



Laporan Analisis Intelijen Bisnis

Tuna Kaleng HS 160414

ITPC Osaka
2021

KEMENTERIAN
PERDAGANGAN
REPUBLIK INDONESIA

MINISTRY OF TRADE

ITPC
osaka

在大阪インドネシア共和国総領事館
インドネシア貿易振興センター

Laporan Analisis Intelijen Bisnis

Tuna Kaleng

HS: 160414

**ITPC Osaka
2021**

RINGKASAN EKSEKUTIF

Jepang merupakan negara dengan konsumsi ikan terbesar ke-4 dunia, setelah Republik Rakyat Tiongkok (RRT), Myanmar dan Vietnam (WorldAtlas, 2021). Konsumsi ikan per kapita Jepang mencapai 45,49 Kg per kg/kapita/tahun menjadikan Jepang sebagai negara dengan konsumsi ikan per kapita yang tinggi di dunia. Dalam pemenuhan kebutuhan konsumsi ikan di dalam negeri, selain mengandalkan pasokan produksi perikanan domestik yang terus mengalami penurunan, Jepang juga sangat bergantung dari pasokan ikan yang berasal dari impor. Seiring dengan modernisasi budaya kerja, Masyarakat Jepang lebih memilih produk makanan praktis dan siap saji. Selain itu, kondisi alam Jepang yang rawan akan bencana gempa membuat masyarakat selalu menyediakan stok bahan makanan yang dapat bertahan lama. Hal ini mengakibatkan konsumsi produk perikanan dalam bentuk kaleng semakin banyak diminati oleh masyarakat Jepang.

Meskipun saat ini sebagian besar masyarakat Jepang lebih memilih menggunakan produk makanan praktis dan siap saji termasuk produk tuna kaleng, namun faktor kesehatan dan higienitas makanan masih menjadi faktor yang utama. Dengan adanya pelemahan ekonomi akibat pandemi COVID-19 serta persaingan produk impor yang semakin kompetitif, konsumen Jepang, khususnya kalangan muda saat ini lebih memprioritaskan produk dengan harga yang murah. Produk tuna kaleng dipasarkan di Jepang dengan kemasan kecil dengan rata-rata memiliki berat 70 gr-210 gr per kaleng. Hal itu dikarenakan anggota keluarga Jepang berjumlah sedikit serta dominasi populasi penduduk berusia tua. Produk tuna kaleng biasanya dijual per paket terdiri dari 3 sampai dengan 6 kaleng dengan harga JPY JPY 170,- s.d. JPY 425,- tiap kaleng kemasan 70 gr.

Jepang merupakan negara importir tuna kaleng terbesar ke-8 dunia pada tahun 2020, setelah Amerika Serikat (AS) negara-negara Eropa antara lain Italia, Spanyol, Perancis, Inggris, Jerman dan Belanda. Pada tahun 2020, impor tuna kaleng Jepang memiliki pangsa 4,5% dari total impor tuna kaleng dunia. Selama 5 (lima) tahun terakhir, impor tuna kaleng Jepang juga mengalami pertumbuhan positif sebesar 5,1% per tahun. Berdasarkan negara asal impor, produk tuna kaleng Jepang berasal dari negara Thailand, Indonesia, Filipina, Vietnam dan RRT. Kelima negara utama tersebut telah berkontribusi terhadap 99,2% impor produk tuna kaleng Jepang. Dari segi harga, harga impor tuna kaleng dari Indonesia memiliki harga yang lebih mahal dibandingkan dengan negara pesaing utama lainnya. Harga impor produk tuna kaleng dari Indonesia di tahun 2020 mencapai USD 6,22/Kg, lebih tinggi dari rata-rata negara lainnya. RRT menjadi negara yang menawarkan harga termurah yaitu USD 4,49/Kg, sedangkan Thailand sebagai *leading supplier* di pasar Jepang memberikan harga yang kompetitif yaitu USD 5,42/Kg.

Indonesia merupakan negara eksportir tuna kaleng terbesar ke-6 dunia pada tahun 2020, dengan pangsa 4,16% sedangkan Thailand menjadi negara top exporter dengan pangsa 28,9% dari total ekspor dunia (ITC, Trademap 2021). Dari sisi *supply*, dengan memperhatikan struktur negara tujuan ekspor tuna kaleng Indonesia terdapat beberapa

indikasi yang perlu menjadi perhatian. **Pertama**, telah terjadi pergeseran negara tujuan ekspor, Jepang pernah menjadi negara tujuan utama ekspor tuna kaleng Indonesia pada 2011, namun posisinya telah digeser oleh Saudi Arabia dan Amerika Serikat (AS). **Kedua**, Thailand yang juga menjadi pesaing utama produk tuna kaleng Indonesia di pasar Jepang, justru menjadi negara tujuan utama ekspor Indonesia. Hal ini dapat menjadi indikasi awal bahwa produk tuna kaleng yang diimpor Jepang dari Thailand berasal dari Indonesia. Dengan kata lain, ekspor produk tuna kaleng Indonesia terdapat kemungkinan tidak diekspor secara langsung ke Jepang namun juga diekspor melalui transit negara ke-3 yaitu Thailand.

Untuk saluran distribusi produk *seafood* yang telah diolah, termasuk di dalamnya produk tuna kaleng relatif lebih singkat jika dibandingkan dengan produk *seafood* segar. Produk olahan *seafood* biasanya diimpor oleh importir di Jepang yang terdiri dari importir yang sekaligus merangkap sebagai produsen (*manufacturer*), importir *trading company* besar, importir kecil dan menengah serta supermarket besar yang telah memiliki kemampuan untuk mengimpor langsung. Berdasarkan *guidebook* yang diterbitkan oleh *Japan External Trade Organization* (JETRO), pada saat mengimpor dan menjual produk olahan perikanan termasuk produk tuna kaleng, importir harus memberikan informasi 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*, antara lain: a) nama produk, b) bahan, c) konten/kandungan, d) tanggal kadaluwarsa, e) metode penyimpanan, f) negara asal, dan g) nama dan alamat importir.

Di sisi tarif bea masuk, Thailand dan Filipina diuntungkan jika dibandingkan dengan Indonesia. Produk asal Thailand dan Filipina mendapatkan fasilitas bebas bea masuk (*free*), sementara produk asal Indonesia masih dikenakan tarif sebesar 5% dengan menggunakan skema perjanjian perdagangan ASEAN-Japan *Comprehensive Economic Partnership* (AJCEP) (*Japan Customs*, 2021). Dengan harga dan tarif BM yang tinggi, pangsa pasar tuna kaleng Indonesia di pasar Jepang mengalami penurunan dan telah berhasil direbut oleh negara pesaing. Indonesia telah kehilangan pangsa pasar sebesar 3% di tahun 2020, sementara Thailand, Filipina dan Vietnam mengalami kenaikan pangsa masing-masing sebesar 1%.

Dengan memperhatikan setidaknya 3 (tiga) indikator ekspor produk tuna kaleng Indonesia ke Jepang yaitu nilai ekspor, pertumbuhan nilai ekspor dan pangsa pasar, Indonesia sangat perlu mewaspadaai kinerja 4 (empat) negara pesaing utama yaitu Thailand, Vietnam, Filipina dan RRT. Apabila tidak diwaspadai dikhawatirkan pangsa pasar tuna kaleng Indonesia akan terus menurun dan Indonesia akan kehilangan pasar tuna kaleng di Jepang. Oleh karena itu, diperlukan upaya serius termasuk salah satunya negosiasi kerjasama perdagangan bilateral Indonesia-Jepang dengan melakukan *general*

review Indonesia-Japan Economic Partnership Agreement (JEPA) untuk negosiasi penurunan tarif BM produk tuna kaleng Jepang dari Indonesia. Diharapkan dengan negosiasi tersebut, terjadi penurunan tarif bea masuk sehingga dapat meningkatkan daya saing produk tuna kaleng Indonesia di pasar Jepang.

DAFTAR ISI

RINGKASAN EKSEKUTIF	1
DAFTAR ISI	5
BAB I PENDAHULUAN	6
1.1 TUJUAN.....	6
1.2 METODOLOGI.....	7
1.3 BATASAN PRODUK.....	8
1.4 GAMBARAN UMUM NEGARA	8
BAB II PELUANG PASAR	13
2.1 TREND PRODUK	13
2.2 STRUKTUR PASAR	15
2.3 SALURAN DISTRIBUSI	21
2.4 PERSEPSI TERHADAP PRODUK INDONESIA.....	22
BAB III PERSYARATAN PRODUK	24
3.1. KETENTUAN PRODUK	24
3.1.1. Peraturan <i>Labelling</i> Produk Perikanan di Jepang.....	24
3.1.2. Tarif Bea Masuk	27
3.2. KETENTUAN PEMASARAN.....	28
3.2.1. Peraturan dan Prosedur Persyaratan Impor Jepang	28
3.2.2. Peraturan dan Prosedur Persyaratan Penjualan	34
3.3. METODE TRANSAKSI	35
3.4. INFORMASI HARGA	36
3.5. KOMPETITOR	37
BAB IV KESIMPULAN.....	38
LAMPIRAN.....	40

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 TUJUAN

Negara Jepang merupakan salah satu pemain kunci dalam pencatatan produksi, konsumsi serta perdagangan produk perikanan dunia. Konsumsi ikan dan makanan laut telah menjadi bagian dari sejarah panjang dan tradisi kebudayaan masyarakat Jepang serta semakin populer secara global. Secara geografis, Jepang merupakan negara yang memiliki banyak area penangkapan ikan yang kaya, hal itu disebabkan Jepang berdekatan dengan daerah bertemunya arus dingin *Oyashio* dari utara dan arus hangat *Kuroshio* yang berasal dari perairan Pasifik. Berdasarkan data yang diperoleh dari FAO Stat yang dikutip dari laporan yang dikeluarkan oleh GLOBEFISH, Jepang pernah menjadi negara produsen ikan terbesar dunia pada tahun 1984 dengan produksi mencapai 12,8 Juta MT. Selain berasal dari domestik, produksi dan pasokan ikan Jepang juga berasal dari luar Jepang. Setelah perang dunia ke-2 berakhir, Jepang mengembangkan industri perkapalan untuk memperbanyak armada penangkapan ikan di seluruh dunia. Namun demikian, dengan adanya ketentuan Zona Ekonomi Eksklusif (ZEE) sebesar 200 mill yang banyak diadopsi oleh berbagai negara di dunia, Jepang banyak kehilangan akses terhadap area penangkapan ikan¹. Produksi domestik juga menunjukkan tren penurunan selama 3 (tiga) dekade terakhir, hal tersebut disebabkan karena armada penangkapan ikan sekaligus pekerja sebagian besar berusia tua. Pada tahun 2018 produksi ikan Jepang hanya mencapai 4,2 Juta MT dimana 38% berasal dari perikanan budidaya dan 62% berasal dari penangkapan ikan air laut².

Berdasarkan data yang yang dikeluarkan oleh WorldAtlas, 2021 Jepang merupakan negara dengan konsumsi ikan terbesar ke-4 dunia, setelah Republik Rakyat Tiongkok (RRT), Myanmar dan Vietnam³. Namun demikian, apabila dilihat dari konsumsi per kapita, Jepang masih termasuk ke dalam negara dengan konsumsi ikan per kapita tinggi di dunia. Konsumsi ikan per kapita Jepang mencapai 45,49 Kg per kg/kapita/tahun⁴. Jenis ikan yang banyak dikonsumsi oleh masyarakat Jepang saat ini adalah jenis ikan salmon, tuna dan ikan ekor kuning (*yellowtail*)⁵. Dalam pemenuhan kebutuhan konsumsi ikan di dalam negeri yang besar, selain mengandalkan pasokan produksi perikanan domestik yang terus mengalami

¹ Andreas KAMOEY, GLOBEFISH intern. *The Japanese Market for Seafood*. GLOBEFISH Research Programme, Vol. 117, Rome, FAO 2015. 45p.

² OECD Review of Fisheries Country Notes | January 2021

³ WorldAtlas, 2021 Countries Consuming The Most Fish 2021

⁴ FAOStat, 2020

⁵ Ministry of Ministry of Agriculture, Forestry and Fisheries, Japan (MAFF Japan), 2021

penurunan, Jepang juga sangat bergantung dari pasokan ikan yang berasal dari impor. Jepang merupakan negara pengimpor produk ikan ke-3 terbesar dunia, setelah Amerika Serikat (AS) dan RRT, dengan menguasai pangsa 8,84% dari total impor ikan dunia pada tahun 2020 (ITC Trademap, 2021).

Seiring dengan modernisasi dan reformasi yang dilakukan Jepang, tatanan sosial budaya telah mengalami perubahan termasuk budaya kerja. Sebagian besar masyarakat Jepang memiliki budaya yang sangat menghargai waktu (*on time*). Selain itu, masyarakat Jepang juga memandang bahwa bekerja dalam waktu yang lama (*long hours*) merupakan bentuk dari pengabdian dan kerja keras. Dengan budaya kerja tersebut, waktu yang diperlukan untuk menyelesaikan pekerjaan rumah menjadi semakin singkat sehingga berpengaruh terhadap pola konsumsi masyarakatnya. Saat ini, masyarakat memiliki kecenderungan untuk menyederhanakan makanan yang dikonsumsi. Selain itu, kondisi alam Jepang yang rawan akan bencana alam khususnya gempa juga turut menjadi faktor yang mempengaruhi perubahan pola konsumsi. Masyarakat Jepang lebih memilih produk makanan yang praktis, siap saji serta dapat bertahan dalam waktu yang lama sebagai cadangan stok makanan. Hal itulah yang mengakibatkan konsumsi produk perikanan dalam bentuk kaleng semakin banyak diminati oleh masyarakat Jepang.

