



Laporan Analisis Intelijen Bisnis

*Frozen Shrimp and
Prawns (Udang Beku)*
HS: 030617

**Atase Perdagangan
KBRI Tokyo
2021**



RINGKASAN EKSEKUTIF

Indonesia merupakan negara produsen udang ke-5 dunia, setelah Republik Rakyat Tiongkok (RRT), Ekuador, Vietnam dan India dengan perkiraan jumlah produksi mencapai 450 ribu MT pada tahun 2021 (Anderson, *et al.*, 2019). Sebesar 77,3% produksi udang dunia berasal dari produksi budidaya (*aquaculture*), sedangkan 17,4% dan 5,3% lainnya berasal dari *wild caught* dan *coldwater* (Statista, 2021). Dari sisi *demand*, permintaan udang dunia diperkirakan akan terus mengalami kenaikan dengan CAGR sebesar 1,5% hingga tahun 2026. Dengan tingkat permintaan yang terus tumbuh, udang menjadi salah satu primadona ekspor sektor perikanan Indonesia. Nilai ekspor udang Indonesia di tahun 2020 mencapai USD 1,6 milyar dengan volume ekspor sebesar 187,6 ribu MT (BPS, PDSI Kemendag RI, 2021). Udang Indonesia diekspor dalam bentuk segar, beku maupun dikeringkan (*dried and salted*). Dari ketiga kategori tersebut, sebesar 88,5% udang Indonesia diekspor dalam bentuk beku.

Pasar utama dunia untuk produk udang adalah negara-negara yang berada di kawasan Amerika, Asia dan Eropa. Impor dari kawasan Amerika, Asia dan Eropa tersebut memiliki pangsa sebesar 32%, 27% dan 25% dari total kebutuhan impor udang dunia (ITC, Trademap, 2021). Di kawasan Asia, Jepang menjadi negara pengimpor terbesar ke-2 setelah RRT. Jepang merupakan negara dengan konsumsi per kapita udang tertinggi dunia, mencapai 3,28 Kg, sedangkan AS berada di posisi ke-2 dengan konsumsi per kapita mencapai 1,3 Kg. Dalam memenuhi kebutuhannya, Jepang bergantung dari impor dikarenakan terbatasnya areal produksi budidaya udang. Beberapa jenis udang yang banyak dikonsumsi di Jepang antara lain jenis *giant tiger* dan *white leg shrimp*. Telah terjadi perubahan pola konsumsi masyarakat Jepang yang cenderung lebih memilih produk makanan praktis dan tahan lama sehingga produk beku (*frozen*) banyak digemari termasuk untuk produk udang. Meskipun demikian, faktor kesehatan dan kandungan gizi tetap menjadi prioritas.

Jepang merupakan negara importir udang beku ke-3 dunia pada tahun 2020, setelah AS dan RRT dengan pangsa 8,0% dari total impor udang beku dunia. impor udang beku Jepang selama 5 (lima) tahun terakhir mengalami penurunan sebesar -4,71% per tahun. Penurunan itu berbalik dengan tren dunia yang justru naik sebesar 5,4% per tahun. Pelemahan ekonomi dan krisis kesehatan global menjadi pemicu turunnya permintaan impor udang beku. Penjualan *retail* menurun dikarenakan konsumen lebih cenderung memiliki produk *canned food* untuk membatasi frekuensi belanja ke supermarket sedangkan di sisi industri makanan dan restoran juga mengalami penurunan dengan pembatasan kegiatan masyarakat serta larangan kedatangan bagi wisatawan asing. Meskipun demikian, udang beku tetap menjadi produk *seafood* yang paling banyak diimpor oleh Jepang dengan pangsa sebesar 13,3% dari total impor perikanan Jepang.

Negara pesaing Indonesia untuk udang beku di pasar Jepang adalah Vietnam, Thailand serta India. Selain itu, posisi Indonesia sebagai pemasok udang beku di pasar Jepang perlu terus diwaspadai mengingat pada tahun 2020, Indonesia telah kehilangan pangsa pasar, meskipun masih relatif kecil yaitu 0,4%. Sementara Vietnam dan India justru mengalami kenaikan pangsa pasar yang signifikan. Vietnam mengalami kenaikan pangsa pasar sebesar 3,5% selama rentang waktu 8 tahun terakhir dari 18,6% pada 2012 menjadi 22,1% di 2020. Sama dengan Vietnam, India yang menduduki peringkat ke-2 negara asal impor, juga mengalami kenaikan pangsa pasar yang signifikan dari 12,0% di 2012 menjadi 21,0% di tahun 2020. India telah berhasil menyaingi posisi Indonesia di pasar udang beku Jepang. Hal lain yang perlu diwaspadai bagi ekspor udang beku Indonesia adalah pertumbuhan signifikan impor Jepang dari Argentina. Lebih lanjut, dari segi harga impor, impor udang beku Jepang dari Indonesia mencatatkan harga impor rata-rata USD 10,7/Kg di tahun 2020. Harga udang Indonesia tersebut sedikit lebih rendah jika dibandingkan dengan Vietnam yang menawarkan harga sebesar USD 11,18/Kg. India menjadi negara yang menawarkan harga terendah sebesar USD 8,13/Kg sementara Argentina dan Thailand menawarkan harga sebesar USD 8,89/Kg dan USD 9,79/Kg.

Apabila dilihat dari sisi pasokan ekspor udang beku Indonesia, ekspor udang beku Indonesia ke dunia di tahun 2020 mencatatkan pertumbuhan sebesar 11,7% YoY. Kenaikan nilai ekspor tersebut disebabkan naiknya volume ekspor yang disertai juga dengan kenaikan harga (*unit value*) ekspor udang beku Indonesia. Berdasarkan negara tujuan ekspor udang beku Indonesia, Amerika Serikat (AS) merupakan negara tujuan utama, sedangkan Jepang berada di posisi ke-2 negara tujuan ekspor. Telah terjadi pergeseran pangsa negara tujuan ekspor, pangsa Jepang sebagai negara tujuan ekspor udang beku mengalami penurunan. Indonesia mengalihkan pasar ekspor udang beku dari Jepang ke AS. Indonesia bersaing ketat dengan Vietnam dan India di pasar Jepang. Tingginya investasi perusahaan Jepang di sektor udang Vietnam mengakibatkan naiknya impor udang beku Jepang dari Vietnam.

Secara umum terdapat 2 (dua) saluran utama udang beku di pasar Jepang yaitu saluran distribusi impor untuk udang beku yang diperuntukkan untuk dijual *retail* ke supermarket dan distribusi untuk industri makanan, restoran dan hotel. Importir udang beku Jepang terdiri dari importir *trading company* besar, importir kecil dan menengah serta supermarket besar yang telah memiliki kemampuan untuk mengimpor langsung serta importir yang merangkap (*manufacturer*) untuk produk makanan olahan. Untuk produk udang beku yang ditujukan untuk *retail*, importir biasanya melakukan *re-packing* ulang sesuai dengan ukuran dan takaran yang diinginkan untuk kemudian didistribusikan kepada supermarket.

Secara umum, importir Jepang bersifat hati-hati, sebagian besar akan melakukan kunjungan sebelum melakukan impor untuk *quality control* dan *technical assistance*. Produk udang beku di Jepang yang ditujukan untuk dijual secara langsung ke konsumen (*retail*) melalui supermarket, sebagian besar dijual dalam kemasan 300 gr, 500 gr, 600gr sampai

dengan 900 gr. harga jual *retail* produk udang beku Harga udang beku di Jepang berkisar JPY 1.200,- sampai dengan JPY 1.800- untuk kemasan 500 gr. Untuk produk 900 gr terdapat udang beku yang dijual dengan harga JPY 2.000,- sampai dengan JPY 2.300,-. Beberapa metode yang digunakan untuk melakukan pembayaran ekspor ke Jepang pada dasarnya mengikuti metode pembayaran ekspor dan impor. Secara umum, metode pembayaran yang digunakan adalah *telegraphic transfer* (T/T) dan *letter of credit* (L/C). Selain itu, berdasarkan Nota Kesepahaman antara Kementerian Keuangan Jepang (*Ministry of Finance, Japan*) dan Bank, perdagangan bilateral dan investasi langsung antara Indonesia-Jepang juga dapat dibayar menggunakan mata uang lokal melalui skema LCS (*Local Currency Settlement*).

Berdasarkan *guidebook* tersebut, 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*). Hanya produk yang memenuhi ketentuan tersebut yang bisa masuk ke Jepang. Importir akan memberikan informasi spesifikasi yang dibutuhkan. Tarif bea masuk impor udang beku Jepang dari Indonesia mendapatkan fasilitas bebas bea masuk (*free*) yang juga diberikan ke negara pesaing lainnya yaitu, Vietnam, India dan Thailand. Sementara untuk Argentina yang belum memiliki kerjasama perdagangan, masih dikenakan bea masuk sebesar 1,0%. Keuntungan dari segi tarif bea masuk produk udang beku Indonesia ke Jepang diharapkan dapat meningkatkan daya saing Indonesia di pasar Jepang dibandingkan dengan Argentina sehingga Indonesia mampu mempertahankan atau meningkatkan pangsa pasar di Jepang.

DAFTAR ISI

RINGKASAN EKSEKUTIF	2
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	9
BAB II PELUANG PASAR.....	13
2.1 TREND PRODUK	13
2.2 STRUKTUR PASAR	17
2.3 SALURAN DISTRIBUSI.....	23
2.4 PERSEPSI TERHADAP PRODUK INDONESIA.....	26
BAB III PERSYARATAN PRODUK.....	27
3.1. KETENTUAN PRODUK.....	27
3.1.1. Peraturan <i>Labelling</i> Produk Perikanan di Jepang.....	27
3.1.2. Tarif Bea Masuk	31
3.2. KETENTUAN PEMASARAN.....	31
3.2.1. Peraturan dan Prosedur Persyaratan Impor Jepang	31
3.2.2. Peraturan dan Prosedur Persyaratan Penjualan	37
3.3. METODE TRANSAKSI	38
3.4. INFORMASI HARGA	39
3.5. KOMPETITOR	40
BAB IV KESIMPULAN.....	42
LAMPIRAN.....	45

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 TUJUAN

Udang merupakan komoditas perikanan yang memiliki kontribusi tinggi bagi kinerja ekspor nasional. Pada tahun 2020, udang yang termasuk dalam kode HS 0306 menduduki peringkat pertama ekspor sektor perikanan dengan sumbangan nilai ekspor sebesar USD 1,6 milyar dan volume ekspor mencapai 187,6 ribu MT (BPS, PDSI Kemendag RI, 2021). Udang Indonesia diekspor dalam bentuk segar, beku maupun dikeringkan (*dried and salted*). Dari ketiga kategori tersebut, sebesar 88,5% udang Indonesia diekspor dalam bentuk beku. Indonesia merupakan negara produsen udang ke-5 dunia, setelah Republik Rakyat Tiongkok (RRT), Ekuador, Vietnam dan India dengan perkiraan jumlah produksi mencapai 450 ribu MT pada tahun 2021¹. Sebesar 77,3% produksi udang dunia berasal dari produksi budidaya (*aquaculture*), sedangkan 17,4% dan 5,3% lainnya berasal dari *wild caught* dan *coldwater* (Statista, 2021). Pemerintah melalui Kementerian Kelautan dan Perikanan (KKP) RI terus berupaya untuk meningkatkan produksi udang nasional dengan menargetkan pembukaan area produksi tambak udang sebesar 200 ribu Ha pada tahun 2024². Sebagai negara produsen utama udang dunia, Indonesia memiliki peluang untuk terus meningkatkan eksportnya untuk mendorong pertumbuhan ekonomi nasional sejalan dengan terus naiknya permintaan udang dunia.

