

KEMENTERIAN  
PERDAGANGAN

REPUBLIC INDONESIA

MINISTRY OF TRADE

**ITPC**  
osaka



**PLASTIC  
PACKAGING  
HS 3923**

**LAPORAN  
INFORMASI  
INTELIJEN  
BISNIS  
2020**

***PLASTIC PACKAGING***

**HS 3923**

## RINGKASAN EKSEKUTIF

Jepang terus berupaya untuk mengatasi polusi sampah plastik dan pada tanggal 1 Juli 2020, supermarket, department store, dan toko swalayan besar di Jepang mulai mengenakan biaya untuk kantong plastik, namun kantong plastik yang menggunakan bahan ramah lingkungan dikecualikan dari peraturan ini. Oleh karena itu, Jepang pun berusaha mengembangkan plastik *biodegradable*. Toppan Printing Co. dan GSI Creos Corp., produsen serat sintesis utama, telah bekerja sama untuk mengembangkan produk yang dapat terurai secara hayati. Beberapa dari produk tersebut antara lain tas belanja, kantong sampah, dan peralatan makan. Perusahaan ini berencana untuk memasok produk ini ke toko serba ada di masa depan, setelah mengatasi kendala, seperti pengurangan biaya. Fukusuke Kogyo Co., di Shikokuchuo, Prefektur Ehime, produsen tas belanja plastik sekali pakai terbesar di Jepang, juga telah mengembangkan tas belanja yang dapat terurai secara hayati di laut. Produk tersebut menggunakan resin biodegradable yang berasal dari berbagai bahan, termasuk jagung. Tas tersebut dikatakan sebagai yang pertama di dunia yang dapat membawa hingga 8 kilogram, standar yang biasanya diterapkan pada tas ransel konvensional, dan dapat diproduksi secara massal.

Jepang juga merupakan salah satu importir *plastic packaging* (HS 3923) terbesar di dunia, setelah Amerika Serikat, Jerman, Perancis, Meksiko, Inggris, dan Kanada. Impor *plastic packaging* (HS 3923) pada tahun 2019 mencapai USD 2,23 miliar dengan pangsa 4,06%. Produk impor utama *plastic packaging* (HS 3923) dari dunia didominasi oleh *sacks and bags, incl. cone, of polymers of ethylene* (HS 392321) dengan nilai mencapai USD 1,3 miliar (pangsa impor sebesar 57,82%). Selain produk tersebut, produk impor lainnya yang juga cukup besar antara lain *Carboys, bottles, flasks and similar articles for the conveyance or packaging of goods* (HS392330), *Articles for the conveyance or packaging of goods, of plastics (excluding boxes, cases, crates* HS 392390), *Stoppers, lids, caps and other closures, of plastics* (HS 392350), dan *Boxes, cases, crates and similar articles for the conveyance or packaging of goods, of plastics* (HS 392310) dengan nilai masing-masing sebesar USD 272,98 juta (pangsa 12,22%), USD 223,61 juta (pangsa 10,01%), USD 210,12 juta (pangsa 9,40%), dan USD 149,24 (pangsa 6,68%).

Jepang merupakan salah satu negara tujuan utama *plastic packaging* Indonesia. Di sisi lain, Indonesia belum menjadi negara pemasok utama *plastic packaging* di pasar Jepang. Salah satu faktor yang menyebabkan hal tersebut adalah daya saing produk dari sisi harga. Berdasarkan data yang diperoleh dari *Trademap* (2020), *unit value* impor dari Indonesia untuk beberapa *plastic packaging* lebih tinggi dibandingkan dengan *unit value* impor produk sejenis dari negara pesaing. Sebagai contoh, untuk produk *Boxes, cases, crates and similar articles for the conveyance or packaging of goods, of plastics* (HS 392310), *unit value* impor dari Indonesia pada tahun 2019 mencapai USD 9.502/ton, namun *unit value* negara pesaing yang menjadi pemasok utama, seperti Cina dan Vietnam lebih rendah, masing-masing sebesar USD 4.634/ ton dan USD 7.252/ton. Oleh karena itu, dengan potensi pasar yang besar di pasar Jepang, diharapkan Indonesia dapat menangkap peluang tersebut khususnya bagi *plastic packaging* yang berasal dari bahan ramah lingkungan.

## DAFTAR ISI

DAFTAR ISI .....	3
RINGKASAN EKSEKUTIF .....	4
PENDAHULUAN .....	4
1.1 TUJUAN.....	4
1.2 METODOLOGI.....	4
1.3 BATASAN PRODUK.....	4
1.4 GAMBARAN UMUM NEGARA .....	5
PELUANG PASAR.....	8
2.1 TREND PRODUK .....	8
2.2 STRUKTUR PASAR .....	9
2.3 SALURAN DISTRIBUSI.....	15
2.4 PERSEPSI TERHADAP PRODUK INDONESIA.....	15
PERSYARATAN PRODUK .....	17
3.1 KETENTUAN PRODUK.....	17
3.2. KETENTUAN PEMASARAN.....	20
3.3. METODE TRANSAKSI .....	22
3.4. INFORMASI HARGA .....	22
3.5. KOMPETITOR .....	26
KESIMPULAN.....	26
LAMPIRAN.....	29

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 TUJUAN

<sup>1</sup> Obsesi Jepang dengan plastik sudah ada sejak tahun 60-an dan 70-an, menurut Roy Larke, seorang profesor di Universitas Waikato dan editor situs intelijen pasar JapanConsuming. Saat itu, Jepang dipandang sebagai pabrik dunia, tetapi ketika ekonominya meledak, negara tersebut berusaha mengubah citranya dari pembuat produk murah menjadi pengecer premium. Produsen lebih memperhatikan kemasan untuk menarik konsumen yang mencari kualitas, dan standar tersebut diperkuat oleh pengecer yang tetap yakin bahwa pembeli lebih suka kemasan yang rumit. Preferensi pengemasan meluas ke makanan - untuk kebersihan serta penampilan.

Pada tahun 1993, antropolog Joy Hendry berpendapat dalam bukunya "*Wrapping Culture: Politeness, Presentation in Japan and Other Societies*" bahwa preferensi untuk membungkus makanan dengan plastik adalah bagian yang melekat dari budaya layanan pelanggan Jepang, atau omotenashi. Barang yang lebih murah bisa tampil lebih mewah jika dibungkus dengan plastik. Ini memberi kesan bahwa sebuah toko memberikan layanan yang lebih baik dan lebih perhatian.

<sup>2</sup>Oleh karena itu, menurut Statista, Jepang memproduksi lebih banyak plastik per kapita, yaitu sebanyak 106 kilogram, daripada gabungan China dan negara Asia lainnya, yang hanya 94 kilogram. Selain itu, rata-rata orang di Jepang menggunakan hingga 450 kantong plastik per tahun. Ini berarti sekitar 30 miliar kantong plastik digunakan secara nasional setiap tahun. Rata-rata orang Jepang juga membeli 183 botol PET per tahun. Dengan kata lain, 740 botol PET dibeli secara nasional setiap detik.

Untuk memanfaatkan peluang pasar *plastic packaging* Jepang yang begitu besar, intelijen bisnis 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 dan fakta yang bersumber dari beberapa sumber 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 yang dianalisis dalam market brief ini adalah *plastic packaging* atau *Articles for the conveyance or packing of goods, of plastics; stoppers, lids, caps and other closures, of plastics*. – HS 3923. Berdasarkan *Japan's Tariff Schedule (Statistical Code for Import)*, *plastic*

---

<sup>1</sup> <https://edition.cnn.com/2020/07/29/asia/japan-plastic-obsession-dst-hnk-intl/index.html>

<sup>2</sup> <https://medium.com/social-innovation-japan/7-surprising-facts-about-plastic-in-japan-f6920cc8e621>

*packaging* atau *Articles for the conveyance or packing of goods, of plastics; stoppers, lids, caps and other closures, of plastics* dalam HS. 3923, terdiri dari:

**Tabel 1.1 Uraian Barang Di Bawah Pos Tarif 3923**

HS Code	Deskripsi
39.23	Articles for the conveyance or packing of goods, of plastics; stoppers, lids, caps and other closures, of plastics.
3923.10	-Boxes, cases, crates and similar articles
	- Sacks and bags (including cones) :
3923.21	-- Of polymers of ethylene
3923.29	-- Of other plastics
3923.30	-Carboys, bottles, flasks and similar articles
3923.40	- Spools, cops, bobbins and similar supports
3923.50	- Stoppers, lids, caps and other closures
3923.90	- Other

#### 1.4 GAMBARAN UMUM NEGARA

Ekonomi Jepang menyusut sebesar 7,9% di Q2 2020 setelah penurunan sebesar 0,6% di Q1 2020. Ini adalah kontraksi kuartal ketiga berturut-turut dan rekor tertajam di tengah dampak parah krisis COVID-19. Konsumsi swasta turun untuk kuartal ketiga berturut-turut (-7,9% vs -0,7% di Q1); pengeluaran pemerintah turun paling tajam dalam empat tahun (-0,6%); dan belanja modal merosot (-4,7% vs 1,7% di Q1). Selain itu, permintaan eksternal bersih mengurangi pertumbuhan sebesar 3,0 poin, dengan penurunan ekspor terbesar sejak Triwulan ke-1 2009 (-18,5% vs -5,4% di Q1) dan impor menurun untuk kuartal ketiga berturut-turut (-0,5% vs -4,2%). Produk Domestik Bruto (PDB) Jepang mengalami kontraksi 9,90% pada triwulan kedua tahun 2020 dibanding triwulan yang sama tahun sebelumnya.

Inflasi harga konsumen Jepang juga turun menjadi 0,2% yoy pada Agustus 2020 dari 0,3% pada Juli 2020, karena pandemi terus menghambat konsumsi di luar sektor makanan. Inflasi makanan melonjak menjadi 2,9% dari 1,9%. Harga-harga untuk pendidikan terus turun dengan kecepatan sebesar 10,3%. Sebaliknya, harga transportasi & komunikasi naik 0,2% setelah turun tipis 0,1% di bulan Juli. Sementara itu, deflasi untuk bahan bakar, lampu & air mengalami penurunan (-1,9% vs -2,2%). Dalam skala bulanan, harga konsumen turun tipis sebesar 0,1% setelah naik tipis sebesar 0,2%. Harga konsumen inti, tidak termasuk makanan segar, turun tajam sebesar 0,4% setelah tidak berubah dalam dua bulan sebelumnya. Indeks Harga Konsumen di Jepang turun 0,10% pada Agustus 2020 dibandingkan bulan sebelumnya.

