

KEMENTERIAN  
PERDAGANGAN  
REPUBLIK INDONESIA

MINISTRY OF TRADE

**ITPC**  
osaka



**TUNA**  
**HS 0302**

**LAPORAN  
INFORMASI  
INTELIJEN  
BISNIS  
2020**

**Market Brief  
ITPC Osaka  
2020**

**TUNA  
HS 0302**

## RINGKASAN EKSEKUTIF

Konsumsi makanan laut Jepang sebenarnya cenderung mengalami penurunan karena adanya pengaruh *westernization* dimana konsumen Jepang mulai beralih dari konsumsi makanan laut menjadi daging. Meskipun demikian, orang Jepang masih makan lebih banyak ikan per kapita daripada negara besar lainnya. Selain itu, produksi perikanan di Jepang telah mengalami penurunan sejak akhir 1980-an. Hal ini mendorong Jepang untuk terus melakukan impor untuk memenuhi konsumsi domestiknya dan menjadikannya salah satu pasar impor premium dunia untuk makanan laut, terutama untuk komoditas tertentu seperti tuna. Jepang adalah konsumen tuna terbesar di dunia. Jepang mengkonsumsi seperempat dari tangkapan tuna dunia, dimana sebagian besar digunakan untuk penggunaan sashimi.

Pada tahun 2019, Impor ikan segar dan dingin Jepang dari dunia mencapai USD 414,8 juta. Hampir 50% nilai impor tersebut didominasi oleh ikan atlantic salmon sebesar USD 190,1 juta. Selain atlantic salmon, ikan yang paling banyak diimpor adalah tuna dengan nilai impor mencapai USD 159,1 juta dan memiliki pangsa sebesar 38,4%. Jenis ikan tuna yang paling banyak diimpor adalah atlantic and *pacific Bluefin* senilai USD 83,0 juta, bigeye tuna senilai USD 28,7 juta, yellowfin tuna senilai USD 27,2%, dan southern Bluefin tuna senilai USD 19,9 juta. Sementara itu, impor albacore tuna Jepang cukup rendah, yaitu senilai USD 0,3 juta. Indonesia adalah negara asal impor utama tuna jenis bigeye. Indonesia menguasai 52,9% pasar impor tuna bigeye Jepang pada tahun 2019. Pemasok utama lainnya untuk tuna jenis ini antara lain Palau, Afrika Selatan, dan Australia dengan pangsa masing-masing sebesar 14,5%, 9,1%, dan 5,3%. Indonesia juga menjadi negara asal impor utama tuna yellowfin bersama dengan Palau.

Secara tradisional, sistem distribusi makanan laut Jepang memiliki jaringan berlapis ganda yang kompleks antara pedagang grosir di *landing site*, pedagang grosir, dan pengecer pasar ikan sebelum mencapai konsumen. Sistem ini dikembangkan karena banyaknya variasi ikan yang ditangkap oleh nelayan Jepang, dan permintaan pelanggan akan ikan segar. Namun, sistem tersebut telah dikritik oleh banyak pemain asing dan domestik karena tidak efisien secara ekonomi. Secara umum, saluran distribusi ikan di Jepang meliputi grosir di *landing site*, grosir sentral, grosir di pusat metropolitan Tokyo, ritel dan melalui *trading house*. 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.

## DAFTAR ISI

DAFTAR ISI .....	2
PENDAHULUAN .....	4
1.1 TUJUAN.....	4
1.2 METODOLOGI.....	4
1.3 BATASAN PRODUK.....	4
1.4 GAMBARAN UMUM NEGARA .....	5
PELUANG PASAR.....	9
2.1 TREND PRODUK .....	9
2.2 STRUKTUR PASAR .....	11
2.3 SALURAN DISTRIBUSI .....	16
2.4 PERSEPSI TERHADAP PRODUK INDONESIA.....	18
PERSYARATAN PRODUK .....	20
3.1 KETENTUAN PRODUK.....	20
3.2. KETENTUAN PEMASARAN.....	31
3.3. METODE TRANSAKSI .....	33
3.4. INFORMASI HARGA .....	33
3.5. KOMPETITOR .....	34
KESIMPULAN.....	34
LAMPIRAN.....	37
5.1 DAFTAR IMPORTIR .....	37
5.2 DAFTAR PAMERAN.....	37
5.3 SUMBER INFORMASI YANG BERGUNA.....	38

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 TUJUAN**

Konsumsi makanan laut Jepang sebenarnya cenderung mengalami penurunan karena adanya pengaruh *westernization* dimana konsumen Jepang mulai beralih dari konsumsi makanan laut menjadi daging. Meskipun demikian, orang Jepang masih makan lebih banyak ikan per kapita daripada negara besar lainnya: sekitar 128 pon per tahun, dibandingkan dengan rata-rata global sebesar 38 pon per tahun. Selain itu, produksi perikanan di Jepang telah mengalami penurunan sejak akhir 1980-an. Hal ini mendorong Jepang untuk terus melakukan impor untuk memenuhi konsumsinya dan menjadikannya salah satu pasar impor premium dunia untuk makanan laut, terutama untuk komoditas tertentu seperti tuna. Jepang adalah konsumen tuna terbesar di dunia. Jepang mengkonsumsi seperempat dari tangkapan tuna dunia, dimana sebagian besar digunakan untuk penggunaan sashimi.

Untuk memanfaatkan peluang pasar tuna segar dan dingin 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**

Tuna segar dan dingin berada di bawah Chapter 03 Ikan dan Udang. Sedangkan kode HS 4 digit untuk tuna segar dan dingin adalah 0302 - Ikan, segar atau dingin, tidak termasuk potongan ikan tanpa tulang dan daging ikan lainnya dari pos No.03.04. Sedangkan HS 6 digitnya adalah:

**Tabel 1.1 Kode HS Tuna Segar dan Dingin**

HS2012	Deskripsi
030231	Tunas,albacore or longfinned,fr or chd excl headg No 03.04,livers&roes
030232	Tunas,yellowfin,fresh or chilled,excl heading No 03.04,livers and roes
030233	Skipjack o stripe-bellid bonito,fr o chd,ex headg No 03.04,livers&roes
030234	Fresh or chilled bigeye tunas "Thunnus obesus"
030235	Fresh or chilled bluefin tunas "Thunnus thynnus"
030235	Fresh or chilled bluefin tunas "Thunnus thynnus"
030236	Fresh or chilled Southern bluefin tunas "Thunnus maccoyii"
030239	Tunas nes,fresh or chilled,excluding heading No 03.04,livers and roes

#### 1.4 GAMBARAN UMUM NEGARA

Ekonomi Jepang menyusut 7,8% pada kuartal dalam tiga bulan hingga Juni 2020. Ini adalah kontraksi triwulan ketiga berturut-turut dan yang paling tajam di tengah dampak parah krisis COVID-19. Penurunan terjadi pada konsumsi swasta (-8,2% vs -0,8% di Triwulan ke-1), belanja modal (-1,5% vs 1,7%), dan belanja pemerintah (-0,3% vs bacaan datar). Selain itu, permintaan eksternal bersih mengurangi pertumbuhan sebesar 3,0 poin, dengan penurunan ekspor terbesar sejak Triwulan ke-1 tahun 2009 (-18,5% vs -5,4%) dan impor turun untuk triwulan ketiga berturut-turut (-0,5% vs -4,2%). Dalam skala tahunan, ekonomi jatuh 27,8% di kuartal Juni, dan menjadi rekor penurunan terdalam. Selain itu, Produk Domestik Bruto (PDB) di Jepang mengalami kontraksi 9,90% pada kuartal kedua tahun 2020 dibandingkan kuartal yang sama tahun sebelumnya.

Inflasi harga konsumen Jepang naik menjadi 0,3% di bulan Juli 2020 dari level terendah selama 3 tahun di 0,1% yoy di bulan Juni 2020, karena pandemi terus menghambat konsumsi di luar makanan. Harga turun lebih lambat 10,3% untuk pendidikan (vs 10,5% di bulan Juni) dan 0,1% untuk transportasi & komunikasi (vs -0,5%). Sebaliknya, harga bahan bakar, lampu & air turun lebih jauh (-2,2% vs -2%). Sementara itu, inflasi perumahan tidak berubah di 0,7%. Inflasi makanan melonjak menjadi 1,9% dari 1,5% di bulan sebelumnya. Dalam skala bulanan, harga konsumen naik tipis 0,2% setelah naik tipis 0,1%. Harga konsumen inti, tidak termasuk makanan segar, tetap tidak berubah untuk bulan kedua. Sementara itu, Indeks Harga Konsumen di Jepang meningkat 0,20% pada Juli 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 Juli 2020. Sementara itu, dalam laporan prospek triwulanan, bank sentral mengatakan bahwa ekonomi Jepang kemungkinan akan meningkat secara bertahap mulai paruh kedua tahun ini, dengan kecepatan yang diperkirakan hanya moderat karena dampak COVID-19 di seluruh dunia. Para pembuat kebijakan mencatat bahwa prospek kegiatan ekonomi dan harga sangat tidak jelas, tergantung pada konsekuensi virus dan besarnya

dampaknya terhadap ekonomi domestik dan luar negeri. Berdasarkan asumsi bahwa gelombang kedua infeksi tidak akan terjadi, PDB untuk tahun fiskal 2020 diperkirakan akan menyusut antara 4,5% hingga 5,7%, dibandingkan dengan perkiraan sebelumnya sebesar -4,7%. Sementara itu, CPI diproyeksikan turun antara 0,4% hingga 0,6%, dibandingkan dengan perkiraan sebelumnya -0,5%.

Di sisi perdagangan, Jepang mencatat surplus perdagangan sebesar JPY 11,60 miliar pada Juli 2020 dibandingkan dengan defisit JPY 254 miliar pada tahun sebelumnya. Ini merupakan surplus pertama dalam empat bulan, karena impor turun 22,3% menjadi JPY 5,36 triliun dan ekspor turun 19,2% menjadi JPY 5,39 triliun, terseret terutama oleh pembelian AS dan Eropa Barat.

**Tabel 1.2 Indikator Ekonomi Jepang**

<b>Indikator Ekonomi</b>	<b>Nilai</b>	<b>Periode</b>
GDP Growth Rate (%)	-7.8	20-Jun
GDP Annual Growth Rate (%)	-9.9	20-Jun
Inflation Rate (%)	0.3	20-Jul
Inflation Rate Mom (%)	0.2	20-Jul
Interest Rate (%)	-0.1	20-Jul
Balance of Trade (JPY Billion)	11.6	20-Jul

Sumber: Tradingeconomics, 2020

Indeks Tankan Bank of Japan untuk sentimen produsen besar jatuh ke level terendah menjadi sebesar -34 pada kuartal kedua tahun 2020, lebih buruk dari konsensus pasar sebesar -31, karena pandemi virus korona menghantam aktivitas dan permintaan global. Sentimen paling negatif terjadi pada perusahaan yang memproduksi kendaraan bermotor (-72 vs -17 di Q1), kayu & produk kayu (-53 vs 0), besi & baja (-58 vs -15), pulp & kertas (-33 vs 4), mesin tujuan umum (-26 vs 0), mesin produksi (-37 vs 0), mesin listrik (-28 vs -3), mesin berorientasi bisnis (-29 vs -6) dan pembuatan kapal (-46 vs -29). Perusahaan besar berencana untuk meningkatkan belanja modalnya sebesar 3,2%, naik dari 1,8% pada kuartal sebelumnya.

PMI Manufaktur atau Jibun Bank Jepang direvisi lebih tinggi menjadi 47,2 pada Agustus 2020 dibandingkan dengan 45,2 pada akhir bulan sebelumnya. Produksi turun paling sedikit selama enam bulan sementara pesanan baru turun pada laju terlemah sejak Januari. Pada saat yang sama, pemutusan hubungan kerja mereda ke titik terendah dalam tiga bulan. Di sisi harga, biaya input naik sedikit dan biaya output turun sedikit. Ke depan, kepercayaan bisnis meningkat lebih jauh dari rekor terendah April, dan merupakan yang tertinggi sejak sebelum pandemi pada Januari.

Produksi Industri di Jepang turun 16,10% pada Juli 2020 dibandingkan bulan yang sama di tahun sebelumnya. Sementara itu, produksi industri naik 8% (mom) di Juli 2020,

dibandingkan dengan konsensus pasar yang naik 5,8% dan setelah kenaikan 1,9% di bulan sebelumnya. Ini adalah rekor kenaikan bulanan terkuat dalam output industri, sebagian besar dikontribusikan oleh kendaraan bermotor (38,5% vs 28,6% di bulan Juni), manufaktur lainnya (9% vs -1,4%), dan besi, baja dan logam non-besi (9,7% vs -0,1%). Pada skala tahunan, output industri menyusut 16,1% di bulan Juli, setelah penurunan 18,2% di bulan Juni. Sementara itu, produksi manufaktur di Jepang turun 18,20% di bulan Juni 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)	-34	20-Jun
Manufacturing PMI (points)	47.2	20-Aug
Industrial Production (%)	-16.1	20-Jul
Industrial Production Mom (%)	8	20-Jul
Manufacturing Production (%)	-18.2	20-Jun

Sumber: Tradingeconomics, 2020

Indeks Keyakinan Konsumen di Jepang turun menjadi 29,3 pada Agustus 2020 dari 29,5 pada bulan sebelumnya, di tengah pandemi virus korona. Tiga dari sub-indeks utama mengalami pelemahan: mata pencaharian keseluruhan (turun 0,3 poin menjadi 31,4); pertumbuhan pendapatan (turun 0,1 poin menjadi 32,7); dan persepsi pekerjaan (turun 0,5 poin menjadi 21,2). Sementara itu, kesediaan untuk membeli barang tahan lama sedikit meningkat (naik 0,4 poin menjadi 32,0).