Sebagai negara eksportir tuna kaleng terbesar ke-6 dunia pada tahun 2020, Indonesia memiliki peluang untuk memanfaatkan dan semakin memperbesar pangsa pasar tuna kaleng di Jepang. Oleh karena itu, untuk dapat memanfaatkan peluang pasar produk perikanan khususnya produk perikanan kaleng di pasar Jepang tersebut, perlu disusun laporan analisis intelijen bisnis untuk produk tersebut sebagai media diseminasi informasi kepada para eksportir Indonesia yang akan melakukan penetrasi ke pasar Jepang maupun para eksportir yang akan meningkatkan pangsa pasarnya di Jepang. Laporan analisis intelijen bisnis ini akan menyajikan berbagai informasi yang meliputi tren produk, struktur pasar, saluran distribusi, persyaratan teknis serta berbagai informasi penting lainnya yang diharapkan dapat membantu para eksportir produk perikanan Indonesia khususnya produk tuna kaleng dalam merumuskan dan menyusun rencana strategi ekspor di pasar Jepang.

1.2 METODOLOGI

Penyusunan laporan analisis intelijen bisnis ini dilakukan dengan metode analisa deskriptif kualitatif dengan menyajikan data dan fakta yang berasal dari berbagai sumber yaitu studi literatur/hasil riset yang telah dilakukan oleh beberapa lembaga riset maupun instansi pemerintah. Sementara itu, data-data sekunder yang digunakan dalam penyusunan laporan analisa ini juga diperoleh dari berbagai sumber antara lain: ITC Trademap UNCOMTRADE; statistik ekonomi dari *Tradingeconomics*; *Food and Agriculture Organization Statistics (FAOStat)*; *Japan Customs, Ministry of Finance, Japan*; *Ministry of Agriculture, Forestry and Fisheries (MAFF)*, *Japan* serta berbagai sumber lainnya.

1.3 BATASAN PRODUK

Produk yang dianalisis dalam laporan analisis intelijen bisnis ini adalah produk tuna kaleng yang masuk ke dalam kode HS 160414 (*prepared or preserved tunas, skipjack and Atlantic bonito, whole or in pieces (excluding minced)*) dalam klasifikasi perdagangan internasional. Dengan demikian secara lebih *detail*, produk yang menjadi cakupan dalam laporan analisis intelijen bisnis ini disajikan pada Tabel 1.1. berikut.

Tabel 1.1 Klasifikasi Cakupan Produk HS 160414

Kode HS		Deskripsi Produk
160414		<i>Fish Preparations; Tunas, Skipjack and Atlantic Bonito (sarda Spp.), Prepared or Preserved, Whole or in Pieces (but Not Minced)</i>
160414	11	<i>Tunas, whole or in pieces, but not minced, in airtight containers for retail sale</i>
	90	<i>Tunas, skipjack and bonito (Sarda spp), whole or in pieces, but not minced, not in airtight containers for retail sale</i>

Sumber: Dit. Bea dan Cukai, Kementerian Keuangan RI, 2021

1.4 GAMBARAN UMUM NEGARA

Ekonomi Jepang mengalami penurunan sebesar 1,3% pada Q1 2021, setelah mengalami pertumbuhan sebesar 2,8% pada periode sebelumnya. Ini adalah kontraksi pertama sejak Q2 tahun 2020, di tengah kondisi pandemi COVID-19 dan peluncuran vaksin yang dinilai relatif lambat di Jepang. Konsumsi swasta turun untuk pertama kalinya dalam tiga kuartal (-1,4% di Q1 2021 vs 2,2% di Q4 2020), pengeluaran pemerintah juga turun untuk pertama kalinya dalam setahun (-1,8% vs 1,8), dan investasi publik turun untuk pertama kalinya dalam tujuh kuartal (-1,1% vs 1,1%). Belanja modal juga mengalami penyusutan sebesar 1,4%, dari pertumbuhan sebesar 4,3% di Q4 2020. Secara tahunan (*year on year basis*), ekonomi Jepang mengalami kontraksi sebesar 5,1% di Q1 2021.

Harga konsumen Jepang mengalami penurunan sebesar 0,4% (yoy) selama bulan April 2021, setelah mengalami penurunan sebesar 0,2% di bulan sebelumnya. Ini adalah penurunan harga konsumen selama tujuh bulan berturut-turut sebagai dampak COVID-19 yang membebani pengeluaran rumah tangga. Biaya transportasi dan komunikasi terus turun (-2,3% vs -0,4% di bulan Maret), biaya bahan bakar, lampu dan air juga mengalami kontraksi (-2,8% vs -4,8%), perawatan medis juga menurun lebih dalam (-0,3% vs -0,4%). Harga makanan juga turun 1,2%, terbesar dalam lebih dari dua tahun terakhir. Sebaliknya, harga konsumen naik untuk perumahan (0,6% vs 0,6%), furnitur dan peralatan rumah

tangga (2,5% vs 2,9%), rekreasi (1,1% vs 0,4%), pendidikan (0,8% vs -2,2%). Pada skala bulanan, harga konsumen juga turun 0,4%, penurunan pertama dalam empat bulan, menyusul kenaikan sebesar 0,2% di bulan Maret. Sementara itu, Indeks Harga Konsumen di Jepang turun 0,40% pada April 2021 dibandingkan bulan sebelumnya.

Bank of Japan (BoJ) mempertahankan suku bunga jangka pendek utamanya tidak berubah pada -0,1% dan mempertahankan target imbal hasil obligasi pemerintah Jepang 10 tahun di angka 0% selama April 2021. Dalam laporan prospek triwulanan, bank sentral memangkas perkiraan inflasi konsumen untuk tahun fiskal saat ini menjadi 0,1% dari prediksi sebelumnya yang dibuat pada Januari 2021 sebesar 0,5%. Pembuat kebijakan juga memperingatkan risiko yang masih ada terhadap prospek ekonomi karena pandemi COVID-19 yang terus menekan konsumsi. Bank sentral menegaskan kembali tidak akan ragu untuk mengambil langkah-langkah pelonggaran tambahan jika perlu. Pada tahun 2020, *Bank of Japan* melonggarkan kebijakan moneter sebanyak dua kali, sebagian besar dengan memperluas pembelian aset dan menciptakan fasilitas baru untuk mengirimkan dana melalui lembaga keuangan ke perusahaan yang terkena dampak COVID-19.

Tingkat pengangguran Jepang meningkat menjadi 2,8% pada April 2021 dari level terendah 11 bulan di angka 2,6% sebulan sebelumnya. Jumlah pengangguran meningkat sebanyak 140 ribu orang sehingga total jumlah pengangguran menjadi 1,94 juta orang, sedangkan penyerapan tenaga kerja turun sebanyak 260 ribu orang menjadi hanya 66,58 juta orang. Angkatan kerja turun 30 ribu orang menjadi 68,62 juta orang dan yang lepas dari angkatan kerja turun 60 ribu orang menjadi 41,75 juta orang. Sementara itu, rasio pekerjaan terhadap lamaran berada pada angka 1,09 pada bulan April 2021, dibandingkan dengan bulan Maret yang sebesar 1,1. Setahun sebelumnya, tingkat pengangguran berada di angka 2,6%.

Ekspor Jepang melonjak 38,0% (yoy) menjadi JPY 7,181 miliar pada April 2021. Ini adalah pertumbuhan paling tajam sejak April 2010, di tengah tanda-tanda kuat pemulihan perdagangan global. Penjualan alat angkut melonjak 69,4%, didorong oleh kendaraan bermotor (88,9%), dan mobil (92%). Ekspor mesin melonjak 40,3%, didorong oleh mesin pembangkit listrik (34,4%). Selain itu, terjadi peningkatan penjualan mesin listrik (25,6%), didorong oleh semikonduktor (11,4%); lainnya (32,9%), dipimpin oleh instrumen ilmiah (20,1%); bahan kimia (28,5%), didorong oleh bahan plastik (23,4%); dan barang-barang manufaktur (27,4%), didorong oleh produk besi dan baja (20,6%), dan logam nonferrous (48,5%). Ekspor meningkat ke sebagian besar negara: China (33,9%), Taiwan (24,3%), Hong Kong (20,2%), Korea Selatan (25,6%), Thailand (35,1%), AS (45,1%), Jerman (32,9%) dan Australia (102,1%).

Impor Jepang tumbuh sebesar 12,8% (yoy) menjadi sebesar JPY 6,926 miliar pada April 2021. Pembelian mesin listrik tumbuh 18,3%, didorong oleh semikonduktor (25,0%). Impor lainnya juga naik 9,4%, didorong oleh instrumen ilmiah (5,1%). Selain itu, bahan

kimia juga meningkat (4,7%), terutama karena produk medis (17,0%); mesin (3,0%), didorong oleh pembangkit listrik (2,2%); barang-barang manufaktur (4,1%), didorong oleh logam nonferrous (60,8%); bahan baku (41,1%), karena bijih nonferrous (28,5%). Impor meningkat dari China (0,7%), Hong Kong (156,4%), Taiwan (25,6%), Korea Selatan (19,4%), Thailand (8,6%), AS (5,8%), Jerman (0,5%), dan Belanda (9,4%). Sebaliknya, impor menyusut dari Singapura (-18,8%). Dengan catatan tersebut, Jepang mencatat surplus neraca perdagangan sebesar JPY 255,3 miliar pada April 2021, berbalik dari defisit JPY 936,9 miliar pada bulan yang sama tahun sebelumnya.

Tabel 1.2. Indikator Ekonomi Jepang

Indikator Ekonomi	Nilai	Periode
GDP Growth Rate (%)	-1.3	21-Mar
GDP Annual Growth Rate (%)	-1.4	20-Dec
Unemployment Rate (%)	2.8	21-Apr
Inflation Rate (%)	-0.4	21-Apr
Inflation Rate Mom (%)	-0.4	21-Apr
Interest Rate (%)	-0.1	21-Apr
Balance of Trade (JPY Billion)	255	21-Apr
Exports (JPY Billion)	7181	21-Apr
Imports (JPY Billion)	6926	21-Apr

Sumber: Tradingeconomics, 2021

Indeks *Bank of Japan* untuk sentimen produsen besar meningkat menjadi 5 pada Q1 2021. Itu adalah angka tertinggi sejak Q3 2019. Sentimen meningkat di antara perusahaan yang memproduksi kayu & produk kayu; bubur kertas & kertas; bahan kimia; produk minyak bumi & batubara; keramik, batu & tanah liat; baja besi; logam nonferrous; logam olahan; mesin tujuan umum; mesin produksi; mesin berorientasi bisnis; mesin listrik; dan kendaraan bermotor. PMI Manufaktur *au Jibun Bank Japan* direvisi lebih tinggi menjadi 53,0 pada Mei 2021, naik dari perkiraan awal 52,5 dan dibandingkan dengan 53,6 pada bulan sebelumnya. Di sisi harga, inflasi biaya input meningkat ke laju tercepat sejak Oktober 2018, sementara harga jual naik moderat.

Produksi Industri di Jepang meningkat 15,40% pada April 2021 dibandingkan bulan yang sama tahun sebelumnya. Produksi industri di Jepang juga naik 2,5% (mom) pada April 2021, setelah kenaikan akhir sebesar 1,7% sebulan sebelumnya. Industri yang memberikan kontribusi terbesar adalah mesin untuk keperluan umum dan bisnis (16,1% vs -4,9% pada Maret), mesin listrik, dan peralatan elektronik informasi dan komunikasi, dan mesin produksi (10,9% vs -4,2%), dan mesin produksi (7,8% vs -2,8%). Pada skala tahunan, output industri melonjak 15,4% di bulan April, meningkat tajam dari pertumbuhan 3,4% di bulan Maret. Sementara itu, produksi manufaktur di Jepang turun 2,70% pada Februari 2021 dibandingkan bulan yang sama di tahun sebelumnya.

Tabel 1.3 Indikator Bisnis di Jepang

Indikator Bisnis	Nilai	Periode
Business Confidence (points)	5	21-Mar
Manufacturing PMI (points)	53	21-May
Services PMI (points)	46.5	21-May
Industrial Production (%)	15.4	21-Apr
Industrial Production Mom (%)	2.5	21-Apr
Manufacturing Production (%)	-2.7	21-Feb

Sumber: Tradingeconomics, 2021

Indeks kepercayaan konsumen di Jepang turun 0,6 poin dari bulan sebelumnya menjadi 34,1 pada Mei 2021. Itu adalah angka terlemah sejak Februari, karena sebagian besar sub-indeks utama telah memburuk: mata pencaharian keseluruhan (turun 0,4 poin menjadi 36,5), pertumbuhan pendapatan (turun 0,6 poin menjadi 36,0) dan persepsi ketenagakerjaan (turun 1,4 poin menjadi 27,7), sedangkan sub-indeks kemauan membeli barang tahan lama tidak berubah (turun 36,2).

