: crude oil* (HS 151321) Indonesia adalah Belanda, Malaysia, India, Arab Saudi, dan Cina.

Jenis vegetable fats and oils Indonesia yang populer di pasar Jepang adalah *coconut oils* atau dalam jenis *Medium Chain Triglyceride* (MCT). MCT yang berasal dari *coconut oil* saat ini menjadi cukup populer bagi konsumen Jepang dikarenakan khasiat yang dimiliki yaitu dapat menurunkan kolesterol dalam tubuh dan membantu penurunan berat badan. Minyak MCT paling sering diekstraksi dari minyak kelapa, karena lebih dari 50% lemak dalam minyak kelapa berasal dari MCT. Lemak ini juga ditemukan di banyak makanan lain, seperti minyak sawit dan produk susu. Minyak MCT tersedia dalam format cair dan bubuk, yang membuatnya mudah untuk ditambahkan ke makanan sehari-hari. Minyak MCT ditampilkan dalam program televisi yang berfokus pada penurunan berat badan.

Produk minyak kelapa dan minyak *palm kernel* yang sehat dan terbebas dari penyakit dan hama merupakan syarat mutlak untuk memulai proses impor di Jepang. Hal ini

dikarenakan pemerintah Jepang sangat menjaga masyarakatnya dan produk kehutanan ataupun pertanian yang akan dipergunakan oleh masyarakatnya dari penyakit dan hama yang asing. Produk kehutanan yang terindikasi memiliki gejala penyakit dan hama seperti yang tersebut, akan disarankan untuk dikarantina, difumigasi, dimusnahkan hingga dikembalikan kepada pengimpor. Minyak kelapa dan minyak *palm kernel* (khususnya *crude coconut oil*) yang sudah selesai diseleksi dan dinyatakan tidak mengandung penyakit dan hama yang asing akan mendapatkan *plant quarantine certificate* yang akan dipergunakan dalam tahap impor minyak kelapa dan minyak *palm kernel* selanjutnya.

DAFTAR ISI

	Halaman
RINGKASAN EKSEKUTIF	2
DAFTAR ISI	4
BAB I. PENDAHULUAN	5
1.1. Tujuan	5
1.2. Metodologi	5
1.3. Batasan Produk	5
1.4. Gambaran Umum Negara	6
BAB II. PELUANG PASAR	9
2.1. Trend Produk	9
2.2. Struktur Pasar	9
2.3. Saluran Distribusi	13
2.4. Persepsi terhadap Produk Indonesia	14
BAB III PERSYARATAN PRODUK	15
3.1. Ketentuan Produk	15
3.2. Ketentuan Pemasaran	17
3.3. Metode Transaksi	19
3.4. Informasi Harga	20
3.2. Kompetitor	21
BAB IV KESIMPULAN	23
LAMPIRAN	25

BAB I PENDAHULUAN

1.1 TUJUAN

Jepang adalah pasar produk minyak nabati terbesar ke-11 di dunia pada tahun 2016 (Euromonitor International, 2017). Nilai penjualan ritel minyak nabati meningkat 2% pada tahun 2018 hingga mencapai JPY 166,6 juta, sedangkan volume penjualan ritelnya juga meningkat 2% menjadi sebesar 362 juta liter (Euromonitor International, 2019). Bahkan pada tahun 2023, nilai penjualan ritel minyak nabati di Jepang diperkirakan akan mencapai JPY 200 juta.

Sebagian besar (41,3%) minyak nabati yang dijual di Jepang pada tahun 2016 diklasifikasikan sebagai “lainnya” oleh Euromonitor, sebuah klasifikasi yang mencakup kelapa, biji anggur, kacang tanah, wijen dan minyak lainnya (Euromonitor International, 2017). Subsektor tersebut mengalami pertumbuhan paling cepat dari pasar produk minyak nabati, dengan CAGR 14,4% dari 2012 hingga 2016. Pada tahun 2021, subsektor ini diperkirakan meningkat pada tingkat yang lebih cepat daripada minyak nabati pada umumnya, dengan CAGR 6,2% (Euromonitor International, 2017). Untuk memanfaatkan peluang pasar minyak kelapa dan minyak palm kernel Jepang yang begitu besar, laporan informasi intelijen bisnis (*market brief*) ini disusun sebagai informasi bagi pelaku usaha Indonesia baik yang akan memasuki pasar Jepang maupun yang akan meningkatkan pangsa pasar di Jepang.

1.2 METODOLOGI

Penyusunan *market brief* ini dilakukan dengan metode deskriptif kualitatif dengan menyajikan data-data sekunder dan fakta yang bersumber dari beberapa data dan studi literatur. Studi literatur berasal dari hasil riset pasar beberapa lembaga riset. Sementara itu data sekunder dalam penyusunan *market brief* ini berasal dari WITS, BPS, dan *Tradingeconomics*.

1.3 BATASAN PRODUK

Produk minyak kelapa dan minyak palm kernel berada di bawah Chapter 15 *Animal or vegetable fats and oil and their cleavage products; prepared edible fats; animal or vegetable waxes*. Sedangkan kode HS 6 digit untuk produk tersebut adalah: HS 15131- *Coconut (copra) oil and its fractions : crude oil*; HS 151319 - *Coconut (copra) oil and its fractions : other*; HS 151321-*Palm kernel or babassu oil and fractions thereof : crude oil*; HS 151329 - *Palm kernel or babassu oil and fractions thereof : other*.

1.4 GAMBARAN UMUM NEGARA

Produk Domestik Bruto (PDB) di Jepang tumbuh 1,70% pada kuartal ketiga 2019 dibandingkan kuartal yang sama tahun sebelumnya. Sementara itu, inflasi harga konsumen Jepang naik menjadi 0,5% (tahun-ke-tahun) pada November 2019 dari 0,2% pada bulan sebelumnya dan di atas konsensus pasar sebesar 0,2%. *Bank of Japan* mempertahankan suku bunga jangka pendek utamanya pada -0,1% selama awal bulan Desember, dan mempertahankan target untuk imbal hasil obligasi pemerintah Jepang 10-tahun sekitar 0%. Pembuat kebijakan juga mempertahankan penilaian ekonomi yang optimis, meskipun kenaikan pajak konsumsi pada bulan Oktober 2019, pandangan yang lebih lemah pada ekspor, produksi dan sentimen bisnis terutama karena dampak bencana alam dan permintaan yang melambat dari ekonomi luar negeri.

Ekspor Jepang turun 7,9% dari tahun sebelumnya menjadi JPY 6,38 triliun pada November 2019. Kinerja ekspor pada periode ini terutama dipicu oleh ekspor barang manufaktur yang lebih rendah (-11,1%), peralatan transportasi (-9,7%), mesin (-12,0%), bahan kimia (-7,4%), dan mesin listrik (-5,4%). Di antara mitra dagang utama, ekspor terutama terseret oleh penurunan ke China (-5,4%), AS (-12,9%), Korea Selatan (-17,0%), Hong Kong (-1,5%), dan Thailand (-10,5%) .Impor Jepang juga mengalami penurunan 15,7% dari tahun sebelumnya menjadi JPY 6,46 triliun pada November 2019, penurunan terbesar sejak Oktober 2016, dan dibandingkan dengan perkiraan pasar yang turun 12,7%. Penurunan impor didorong oleh konsumsi yang melemah setelah kenaikan pajak penjualan Oktober karena pembelian turun untuk bahan bakar mineral (-30,1%); mesin listrik (-18,0%); bahan kimia (-9,6%); bahan makanan (-5,2%); permesinan (-17,3%); barang-barang manufaktur (-

10,8%), dan peralatan transportasi (-8,7%). Di antara mitra dagang utama, impor terutama diseret oleh lebih sedikit pembelian dari China (-16,4%), AS (-10,3%), Australia (-16,1%), Taiwan (-10%), Korea Selatan (-12,5%), Thailand (-14,1%), Jerman (-14,9%), UEA (-18,6%), dan Arab Saudi (-45,7%). Kinerja ekspor-impor Jepang pada November 2019 menyebabkan defisit perdagangan menyempit tajam menjadi JPY 82 miliar pada November 2019, dari JPY 739 miliar setahun sebelumnya dan dibandingkan dengan ekspektasi pasar JPY 369 miliar.