Perdagangan ritel Jepang juga turun 3,3% bulan ke bulan di Juli 2020, setelah melonjak 13,1% di bulan sebelumnya. Ini adalah penurunan pertama dalam perdagangan ritel sejak April, di tengah kebangkitan kasus COVID-19 di beberapa bagian negara itu. Penjualan turun untuk barang dagangan umum (-5,2% vs 42,2 di bulan Juni), pakaian & aksesoris (-20,9% vs 51,3%), makanan & minuman (-2,6% vs 2,6%), dan mesin & peralatan (-19,7% vs 32,5%). Di sisi lain, penjualan tumbuh jauh lebih lambat untuk kendaraan bermotor (7,8% vs 22,4%), dan bahan bakar (1,5% vs 15,5%). Dalam skala tahunan, perdagangan ritel turun 2,8% di bulan Juli, dibandingkan dengan kenaikan 3,9% di bulan Juni dan prakiraan pasar turun 1,7%.

Pengeluaran rumah tangga Jepang juga menyusut 1,2% dari tahun sebelumnya pada Juni 2020, menyusul penurunan 16,2% di bulan sebelumnya dan dibandingkan dengan ekspektasi penurunan 7,5%. Itu adalah penurunan kesembilan berturut-turut dan mengikuti penurunan paling tajam dalam catatan, tetapi konsumen memotong pembelian pada tingkat yang jauh lebih rendah sebagai tanggapan terhadap pandemi. Pengeluaran menurun untuk pakaian & alas kaki (-4,1% vs -38,3% di bulan April), budaya & rekreasi (-21,2% vs -37,9%), dan makanan (-1,8% vs -5,4%). Sebaliknya, pengeluaran kembali meningkat untuk perawatan



medis (1,9% vs -7%), perumahan (6,5% vs -26%), dan utilitas (6,6% vs -5,9%). Dalam skala bulanan, pengeluaran rumah tangga naik tajam 13% setelah turun tipis 0,1% di periode sebelumnya dan dibandingkan dengan ekspektasi pasar naik 7,5%. Sementara itu, pengeluaran konsumen di Jepang turun menjadi JPY 267.847,20 Miliar pada kuartal kedua tahun 2020 dari JPY 291.696,20 Miliar pada kuartal pertama tahun 2020.

**Tabel 1.4 Indikator Konsumsi di Jepang**

<b>Indikator Konsumen</b>	<b>Nilai</b>	<b>Periode</b>
Consumer Confidence (points)	29.3	20-Aug
Retail Sales MoM (%)	-3.3	20-Jul
Retail Sales YoY (%)	-2.8	20-Jul
Household Spending (%)	-1.2	20-Jun
Consumer Spending (JPY Billion)	267847	20-Jun

Sumber: Tradingeconomics, 2020

## BAB II PELUANG PASAR

### 2.1 TREND PRODUK

Menurut survei konsumen oleh *Japan Fish Agency* (2013), lebih dari setengah (55 persen) konsumen Jepang makan ikan setidaknya 2-3 kali seminggu. Cara menyajikan ikan yang paling umum adalah dengan sashimi, panggang (yaki-zakana), direbus (ni-zakana), dikeringkan (himono) dan digoreng (tempura) (Makino, 2011).<sup>1</sup>

Dua produk utama yang mendorong produksi tuna adalah tuna kaleng dan sashimi/sushi. Di pasar tuna kaleng, tuna yang digunakan berasal dari spesies daging yang lebih *light*, yaitu skipjack dan yellowfin. Sementara itu, di pasar sushi dan sashimi, tuna yang digunakan berasal dari spesies Bluefin yang berlemak dan spesies daging merah seperti bigeye karena kandungan minyaknya yang tinggi. Tuna Bluefin adalah pilihan teratas untuk pasar sushi dan sashimi.<sup>2</sup>

Perkembangan yang relatif baru di pasar adalah budidaya tuna, yang dikenal sebagai peternakan tuna. Peternakan tuna telah memengaruhi pasar dan sistem distribusi dengan mendorong pergeseran preferensi dan harga konsumen. Bluefin dari peternakan telah memberikan pilihan yang lebih terjangkau bagi konsumen Jepang yang tidak mampu membeli produk premium, yaitu bluefin hasil tangkapan liar. Saat ini, perusahaan peternakan tuna telah diintegrasikan secara vertikal dengan perusahaan transnasional dan memiliki pengaruh kuat di pasar dengan membuka pasar sushi kualitas menengah.

Jepang juga memiliki tradisi panjang dalam menggunakan produk sampingan yang merupakan sumber mineral dan vitamin esensial yang sangat baik. Beberapa contoh pemanfaatan produk sampingan adalah:

- **Arajiru.** Setelah ikan dipotong, tersisa bagian kasar (ara) ikan; ini ditambahkan ke dalam sup (jiru) dan karenanya disebut arajiru. Selain digunakan untuk sop, sisa bagiannya juga dibakar, seperti kabutoyaki, kepala ikan bakar sering kali dari sea bream atau yellowtail.
- **Mata tuna (maguro no medama)** bisa ditemukan di supermarket dan beberapa restoran di Jepang. Bola matanya sendiri memang tidak dimakan, namun daging berlemak yang mengelilingi bola mata dianggap baik untuk kesehatan karena mengandung nilai vitamin B yang tinggi dan biasanya disajikan dalam bentuk rebusan.
- **Berbagai macam hati dan telur ikan.** Berbagai jenis telur digunakan untuk sushi atau dimakan sebagai sashimi. Telur sangat bergizi dengan kandungan omega-3 yang tinggi dan kandungan protein yang tinggi. Kadang-kadang disebut sebagai foiegras lautan, hati

---

<sup>1</sup> <http://www.fao.org/3/a-bc012e.pdf>

<sup>2</sup> <http://www.fao.org/in-action/globefish/fishery-information/resource-detail/en/c/880744/>

monkfish (ankimo) adalah makanan tradisional yang biasanya dimakan di musim dingin di Jepang.

Konsumsi ikan Jepang dipengaruhi oleh perubahan musim, yang menjelaskan kapan makanan musiman terbaik harus dikonsumsi. Misalnya, musim terbaik untuk ikan cod, salmon dan tuna adalah pada musim dingin, saat kandungan lemaknya paling tinggi. Sedangkan untuk blowfish (fugu) yang beracun dan sangat mahal, serta daging ikan paus, musim semi adalah yang terbaik. Di antara generasi muda, tradisi makanan musiman agak melemah seiring waktu karena sebagian besar bahan makanan tersedia sepanjang tahun. Namun, penjual mengatasi hal ini dengan menjual produk *gentei* edisi terbatas.

Tren label ramah lingkungan dalam bisnis tuna mulai diperkenalkan untuk mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Tujuannya adalah untuk memberi penghargaan kepada produsen yang menangkap ikan secara bertanggung jawab, yang mengarah pada penggunaan sumber daya perikanan secara berkelanjutan. Secara umum, sebagian besar pelabelan ramah lingkungan di industri tuna lebih cenderung memberikan akses pasar yang lebih baik kepada produsen.<sup>3</sup>

Sebuah studi yang diterbitkan pada tahun 2014<sup>4</sup> menganalisis kesediaan konsumen Jepang untuk membayar makanan laut berlabel ramah lingkungan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsumen Jepang belum siap membayar harga premium untuk produk bersertifikat *Marine Stewardship Council* (MSC). Namun, jika diberikan informasi tentang keadaan perikanan global dan deskripsi yang jelas tentang program MSC, bukti menunjukkan bahwa perilaku konsumen Jepang dapat berubah. Salah satu penghalang potensial untuk pembelian produk berlabel ramah lingkungan adalah konsumen percaya bahwa pengecer bertanggung jawab atas produk mereka. Namun demikian, terdapat bukti bahwa pasar untuk produk berlabel ramah lingkungan di Jepang dapat muncul jika ada sosialisasi yang efektif diterapkan dan pasokan makanan laut berkelanjutan yang memadai tersedia.

*Marine Stewardship Council* (MSC) adalah label ramah lingkungan terkemuka untuk perikanan berkelanjutan di seluruh dunia. MSC memperkenalkan produk berlabel ramah lingkungan ke pasar Jepang pada tahun 2006. Setelah hampir satu dekade beroperasi di Jepang, hanya dua perikanan domestik yang saat ini menggunakan MSC. Selain itu, satu perusahaan perikanan sedang dalam penilaian penuh dan tiga perusahaan perikanan ditarik dari program. Penelitian pendahuluan menunjukkan bahwa sebagian besar perusahaan perikanan akan mengalami kesulitan untuk lolos dari Prinsip 1 dan 2 MSC, sebagian karena

---

<sup>3</sup> [https://www.ffa.int/system/files/A%20FORWARD%20LOOKING%20STUDY%20FINAL\\_PartII.pdf](https://www.ffa.int/system/files/A%20FORWARD%20LOOKING%20STUDY%20FINAL_PartII.pdf)

<sup>4</sup> Uchida, H., Roheim, C. A., Wakamatsu, H., & Anderson, C. M. 2014. Do Japanese consumers care about sustainable fisheries? Evidence from an auction of ecolabelled seafood. *Australian Journal of Agricultural and Resource Economics*, 58(2), 263-280.

keterbatasan dalam sistem penilaian dan pemantauan stok. Biaya tinggi juga menjadi penghalang. Namun, jika dukungan perbaikan yang signifikan tersedia untuk perusahaan perikanan, akan lebih banyak perusahaan yang dapat mencapai MSC.

**Gambar 2.1 Label *Marine Stewardship Council (MSC)***



*Marine Eco-label (MEL)* Japan adalah label ramah lingkungan makanan laut yang dikembangkan di Jepang oleh para pemangku kepentingan di industri makanan laut dan pemerintah. Saat ini, 23 perusahaan perikanan berpartisipasi dalam program ini, yang mencerminkan permintaan yang signifikan untuk program sertifikasi yang mempertimbangkan elemen budaya unik perikanan domestik di Jepang. Menurut para ahli, program MEL tidak memenuhi banyak persyaratan pelabelan ramah lingkungan di pasar utama di Eropa atau Amerika Utara. Para ahli ini menyoroti bagian-bagian penting yang hilang seperti kurangnya periode komentar publik, verifikasi dan tinjauan pihak ketiga yang tidak memadai, dan tidak ada program penelusuran.

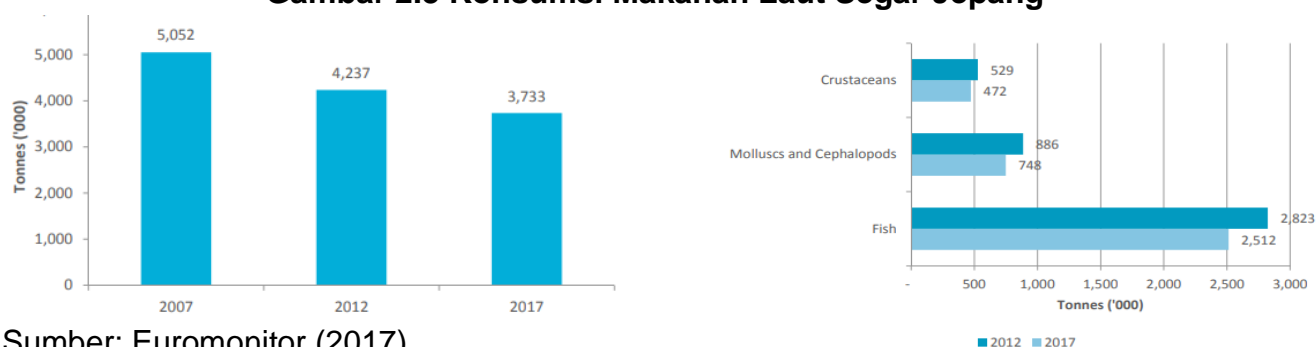
**Gambar 2.2 Label *Marine Eco-label (MEL)***



## **2.2 STRUKTUR PASAR**

Berdasarkan laporan Euromonitor (2017), konsumsi *seafood* segar Jepang mengalami trend penurunan. Pada tahun 2007, konsumsi *seafood* Jepang mencapai 5,1 ribu ton, namun pada tahun 2017 konsumsinya menurun menjadi sebesar 3,7 ribu ton. Pada tahun 2017, konsumsi *seafood* segar Jepang didominasi oleh ikan sebesar 2,5 ribu ton, dan diikuti oleh moluska dan crustacea dengan volume masing-masing sebesar 748 ton dan 472 ton. Meskipun demikian, konsumsi *seafood* segar Jepang merupakan salah satu yang tertinggi di dunia.