Penjualan Ritel di Jepang turun 4,50% pada April 2021 dibandingkan bulan sebelumnya. Sementara itu, penjualan ritel di Jepang melonjak 12% (yoy) pada April 2021, setelah kenaikan 5,2% sebulan sebelumnya. Ini merupakan pertumbuhan tertajam dalam perdagangan ritel sejak Maret 1997, karena konsumsi meningkat pasca COVID-19. Penjualan meningkat jauh lebih cepat untuk sebagian besar kategori: barang dagangan umum (43,6% vs 7,3% di bulan Maret); kain, pakaian jadi & aksesoris (63,7% vs 13%); kendaraan bermotor (27,2% vs 11%); mesin & peralatan (24,2% vs 14,9%); dan bahan bakar (24,9% vs 5,8%). Sementara itu, penjualan lainnya tumbuh sebesar 5,2%, sama seperti bulan sebelumnya. Sebaliknya, penjualan turun untuk makanan & minuman (-0,2% vs -0,5%), dan obat-obatan & perlengkapan mandi (-1,6% vs 1,9%). Dalam skala bulanan, penjualan ritel turun 4,5% di bulan April, setelah naik 1,2% di bulan Maret.

Pengeluaran rumah tangga di Jepang melonjak 6,2% secara riil pada Maret 2021 dari tahun sebelumnya, rebound tajam dari penurunan 6,6% di bulan sebelumnya dan dengan mudah mengalahkan konsensus pasar yang naik 1,5%. Itu adalah peningkatan bulanan pertama dalam empat bulan, dan laju terkuat sejak September 2019, karena permintaan konsumen pulih tajam dari pukulan berat akibat pembatasan darurat virus corona tahun lalu. Konsumen menghabiskan lebih banyak untuk perawatan kesehatan makanan (7,1%), perumahan (26,5%), pendidikan (33,3%), furnitur & peralatan rumah tangga (7,4%), dan budaya & rekreasi (12,3%). Pada skala bulanan, pengeluaran rumah tangga melonjak 7,2%, mengikuti pertumbuhan 2,4% pada periode sebelumnya dan di atas ekspektasi pasar dari kenaikan 2,1%.

Belanja Konsumen di Jepang turun menjadi JPY 285.155,70 Miliar pada kuartal pertama tahun 2021 dari JPY 289.175,20 Miliar pada kuartal keempat tahun 2020. Penghasilan Pribadi Sekali Pakai di Jepang turun menjadi JPY 393,30 Ribu di bulan Maret dari JPY 445,37 Ribu di Februari 2021.

Tabel 1.4 Indikator Konsumsi di Jepang

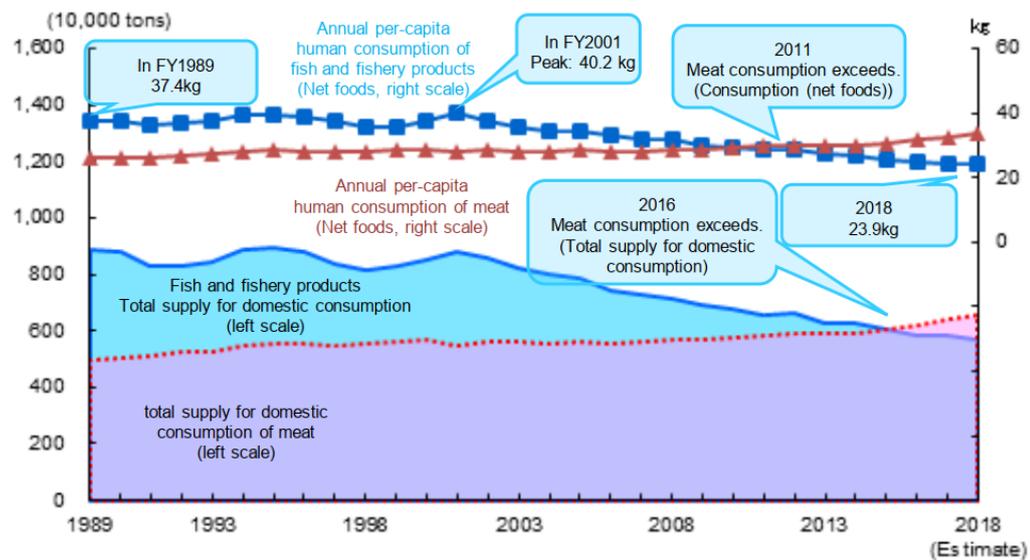
Indikator Konsumen	Nilai	Periode
Consumer Confidence (points)	34.1	21-May
Retail Sales MoM (%)	-4.5	21-Apr
Retail Sales YoY (%)	12	21-Apr
Household Spending (%)	6.2	21-Mar
Consumer Spending (JPY Billion)	285156	21-Mar
Disposable Personal Income (JPY Thousand)	393	21-Mar

Sumber: Tradingeconomics, 2021

BAB II PELUANG PASAR

2.1. TREND PRODUK

Meskipun Jepang masih menjadi negara dengan konsumsi ikan per kapita tinggi di dunia, namun tingkat konsumsi ikan Jepang relatif mengalami tren penurunan. Hal ini dipicu oleh meningkatnya konsumsi daging khususnya kalangan usia muda akibat adanya pengaruh budaya barat. Berdasarkan kalkulasi data yang dikeluarkan oleh MAFF, Jepang, konsumsi daging masyarakat Jepang pada tahun 2011 telah melampaui konsumsi ikan (Grafik 2.1). Meskipun demikian, tingkat konsumsi ikan Jepang masih tinggi jika dibandingkan dengan rata-rata negara lain di dunia. Ikan merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari sejarah dan budaya kuliner Jepang. Hal itu menjadikan Jepang masih menjadi pasar yang menjanjikan bagi produk ikan dunia.



Grafik 2.1. Perbandingan Konsumsi Ikan dan Daging Masyarakat Jepang

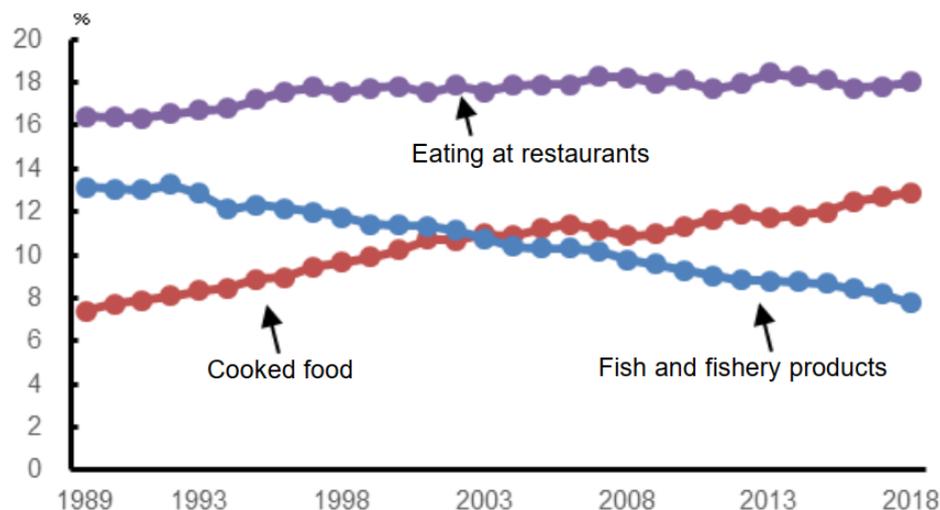
Sumber: MAFF, 2021

Berdasarkan tingkat keseringan (frekuensi) konsumsi ikan, mayoritas masyarakat Jepang sebanyak 39,1% mengkonsumsi ikan sebanyak 2 sampai 3 kali setiap minggu. Lebih lanjut, sebanyak 27,1% menyatakan mengkonsumsi ikan sekali setiap minggu dan 12,9% menyatakan mengkonsumsi ikan sebanyak 2 sampai dengan 3 kali per bulan. Masyarakat Jepang yang mengkonsumsi ikan setiap hari berjumlah 2,7%, sementara lainnya menyatakan mengkonsumsi ikan paling tidak sekali dalam sebulan⁶. Berdasarkan jenisnya, ikan salmon, tuna dan ikan ekor

⁶ Statista, September 2020

kuning (*yellowtail*) menjadi jenis ikan yang paling banyak dikonsumsi dan diperjualbelikan di Jepang.

Sebagian besar masyarakat Jepang memiliki budaya yang sangat menghargai waktu (*on time*). Selain itu, masyarakat Jepang juga memandang bahwa bekerja dalam waktu yang lama (*long hours*) merupakan bentuk dari pengabdian dan kerja keras. Dengan budaya kerja tersebut, waktu yang diperlukan untuk menyelesaikan pekerjaan rumah menjadi semakin singkat sehingga berpengaruh terhadap pola konsumsi masyarakat Jepang modern. Transformasi budaya tersebut mengakibatkan perubahan rasio pengeluaran makanan masyarakat Jepang. Saat ini, masyarakat memiliki kecenderungan untuk menyederhanakan makanan yang dikonsumsi. Masyarakat Jepang lebih memilih produk makanan yang praktis, siap saji serta dapat bertahan dalam waktu yang lama sebagai cadangan stok makanan (*cooked food*) dan lebih memilih untuk makan di *restaurant* dibandingkan dengan memasak di rumah (Grafik 2.2). Hal ini yang mengakibatkan makanan kaleng khususnya produk ikan kaleng digemari di Jepang. Pasar makanan kaleng Jepang pada tahun 2018 mencapai USD 5,0 milyar dan diperkirakan akan mengalami pertumbuhan sebesar 4,6% per tahun hingga mencapai USD 6,6 milyar pada tahun 2024⁷.



Grafik 2.2. Rasio Pengeluaran Konsumsi Masyarakat Jepang

Sumber: MAFF, 2021

Meskipun saat ini sebagian besar masyarakat Jepang lebih memilih menggunakan produk makanan praktis dan siap saji, namun faktor kesehatan dan higienitas makanan masih menjadi faktor yang utama. Permintaan akan kualitas produk yang baik tersebut, menyebabkan konsumen Jepang memiliki toleransi terhadap harga produk yang relatif lebih tinggi atau *willingness to pay* (WTP) relatif tinggi. Namun demikian, dengan adanya pelemahan ekonomi Jepang akibat pandemi COVID-19 serta persaingan produk impor yang semakin kompetitif,

⁷ Japan Canned Food Market - Forecasts from 2019 to 2024

konsumen Jepang, khususnya kalangan muda saat ini lebih memprioritaskan produk ikan kaleng dengan harga yang murah namun memiliki kualitas yang tetap terjaga⁸. Seperti dalam banyak kategori makanan kemasan lainnya, konsumen Jepang cenderung menyukai ukuran kemasan yang lebih kecil untuk produk ikan kaleng. Hal ini disebabkan oleh rata-rata jumlah anggota keluarga Jepang yang sedikit, populasi yang didominasi oleh penduduk berusia tua serta gaya hidup yang semakin sibuk⁹. Produk tuna kaleng yang dipasarkan di Jepang rata-rata memiliki berat 70 gr sampai dengan 210 gr per kaleng. *Sample* ukuran produk tuna kaleng yang dipasarkan di Jepang dapat dilihat pada Gambar 2.1 berikut. Sebagian besar produk tuna kaleng yang dipasarkan di Jepang dalam bentuk serpihan *tuna flakes*.



Gambar 2.1. Berbagai Produk Tuna Kaleng yang dipasarkan di Jepang

Sumber: Rakuten, Japan dan Takshi *online store*, 2021

Terkait dengan kemasan, saat ini sebagian besar produk tuna kemasan yang dipasarkan di Jepang masih menggunakan produk berbahan metal. Namun demikian, terdapat tren baru terkait kemasan. Meningkatnya permintaan konsumen akan kenyamanan mendorong produsen untuk beralih dari kaleng makanan logam ke plastik. Selain lebih ringan dan lebih mudah untuk dibawa, kemasan plastik juga dapat menurunkan biaya produksi serta lebih mudah dalam proses pengolahan sampahnya. Kemasan kantong plastik dipandang lebih nyaman oleh beberapa konsumen karena kemudahannya yaitu sekali pakai. Namun demikian, kemasan plastik pada umumnya memiliki kemampuan kualitas pengawetan yang lebih rendah dibandingkan dengan kaleng. Hal ini menjadi tantangan tersendiri bagi produsen untuk terus mengembangkan inovasi terbaru dalam hal kemasan produk olahan ikan yang lebih inovatif dengan harga yang murah namun memiliki kemampuan pengawetan yang baik.