*Bank of Japan* mempertahankan suku bunga kunci jangka pendeknya di -0,1% dan mempertahankan target untuk imbal hasil obligasi pemerintah Jepang 10-tahun di sekitar 0% selama bulan September. Keputusan itu diambil beberapa jam setelah Federal Reserve AS berjanji untuk mempertahankan suku bunga mendekati nol hingga setidaknya 2023. Para pembuat kebijakan Jepang sedikit meningkatkan pandangan mereka tentang ekonomi, dengan mengatakan bahwa keadaannya masih dalam keadaan parah tetapi telah mulai pulih karena aktivitas bisnis secara bertahap dilanjutkan. Pada bulan Juli, bank sentral mengatakan ekonomi berada dalam "keadaan yang sangat parah." Sementara itu, IHK yoy (semua item

kecuali makanan segar) cenderung negatif untuk saat ini, terutama dipengaruhi oleh COVID-19 dan penurunan harga minyak di masa lalu. Setelah itu, diperkirakan akan berubah positif dan meningkat secara bertahap.

Jepang mencatat surplus perdagangan JPY 248,3 miliar pada Agustus 2020 dibandingkan dengan defisit JPY 152,2 miliar tahun sebelumnya. Itu merupakan surplus kedua dalam lima bulan, karena impor turun 20,8% menjadi JPY 4,98 triliun dan ekspor turun 14,8% menjadi JPY 5,23 triliun.

**Tabel 1.2 Indikator Ekonomi Jepang**

<b>Indikator Ekonomi</b>	<b>Nilai</b>	<b>Periode</b>
GDP Growth Rate (%)	-7.9	20-Jun
GDP Annual Growth Rate (%)	-9.9	20-Jun
Inflation Rate (%)	0.2	20-Aug
Inflation Rate Mom (%)	-0.1	20-Aug
Interest Rate (%)	-0.1	20-Sep
Balance of Trade (JPY Billion)	248	20-Aug

Sumber: Tradingeconomics, 2020

Indeks Tankan Bank of Japan untuk sentimen produsen besar naik menjadi -27 pada kuartal ketiga tahun 2020 dari level terendah selama sebelas tahun sebesar -34 pada periode sebelumnya, tetapi masih berada di bawah konsensus -23, karena pandemi virus korona terus berlanjut. Sentimen tetap lemah di antara perusahaan yang memproduksi kendaraan bermotor (-61 vs -72 di Q2), kayu & produk kayu (-59 vs -53), besi & baja (-55 vs -58), mesin produksi (-43 vs -37), logam nonferrous (-36 vs -39), galangan kapal (-34 vs -46), tekstil (-33 vs -38), pulp & kertas (-26 vs -33), bahan kimia (tidak berubah pada -19), bisnis mesin (-18 vs -29), mesin tujuan umum (-16 vs -26), dan mesin listrik (-15 vs -28). Di antara perusahaan besar non-manufaktur, sentimen pulih ke -12 dari level terendah sebesar -17.

PMI Manufaktur atau Jibun Bank Jepang direvisi lebih tinggi menjadi 47,7 pada September 2020 dibandingkan dengan 47,2 pada bulan sebelumnya. Lapangan kerja tetap relatif stabil di seluruh sektor manufaktur. Di sisi harga, biaya input naik hanya sedikit, sedangkan biaya output turun sedikit. Ke depan, kepercayaan bisnis meningkat ke level tertinggi sejak Mei 2018, seiring dengan harapan bahwa dampak pandemi terhadap ekonomi global akan memudar dalam 12 bulan ke depan.

Produksi industri Jepang merosot 13,3% dari tahun sebelumnya pada Agustus 2020, menyusul penurunan 15,5% di bulan sebelumnya. Sementara itu, produksi industri Jepang naik 1,7% dari bulan sebelumnya pada Agustus 2020, berkurang dari kenaikan 8,7% pada Juli 2020. Output kendaraan bermotor menjadi penyumbang kenaikan terbesar (8,9% vs 38,4%), diikuti oleh besi, baja dan logam non-ferrous (6,5% vs 11,3%) dan komponen dan perangkat elektronik (4,6%, sama seperti pada bulan Juli). Sementara itu, kontraksi terlihat pada mesin produksi (-9,8% vs -4,6%), mesin listrik, dan peralatan elektronik informasi dan komunikasi (-3,7% vs 4,5%) dan produk pulp, kertas dan kertas (-3,3% vs 10,1%). Produksi Manufaktur di Jepang turun 13,30% pada Agustus tahun 2020 dibandingkan bulan yang sama di tahun sebelumnya.

**Tabel 1.3 Indikator Bisnis di Jepang**

<b>Indikator Bisnis</b>	<b>Nilai</b>	<b>Periode</b>
Business Confidence (points)	-27	20-Sep
Manufacturing PMI (points)	47.7	20-Sep
Services Pmi (points)	46.9	20-Sep
Industrial Production (%)	-13.3	20-Aug
Industrial Production Mom (%)	1.7	20-Aug
Manufacturing Production (%)	-13.3	20-Aug

Sumber: Tradingeconomics, 2020

Indeks Keyakinan Konsumen di Jepang meningkat menjadi 32,7 pada September 2020, tertinggi sejak Februari, didorong oleh meningkatnya semua sub-indeks: mata pencaharian keseluruhan (naik 3,7 poin menjadi 35,1); pertumbuhan pendapatan (naik 2,1 poin menjadi 34,8); persepsi pekerjaan (naik 4,8 poin menjadi 26,0) dan kesediaan untuk membeli barang tahan lama (naik 2,9 poin menjadi 34,9).

Penjualan Ritel di Jepang juga meningkat 4,60% pada Agustus 2020 dibandingkan bulan sebelumnya. Namun, penjualan ritel di Jepang turun 1,9% (tahun ke tahun) di bulan Agustus 2020. Itu adalah penurunan aktivitas ritel berturut-turut dalam enam bulan terakhir, di tengah dampak berkepanjangan krisis COVID-19 yang melanda permintaan. Penjualan turun pada kecepatan yang lebih rendah untuk barang dagangan umum (-12,2% vs -12,3% di bulan Juli); pakaian & aksesoris kain (-17,4% vs -19,1%); kendaraan bermotor (-14,1% vs -15,8%) dan bahan bakar (-7,1% vs -12,4%). Sementara itu, penjualan makanan & minuman terus meningkat (2,7% vs 1,4%); mesin & peralatan (3,8% vs 8,1%) dan toko obat & perlengkapan mandi (1,6% vs 1,2%). Dalam skala bulanan, penjualan ritel naik 4,6%, pulih dari penurunan sebesar 3,4% di bulan Juli.

Pengeluaran Konsumen di Jepang turun menjadi JPY 268.662 Miliar pada kuartal kedua tahun 2020 dari JPY 291.860,80 Miliar pada kuartal pertama tahun 2020. Penghasilan Pribadi Sekali Pakai di Jepang juga turun menjadi JPY 436.28 Ribu pada bulan Agustus dari JPY 561.67 Ribu pada bulan Juli 2020.

**Tabel 1.4 Indikator Konsumsi di Jepang**

<b>Indikator Konsumen</b>	<b>Nilai</b>	<b>Periode</b>
Consumer Confidence (points)	32.7	20-Sep
Retail Sales MoM (%)	4.6	20-Aug
Retail Sales YoY (%)	-1.9	20-Aug
Household Spending (%)	-6.9	20-Aug
Consumer Spending (JPY Billion)	268662	20-Jun
Disposable Personal Income (JPY Thousand)	436	20-Aug

Sumber: Tradingeconomics, 2020

## **BAB II PELUANG PASAR**

### **2.1 TREND PRODUK**

Kemasan yang kecil dan nyaman mengalami tren peningkatan di Jepang. Dengan meningkatnya jumlah perempuan bekerja, produsen kemasan menawarkan produk yang kecil dan nyaman untuk dibawa. Baki makanan siap saji dari semua ukuran yang dapat digunakan di *microwave* mengalami peningkatan popularitas di kalangan konsumen bekerja<sup>3</sup>. Tren permintaan untuk kemasan ini diperkirakan akan terus berlanjut. Hal ini juga disebabkan oleh populasi yang menua dan menyusutnya ukuran rumah tangga di Jepang<sup>4</sup>.

Kemasan yang ringan dan nyaman juga membuat botol PET cukup diminati. Permintaan kemasan dengan bahan kaca diperkirakan menurun karena hal ini. PET lebih ringan dari kaca dan oleh karena itu lebih disukai karena mengurangi biaya transportasi dan memiliki risiko kerusakan yang lebih kecil. Semakin populernya botol PET juga disebabkan oleh bobot jenis kemasan ini yang lebih ringan dan biaya produksi yang lebih rendah dan fakta bahwa botol ini lebih mudah untuk disimpan, didaur ulang, atau dibuang<sup>5</sup>.

Botol PET yang lebih kecil populer sebagai kemasan minuman yoghurt. Botol PET kecil memiliki kinerja baik dalam kemasan minuman yoghurt pada tahun 2018. Botol PET dengan format 80 gram mencatat pertumbuhan yang mengesankan dalam penjualan volume unit ritel. Hal ini mencerminkan permintaan yang kuat untuk minum yoghurt - terutama varian probiotik - di antara konsumen dengan gaya hidup sibuk yang mencari pilihan camilan saat bepergian yang lebih sehat<sup>6</sup>. Gaya hidup yang semakin sibuk juga membuat konsumen Jepang menyukai format kemasan produk susu yang memberikan kenyamanan lebih, yang sesuai untuk konsumsi saat bepergian<sup>7</sup>.

Kemasan fotogenik juga terus menarik perhatian konsumen, terutama untuk produk kecantikan, karena popularitas Instagram. Popularitas Instagram masih tinggi di Jepang, dan konsumen semakin mencari produk fotogenik untuk dibagikan di media sosial. Beberapa produk mendapatkan perhatian hanya karena desain kemasannya, terlepas dari konten produk sebenarnya<sup>8</sup>.