Tabel 1.1 Indikator Ekonomi Jepang

Indikator Ekonomi	Nilai	Periode
GDP Annual Growth Rate (%)	1.7	Q3 2019
Inflation Rate (%)	0.5	Nov 2019
Interest Rate (%)	-0.1	Dec 2019
Balance of Trade (JPY Billion)	-82.08	Nov 2019

Sumber: Tradingeconomics, 2019

Indeks Tankan Bank of Japan untuk sentimen produsen besar jatuh ke lebih rendah ke 0 poin pada kuartal keempat 2019 dari 5 pada periode sebelumnya dan kehilangan ekspektasi pasar sebesar 2 poin. Sentimen memburuk di antara perusahaan yang memproduksi: mesin yang berorientasi bisnis (0si Q4 2019 vs 16 di Q3 2019), kendaraan bermotor (-11 vs 2), besi & baja (-2 vs 7), mesin produksi (4 vs 11), logam olahan (-14 vs -8), pembuatan kapal & mesin berat (-7 vs 0), tekstil (3 vs 9), dan bahan kimia (2 vs 5). Sebaliknya, sentimen naik di antara perusahaan yang memproduksi pulp & kertas (11 vs 0), produk minyak bumi & batubara (-12 vs -18), logam nonferrous (-15 vs -18), dan makanan & minuman (10 vs 7). Sementara itu, perusahaan besar berencana untuk meningkatkan pengeluaran modalnya sebesar 6,8 persen, di atas perkiraan 6 persen. Di antara perusahaan besar non-manufaktur, sentimen turun ke 20 dari 21 di Q3, tetapi mengalahkan perkiraan sebesar 16 poin.

PMI Manufaktur Jibun Bank Jepang berada pada 48,8 poin pada Desember 2019, sedikit berubah dari 48,9 pada bulan sebelumnya dan sedikit di atas konsensus pasar sebesar 48,4. Output, pesanan baru dan pesanan ekspor baru semua menurun, di tengah kondisi permintaan yang tidak menguntungkan. Selain itu, pertumbuhan lapangan kerja melambat, sementara simpanan pekerjaan turun dan waktu pengiriman pemasok meningkat untuk pertama kalinya sejak April 2016. Di sisi harga, harga output terus turun, sementara inflasi harga input meningkat. Terakhir, sentimen bisnis menguat. Produksi Industri di Jepang

juga turun 8,10 persen pada November 2019 dibandingkan bulan yang sama pada tahun sebelumnya.

Tabel 1.2 Indikator Bisnis di Pasar Jepang

Indikator Bisnis	Nilai	Periode
Business Confidence (points)	0	Q4 2019
Manufacturing PMI (points)	48.8	Dec 2019
Industrial Production (%)	-8.1	Nov 2019

Sumber: Tradingeconomics, 2019

Indeks Keyakinan Konsumen di Jepang meningkat 2,5 poin dari bulan sebelumnya menjadi 38,7 pada November 2019, tertinggi sejak Juni dan di atas ekspektasi pasar sebesar 35,4. Sub-indeks yang mengalami peningkatan antara lain: kesediaan untuk membeli barang tahan lama (naik 4,3 poin menjadi 35,3); mata pencaharian keseluruhan (naik 3,5 poin ke 38,0); pertumbuhan pendapatan (naik 1,3 poin ke 40,1); dan pekerjaan (naik 0,8 poin menjadi 41,4). Penjualan ritel Jepang turun 2,1 persen (tahun ke tahun) di bulan November 2019, karena sentimen konsumen tetap tertekan setelah kenaikan pajak penjualan pada bulan Oktober 2019. Penurunan terlihat pada penjualan barang umum (-4,4% vs -13,3% pada Oktober 2019), pakaian & aksesoris kain (-0,1% vs -5,9%), kendaraan bermotor (-5,9% vs -16,8%), mesin & peralatan (-7,8% vs -14,7%), bahan bakar (-7,1% vs -12,7%), dan lainnya (-1,8% vs -5,7%). Sebaliknya, penjualan tumbuh untuk makanan & minuman (0,4% vs -1,9%), dan toko obat & perlengkapan mandi (2,6% vs 0,6%). Pengeluaran Konsumen di Jepang meningkat menjadi JPY 303.045,20 Miliar pada kuartal ketiga 2019 dari sebesar JPY 301.418,50 Miliar pada kuartal kedua 2019. Sementara itu, Penghasilan Pribadi Sekali Pakai di Jepang meningkat menjadi JPY 446,42 Ribu pada Oktober 2019 dari sebesar JPY 370,19 JPY Ribu pada September 2019.

Tabel 1.3 Indikator Konsumsi di Pasar Jepang

Indikator Konsumen	Nilai	Periode
Consumer Confidence (points)	38.7	Nov 2019
Retail Sales YoY (%)	-2.1	Nov 2019
Consumer Spending (JPY Billion)	303,045.2	Q2 2019
Disposable Personal Income (JPY Thousand)	446.42	Okt 2019

Sumber: Tradingeconomics, 2019

BAB II

PELUANG PASAR

2.1 TREND PRODUK

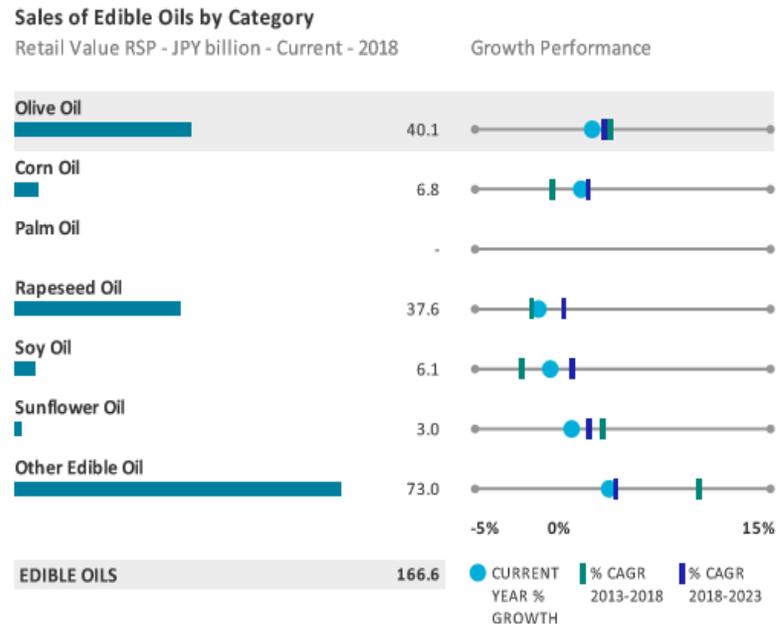
Meningkatnya kesadaran kesehatan menciptakan tren konsumsi baru terhadap minyak nabati di Jepang. Dalam minyak nabati lainnya, salah satu tren konsumen yang menonjol dan sedang tumbuh adalah minyak nabati premium seperti minyak kelapa yang bisa dikonsumsi langsung dari sendok daripada digunakan hanya untuk memasak. Dengan kata lain, minyak tersebut diminum hampir seperti suplemen makanan. Selain itu, minyak biji rami juga mencatat kenaikan penjualan yang signifikan karena kandungan omega-3 yang tinggi. Minyak biji rami juga semakin banyak digunakan sebagai komponen dalam produk makanan kemasan premium lainnya seperti *dressing salad* (Euromonitor International, 2018).