Permintaan udang dunia diperkirakan akan terus mengalami kenaikan dengan *compound annual growth rate* (CAGR) sebesar 1,5% hingga tahun 2026³. Kenaikan permintaan produk dunia tersebut didorong oleh berbagai faktor diantaranya meningkatnya kesadaran akan manfaat dan kandungan gizi yang terkandung dalam udang dan ikan, peningkatan adopsi teknik produksi udang yang ramah lingkungan serta faktor lainnya yang mendorong tumbuhnya permintaan. Kondisi krisis kesehatan dunia akibat pandemi COVID-19 juga turut mendorong naiknya permintaan udang sebagai sumber bahan makanan yang dapat membantu meningkatkan sistem imunitas. Udang mengandung *selenium*, mineral dan antioksidan yang membantu menjaga sistem kekebalan tubuh. Beberapa jenis udang yang memiliki permintaan tinggi dan banyak dikonsumsi di seluruh dunia antara lain *white leg shrimp*, *giant tiger shrimps*, *gulf shrimps*, *blue shrimps*, dan *royal red shrimps*³. Dengan permintaan yang tinggi tersebut, *white leg shrimp* dan *giant tiger shrimp* menjadi jenis udang yang paling banyak diproduksi dengan pangsa masing-masing sebesar 65% dan 15% dari total produksi udang dunia (Statista, 2021).

¹ Anderson, *et al.*, 2019

² Investor.id

³ Shrimp Market - Growth, Trends, COVID-19 Impact, and Forecasts (2021 - 2026), Mordor Intelligence

Pasar utama dunia untuk produk udang adalah negara-negara yang berada di kawasan Amerika, Asia dan Eropa. Impor dari kawasan Amerika, Asia dan Eropa tersebut diperkirakan memiliki pangsa sebesar 32%, 27% dan 25% dari total kebutuhan impor udang dunia (ITC, Trademap, 2021). Di kawasan Asia, Jepang menjadi negara pengimpor terbesar ke-2 setelah RRT. Tingginya permintaan udang di pasar Jepang disebabkan oleh tingginya tingkat konsumsi ikan dan makanan laut (*seafood*) Jepang. Konsumsi ikan dan makanan laut telah menjadi bagian dari sejarah panjang dan tradisi kebudayaan masyarakat Jepang serta semakin populer secara global. 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 Vietnam⁴. 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/tahun.

Rendahnya produksi perikanan dalam negeri mengakibatkan pemenuhan kebutuhan ikan dan makanan laut Jepang, termasuk udang bergantung dari impor. Impor produk perikanan dan makanan laut Jepang banyak dilakukan dalam bentuk beku. Proses pembekuan diharapkan dapat membantu proses importasi (pengapalan) makanan laut dengan aman serta mengurangi risiko penyakit bawaan makanan dengan mencegah pertumbuhan bakteri patogen, parasit, atau kuman berbahaya lainnya di dalamnya. Dengan demikian, produk yang diimpor tetap terjaga kualitasnya. Pasar makanan laut beku Jepang diperkirakan akan tumbuh pada CAGR 2,5% selama 2019-2024 dengan produk yang banyak diminati antara lain ikan, fillet ikan serta udang beku⁵.

Sebagai negara produsen sekaligus eksportir udang dunia, Indonesia memiliki peluang untuk memanfaatkan dan semakin memperbesar pangsa pasar produk udang beku di pasar Jepang. Oleh karena itu, untuk dapat memanfaatkan peluang tersebut, perlu disusun laporan analisis intelijen bisnis produk udang beku 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 udang beku 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

⁴ WorldAtlas, 2021 Countries Consuming The Most Fish 2021

⁵ Researchandmarket reports, 2019 - The Frozen Seafood Market in Japan

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*; *Japan Customs, Ministry of Finance, Japan*; *Ministry of Agriculture, Forestry and Fisheries (MAFF), Japan* serta berbagai sumber penting lainnya.

1.3 BATASAN PRODUK

Produk yang dianalisis dalam laporan analisis intelijen bisnis ini adalah produk udang beku yang masuk ke dalam kode HS 030617 (*Frozen shrimps and prawns, even smoked, whether in shell or not, incl. shrimps and prawns*) dalam klasifikasi perdagangan internasional. Secara lebih *detail*, produk yang menjadi cakupan dalam laporan analisis intelijen bisnis ini disajikan pada Tabel 1.1. berikut.

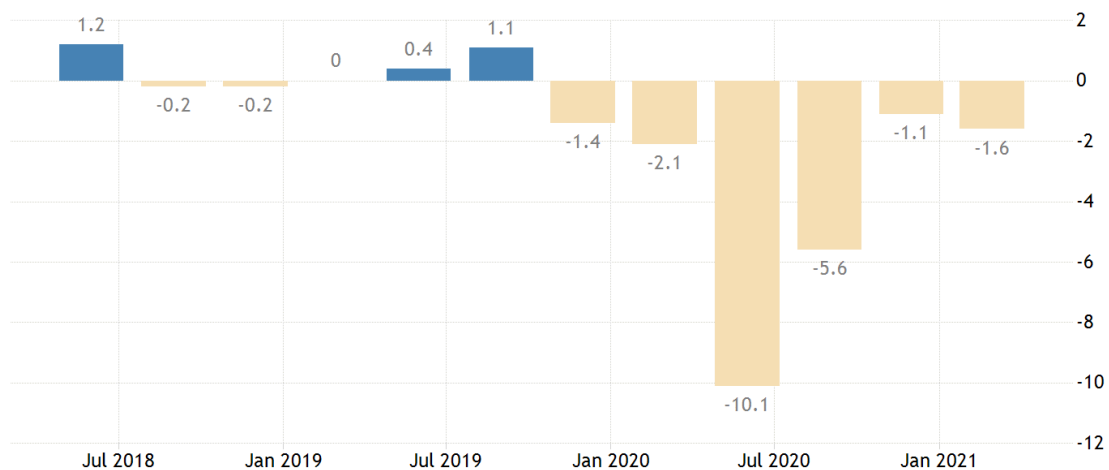
Tabel 1.1 Klasifikasi Cakupan Produk HS 030617

Kode HS		Deskripsi Produk
030617		<i>Frozen shrimps and prawns, even smoked, whether in shell or not, incl. shrimps and prawns</i>
030617	11	<i>Giant tiger prawns (Penaeus monodon) headless, frozen, fit for human consumption</i>
	19	<i>Giant tiger prawns (Penaeus monodon) with head, frozen, fit for human consumption.</i>
	21	<i>Whiteleg shrimps (Litopenaeus vannamei), headless, with tail frozen, fit for human consumption.</i>
	22	<i>Whiteleg shrimps (Litopenaeus vannamei), headless, without tail frozen, fit for human consumption.</i>
	29	<i>Whiteleg shrimps (Litopenaeus vannamei), with head and tail, frozen, fit for human consumption.</i>
	30	<i>Giant river prawns (Macrobrachium rosenbergii), frozen, fit for human consumption.</i>
	90	<i>Other shrimps and prawns, frozen, fit for human consumption.</i>

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

1.4 GAMBARAN UMUM NEGARA

Berdasarkan *Gross Domestic Product (GDP)*, Jepang merupakan negara terbesar ke-3 di dunia setelah Amerika Serikat dan RRT. GDP Jepang pada tahun 2020 mencapai USD 5.048,7 milyar, turun 4,8% YoY⁶. Kontraksi tersebut merupakan kontraksi pertama sejak 2009. Jepang telah mengalami resesi ekonomi dengan mencatatkan pertumbuhan ekonomi negatif selama berturut-turut sejak Triwulan IV 2019 hingga Triwulan I 2021. Ekonomi Jepang pada triwulan IV 2019 mengalami penurunan sejak diberlakukannya kenaikan pajak konsumsi dari 8% menjadi 10%, kondisi tersebut kemudian diperparah dengan krisis kesehatan global COVID-19 yang membatasi kegiatan ekonomi masyarakat Jepang. Pada triwulan I 2021, ekonomi Jepang tekontraksi sebesar 1,6% dibandingkan dengan triwulan yang sama pada tahun sebelumnya (Grafik 1.1). Berbagai upaya dilakukan oleh Pemerintah Jepang untuk mengembalikan pertumbuhan ekonomi ke zona positif dengan memberikan berbagai macam paket stimulus yang memaksa pemerintah untuk melakukan *fiscal reforms*⁷. Selain pemberian paket stimulus, Pemerintah Jepang juga mencanangkan program pemberian vaksin masyarakat meskipun berjalan sangat lambat dibandingkan dengan negara lainnya. Hingga saat ini, *Coronavirus Vaccination Rate* (dosis per 100 orang) di Jepang baru mencapai 26,03 dosis⁸.



Grafik 1.1. Pertumbuhan GDP Jepang

Sumber: Tradingeconomics, 2021

Dari sisi demografi, Jepang memiliki populasi sebesar 126 juta jiwa di tahun 2020 dengan median usia penduduk Jepang adalah 48,4 tahun dan tingkat total *fertility rate* sebesar 1,4. Dengan indikator tersebut, populasi Jepang diprediksi akan terus mengalami

⁶ Statista, 2021

⁷ Reuters, 2020

⁸ Tradingeconomics, 2021

penurunan dengan mengalami pertumbuhan negatif sebesar -0,3% per tahun (Statista dan Worldmeter, 2021). Pada bulan April 2021, tingkat pengangguran Jepang meningkat menjadi 2,8%. Jumlah pengangguran meningkat sebanyak 140 ribu orang sehingga total jumlah pengangguran menjadi 1,94 juta orang. Sementara itu, penyerapan tenaga kerja turun sebanyak 260 ribu orang menjadi hanya 66,58 juta orang. Angkatan kerja turun sebanyak 30 ribu orang menjadi 68,62 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%.

Harga konsumen Jepang mengalami penurunan sebesar 0,4% (yoy) selama bulan April 2021. Ini adalah penurunan harga konsumen selama tujuh bulan berturut-turut sebagai dampak COVID-19 yang membebani pengeluaran rumah tangga. 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. Bank sentral menegaskan 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 (Tabel 1.2).