Produsen buah dan sayuran Jepang cenderung lebih menyukai kantong plastik daripada kaleng makanan logam dalam beberapa tahun terakhir. Plastik fleksibel diperkirakan menjadi jenis kemasan populer untuk kemasan buah dan sayuran olahan. Kenaikan plastik fleksibel akan didukung oleh meningkatnya minat konsumen terhadap buah dan sayuran olahan beku yang merupakan jenis kemasan dominan<sup>9</sup>. Sementara itu, produsen daging dan makanan laut di Jepang semakin memilih untuk menggunakan kantong atau kemasan

---

<sup>3</sup> <https://www.businesswire.com/news/home/20071220005344/en/Food-Packaging-in-Japan-Convenience-Leads-to-Consumer-Preference-for-Smaller-Packs>

<sup>4</sup> Packaging Industry in Japan, Euromonitor Oct 2019

<sup>5</sup> <https://www.businesswire.com/news/home/20071220005344/en/Food-Packaging-in-Japan-Convenience-Leads-to-Consumer-Preference-for-Smaller-Packs>

<sup>6</sup> Dairy Packaging in Japan, Euromonitor Dec 2018

<sup>7</sup> Dairy Packaging in Japan, Euromonitor Dec 2018

<sup>8</sup> Packaging Industry in Japan, Euromonitor Oct 2019

<sup>9</sup> Processed Fruit and Vegetables Packaging in Japan, Euromonitor Dec 2018

stand-up daripada kaleng makanan logam. Tren ini didorong oleh meningkatnya permintaan konsumen untuk kenyamanan.

Jepang terus berupaya untuk mengatasi polusi sampah plastik dan pada tanggal 1 Juli 2020, supermarket, department store, dan toko swalayan besar di Jepang mulai mengenakan biaya untuk kantong plastik, namun kantong plastik yang menggunakan bahan ramah lingkungan dikecualikan dari peraturan ini. Oleh karena itu, Jepang pun berusaha mengembangkan plastik *biodegradable*. Toppan Printing Co. dan GSI Creos Corp., produsen serat sintesis utama, telah bekerja sama untuk mengembangkan produk yang dapat terurai secara hayati. Beberapa dari produk tersebut antara lain tas belanja, kantong sampah, dan peralatan makan. Perusahaan ini berencana untuk memasok produk ini ke toko serba ada di masa depan, setelah mengatasi kendala, seperti pengurangan biaya. Fukusuke Kogyo Co., di Shikokuchuo, Prefektur Ehime, produsen tas belanja plastik sekali pakai terbesar di Jepang, juga telah mengembangkan tas belanja yang dapat terurai secara hayati di laut. Produk tersebut menggunakan resin biodegradable yang berasal dari berbagai bahan, termasuk jagung. Tas tersebut dikatakan sebagai yang pertama di dunia yang dapat membawa hingga 8 kilogram, standar yang biasanya diterapkan pada tas ransel konvensional, dan dapat diproduksi secara massal<sup>10</sup>.

## 2.2 STRUKTUR PASAR

Jepang adalah salah satu produsen plastik terbesar di dunia. Berdasarkan data dari *The Japan Plastics Industry Federation* (2020), produksi produk plastik di Jepang tahun 2019 mencapai 5,74 juta ton, dengan produksi produk *plastic containers* mencapai 847,67 ribu ton. Sementara itu, penjualan produk plastik di Jepang mencapai 5,94 juta ton dengan penjualan *plastic containers* mencapai 897,00 ribu ton.

Jepang juga merupakan salah satu importir *plastic packaging* (HS 3923) terbesar di dunia, setelah Amerika Serikat, Jerman, Perancis, Meksiko, Inggris, dan Kanada. Impor *plastic packaging* (HS 3923) pada tahun 2019 mencapai USD 2,23 miliar dengan pangsa 4,06%. Produk impor utama *plastic packaging* (HS 3923) dari dunia didominasi oleh *sacks and bags, incl. cone, of polymers of ethylene* (HS 392321) dengan nilai mencapai USD 1,3 miliar (pangsa impor sebesar 57,82%). Selain produk tersebut, produk impor lainnya yang juga cukup besar antara lain *Carboys, bottles, flasks and similar articles for the conveyance or packaging of goods* (HS392330), *Articles for the conveyance or packaging of goods, of plastics (excluding boxes, cases, crates* HS 392390), *Stoppers, lids, caps and other closures, of plastics* (HS 392350), dan *Boxes, cases, crates and similar articles for the conveyance or packaging of goods, of plastics* (HS 392310) dengan nilai masing-masing sebesar USD 272,98 juta (pangsa 12,22%), USD 223,61 juta (pangsa 10,01%), USD 210,12 juta (pangsa 9,40%), dan USD 149,24 (pangsa 6,68%).

---

<sup>10</sup> <https://meti-journal.japantimes.co.jp/2020-06-26/2/>

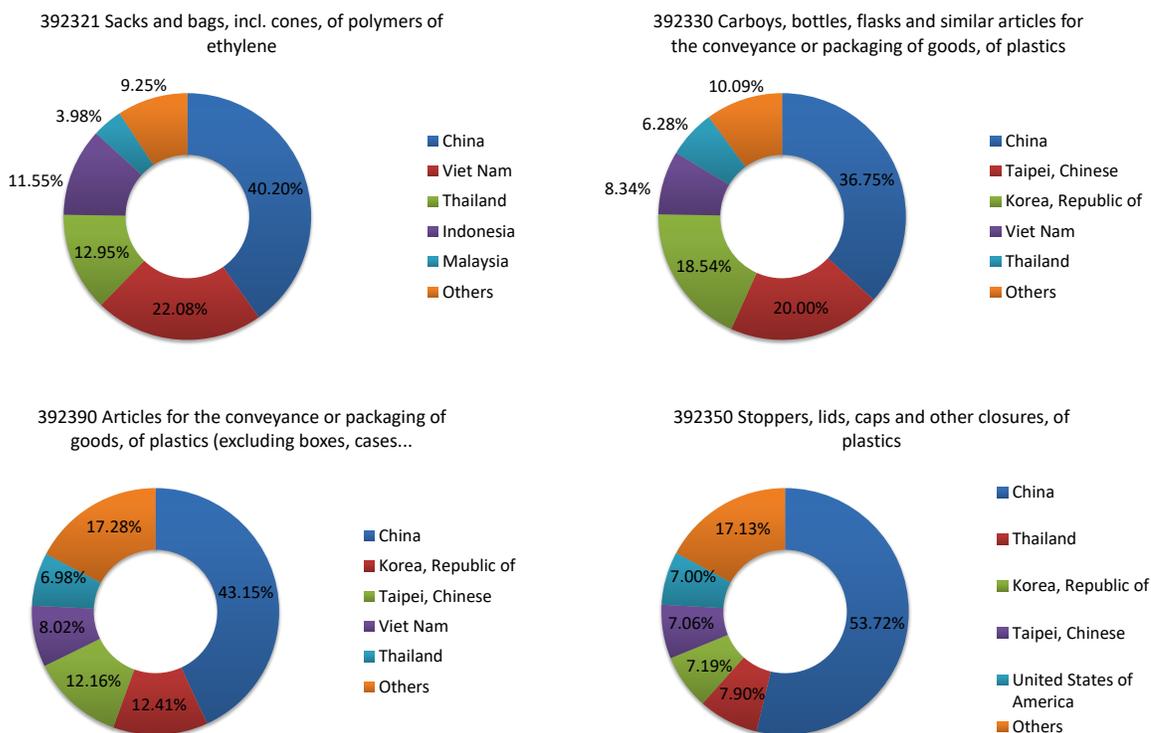
**Tabel 2.1 Kinerja Impor *Plastic Packaging* (HS 3923) Jepang**

Code	Product label	Nilai Impor (USD juta)					Trend(%)	Share(%)
		2015	2016	2017	2018	2019	15-19	2019
'392321	Sacks and bags, incl. cones, of polymers of ethylene	1,249.72	1,219.95	1,247.62	1,364.98	1,291.93	1.80	57.82
'392330	Carboys, bottles, flasks and similar articles for the conveyance or packaging of goods, of ...	161.20	166.97	210.03	245.84	272.98	15.49	12.22
'392390	Articles for the conveyance or packaging of goods, of plastics (excluding boxes, cases, crates ...	152.30	165.48	177.81	228.98	223.61	11.55	10.01
'392350	Stoppers, lids, caps and other closures, of plastics	137.36	156.99	177.52	205.97	210.12	11.87	9.40
'392310	Boxes, cases, crates and similar articles for the conveyance or packaging of goods, of plastics	313.83	363.66	225.98	150.70	149.24	(21.08)	6.68
'392329	Sacks and bags, incl. cones, of plastics (excluding those of polymers of ethylene)	68.49	65.36	69.34	71.20	70.68	1.50	3.16
'392340	Spools, cops, bobbins and similar supports, of plastics	25.21	20.97	16.07	17.83	15.65	(10.56)	0.70

Sumber: Trademap (2020)

Cina merupakan pemasok utama *plastic packaging* (HS 3923) untuk Jepang. Untuk produk *sacks and bags, incl. cone, of polymers of ethylene* (HS 392321), pada tahun 2019, Jepang banyak mengimpor dari Cina, Vietnam, Thailand, Indonesia, dan Malaysia dengan pangsa masing-masing sebesar 40,20%, 22,08%, 12,95%, 11,55%, dan 3,98%. Negara asal impor utama *carboys, bottles, flasks and similar articles for the conveyance or packaging of goods* (HS392330) Jepang adalah Cina, Taiwan, Korea Selatan, Vietnam, dan Thailand dengan pangsa masing-masing sebesar 36,75%, 20,00%, 18,54%, 8,34%, dan 6,28%. Sedangkan pangsa impor dari Indonesia hanya sebesar 0,64%. Pemasok utama *articles for the conveyance or packaging of goods, of plastics (excluding boxes, cases, crates* HS 392390) di pasar Jepang adalah Cina, Korea Selatan, Taiwan, Vietnam, dan Thailand dengan pangsa masing-masing sebesar 43,15%, 12,41%, 12,16%, 8,02%, dan 6,98%. Pangsa impor dari Indonesia cukup besar yaitu sebesar 3,98%. Sementara itu, impor *stoppers, lids, caps and other closures, of plastics* (HS 392350) Jepang terutama berasal dari Cina, Thailand, Korea Selatan, Taiwan, dan Amerika Serikat dengan pangsa masing-masing sebesar 53,72%, 7,90%, 7,19%, 7,06%, dan 7,00%. Sedangkan Indonesia hanya menguasai 0,69% pasar impor impor *stoppers, lids, caps and other closures, of plastics* (HS 392350) Jepang.