2.2 STRUKTUR PASAR

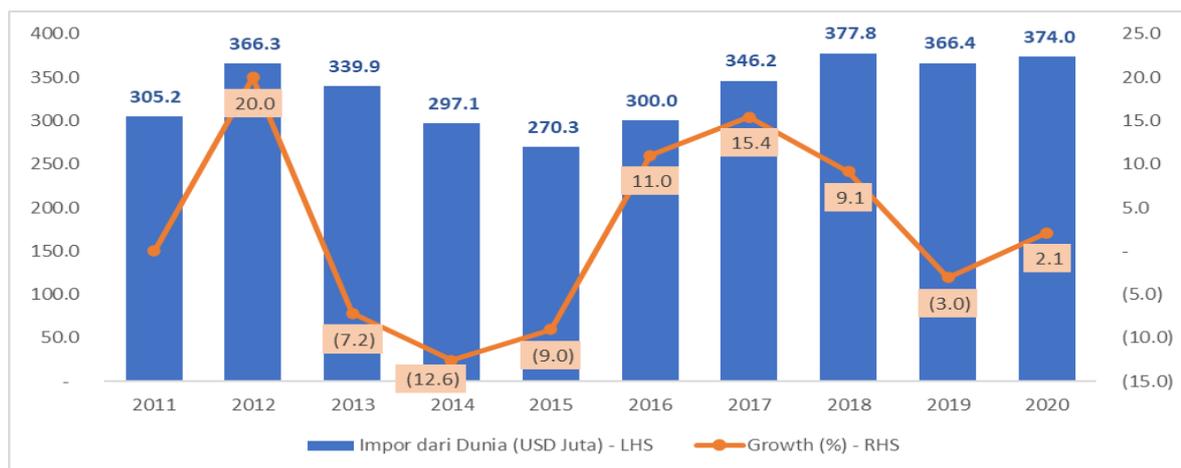
Jepang merupakan negara importir tuna kaleng terbesar ke-8 dunia pada tahun 2020, setelah Amerika Serikat (AS) negara-negara Eropa antara lain Italia, Spanyol, Perancis, Inggris, Jerman dan Belanda. Pada tahun 2020, impor tuna

⁸ Sector Trend Analysis – Fish and seafood trends in Japan, Canada, July 2020

⁹ Euromonitor, 2021

kaleng Jepang memiliki pangsa 4,5% dari total impor tuna kaleng dunia. Selama 5 (lima) tahun terakhir, impor tuna kaleng Jepang juga mengalami pertumbuhan positif sebesar 5,1% per tahun, sedikit lebih rendah dari pertumbuhan impor tuna kaleng dunia yang mencapai 6,7% per tahun (ITC Trademap, 2021). Tren pertumbuhan impor positif tersebut didongkrak oleh pertumbuhan signifikan pada tahun 2020 dengan adanya pandemi COVID-19 yang berdampak pada pembatasan kegiatan sosial kemasyarakatan untuk menghindari penyebaran virus lebih luas. Pembatasan kegiatan masyarakat yang dilakukan oleh hampir seluruh negara di dunia, mendorong meningkatnya permintaan akan makanan kaleng khususnya produk tuna kaleng sebagai stok penyimpanan makanan pada saat krisis.

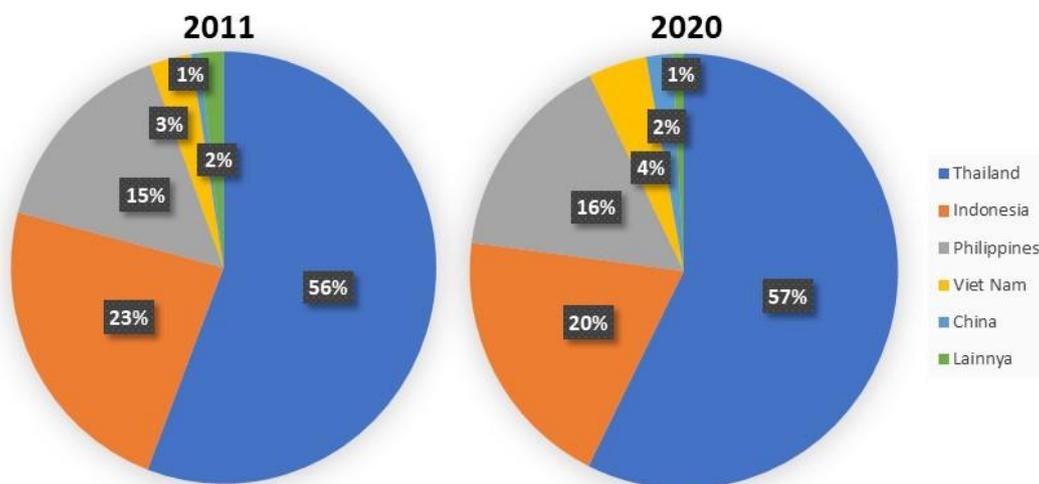
Apabila dilihat dari *time span* yang lebih panjang, selama 10 (sepuluh) tahun terakhir, permintaan impor tuna kaleng Jepang secara rata-rata mengalami peningkatan sebesar 1,8% per tahun, meskipun tercatat pernah mengalami penurunan pada beberapa tahun. Impor tuna kaleng Jepang tercatat sempat mengalami penurunan signifikan pada rentang tahun 2013 sampai dengan 2015 yang mengalami penurunan berturut-turut sebesar -7,2% YoY; -12,6% YoY dan -9,0% YoY. Penurunan permintaan tuna kaleng pada periode tersebut disebabkan oleh melemahnya nilai tukar Jepang Yen terhadap mata uang asing serta meningkatnya permintaan akan jenis ikan lain yang lebih murah¹⁰. Permintaan tuna kaleng Jepang kembali mengalami *rebound* pada tahun 2016 sampai dengan 2018 dengan mengalami peningkatan berkisar 9,0% YoY sampai dengan 15,4% YoY, permintaan tuna kaleng tersebut kemudian mengalami sedikit pelemahan kembali pada tahun 2019 (Grafik 2.3). Pada tahun 2020, krisis kesehatan yang terjadi secara global, termasuk negara Jepang mendorong peningkatan permintaan tuna kaleng. Impor Jepang untuk produk tuna kaleng meningkat 2,1% dibandingkan dengan tahun sebelumnya sehingga mencapai USD 374,0 Juta di tahun 2020.



Grafik 2.3 Perkembangan Impor Tuna Kaleng di Jepang dari Dunia
 Sumber: Trademap, 2021 (diolah)

¹⁰ FAO *Market reports*, 2015

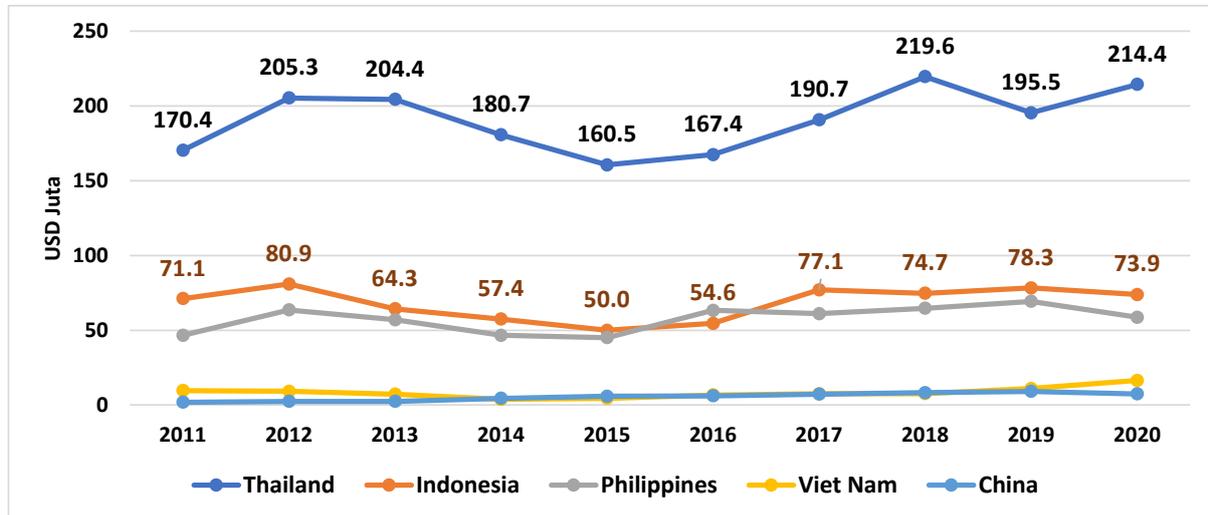
Berdasarkan negara asal impor tuna kaleng Jepang, pemasok utama produk tuna kaleng di pasar Jepang adalah Thailand yang menguasai lebih dari 50% pangsa pasar produk tuna kaleng Jepang. Thailand mengalami kenaikan pangsa pasar produk tuna kaleng dari 56% pada tahun 2019 menjadi 57% di tahun 2020. Indonesia berada di urutan ke-2 sebagai negara pemasok produk tuna kaleng di pasar Jepang, setelah Thailand, dengan pangsa mencapai 20% dari total impor Jepang. Berbeda dengan Thailand, Indonesia justru mengalami penurunan pangsa pasar dari 23% di tahun 2019 menjadi 20% di tahun 2020. Negara lain yang menjadi asal impor produk tuna kaleng Jepang adalah Filipina dan Vietnam yang memiliki peran masing-masing sebesar 16% dan 4% di tahun 2020. Kedua negara tersebut juga masing-masing mengalami peningkatan pangsa pasar sebesar 1% dibandingkan tahun 2019 (Grafik 2.4). Secara umum, negara pesaing Indonesia untuk produk tuna kaleng di pasar Jepang adalah negara-negara tetangga yang berada di kawasan ASEAN yaitu Thailand, Filipina dan Vietnam. Meskipun Indonesia menguasai 20% dari total impor tuna kaleng di Jepang, posisi pasar Indonesia perlu terus diwaspadai. Hal tersebut mengingat pada tahun 2020, Indonesia telah kehilangan pangsa pasar sebesar 3% yang beralih ke negara pesaing yaitu Thailand, Filipina dan Vietnam yang masing-masing berhasil meningkatkan pangsa sebesar 1%. Thailand, Filipina dan Vietnam berhasil merebut pangsa pasar produk tuna kaleng Indonesia di Jepang.



Grafik 2.4 Pangsa Impor Tuna Kaleng di Jepang menurut Negara Asal Impor
 Sumber: Trademap, 2021 (diolah)

Dari sisi nilai impor, nilai impor Jepang dari Thailand telah melebihi angka USD 200 Juta, dengan mencapai USD 214,4 juta di tahun 2020 (naik 9,7% YoY). Sementara itu, kinerja impor Jepang dari negara pemasok utama lainnya pada periode yang sama adalah sebagai berikut, impor Jepang dari Indonesia sebesar USD 73,9 juta (turun 5,7% YoY), impor dari Filipina sebesar USD 58,7 juta (turun 15,4%), dari Vietnam sebesar USD 16,4 juta (naik 49,3%), dan dari Rep. Rakyat

China sebesar USD 7,5 juta (turun 18,2%). Kelima negara utama pemasok tersebut telah berkontribusi terhadap 99,2% impor produk tuna kaleng Jepang. Dari kelima negara pemasok utama, hanya Thailand dan Vietnam yang mengalami kinerja pertumbuhan positif, sedangkan negara lainnya seperti Indonesia, Filipina dan RRT justru mengalami penurunan (Grafik 2.5).



Grafik 2.5. Perkembangan Impor Tuna Kaleng di Jepang menurut Negara Asal Impor

Sumber: Trademap, 2021 (diolah)

Dengan memperhatikan kondisi di atas, Indonesia sangat perlu mewaspadaai kinerja 4 (empat) negara pesaing utama yaitu Thailand, Vietnam, Filipina dan RRT. Pada tahun 2020, di saat impor produk tuna kaleng Jepang tumbuh positif, impor dari Indonesia justru mengalami penurunan nilai ekspor disertai dengan penurunan pangsa pasar. Hal itu mengindikasikan bahwa telah terjadi pergeseran (*shifting*) dimana pangsa pasar Indonesia semakin berkurang dan negara pesaing berhasil merebut pangsa pasar produk tuna kaleng Indonesia. Dari segi harga impor dengan menggunakan pendekatan *unit value*, harga impor tuna kaleng dari Indonesia relatif lebih tinggi atau memiliki harga yang lebih mahal dibandingkan dengan negara pesaing utama lainnya. Harga impor produk tuna kaleng Jepang dari Indonesia di tahun 2020 mencapai USD 6,22/Kg. Harga Indonesia lebih tinggi dari rata-rata harga yang dimiliki oleh negara pesaing, negara lainnya justru menawarkan harga yang lebih rendah. Rata-rata harga impor produk tuna kaleng dari 5 (lima) negara pemasok utama yaitu USD 5,49/Kg. Filipina dan Vietnam masing-masing menawarkan harga sebesar USD 5,32/Kg dan 5,98/Kg. RRT menjadi negara yang menawarkan harga termurah yaitu USD 4,49/Kg, sedangkan Thailand sebagai *leading supplier* di pasar Jepang memberikan harga yang kompetitif yaitu USD 5,42/Kg. (Tabel 2.1).