Konsumen yang melakukan diet penurunan berat badan juga sering mengonsumsi minyak kelapa karena kandungan *trigliserida* rantai menengahnya, yang merupakan lemak yang paling mudah diserap dan dicerna. Minyak kelapa paling banyak diminati oleh wanita muda Jepang. Hal ini karena wanita muda di Jepang sangat mementingkan berat badan yang ideal sehingga minyak kelapa menjadi pilihan populer untuk penurunan berat badan. Selain itu, manfaat kesehatan dari trigliserida rantai menengah juga menarik perhatian yang signifikan dari orang tua karena mengonsumsi minyak kelapa merupakan cara yang efektif untuk menyeimbangkan perubahan energi mereka (Euromonitor International, 2018).

2.2 STRUKTUR PASAR

Nilai penjualan ritel minyak nabati di pasar Jepang meningkat 2% pada tahun 2018 hingga mencapai JPY 166,6 miliar, sementara penjualan volume ritel juga naik 2% hingga mencapai 362 juta liter. Sebagian besar minyak nabati yang dijual di Jepang pada tahun 2018 diklasifikasikan sebagai “lainnya” oleh Euromonitor, sebuah klasifikasi yang mencakup kelapa, biji anggur, kacang tanah, wijen dan minyak campuran (Euromonitor International, 2018). Meskipun pemecahan subsektor ini tidak tersedia, subsektor ini mewakili subsektor yang tumbuh paling cepat dari pasar produk minyak nabati Jepang, dengan CAGR hampir mencapai 15% dari 2013 hingga 2018. Hingga tahun 2021, subsektor ini diproyeksikan meningkat pada tingkat yang lebih cepat daripada minyak nabati pada umumnya, dengan

CAGR sebesar 6,2% (Euromonitor International, 2017). Sementara itu, nilai penjualan subsektor ini pada tahun 2018 mencapai JPY 73,0 miliar, dan disusul oleh *olive oil* dan *rapeseed oil* dengan nilai penjualan masing-masing sebesar JPY 40,1 miliar dan JPY 37,6 miliar.



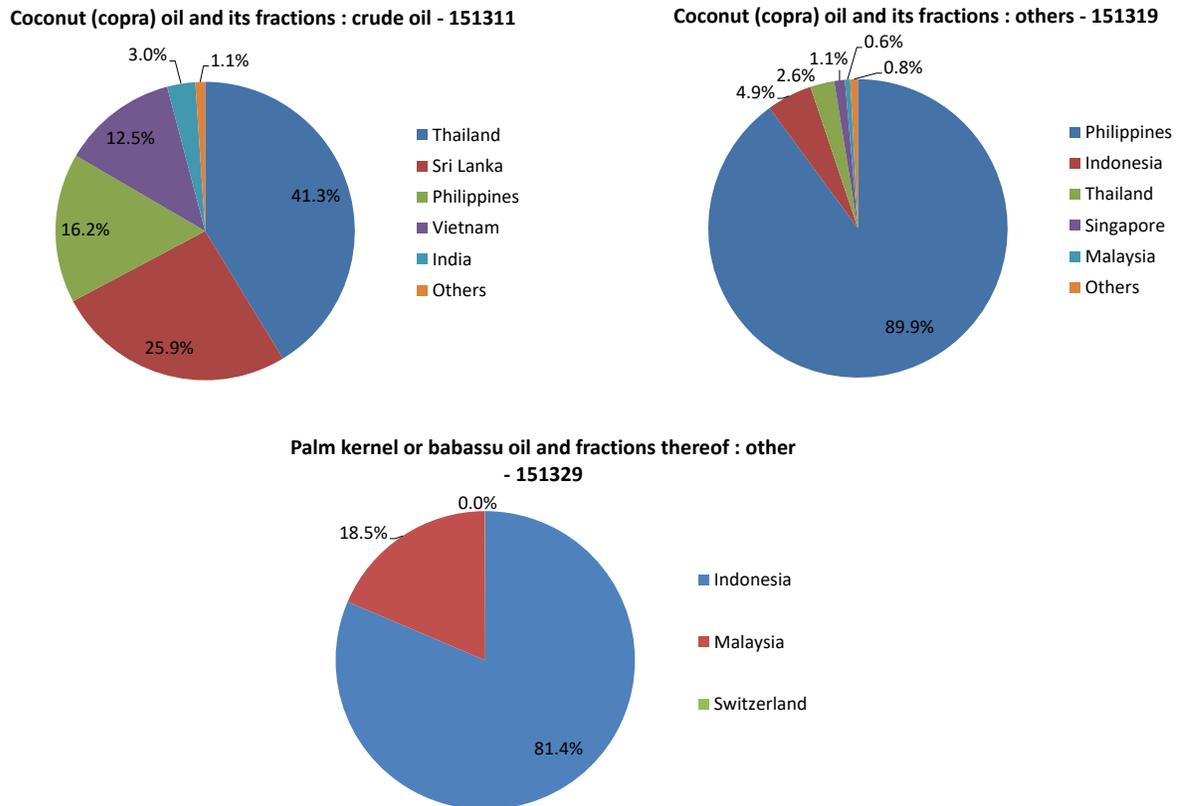
Grafik 2.1 Nilai Penjualan Minyak Nabati di Pasar Jepang

Sumber: Euromonitor (2018)

Sementara itu, impor minyak kelapa dan minyak palm kernel Jepang pada tahun 2018 didominasi oleh *Palm kernel or babassu oil and fractions thereof : other* (HS 151329) senilai USD 93,18 juta. Negara asal impor produk tersebut adalah Indonesia dan Malaysia dengan pangsa masing-masing sebesar 81,4% dan 18,5%. Pada periode yang sama, impor *Coconut (copra) oil and its fractions: other* (HS 151319) Jepang juga cukup besar yaitu senilai USD 55,72 juta. Pasar impor produk tersebut dikuasai oleh Filipina yang memiliki pangsa sebesar 89,9% pada tahun 2018. Sementara itu, pangsa Indonesia hanya sebesar 4,9%. Beberapa negara lainnya yang memasok *Coconut (copra) oil and its fractions: other* (HS 151319) ke pasar Jepang adalah Thailand, Singapura, dan Malaysia dengan pangsa masing-masing sebesar 2,6%, 1,1%, dan 0,6%. Sementara itu, impor produk *Coconut (copra) oil and its fractions : crude oil* (HS 151311) Jepang dari dunia pada tahun 2018 mencapai USD 2,17

juta. Lima negara asal impor utama adalah Thailand, SriLanka, Filipina, Vietnam, dan India dengan pangsa masing-masing sebesar 41,3%, 25,9%, 16,2%, 12,5%, dan 3,0%.

Sementara itu, pangsa impor dari Indonesia masih rendah, hanya sebesar 0,6%. Berdasarkan data tariff yang diperoleh dari WTO, tariff impor MFN untuk produk *Coconut (copra) oil and its fractions : crude oil* (HS 151311) dan *Coconut (copra) oil and its fractions: other* (HS 151319) pada tahun 2018 adalah 0%. Sedaangkan tariff impor MFN untuk produk *Palm kernel or babassu oil and fractions thereof: crude oil* (HS 151321) dan *Palm kernel or babassu oil and fractions thereof: others* (HS 151329) masing-masing sebesar 1,3% dan 2,0%.