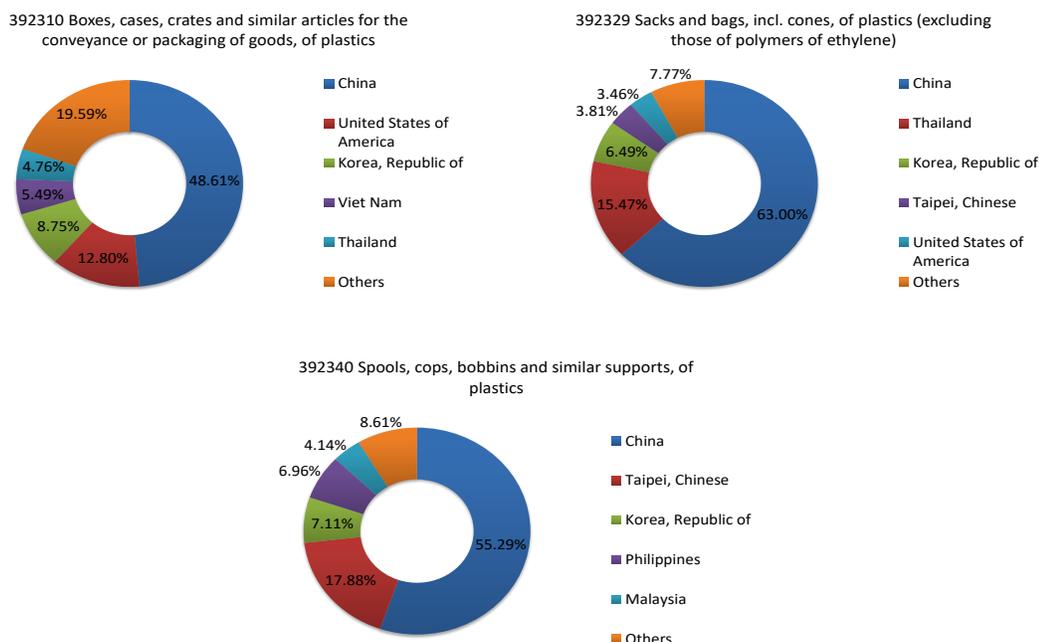
**Grafik 2.1 Negara Asal Impor Utama Produk Plastik Jepang Tahun 2019 Dengan Kode HS 392321, 392330, 392390, dan 392350**



Sumber: Trademap (2020)

Pada tahun 2019, lima negara asal impor utama produk *boxes, cases, crates and similar articles for the conveyance or packaging of goods, of plastics* (HS 392310) Jepang adalah Cina, Amerika Serikat, Korea Selatan, Vietnam, dan Thailand dengan pangsa masing-masing sebesar 48,61%, 12,80%, 8,75%, 5,49%, dan 4,76%. Sedangkan pangsa impor dari Indonesia sebesar 1,86%. Impor produk *sacks and bags, incl. cones, of plastics (excluding those of polymers of ethylene)* (HS 392329) Jepang didominasi oleh produk dari Cina, Thailand, Korea Selatan, Taiwan, dan Amerika Serikat dengan pangsa masing-masing sebesar 63,00%, 15,47%, 6,49%, 3,81%, dan 3,46%. Pangsa impor dari Indonesia untuk produk ini masih sangat rendah yaitu hanya sebesar 0,1%. Sementara itu, impor *spools, cops, bobbins and similar supports, of plastics* (HS 392340) terutama berasal dari Cina, Taiwan, Korea Selatan, Filipina, dan Malaysia dengan pangsa masing-masing sebesar 55,29%, 17,88%, 7,11%, 6,96%, dan 4,14%. Pangsa impor Jepang dari Indonesia untuk produk ini sebesar 1,19%.

## Grafik 2.2 Negara Asal Impor Utama Produk Plastik Jepang Tahun 2019 Dengan Kode HS 392310, 392329, dan 392340



Sumber: Trademap (2020)

Pada tahun 2019, rata-rata tarif impor MFN untuk produk *boxes, cases, crates, and similar articles* (HS 3923.10) adalah 0%. Tarif impor MFN untuk produk *Sacks and bags (including cones) of polymers of ethylene* (HS3923.21), *Sacks and bags (including cones) of other plastics* (HS 3923.29), *Carboys, bottles, flasks and similar articles* (HS 3923.30), *Stoppers, lids, caps and other closures* (HS 3923.50), dan *others* (HS 3923.90) adalah sebesar 3,90%, sedangkan tarif impor MFN untuk *Spools, cops, bobbins and similar supports* (HS 3923.40) adalah 3,30%. Sementara itu, tarif impor untuk Indonesia untuk seluruh produk *boxes, cases, crates, and similar articles* (HS 3923.10) adalah 0%.

Tabel 2.2 Tarif Impor *Plastic Packaging* (HS 3923) Jepang Tahun 2019

HS Code	Description	Tariff rate	Tariff rate (EPA)
		WTO	Indonesia
39.23	Articles for the conveyance or packing of goods, of plastics; stoppers, lids, caps and other closures, of plastics.		
3923.10	Boxes, cases, crates and similar articles	Free	Free
Sacks and bags (including cones) :			
3923.21	Of polymers of ethylene	3.90%	Free
3923.29	Of other plastics	3.90%	Free
3923.30	Carboys, bottles, flasks and similar articles	3.90%	Free
3923.40	Spools, cops, bobbins and similar supports	3.30%	Free
3923.50	Stoppers, lids, caps and other closures	3.90%	Free
3923.90	Other	3.90%	Free

Sumber: customs.go.jp (2020)

Sementara itu, ekspor *Plastic Packaging* (HS 3923) Indonesia ke dunia pada tahun 2019 mencapai USD 149,98 juta. Ekspor ini didominasi oleh *sacks and bags, incl cones, of polymers of ethylene* (HS 392321), *Articles for the conveyance or packaging of goods, of plastics (excluding boxes, cases, crates* (HS 392390), dan *Boxes, cases, crates and similar articles for the conveyance or packaging of goods, of plastics* (HS 392310) dengan pangsa masing-masing sebesar 45,66%, 18,79%, 13,21%. Sementara itu, pangsa ekspor *Stoppers, lids, caps and other closures, of plastics* (HS 392350), *Sacks and bags, incl. cones, of plastics (excluding those of polymers of ethylene)* (HS 392329), *Carboys, bottles, flasks and similar articles for the conveyance or packaging of goods* (HS 392330) dan *Spools, cops, bobbins and similar supports, of plastics* (HS 392340) masing-masing sebesar 9,42%, 9,24%, 2,99%, dan 0,68%.

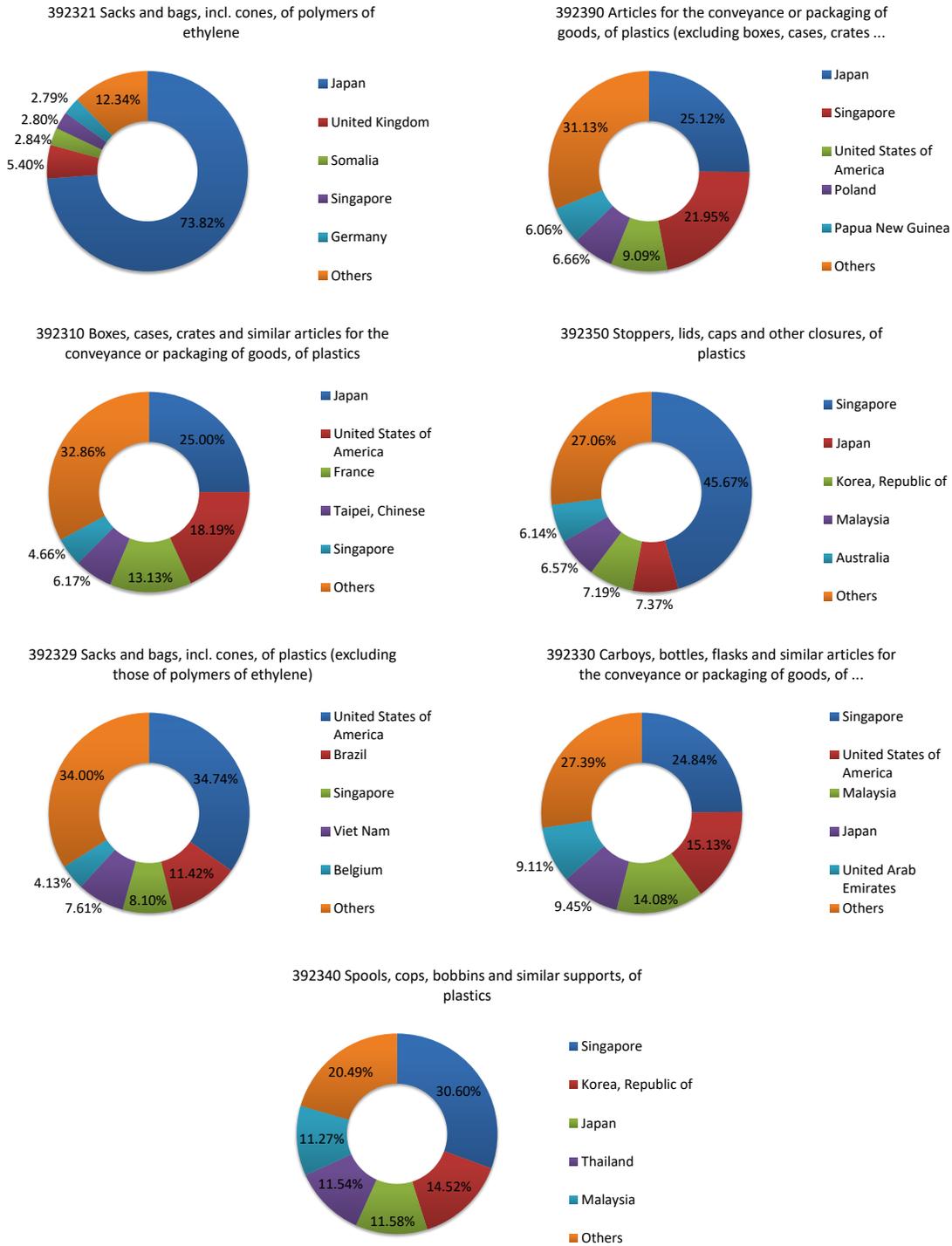
**Tabel 2.3 Ekspor Plastic Packaging (HS 3923) Indonesia ke Dunia**