**Gambar 2.3 Konsumsi Makanan Laut Segar Jepang**



Sumber: Euromonitor (2017)

Pasar Jepang adalah pasar terbesar di dunia untuk tuna, terutama untuk spesies bernilai tinggi seperti bluefin, bigeye, dan albacore. Tuna di Jepang diolah menjadi tiga jenis produk utama: sashimi, produk kaleng, dan katsuobushi. Permintaan domestik terutama untuk sashimi, dan hampir 80% produk kelas sashimi global dikonsumsi di Jepang. Untuk memenuhi permintaan yang meningkat, Jepang mulai meningkatkan upaya penangkapan ikan dalam negeri pada tahun 1950-an, dengan upaya penangkapan ikan mencapai puncaknya pada tahun 2002. Jepang juga meningkatkan impor tuna dari luar negeri secara signifikan. Dalam beberapa tahun terakhir, konsumsi tuna kalengan Jepang mulai menurun seiring dengan produksi tuna kalengan dalam negeri yang memiliki biaya produksi yang tinggi. Konsumsi tahunan katsuobushi, serpihan atau serutan tuna cakalang kering dan asap, juga terus menurun.

**Tabel 2.1 Produksi dan Konsumsi Tuna Jepang**

Species	Global production (tonnes), % consumed by Japan	Japan production (tonnes)	Primary gear types	Primary products	Primary fishery co-ops	Wholesale price per kg (fresh/frozen)
Skipjack	2.5 million t 12%	307,297 t	pelagic and offshore purse seine, pole and line	katsuobushi, canned	Yaizu, Ishinomaki, Nichinan	383/187 JPY
Yellowfin	1.2 million t 9%	75,000 t	Pelagic purse seine, longline	sashimi, canned	Yaizu, Ichikikushikino, Kesennuma	767/419 JPY
Bigeye	443,000 t 32%	68,717 t	pelagic longline	sashimi	Ichikikushikino, Kesennuma	1339/877 JPY
Albacore	266,000 t 26%	65,035 t	Pelagic and offshore longline, pole and line	canned, sashimi	Nichinan, Yaizu, Kesennuma	301/305 JPY
Southern and Pacific bluefin	44,000 t > 70%	14,612 t (Pacific bluefin)	purse seine, set net, longline, troll	sashimi	Sakaiminato, Tsushima	2180/2499 JPY (Pacific bluefin)

Table 1. Summary of production and consumption information by tuna species.

Pada tahun 2019, Impor ikan segar dan dingin Jepang dari dunia mencapai USD 414,8 juta. Hampir 50% nilai impor tersebut didominasi oleh ikan atlantic salmon sebesar USD 190,1 juta. Selain atlantic salmon, ikan yang paling banyak diimpor adalah tuna dengan nilai impor mencapai USD 159,1 juta dan memiliki pangsa sebesar 38,4%. Jenis ikan tuna yang paling banyak diimpor adalah atlantic and pacific Bluefin senilai USD 83,0 juta, bigeye tuna senilai USD 28,7 juta, yellowfin tuna senilai USD 27,2%, dan southern Bluefin tuna senilai USD 19,9 juta. Sementara itu, impor albacore tuna Jepang cukup rendah, yaitu senilai USD 0,3 juta.

**Tabel 2.2 Impor Ikan Segar dan Dingin Jepang Dari Dunia**

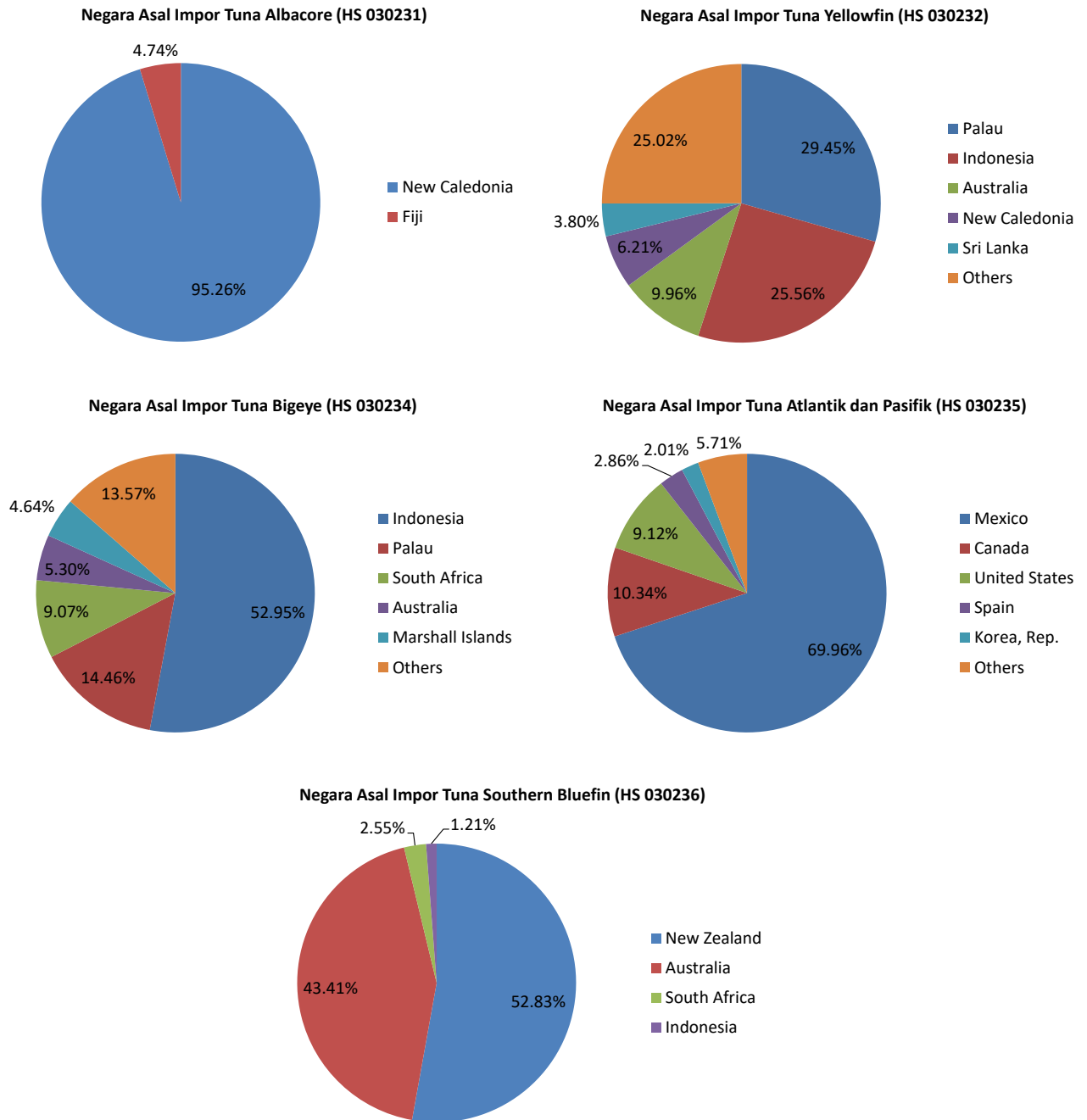
Product Code	Product Description	Nilai Impor (USD Juta)					Growth(%) 19/18	Trend(%) 15-19	Share(%) 2019
		2015	2016	2017	2018	2019			
0302	Fish, fresh or chilled, excluding f	435.74	509.62	444.60	442.34	414.75	-6.236225	(2.37)	100
030214	-- Atlantic salmon ( <i>Salmo salar</i> ) an	164.93	196.87	186.29	188.16	190.14	1.05	2.42	45.84
030235	-- Atlantic and Pacific bluefin tun	70.36	97.79	69.81	95.43	82.99	(13.03)	3.10	20.01
030289	-- Other	49.98	50.46	42.02	41.75	38.79	(7.08)	(6.73)	9.35
030234	-- Bigeye tunas ( <i>Thunnus obesus</i> )	60.83	58.61	51.16	34.08	28.72	(15.74)	(18.48)	6.92
030232	-- Yellowfin tunas ( <i>Thunnus albacar</i>	43.78	50.26	41.16	32.11	27.24	(15.17)	(13.04)	6.57
030236	-- Southern bluefin tunas ( <i>Thunnus</i>	21.47	26.26	24.56	22.43	19.86	(11.44)	(3.09)	4.79
030211	-- Trout ( <i>Salmo trutta</i> , <i>Oncorhynchu</i>	5.81	10.88	10.39	12.51	12.48	(0.27)	18.13	3.01
030213	-- Pacific salmon ( <i>Oncorhynchus ner</i>	4.09	4.56	6.50	4.69	4.11	(12.33)	0.38	0.99
030247	-- Swordfish ( <i>Xiphias gladius</i> )	3.53	2.23	1.97	1.50	2.06	37.83	(13.67)	0.50
030244	-- Mackerel ( <i>Scomber scombrus</i> , <i>Sc</i>	0.66	1.53	1.21	0.94	1.43	51.48	11.12	0.34
	Lainnya	10.29	10.16	9.52	8.73	6.92	(20.76)	(9.00)	1.67

Sumber: WITS (2020)

Indonesia adalah negara asal impor utama tuna jenis bigeye. Indonesia menguasai 52,9% pasar impor tuna bigeye Jepang pada tahun 2019. Pemasok utama lainnya untuk tuna jenis ini antara lain Palau, Afrika Selatan, dan Australia dengan pangsa masing-masing sebesar 14,5%, 9,1%, dan 5,3%. Indonesia juga menjadi negara asal impor utama tuna yellowfin bersama dengan Palau. Pada tahun yang sama, pangsa impor tuna yellowfin dari Palau mencapai 29,5% sedangkan pangsa impor dari Indonesia mencapai 25,6%. Australia berada di posisi ketiga dengan pangsa 10,0% diikuti oleh New Caledonia dan Sri Lanka dengan pangsa masing-masing sebesar 6,2% dan 3,8%. Sementara itu, tuna southern bluefin hanya dipasok oleh 4 negara pada tahun 2019, yaitu Selandia Baru, Australia, Afrika Selatan, dan Indonesia dengan pangsa masing-masing sebesar 52,8%, 43,4%, 2,6%, dan 1,2%. Tuna albacore juga hanya dipasok oleh sedikit negara, yaitu New Caledonia dan Fiji dengan pangsa masing-masing sebesar 95,3% dan 4,7%. Sementara itu, negara asal impor tuna atlantik dan pasifik didominasi oleh Meksiko dengan pangsa mencapai 70,0%. Selain Meksiko, negara asal impor utama ikan tuna atlantik dan pasifik Jepang adalah Kanada,

Amerika Serikat, Spanyol, dan Korea Selatan dengan pangsa masing-masing sebesar 10,3%, 9,1% dan 2,0%.

**Gambar 2.3 Negara Asal Impor Tuna Jepang Tahun 2019**



Sumber: WITS (2020)

Rata-rata tariff impor MFN ikan segar dan dingin Jepang pada tahun 2019 adalah sebesar 4,65%. Tariff impor ini bervariasi antara 2,5% hingga 10%. Sementara itu, sebagian besar tariff untuk ikan asal Indonesia adalah 0%, sedangkan ikan dengan kode HS 030243, 030289, 030291, dan 030299 memiliki tariff masing-masing sebesar 5%, 4,25%, 4,5%, dan 2,5%.