Tabel 1.2. Beberapa Indikator Ekonomi Jepang

Indikator Ekonomi	Nilai	Periode
<i>Unemployment rate (%)</i>	2,8	21-Apr
<i>Inflation Rate (%)</i>	-0,4	21-Apr
<i>Inflation Rate Mom (%)</i>	-0,4	21-Apr
<i>Interest Rate (%)</i>	-0,1	21-Apr

Sumber: Tradingeconomics, 2021

Dari sisi perdagangan, kinerja ekspor Jepang pada bulan Maret 2021 mencapai JPY 7.378 miliar, sementara kinerja impornya mencapai JPY 6.714 miliar. Dengan demikian, neraca perdagangan Jepang pada periode tersebut mencatatkan surplus sebesar JPY 664 miliar. Sementara itu, transaksi berjalan pada bulan Maret 2021 tercatat sebesar JPY 2.650 miliar. Surplus perdagangan Jepang melonjak menjadi JPY 664 miliar pada Maret 2021 dari JPY 7,49 miliar pada bulan yang sama tahun sebelumnya dan dengan mudah melampaui ekspektasi pasar sebesar surplus JPY 490 miliar. Ini adalah surplus perdagangan terbesar sejak Desember tahun lalu disebabkan pertumbuhan ekspor yang lebih tinggi dibandingkan

dengan impornya. Ekspor mengalami peningkatan 16,1% YoY, sementara impor tumbuh 5,7%. Dengan catatan tersebut, secara kumulatif surplus perdagangan Jepang selama triwulan I 2021 mencapai JPY 554,22 miliar, berbalik dari defisit JPY 201,01 miliar pada periode yang sama tahun 2020.

Tabel 1.3 Indikator Perdagangan Jepang

Trade	Nilai/Persentase/Point	Periode	Frekuensi
<i>Balance of Trade</i>	664 JPY Billion	Mar/21	<i>Monthly</i>
<i>Exports</i>	7378 JPY Billion	Mar/21	<i>Monthly</i>
<i>Imports</i>	6714 JPY Billion	Mar/21	<i>Monthly</i>
<i>Current Account</i>	2650 JPY Billion	Mar/21	<i>Monthly</i>
<i>Current Account to GDP</i>	3.2%	Dec/20	<i>Yearly</i>

Sumber: Tradingeconomics, 2021 (diolah)

Sementara itu, dari sisi bisnis, Jepang menempati urutan ke-6 (82,27 poin dari 100) dalam *Competitiveness Index* di tahun 2019 yang mencerminkan tingginya tingkat persaingan di Jepang. Sementara dalam hal *Ease of Doing Business*, Jepang berada di urutan ke-29. Pada tahun 2008, Jepang menempati urutan ke-13 yang tergolong negara dengan regulasi sederhana dan ramah bisnis. Semakin tingginya urutan *Ease of Doing Business* Jepang menandakan semakin banyaknya regulasi terkait bisnis yang diterapkan Jepang. Di sisi lain, *Business Confidence* Jepang pada Maret 2021 sebesar 5 indeks poin, dikarenakan masih terpengaruh oleh krisis yang diimbulkan akibat pandemi Covid-19 yang merebak di seluruh dunia. Namun demikian, indeks poin tersebut telah jauh jauh membaik dibanding dengan indeks *Business Confidence* pada triwulan I sampai dengan triwulan IV tahun 2020.

Indeks *Consumer Confidence* pada bulan Maret 2021 menunjukkan angka 36,1. Indeks poin yang mencerminkan kepercayaan diri konsumen tersebut tergolong cukup tinggi mempertimbangkan kondisi krisis yang terjadi secara global saat ini. Indeks pada bulan Maret tersebut meningkat 2,3 poin dibandingkan dengan catatan indeks pada bulan sebelumnya dan merupakan capaian nilai tertinggi sejak Februari tahun 2020. Sejalan dengan indeks *Consumer Confidence* yang membaik, pengeluaran rumah tangga pada bulan Maret 2021 mengalami pertumbuhan sebesar 6,2% dibandingkan bulan sebelumnya. Kinerja penjualan ritel yang menunjukkan optimisme pasar di Jepang. Hal itu terlihat dari tumbuhnya penjualan ritel pada bulan Maret secara bulanan sebesar 1,2%, maupun secara tahunan yang menunjukkan pertumbuhan yang positif sebesar 5,2%. Pertumbuhan ini menunjukkan pulihnya kegiatan penjualan ritel Jepang dari kondisi krisis kesehatan global yang terjadi sejak awal tahun 2020 (Tabel 1.3).

Tabel 1.3 Indikator Bisnis dan Konsumen Jepang

<i>Business</i>	Nilai/Persentase/Point	Periode	Frekuensi
<i>Business Confidence</i>	5 Index Points	Mar/21	<i>Quarterly</i>
<i>Manufacturing PMI</i>	53.6 Index Points	Apr/21	<i>Monthly</i>
<i>Services PMI</i>	49.5 Index Points	Apr/21	<i>Monthly</i>
<i>Small Business Sentiment</i>	-13	Mar/21	<i>Quarterly</i>
<i>Competitiveness Index</i>	82.27 Points	Dec/19	<i>Yearly</i>
<i>Competitiveness Rank</i>	6	Dec/19	<i>Yearly</i>
<i>Ease of Doing Business</i>	29	Dec/19	<i>Yearly</i>
<i>Consumer</i>	Nilai/Persentase/Point	Periode	Frekuensi
<i>Consumer Confidence</i>	36.1 Index Points	Mar/21	<i>Monthly</i>
<i>Retail Sales MoM</i>	1.2 %	Mar/21	<i>Monthly</i>
<i>Retail Sales YoY</i>	5.2 %	Mar/21	<i>Monthly</i>
<i>Household Spending</i>	6.2 %	Mar/21	<i>Monthly</i>
<i>Consumer Spending</i>	289264 JPY Billion	Dec/20	<i>Quarterly</i>
<i>Consumer Credit</i>	430484 JPY Billion	Dec/20	<i>Quarterly</i>

Sumber: Tradingeconomics, 2021 (diolah)

BAB II PELUANG PASAR

2.1. TREND PRODUK

Produksi dalam negeri perikanan dan makanan laut Jepang terus mengalami penurunan, pada tahun 2019 total produksinya mencapai 4,1 juta MT terdiri dari 3,2 juta MT berasal dari *marine fisheries*, 912 ribu MT berasal *marine aquaculture*, 31 ribu MT *inland water aquaculture* dan 22 ribu MT *inland water fisheries*. Dengan demikian, sebagian besar merupakan perikanan tangkap dan perikanan budidaya air laut. Jenis atau varietas ikan yang berasal produksi domestik *marine fisheries* Jepang adalah *sardine*, *mackerel*, *skipjack*, tuna, cumi-cumi dan kepiting. Sedangkan jenis varietas ikan dan makanan laut yang diproduksi melalui perikanan budidaya adalah belut, *trouts* dan *common carp*⁹. Sementara untuk produk udang dipasok dari impor.

Udang beku merupakan bagian dari kuliner tradisional Jepang. Beberapa jenis udang yang banyak dikonsumsi di Jepang antara lain:

1. Jenis *giant tiger* dan *white leg shrimp*

Jenis giant tiger shrimp dan *white leg shrimp* merupakan jenis udang yang banyak dijual di supermarket dalam bentuk beku. Jenis udang tersebut banyak digunakan dalam masakan Jepang khususnya *ebi tempura* atau *ebi furai*. Selain itu, jenis udang tersebut digunakan juga sebagai bahan baku industri pengolahan makanan sebagai isian dari nasi kepal Jepang atau dikenal dengan *onigiri* serta *ebi furai* yang juga banyak dijual di supermarket dalam bentuk beku dan siap untuk digoreng.

2. *Ama ebi* dan *Botan ebi*

Ama ebi adalah jenis udang yang sering dipilih untuk pembuatan *nigirizushi*. Ukuran *Ama ebi* tidak begitu besar namun udang jenis ini memiliki kelebihan yaitu rasanya cukup manis. *Ama ebi* merupakan jenis udang yang banyak dinikmati dalam bentuk mentah. *Botan ebi* memiliki bentuk, tampilan dan ukuran yang hampir sama dengan *Botan ebi*. *Botan ebi* cukup populer di Hokaido dan Toyoma *prefecture*. *Botan ebi* juga banyak dinikmati dalam bentuk mentah.

3. *Sakura ebi* dan *Shiroebi*

Sakura ebi merupakan jenis udang kecil atau di Indonesia lebih dikenal dengan udang rebon, yang memiliki rata-rata panjang sekitar 4 sampai dengan 6 cm. *Sakura ebi* biasanya digunakan sebagai campuran bahan makanan yang biasa dipadukan dengan nasi hangat. Hampir sama dengan *sakura ebi* dari segi ukuran, *shiroebi* juga mempunyai ukuran yang kecil dengan panjang kurang lebih

⁹ Fishing industry in Japan Report, Statista 2021

6 cm dan berwarna putih. *Shiroebi* banyak dikonsumsi dan dimasak untuk *kakiage* atau bakwan Jepang.



(a)



(b)



(c)



(d)



(e)

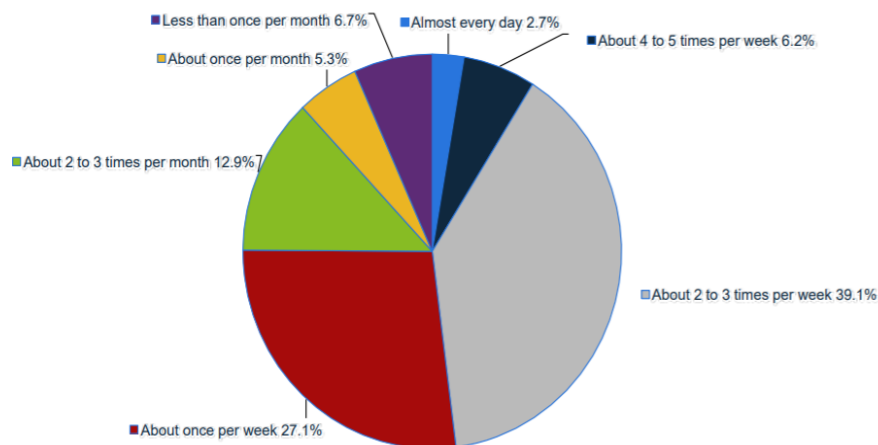
Gambar 2.1. Jenis Udang yang Banyak Dikonsumsi Masyarakat Jepang

(a) Ebi furai; (b) Ama ebi; (c) Sakura ebi; (d) Shiro ebi dan (e) tiger shrimp frozen

Sumber: commons.wikimedia.org, matcha-jp.com, [Alibaba.com](https://alibaba.com) dan berbagai sumber lain (2021)

Dari segi konsumsi ikan dan makanan laut, Jepang yang termasuk ke dalam negara dengan konsumsi per kapita dunia memiliki frekuensi konsumsi ikan yang cukup tinggi. Hal tersebut terlihat dari frekuensi frekuensi konsumsi (*frequency of*

fish consumption) dan pembelian (*purchase frequency*). Berdasarkan tingkat keseringan (frekuensi) konsumsi ikan, mayoritas masyarakat Jepang sebanyak 39,1% mengonsumsi ikan sebanyak 2 sampai 3 kali setiap minggu. Lebih lanjut, sebanyak 27,1% menyatakan mengonsumsi ikan sekali setiap minggu dan 12,9% menyatakan mengonsumsi ikan sebanyak 2 sampai dengan 3 kali per bulan. Masyarakat Jepang yang mengonsumsi ikan setiap hari berjumlah 2,7%, sementara lainnya menyatakan mengonsumsi ikan paling tidak sekali dalam sebulan. Jepang merupakan negara dengan konsumsi per kapita udang tertinggi dunia, dengan konsumsi per kapita mencapai 3,28 Kg, sedangkan Amerika Serikat (AS) berada di posisi ke-2 dengan konsumsi per kapita mencapai 1,3 Kg¹⁰.