Code	Product label	Nilai Ekspor (USD juta)					Trend(%)	Share(%)
		2015	2016	2017	2018	2019	15-19	2019
'392321	Sacks and bags, incl. cones, of polymers of ethylene	161.54	140.00	149.35	157.31	149.98	(0.32)	45.66
'392390	Articles for the conveyance or packaging of goods, of plastics (excluding boxes, cases, crates ...	45.55	56.68	51.91	58.88	61.70	6.66	18.79
'392310	Boxes, cases, crates and similar articles for the conveyance or packaging of goods, of plastics	49.56	52.17	53.86	48.82	43.40	(3.27)	13.21
'392350	Stoppers, lids, caps and other closures, of plastics	32.44	34.40	34.44	36.07	30.94	(0.48)	9.42
'392329	Sacks and bags, incl. cones, of plastics (excluding those of polymers of ethylene)	42.72	35.91	42.11	37.13	30.36	(6.29)	9.24
'392330	Carboys, bottles, flasks and similar articles for the conveyance or packaging of goods, of ...	21.53	16.33	8.20	11.05	9.82	(17.81)	2.99
'392340	Spools, cops, bobbins and similar supports, of plastics	2.67	2.47	1.60	1.92	2.25	(5.82)	0.68

Sumber: Trademap (2020)

Pada tahun 2019, negara tujuan ekspor utama Indonesia untuk produk *sacks and bags, incl cones, of polymers of ethylene* (HS 392321), *Articles for the conveyance or packaging of goods, of plastics (excluding boxes, cases, crates* (HS 392390), dan *Boxes, cases, crates and similar articles for the conveyance or packaging of goods, of plastics* (HS 392310) adalah Jepang dengan pangsa masing-masing sebesar 73,82%, 25,12%, dan 25,0%. Negara tujuan ekspor utama *Stoppers, lids, caps and other closures, of plastics* (HS 392350), *Carboys, bottles, flasks and similar articles for the conveyance or packaging of goods* (HS 392330) dan *Spools, cops, bobbins and similar supports, of plastics* (HS 392340) adalah Singapura dengan pangsa masing-masing sebesar 45,67%, 24,84%, dan 30,60%. Sedangkan negara tujuan utama ekspor *Sacks and bags, incl. cones, of plastics (excluding those of polymers of ethylene)* (HS 392329) adalah Amerika Serikat dengan pangsa sebesar 34,74%.

### Grafik 2.3 Negara Tujuan Utama Ekspor *Plastic Packaging* (HS 3923) Indonesia Tahun 2019

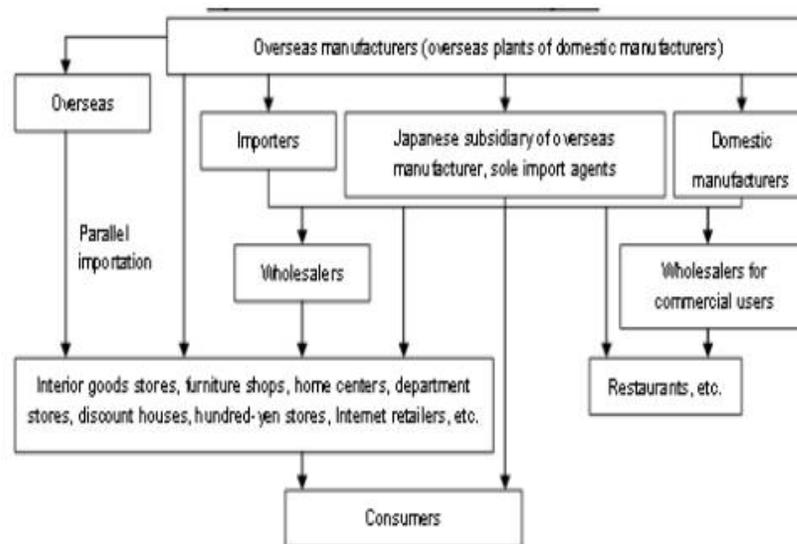


Sumber: Trademap (2020)

## 2.3 SALURAN DISTRIBUSI

Produk *plastic packaging* yang berasal dari luar Jepang dapat memasuki pasar Jepang melalui importir Jepang, subsidiary perusahaan Jepang di luar negeri atau agen, dan perusahaan domestik. Setelah itu, produk *plastic packaging* akan didistribusikan, baik secara langsung ke toko interior, toko furniture, home center, department stores, 110 Yen stores, internet retailer, restoran, maupun secara tidak langsung melalui wholesaler.

**Grafik 2.4 Saluran Distribusi *Plastic Packaging* Di Jepang**



Sumber: JETRO (2011)

## 2.4 PERSEPSI TERHADAP PRODUK INDONESIA

Jepang merupakan salah satu negara tujuan utama *plastic packaging* Indonesia. Di sisi lain, Indonesia belum menjadi negara pemasok utama *plastic packaging* di pasar Jepang. Salah satu faktor yang menyebabkan hal tersebut adalah daya saing produk dari sisi harga. Berdasarkan data yang diperoleh dari *Trademap* (2020), *unit value* impor dari Indonesia untuk beberapa *plastic packaging* lebih tinggi dibandingkan dengan *unit value* impor produk sejenis dari negara pesaing. Sebagai contoh, untuk produk *Boxes, cases, crates and similar articles for the conveyance or packaging of goods, of plastics* (HS 392310), *unit value* impor dari Indonesia pada tahun 2019 mencapai USD 9.502/ton, namun *unit value* negara pesaing yang menjadi pemasok utama, seperti Cina dan Vietnam lebih rendah, masing-masing sebesar USD 4.634/ ton dan USD 7.252/ton. Untuk produk *Sacks and bags, incl. cones, of plastics (excluding those of polymers of ethylene)* (HS 392329), *unit value* impor dari Indonesia (USD 8.750/ton) lebih tinggi dari *unit value* impor dari Cina (USD 6.3954/ton), Thailand (USD 3.552/ton), dan Taiwan (USD 5.377/ton). *Unit value* Indonesia untuk produk *Carboys, bottles, flasks and similar articles for the conveyance or packaging of goods* (HS 392330) sebesar USD 9.527/ton lebih tinggi dari *unit value* dari Cina (USD 7.634/ton), Taiwan (USD 2.564/ton), Vietnam (USD 2.583/ton), dan Thailand (USD 7.632/ton). Sementara itu, *unit value* dari Indonesia untuk produk *Stoppers, lids, caps and other closures, of plastics* (HS 392350)

sebesar USD 8.803/ton lebih tinggi dari unit value Cina, Thailand, Korea Selatan, dan Taiwan yang nilainya masing-masing sebesar USD 5.703/ton, USD 11.557/ton, USD 10.834/ton, USD 8.062/ton.

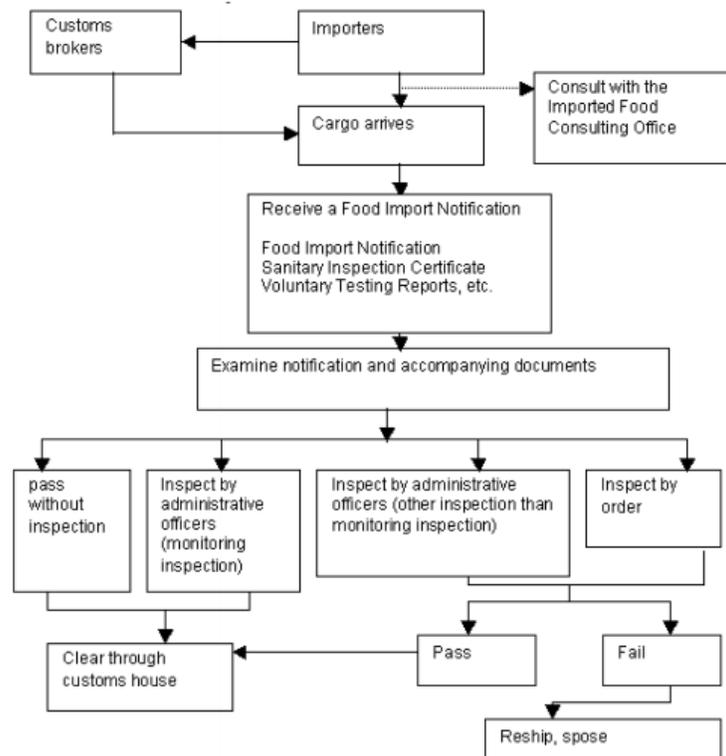
## BAB III PERSYARATAN PRODUK

### 3.1 KETENTUAN PRODUK

#### **Kebijakan impor *plastic packaging***

Berdasarkan buku pegangan petunjuk aturan impor yang diterbitkan *Japan External Trade Organization* (JETRO), salah satu kebijakan yang terkait dengan impor HS 3923 dapat ditemukan dalam golongan *Plastics and Rubber* pada subbab *Plastic Containers for Food*. Secara umum, ada dua aturan penting yang perlu diketahui, yakni kebijakan yang mengatur sewaktu impor, dan kebijakan yang mengatur pemasaran produk. Sewaktu diimpor masuk ke Jepang, wadah atau kemasan plastik untuk makanan diatur melalui ketentuan *Food Sanitation Law* untuk kemasan.