**Tabel 2.3 Tarif Impor Ikan Segar dan Dingin Jepang Tahun 2019**

HS17	Description	MFN Average	Indonesia	HS17	Description	MFN Average	Indonesia
0302	Fish, fresh or chilled, excluding fish fillets and	4.65		030247	Fresh or chilled swordfish "Xiphias gladius"	3.50	
030211	Fresh or chilled trout "Salmo trutta, Oncorhynchus"	3.50		030249	Fresh or chilled Indian mackerels "Rastrelli"	5.13	
030213	Fresh or chilled Pacific salmon "Oncorhynchus"	3.50		030251	Fresh or chilled cod "Gadus morhua, Gadus"	10.00	
030214	Fresh or chilled Atlantic salmon "Salmo salar"	3.50		030252	Fresh or chilled haddock "Melanogrammus"	3.50	0.00
030219	Fresh or chilled salmonidae (excl. trout "Salmo"	3.50		030253	Fresh or chilled coalfish "Pollachius virens"	3.50	0.00
030221	Fresh or chilled lesser or Greenland halibut "	3.50	0.00	030254	Fresh or chilled hake "Merluccius spp., Uro"	6.75	
030222	Fresh or chilled plaice "Pleuronectes platessa"	3.50	0.00	030255	Fresh or chilled Alaska pollack "Theragra cl"	10.00	
030223	Fresh or chilled sole "Solea spp."	3.50	0.00	030256	Fresh or chilled blue whiting "Micromesistius"	3.50	
030224	Fresh or chilled turbot "Psetta maxima"	3.50	0.00	030259	Fresh or chilled fish of the families Bregma	6.75	
030229	Fresh or chilled flat fish "Pleuronectidae, Bot"	3.50	0.00	030271	Fresh or chilled tilapia "Oreochromis spp."	3.50	
030231	Fresh or chilled albacore or longfinned tunas	3.50		030272	Fresh or chilled catfish "Pangasius spp., Sil"	3.50	
030232	Fresh or chilled yellowfin tunas "Thunnus alb"	3.50		030273	Fresh or chilled carp "Cyprinus spp., Carass"	3.50	
030233	Fresh or chilled skipjack or stripe-bellied bon"	3.50		030274	Fresh or chilled eels "Anguilla spp."	3.50	0.00
030234	Fresh or chilled bigeye tunas "Thunnus obese"	3.50		030279	Fresh or chilled, Nile perch "Lates niloticus"	3.50	
030235	Fresh or chilled Atlantic and Pacific bluefin tu"	3.50		030281	Fresh or chilled dogfish and other sharks	2.50	0.00
030236	Fresh or chilled Southern bluefin tunas "Thun"	3.50		030282	Fresh or chilled, rays and skates "Rajidae"	3.50	
030239	Fresh or chilled tunas of the genus "Thunnus"	3.50		030283	Fresh or chilled toothfish "Dissostichus spp"	3.50	
030241	Fresh or chilled herring "Clupea harengus, cl"	10.00		030284	Fresh or chilled sea bass "Dicentrarchus sp"	3.50	
030242	Fresh or chilled anchovies "Engraulis spp."	10.00		030285	Fresh or chilled sea bream "Sparidae"	2.00	0.00
030243	Fresh or chilled sardines "Sardina pilchardus,"	6.75	5.00	030289	Fresh or chilled fish, n.e.s.	4.94	4.25
030244	Fresh or chilled mackerel "Scomber scombrus"	10.00		030291	Fresh or chilled fish livers, roes and milt	6.37	4.50
030245	Fresh or chilled jack and horse mackerel "Tra"	10.00		030292	Fresh or chilled shark fins	2.50	0.00
030246	Fresh or chilled cobia "Rachycentron canadui"	3.50		030299	Fresh or chilled fish fins, heads, tails, maw	4.28	2.50

Sumber: WTO (2020)

Ekspor ikan segar dan dingin Indonesia ke dunia mencapai USD 125,0 juta pada tahun 2019. Ekspor ikan segar dan dingin didominasi oleh ikan lainnya dengan pangsa ekspor mencapai 85,9% atau senilai USD 107,4 juta. Sementara itu, ekspor tuna segar dan dingin mencapai USD 14,0 juta yang terdiri dari ekspor ikan yellowfin tuna sebesar USD 9,1 juta, bigeye tuna sebesar USD 4,8 juta, southern Bluefin tuna sebesar USD 0,1 juta, tuna lainnya sebesar 0,07 juta, dan skipjack sebesar USD 0,02 juta.



**Tabel 2.4 Ekspor Ikan Segar dan Dingin Indonesia ke Dunia**

Product Code	Product Description	Nilai Ekspor (USD Juta)					Growth(%)	Trend(%)	Share(%)
		2015	2016	2017	2018	2019	19/18	15-19	2019
<b>0302</b>	<b>Fish, fresh or chilled, excluding f</b>	<b>171.82</b>	<b>129.36</b>	<b>109.60</b>	<b>104.85</b>	<b>125.02</b>	<b>19.24</b>	<b>(8.11)</b>	<b>100.00</b>
030289	-- Other	66.50	82.67	69.95	71.47	107.41	50.29	8.47	85.91
030232	-- Yellowfin tunas ( <i>Thunnus albacar</i> )	7.97	6.33	3.76	9.86	9.06	(8.13)	7.25	7.25
030234	-- Bigeye tunas ( <i>Thunnus obesus</i> )	6.93	9.56	12.90	3.95	4.76	20.50	(15.06)	3.81
030282	-- Rays and skates ( <i>Rajidae</i> )	1.10	0.88	1.30	1.51	2.36	56.54	23.03	1.89
030219	-- Other	60.09	0.83	10.48	13.56	0.43	(96.83)	(50.79)	0.34
030242	-- Anchovies ( <i>Engraulis spp.</i> )	3.22	1.13	0.52	0.10	0.32	211.68	(50.50)	0.25
030247	-- Swordfish ( <i>Xiphias gladius</i> )	0.00	0.05	0.14	0.26	0.20	(20.88)	257.34	0.16
030229	-- Other	-	0.05	0.12	0.11	0.15	39.34	-	0.12
030236	-- Southern bluefin tunas ( <i>Thunnus</i> )	0.00	-	-	0.00	0.10	4,799.02	-	0.08
030239	-- Other	24.29	26.67	10.12	3.81	0.07	(98.15)	(74.42)	0.06
030273	-- Carp ( <i>Cyprinus carpio</i> , <i>Carassius</i> )	0.00	-	0.02	0.03	0.04	30.39	-	0.03
030221	-- Halibut ( <i>Reinhardtius hippogloss</i> )	-	0.00	0.01	0.08	0.03	(55.52)	-	0.03
030274	-- Eels ( <i>Anguilla spp.</i> )	0.01	0.08	0.14	0.00	0.03	29,261.70	(41.64)	0.02
030284	-- Seabass ( <i>Dicentrarchus spp.</i> )	-	-	-	-	0.02	-	-	0.01
030285	-- Seabream ( <i>Sparidae</i> )	0.00	-	-	-	0.01	-	-	0.01
030271	-- Tilapias ( <i>Oreochromis spp.</i> )	-	-	0.00	-	0.00	-	-	0.00
030272	-- Catfish ( <i>Pangasius spp.</i> , <i>Silurus</i> )	0.05	0.20	0.02	0.00	0.00	203.58	(66.56)	0.00
030233	-- Skipjack or stripe-bellied bonit	0.00	0.40	0.00	0.01	0.00	(60.89)	(33.18)	0.00
030281	-- Dogfish and other sharks	0.04	0.01	0.01	0.03	0.00	(91.13)	(35.96)	0.00
030243	-- Sardines ( <i>Sardina pilchardus</i> , Sa	0.00	0.00	0.00	0.02	0.00	(90.85)	12.21	0.00
	<b>Others</b>	<b>1.62</b>	<b>0.50</b>	<b>0.09</b>	<b>0.05</b>	<b>0.02</b>	<b>(69.82)</b>	<b>(68.08)</b>	<b>0.01</b>

Sumber: WITS (2020)

## 2.3 SALURAN DISTRIBUSI

Secara tradisional, sistem distribusi makanan laut Jepang memiliki jaringan berlapis ganda yang kompleks antara pedagang grosir di *landing site*, pedagang grosir, dan pengecer pasar ikan sebelum mencapai konsumen<sup>5</sup>. Sistem ini dikembangkan karena banyaknya variasi ikan yang ditangkap oleh nelayan Jepang, dan permintaan pelanggan akan ikan segar. Namun, sistem tersebut telah dikritik oleh banyak pemain asing dan domestik karena tidak efisien secara ekonomi.

### Grosir di *landing site*

Dari 2.909 pelabuhan di Jepang, pada 2013, 822 pelabuhan memiliki pasar pendaratan sendiri (MAFF, 2014). Setelah nelayan mendaratkan hasil tangkapannya di tempat pendaratan, ikan disortir untuk diproses, diberi makan atau dijual sebagai produk segar tergantung pada ukuran dan kualitasnya. Harga dinegosiasikan oleh perantara, yang bertindak sebagai agen komisi untuk nelayan, di lokasi tersebut.

### **Pasar grosir sentral**

Ada pasar grosir sentral yang didirikan oleh pemerintah lokal Jepang di hampir setiap kota besar di Jepang. Besar kecilnya fasilitas pasar bervariasi, namun berfungsi sebagai titik awal pendistribusian di wilayah konsumsi masing-masing dan menangani ikan domestik maupun

<sup>5</sup> <http://www.fao.org/3/a-bc012e.pdf>

impor. Jumlah pasar grosir sentral serta volume perdagangan terus menurun, sebuah tren yang diperkirakan akan terus berlanjut.

### **Pasar Grosir Pusat Metropolitan Tokyo**

Di seluruh industri perikanan dunia, Pasar Grosir Pusat Metropolitan Tokyo, yang dinamakan Tsukiji, terkenal dengan lelang tuna paginya dan kios-kios grosir kecilnya yang menjual segala jenis makanan laut. Ini adalah pasar makanan laut terbesar di dunia dan menjadi tuan rumah lelang tuna Tahun Baru di mana harga satu tuna bisa melebihi USD 1,7 juta. Pasar ini buka setiap hari pada pukul 3:00 pagi dengan berbagai jenis makanan laut yang berasal dari berbagai lokasi pendaratan di Jepang dan dari luar negeri. Pasar ini menangani lebih dari 400 spesies berbeda dan lebih dari setengah juta ton makanan laut setiap tahun.

Di Tsukiji ada tujuh perusahaan berlisensi yang mengoperasikan rumah lelang mereka sendiri, di mana pedagang grosir perantara dan pembeli datang untuk membeli makanan laut. Pedagang grosir perantara memiliki izin dari pemerintah daerah untuk menjual kembali makanan laut dari kios mereka di Tsukiji. Diperkirakan ada sekitar 36.000 pembeli datang setiap hari untuk membeli ikan dari pedagang grosir perantara; pembeli ini termasuk grosir sekunder, koki, dan penjual ikan eceran. Pembeli lain pada umumnya adalah agen supermarket, restoran dan institusi besar lainnya (Bestor, 2004).

Perdagangan di pasar grosir lain, serta di Tsukiji, telah menurun dan berbagai upaya telah dilakukan di pasar grosir di daerah konsumsi untuk memperkuat daya saing melalui konsolidasi dan meningkatkan efisiensi transaksi (JFA, 2014).

### **Saluran ritel**

Konsumen Jepang terutama membeli produk makanan laut di supermarket (MAFF, 2013a). Dua pengecer supermarket nasional besar adalah AEON dan Ito Yokado. Persaingan harga yang kuat, inovasi dan perluasan kedua rantai ini selama dekade terakhir, telah memungkinkan pasar untuk memberikan harga yang lebih rendah.

Toko serba ada, seperti Seven-Eleven, Lawson dan Family Mart, adalah jenis pengecer makanan yang juga berkembang paling pesat di Jepang. Pada tahun 2013 terdapat hampir 4.500 toko yang baru dibuka. Perluasan ini, menurut surat kabar NIKKEI (2014), berlanjut pada tahun 2014. Toserba di Jepang menawarkan sejumlah layanan seperti jasa memanggang, pos dan fotokopi. Industri makanan laut Jepang berupaya lebih keras untuk mengembangkan produk makanan laut siap saji, hal ini menunjukkan bahwa di masa mendatang, toko serba ada akan memainkan peran penting dalam distribusi makanan laut.

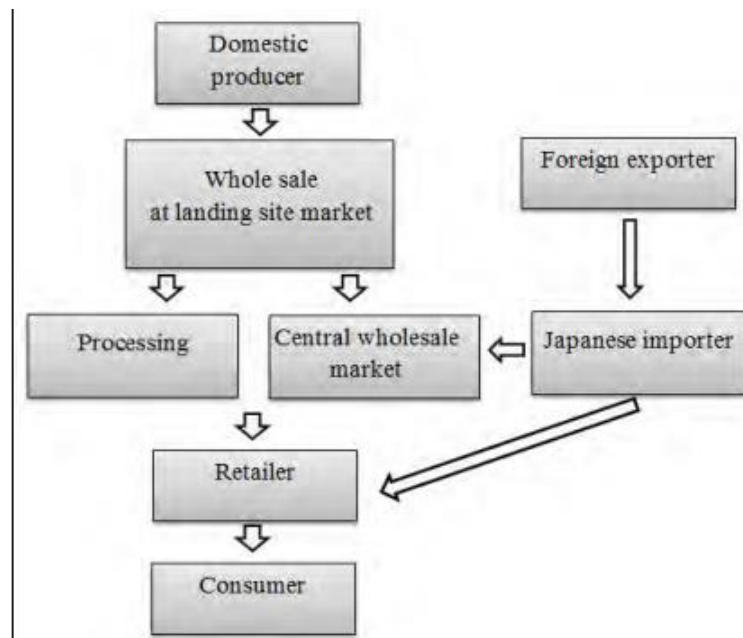
### **Trading House ("sougou shousha")<sup>6</sup>**

---

<sup>6</sup> O2 REPORT: OPPORTUNITIES FOR SUSTAINABLE FISHERIES IN JAPAN JANUARY 2016

Trading house berurusan dengan produk luar negeri dan saluran di luar pasar Tsukiji yang sedang berkembang, seperti penjualan langsung ke ritel. *Trading House* "Tiga Besar" (Maruha Nichiro, Nippon Suisan, dan Kyokuyo) termasuk di antara perusahaan makanan laut terbesar di dunia. Maruha Nichiro aktif di hampir semua aspek produksi, pengolahan, distribusi, dan pemasaran perikanan. Secara keseluruhan, mereka mewakili perusahaan makanan laut terbesar di dunia. Nippon Suisan (Nissui) mempekerjakan hampir 40.000 orang. Raksasa ini dikenal sebagai "keiretsu" di Jepang: kelompok perusahaan tradisional yang terintegrasi secara vertikal dan saling terkait kepemilikan saham, pertukaran personel, dan strategi fiskal dan/atau pemasaran yang terkoordinasi. Semua berinvestasi besar-besaran dalam bisnis luar negeri termasuk nelayan dan pengolah di Amerika Utara (misalnya, Gortons / Nissui dan Peter Pan / Maruha), Cina, dan di tempat lain.