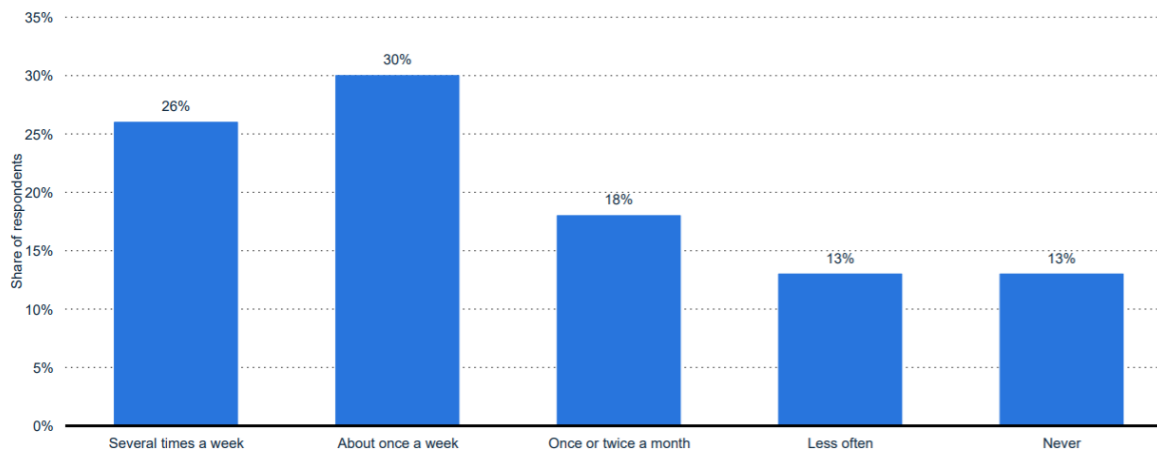
Grafik 2.1. Frekuensi Konsumsi Ikan dan Makanan Laut Jepang as of September 2020

Sumber : Statista, 2021

Dari segi frekuensi belanja (*purchase frequency*), berdasarkan hasil survey, sebesar 26% responden menyatakan melakukan pembelian produk ikan dan makanan sebanyak beberapa kali dalam seminggu. Sebesar 30% responden menyatakan melakukan pembelian setidaknya satu kali dalam seminggu. Sebanyak 18% menyatakan melakukan pembelian sebanyak sekali atau dua kali dalam sebulan dan 13% responden menyatakan pembelian yang lebih jarang. Hanya 13% responden yang menyatakan tidak pernah melakukan pembelian sama sekali (Grafik 2.2). Saat ini, masyarakat Jepang memiliki kecenderungan untuk menyederhanakan makanan yang dikonsumsi. Masyarakat Jepang lebih memilih produk makanan yang praktis, serta dapat bertahan dalam waktu yang lama sebagai cadangan stok makanan dan menghemat waktu belanja. Masyarakat Jepang memiliki budaya kerja dalam waktu yang lama (*long hours*), sehingga waktu yang dihabiskan untuk mengurus pekerjaan rumah menjadi semakin singkat. Selain itu, bagi wanita atau ibu rumah tangga Jepang sebagian besar mengurus pekerjaan rumah tangga secara mandiri. Masyarakat Jepang tidak mempunyai budaya untuk mempekerjakan

¹⁰ Proceedings of the Shrimp Culture Industry Report - FAO

Asisten Rumah Tangga (ART). Jikapun ada, maka hanya sebagian kecil yang memiliki ART. Faktor-faktor tersebut yang kemudian mendorong perubahan pola konsumsi.



Grafik 2.2. Frekuensi Belanja Ikan dan Makanan Laut Jepang September 2020
 Sumber : Statista, 2021

Meskipun saat ini sebagian besar masyarakat Jepang lebih memilih menggunakan produk makanan praktis tahan lama untuk menghemat waktu sehingga mengurangi frekuensi berbelanja, namun faktor kesehatan dan kandungan gizi tetap menjadi prioritas. Oleh karena itu, produk beku (*frozen*) banyak digemari termasuk untuk produk udang. Udang banyak dijual di supermarket dalam bentuk beku baik dalam bentuk yang sudah diolah maupun udang beku yang belum diolah. Produk udang yang dijual di supermarket atau dijual dalam bentuk retail pada dasarnya terbagi menjadi 2 (dua) jenis yaitu produk yang sudah diolah dan produk yang belum diolah. Udang beku yang belum diolah dipasarkan dalam bentuk paket dengan kemasan plastik dengan berat sebagian besar 300 gr, 500 gr, 600 gr dan 900 gr. Udang beku yang dipasarkan dalam bentuk udang kupas maupun udang yang belum dikupas.



Gambar 2.2. Udang Beku yang Dijual Secara Retail
 Sumber: aquavitjapan dan sumber lainnya (2021)

Selain dipasarkan langsung ke masyarakat atau dijual secara *retail*, udang beku juga digunakan sebagai bahan baku bagi industri makanan untuk kemudian digunakan sebagai bahan baku makanan olahan udang, i.e. *ebi furai* maupun bahan untuk membuat nasi kepal Jepang (*onigiri*) atau bento yang banyak dijual di *convenience store* atau *konbini* yang banyak dan populer di Jepang. Udang beku juga digunakan dan didistribusikan langsung di restoran-restoran Jepang. Pangsa pengeluaran masyarakat Jepang di restoran relatif tinggi dan menjadi bagian dari budaya Jepang.



Gambar 2.3. Beberapa Produk Olahan Udang dengan Bahan Baku Udang Beku di Jepang (*Onigiri, Bento dan Ebi Furai*)

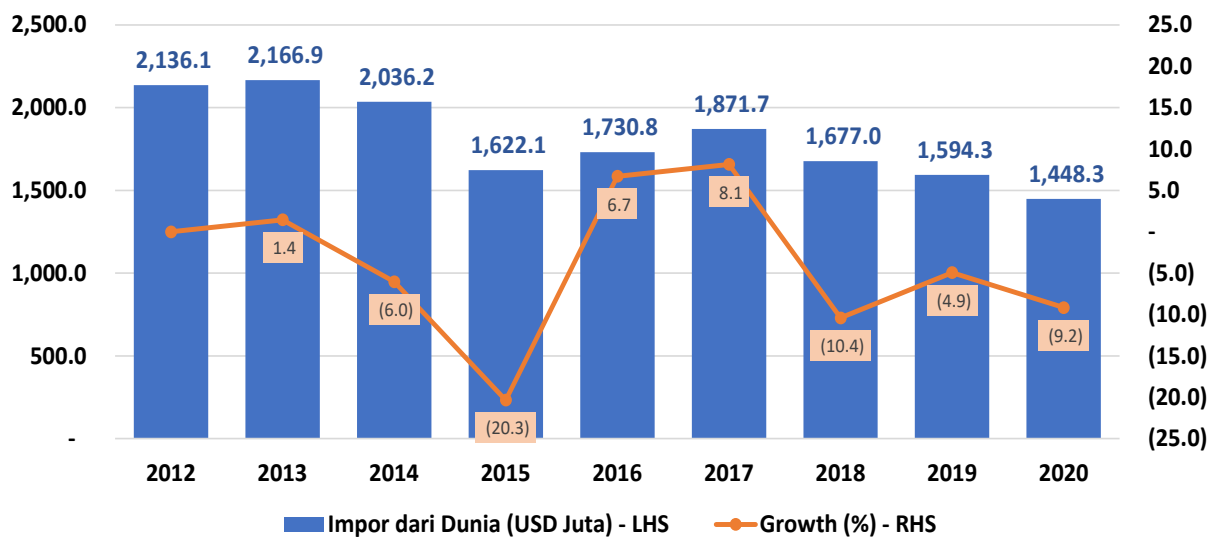
Sumber: *Family Mart Konbini* dan sumber lainnya (2021)

2.2 STRUKTUR PASAR

Jepang merupakan negara importir udang beku ke-3 dunia pada tahun 2020, setelah Amerika Serikat (AS) dan Republik Rakyat Tiongkok (RRT). Impor Jepang pada periode tersebut memiliki pangsa sebesar 8,0% dari total impor udang beku dunia, sedangkan AS dan RRT memiliki pangsa sebesar 29,4% dan 18,7%. Ketiga negara importir utama udang beku tersebut menyumbang lebih dari setengah impor dunia atau sebesar 56,2%. Kinerja impor udang beku Jepang selama 5 (lima) tahun terakhir mengalami tren penurunan sebesar -4,71% per tahun, penurunan itu berbalik dengan tren dunia yang justru naik sebesar 5,4% per tahun. Sementara itu, AS dan RRT masih menunjukkan tren pertumbuhan impor masing-masing mencapai 0,6% dan 82,5% per tahun. RRT mengalami tren signifikan dengan lonjakan impor terjadi pada tahun 2018, yang mencatatkan rekor pertumbuhan 186,7% YoY (ITC Trademap, 2021).

Berbeda dengan RRT yang justru mengalami lonjakan impor pada 2018, Jepang justru mengalami pelemahan impor pada tahun 2018. Apabila dilihat dari *time span* yang lebih panjang, dengan pendekatan kurang lebih hampir 10 (sepuluh) tahun terakhir, permintaan impor udang beku Jepang mengalami penurunan -4,4%. Selama rentang periode 2012 hingga 2020, impor udang beku turun signifikan pada tahun 2015 hingga mencapai -20,3% YoY. Penurunan impor pada tahun 2015, bukan hanya terjadi pada produk udang beku namun juga pada impor produk

perikanan lainnya seperti produk tuna dan udang beku yang disebabkan oleh melemahnya nilai tukar Jepang Yen terhadap mata uang asing. Selain itu, terjadi penyebaran penyakit di beberapa negara produsen udang dunia juga mendorong kenaikan harga udang yang menyebabkan jatuhnya impor udang beku Jepang¹¹. Permintaan udang beku Jepang kembali mengalami rebound pada tahun 2016 dan terus mengalami pertumbuhan yang *solid* di tahun 2017 hingga pada tahun 2018 sampai dengan tahun 2020 terus mengalami tren penurunan (Grafik 2.2). Pelemahan ekonomi dan krisis kesehatan global menjadi pemicu turunnya permintaan impor udang beku Jepang. Penjualan retail menurun dikarenakan konsumen lebih cenderung memiliki produk *canned food* untuk membatasi frekuensi belanja ke supermarket sedangkan di sisi industri makanan dan restoran juga mengalami penurunan dengan pembatasan kegiatan masyarakat serta larangan kedatangan bagi wisatawan asing.