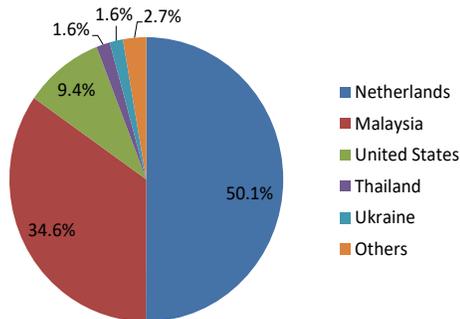
Grafik 2.2 Negara Asal Impor Minyak Kelapa dan Minyak Palm Kernel Jepang Tahun 2018

Sumber: WITS (2019)

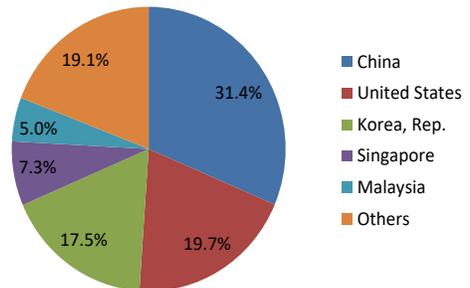
Sementara itu, ekspor minyak kelapa dan minyak palm kernel Indonesia terbesar ke dunia didominasi oleh produk *Palm kernel or babassu oil and fractions thereof: others* (HS 151329) sebesar USD 1,4 miliar pada tahun 2018. Sementara itu, ekspor produk *Coconut*

(copra) oil and its fractions : others (HS 151319), Coconut (copra) oil and its fractions : crude oil (HS 151311), dan Palm kernel or babassu oil and fractions thereof: crude oil (HS 151321) pada tahun yang sama masing-masing mencapai USD 368,12 juta, USD 354,76 juta, dan USD 332,97 juta. Negara tujuan ekspor utama produk *Palm kernel or babassu oil and fractions thereof: others* (HS 151329) Indonesia adalah Cina, Amerika Serikat, Brazil, Malaysia, dan Jepang. Negara tujuan utama produk *Coconut (copra) oil and its fractions : others* (HS 151319) Indonesia adalah Cina, Amerika Serikat, Korea Selatan, Singapura, dan Malaysia. Sedangkan pangsa ekspor produk tersebut ke Jepang hanya sebesar 0,58%. Negara tujuan ekspor produk *Coconut (copra) oil and its fractions : crude oil* (HS 151311) adalah Belanda, Malaysia, Amerika Serikat, Thailand, dan Ukraina. Pangsa ekspor produk tersebut ke Jepang sangat rendah karena hanya sebesar 0,003% pada tahun 2018. Sementara itu, negara tujuan ekspor produk *Palm kernel or babassu oil and fractions thereof: crude oil* (HS 151321) Indonesia adalah Belanda, Malaysia, India, Arab Saudi, dan Cina.

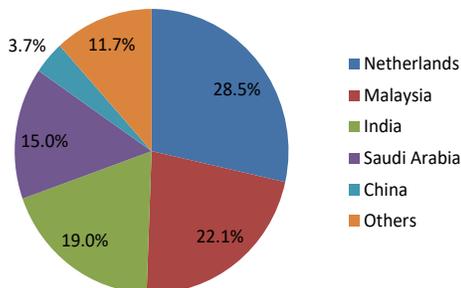
Coconut (copra) oil and its fractions : crude oil - 151311



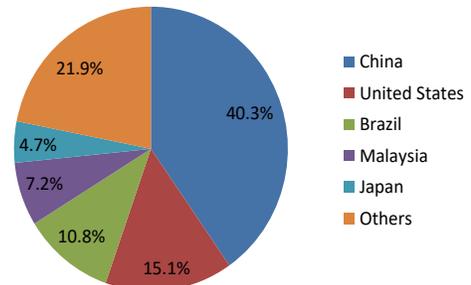
Coconut (copra) oil and its fractions : others - 151319



Palm kernel or babassu oil and fractions thereof: crude oil - 151321



Palm kernel or babassu oil and fractions thereof: others - 151329

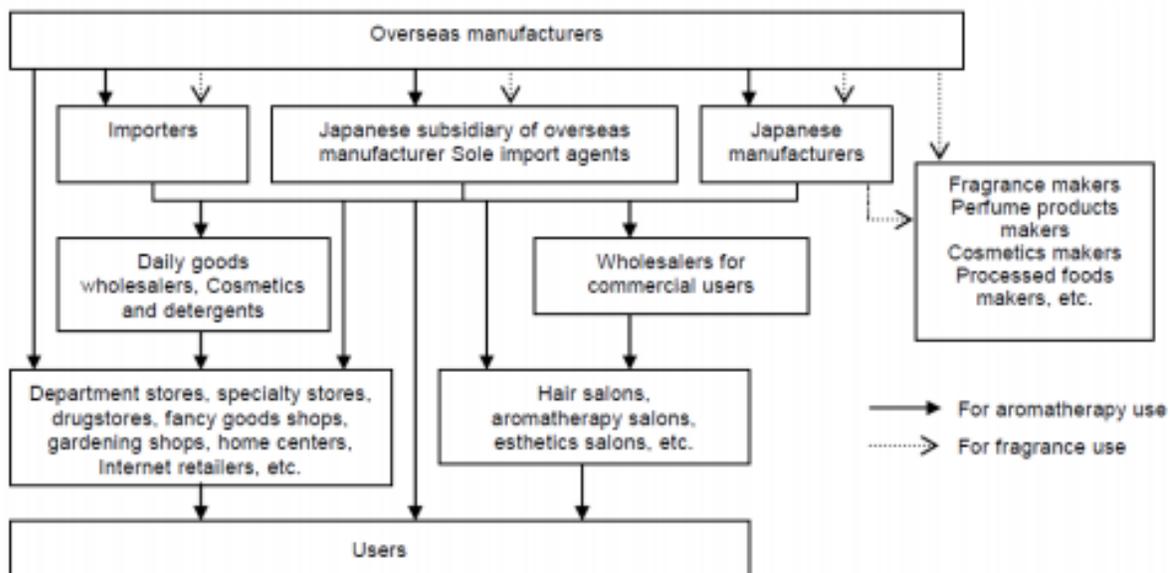


Grafik 2.3 Negara Tujuan Ekspor Minyak Kelapa dan Minyak Palm Kernel Indonesia Tahun 2018

Sumber: WITS (2019)

2.3 SALURAN DISTRIBUSI

Beberapa saluran distribusi *Coconut “copra”, palm kernel or babassu oil and fractions* setelah sampai di Jepang, *Coconut “copra”, palm kernel or babassu oil and fractions* akan dijual dengan proses lelang dan transaksi dengan cara negosiasi dimana penjual akan mengambil pesanan ke pembeli kemudian mengirimkan permintaan pesanan ke produser. Proses lelang di pasar *Coconut “copra”, palm kernel or babassu oil and fractions* memainkan peranan penting dalam distribusi produk tersebut. Pelelang berhak mengklasifikasikan produk *Coconut “copra”, palm kernel or babassu oil and fractions* yang akan dipasarkan sesuai dengan fungsi yang didapat dari produk tersebut. Dalam beberapa kasus, proses lelang juga menjadi ajang berkumpulnya beberapa produser produk HS1513 dan mengirim produknya untuk diproses secara lanjut sesuai dengan fungsi dari produk tersebut.