Tabel 2.1. Perbandingan Harga Produk Tuna Kaleng Jepang dari 5 (lima) Negara Pemasok Utama

No.	Negara	<i>Unit value</i> Impor 2020(USD/Kg)
1	Thailand	5.42
2	Indonesia	6.22
3	Filipina	5.32
4	Vietnam	5.98
5	RRT	4.49

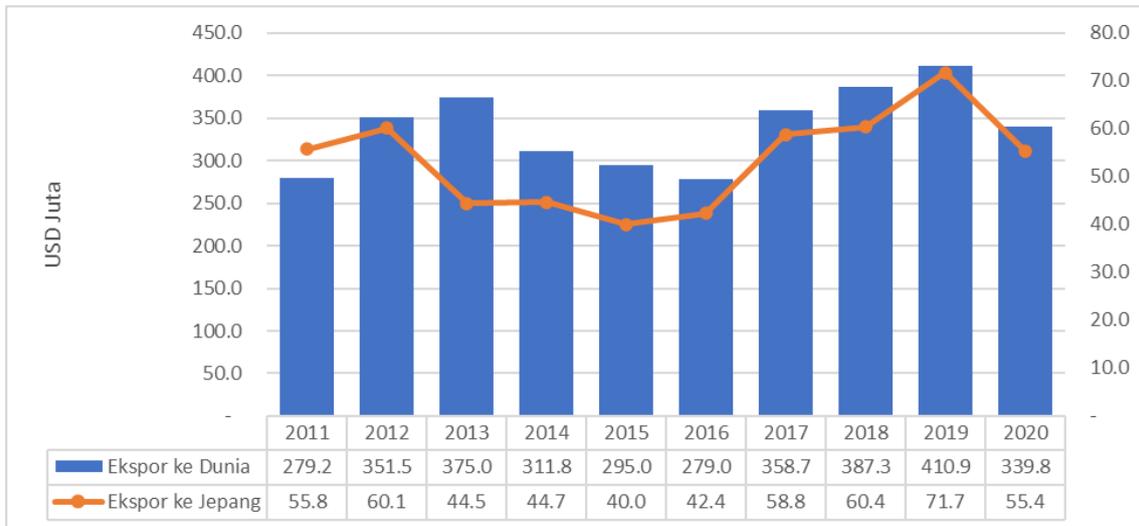
Sumber: ITC, Trademap (2021) dan Hasil kalkulasi penulis

Lebih lanjut, apabila kita melihat dari sisi pasokan produk tuna kaleng Indonesia yang didekati dengan kinerja ekspornya, ekspor Indonesia akan produk tuna kaleng di tahun 2020 mencapai USD 339,8 Juta, turun dibandingkan dengan periode tahun 2019 yang mencapai USD 410,9 Juta. Penurunan nilai tersebut relatif signifikan yaitu mencatatkan penurunan sebesar -17,3% YoY. Penurunan nilai ekspor tersebut disebabkan oleh penurunan volume ekspor dari 115,6 ribu MT di tahun 2019 menjadi 103,8 ribu MT pada tahun 2020 atau turun sebesar -10,2% YoY (Grafik 2.6). Nilai ekspor mengalami penurunan lebih tajam dibandingkan dengan penurunan volume ekspornya mengindikasikan bahwa telah terjadi penurunan harga (*unit value*) ekspor produk tuna kaleng Indonesia. Di tahun 2019, *unit value* ekspor tuna kaleng Indonesia *Free on Board* (FoB) mencapai USD 3,6/Kg sedangkan di tahun 2020, harganya turun menjadi USD 3,27/Kg¹¹. Hal ini cukup kontradiksi dengan harga impor tuna kaleng Jepang dari Indonesia yang justru merefleksikan harga impor tinggi. Dengan data tersebut, dapat diasumsikan bahwa faktor yang membuat kurang kompetitifnya produk tuna kaleng Indonesia di Jepang dibandingkan dengan negara pesaing lainnya berasal dari faktor biaya impor lainnya seperti jasa angkut (logistik dan transportasi) serta beban bea masuk impor Jepang. Meskipun pada tahun 2020, total ekspor produk tuna kaleng Indonesia turun, namun secara rata-rata kinerja ekspor selama 5 (lima) tahun terakhir masih menunjukkan tren pertumbuhan positif dengan rata-rata pertumbuhan sebesar 5,5% per tahun.

Lebih lanjut, sejalan dengan pertumbuhan nilai total ekspornya ke dunia, ekspor tuna kaleng Indonesia ke Jepang juga mencatatkan pertumbuhan negatif. Ekspor produk tuna kaleng Indonesia ke Jepang tahun 2020 mencatatkan angka USD 55,4 juta. Nilai tersebut turun sebesar -22,7% jika dibandingkan dengan nilai ekspor tahun 2019. Namun demikian, rata-rata presentase kenaikan per tahun masih berada di angka 7,65% selama periode 2016 hingga *full year* tahun 2020. Selama periode 5 (lima) tahun terakhir tersebut, ekspor produk tuna kaleng

¹¹ ITC, Trademap (2021) dan hasil kalkulasi penulis

Indonesia ke Jepang mencatatkan nilai tertinggi di tahun 2019 dengan nilai ekspor sebesar USD 71,7 Juta, naik signifikan 18,7% YoY (Grafik 2.6).

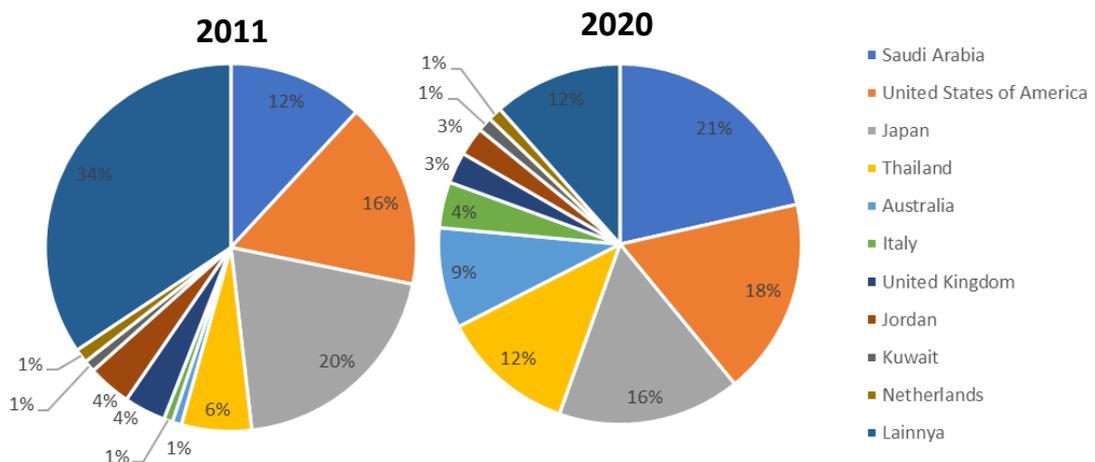


Grafik 2.6. Perkembangan Ekspor Tuna Kaleng Indonesia ke Dunia dan ke Jepang

Sumber: Trademap, 2021 (diolah)

Berdasarkan negara tujuan ekspor produk tuna kaleng Indonesia, Saudi Arabia merupakan negara tujuan utama ekspor di tahun 2020. Nilai ekspor tuna kaleng Indonesia ke Saudi Arabia mencapai USD 72,9 juta atau sekitar 21% dari total ekspor tuna kaleng Indonesia di tahun 2020. Nilai tersebut naik 10,0% jika dibandingkan tahun 2019. Amerika Serikat (AS) berada di posisi ke-2 sebagai negara tujuan ekspor, dengan pangsa sebesar 18% dan nilai ekspor mencapai USD 60,0 Juta. Jepang sendiri merupakan negara tujuan ekspor tuna kaleng Indonesia ke-3, setelah Saudi Arabia dan Amerika Serikat. Sebesar 16% dari total ekspor tuna kaleng Indonesia ditujukan ke pasar Jepang. Thailand berada di posisi ke-4 dengan pangsa 12%, sedangkan di posisi ke-5 adalah Australia (pangsa 9%) (Grafik 2.7).

Dengan memperhatikan struktur negara tujuan ekspor produk tuna kaleng Indonesia tersebut, terdapat beberapa indikasi kesimpulan yang perlu menjadi perhatian khususnya dalam menebus potensi tuna kaleng di pasar Jepang. Pertama, telah terjadi pergeseran negara tujuan ekspor, Jepang pernah menjadi negara tujuan utama ekspor tuna kaleng Indonesia pada 2011, namun posisinya telah digeser oleh Saudi Arabia dan AS. Kedua, Thailand yang juga menjadi pesaing utama produk tuna kaleng Indonesia di pasar Jepang, justru menjadi negara tujuan utama ekspor Indonesia. Hal ini dapat menjadi indikasi awal bahwa produk tuna kaleng yang diimpor Jepang dari Thailand berasal dari Indonesia. Dengan kata lain, ekspor produk tuna kaleng Indonesia terdapat kemungkinan tidak diekspor secara langsung ke Jepang namun melalui transit negara ke-3 yaitu Thailand.



Grafik 2.7 Pangsa Ekspor Tuna Kaleng Indonesia menurut Negara Tujuan

Sumber: Trademap, 2021 (diolah)

2.3 SALURAN DISTRIBUSI

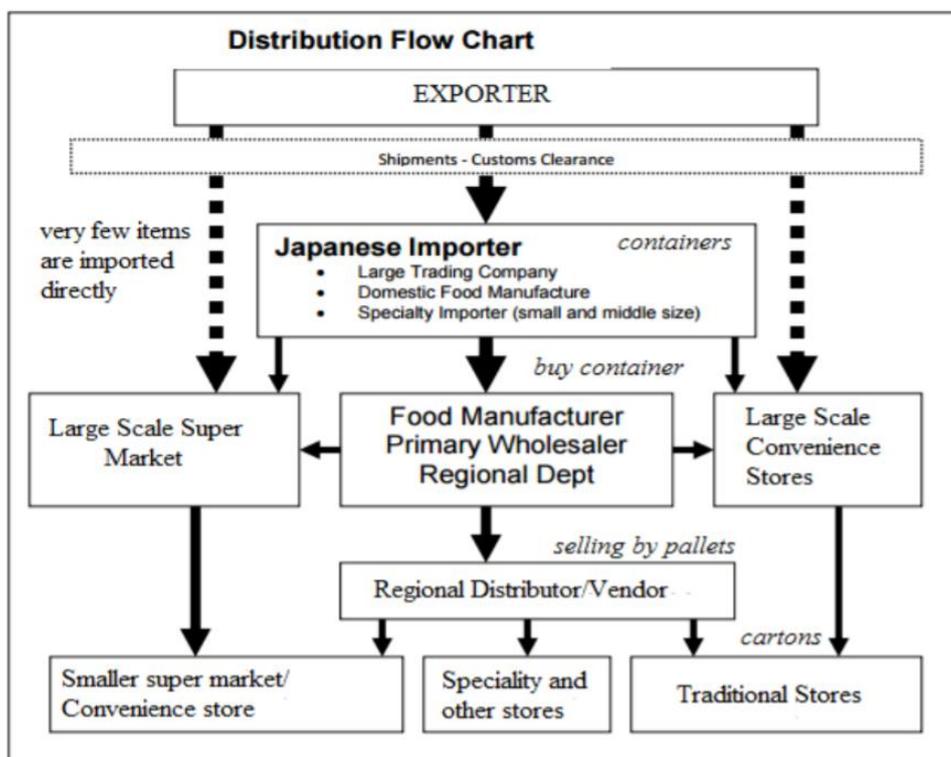
Berdasarkan laporan yang diterbitkan oleh *Japan External Trade Organization* (JETRO), secara umum terdapat 2 (dua) saluran distribusi utama yang terbagi menjadi produk *seafood* dan *processed seafood* di Jepang. Untuk saluran distribusi produk *seafood* yang telah diolah, termasuk di dalamnya produk tuna kaleng relatif lebih singkat jika dibandingkan dengan produk *seafood* segar. Produk olahan *seafood* termasuk produk tuna kaleng biasanya diimpor oleh importir di Jepang. Importir tersebut bisa terdiri dari importir yang sekaligus merangkap sebagai produsen (*manufacturer*), importir *trading company* besar, importir kecil dan menengah serta bisa juga supermarket besar yang telah memiliki kemampuan untuk mengimpor langsung. Impor produk tuna kaleng tersebut kemudian didistribusikan melalui agen ataupun distribusi langsung ke *wholesaler*, supermarket dan toko retail, perusahaan pengolah makanan atau bisa juga langsung didistribusikan ke *restaurant* besar.

Berbeda dengan impor *seafood* segar yang sebagian besar ditujukan kepada *foodservice* atau *restaurant*, produk tuna kaleng didistribusikan ke konsumen melalui supermarket atau toko-toko retail serta *convenience store* atau lebih dikenal dengan “*konbini*” yang banyak dan populer di Jepang. Selain didistribusikan melalui supermarket, toko retail dan *convenience store*, produk tuna kaleng khususnya jenis *tuna flakes* juga didistribusikan ke industri pengolah makanan sebagai bahan baku pembuatan nasi kepal Jepang atau yang dikenal sebagai “*onigiri*” yang banyak dijual di *convenience store*. Beberapa supermarket besar dan *convenience store* yang memiliki pangsa pasar besar di Jepang disajikan pada Tabel 2.2. Lebih lanjut, gambaran secara umum mengenai alur distribusi produk tuna kaleng Jepang dijabarkan melalui Gambar 2.2 berikut.

Tabel 2.1 Beberapa Daftar Supermarket dan Convenience Store di Jepang

Supermarket	AEON, Gyomu Supermarket (業務スーパー), Mandai Supermarket, LIFE Supermarket (ライフスーパー), Tamade Supermarket (スーパー玉出).
Convenience store	Seven Eleven, <i>Family Mart</i> dan Lawson.