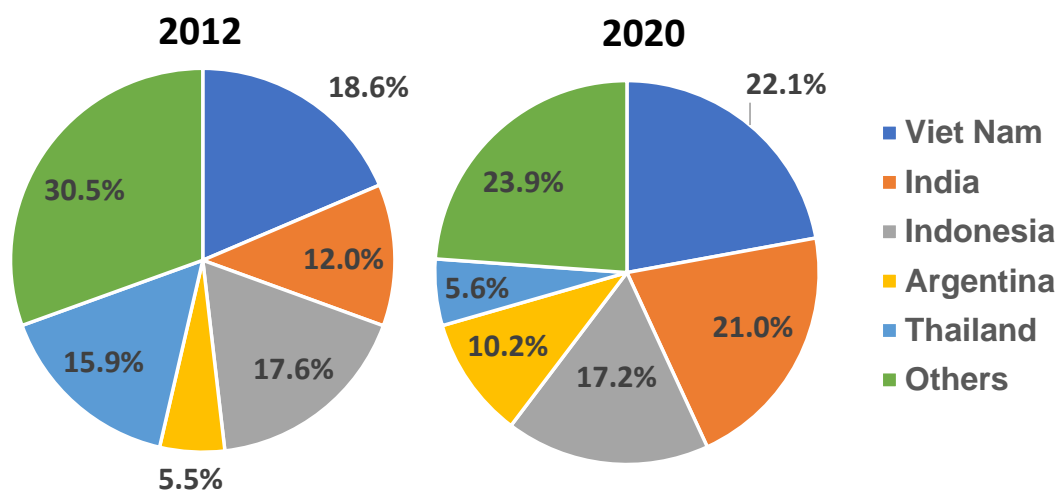
Grafik 2.3 Perkembangan Impor Udang Beku di Jepang dari Dunia

Sumber: Trademap, 2021 (diolah)

Meskipun impor udang beku Jepang mengalami tren penurunan selama 3 (tiga) tahun terakhir, namun udang beku tetap menjadi produk *seafood* utama yang paling banyak diimpor oleh Jepang. Impor perikanan Jepang di tahun 2020 mencapai USD 9,9 milyar, udang beku (HS 030617) memiliki pangsa sebesar 13,3% dari total impor perikanan (HS 03) Jepang tersebut. *Frozen fillet tuna* dan *frozen fillet salmon* menjadi produk ke-2 dan ke-3 yang paling banyak diimpor Jepang dengan pangsa sebesar 7,2% dan 5,7% (ITC, Trademap). Berdasarkan negara asal impor, pemasok utama udang beku di pasar Jepang adalah Vietnam dengan pangsa pasar sebesar 22,1% di tahun 2020. Vietnam mengalami kenaikan pangsa pasar sebesar 3,5% selama rentang waktu 8 tahun terakhir dari 18,6% pada 2012. Sama dengan

¹¹ Nikkei Asia, 29 Desember 2014

Vietnam, India yang menduduki peringkat ke-2 negara asal impor udang beku Jepang juga mengalami kenaikan pangsa pasar yang signifikan. Pada tahun 2012, India berada di posisi ke-4 pemasok udang beku Jepang dengan pangsa 12,0%, namun pada tahun 2020 posisinya naik menjadi peringkat ke-2 dengan pangsa 21,0%. Berbeda dengan Vietnam dan India, Indonesia justru mengalami penurunan pangsa pasar dari 17,6% pada 2012 menjadi 17,2% pada tahun 2020. Dengan capaian pangsa pasar tersebut, Indonesia merupakan negara ke-3 terbesar asal impor udang beku Jepang pada 2020. Selain Indonesia, negara utama pemasok udang beku Jepang yang juga mengalami penurunan pangsa pasar adalah Thailand yang kehilangan pangsa pasar cukup signifikan hingga 10,3% pada rentang waktu 8 (delapan) tahun terakhir (Grafik 2.4).

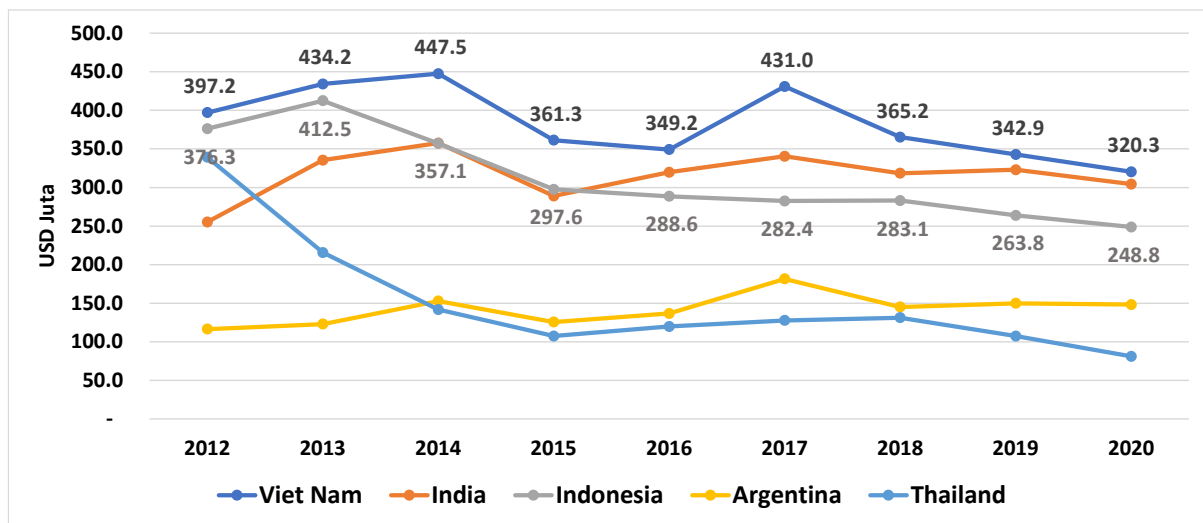


Grafik 2.4 Negara Asal Impor Udang Beku Jepang

Sumber: Trademap, 2021 (diolah)

Secara umum, negara pesaing Indonesia untuk udang beku di pasar Jepang adalah negara-negara tetangga yang berada di kawasan ASEAN seperti Vietnam dan Thailand serta negara Asia yaitu India. Selain itu, posisi Indonesia sebagai pemasok udang beku di pasar Jepang perlu terus diwaspadai. Hal tersebut mengingat pada tahun 2020, Indonesia telah kehilangan pangsa pasar, meskipun masih relatif kecil yaitu 0,4% sedangkan Vietnam dan India justru mengalami kenaikan pangsa pasar. Selain itu, India yang berhasil menyaingi dan merebut posisi Indonesia juga menjadi *warning* bagi kinerja ekspor udang beku Indonesia ke Jepang. Hal lain yang perlu diwaspadai bagi ekspor udang beku Indonesia ke Jepang adalah pertumbuhan pangsa signifikan impor Jepang dari Argentina. Argentina pada tahun 2012, hanya memiliki pangsa sebesar 5,5% sementara pada tahun 2020 pangsa telah mencapai 10,2%. Apabila tidak diwaspadai, dikhawatirkan pertumbuhan Argentina tersebut akan merebut posisi dan pangsa pasar Indonesia di pasar udang beku Jepang.

Dari sisi nilai impor, nilai impor Jepang dari Vietnam mencapai USD 320,3 juta di tahun 2020 (turun -6,6% YoY). Sementara itu, kinerja impor Jepang dari negara pemasok utama lainnya pada periode yang sama adalah sebagai berikut, India sebesar USD 304,4 juta (turun 5,7% YoY), dari Indonesia sebesar USD 248,8 juta (turun 5,7% YoY), dari Argentina sebesar USD 148,2 juta (turun 1,1% YoY), dan dari Thailand sebesar USD 81,1 juta (turun 24,5% YoY). Kelima negara utama pemasok tersebut telah berkontribusi terhadap 76,1% impor udang beku Jepang. Seluruh 5 (lima) negara pemasok utama udang beku di pasar Jepang, mengalami penurunan. Thailand menjadi negara dengan penurunan signifikan sedangkan Argentina menjadi negara yang mengalami kontraksi paling ringan pada tahun 2020 (Grafik 2.5).



Grafik 2.5. Perkembangan Impor Udang Beku di Jepang menurut Negara Asal Impor

Sumber: Trademap, 2021 (diolah)

Dengan memperhatikan kondisi di atas, Indonesia perlu mewaspadai kinerja 4 (empat) negara pesaing utama, khususnya Vietnam, India dan Argentina. Berdasarkan Grafik 2.5, India berhasil menyaingi posisi Indonesia sebagai negara pemasok udang beku di pasar Jepang pada tahun 2015. Persilangan yang ditunjukkan pada grafik impor udang beku Jepang antara Indonesia dan India yang ditunjukkan *line* berwarna oranye dan *line* berwarna biru mengindikasikan telah terjadi *shifting* (pergeseran) pangsa pasar. Udang beku Thailand terus mengalami penurunan, dari penurunan pangsa Thailand tersebut, India berhasil merebut pangsa pasar Thailand. Sementara posisi udang beku Indonesia cenderung stagnan, Indonesia juga perlu mewaspadai pertumbuhan Argentina yang sangat cepat.

Dari segi harga impor dengan menggunakan pendekatan *unit value*, harga impor udang beku dari Indonesia relatif lebih tinggi atau memiliki harga yang lebih mahal dibandingkan dengan negara pesaing utama lainnya. Harga impor produk

udang beku Jepang dari Indonesia di tahun 2020 mencapai USD 10,7/Kg. Harga udang Indonesia sedikit lebih rendah jika dibandingkan dengan Vietnam yang menawarkan harga sebesar USD 11,18/Kg. Meskipun Vietnam memiliki harga yang relatif tinggi dibandingkan dengan negara lainnya, namun Vietnam tetap mampu meningkatkan pangsa pasarnya di Jepang. Hal itu mengindikasikan bahwa udang yang diimpor Jepang dari Vietnam memiliki udang dengan kualitas yang sangat baik. Selain itu, tingginya impor udang beku Jepang dari Vietnam juga didorong oleh tingginya investasi perusahaan Jepang di sektor perikanan khususnya udang di Vietnam. India menjadi negara yang menawarkan harga terendah sebesar USD 8,13/Kg sehingga tidak heran apabila India mampu meningkatkan pangsa pasarnya dengan signifikan. Lebih lanjut, Argentina dan Thailand menawarkan harga sebesar USD 8,89/Kg dan USD 9,79/Kg (Tabel 2.1).