**Gambar 2.4 Saluran Distribusi Makanan Laut Jepang**



Sources: JFA and Yagi (2011).

## 2.4 PERSEPSI TERHADAP PRODUK INDONESIA

Indonesia dikenal sebagai negara penghasil tuna terbesar di dunia dengan kontribusi sebesar 17 persen atau 1,12 juta metrik ton (MT) terhadap total produksi tuna global pada tahun 2016 (FAO, 2018)<sup>7</sup>. Sebagian besar dari volume tersebut ditangkap oleh pancing ulur tradisional. Hal itu menjadikan Indonesia pemimpin global dalam penangkapan tuna *one by one*. Untuk

<sup>7</sup> <https://seafood-tip.com/sourcing-intelligence/countries/indonesia/tuna/>

menunjukkan kesesuaian dengan standar internasional, industri penangkapan tuna secara aktif terlibat dalam Rencana Peningkatan Perikanan dan mempersiapkan sertifikasi MSC<sup>8</sup>.

Indonesia juga dikenal cukup berhasil dalam mengendalikan illegal fishing dimana sejak tahun 2014 telah meluncurkan serangkaian kebijakan seperti dengan memberlakukan Sertifikat Hasil Tangkapan Ikan (SHTI), tindakan tegas dengan menyita dan menenggelamkan kapal penangkap ikan asing ilegal hingga melarang praktik merusak seperti penggunaan jaring pukat - untuk mendorong reformasi di sektor perikanan tangkap Indonesia. Selain itu, Indonesia memiliki program Rencana Pengelolaan Perikanan Tuna, Cakalang dan Tongkol yang juga menjadi komitmen dan konsistensi untuk mendukung konservasi dan pengelolaan sumber daya ikan tuna. Rencana Pengelolaan Tuna Nasional tersebut ditetapkan untuk menerapkan aturan dan standar yang diadopsi oleh *Regional Fisheries Management Organisations* (RFMOs). Hal tersebut merupakan jaminan Pemerintah Indonesia kepada negara pengimpor bahwa produk perikanan asal Indonesia tidak terkait atau bebas dari kegiatan IUU Fishing dan terjaga kelestariannya.

---

<sup>8</sup> <https://indonesiantuna.com/>

## BAB III PERSYARATAN PRODUK

### 3.1 KETENTUAN PRODUK

Berdasarkan laporan JETRO (2011), mengimpor makanan laut dan olahannya terutama diatur oleh undang-undang berikut: 1) *the Foreign Exchange and Foreign Trade Act*, 2) *the Food Sanitation Act*, and 3) *the Customs Act*.

- ***Foreign Exchange and Foreign Trade Act***

Mengimpor *seafood* ke Jepang tunduk pada pembatasan, seperti yang dijelaskan berikut ini: Kuota impor, Persetujuan impor, Pengakuan impor

**a) Kuota Impor**

importir produk yang terkena kuota impor harus mendapatkan kuota impor dan persetujuan impor dari Menteri Perdagangan. Produk yang terkena kuota impor antara lain: Herring (nishin), cod (tara), yellowtail, mackerel, sarden, mackerel kuda, yellowtail, kerang, mata kerang, cumi, dll. (Hidup, segar, dingin, beku, fillet, atau kering)

**b) Persetujuan Impor**

Importir makanan laut dan olahan yang terkena persetujuan impor harus mendapatkan persetujuan dari Menteri Perdagangan. Produk yang harus mendapat persetujuan impor antara lain Bluefin tuna (yang dibudidayakan di Samusera Atlantik atau Laut Mediterania, segar dan didinginkan); Southern bluefin tuna (segar dan didinginkan, kecuali yang berasal dari Australia, New Zealand, Philippines, South Korea, dan Taiwan); Bigeye tunas and prepared bigeye tunas (dari Bolivia/Georgia) dan ikan, krustasea, dll, invertebrate dan prepared food dari makhluk tersebut dan produk *animal-based* yang menggunakan ikan, krustasea, dan moluska.

**c) Pengakuan Impor Sebelum *Customs Clearance***

Importir makanan laut dan olahan yang terkena pengakuan impor harus mendapatkan catatan pengakuan dari Menteri Perdagangan. Produk yang harus mendapat pengakuan impor antara lain Bluefin beku, southern bluefin, dan bigeye tuna, swordfish; Tuna (kecuali albacore, bluefin, southern bluefin, dan bigeye tuna) dan marlin (kecuali swordfish) yang diimpor dengan kapal (segar/ dingin/ beku)

**d) Pengakuan Impor Saat *Customs Clearance***

Makanan laut dan olahannya yang harus mendapat pengakuan impor saat *customs clearance* Bluefin tuna (segar/dingin); Southern bluefin tuna

(segar/dingin); Swordfish (segar/dingin). Untuk mengimpor produk tersebut dokumen yang disyaratkan harus diserahkan adalah *certificate of statistics*, *fishing certificate*, dan *certificate of re-export* untuk mendapat pengakuan dari Bea Cukai.

- **Food Sanitation Act**

Berdasarkan JETRO (2011), sesuai dengan Pemberitahuan No. 370 dari Kementerian Kesehatan, Tenaga Kerja dan Kesejahteraan, "*Standards and Criteria for Food and Additives*" yang dikeluarkan berdasarkan *Food Sanitation Act*, dan standar untuk residu pestisida, dll. (Termasuk aditif pakan dan obat-obatan untuk hewan) yang termasuk di dalamnya, makanan laut dan olahannya tunduk pada sanitasi makanan, yang dilakukan untuk menilai jenis dan rincian bahan mentah, dan untuk menguji jenis dan isi aditif, residu pestisida, mikotoksin, dan sebagainya. Larangan impor dapat dikenakan pada makanan jika terjadi aditif, pestisida, atau konten lain yang dilarang di Jepang, ketika kadar mereka melebihi batas yang disetujui, atau ketika keberadaan mikotoksin, dll. Lebih dari tingkat yang diperbolehkan. Dengan demikian, makanan laut dan olahannya harus diperiksa di lokasi produksi sebelum diimpor. Jika level melebihi batas standar Jepang, panduan harus diberikan.

- **Customs Act**

Di bawah *Customs Act*, pengimporan kargo dengan label yang memalsukan asal konten, dll. dilarang.

### **Peraturan dan Persyaratan Prosedural pada Saat Penjualan**

Tidak ada undang-undang khusus yang berlaku untuk penjualan makanan laut dan produk olahan. Peraturan yang relevan dengan penjualan dirangkum di bawah ini (JETRO, 2011).

- **Food Sanitation Act**

Berdasarkan *Food Sanitation Act*, penjualan produk yang mengandung zat berbahaya atau beracun atau yang memiliki kebersihan yang buruk dilarang. Penjualan makanan laut dan olahannya dalam kemasan dan kemasan tunduk pada pelabelan wajib berdasarkan Undang-undang Sanitasi Pangan, dan ketentuan tentang pelabelan keamanan seperti indikasi aditif makanan, informasi alergi, bahan baku dan sumber, dan modifikasi genetik, dll. berlaku.

- **Product Liability Act**

Produk perikanan (yang meliputi berbagai macam produk kecuali yang belum diolah) tunduk pada **Product Liability Act**, dan perhatian harus diambil sehubungan dengan manajemen keselamatan dari isi, wadah, dan kemasan yang relevan dalam kaitannya dengan masalah-masalah seperti keracunan makanan.

*Product Liability Act* mengatur tanggung jawab produsen, dll. Terhadap kerusakan produk kepada konsumen terkait dengan cacat produk, dan importir termasuk dalam kategori produsen, dll. Ini didasarkan pada kebijakan untuk membuat importir bertanggung jawab atas kerusakan karena konsumen yang menjadi korban akan kesulitan untuk meminta pabrikan di luar negeri bertanggung jawab atas kerusakan. Klaim untuk kompensasi terhadap pabrikan luar negeri dianggap sebagai masalah bagi importir untuk dibuat, terlepas dari *Product Liability Act*.

- ***Act on Specified Commercial Transactions***

*Act on Specified Commercial Transactions* menetapkan perlindungan kepentingan pembeli dalam transaksi komersial langsung yang dilakukan dengan konsumen. Penjualan makanan laut dan olahannya melalui *mail-order*, pemasaran langsung, telemarketing, dll. tunduk pada ketentuan *Act on Specified Commercial Transactions*.

- ***Act on the Promotion of Sorted Garbage Collection and Recycling of Containers and Packaging***

Berdasarkan *Act on the Promotion of Sorted Garbage Collection and Recycling of Containers and Packaging*, importir, dll. yang menjual konten menggunakan kontainer dan kemasan yang dikendalikan oleh Undang-Undang tersebut harus bertanggung jawab untuk mendaur ulang (namun, perusahaan skala kecil di bawah ukuran tertentu dikeluarkan dari perusahaan yang tunduk pada Undang-undang).

## **Prosedur untuk Otorisasi Impor dan Penjualan**

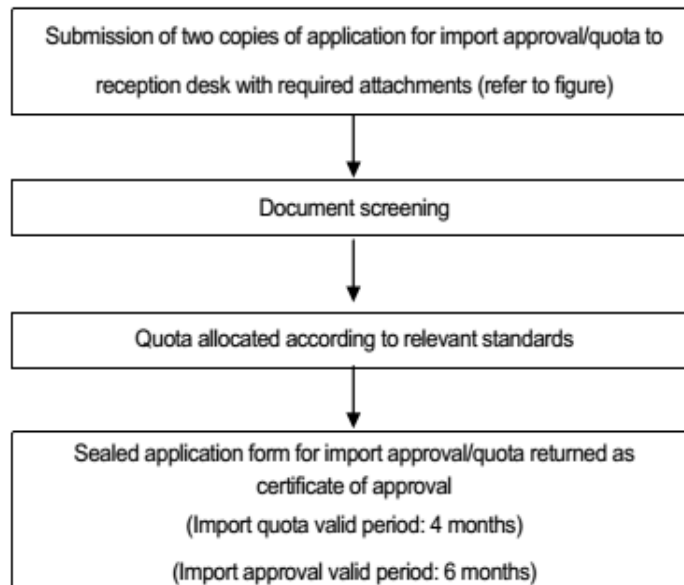
- ***Import Control***

- a) Kuota Impor

Informasi yang diperlukan tentang kuota impor dipublikasikan dalam lembaran dan situs web Kementerian Ekonomi, Perdagangan, dan Industri, termasuk kualifikasi untuk aplikasi, jumlah yang dialokasikan, tanggal untuk aplikasi, tempat asal yang berlaku (impor tidak diperbolehkan dari negara-negara yang tidak ada dalam daftar), berdasarkan aplikasi mana yang harus dibuat.

Prosedur aplikasi kuota impor seperti ditunjukkan dalam bagan alur pada berikut; permohonan kuota impor harus diserahkan terlebih dahulu kepada Menteri Perdagangan (melalui Kantor Hasil Pertanian dan Kelautan, Departemen Kontrol Perdagangan, Biro Kerjasama Perdagangan dan Ekonomi). Setelah menerima formulir permohonan resmi yang dikembalikan, prosedur impor akan dimulai.

**Gambar 3.1 Prosedur Kuota Impor**



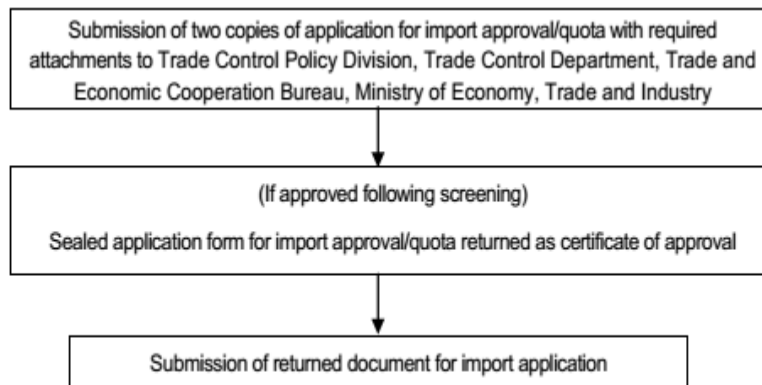
Source: Ministry of Economy, Trade and Industry

Sumber: JETRO (2011)

b) Persetujuan Impor

Prosedur persetujuan impor dapat dilihat pada gambar dibawah ini; aplikasi persetujuan impor harus diserahkan pada Menteri Perdagangan (melalui Departemen Kontrol Perdagangan, Biro Perdagangan dan Kerjasama Ekonomi). Setelah menerima formulir permohonan resmi yang dikembalikan, prosedur impor akan dimulai.