**Gambar 2.1 Skema impor barang ke Jepang berdasarkan Food Sanitation Law**



Tujuan dari *Food Sanitation Law* ini adalah untuk melindungi kesehatan publik dari bahan-bahan berbahaya yang kemungkinan ikut dikonsumsi dalam makanan atau minuman. Semua pihak yang ikut serta dalam proses impor makanan diharuskan melapor ke Kementerian Kesehatan, Ketenagakerjaan, dan Kesejahteraan (*Minister of Health, Labour, and Welfare*). Dalam aturan ini, peralatan, kemasan, dan pembungkus yang mengandung bahan yang beracun dan berbahaya, atau melekat pada kulit sehingga dapat merusak kesehatan dilarang diproduksi, diimpor, didistribusikan dan digunakan. Selain itu, kebijakan ini juga mengatur standar dan spesifikasi alat-alat, pengangkut

(wadah), dan kemasan yang menyangkut spesifikasi bahan mentah (termasuk standar pewarnaan kemasan), standar pembuatan, serta spesifikasi kemasan tersebut.

Sementara itu, sewaktu dipasarkan di Jepang, produk HS 3923 harus mengikuti kebijakan-kebijakan berikut ini:

- **Food Sanitation Law.**

Aturan ini menyatakan bahwa semua alat, kemasan, dan wadah yang mengandung bahan beracun dan berbahaya atau melekat di kulit yang mana dapat merusak kesehatan manusia dilarang untuk diproduksi, diimpor, didistribusikan dan digunakan.

- **Law For Promotion Of Sorted Collection And Recycling Of Containers And Packing** Bertujuan untuk menjaga lingkungan dan pengembangan kesehatan nasional dengan membuang sampah secara tepat dan penggunaan sumber daya secara efektif. Bisnis terkait (termasuk importer) diharuskan memenuhi kewajiban penggunaan ulang (*recycling responsibility*) sampah yang terbentuk dari wadah maupun kemasan yang digunakan sesuai dengan yang diatur oleh Kementerian Ekonomi, Perdagangan dan Industri (*Ministry of Economy, Trade, and Industry*). Dalam kebijakan ini, “wadah” (*containers*) merupakan suatu tempat menyimpan produk, sementara “kemasan” (*packaging*) digunakan untuk mengemas suatu produk yang mana keduanya menjadi tidak dibutuhkan lagi sewaktu isi produk telah digunakan atau dipindahkan. Sampah ini kemudian dibuang oleh konsumen, dipisahkan sesuai petunjuk yang berlaku, dikumpulkan oleh pemerintah kota dan pada akhirnya di gunakan kembali (*recycle*) oleh bisnis terkait.

- **Law for the Promotion of Effective Utilization of Resources**

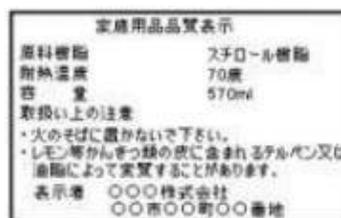
Mengingat besarnya kebergantungan Jepang pada impor mayoritas sumber daya alam, sangatlah penting untuk dapat menjaga efektivitas semua barang dan mengurangi sampah serta berkontribusi dalam perlindungan alam. Hal ini dilakukan dengan mempromosikan pengurangan barang bekas dan hasil sampingannya, serta memaksimalkan penggunaan ulang sumber daya yang memungkinkan digunakan kembali

Wadah plastik (untuk makanan) diharuskan memiliki label material yang digunakan sesuai dengan kriteria berikut ini:

- **Household Goods Quality Labeling Law**

Pemerintah Jepang mewajibkan komoditas HS 3923 memiliki standar pelabelan yang tertera di label produk dan petunjuk penggunaannya. Label tersebut mencantumkan komponen sebuah produk, performanya, penggunaannya, penyimpanan yang sesuai dan kualitas lainnya.

**Gambar 2.2 Contoh label untuk wadah makanan**



- **Law on the Promotion of Effective Utilization of Resources**

Semua wadah dan kemasan plastik (botol, baki, tas, dll) harus memiliki label khusus seperti yang tercantum pada gambar 2.3 untuk menunjukkan cara pembuangan atau pengumpulan sampah produk tersebut.

**Gambar 2.3 Label wadah dan kemasan untuk produk berbahan plastic**



Selain kedua label wajib di atas, pengimpor (dan bisnis terkait) dapat mencantumkan label tambahan. Label tambahan yang sesuai dengan ketentuan hukum adalah lambang JIS (*Japan Industrial Standard*) (gambar 2.4). Lambang ini digunakan apabila produk tersebut telah memenuhi standar kualitas produk, efisiensi, dan standar produksi sesuai yang ditentukan oleh organisasi sertifikasi yang berwenang. Informasi lebih lanjut dapat ditemukan di website Japan Industrial Standards Committee ([www.jisc.go.jp/eng/](http://www.jisc.go.jp/eng/)) dan *Japan Standards Association* (<http://www.jsa.or.jp/>)

**Gambar 2.4 Lambang JIS (kiri) produk tambang dan manufaktur; (tengah) produk yang diproses; (kanan) produk kategori khusus.**

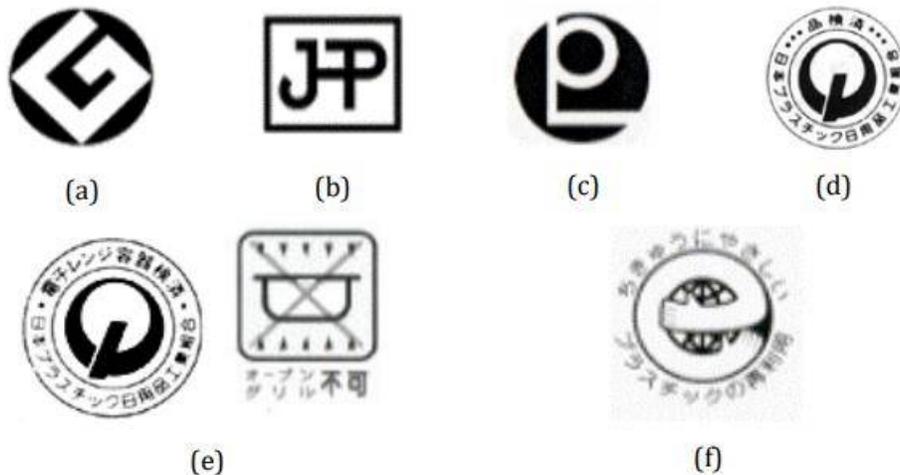


Beberapa label yang dapat secara sukarela diberikan oleh pelaku industri sebagai tambahan dari yang telah ditentukan hukum antara lain:

- **Good Design Mark** – penggunaan desain yang baik sehingga berkontribusi untuk kualitas kehidupan masyarakat. Diterbitkan oleh *Ministry of Economy, Trade and Industry* (gambar 2.5(a)).
- **Japan Hygienic PVC Association (JHP) Mark** – standar penggunaan *polivynil chloride* dalam wadah dan kemasan, peralatan dan produk lainnya yang diterbitkan oleh asosiasi JHP (gambar 2.5(b)).
- **Voluntary Standard Certification Mark** – standar yang diterbitkan oleh *Japan Hygienic Olefin and Styrene Plastics Association* (gambar 2.5(c)).

- **Sanitary Inspection Passed Mark** – standar yang diterbitkan oleh *Japan Industry Union of Plastic House Wares Manufactures* dimana produk tersebut memenuhi standar kesehatan dan kebersihan (gambar 2.5(d)).
- **Microwave Oven Container Inspection Passed Mark** – standar yang diterbitkan oleh *Japan Industry Union Plastic House Wares Manufactures* untuk produk yang lolos inspeksi keamanan dan sanitasi untuk penggunaan dalam microwave (gambar 2.5(e)).
- **Ecology Mark** – standar untuk produk yang ikut berkontribusi dalam perlindungan lingkungan. Simbol ini bertujuan agar konsumen ikut memikirkan hubungan kehidupannya dengan lingkungan dan membantu konsumen untuk memilih produk yang ramah lingkungan (gambar 2.5(f)).

**Gambar 2.5 Simbol standar tertentu sebagai tambahan yang menjelaskan kualitas produk HS 3923. (a) Good Design Mark; (b) JHP Mark; (c) Voluntary Standard Certification Mark; (d) Sanitary Inspection Passed Mark; (e) Microwave Oven Container Inspection Passed Mark; (f) Ecology Mark**



Beberapa lembaga atau asosiasi lain yang juga mengeluarkan panduan mengenai kemasan plastic adalah *Japan Hygienic Olefin and Styrene Plastics Association* (JHOSPA) yang mengatur ambang batas aman untuk bahan yang digunakan dalam produk wadah plastic yang bersentuhan langsung dengan makanan dan minuman dan Komisi Keamanan Pangan Jepang (*Japan Food Safety Commission/JFSC*) yang mengeluarkan panduan ilmiah tentang ambang batas aman untuk produk yang bersentuhan langsung dengan makanan dan minuman dan mengkomunikasikannya dengan konsumen.

### 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 Shosha 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

Harga *plastic packaging* sangat beragam di Jepang. Hal ini tentu karena dipengaruhi oleh beberapa factor seperti variasi *plastic packaging* yang sangat banyak, fungsi dan kegunaan dari *plastic packaging*, material yang digunakan, ukuran *plastic packaging*, desain, dan sebagainya. Beberapa *plastic packaging* di Jepang dapat di beli di toko 100 Yen (dimana semua barang dijual dengan harga 100 Yen) serta di *home center* dengan harga yang lebih beragam.