Tabel 2.1. Perbandingan Harga Produk Udang beku Jepang dari 5 (lima) Negara Pemasok Utama

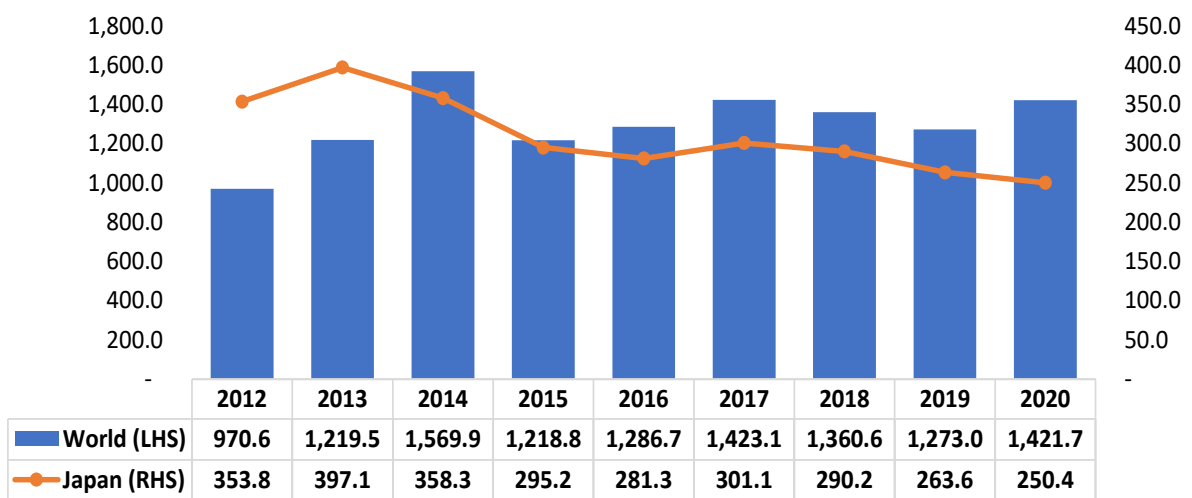
No	Negara Asal	Unit Value Impor Udang Beku Jepang 2020 (USD/Kg)
1	Viet Nam	11.18
2	India	8.13
3	Indonesia	10.70
4	Argentina	8.89
5	Thailand	9.79

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

Lebih lanjut, apabila kita melihat dari sisi pasokan udang beku Indonesia yang didekati dengan kinerja ekspornya, ekspor udang beku Indonesia ke dunia di tahun 2020 mencapai USD 1,4 milyar, naik dibandingkan dengan periode tahun 2019 yang mencapai USD 1,3 milyar. Kenaikan nilai ekspor tersebut relatif signifikan yaitu mencatatkan pertumbuhan sebesar 11,7% YoY. Kenaikan nilai ekspor tersebut disebabkan oleh kenaikan volume ekspor dari 149,1 ribu MT di tahun 2019 menjadi 164,2 ribu MT pada tahun 2020 atau turun sebesar 10,0% YoY. Nilai ekspor mengalami peningkatan lebih tinggi dibandingkan dengan peningkatan volume ekspornya mengindikasikan bahwa telah terjadi kenaikan harga (*unit value*) ekspor udang beku Indonesia. Di tahun 2019, *unit value* ekspor udang Indonesia *Free on Board* (FoB) mencapai USD 8,5/Kg sedangkan di tahun 2020, harganya naik menjadi USD 8,7/Kg¹². Secara rata-rata kinerja ekspor udang beku Indonesia selama 5 (lima) tahun terakhir menunjukkan tren pertumbuhan positif dengan rata-rata pertumbuhan sebesar 0,89% per tahun.

¹² ITC, Trademap (2021) dan hasil kalkulasi penulis

Berbeda dengan tren pertumbuhan ekspor udang beku Indonesia ke dunia yang mengalami *annual growth* pada tahun 2020 dan tren pertumbuhan positif selama 5 tahun terakhir, ekspor udang beku Indonesia ke Jepang justru mengalami pelemahan. Pelemahan tersebut dipicu oleh terjadinya penurunan permintaan impor Jepang dari tahun 2018 dan belum pulih hingga saat ini. Ekspor udang beku Indonesia ke Jepang tahun 2020 mencatatkan angka USD 250,4 juta. Nilai tersebut turun sebesar -5,0% jika dibandingkan dengan nilai ekspor tahun 2019. Tren ekspor selama 5 (lima) tahun terakhir, 2016-2020, juga menunjukkan pelemahan sebesar -3,6% per tahun. Selama rentang periode 2016 sampai dengan 2020, ekspor udang beku Indonesia ke Jepang mencatatkan nilai tertinggi di tahun 2017 dengan nilai ekspor sebesar USD 301,1 Juta, *rebound* dibandingkan dengan tahun 2016 sebesar 7,0% YoY (Grafik 2.6).

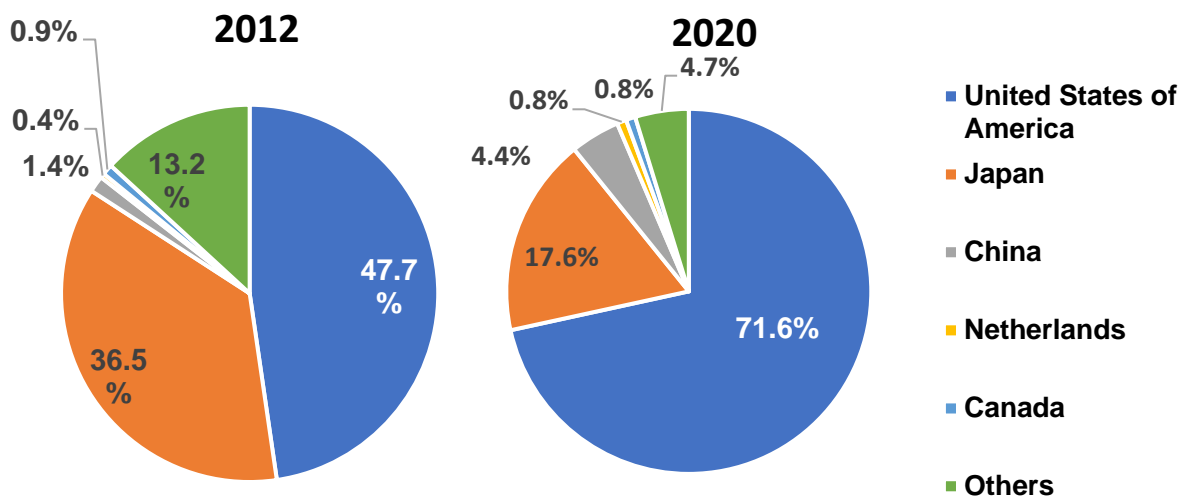


Grafik 2.6. Perkembangan Ekspor Udang Beku Indonesia ke Dunia dan ke Jepang

Sumber: Trademap, 2021 (diolah)

Berdasarkan negara tujuan ekspor udang beku Indonesia, Amerika Serikat (AS) merupakan negara tujuan utama ekspor di tahun 2020. Nilai ekspor udang beku Indonesia ke AS mencapai USD 1,0 milyar atau 71,6% dari total ekspor udang beku Indonesia di tahun 2020. Nilai tersebut naik 11,7% jika dibandingkan tahun 2019. Di tahun 2012, ekspor udang beku Indonesia ke AS hanya menyumbang sebesar 47,7% dari total ekspor sedangkan di tahun 2020, lebih dari 70% ekspor udang beku Indonesia ditujukan ke pasar AS. Jepang berada di beranda di posisi ke-2 sebagai negara tujuan ekspor, dengan pangsa sebesar 17,6% dan nilai ekspor mencapai USD 250,4 Juta. Pangsa Jepang sebagai negara tujuan ekspor mengalami penurunan hampir setengahnya, dari 36,5% di tahun 2012 menjadi 17,6% di tahun 2020. RRT dan Belanda menjadi negara tujuan ekspor ke-3 dan ke-4 ekspor udang beku Indonesia dengan pangsa masing-masing sebesar 4,4% dan 0,8% (Grafik 2.7).

Dengan memperhatikan struktur negara tujuan ekspor udang Indonesia tersebut, terdapat beberapa indikasi kesimpulan yang perlu menjadi perhatian khususnya dalam menebus pasar udang beku di pasar Jepang. Telah terjadi pergeseran pangsa negara tujuan ekspor, pangsa Jepang sebagai negara tujuan ekspor udang beku mengalami penurunan. Indonesia mengalihkan pasar ekspor udang beku dari Jepang ke AS. Indonesia bersaing ketat dengan Vietnam dan India di pasar Jepang. Tingginya investasi perusahaan Jepang di sektor udang Vietnam mengakibatkan naiknya impor udang beku Jepang dari Vietnam. Selain itu, RRT yang menjadi negara tujuan ekspor ke-3 Indonesia untuk produk udang beku, juga memiliki posisi kuat di pasar udang beku Jepang meskipun belum menjadi 5 pemasok utama, baru mencapai 3,0%. Melihat pola perdagangan tersebut terdapat kemungkinan bahwa ekspor udang beku Indonesia ke RRT, juga sebagian diekspor dari RRT untuk memenuhi kebutuhan pasar Jepang.

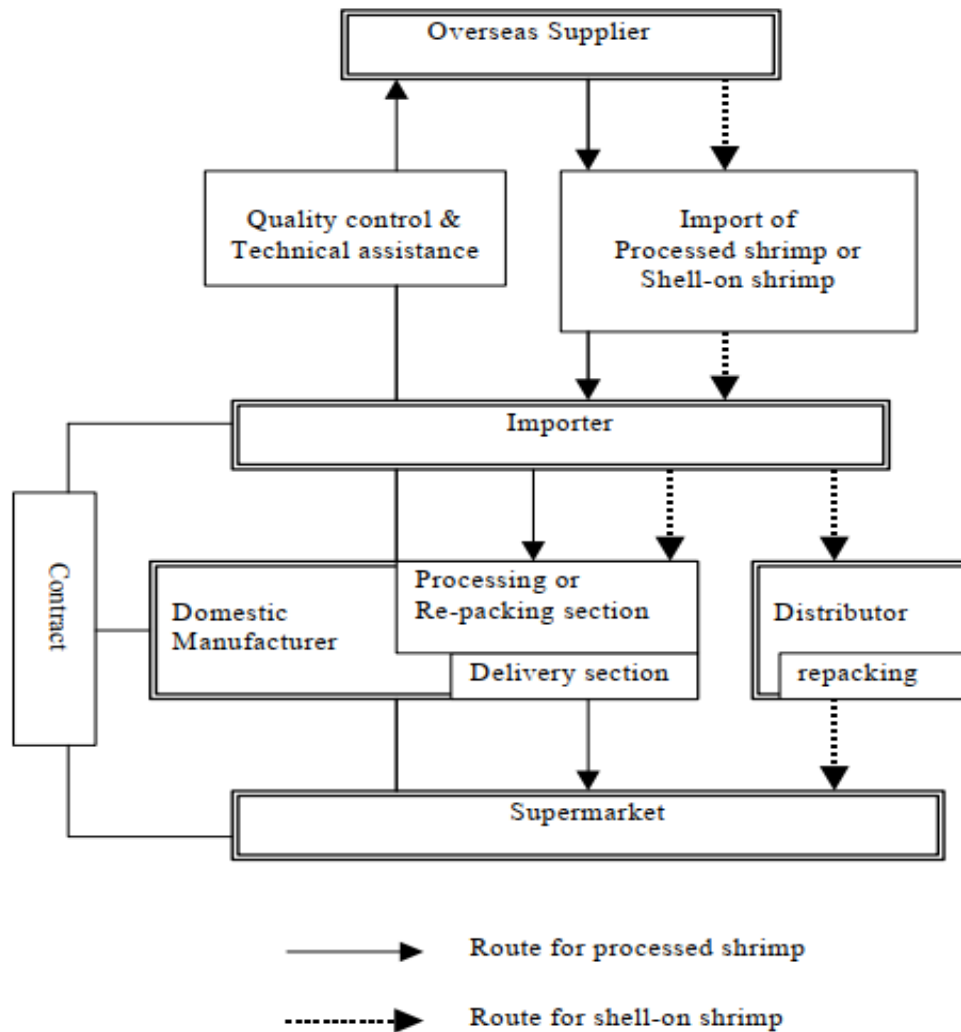


Grafik 2.7 Pangsa Ekspor Udang Beku Indonesia menurut Negara Tujuan
 Sumber: Trademap, 2021 (diolah)