**Gambar 3.2 Prosedur Persetujuan Impor**



Source: Ministry of Economy, Trade and Industry

Sumber: JETRO (2011)



### c) Pengakuan Impor

Untuk mengimpor tuna dengan kapal (tidak termasuk albacore, southern bluefin, bluefin, dan bigeye tuna), dokumen yang diperlukan harus diserahkan untuk meminta pengakuan. Setelah menerima pemberitahuan pengakuan yang dikeluarkan oleh Menteri Perdagangan, prosedur impor akan dimulai.

Untuk mengimpor tuna sirip biru segar atau dingin, tuna sirip biru selatan, dan ikan kecuali yang disebutkan di atas, sertifikat harus diserahkan kepada bea cukai untuk mendapatkan pengakuan impor.

- ***Food Sanitation Inspection***

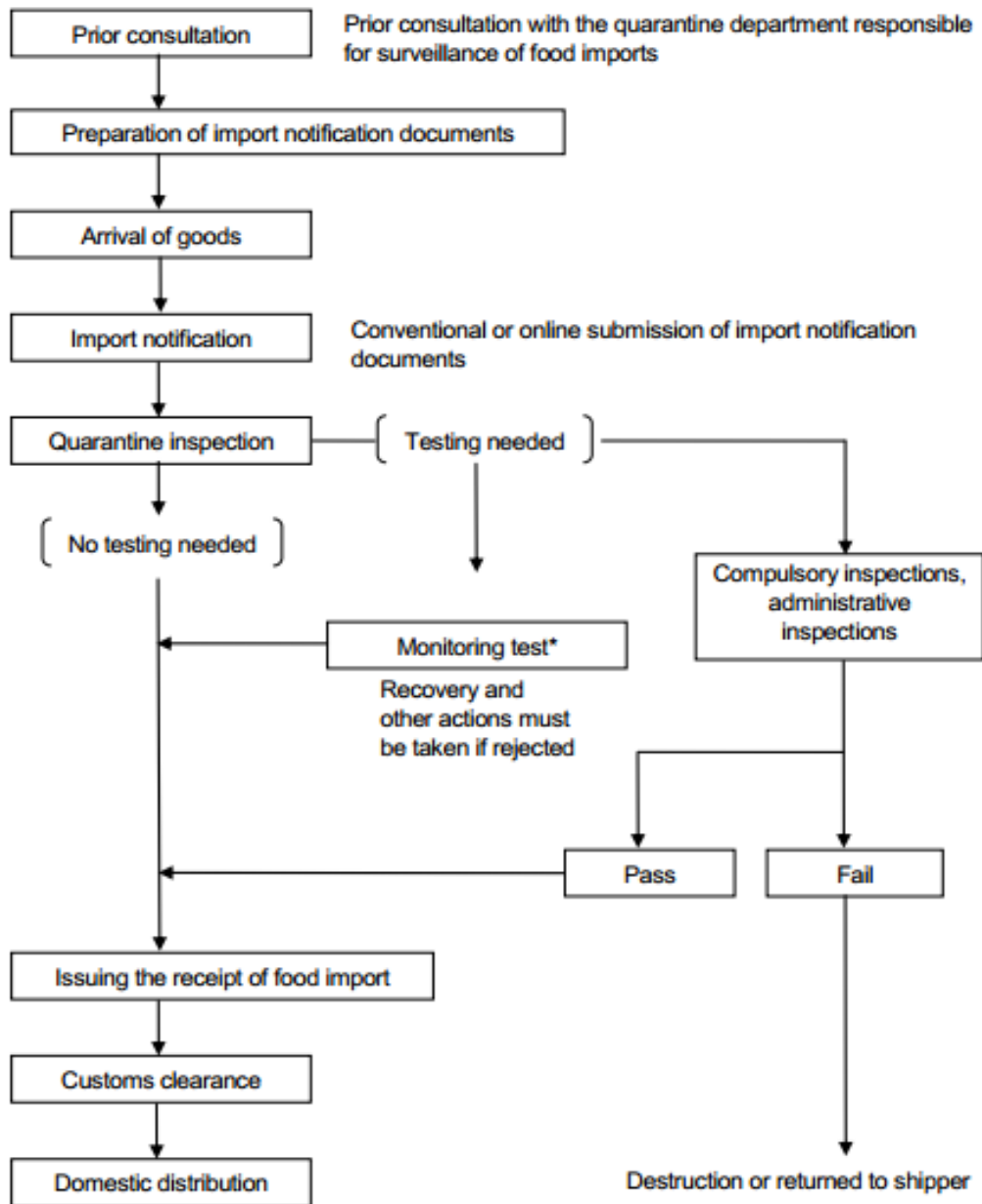
Berdasarkan *Food Sanitation Act*, dokumen yang diperlukan harus diajukan ketika mengajukan permohonan untuk pemeriksaan dengan departemen pemantauan makanan impor dari Stasiun Karantina, Departemen Kesehatan, Tenaga Kerja dan Kesejahteraan. Inspeksi dilakukan jika telah diputuskan perlu untuk memeriksa standar dan kriteria atau masalah keamanan pada tahap peninjauan awal. Jika, sebagai hasil dari tinjauan dan pemeriksaan awal, tidak ada masalah yang terdeteksi di bawah Undang-Undang, sertifikat pendaftaran dikembalikan, dan harus diserahkan oleh pemohon, bersama dengan dokumen pabean, setelah mengajukan permohonan untuk impor dengan Bea Cukai.

- **Bea Cukai**

Berdasarkan *Customs Business Act*, deklarasi impor harus dibuat oleh importir sendiri atau ditugaskan kepada mereka yang memenuhi syarat sebagai spesialis pabean terdaftar (termasuk pabean pabean).

Untuk menerima masuknya kargo ke Jepang dari negara asing, deklarasi impor harus dilakukan ke kantor Bea Cukai yang kompeten untuk area berikat tempat kargo disimpan. Kargo yang memerlukan pemeriksaan pabean menjalani inspeksi yang diperlukan, dan setelah pembayaran bea cukai, pajak konsumsi nasional dan lokal, izin impor dapat diberikan.

### **Gambar 3.3 Prosedur Impor Makanan Laut Di Jepang**



Source: Ministry of Health, Labour and Welfare

\* Import food inspection following notification, conducted by MHLW Quarantine Stations according to the annual plan.

Sumber: JETRO (2011)

**Gambar 3.4 Dokumen Yang Disyaratkan Untuk Import Clearance**

Submitted to	Required documents	Seafood	Processed products
<Import quota>*1 Agricultural and Marine Products Office, Trade Control Policy Division, Trade Control Department, Trade and Economic Cooperation Bureau, Ministry of Economy, Trade and Industry	Application form for import approval/quota	△	—
<Import approval>*2 Agricultural and Marine Products Office, Trade Control Policy Division, Trade Control Department, Trade and Economic Cooperation Bureau, Ministry of Economy, Trade and Industry Far Seas Fisheries Division, Resources Management Department, Fisheries Agency	Application form for import approval/quota	△	—
	Import agreement	△	—
	Acknowledgement by Fisheries Agency	△	—
<Import acknowledgement (before customs clearance)>*3 Agricultural and Marine Products Office, Trade Control Policy Division, Trade Control Department, Trade and Economic Cooperation Bureau, Ministry of Economy, Trade and Industry	Application form for acknowledgement	△	—
<Import acknowledgement (upon application for customs clearance)>*4 Agricultural and Marine Products Office, Trade Control Policy Division, Trade Control Department, Trade and Economic Cooperation Bureau, Ministry of Economy, Trade and Industry	Bluefin tunas statistics certificate*5	△	—
	Southern bluefin tunas statistics certificate*5	△	—
Imported food monitoring departments of Quarantine Stations, Ministry of Health, Labour and Welfare (Food sanitation inspection under the Food Sanitation Act)	Notification form for importation of foods	—	○
	Material/ingredient table	—	○
	Production flow chart	—	○
	Table of analysis results issued by the designated inspection institute (if there is a past record of import)	—	○
Local customs offices (Customs clearance under the Customs Act)	Declaration of import	○	○
	Invoice	○	○
	Packing list	○	○
	Bill of lading (B/L) or airway bill	○	○

Source: Ministry of Economy, Trade and Industry, Ministry of Health, Labour and Welfare, Ministry of Finance

\*1: For importing non-liberalized items.

\*2: For importing the following items: (1) salmon, trout, and prepared food; (2) fish, crustaceans, mollusks, and seaweed; (3) food products whose country of origin or registry is identified to be specified countries/regions such as Iraq, Belize, Honduras, and Equatorial Guinea; (4) plants, animals, and processed food, listed in Appendices II and III, Convention on International Trade in Endangered Species of Wild Fauna and Flora (CITES)

\*3: For importing tuna, marlin, etc.

\*4: For importing fresh or chilled bluefin tuna or southern bluefin tuna

\*5: The document includes comprehensive information on any transaction such as records of trading bluefin or southern bluefin tuna, which in principle requires acknowledgement by the authority of the flag state of the fishing boat that caught the tuna or industrial organization in fisheries of the country.

Sumber: JETRO (2011)

### Peraturan Labeling Dibawah Regulasi

Pelabelan produk perikanan harus dibuat dalam bahasa Jepang dan harus sesuai dengan hukum dan peraturan berikut: 1) Act for Standardization and Proper Labeling of Agricultural and Forestry Products, 2) Food Sanitation Act, 3) Measurement Act, 4) Health Promotion Act, 5) Act on the Promotion of Effective Utilization of Resources, 6) Act against Unjustifiable Premiums and Misleading Representations, and 7) intellectual asset-related laws (e.g., Unfair Competition Prevention Act, Trademark Act).

Saat mengimpor dan menjual produk perikanan segar, importir harus memberikan informasi berikut pada label sesuai dengan standar label untuk makanan segar yang tercantum dalam Act for Standardization and Proper Labeling of Agricultural and Forestry Products, yaitu: 1) nama produk, 2) negara asal, 3) konten, dan 4) nama dan alamat importir.

Ketika mengimpor dan menjual produk olahan perikanan, importir harus memberikan informasi berikut pada label sesuai dengan standar pelabelan untuk makanan olahan yang tercantum dalam Act for Standardization and Proper Labeling of Agricultural and Forestry Products, dan persyaratan serupa untuk makanan olahan yang dikemas dalam wadah yang diatur dalam the Food Sanitation Act, yaitu: 1) nama produk, 2) bahan, 3) konten, 4) tanggal kadaluwarsa, 5) metode penyimpanan, 6) negara asal, dan 7) nama dan alamat importir

- Nama Produk

Nama produk harus dicantumkan sesuai dengan Act for Standardization dan Proper Labeling of Agricultural and Forestry Products and Food Sanitation Act.

- Bahan atau Kandungan Produk

Bahan atau kandungan produk harus tercantum dalam urutan menurun dari konten tertinggi hingga terendah pada label sesuai dengan Act for Standardization and Proper Labeling of Agricultural dan Forestry Products and Food Sanitation Act.

- Zat Aditif

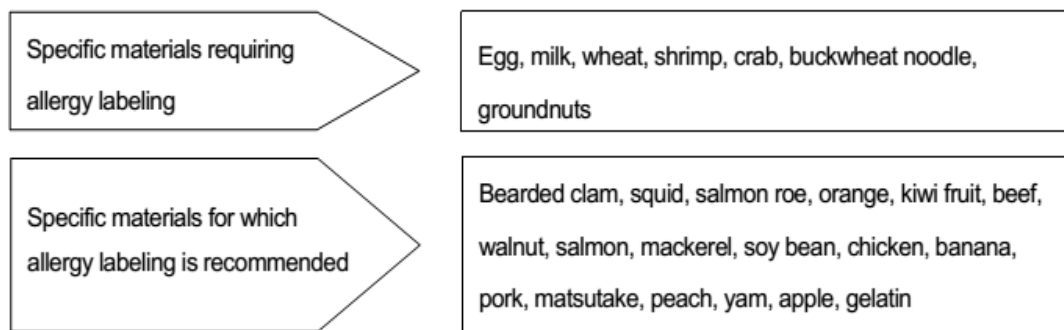
Nama zat aditif yang digunakan harus tercantum dalam urutan menurun dari konten tertinggi hingga terendah pada label dengan Food Sanitation Act. Nama substansi dan penggunaan delapan aditif berikut harus diindikasikan pada label: pemanis, antioksidan, pewarna buatan, pembentuk warna, pengawet, pemutih, pengental/stabilisator/gelator/agen pengatur, dan antijamur/antimold. Untuk detail tentang standar penggunaan dan penyimpanan zat aditif, Notification No. 370 of the Ministry of Health, Labour and Welfare "Standards and Criteria for Food and Additives" mengatur batas maksimum yang diizinkan dari zat aditif yang disetujui untuk setiap makanan.