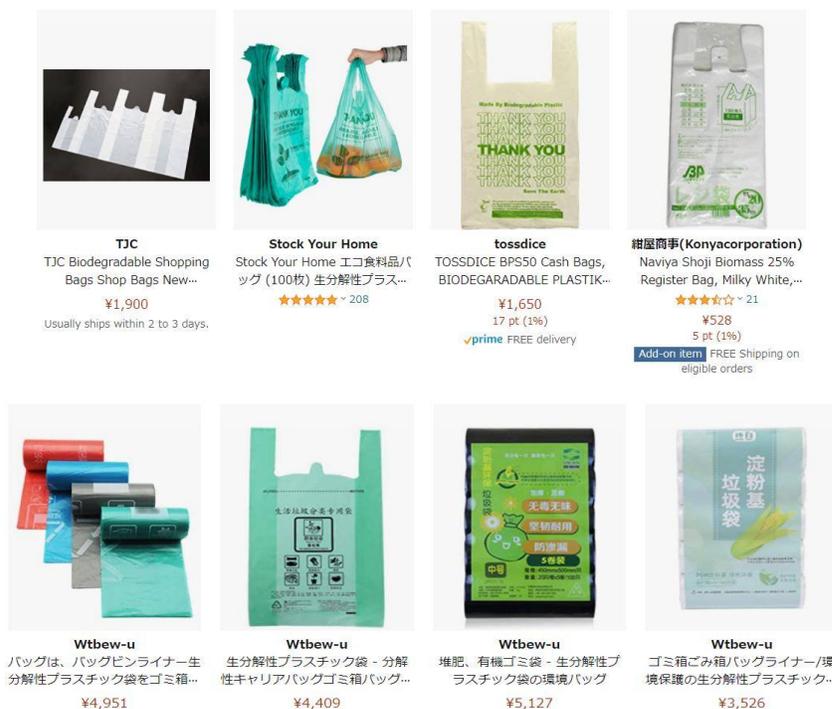
Produk kantung plastik berbahan polietilen memiliki rentang harga yang lebih luas dibanding dengan produk lainnya. Produk ini terutama berupa kantung plastik belanja yang digunakan di supermarket dan kantung plastik sampah. Harga produk ini dipengaruhi oleh jenis bahan baku (LDPE-*low density polyethylene*, HDPE-*high density polyethylene*, LLDPE-*linear low density polyethylene*) serta ketebalan dan ukuran kantung.

Gambar 2.6 Harga Kantung Plastik di Jepang

<p><b>Best Seller</b></p>  <p>Household Japan TR25 Plastic Bags for Trash Sorting Bags, 100 Pieces, White, Approx. 5.9 x 13.8 x 3.9 inches (15 x 35 x 10 cm), Thickness 0.011 mm,...</p> <p>★★★★☆ - 488</p> <p>¥110</p> <p>1 pt (1%)</p> <p>prime FREE delivery</p>	<p><b>Best Seller</b></p>  <p>Japax RE-08 Plastic Bag, Milky White, Width 6.3 x Depth 3.5 x Height 13.4 inches (16 x 9 x 34 cm), Thickness 0.011 mm,...</p> <p>★★★★☆ - 707</p> <p>¥255</p> <p>3 pt (1%)</p> <p><b>Add-on item</b> FREE Shipping on eligible orders</p> <p>More Buying Choices</p> <p>¥136 (15 new offers)</p>	<p><b>Amazon's Choice</b></p>  <p>Japan PR-108 Poly Bag, Width 15.7 x Height 19.7 inches (40 x 50 cm), Approximately 2.8 gal (10 L), Translucent, 100 Pieces, For...</p> <p>★★★★☆ - 38</p> <p>¥286</p> <p>3 pt (1%)</p> <p><b>Add-on item</b> FREE Shipping on eligible orders</p>	 <p>Household Japan Kitchen Polybag Translucent</p> <p>★★★★☆ - 297</p> <p>¥410</p> <p>4 pt (1%)</p> <p><b>Add-on item</b> FREE Shipping on eligible orders</p> <p>More Buying Choices</p> <p>¥300 (8 new offers)</p>
<p><b>Best Seller</b></p>  <p>Y-18 Poly Bag with Tobacco M White Translucent 50 Sheet Set</p> <p>★★★★☆ - 476</p> <p>¥181</p> <p>2 pt (1%)</p> <p><b>Add-on item</b> FREE Shipping on eligible orders</p>	<p><b>Best Seller</b></p>  <p>Cash Bags SB-50 Block-type Service Pack, No. 50, Handbag, Pack of 100, Milky White</p> <p>★★★★☆ - 218</p> <p>¥663</p> <p>7 pt (1%)</p> <p><b>Add-on item</b> FREE Shipping on eligible orders</p>	<p><b>Best Seller</b></p>  <p>Ordi EL-N30-100 Plastic Bags Translucent S Length 14.6 x Width 7.1 x Depth 4.7 inches (37 x 18 x 12 cm), Thickness 0.012 inches,...</p> <p>★★★★☆ - 164</p> <p>¥209</p> <p>2 pt (1%)</p> <p>Save 5% more with Subscribe &amp; Save</p> <p><b>Add-on item</b> FREE Shipping on eligible orders</p>	<p><b>Best Seller</b></p>  <p>Ordy Plastic Bags with Handles, Milky White, Translucent, 3L, 19.7 x 23.6 inches (50 x 60 cm), Gusset 6.3 inches (16 cm),...</p> <p>★★★★☆ - 20</p> <p>¥664</p> <p>7 pt (1%)</p> <p>Save 5% more with Subscribe &amp; Save</p> <p>prime FREE delivery</p>

Sumber: Amazon.co.jp

## Gambar 2.7 Harga Kantung Plastik Biodegradable di Jepang



Sumber: Amazon.co.jp

Selain kantung plastik PET, terdapat pula kantung plastik yang dibuat dari bahan dasar antara lain polivinyllchloride, lembaran polipropilen maupun rajutan polipropilen. Jenis kantung ini umumnya dijumpai dihypermarket, wholesaler atau sejenisnya seperti Costco dan Ikea. Untuk kantung rajutan polipropilen, harganya berkisar antara JPY 250-800 untuk ukuran sedang hingga ukuran besar. Sementara untuk kantung rajutan propilen ukuran kecil dapat juga dijumpai di toko ¥ 100. Harga yang lebih murah dapat ditemukan melalui trading company seperti alibaba.com untuk pembelian skala besar (diatas 100 pcs) yang biasanya digunakan untuk promosi. Kisaran harganya berada di antara ¥ 6-200 per buah. Tas berbahan lembaran polipropilen memiliki kisaran harga ¥ 540-850. Material lain yang umum dipakai dalam pembuatan tas dan kantung adalah polivinyll. Untuk jenis ini, kisaran harganya cukup lebar antara JPY100-2000 bergantung pada desain dan kualitas bahan yang digunakan. Berikut ini adalah harga beberapa jenis kantung plastik.

Botol plastik, carboys, dan flasks sangat beragam di Jepang dan dapat dijumpai mulai dari toko produk murah JPY100 shop, home center, maupun supermarket. Untuk produk botol plastik, khususnya untuk botol minum, harga di pasaran Jepang bervariasi dari yang termurah seharga JPY100 hingga yang termahal bisa mencapai sekitar JPY2000. Bahkan untuk beberapa produk tertentu yang memiliki fitur tertentu, seperti dikhususkan untuk infuse water (minuman sari buah), harga botol plastic tersebut bisa mencapai JPY2500 untuk botol ukuran 700 mL. Produk botol plastic lainnya antara lain adalah botol plastik untuk sampo atau sabun, serta botol plastik untuk kecap. Harganya variatif antara JPY100-900.

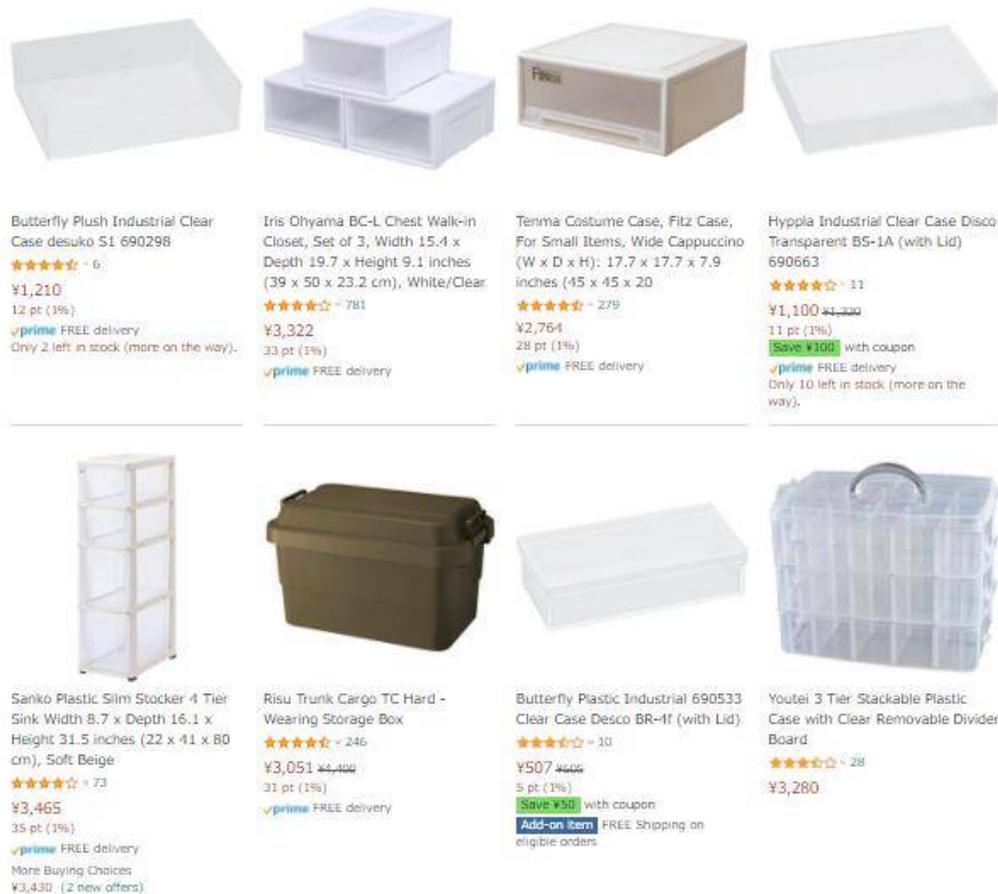
## Gambar 2.8 Harga Botol Plastik di Jepang