2.3 SALURAN DISTRIBUSI

Berdasarkan laporan yang diterbitkan oleh *World Bank*, secara umum terdapat 2 (dua) saluran utama udang beku di pasar Jepang. Saluran distribusi yang pertama adalah saluran distribusi impor untuk udang beku yang diperuntukkan untuk dijual langsung di supermarket (*retail*) sedangkan saluran distribusi yang kedua adalah saluran distribusi impor udang beku yang ditujukan untuk industri makanan, restoran dan hotel. Importir udang beku Jepang tersebut bisa terdiri dari importir *trading company* besar, importir kecil dan menengah, supermarket besar yang telah memiliki kemampuan untuk mengimpor langsung serta importir yang merangkap (*manufacturer*) untuk produk makanan olahan. Untuk produk udang beku yang ditujukan kepada supermarket atau yang ditujukan kepada industri pengolahan makanan, pihak importir biasanya melakukan *re-packing* ulang sesuai dengan

ukuran dan takaran yang diinginkan untuk kemudian didistribusikan kepada supermarket.

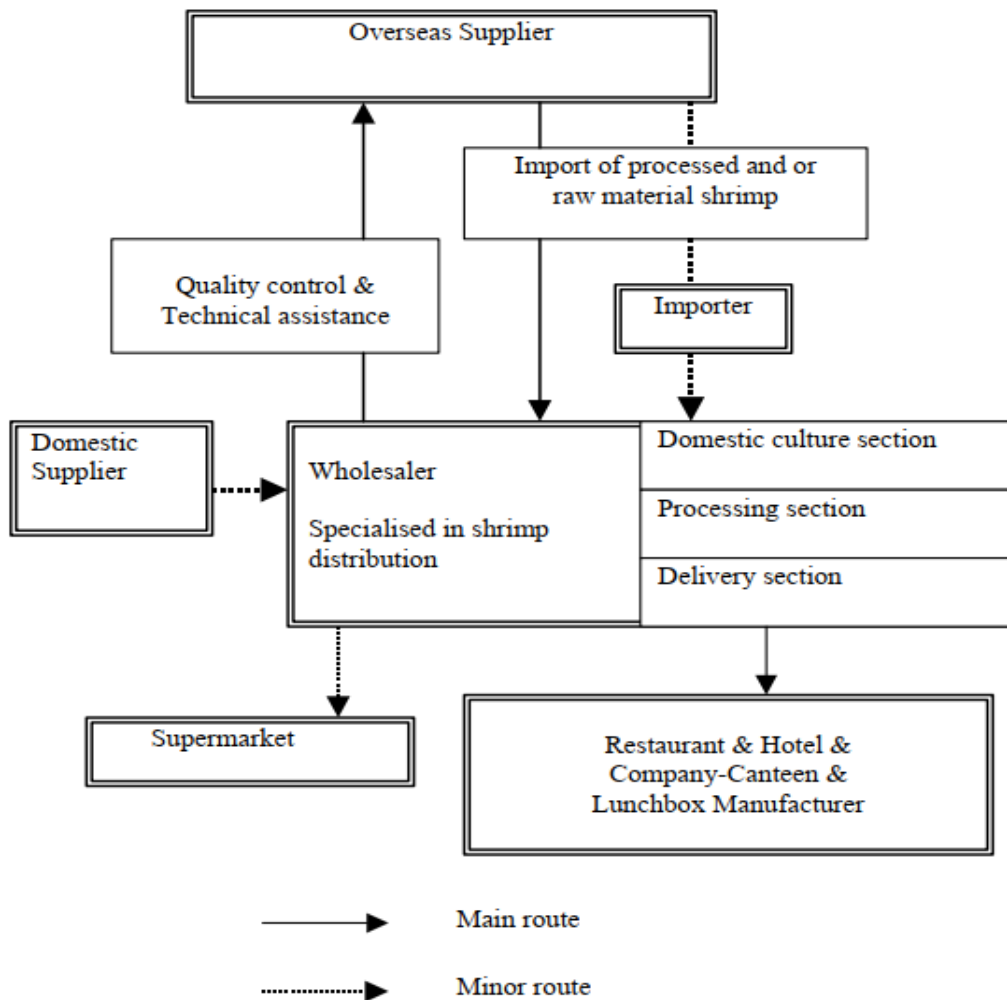


Gambar 2.4. Saluran Distribusi udang beku yang diperuntukkan untuk dijual langsung di supermarket (*retail*)

Sumber: World Bank Report, 2005

Saluran distribusi impor udang beku pertama disajikan pada Gambar 2.4 berikut. Sebelum melakukan proses importasi, importir biasanya memberikan informasi mengenai spesifikasi udang beku yang diinginkan, persyaratan serta kemasan impor khususnya untuk produk beku. Importir Jepang pada umumnya, selalu melakukan survey lapangan atau kunjungan ke calon eksportir di Indonesia. Hal itu merupakan bagian dari budaya kerja importir Jepang yang sangat berhati-hati sebelum melakukan importasi. Kunjungan importir Jepang ke mitra eksportir di Indonesia tersebut bertujuan untuk melakukan *quality control* dan *technical assistance* untuk mengurangi resiko barang yang diimpor ditolak masuk oleh customs Jepang dan untuk menjaga kualitas barang yang diimpor. Untuk udang beku yang ditujukan untuk didistribusikan atau dijual secara *retail* kepada konsumen,

importir maupun distributor Jepang biasanya melakukan re-packing ulang sesuai dengan berat kemasan yang diinginkan. Udanga beku sebagian besar dijual di supermarket dalam kemasan 300 gr, 500 gr sampai dengan 600 gr. Lebih lanjut, Gambar 2.5 di bawah ini menjelaskan alur distribusi importasi udang beku yang ditujukan untuk industri makanan, hotel maupun restoran.



Gambar 2.5 Saluran Distribusi udang beku yang Diperuntukkan untuk Industri makanan, Hotel dan Restoran

Sumber: World Bank Report, 2005

Beberapa supermarket besar dan convenience store yang banyak tersebar di Jepang disajikan pada Tabel 2.2 berikut.

Tabel 2.2 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

2.4 PERSEPSI TERHADAP PRODUK INDONESIA

Berdasarkan hasil kunjungan lapangan maupun diskusi yang pernah dilakukan kepada para importir, *manufacturer* maupun *retailer* produk udang beku Indonesia serta hasil pengamatan lapangan yang dilakukan, sebagian besar menyampaikan bahwa produk udang beku Indonesia memiliki kualitas yang sangat baik. Namun demikian, udang vietnam lebih banyak dikenal oleh importir dan konsumen Jepang meskipun memiliki harga yang relatif tinggi. Tingginya importasi udang beku Jepang dari Vietnam disebabkan oleh banyaknya investasi perusahaan Jepang di sektor budidaya udang di Vietnam.

Pada tahun 2019, salah satu *trading company* konglomerat atau yang lebih dikenal sebagai “*sogo shosha*” Jepang, Mitsui & Co., Ltd. telah melakukan investasi di perusahaan udang Vietnam, Minh Phu. Minh Phu merupakan integrator udang terbesar di dunia mulai dari proses budidaya, pemrosesan produk hingga penjualan. Mitsui & Co., Ltd. telah mengakuisisi 35,1% saham dari Minh Phu dengan total nilai investasi sebesar USD 150 Juta. Dengan melakukan investasi, Mitsui & Co., Ltd. Dapat menerapkan berbagai inisiatif di dalam operasional *Minh Phu Hau Giang Joint Stock Company* (MPHG) ke seluruh grup perusahaan serta dapat memanfaatkan jaringan penjualan yang lebih luas yang telah dimiliki dan dibangun Mitsui & Co., Ltd. Hal ini semakin mendorong dan memperluas importasi serta penjualan udang dari Vietnam (Mitsui & Co., Ltd *press release*, 2019).

BAB III PERSYARATAN PRODUK

3.1. KETENTUAN PRODUK

3.1.1 Peraturan *Labelling* Produk Perikanan dan Makanan Laut di Jepang

Ketentuan mengenai importasi produk udang beku Jepang pada dasarnya mengikuti ketentuan importasi produk perikanan dan olahan perikanan Jepang yang telah diuraikan pada panduan impor (guidebook) yang telah diterbitkan oleh *Japan External Trade Organization* (JETRO) pada tahun 2011. Berdasarkan *guidebook* tersebut, 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 perikanan termasuk produk udang beku, importir harus memberikan informasi pada label sesuai dengan standar pelabelan yang tercantum dalam *Act for Standardization and Proper Labeling of Agricultural and Forestry Products*, dan persyaratan serupa untuk makanan 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*.

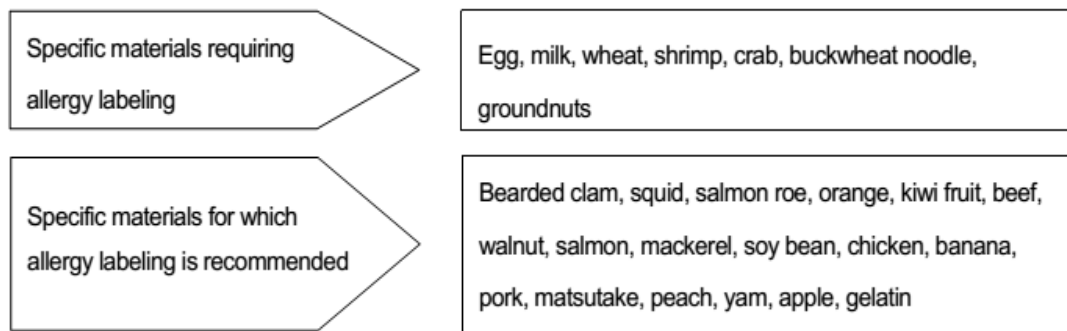
• Zat Aditif

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:

- i. Kalori (kkal atau kilokalori)
- ii. Protein (g atau gram)
- iii. Lemak (g atau gram)
- iv. Karbohidrat (g atau gram)
- v. Natrium
- vi. 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:

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

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 udang beku Jepang dari Indonesia mendapatkan fasilitas bebas bea masuk (*free*). Bebas tarif bea masuk tersebut juga diberikan Pemerintah Jepang kepada negara pesaing Indonesia lainnya yaitu, Vietnam, India dan Thailand. Sementara untuk Argentina yang juga menjadi pemasok utama udang beku Jepang, Pemerintah Jepang dan Pemerintah Argentina belum memiliki perjanjian atau kerja sama perdagangan antara kedua negara. Dengan demikian, impor udang beku Jepang dari Argentina masih dikenakan bea masuk sebesar 1,0% (Tabel 3.2). Keuntungan dari segi tarif bea masuk produk udang beku Indonesia ke Jepang diharapkan dapat meningkatkan daya saing Indonesia di pasar Jepang dibandingkan dengan Argentina sehingga Indonesia mampu mempertahankan atau meningkatkan pangsa pasar di Jepang.