Gambar 2.1 Saluran Distribusi Minyak Kelapa dan Minyak *Palm Kernel*

Sementara itu, menurut laporan euromonitor (2017), pengecer berbasis toko menyumbang 90,7% dari penjualan produk minyak nabati pada tahun 2016 di Jepang, turun dari 91,7% pada tahun 2012. Penjualan rumah dan internet meningkat selama periode ini, dari 6,6% dan 1,8% pada 2012 menjadi 7,1% dan 2,2% pada 2016. Di antara pengecer berbasis toko, pengecer grosir dan supermarket mendominasi penjualan: 72,4% dari total penjualan berasal

dari pengecer grosir dan 60% dari supermarket pada tahun 2016. Sementara itu, Pengecer campuran menyumbang 16,1% dari total penjualan pada tahun yang sama.

2.4 PERSEPSI TERHADAP PRODUK INDONESIA

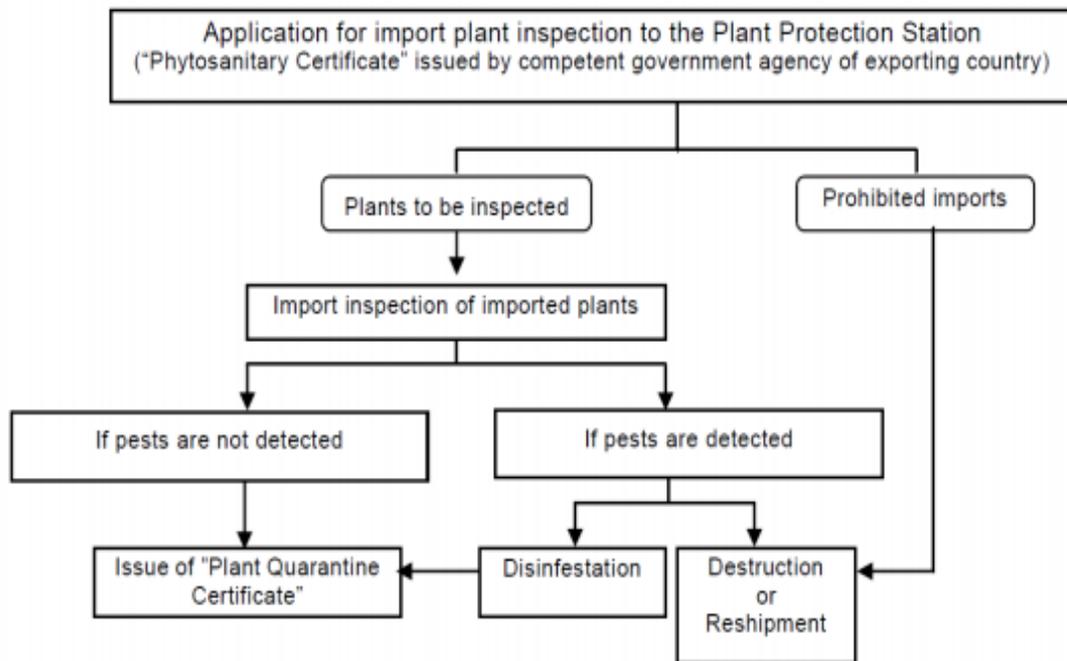
Indonesia dikenal sebagai salah satu negara peghasil kelapa dan kelapa sawit terbesar di dunia. Pada 2016, produksi kelapa Indonesia mencapai 18,3 juta ton dan ini merupakan yang tertinggi di dunia. Filipina dan India menjadi produsen terbesar kedua dan ketiga dengan masing-masing produksi mencapai 15,4 dan 11,9 juta ton kelapa (World Atlas, 2016). Meskipun demikian, pemanfaatan kelapa untuk produksi minyak kelapa masih kurang maksimal. Hal ini terlihat dari produksi minyak kelapa Indonesia yang masih lebih rendah dari Filipina. Volume produksi Filipina tahun 2019 diperkirakan mencapai 1,63 juta ton. Dengan besaran produksi tersebut, Filipina melampaui Indonesia yang memproduksi sebanyak 980 ribu ton. Di posisi ketiga ada India dengan volume produksi minyak jenis ini yang mencapai 475 ribu ton. Kemudian disusul Vietnam dengan volume produksi 184 ribu ton dan Meksiko dengan volume produksi 139 ribu ton (Index Mundi, 2019).

Indonesia juga merupakan produsen CPO terbesar dunia. Berdasarkan data Kementerian Pertanian, produksi minyak sawit Indonesia pada 2018 mencapai 48,68 juta ton (angka sementara. Jumlah tersebut terdiri atas 40,57 juta ton minyak sawit dan 8,11 juta ton (Palm Kernel Oil/PKO). Pada 2019, produksi minyak CPO nasional diproyeksikan mencapai 51,44 juta ton, yang terdiri atas 42,87 juta ton minyak CPO dan 8,57 juta ton PKO.

BAB III PERSYARATAN PRODUK

3.1 KETENTUAN PRODUK

Jepang merupakan negara yang cukup ketat dalam perihal jual beli makhluk hidup khususnya produk kehutanan ataupun pertanian. Produk minyak kelapa dan minyak *palm kernel* yang sehat dan terbebas dari penyakit dan hama merupakan syarat mutlak untuk memulai proses impor di Jepang. Hal ini dikarenakan pemerintah Jepang sangat menjaga masyarakatnya dan produk kehutanan ataupun pertanian yang akan dipergunakan oleh masyarakatnya dari penyakit dan hama yang asing. Produk kehutanan yang terindikasi memiliki gejala penyakit dan hama seperti yang tersebut, akan disarankan untuk dikarantina, difumigasi, dimusnahkan hingga dikembalikan kepada pengimpor. Minyak kelapa dan minyak *palm kernel* (khususnya *crude coconut oil*) yang sudah selesai diseleksi dan dinyatakan tidak mengandung penyakit dan hama yang asing akan mendapatkan *plant quarantine certificate* yang akan dipergunakan dalam tahap impor minyak kelapa dan minyak *palm kernel* selanjutnya.



Gambar 3.1 Proses *Plant Quarantine System* di Jepang Dalam Menyeleksi Minyak Kelapa dan Minyak Palm Kernel yang akan Dipasarkan di Jepang

Apabila minyak kelapa dan minyak palm kernel yang akan diimpor merupakan minyak kelapa dan minyak palm kernel dengan varietas baru, pihak pengimpor diwajibkan untuk melaporkan jenis produk tersebut berdasarkan *Plant Variety Protection and Seed Act*. Hal ini dilakukan untuk melindungi minyak kelapa dan minyak palm kernel varietas baru dikirim ke Jepang kemudian dikirim kembali keluar Jepang baik untuk dibudidayakan tanpa seijin pihak pengimpor. Apabila ditemukan adanya pelanggaran yang dilakukan oleh pihak pengimpor, analisis DNA akan dilakukan untuk membuktikan apakah spesies yang disalahgunakan atau tidak. Berdasarkan *Washington Convention*, proses impor beberapa spesies flora dan fauna liar yang terdaftar pada lampiran *convention* akan diatur dalam *Import Trade Control Order*. Untuk lebih lengkapnya, informasi mengenai beberapa spesies yang memerlukan perhatian khusus dapat didapatkan di website JETRO, *Japan*.

Semua produk kehutanan maupun pertanian harus diberi label JAS dimana untuk mendapatkan label tersebut, produk yang diimpor harus memenuhi standar JAS. Pelabelan JAS ini meliputi pelabelan untuk menjaga kualitas dari produk minyak yang akan dipasarkan seperti nama produk, bahan, isi dari minyak kelapa atau minyak *palm kernel* yang akan dipasarkan, nama produsen, waktu pebukan kemasan dan tata cara preservasi dari produk yang akan dipasarkan.