Kode dan standar sesuai dengan the Food Sanitation Act (MHLWNotification No. 370) juga mensyaratkan konsentrasi natrium nitrit terutama pada roe salmon dan roe salmon asin (dan cod cod asin) harus di bawah 0,005 g / kg.

- Alergi

Untuk mencegah bahaya kesehatan pada konsumen dengan alergi tertentu, bahan spesifik seperti pada gambar berikut disyaratkan untuk ditunjukkan pada label sesuai dengan Food Sanitation Act.

**Gambar 3.5 Ketentuan Label Terkait Alergi**



Source: Ministry of Health, Labour and Welfare

Sumber: JETRO (2011)

Pelabelan bahan adalah wajib untuk produk yang mengandung udang atau kepiting dan direkomendasikan untuk produk yang mengandung salmon roe.

Jika mereka termasuk dalam daftar bahan utama, tidak ada tindakan tambahan yang harus diambil. Jika mereka termasuk dalam daftar bahan utama, tidak ada tindakan tambahan yang harus diambil. Jika nama bahan pada label tidak dapat mengidentifikasi bahan tertentu, pelabelan diperlukan atau disarankan.

- Berat Konten

Ketika mengimpor dan menjual produk perikanan dan olahannya, importir harus menimbang produk sesuai dengan Measurement Act dan menunjukkan berat dalam gram pada label. Produk harus ditimbang sehingga perbedaan antara berat produk yang sebenarnya dan angka yang ditunjukkan pada label berada dalam kisaran yang ditentukan.

- Tanggal Kadaluwarsa

Tanggal kadaluwarsa produk ketika disimpan sesuai dengan metode pengawetan yang diberikan dalam keadaan belum dibuka harus diindikasikan pada label sesuai dengan Act for Standardization and Proper Labeling of Agricultural and Forestry Products dan Food Sanitation Act. Label tanggal kadaluwarsa terdiri dari tanggal kadaluwarsa dan tanggal "best by". Yang pertama berlaku untuk makanan yang kualitasnya memburuk dengan cepat dalam waktu lima hari termasuk tanggal pembuatan, sedangkan yang kedua berlaku untuk makanan yang kualitasnya tidak memburuk dengan mudah.

- Metode Pengawetan

Metode pengawetan untuk mempertahankan rasa dalam keadaan yang belum dibuka sampai tanggal "best by" harus ditunjukkan pada label sesuai dengan Act for Standardization and Proper Labeling of Agricultural and Forestry Products dan Food Sanitation Act. Makanan yang membutuhkan pelabelan tanggal kadaluwarsa harus diberi tanda "Preserve under 10°C" sementara yang membutuhkan pelabelan tanggal "best by" harus ditandai "Keep out of direct sunlight at room temperature," dll. Namun, metode pengawetan dapat dihilangkan dari label untuk makanan yang dapat disimpan pada suhu kamar.

- Negara Asal

Standar pelabelan kualitas untuk makanan olahan, yang ditentukan oleh Act for Standardization and Proper Labeling of Agricultural and Forestry Products, mensyaratkan negara asal untuk ditampilkan pada label makanan impor. Undang-undang ini juga mewajibkan negara asal untuk diberi label untuk produk perikanan dan olahannya yang tercantum dalam berikut. Informasi tersebut harus diberi label baik dengan menyatakan dalam tanda kurung pada daftar bahan atau dengan menyatakan nama negara asal di kolom tertentu dari label.

**Gambar 3.6 Ketentuan Label Terkait Negara Asal**

Labeling standards	Processed products subject to labeling standards	Examples
Quality labeling standards for processed foods	Salted fish, seaweed	Salted herring roe, salted wakame seaweed
	Prepared fish, seaweed (excluding those cooked or prepared and frozen products)	Tuna in soy sauce, mozuku seaweed in vinegar
	Boiled or steamed fish, seaweed	Boiled octopus
	Fish the external surface of which is roasted	Lightly roasted bonito
	Mixture of fresh agricultural, livestock, and fishery products	<i>Nabe</i> set (set of fishery products and vegetables for <i>nabe</i> )

Source: Ministry of Agriculture, Forestry and Fisheries

Sumber: JETRO (2011)

- **Kualitas**

Act for Standardization and Proper Labeling of Agricultural and Forestry Products membutuhkan pelabelan dalam kasus-kasus berikut.

- "Defrosted" untuk produk beku yang telah dicairkan.
- "Farmed" untuk seafood hasil budidaya.

- **Importir**

Nama dan alamat importir harus ditunjukkan pada label sesuai dengan Act for Standardization and Proper Labeling of Agricultural and Forestry Products dan The Food Sanitation Act. Untuk produk yang diproses di Jepang menggunakan bahan impor, nama dan alamat produsen atau dealer harus ditunjukkan pada label.

- **Fakta Nutrisi**

Komponen nutrisi dan penghitungan kalori harus ditunjukkan pada label makanan laut dan produk olahannya sesuai dengan standar pelabelan nutrisi yang ditentukan oleh Menteri Kesehatan. Informasi yang diperlukan mencakup komponen nutrisi, komponen struktur (misalnya, asam amino dalam protein), dan jenis komponen (misalnya, asam lemak dalam lemak).

Komponen harus ditunjukkan dalam urutan dan unit berikut:

- a) Kalori (kkal atau kilokalori)
- b) Protein (g atau gram)
- c) Lemak (g atau gram)
- d) Karbohidrat (g atau gram)
- e) Natrium
- f) Komponen nutrisi lainnya untuk diindikasikan pada label

- **Wadah dan pengemasan**

Produk impor yang memenuhi persyaratan berikut harus diberi label untuk identifikasi oleh hukum.

- Ketika instruksi administratif telah diberikan pada bahan dan struktur wadah dan kemasan dan penggunaan merek dagang untuk produk yang diimpor.

- Saat wadah dan kemasan produk impor dicetak, diberi label, atau diukir dengan bahasa Jepang.

**Gambar 3.7 Label Terkait Wadah dan Kemasan**



Sumber: JETRO (2011)

- Keterangan

Deskripsi produk dengan ekspresi palsu atau menyesatkan dilarang oleh Health Promotion Act, Act against Unjustifiable Premiums and Misleading Representations, dan regulasi terkait intellectual property (contoh Unfair Competition Prevention Act, Trademark Act), dan berlaku untuk semua produk termasuk produk makanan.

### **Peraturan Labeling Dibawah Industry Voluntary Restraint**

National Karashi Mentaiko Fair Trade Conference memberikan label Fair Trade Mark untuk produk anggota yang telah disertifikasi untuk persyaratan kemasan dan label yang sesuai dengan Kode Persaingan Sehat untuk Label Makanan Karashi Mentaiko.

**Gambar 3.8 Label Makanan Karashi Mentaiko**



Fair Competition Code for Karashi Mentaiko Food Labeling

<http://www.jfftc.org/cgi-bin/data/bunsyo/A-8.pdf>

Contact

National Karashi Mentaiko Fair Trade Conference

TEL: +81-92-403-0191 <http://www.mentaiko-ffc.org/index.html>

Sumber: JETRO (2011)

### **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

Tabel 3.1 menyajikan harga ikan tuna jenis Bluefin, albacore, bigeye, dan yellowfin segar dan beku. Untuk segmen ikan segar, ikan Bluefin tuna memiliki harga tertinggi dibandingkan dengan ikan tuna jenis lainnya. Pada bulan Mei 2020, harga Bluefin tuna segar dapat mencapai JPY 1.586/kg. Tuna albacore memiliki harga yang paling rendah, yaitu sebesar

JPY 355/kg pada bulan yang sama. Sementara itu, harga bigeye tuna dan yellowfin tuna masing-masing sebesar JPY 745/kg dan JPY 762/kg.

Selama tahun 2020, harga ikan segar mengalami penurunan. Permintaan ikan segar, terutama Bluefin tuna, telah merosot karena pandemi. Harga tuna turun 8,4% pada Juli 2020 dibandingkan dengan tahun sebelumnya, jauh lebih curam dari penurunan tahunan 1,5% pada harga ikan segar secara keseluruhan.<sup>9</sup>

**Tabel 3.1 Harga Landing Price Tuna (Fishing Ports Utama Jepang)**

Year/Month	Bluefin Tuna *		Albacore		Bigeye Tuna		Yellowfin Tuna	
	(Fresh)	(Frozen)	(Fresh)	(Frozen)	(Fresh)	(Frozen)	(Fresh)	(Frozen)
2019.5	1,692	1,970	419	407	917	917	731	490
6	1,353	1,562	417	433	842	970	706	458
7	1,439	1,639	506	490	745	957	716	422
8	1,895	1,655	613	424	1,293	956	849	352
9	1,990	1,704	713	448	1,369	948	788	371
10	2,693	1,694	586	436	1,228	1,010	895	336
11	2,588	1,649	542	397	1,217	1,031	963	345
12	2,621	1,987	497	452	1,574	979	1,232	310
2020.1	3,365	1,993	478	432	1,735	864	1,588	291
2	2,791	1,948	485	399	1,550	993	1,527	333
3	2,601	1,777	432	405	1,426	897	1,359	307
4	1,882	1,959	372	378	1,017	840	879	301
5	1,586	1,886	355	317	745	739	762	295

\* Includes Bluefin and Southern bluefin tuna.  
Unit: Yen/Kg  
Source: Ministry of Agriculture, Forestry and Fisheries of Japan.

### 3.5. KOMPETITOR

Industri makanan laut Jepang merupakan bagian penting dari perekonomian Jepang. Pada tahun 2017, 23 perusahaan makanan laut terbesar di Jepang memiliki pendapatan gabungan global sebesar USD 37 miliar. Sepuluh perusahaan terbesar masing-masing menghasilkan lebih dari USD 1 miliar pendapatan makanan laut dengan pendapatan gabungan USD 29 miliar.<sup>10</sup>

Perusahaan Jepang menangkap dan menjual ikan di seluruh dunia karena mereka juga mendirikan perusahaan di banyak negara. Selain itu, perusahaan makanan laut Jepang sering kali terintegrasi secara vertikal dengan budidaya hulu dan produksi perikanan tangkap liar serta pemrosesan dan distribusi. Maruha Nichiro merupakan perusahaan seafood terbesar di dunia berdasarkan pendapatan, mendapatkan bahan baku dari Asia Tenggara, Afrika Barat dan Pasifik dan aktif di 70 negara, dengan fasilitas produksi di China, Thailand, dan negara Asia Tenggara lainnya. Maruha Nichiro memiliki USD 7,5 miliar pendapatan makanan laut

<sup>9</sup> <https://www.nytimes.com/reuters/2020/09/04/world/asia/04reuters-health-coronavirus-japan-tuna.html?searchResultPosition=2>

<sup>10</sup> <https://mava-foundation.org/wp-content/uploads/2019/10/Seafood-Tracker-oct19.pdf>

pada tahun 2017, lebih banyak dari total impor makanan laut Spanyol. Nissui - Nippon Suisan Kaisha – berada di posisi kedua, memiliki pendapatan makanan laut sebesar USD 6,2 miliar pada tahun 2017. Perusahaan makanan laut terbesar di Jepang lainnya antara lain Mitsubishi dan ITOCHU yang juga aktif di banyak sektor lain selain makanan laut.

**Tabel 3.2 Impor Makanan Laut Terbesar Berdasarkan Negara dan Perusahaan Makanan Laut Terbesar Berdasarkan Pendapatan**

Country	Country Seafood Imports (\$ billion)	Company	Company Seafood Revenue (\$ billion)
USA	20.5	Maruha Nichiro	7.5
Japan	13.9	Nissui	6.2
China	8.7	Mitsubishi	3.5
Spain	7.1	OUG Holdings	2.9
France	6.2	Kyokuyo	2.3
Germany	6.1	Marubeni	1.9
Italy	5.6	Chuo Gyorui	1.8
Sweden	5.1	Daisui	1.2
South Korea	4.6	Maruichi	1.2
United Kingdom	4.2	Tohto	1.1
<b>TOTAL</b>	<b>82</b>	<b>TOTAL</b>	<b>29.6</b>

Sumber: <https://mava-foundation.org/wp-content/uploads/2019/10/Seafood-Tracker-oct19.pdf>

Jepang juga terkenal dengan penelitian peternakan tuna. Maruha Nichiro memulai penelitian dan pengembangan peternakan tuna sejak tahun 1987 dan pada tahun 2018, perusahaan ini memiliki 8 peternakan bluefin tuna dan memproduksi 3.800 ton Bluefin tuna. Pada tahun 2015, perusahaan tersebut bergabung dengan jaringan supermarket besar Jepang Aeon, dan saat ini menawarkan pengiriman tuna musiman langsung ke perusahaan tersebut. Pada tahun 2010, Maruha Nichiro juga menjadi perusahaan sektor swasta pertama Jepang yang berhasil dalam budidaya ikan Bluefin tuna, dan memperoleh sertifikasi Standar Pertanian Jepang (JAS) untuk keterlacakan makanan, yang memungkinkan tuna hasil budidaya mereka untuk dijual dengan simbol JAS di pengecer. Sertifikasi juga mengharuskan perusahaan untuk mempublikasikan data tentang tuna yang dibudidayakan seperti dari mana asalnya dan makanan apa yang diberi.<sup>11</sup>

Nissui juga mengupayakan komersialisasi Bluefin tuna yang dibudidayakan sepenuhnya di Jepang. Pada Maret 2018, Bluefin tuna Nissui dikirim dengan merek Kitsuna untuk pertama kalinya. Selain itu, Sojitz Tuna Farm Takashima Co., Ltd, adalah perusahaan *trading house* pertama di Jepang yang berinvestasi dalam bisnis budidaya tuna. Perusahaan lain juga telah menjalin kemitraan dengan universitas. *Trading house* Toyota Tsusho bekerja sama dengan Universitas Kinki untuk memproduksi Bluefin tuna secara massal, dan bertujuan untuk menjual 240 metrik ton, terutama ke department store, pada tahun 2020.