Sumber: Hasil pengamatan lapangan penulis, 2021



Gambar 2.3 Saluran Distribusi Produk Tuna Kaleng di Jepang

Sumber: Exporter Guide 2012, USDA GAIN Report 2012

2.4 PERSEPSI TERHADAP PRODUK INDONESIA

Berdasarkan hasil kunjungan lapangan maupun diskusi yang pernah dilakukan oleh ITPC Osaka kepada para importir, *manufacturer* maupun *retailer* produk tuna kaleng Jepang pada periode 2018-2021, sebagian besar menyampaikan bahwa produk tuna kaleng impor yang berasal dari Indonesia memiliki kualitas yang sangat baik. Bahkan terdapat *manufacturer* produk olahan ikan termasuk tuna kaleng Jepang yang membangun pabrik di Indonesia karena kualitas ikan yang dimiliki oleh Indonesia. Salah satu perusahaan Jepang yang membangun pabrik olahan tuna kaleng di Indonesia adalah *Hagoromo Foods*

Corporation. Namun demikian, berdasarkan informasi dari beberapa importir produk tuna kaleng Indonesia, saat ini terdapat keluhan dari supermarket dan toko-toko retail Jepang mengenai harga produk tuna kaleng Indonesia. Produk tuna kaleng Indonesia dinilai memiliki harga yang relatif tinggi jika dibandingkan dengan harga yang ditawarkan oleh negara pesaing. Oleh karena itu, beberapa supermarket sedang mempertimbangkan untuk beralih ke produk sejenis dari negara lain dengan harga yang lebih murah.

BAB III

PERSYARATAN PRODUK

3.1. KETENTUAN PRODUK

3.1.1 Peraturan *Labelling* Produk Perikanan di Jepang

Berdasarkan guidebook yang diterbitkan oleh *Japan External Trade Organization* (JETRO) pada tahun 2011, 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*). Pada saat mengimpor dan menjual produk olahan perikanan termasuk produk tuna kaleng, importir harus memberikan informasi 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*, antara lain: a) nama produk, b) bahan, c) konten/kandungan, d) tanggal kadaluwarsa, e) metode penyimpanan, f) negara asal, dan g) nama dan alamat importir.

a. Nama Produk

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

b. Bahan

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*.

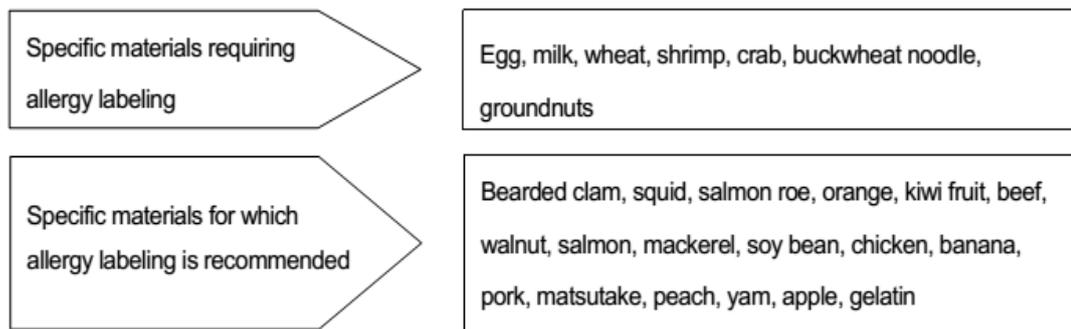
• Zat Aditif

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 terhadap alergi bahan spesifik tertentu, maka berikut disyaratkan untuk ditunjukkan pada label sesuai dengan *Food Sanitation Act*.



Source: Ministry of Health, Labour and Welfare

Gambar 3.1 Ketentuan Label Terkait Alergi

Sumber: JETRO (2011)

Pelabelan bahan adalah wajib untuk produk yang mengandung udang atau kepiting (kotak atas) dan direkomendasikan untuk produk yang mengandung salmon roe (kotak bawah). Jika produk perikanan tersebut (udang, kepiting dan salmon roe) masuk daftar bahan utama, maka tidak diperlukan pelabelan untuk alergi. Namun apabila produk tersebut tidak menjadi bahan utama dan jika nama bahan pada label tidak dapat mengidentifikasi bahan tertentu, maka pelabelan untuk pencegahan alergi diperlukan atau disarankan.

c. Konten dan Kandungan

- **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.

- **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.

- **Fakta Nutrisi (*Nutrition Facts*)**

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:

- Kalori (kkal atau kilokalori)
- Protein (g atau gram)
- Lemak (g atau gram)
- Karbohidrat (g atau gram)
- Natrium
- Komponen nutrisi lainnya untuk diindikasikan pada label

- **Wadah dan pengemasan**

Produk impor yang memenuhi persyaratan berikut harus diberi label untuk dapat diidentifikasi secara legal yaitu:

- Ketika instruksi administratif telah diberikan pada bahan dan struktur wadah dan kemasan serta penggunaan merek dagang untuk produk yang diimpor.
- Saat wadah dan kemasan produk impor dicetak, diberi label, atau ditulis dalam bahasa Jepang.



Gambar 3.2 Label Terkait Wadah dan Kemasan

Sumber: JETRO (2011)

- **Keterangan**

Deskripsi produk dengan keterangan 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 tuna kaleng.

d. Tanggal Kedaluwarsa

Tanggal kadaluwarsa produk ketika disimpan sesuai dengan metode pengawetan yang diberikan dalam keadaan belum dibuka harus dituliskan 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". Ketentuan tanggal

kadaluwarsa berlaku untuk makanan yang kualitasnya memburuk dengan cepat dalam waktu lima hari termasuk tanggal pembuatan, sedangkan ketentuan “*best by*” berlaku untuk produk makanan yang kualitasnya tidak memburuk dengan mudah.

e. Metode Penyimpanan

Metode penyimpanan untuk mempertahankan rasa dan kualitas produk makanan dalam keadaan yang belum dibuka sampai tanggal kadaluwarsa dan “*best by*” harus ditunjukkan pada label sesuai dengan *Act for Standardization and Proper Labeling of Agricultural and Forestry Products* dan *Food Sanitation Act*. Produk makanan yang membutuhkan pelabelan tanggal kadaluwarsa harus diberikan informasi metode pengawetan pada label sebagai contoh “*preserve under 10°C*”, sementara bagi produk yang membutuhkan pelabelan “*best by*” dapat diberikan informasi metode penyimpanan seperti “*keep out of direct sunlight at room temperature,*” dan sebagainya. Namun demikian, informasi mengenai metode penyimpanan dapat dihilangkan dari label untuk produk makanan yang dapat disimpan pada suhu kamar.

f. Negara Asal

Standar pelabelan kualitas untuk produk makanan olahan, yang ditentukan oleh *Act for Standardization and Proper Labeling of Agricultural and Forestry Products*, mensyaratkan informasi mengenai negara asal harus ditampilkan pada label makanan impor sesuai dengan ketentuan yang disajikan pada Tabel 3.1. berikut.

Tabel 3.1 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 set</i> (set of fishery products and vegetables for <i>nabe</i>)

Source: Ministry of Agriculture, Forestry and Fisheries

Sumber: JETRO (2011)

g. 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 dengan menggunakan bahan impor, nama dan alamat produsen atau *supplier* bahan baku harus ditunjukkan pada label.

3.1.2. Tarif Bea Masuk

Tarif bea masuk impor produk tuna kaleng Jepang dari Indonesia, lebih tinggi jika dibandingkan dengan tarif bea masuk negara Thailand. Produk asal Thailand

dan Filipina mendapatkan fasilitas bebas bea masuk, sementara produk asal Indonesia masih dikenakan tarif sebesar 5% dengan menggunakan skema perjanjian perdagangan ASEAN-*Japan Comprehensive Economic Partnership* (AJCEP). Dari segi tarif bea masuk, Thailand dan Filipina diuntungkan jika dibandingkan dengan Indonesia. Hal ini menjadi faktor harga produk tuna kaleng Indonesia dinilai tidak kompetitif dibandingkan dengan harga yang ditawarkan oleh Thailand dan Filipina (Tabel 3.2).

Tabel 3.2 Tarif Bea Masuk (BM) Produk Tuna Kaleng Jepang

Kode HS		General	ASEAN	Thailand	Filipina	Vietnam	Indonesia
160414	010	9,6%	5%	Free	5%	5%	5%
	091		5%	Free	5%	5%	5%
	092		5%	Free	Free	5%	5%
	099		5%	Free	Free	5%	5%

Sumber: *Japan Customs*, 1 April 2021

*Catatan : Tarif BM Vietnam dan Indonesia apabila menggunakan skema AJCEP.

3.2. KETENTUAN PEMASARAN

3.2.1 Peraturan dan Prosedur Persyaratan Impor Jepang

Berdasarkan *guidebook* yang diterbitkan oleh JETRO (2011), impor makanan laut dan olahannya diatur oleh Undang-Undang berikut: a) *the Foreign Exchange and Foreign Trade Act*, b) *the Food Sanitation Act*, dan c) *the Customs Act*.

a. *Foreign Exchange and Foreign Trade Act*

Dalam melakukan impor *seafood* ke dalam wilayah Jepang, para importir harus mematuhi dan tunduk pada regulasi terkait pembatasan impor meliputi : i) Kuota impor (*Import Quota*), ii) Persetujuan impor (*Import Approval*) dan ii) Pengakuan impor (*Import acknowledgment*).

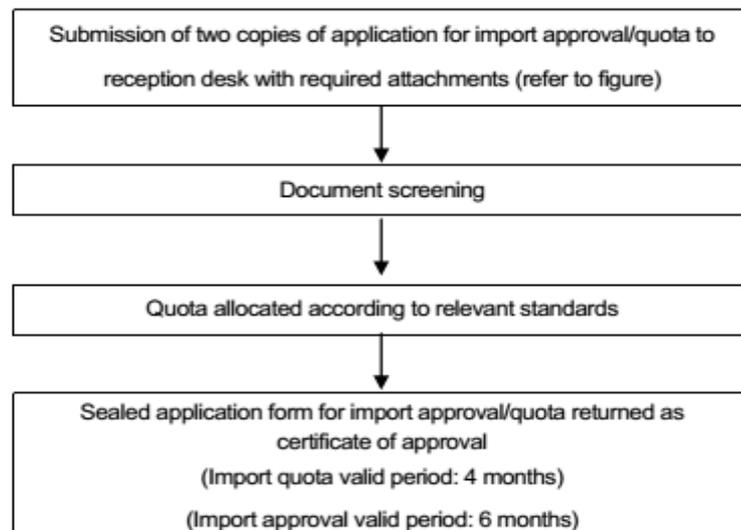
i. Kuota Impor (*Import Quota*)

Importir produk yang terkena ketentuan kuota impor harus mendapatkan kuota impor dan persetujuan impor dari *Ministry of Trade, Economic and Industry* (METI) Jepang. Produk yang terkena kuota impor antara lain: *Herring* (nishin), *cod* (tara), *yellowtail*, *mackerel*, sarden, mackerel kuda, *yellowtail*, kerang, mata kerang, cumi, dll. Baik dalam bentuk hidup, segar, dingin, beku, fillet, atau kering.

Terdapat 4 (empat) mode alokasi pemberian kuota impor: alokasi perusahaan perdagangan (alokasi berdasarkan catatan masa lalu), alokasi operator perikanan, alokasi konsumen, dan alokasi basis kedatangan pertama. Importir baru tanpa pengalaman impor di masa lalu pada

prinsipnya akan dikenakan alokasi dengan basis kedatangan pertama, jika tidak, mereka dapat menerima peralihan alokasi impor dari importir yang sudah memiliki kuota alokasi.

Informasi yang diperlukan tentang kuota impor dipublikasikan melalui situs web METI, Jepang termasuk kualifikasi untuk aplikasi, jumlah yang dialokasikan, tanggal pendaftaran, negara asal impor (impor tidak diperbolehkan dari negara-negara yang tidak ada dalam daftar), serta aplikasi yang digunakan. Prosedur aplikasi kuota impor seperti ditunjukkan dalam bagan alur berikut yang disajikan pada Gambar 3.3 berikut.



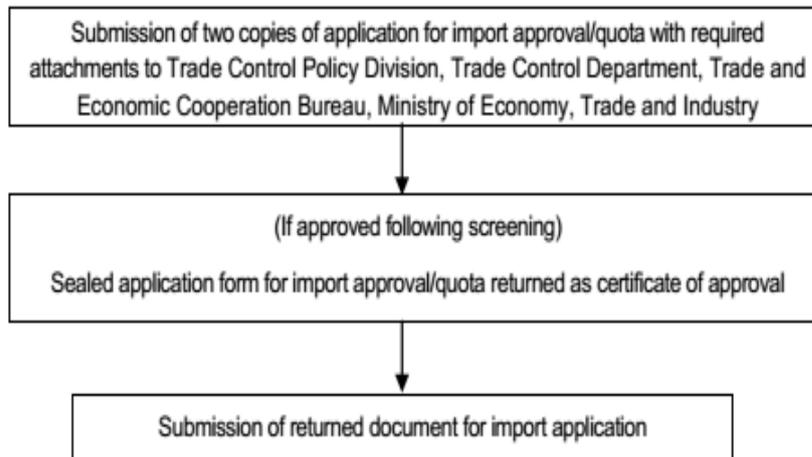
Source: Ministry of Economy, Trade and Industry

Gambar 3.3 Prosedur Kuota Impor

Sumber: JETRO (2011)

ii. Persetujuan Impor (*Import Approval*)

Importir makanan laut dan olahan yang terkena ketentuan persyaratan persetujuan impor harus terlebih dahulu mendapatkan persetujuan impor dari *Ministry of Trade, Economic and Industry* (METI) Jepang. Produk yang harus mendapat persetujuan impor antara lain *Bluefin tuna* (yang dibudidayakan di Samudera Atlantik atau Laut Mediterania baik dalam bentuk segar maupun didinginkan); *Southern bluefin tuna* (dalam bentuk 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. Prosedur persetujuan impor disajikan pada Gambar 3.4. berikut.