Gambar 3.2 Logo Japan Agriculture Standard

Apabila produk minyak kelapa dan minyak *palm kernel* akan dipasarkan dengan tujuan untuk menjadi salah satu bahan baku pembuatan kosmetik dan obat-obatan, produk tersebut harus lulus seleksi yang sudah ditentukan dalam *pharmaceutical affairs act*. Beberapa *labeling* dibutuhkan untuk mengimpor minyak kelapa dan minyak palm kernel di Jepang. Beberapa *labeling* tersebut diantaranya adalah *labeling under legal regulations*, *labeling under industry-level voluntary restraint*, dan *labeling place of origin*. *Labeling under legal regulations*

merupakan kebijakan labeling apabila pihak pengimpor menggunakan kertas atau plastik sebagai instrument untuk packaging, instrument tersebut harus ditunjukkan setidaknya pada satu sisi dari *container* dimana material tersebut digunakan.

[Representation example]



**External
packaging**



**Individual
packaging**

Gambar 3.3 Contoh Label Yang Harus Ditunjukkan Pada Saat Proses Impor Minyak Kelapa Dan Minyak Palm Kernel di Jepang

Labeling under industry-level voluntary restraint merupakan kategori pelabelan standar ketika minyak kelapa dan minyak palm kernel akan dikirim dalam suhu yang cukup rendah pada saat proses distribusi minyak kelapa dan minyak palm kernel. Minyak kelapa dan minyak palm kernel yang akan dikirim dalam suhu rendah membutuhkan label yang menunjukkan nama bunga, nama varietas, grade, ukuran (L,M,S berdasarkan cm (centimeter)), *number of flower unit*, nama produsen, JF code, tempat asal minyak kelapa dan minyak palm kernel .

Labeling place of origin merupakan jenis pelabelan yang diusulkan sebagai bagian dari *project to promote enhancement of agricultural competitiveness* oleh Kementerian Pertanian, kehutanan, dan perikanan bersama dengan *Japan Flower Promotion Center Foundation* (JFPC) untuk mendukung konsumen membedakan tempat asal bunga dan brand tertentu dari Minyak kelapa dan minyak palm kernel .

3.2. KETENTUAN PEMASARAN

Untuk memasuki pasar Jepang, bantuan perantara dapat menjadi solusi bagi eksportir Indonesia. Perantara dapat memberikan layanan dukungan dan bimbingan dalam mengembangkan strategi yang tepat untuk entri pasar. Secara umum, orang Jepang lebih suka diperkenalkan secara pribadi dengan mitra potensial. Pameran makanan seperti Foodex juga dapat memberikan kesempatan untuk mencari, dan melakukan kontak pribadi dengan

mitra bisnis potensial. Selain itu, Organisasi Perdagangan Eksternal Jepang JETRO dan asosiasi / kamar industri dan perdagangan juga dapat membantu mengidentifikasi mitra bisnis. Perantara yang cukup umum di Jepang adalah agen dan distributor. Ada tiga cara memasuki pasar dengan bantuan mitra bisnis ini:

- Bisnis tidak langsung dengan klien melalui agen: strategi yang dibuat khusus yang bertujuan untuk menemukan pelanggan. Agen cenderung beroperasi di industri / lingkungan tertentu, oleh karena itu menemukan agen yang tepat mungkin perlu waktu.
- Bisnis tidak langsung dengan klien melalui distributor non-eksklusif: bernegosiasi dengan lebih dari dua distributor. Namun penting untuk diingat bahwa sebagian besar distributor Jepang beroperasi secara nasional, sehingga mengalokasikan produk secara lokal menggunakan distributor terpisah dapat menjadi tantangan.
- Bisnis tidak langsung dengan klien melalui perwakilan tunggal: memilih distributor Jepang sebagai perwakilan tunggal, yang dapat membantu mengidentifikasi layanan pemasaran yang disesuaikan untuk mencapai konsumen yang tepat.

Pedagang grosir juga sangat umum di Jepang. Sebagai mitra bisnis, mereka membeli barang dari perusahaan asing dan bekerja sama dengan banyak pengecer. Akhir-akhir ini mereka memprioritaskan frekuensi pengiriman dengan kuantitas kecil, menerima pengembalian barang yang tidak terjual serta memberikan diskon khusus untuk klien loyal. Meskipun demikian, volume besar juga dapat dilakukan untuk ekspor barang oleh grosir yang lebih besar. Pada prinsipnya, ada dua jenis pedagang besar yang beroperasi di Jepang:

- Grosir impor / ekspor yang menyediakan manajemen logistik, informasi, promosi dan pemilihan produk.
- Pedagang besar yang menawarkan layanan penyimpanan hingga pengecer Jepang membutuhkan produk tersebut.

Perusahaan asing di Jepang juga sering berkolaborasi dengan perusahaan dagang Jepang (*trading house*) dan membentuk jaringan Keiretsu vertikal, yang merupakan grup besar perusahaan-perusahaan terkait yang memiliki kepentingan bersama. Sistem ini bisa mendominasi sistem distribusi dan penjualan Jepang di area tertentu. Jaringan mereka biasanya mencakup rute dari pabrik ke outlet ritel dan melibatkan kewajiban perdagangan antara produsen, grosir, pengecer, dll, serta membatasi interaksi dengan perusahaan lain.

Perusahaan dagang Jepang memainkan peran penting dalam ekonomi modern Jepang, yang beroperasi di banyak bidang bisnis seperti investasi, pengembangan layanan dan industri. Ada beberapa jenis perusahaan dagang Jepang:

- *Sogo Shosha* - perusahaan perdagangan umum dengan berbagai macam produk dan bahan. Karena skala yang besar, mereka tidak terlalu cocok sebagai perantara bagi UKM yang akan memasuki pasar. Sogo Sosha besar antara lain Mitsubishi Corporation, Mitsui & Co., Sumitomo Corporation, Itochu, Marubeni, Toyota Tsusho dan Sojitz
- *Senmon Shosha* - perusahaan dagang kecil yang berspesialisasi dalam rangkaian produk terbatas. Ini lebih cocok bagi UKM untuk memasuki pasar.

3.3. METODE TRANSAKSI

Ada beberapa metode yang digunakan untuk melakukan pembayaran ekspor ke Jepang: pembayaran secara tunai di muka, *letter of credit*, *promissory note*, *documentary collection or draft*, *open account* dan penjualan konsinyasi. Faktor utama dalam menentukan metode pembayaran adalah tingkat kepercayaan terhadap kemampuan dan kemauan pembeli untuk membayar.

Letter of credit (L / C) umumnya digunakan sebagai metode transaksi karena metode ini tidak dapat dibatalkan dan metode ini menawarkan perlindungan kepada eksportir Indonesia dan importir Jepang. Karena perusahaan perdagangan besar Jepang sering bertindak sebagai perantara ke perusahaan kecil dan menengah, L / C sering dikeluarkan atas nama mereka dan bukan atas nama pengguna akhir produk. Dengan perusahaan perdagangan yang mengambil risiko transaksi, eksportir Indonesia dilindungi dari kemungkinan kebangkrutan perusahaan yang lebih kecil.

Opsi pembayaran lain adalah penggunaan *documentary collection or draft* atau *open account* dengan asuransi kredit internasional yang memungkinkan importir melakukan kredit. Opsi ini juga dapat melindungi eksportir jika pembeli bangkrut atau tidak dapat membayar melalui asuransi kredit internasional

Promissory note (yakusoku tegata) adalah metode pembayaran yang banyak digunakan di Jepang tetapi terkadang tidak dikenal oleh eksportir Indonesia. *Promissory*

notes adalah IOU (sebuah dokumen informal mengenai hutang) dengan janji untuk membayar di kemudian hari, biasanya 90 hingga 120 hari. Bank sering memberikan pembiayaan jangka pendek melalui diskon dan *rollover* dari nota. Anjak piutang dan bentuk-bentuk lain dari piutang pembiayaan (baik dengan atau tanpa jaminan) tidak umum di Jepang, dan pengusaha yang lebih konservatif menemukan pengaturan semacam itu sebagai pelanggaran terhadap "hubungan" antara pembeli dan penjual. Perlu dicatat bahwa pembeli di Jepang sering meminta diberikan perpanjangan jangka waktu tegata jika ada masalah arus kas.