<p>Sponsored</p> <p>Spray Head, 6 Pieces, Fine Mist, Large Flow, Fits Standard 16 oz</p> <p>¥700</p> <p>36 pt (5%)</p> <p>Save 10% with coupon</p> <p>prime FREE delivery</p>	<p>Sponsored</p> <p>Spray Bottle, 16.9 fl oz (500 ml) Large Capacity (2 Pieces), Plastic Hand Sprayer, For Home Use, Refillable Bottle, Disposable Han...</p> <p>★★★★☆ 8</p> <p>Limited time offer</p> <p>¥799</p> <p>prime FREE delivery</p>	<p>Sponsored</p> <p>GORA 16点セット小分けボトル詰め替え スプレーボトル 8本 ファンタジボトル 8本 プラスチック 透明</p> <p>¥1,500</p> <p>prime FREE delivery</p> <p>Only 17 left in stock - order soon.</p>	<p>Sponsored</p> <p>YXLL 3pcs Spray Bottle 300ml Plastic Hand Spray Mist Blackout Spray Fine Mist Refill Container</p> <p>¥990</p> <p>Save 40% with coupon</p> <p>prime FREE delivery</p>
<p>nalgene Tritan Water Bottle, 16.9 Fluid Ounces (0.5 L), Wide Mouth, Color Bottle</p> <p>★★★★☆ 2,959</p> <p>¥1,373 <del>¥1,769</del></p> <p>14 pt (1%)</p> <p>prime FREE delivery</p>	<p>【BIO】スプレーボトルトリガータイプ 10本セット PET詰替ボトルプラスチック容器 消毒液 アルコール対応 (200ml) 10本入</p> <p>★★★★☆ 11</p> <p>¥1,699 (¥340/count)</p> <p>33 pt (2%)</p> <p>2% or more Points</p> <p>prime FREE delivery</p>	<p>キャプテンスタッグ(CAPTAIN STAG) 水筒 ボトル スポーツボトル ウォーターボトル 直飲み ライス目盛り付き</p> <p>★★★★☆ 139</p> <p>¥1,433</p> <p>14 pt (1%)</p> <p>Limited coupon for Sealy mattress (some sizes/colors)</p> <p>prime FREE delivery</p> <p>More Buying Choices</p> <p>¥1,188 (9 new offers)</p>	<p>Fashionable Clear Bottle Water Flask 16.9 fl oz (500 ml)</p> <p>★★★★☆ 82</p> <p>¥410 <del>¥611</del></p> <p>4 pt (1%)</p> <p>Add-on item FREE Shipping on eligible orders</p> <p>More Buying Choices</p> <p>¥219 (3 new offers)</p>
<p>BENECREAT 24 pcs 50ml Small Portion Bottles One-touch Travel Bottle Plastic Container Empty Bottle Refill Bottle Shampoo...</p> <p>★★★★☆ 39</p> <p>¥1,790</p> <p>prime FREE delivery</p>	<p>Best Seller</p> <p>BENECREAT 12 Pcs 120ml Dropper Bottles Paint Divided Bottles Dropper Bottles Dropper Bottles Glue Bottles Liquid...</p> <p>★★★★☆ 64</p> <p>¥1,599</p> <p>prime FREE delivery</p>	<p>40 pcs 30ml Spray Bottles Mist Blackout Spray Mini Transparent Refill Bottle Plastic Aroma Spray Container</p> <p>★★★★☆ 26</p> <p>¥1,860</p> <p>prime FREE delivery</p>	<p>KINTO (キントー) ウォーターボトル クリア 300ml 20381</p> <p>¥1,100</p> <p>11 pt (1%)</p> <p>prime FREE delivery</p>

Sumber: Amazon.co.jp

Wadah atau boks plastik juga memiliki varian berbeda sehingga harganya pun bervariasi. Berikut adalah harga beberapa wadah atau boks plastik di Jepang.

**Gambar 2.8 Harga Beberapa Box Plastic Di Jepang**



Sumber: amazon.co.jp

### 3.5. KOMPETITOR

Jepang merupakan salah satu negara produsen *plastic packaging* terbesar. Oleh karena itu, eksportir dari Indonesia menghadapi kompetisi yang cukup berat dari produsen *plastic packaging* lokal Jepang. Produsen *plastic packaging* lokal Jepang memiliki keunggulan karena mereka sudah mengetahui karakteristik permintaan pasar, melayani berbagai jenis pasar, seperti makanan, kosmetik, farmasi, dll, serta terus berinovasi, terutama untuk *plastic packaging* ramah lingkungan dan daur ulang.

Beberapa perusahaan *plastic packaging* Jepang antara lain Toppan Printing Co. dan GSI Creos Corp., yang telah bekerja sama untuk mengembangkan produk kemasan yang dapat terurai secara hayati. Beberapa produk dari perusahaan tersebut antara lain tas belanja, kantong sampah, dan peralatan makan. Perusahaan ini berencana untuk memasok produk ini ke toko serba ada di masa depan, setelah mengatasi kendala, seperti pengurangan biaya. Selain itu terdapat perusahaan Fukusuke Kogyo Co., di Shikokuchuo, Prefektur Ehime,

produsen tas belanja plastik sekali pakai terbesar di Jepang yang juga telah mengembangkan tas belanja yang dapat terurai secara hayati di laut. Beberapa perusahaan plastic packaging lainnya adalah Takemoto Packaging, yang telah beroperasi selama lebih dari 65 tahun, telah berkembang menjadi salah satu produsen kemasan kontainer terkemuka di Jepang dan penyedia kemasan standar teratas. FP Corporation adalah pembuat wadah makanan nomor satu yang digunakan untuk barang-barang seperti makanan siap saji yang mudah rusak dan kotak makan siang bento yang dijual di supermarket, toko bahan makanan, dan toko lainnya. Shingi juga merupakan perusahaan produsen kemasan untuk makanan. Sementara itu, Chuo Kagaku adalah produsen wadah makanan plastik sekali pakai yang didirikan pada tahun 1957. Perusahaan ini, dengan nama awal Sanwa Plastics Industrial Co., Ltd., memulai pembuatan dan penjualan botol saus plastik mini dan kemudian mulai memproduksi dan menjual piring polystyrene paper (PSP) pada tahun 1961 dan nampan PSP sebagai kemasan daging dan ikan di supermarket pada tahun 1962 dan sejak itu telah berkembang sebagai produsen wadah makanan.

Sementara itu, di pasar *import plastic packaging* Jepang, pesaing utama Indonesia adalah Cina, Taiwan, Vietna, Thailand, dan Korea Selatan.

## BAB IV KESIMPULAN

1. Pasar *plastic packaging* Jepang sangat potensial karena preferensi untuk membungkus barang dengan plastik adalah bagian yang melekat dari budaya layanan pelanggan Jepang, atau *omotenashi*. Barang yang lebih murah bisa tampil lebih mewah jika dibungkus dengan plastik. Ini memberi kesan bahwa sebuah toko memberikan layanan yang lebih baik dan lebih perhatian. Oleh karena itu, rata-rata orang di Jepang menggunakan hingga 450 kantong plastik per tahun. Ini berarti sekitar 30 miliar kantong plastik digunakan secara nasional setiap tahun. Rata-rata orang Jepang juga membeli 183 botol PET per tahun. Dengan kata lain, 740 botol PET dibeli secara nasional setiap detik.
2. Jepang juga merupakan salah satu importir *plastic packaging* (HS 3923) terbesar di dunia, setelah Amerika Serikat, Jerman, Perancis, Meksiko, Inggris, dan Kanada. Impor *plastic packaging* (HS 3923) pada tahun 2019 mencapai USD 2,23 miliar dengan pangsa 4,06%. Produk impor utama *plastic packaging* (HS 3923) dari dunia didominasi oleh *sacks and bags, incl. cone, of polymers of ethylene* (HS 392321) dengan nilai mencapai USD 1,3 miliar (pangsa impor sebesar 57,82%). Selain produk tersebut, produk impor lainnya yang juga cukup besar antara lain *Carboys, bottles, flasks and similar articles for the conveyance or packaging of goods* (HS392330), *Articles for the conveyance or packaging of goods, of plastics (excluding boxes, cases, crates* HS 392390), *Stoppers, lids, caps and other closures, of plastics* (HS 392350), dan *Boxes, cases, crates and similar articles for the conveyance or packaging of goods, of plastics* (HS 392310) dengan nilai masing-masing sebesar USD 272,98 juta (pangsa 12,22%), USD 223,61 juta (pangsa 10,01%), USD 210,12 juta (pangsa 9,40%), dan USD 149,24 (pangsa 6,68%).
3. Meskipun demikian, Jepang terus berupaya untuk mengatasi polusi sampah plastik dan pada tanggal 1 Juli 2020, supermarket, department store, dan toko swalayan besar di Jepang mulai mengenakan biaya untuk kantong plastik, namun kantong plastik yang menggunakan bahan ramah lingkungan dikecualikan dari peraturan ini. Oleh karena itu, trend yang akan berlanjut ke depan adalah pengembangan *biodegradable plastic packaging*.

## LAMPIRAN

### 5.1 DAFTAR IMPORTIR

#### **Japan Plastics Industry Federation**

3-5-2, Nihonbashi-Kayabacho, Chuo-ku, Tokyo 103-0025, JAPAN

TEL:+81-3-6661-6811

FAX:+81-3-6661-6810

#### **Japan Plastic Food Container Association**

〒101-0044 東京都千代田区鍛冶町 1-6-17 合同ビル 2 階

FAX number: 03-5256-1892

<http://www.japfca.jp/>

#### **Japan BioPlastics Association**

東京都中央区日本橋箱崎町 5-11 ユニバーサルビル 6F

TEL: +81-3-5651-8151

FAX: +81-3-5651-8152

(<http://www.jbpaweb.net/english/english.htm>)

#### **Japan Hygienic PVC Association**

Postal code: 104-0033 8th Floor, Rokkou-building, 1-4-1 Shinkawa, Chuo-Ku, Tokyo

Tel.: 03-5541-6901, Fax.: 03-5543-6902

#### **Yamakoh**

54-2 Ryokuenzaka, Ujitawara-cho, Tsuzuki-gun, Kyoto 610-0202, JAPAN Fax: +81-774-86-

6900 E-mail: [info@yamakoh.com](mailto:info@yamakoh.com)

### 5.2 DAFTAR PAMERAN

#### **Plastic Japan – Highly Functional Plastic Expo**

[www.plas.jp](http://www.plas.jp)

#### **International Plastic Fair**

[www.ipfjapan.jp](http://www.ipfjapan.jp)

#### **Tokyo International Packaging Exhibition**

[www.tokyo-pack.jp/en/](http://www.tokyo-pack.jp/en/)

#### **Supermarket Trade Show**

[www.smts.jp/en/](http://www.smts.jp/en/)

#### **Japan Pack**

<https://www.japanpack.jp/en/index.html>

### 5.3 SUMBER INFORMASI YANG BERGUNA

<https://wits.worldbank.org>

<http://tariffdata.wto.org>

<https://tradingeconomics.com/>

[www.euromonitor.com](http://www.euromonitor.com)