<sup>11</sup> <https://thefishsite.com/articles/japanese-farms-boosting-bluefin-tuna-farming>

## BAB IV

### KESIMPULAN

1. Jepang adalah konsumen tuna terbesar di dunia. Jepang mengkonsumsi seperempat dari tangkapan tuna dunia, dimana sebagian besar digunakan untuk penggunaan sashimi.
2. Pada tahun 2019, Impor ikan segar dan dingin Jepang dari dunia mencapai USD 414,8 juta. Hampir 50% nilai impor tersebut didominasi oleh ikan Atlantic salmon sebesar USD 190,1 juta. Selain Atlantic salmon, ikan yang paling banyak diimpor adalah tuna dengan nilai impor mencapai USD 159,1 juta dan memiliki pangsa sebesar 38,4%.
3. Jenis ikan tuna yang paling banyak diimpor adalah *Atlantic and Pacific Bluefin* senilai USD 83,0 juta, *bigeye* tuna senilai USD 28,7 juta, *yellowfin* tuna senilai USD 27,2%, dan *Southern Bluefin* tuna senilai USD 19,9 juta. Sementara itu, impor *Albacore* tuna Jepang cukup rendah, yaitu senilai USD 0,3 juta.
4. Indonesia adalah negara asal impor utama tuna jenis bigeye, menguasai 52,9% pasar impor tuna bigeye Jepang pada tahun 2019. Indonesia juga menjadi negara asal impor utama tuna yellowfin bersama dengan Palau. Pada tahun yang sama, pangsa impor tuna yellowfin dari Palau mencapai 29,5% sedangkan pangsa impor dari Indonesia mencapai 25,6%. Sementara itu, pangsa impor tuna southern Bluefin dari Indonesia hanya sebesar 1,2%.
5. Secara tradisional, sistem distribusi makanan laut Jepang memiliki jaringan berlapis ganda yang kompleks antara pedagang grosir di landing site, pedagang grosir, dan pengecer pasar ikan sebelum mencapai konsumen. Sistem ini dikembangkan karena banyaknya variasi ikan yang ditangkap oleh nelayan Jepang, dan permintaan pelanggan akan ikan segar. Namun, sistem tersebut telah dikritik oleh banyak pemain asing dan domestik karena tidak efisien secara ekonomi.
6. Secara umum, saluran distribusi ikan di Jepang meliputi grosir di landing site, grosir sentral, grosir di pusat metropolitan Tokyo, ritel dan melalui trading house. 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.

## LAMPIRAN

### 5.1 DAFTAR IMPORTIR<sup>12</sup>

#### Daftar Importir

Company	Address	Telephone	Fax	Web site	Main items
C.G.C. Japan Co., Ltd.	1-14, Okubo 2-chome, Shinjuku-ku, Tokyo 169-8531	+81-332-03-1111	+81-332-07-1227	<a href="http://www.cgcjapan.co.jp">http://www.cgcjapan.co.jp</a>	Fish products, (United States of America, North America, South America, Europe, SE Asia, Oceania)
Hanwa Co., Ltd.	1-13-10, Tsukiji, Chuo-ku, Tokyo 104-8429	+81-335-44-1867	+81-335-44-2360	<a href="http://www.hanwa.co.jp">http://www.hanwa.co.jp</a>	Sea food products and preparations (any country)
New Asia Trading Co., Ltd.	3-3-9-301, Sembacho, Chuo-ku, Osaka 541-0055	+81-662-45-0251	+81-662-45-0255		Seafood products (any country)
Nichirei Fresh Inc	6-19-20, Tsukiji, Chuo-ku, Tokyo, 104-8402	+81-332-48-2203	+81-332-48-2159	<a href="http://www.nichirei.co.jp/fresh">http://www.nichirei.co.jp/fresh</a>	Seafood products (any country)
S. Ishimitsu & Co., Ltd.	4-40, Iwaya-Minami-machi, Nada-ku, Kobe, Hyogo 657-0856	+81-337-75-1432	+81-337-78-1433	<a href="http://www.ishimitsu.co.jp">http://www.ishimitsu.co.jp</a>	Fish, fillets, shrimps, cuttlefish, octopus, clams (any country)
ShinYo Trading Co., Ltd.	80-3, Shimo-Akada, Aza-Matsuzaki, Kesenuma, Miyagi 988-0133	+81-226-24-0081	+81-226-24-1285		Frozen fish (SE Asia, Europe)
Uniya Trading Co., Ltd.	Takayama Bldg. 4F, 2-9, 6-chome, Kusunoki-cho, Chuo-ku, Kobe	+81-783-82-0490	+81-783-61-1637		Fish, crustaceans and preparations, other food excluding processed foods (any country)

#### Daftar Wholesaler

Company	Address	Telephone	Website	Main items
Urashima Shiyoten Inc.	64-2.shinden, Oofunatocho, Oofuna-shi, Iwate, 022-0002 Japan	+81-192-27-0111	<a href="http://iwateurashima.com">http://iwateurashima.com</a>	Fresh fish, fried seafood, smoked seafood, frozen seafood products, shellfish and crustacean
Kitani Ikeda Co., Ltd.	Minato 1-chome 6-3 Wakkanai, Hokkaido 097-0021 Japan	+81-162-23-2996		Fresh fish, frozen fish, smoked seafood, dried seafood, shellfish and Crustacean
Kumokawa Bussan Co., Ltd.	1564-36, Saiwaimati, Matsue City, Shimane 690-0041 Japan	+81-852-21-4321	<a href="http://www.kobikiya.co.jp">www.kobikiya.co.jp</a>	Seaweed, crustacean and shellfish
Shimizu Shoten Co., Ltd	6881-72, Isohama Oarai Higashi-ibaraki, Ibaraki Japan	+81-292-66-2211	<a href="http://www.shi-mi-zu.net">www.shi-mi-zu.net</a>	Octopus and squid
Dainichi Corporation.	1385 Yorimatsu-ko, Uwajima, Ehime Japan	+81 895-27-3200	<a href="http://www.dainichi-ff.co.jp">www.dainichi-ff.co.jp</a>	Import and sales of aquaculture feed. Sale of fish and processed seafood
Nanyo Bejoy Co., Ltd.	381-91 Sakashizu, Uwajima, Ehime, 798-0087 Japan	+81-895-22-7300	<a href="http://www.nanyo-bejoy.co.jp">www.nanyo-bejoy.co.jp</a>	Red seabream, smoked Red seabream and smoked Yellow tail. Sale of aquaculture feed
Nihonkai Oki Katsugyo Club Co., Ltd.	544-38, Uragou, Nishinoshima-cho, Oki-gun, Shimane, 684-0211 Japan	+81-851-46-1385	<a href="http://www.oki-katsugyo.jp">www.oki-katsugyo.jp</a>	Live squid, oyster, fresh and live fish, and frozen squid,
Hamasui Co., Ltd.	Mashike-cho Betsukari 417-1 Mashike-gun, Hokkaido 077-0217 Japan	+81-164-53-9410	<a href="http://www.hamasui-y.com">www.hamasui-y.com</a>	Frozen, fresh and canned: octopus, squid, shrimp and crustacean
Hayashi Trout Farm, Inc.	66 Ushirohara Odakura Nishigo Nishishirakawa-gun Fukushima 961-8061 Japan	+81-248-25-2041	<a href="http://www.hayashitrou.com">www.hayashitrou.com</a>	Production and sales of Abukuma River Maple Salmon, smoked Maple Salmon and Red Caviar
HidaTorafugu Kenkyuukai.	8-17, Tonomachi, Furukawa-cho, Hida-shi, Gifu. 509-4224 Japan	+81-577-73-7006	<a href="http://hidatorafugu.com/">http://hidatorafugu.com/</a>	Fresh Japanese puffer fish
Marujin	2-132-2 Goyoumai, Nemuro-shi, Hokkaido 087-0164 Japan	+81-153-28-2315	<a href="http://www.nosappu.com">www.nosappu.com</a>	Fresh, dried and frozen fish, shellfish, crustacean and seaweed

#### Daftar Trading House

<sup>12</sup> <http://www.fao.org/3/a-bc012e.pdf>

Company	Address	Telephone	Web site	Main items
Ajinomoto Trading Inc.	6-11, Ariake 3-chome, Koto-ku, Tokyo 135-8071	+81-335-28-4411	www.ajitrade.com/en/index.html	Seafood
Central Trading Co., Ltd.	7-8, Shintomi 2-chome, Chuo-ku, Tokyo104-0041	+81-335-52-6906	www.boeki.co.jp/	Processed seafood products
COFCO Japan Co., Ltd.	7-6, Nihonbashi Kayaba-cho 2-chome, Chuo-ku, Tokyo 103-0025	+81-336-68-7741	www.cofco.jp	Processed seafood products
Good Live Co., Ltd.	12-7, Nihonbashi Kayaba-cho 2-chome, Chuo-ku, Tokyo 103-0025	+81-336-68-3588	www.goodlive.co.jp	Crab and seaweed
Hyogo Trading Co., Ltd.	1-12, Goko-dori 6-chome, Chuo-ku, Hyogo 651-0087	+81-782-52-1251	www.hyogo-kobe.co.jp	Fresh, frozen, salted and processed seafood
Japan Food Corporation.	11-36, Mita 3-chome, Minato-ku, Tokyo 108-0073	+81-354-41-8500	www.japanfoodcorp.co.jp	Seafood
Kawasho Foods Corporation	14-8, Uchikanda 3-chome, Chiyoda-ku, Tokyo 101-0047	+81-352-98-5827	www.kawasho-foods.co.jp	Seafood
Kobe Yoko, Ltd.	2-8, Isobe-dori 4-chome, Chuo-ku, Hyogo 651-0084	+81-782-32-3621	www.kobeyoko.co.jp	Seafood
Kowa Corporation	3-31, Nishi Kujo 1-chome, Konohana-ku, Osaka554-0012	+81-664-62-7155	www.kwk.co.jp	Shellfish
Mitsubishi Shokuhin Co., Ltd.	1-1, Heiwajima 6-chome, Ota-ku, Tokyo 143-6556	+81-337-67-5111	www.mitsubishi-shokuhin.com/en/	Seafood
Mitsui Foods Co., Ltd.	10-9, Hatchobori 2-chome, Chuo-ku, Tokyo 104-8277	+81-335-51-1211	www.mitsuifoods.co.jp	Seafood
Morirei Co., Ltd.	5-12, Ryutsu Center Minami 3-chome, Yahaba-cho, Shiwa-gun, Iwate	+81-196-38-9812	www.morirei.co.jp	Seafood
Nippon Access, Inc.	1-3, Ikejiri 3-chome, Setagaya-ku, Tokyo154-8501	+81-368-59-1111	www.nippon-access.co.jp	Seafood
Nomura Trading Co., Ltd.	7-3, Azuchi-machi 1-chome, Chuo-ku, Osaka, Osaka 541-0052	+81-662-68-8111	www.nomuratrading.co.jp	Seafood
S. Ishimitsu & Co., Ltd.	4-40, Iwaya Minami-machi, Nada-ku, Hyogo 657-0856	+81-788-61-7791	www.ishimitsu.co.jp	Mainly squid, octopus and shrimp
Takase Trading Co., Ltd.	1-8, Tsukiji 2-chome, Chuo-ku, Tokyo104-0045	+81-335-45-7520	www.takasebussan.co.jp	Fish filets, kirimi, shellfish, crab and roe
Toho Bussan Kaisha, Ltd.	4-1, Shiba Koen 2-chome, Minato-ku, Tokyo105-0011	+81-334-38-5711	www.tohob.co.jp	Seafood

## 5.2 DAFTAR PAMERAN

### Japan International Seafood & Technology Expo

[http://www.exhibitiontech.com/seafood/e\\_tokyo\\_index.html](http://www.exhibitiontech.com/seafood/e_tokyo_index.html)

### Foodex

<http://www3.jma.or.jp/foodex/en/>

### Supermarket Trade Show

<http://www.smts.jp/en/>

## 5.3 SUMBER INFORMASI YANG BERGUNA

<https://wits.worldbank.org>

<http://tariffdata.wto.org>

<https://tradingeconomics.com/>

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