3.4. INFORMASI HARGA

Unit value impor *Coconut (copra) oil and its fractions: crude oil* (HS 151311) Jepang dari dunia pada tahun 2018 mencapai USD 7,28 per kg. Sementara itu, *unit value* impor dari Thailand yang merupakan pemasok utama jauh lebih tinggi dari *unit value* impor dari dunia, yaitu sebesar USD 12,20 per kg. *Unit value* impor dari Indonesia juga cukup tinggi yaitu sebesar USD 8,23 per kg. Di sisi lain, *unit value* impor produk tersebut dari pemasok utama lainnya seperti Sri Lanka, Filipina, Vietnam, dan India cukup rendah masing-masing sebesar USD 6,05 per kg, USD 5,71 per kg, USD 5,73 per kg, dan USD 3,32 per kg. Dengan demikian, dari sisi *unit value*, produk asal Indonesia kurang bersaing dengan produk dari Sri Lanka, Filipina, Vietnam, dan India.

Sementara itu, *unit value* impor *Coconut (copra) oil and its fractions: other* (HS 151319) Jepang dari dunia pada tahun yang sama sebesar USD 1,39 per kg. Produk dari Indonesia memiliki keunggulan dari sisi *unit value* impor karena *unit value* produk tersebut dari Indonesia sebesar USD 1,22 per kg, sedikit lebih rendah dibandingkan dengan *unit value* produk yang sama dari Filipina yang mencapai USD 1,34 per kg. Sedangkan *unit value* produk beberapa negara pesaing lainnya seperti Thailand, Singapura, dan Malaysia lebih tinggi dari *unit value* produk asal Indonesia.

Di sisi lain, untuk produk *palm kernel or babassu oil and fractions thereof: other* (HS 151329), *unit value* impor produk tersebut dari Indonesia merupakan yang terendah dibandingkan dengan *unit value* dari negara pesaing, yaitu Malaysia dan Swiss. *Unit value* impor *palm kernel or babassu oil and fractions thereof: other* (HS 151329) dari Indonesia

sebesar USD 1,16 per kg, sedangkan unit value impor dari Malaysia dan Swiss masing-masing sebesar USD 1,23 per kg dan USD 7,19 per kg.

Tabel 3.1 Unit Value Impor Minyak Kelapa dan Minyak Palm Kernel Jepang

Produk	Partner Name	Unit Value (USD/kg)
Coconut (copra) oil and its fractions : crude oil (HS 151311)	World	7.28
	Thailand	12.20
	Sri Lanka	6.05
	Philippines	5.71
	Vietnam	5.73
	India	3.32
	Indonesia	8.23
Coconut (copra) oil and its fractions : other (HS 151319)	World	1.39
	Philippines	1.34
	Indonesia	1.22
	Thailand	11.03
	Singapore	8.35
	Malaysia	2.09
Palm kernel or babassu oil and fractions thereof : other (HS 151329)	World	1.17
	Indonesia	1.16
	Malaysia	1.23
	Switzerland	7.19

Sumber: WITS (2019)

3.5. KOMPETITOR

Nisshin Oillio Group tetap menjadi pemain terkemuka dalam pasar minyak nabati Jepang pada tahun 2018 berkat kehadirannya yang luas di sebagian besar kategori. Perusahaan ini telah mempertahankan kepemimpinannya selama beberapa dekade. Merek “*Nisshin Oillio*” hadir di sebagian besar saluran berbasis toko. Selain itu, perusahaan ini juga menawarkan berbagai macam produk dan berbagai format kemasan di bawah merek *Bosco*, termasuk botol kaca dan PET biasa serta botol plastik unik lainnya. *Nisshin Oillio Group* telah berfokus pada merangsang permintaan untuk *deep-fried home-cooked food* dan juga mengalami peningkatan penjualan minyak *medium-chain triglyceride* MCT-nya.

Minyak MCT paling sering diekstraksi dari minyak kelapa, karena lebih dari 50% lemak dalam minyak kelapa berasal dari MCT. Lemak ini juga ditemukan di banyak makanan lain, seperti minyak sawit dan produk susu. Minyak MCT tersedia dalam format cair dan bubuk, yang membuatnya mudah untuk ditambahkan ke makanan sehari-hari. Minyak MCT ditampilkan dalam program televisi yang berfokus pada penurunan berat badan dan

menggunakan selebriti dari model populer Jun Hasegawa dan pemain sepak bola terkenal, Yuto Nagatomo, dalam kegiatan promosi merek mereka.

J-Oil Mills mempertahankan posisi kedua dalam minyak nabati di Jepang pada tahun 2018 meskipun telah berjuang untuk mempertahankan keseimbangan antara peningkatan biaya produksi dan kenaikan harga produk. Perusahaan ini sangat berfokus pada pengembangan produk baru, terutama pada minyak nabati dengan nilai tambah. Sebagai contoh, pada tahun 2018 *J-Oil Mills* meluncurkan dua minyak rasa, *Ajinomoto Kaoritatsu Paratto Syahanyu* dan *Ajinomoto Kaoritatsu Hoajyaoyu*, keduanya dirancang untuk meningkatkan masakan rumahan makanan Cina ke kualitas restoran.

Sementara itu, kompetitor Indonesia di pasar impor minyak kelapa dan minyak *palm kernel* Jepang terutama berasal dari beberapa negara tetangga di ASEAN. Untuk produk *Palm kernel or babassu oil and fractions thereof : other* (HS 151329), Indonesia masih mendominasi pasar impor Jepang. Selain pangsa yang sangat besar (81,4% pada tahun 2018). *Trend* impor Jepang untuk produk tersebut dari Indonesia selama lima tahun terakhir (2014-2018) tumbuh positif sebesar 17,7% per tahun. Di sisi lain, impor Jepang dari Malaysia, yang merupakan supplier terbesar ke-dua, mengalami *trend* negatif sebesar 31,2% per tahun. Pesaing Indonesia di pasar impor *Coconut (copra) oil and its fractions : other* (HS 151319) Jepang adalah Filipina yang menguasai hampir 90% pasar impor Jepang. Sementara itu, pesaing Indonesia di pasar impor *Coconut (copra) oil and its fractions : crude oil* (HS 151311) Jepang adalah Thailand, Sri Lanka, Filipina, Vietnam, dan India.