Source: Ministry of Economy, Trade and Industry

Gambar 3.4 Prosedur Persetujuan Impor

Sumber: JETRO (2011)

iii. Pengakuan Impor (*Import Acknowledgement*) Sebelum *Customs Clearance*.

Importir makanan laut dan olahan yang terkena ketentuan pengakuan impor harus mendapatkan pengakuan impor dari *Ministry of Trade, Economic and Industry* (METI) Jepang. 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).

Pengakuan Impor (*Import Acknowledgement*) Saat *Customs Clearance*.

Makanan laut dan olahannya yang harus mendapat pengakuan impor saat *customs clearance* antara lain *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 *Customs* Jepang.

b. *Food Sanitation Act*

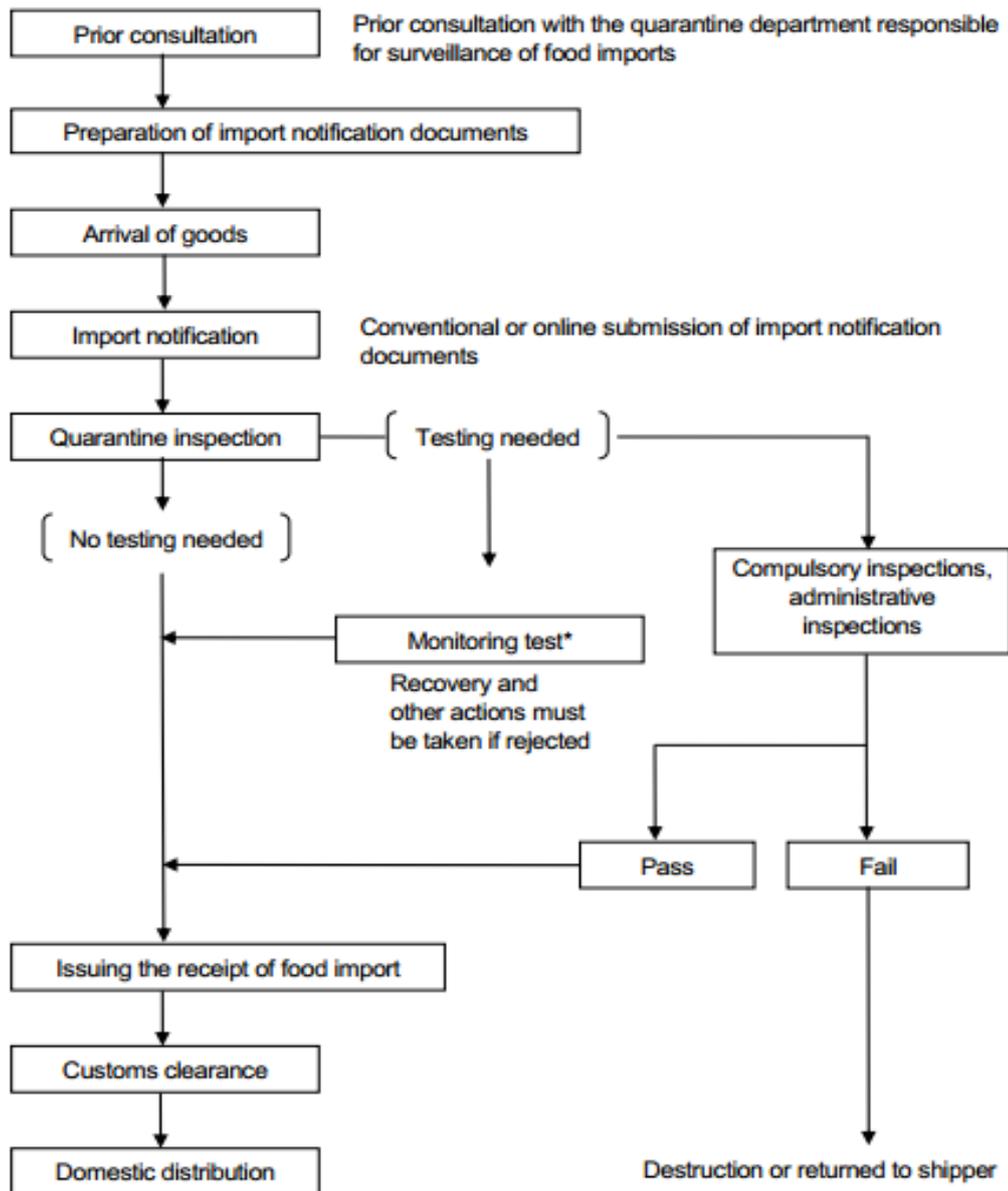
Sesuai dengan Notifikasi No. 370 dari Kementerian Kesehatan, Tenaga Kerja dan Kesejahteraan, "*Standards and Criteria for Food and Additives*" yang dikeluarkan berdasarkan *Food Sanitation Act*, makanan laut dan olahannya harus mematuhi regulasi terkait sanitasi makanan. Regulasi tersebut bertujuan untuk menilai jenis dan rincian bahan mentah, dan untuk menguji jenis dan kandungan zat aditif, residu pestisida, mikotoksin dan sebagainya. Larangan impor dapat dikenakan pada produk makanan apabila mengandung zat aditif, pestisida, mikotoksin dan kandungan lain yang dilarang maupun ketika kadarnya telah melebihi batas yang ditetapkan. Dengan demikian, kandungan dari produk harus diperiksa di lokasi/pabrik tempat produksi sebelum diimpor.

Berdasarkan *Food Sanitation Act*, dokumen-dokumen yang diperlukan harus diajukan kepada *food monitoring departments of Quarantine Stations, Ministry of Health, Labour and Welfare*. Inspeksi lebih lanjut akan dilakukan jika pada pemeriksaan tahap awal diperoleh indikasi bahwa terdapat standar atau kriteria yang tidak sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Namun jika hasil dari pemeriksaan tahap awal tidak ditemukan indikasi tersebut, maka dokumen-dokumen akan dikembalikan dan diserahkan kepada pemohon bersamaan dengan dokumen pabean setelah pengajuan permohonan untuk impor dari Bea Cukai disetujui.

c. *Customs Act*

Berdasarkan *Customs Act*, impor kargo dengan label yang memuat informasi palsu dan menyesatkan terkait asal barang dan kandungan dan sebagainya dilarang. Berdasarkan *Customs Business Act*, deklarasi impor harus dibuat sendiri oleh importir atau didelegasikan kepada pihak yang memiliki lisensi sebagai *registered customs specialists* (termasuk *customs brokers*).

Untuk menerima masuknya kargo di Jepang dari luar negeri, deklarasi impor harus dilakukan di kantor *Customs*, Jepang yang kompeten di kawasan berikat tempat kargo disimpan. Kargo yang memerlukan pemeriksaan pabean menjalani inspeksi yang diperlukan, dan setelah pembayaran bea cukai, pajak konsumsi, izin impor dapat diberikan.



Source: Ministry of Health, Labour and Welfare
 * Import food inspection following notification, conducted by MHLW Quarantine Stations according to the annual plan

Gambar 3.5 *Prosedur Customs Clearance*

Sumber: JETRO (2011)

Lebih lanjut, Tabel 3.3. menyajikan daftar dokumen yang diperlukan untuk *import clearance*.

Tabel 3.3. Dokumen yang Diperlukan 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)

3.2.2. Peraturan dan Prosedur Persyaratan 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) sebagai berikut.

a. **Food Sanitation Act**

Berdasarkan *Food Sanitation Act*, penjualan produk yang mengandung zat berbahaya/beracun atau produk yang memiliki kebersihan (higienitas) yang buruk dilarang. Penjualan makanan laut dan olahannya dalam kemasan harus wajib mematuhi regulasi terkait pelabelan berdasarkan Undang-undang Sanitasi Pangan, dan ketentuan tentang pelabelan keamanan seperti indikasi zat aditif yang digunakan makanan, informasi alergi, bahan baku yang digunakan dan sebagainya.

b. **Product Liability Act**

Produk perikanan (yang meliputi berbagai macam produk kecuali yang belum diolah) harus mematuhi *Product Liability Act*, dengan memperhatikan keselamatan dari isi, wadah/kemasan yang relevan dalam kaitannya dengan masalah-masalah seperti keracunan makanan. *Product Liability Act* mengatur tanggung jawab produsen dan importir terhadap kerusakan produk yang dapat menimbulkan kerugian kepada konsumen. Regulasi tersebut dilatarbelakangi oleh kebijakan untuk membuat importir bertanggung jawab atas kerusakan/kerugian yang mungkin timbul karena konsumen Jepang yang menjadi korban akan kesulitan untuk meminta pertanggungjawaban produsen atau pabrik di luar negeri atas kerusakan/kerugian yang mungkin ditimbulkan. Klaim untuk kompensasi terhadap produsen atau pabrik luar negeri dianggap salah satu *concern* dari importir untuk dibuat dan agar pihak yang terlibat dapat memiliki tanggung jawab untuk menjaga keselamatan makanan.

c. **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. harus memenuhi ketentuan *Act on Specified Commercial Transactions*.

d. **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*, pihak yang menjual produk menggunakan kemasan yang diatur oleh Undang-Undang tersebut harus bertanggung jawab untuk mendaur ulang (namun, perusahaan skala kecil di bawah ukuran tertentu dikecualikan dari kewajiban tersebut).

3.3. METODE TRANSAKSI

Beberapa metode yang digunakan untuk melakukan pembayaran ekspor ke Jepang pada dasarnya mengikuti metode pembayaran ekspor dan impor antara lain 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 serta kepercayaan importir terhadap eksportir produk. *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.

Opsi pembayaran lain adalah dengan 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 sebuah dokumen informal mengenai hutang dengan janji untuk membayar di kemudian hari, biasanya dengan periode waktu 90 hingga 120 hari.

Selain beberapa metode pembayaran di atas, berdasarkan Nota Kesepahaman antara Kementerian Keuangan Jepang dan Bank Indonesia yang ditandatangani pada 5 Desember 2019, perdagangan bilateral dan investasi langsung antara Indonesia-Jepang kini dapat dibayar menggunakan mata uang lokal (*Local Currency Settlement/LCS*) masing-masing negara. Transaksi menggunakan LCS adalah penyelesaian transaksi perdagangan antara 2 (dua) negara yang dilakukan dalam mata uang masing-masing negara di mana proses akhir transaksinya dilakukan di dalam yurisdiksi wilayah negara masing-masing. Kerja sama ini dijalankan berdasarkan penggunaan kuota atau penawaran nilai tukar secara langsung dan melalui perdagangan antar bank, baik dengan mata uang Yen maupun Rupiah. Bank yang ditunjuk sebagai ACCD (*Appointed Cross Currency Dealer*) untuk bekerja sama dan melakukan transaksi mata uang Rupiah dan Yen Jepang dalam skema LCS disajikan pada Tabel 3.4. berikut.

Tabel 3.4 Bank ACCD dalam Skema LCS

Bank Indonesia	Bank Jepang
1. MUFG Bank, Ltd., Jakarta Branch	1. Mizuho Bank, Ltd.
2. PT. Bank BTPN, Tbk	2. MUFG Bank, Ltd.
3. PT. Bank Central Asia (Persero), Tbk	3. PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk, Tokyo Branch
4. PT. Bank Mandiri (Persero), Tbk	4. Resona Bank, Limited
5. PT. Bank Mizuho Indonesia	

6. PT. Bank Negara Indonesia (Persero), Tbk

7. PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk

5. Sumitomo Mitsui Banking Corporation

Sumber: *Ministry of Finance, Japan (2019)*

3.4. INFORMASI HARGA

Produk tuna kaleng di Jepang sebagian besar dijual dalam kemasan kecil berkisar 70 gr sampai dengan 210 gram. Dilansir dari beberapa situs belanja *online* di Jepang, berikut informasi harga jual *retail* produk tuna kaleng khususnya *tuna flakes* di pasar Jepang. Harga tuna kaleng di Jepang berkisar JPY 170,- sampai dengan JPY 425,- untuk kemasan 70 gr. Produk tuna kaleng biasa dijual di supermarket Jepang dalam paket yang berisi 3 sampai dengan 6 kaleng.