BAB IV KESIMPULAN

1. Jepang adalah pasar produk minyak nabati terbesar kesebelas di dunia pada tahun 2016 dengan nilai penjualan ritel minyak nabati meningkat 2% pada tahun 2018 hingga mencapai JPY 166,6 juta. Bahkan pada tahun 2023, nilai penjualan ritel minyak nabati di Jepang diperkirakan hamper mencapai JPY 200 juta. Sebagian besar minyak nabati yang dijual di Jepang pada tahun 2016 diklasifikasikan sebagai “lainnya” oleh Euromonitor, yang mencakup minyak kelapa, biji anggur, kacang tanah, wijen dan minyak lainnya. Subsektor tersebut tumbuh paling cepat dari pasar produk minyak nabati, dengan 14,4% CAGR dari 2012 hingga 2016. Pada tahun 2021, subsektor ini diperkirakan meningkat pada tingkat yang lebih cepat daripada minyak nabati pada umumnya, dengan 6,2% CAGR (Euromonitor International, 2017).
2. Ekspor minyak kelapa dan minyak palm kernel Indonesia terbesar ke dunia didominasi oleh produk *Palm kernel or babassu oil and fractions thereof: others* (HS 151329) sebesar USD 1,4 miliar pada tahun 2018. Sementara itu, ekspor produk *Coconut (copra) oil and its fractions : others* (HS 151319), *Coconut (copra) oil and its fractions : crude oil* (HS 151311), dan *Palm kernel or babassu oil and fractions thereof: crude oil* (HS 151321) pada tahun yang sama masing-masing mencapai USD 368,12 juta, USD 354,76 juta, dan USD 332,97 juta. Negara tujuan ekspor utama produk *Palm kernel or babassu oil and fractions thereof: others* (HS 151329) Indonesia adalah Cina, Amerika Serikat, Brazil, Malaysia, dan Jepang. Negara tujuan utama produk *Coconut (copra) oil and its fractions : others* (HS 151319) Indonesia adalah Cina, Amerika Serikat, Korea Selatan, Singapura, dan Malaysia. Sedangkan pangsa ekspor produk tersebut ke Jepang hanya sebesar 0,58%. Negara tujuan ekspor produk *Coconut (copra) oil and its fractions : crude oil* (HS 151311) adalah Belanda, Malaysia, Amerika Serikat, Thailand, dan Ukraina. Pangsa ekspor produk tersebut ke Jepang sangat rendah karena hanya sebesar 0,003% pada tahun 2018. Sementara itu, negara tujuan ekspor produk *Palm kernel or babassu oil and fractions thereof: crude oil* (HS 151321) Indonesia adalah Belanda, Malaysia, India, Arab Saudi, dan Cina.
3. Kompetitor Indonesia di pasar impor minyak kelapa dan minyak palm kernel Jepang terutama berasal dari beberapa negara tetangga di ASEAN. Untuk produk *Palm kernel or*

babassu oil and fractions thereof : other (HS 151329), Indonesia masih mendominasi pasar impor Jepang. Selain pangsa yang sangat besar (81,4% pada tahun 2018). Trend impor Jepang untuk produk tersebut dari Indonesia selama lima tahun terakhir (2014-2018) tumbuh positif sebesar 17,7% per tahun. Di sisi lain, impor Jepang dari Malaysia, yang merupakan supplier terbesar ke-dua, mengalami trend negatif sebesar 31,2% per tahun. Pesaing Indonesia di pasar impor *Coconut (copra) oil and its fractions : other* (HS 151319) Jepang adalah Filipina yang menguasai hampir 90% pasar impor Jepang. Sementara itu, pesaing Indonesia di pasar impor *Coconut (copra) oil and its fractions : crude oil* (HS 151311) Jepang adalah Thailand, Sri Lanka, Filipina, Vietnam, dan India.

LAMPIRAN

1. DAFTAR IMPORTIR

Japan Oilseed Processors Association

Oil & Fat Industry Kaikan 3-13-11 Nihonbashi, Chuo-ku, Tokyo 103-0027

■TEL: +81-3-3271-2705 ■FAX: +81-3-3271-2707

<https://www.oil.or.jp/>

Anggota:

Boso oil and fat Co.,Ltd.

4-5-12 Nihonbashi Hongoku-cho, Chuo-ku, Tokyo, 103-0021
TEL: +81-3-3241-4226

ITOH OIL CHEMICALS CO.,LTD.

16-41 Suehiro-cho, Yokkaichi-shi, Mie, 510-0052
TEL: +81- 59-352-5101

J-OIL MILLS,INC.

Saint Luke's Garden Tower, 17th to 19th Floor, 8-1 Akashi-cho, Chuo-ku, Tokyo,
104-0044
TEL: +81-3-5148-7100

KATO OIL MILL CO.,LTD.

5-8-1 Chikko, Tamano-shi, Okayama, 706-0002
TEL: +81-863-31-2222

NIHON SHOKUHIN KAKO CO.,LTD.

Marunouchi Kitaguchi Building, 20th Floor, 1-6-5 Marunouchi. Chiyoda-ku, Tokyo,
100-0005
TEL: +81-3-3212-9111

The Nisshin OilIIO Group.Ltd.

1-23-1 Shinkawa, Chuo-ku, Tokyo, 104-8285
TEL: +81-3-3206-5005

OHTA OIL MILL CO.,LTD.

28 Aza Shimo Araoi, Fukuokacho, Okazaki-shi, Aichi, 444-0825
TEL: +81-564-51-9521

SUMMIT OIL MILL CO.,LTD.

38 Shimminato, Mihama-ku. Chiba-shi, Chiba, 261-0002
TEL: +81-3-242-3351

Showa Sangyo Co., Ltd.

2-2-1 Uchikanda, Chiyoda-ku, Tokyo, 101-8521
TEL: +81-3-3257-2011

Tsuji Oil Mills Co., Ltd.

565-1 Ureshinoniwanocho-cho, Matsusaka-shi, Mie, 515-2314
TEL: +81-598-42-1711

Japan Industrial Cooperative Association of Rice Bran Oil

Tokyo Kashi Kaikan, 3rd Floor, 1-18-7 Iriya, Taito-ku, Tokyo, 110-8687
TEL: +81-3-5824-0624

FUJI OIL CO.,LTD.

1 Sumiyoshi-cho, Izumisano-shi, Osaka, 598-8540
TEL: +81-72-463-1511

IWAI SESAME OIL CO.,LTD.

2-1-26 Hashimoto-cho, Kanagawa-ku, Yokohama-shi, Kanagawa, 221-0053
TEL: +81-45-441-2033

Kadoya Sesame Mills Incorporated.

Gotanda Yuki Building, 8-2-8 Gotanda, Shinagawa-ku, Tokyo, 141-0031
TEL: +81-3-3492-5545

KUKI SANGYO CO.,LTD.

8-18, Nakanaya-cho. Yokkaichi-shi, Mie, 510-0048
TEL: +81-59-352-7541

NIKKA OIL MILLS CO.,LTD.

Saint Luke's Garden Tower, 17th to 19th Floor, 8-1 Akashi-cho, Chuo-ku, Tokyo,
104-0044
TEL: +81-3-5565-0455

OKAMURA OIL MILL CO., LTD.

4-5, Kawaharacho, Kashiwara-shi, Osaka, 582-0004
TEL: +81-72-971-3181

RIKEN NOSAN KAKO CO.,LTD.

6-8-49, Hakozaifuto, Higashi-Ku, Fukuoka-shi, Fukuoka, 812-0051
TEL: +81-92-641-1241

THE SETTSU SEIYU CO.,LTD.

6-2-39 Noda, Fukushima-Ku, Osaka-shi, Osaka, 553-0005
TEL: +81-6-6461-0531

TAKEMOTO OIL&FAT CO.,LTD.

11 Hamachi-cho, Gamagori-shi, Aichi, 443-0036
TEL: +81-533-68-2116

TSUNO FOOD INDUSTRIAL CO.,LTD.

94 Shinden, Katsuragi-cho, Ito-gun, Wakayama, 649-7194
TEL: +81-736-22-0061

2. DAFTAR PAMERAN

- **Foodex Japan**
Fair of food and beverage
10. - 13. March 2020
www.jma.or.jp
- **IFIA Japan**
International trade fair for food additives and healthy eating
22. - 24. April 2020
www.ifiajapan.com

5.3 SUMBER INFORMASI YANG BERGUNA

- <https://wits.worldbank.org>
- <http://tariffdata.wto.org>
- <https://tradingeconomics.com/>