伊藤食品 鯖ライトツナフレーク・オイル無添加
210g
Brand: ムソー
★★★★☆ 9 ratings
List Price: ¥648 Details
Price: ¥642 (¥642 / 個)
You Save: ¥6 (1%)
• 原材料: まぐろ, 野菜スープ(野菜:国内産), ローストオニオン(北海道産), 醤油
• 商品サイズ(長さ×奥行×高さ): 8cm×7.7cm×7.7cm
> See more product details



めんツナかん(プレミアム) 90g×6個
Brand: ふくや
★★★★☆ 43 ratings
Amazon's Choice for "めんツナかん"
List Price: ¥8,998 Details
Price: ¥2,550 (¥425 / 個)
You Save: ¥42 (2%)
Brand: ふくや
Package: 0.71 Kilograms
Weight: 66g
Package Information: 缶
About this item
• 原材料: びんまぐろ, 焼栗油, たらこ(すけとうだらのみ, その他), 単子葉種子(黄芽種子, すけとうだらの卵, その他), 調味料(アミノ酸等), 酸化防止剤(V.C.), ナイアシン, 糖(赤102, 糖5, 糖3), 着色料(亜硫酸ナトリウム)
• 内容量: 30g×6個
• 商品サイズ(長さ×奥行×高さ): 7cm×22.8cm×7.8cm
> See more product details



★sinnara★【東送】唐辛子ツナ缶 5個セット
Brand: 東送
★★★★☆ 5 ratings
Price: ¥1,440 (¥288 / 個)
• 甘辛いツナ
• 100g 5個セット
> See more product details



伊藤食品 鯖ライトツナフレーク・油漬 210g
Brand: ムソー
★★★★☆ 14 ratings
List Price: ¥648 Details
Price: ¥642 (¥642 / 個)
You Save: ¥6 (1%)
• 原材料: まぐろ, 米油(国内産), 野菜スープ(野菜:国内産), ローストオニオン(北海道産), 醤油
• 商品サイズ(長さ×奥行×高さ): 8cm×7.7cm×7.7cm
> See more product details



めんツナかんかん(辛口) 90g×6個

Brand: ふくや

★★★★☆ 72 ratings

Price: ¥1,945 (¥324 / 個)

- 原材料:ひん長まぐろ、大豆油、辛子明太子濃込液(唐辛子、すけとうだらの卵、食塩、その他)、唐辛子、調味料(アミノ酸等)、酸化防止剤(V.C)、ナイアシン、着色料(赤102、黄5、赤3)、発色剤(亜硝酸Na)
 - 内容量:90g×6個
 - 商品サイズ(高さ×奥行×幅):7cm×22.8cm×7.8cm
- > See more product details



HAGOROMO Premium Large Canned Tuna Flake
Sea Chicken 4 x Cans – Made in Japan

¥ 2,160

HAGOROMO Sea Chicken Tuna Flake is the best selling tuna cans in Japan. Since its debut in 1958, 10 billion cans have been sold to date. Perfect for sandwiches and sushi and extremely useful for all types of dishes. Hagoromo Foods produces over ten kinds of Sea Chicken, a recognised canned tuna brand in Japan. Using different species of fish, style, packaging and size. If we include our boiled, additive-free and mayonnaise blend products we boast over 20 products in our range. We offer Sea Chicken, an indispensable product in Japanese kitchen.

Producer: Hagoromo Japan
COP: Made in Japan
Amount: 70g x 4 cans of premium tuna
Delivery: Directly from Tokyo, Japan

Gambar 3.6 Informasi Harga Produk Tuna Kaleng di Jepang

Sumber : Berbagai sumber situs belanja di Jepang (2021)

3.5. KOMPETITOR

Jepang memiliki produsen (manufacturer) produk tuna kaleng yang juga menjadi pemain utama di pasar Jepang antara lain *Hagoromo Foods*, *Maruha Nichiro Foods*, *Nippon Suisan Kaisha (Nissui)*, dan *Inaba Foods*, *Nippon Suisan Kaisha*, *Maruha Nichiro Foods*, dan *Marudai Food*. Perusahaan tersebut telah menjadi perusahaan besar dan telah memiliki afiliasi dengan berpartisipasi melalui global value chain (GVC) dengan perusahaan di luar negeri. Sebagai contoh *Hagoromo foods* bersama dengan *Itochu corporation* mendirikan *joint venture company* di Indonesia dengan nama PT Aneka Tuna Indonesia (PT. ATI) yang mulai beroperasi di tahun 1992. *Itochu corporation* bertanggung jawab atas kinerja penjualan dan manajemen sementara *Hagoromo Foods* bertanggung jawab atas produksi produk. Selain menghadapi pesaing dengan *brand* Jepang, Indonesia juga menghadapi pesaing dari eksportir negara lain, yaitu negara Thailand, Filipina, Vietnam dan RRT.

BAB IV KESIMPULAN

Berdasarkan hasil uraian yang disajikan pada Bab sebelumnya, Jepang memiliki potensi pasar yang besar untuk produk tuna kaleng Indonesia. Sebagai negara eksportir produk tuna kaleng dunia, Indonesia diharapkan dapat memanfaatkan peluang pasar tersebut. Namun demikian, terdapat beberapa hal yang perlu menjadi perhatian yang menjadi kesimpulan dari laporan analisis intelijen bisnis sebagai berikut.

1. Terjadi perubahan pola konsumsi masyarakat seiring dengan perubahan budaya masyarakat Jepang. Meskipun saat ini sebagian besar masyarakat Jepang lebih memilih menggunakan produk makanan praktis dan siap saji termasuk produk tuna kaleng, namun faktor kesehatan dan higienitas makanan masih menjadi faktor yang utama. Dengan adanya pelemahan ekonomi akibat pandemi COVID-19 serta persaingan produk impor yang semakin kompetitif, konsumen Jepang, khususnya kalangan muda saat ini lebih memprioritaskan produk dengan harga yang murah.
2. Produk tuna kaleng dipasarkan di Jepang dengan kemasan kecil dengan rata-rata memiliki berat 70 gr-210 gr per kaleng. Hal itu dikarenakan anggota keluarga Jepang berjumlah sedikit serta dominasi populasi penduduk berusia tua.
3. Jepang merupakan negara importir tuna kaleng terbesar ke-8 dunia pada tahun 2020, setelah Amerika Serikat (AS) negara-negara Eropa antara lain Italia, Spanyol, Perancis, Inggris, Jerman dan Belanda. Pada tahun 2020, impor tuna kaleng Jepang memiliki pangsa 4,5% dari total impor tuna kaleng dunia. Selama 5 (lima) tahun terakhir, impor tuna kaleng Jepang juga mengalami pertumbuhan positif sebesar 5,1% per tahun.
4. Berdasarkan negara asal impor, impor produk tuna kaleng Jepang berasal dari negara Thailand, Indonesia, Filipina, Vietnam dan RRT. Kelima negara utama tersebut telah berkontribusi terhadap 99,2% impor produk tuna kaleng Jepang.
5. Dari segi harga impor, harga impor tuna kaleng dari Indonesia memiliki harga yang lebih mahal dibandingkan dengan negara pesaing utama lainnya. Harga impor produk tuna kaleng dari Indonesia di tahun 2020 mencapai USD 6,22/Kg, lebih tinggi dari rata-rata negara lainnya. RRT menjadi negara yang menawarkan harga termurah yaitu USD 4,49/Kg, sedangkan Thailand sebagai *leading supplier* di pasar Jepang memberikan harga yang kompetitif yaitu USD 5,42/Kg.
6. Dari sisi *supply*, dengan memperhatikan struktur negara tujuan ekspor tuna kaleng Indonesia terdapat beberapa indikasi yang perlu menjadi perhatian. **Pertama**, telah terjadi pergeseran negara tujuan ekspor, Jepang pernah menjadi negara tujuan utama ekspor tuna kaleng Indonesia pada 2011, namun posisinya telah digeser oleh Saudi Arabia dan AS. **Kedua**, Thailand yang juga menjadi pesaing utama produk tuna kaleng Indonesia di pasar Jepang, justru menjadi negara tujuan utama ekspor Indonesia. Hal ini dapat menjadi indikasi awal

bahwa produk tuna kaleng yang diimpor Jepang dari Thailand berasal dari Indonesia. Dengan kata lain, ekspor produk tuna kaleng Indonesia terdapat kemungkinan tidak diekspor secara langsung ke Jepang namun juga diekspor melalui transit negara ke-3 yaitu Thailand.

7. Untuk saluran distribusi produk *seafood* yang telah diolah, termasuk di dalamnya produk tuna kaleng relatif lebih singkat jika dibandingkan dengan produk *seafood* segar. Produk olahan *seafood* biasanya diimpor oleh importir di Jepang yang terdiri dari importir yang sekaligus merangkap sebagai produsen (*manufacturer*), importir *trading company* besar, importir kecil dan menengah serta supermarket besar yang telah memiliki kemampuan untuk mengimpor langsung.
8. Berdasarkan *guidebook* yang diterbitkan oleh JETRO, pada saat mengimpor dan menjual produk olahan perikanan termasuk produk tuna kaleng, importir harus memberikan informasi 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*, antara lain: a) nama produk, b) bahan, c) konten/kandungan, d) tanggal kadaluwarsa, e) metode penyimpanan, f) negara asal, dan g) nama dan alamat importir.
9. Di sisi tarif bea masuk, Thailand dan Filipina diuntungkan jika dibandingkan dengan Indonesia. Produk asal Thailand dan Filipina mendapatkan fasilitas bebas bea masuk, sementara produk asal Indonesia masih dikenakan tarif sebesar 5% dengan menggunakan skema perjanjian perdagangan ASEAN-Japan *Comprehensive Economic Partnership (AJCEP)*.
10. Dengan memperhatikan setidaknya 3 (tiga) indikator ekspor produk tuna kaleng Indonesia ke Jepang yaitu nilai ekspor, pertumbuhan nilai ekspor dan pangsa pasar, Indonesia sangat perlu mewaspadaikan kinerja 4 (empat) negara pesaing utama yaitu Thailand, Vietnam, Filipina dan RRT.
11. Dengan harga dan tarif BM yang tinggi, pangsa pasar tuna kaleng Indonesia di pasar Jepang mengalami penurunan dan telah berhasil direbut oleh negara pesaing. Indonesia telah kehilangan pangsa pasar sebesar 3% di tahun 2020, sementara Thailand, Filipina dan Vietnam mengalami kenaikan pangsa masing-masing sebesar 1%.
12. Oleh karena itu, diperlukan upaya serius termasuk salah satunya negosiasi kerjasama perdagangan bilateral Indonesia-Jepang dengan melakukan *general review Indonesia-Japan Economic Partnership Agreement (IJEPA)* untuk negosiasi penurunan tarif BM produk tuna kaleng Jepang dari Indonesia. Diharapkan dengan negosiasi tersebut dapat semakin meningkatkan daya saing produk tuna kaleng Indonesia di pasar Jepang.

LAMPIRAN

1. DAFTAR IMPORTIR, *RETAILER*, DAN ASOSIASI

Nama perusahaan/ organisasi	Alamat/ No. Telp	Website
Kobe Bussan Co. Ltd. (Supermarket <i>chain</i> di Jepang)	125-1 Hirano, Kakogawa- cho,Kakogawa-shi, Hyogo 675-0063	Website : https://www.kobebussan.co.jp/english/
Maruha Nichiro (<i>Manufacturer</i> sekaligus <i>trading</i> <i>company</i>)	3-2-20 Toyosu, Koto-ku, Tokyo 135-8608	Website : https://www.maruha-nichiro.com/
Nippon Suisan Kaisha (<i>Manufacturer</i> sekaligus <i>trading</i> <i>company</i>)	559-6, Kitano- machi, Hachioji- shi, Tokyo 192- 0906	Website: https://reg26.smp.ne.jp/
Toyota Tsusho Foods Corporation	2-3-13, Konan, Minato-ku, Tokyo 108-0075, Japan	Website: https://www.toyotsu-shokuryo.com/
<i>Japan Fisheris</i> <i>Association</i>	Sankaido Bldg. (9th Floor) 1-9-13 Akasaka, Minato-ku Tokyo 107-0052 Japan Tel: 03-3568-6388 Fax: 03-3568-6389	Website : http://oprt.or.jp/eng/members/japan-fisheries-association/
<i>Japan Fish Traders</i> <i>Association</i>	Telp : +81-3-5280- 2891	Website : http://www.ifta-or.jp/ (Japanese only)

2. DAFTAR PAMERAN

Nama Pameran	Waktu Pelaksanaa	Keterangan Informasi
Japan International Seafood Technology Expo	8-10 November 2021	https://www.seafood-show.com/japan/en.php
FOODEX Japan	8-11 Maret 2022	https://www.jma.or.jp/foodex/en/
Supermarket Trade Show	16-18 Februari 2022	National Supermarket Association of Japan (NSAJ) Tel : +81-3-5209-1056 E-mail : trade@smts.jp
Japan Seafood Expo Osaka	2-3 Maret 2022	https://seafood-show.com/osaka/

Sumber: Pengamatan penulis periode 2018-2021

3. SUMBER INFORMASI YANG BERGUNA

Nama Organisasi	Website/ E-mail
Indonesian Trade Promotion Center (ITPC) Osaka	Website : http://itpc.or.jp/ inquiry : http://itpc.or.jp/app/inquiry/form E-mail: itpc.osaka@kemendag.go.id
Atase Perdagangan KBRI Tokyo	E-mail : atdag-jpn@kemendag.go.id ; trade@kbritokyo.jp ;
Fungsi Ekonomi - Konsulat Jenderal Republik Indonesia (KJRI) di Osaka	Website : https://kemlu.go.id/osaka/id
Balai Pendidikan dan Pelatihan Ekspor Indonesia (PPEI), Kementerian Perdagangan RI (informasi pelatihan prosedur ekspor)	Website : http://ppei.kemendag.go.id/en/
Indonesia Design Development Center (IDDC), Kementerian Perdagangan RI (klinik konsultasi <i>design</i> produk, kemasan, dll)	Website : http://iddc.kemendag.go.id/service/design-clinic

<i>Japan External Trade Organization</i> (JETRO) Jakarta	Alamat: Summitmas 1, Lantai 6 Jl.Jend Sudirman Kav 61-62 Jakarta 12190 Tel: 62-21-5200264 (Hunting) Fax: 62-21-5200261 E-mail: jktjetro@jetro.go.jp
<i>Customs Japan</i> (informasi tarif bea masuk)	Website : https://www.customs.go.jp/english/