Tabel 3.2 Tarif Bea Masuk (BM) Udang Beku Jepang

Kode HS		General	WTO	ASEAN	Thailand	Vietnam	India	Indonesia
030617	000	4,0%	1,0%	Free	Free	Free	Free	Free

Sumber: *Japan Customs*, 1 April 2021

3.2. KETENTUAN PEMASARAN

3.2.1 Peraturan dan Prosedur Persyaratan Impor Jepang

Berdasarkan *guidebook* yang diterbitkan oleh JETRO (2011), impor produk udang beku yang termasuk ke dalam *section* perikanan dan makanan laut 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*).

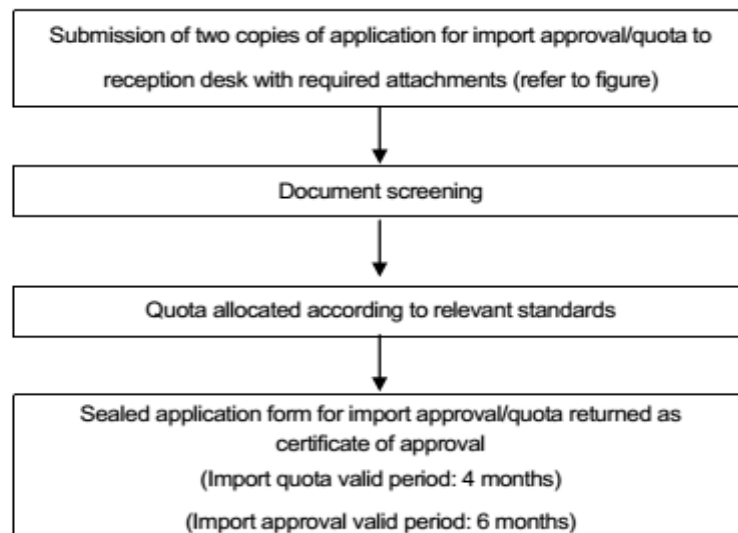
i. Kuota Impor (*Import Quota*)

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.



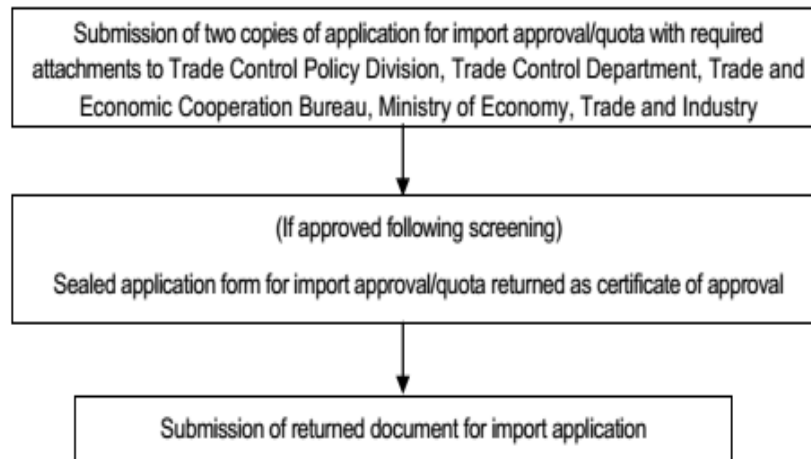
Source: Ministry of Economy, Trade and Industry

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*

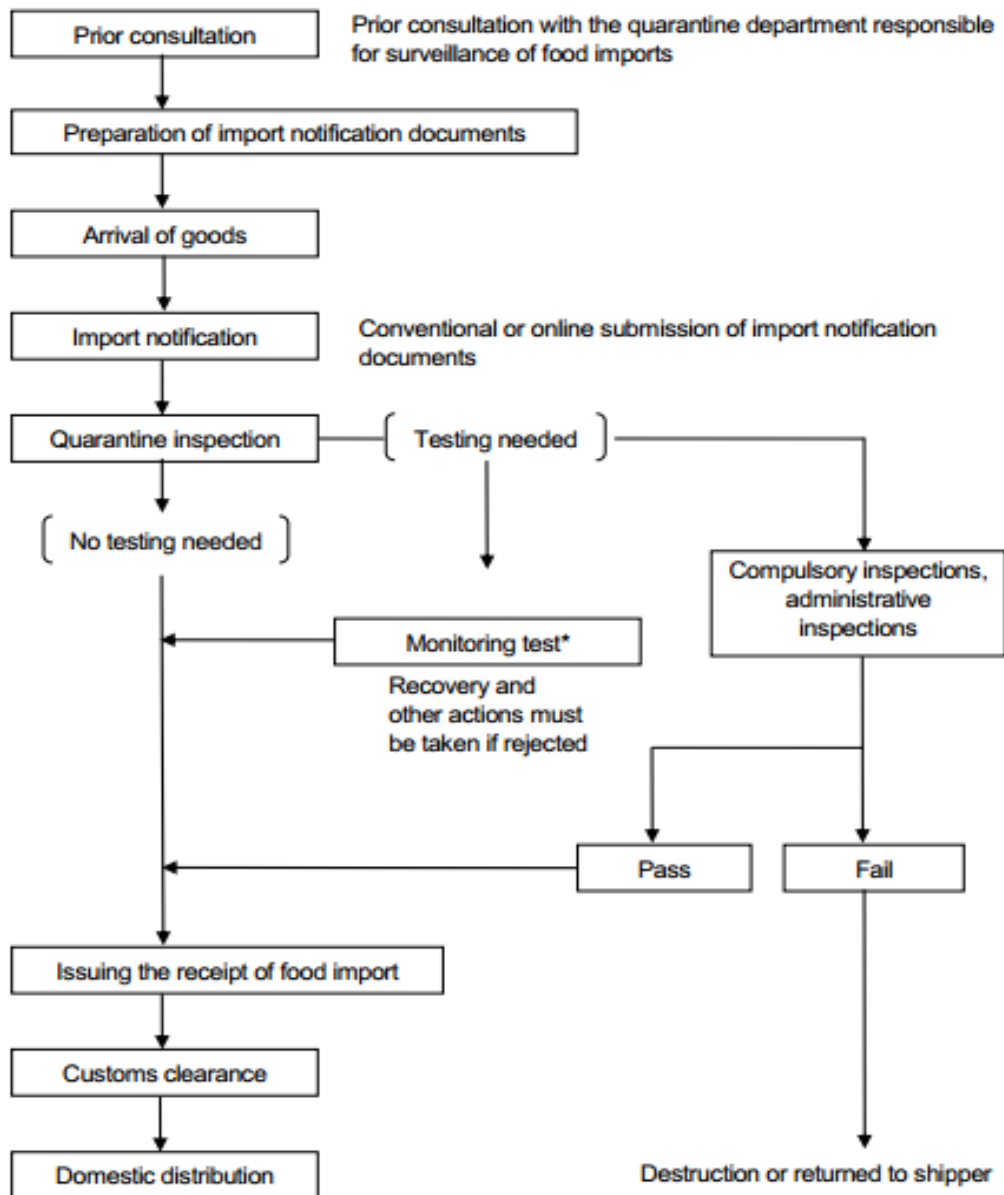
Sesuai dengan Notifikasi No. 370 dari Kementerian Kesehatan, Tenaga Kerja dan Kesejahteraan, "*Standards and Criteria for Food and Additives*" yang dikeluarkan berdasarkan *Food Sanitation Act*, makanan laut dan olahannya harus mematuhi regulasi terkait sanitasi makanan. Regulasi tersebut bertujuan untuk 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 secara umum antara lain pembayaran secara tunai di muka (T/T), *letter of credit* (L/C), *promissory note*, *documentary collection or draft*, *open account* dan penjualan konsinyasi. Faktor utama dalam menentukan metode pembayaran adalah tingkat kepercayaan terhadap kemampuan dan kemauan importir untuk membayar serta kepercayaan importir terhadap eksportir produk dan produk yang akan diekspor. *Letter of credit* (L/C) umumnya digunakan sebagai metode transaksi karena metode ini tidak dapat dibatalkan tanpa disertai alasan yang jelas 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 (*Ministry of Finance, Japan*) 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 kuotasi 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. PT. Bank Negara Indonesia (Persero), Tbk	1. Mizuho Bank, Ltd.
2. PT. Bank BTPN, Tbk	2. MUFG Bank, Ltd.
	3. PT. Bank Negara Indonesia (Persero)

<p>3. PT. Bank Central Asia (Persero), Tbk</p> <p>4. PT. Bank Mandiri (Persero), Tbk</p> <p>5. PT. Bank Mizuho Indonesia</p> <p>6. MUFG Bank, Ltd., Jakarta Branch</p> <p>7. PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk</p>	<p>Tbk, Tokyo Branch</p> <p>4. Resona Bank, Limited</p> <p>5. Sumitomo Mitsui Banking Corporation</p>
---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------

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

3.4. INFORMASI HARGA

Produk udang beku di Jepang yang ditujukan untuk dijual secara langsung ke konsumen (*retail*) melalui supermarket, sebagian besar dijual dalam kemasan 300 gr, 500 gr, 600gr. Selain itu, juga ada produk yang dijual dalam kemasan 900 gr. Dilansir dari beberapa situs belanja *online* di Jepang serta hasil pengamatan lapangan, berikut informasi harga jual *retail* produk udang beku. Harga udang beku di Jepang berkisar JPY 1.200,- sampai dengan JPY 1.800- untuk kemasan 500 gr. Untuk produk 900 gr terdapat udang beku yang dijual dengan harga JPY 2.000,- sampai dengan JPY 2.300,-. Terdapat juga kemasan kecil ukuran 100 gr.



[Happy Midsummer 25%SALE] Boiled shrimp
[500g Frozen]

¥1,836 **25%OFF**
¥ 1,377

*This item will be delivered on 6/30(Wed) at the earliest.

*Tax included.

*Additional shipping charges may apply. [See detail.](#)

*Japan domestic shipping fees for purchases over 20,000JPY will be free.



Shrimp Shrimp Frozen Peeled Shrimp 900g

out of stock Backorder

0 product reviews Post

Price information

Regular selling price (tax included) **2,200 yen**

Tokyo shipping fee 1,100 yen
* Shipping fee may vary depending on conditions

When you become a member premium Member price (tax included) **2,100 yen** **4% OFF** 100 yen discount
Register as a member of Yahoo! Premium

Opportunity to buy for **200 yen**

Bonus etc.

Earn 1%

22 points(1%)

You can get it by logging in.

You still can't use PayPay with Yahoo! Shopping

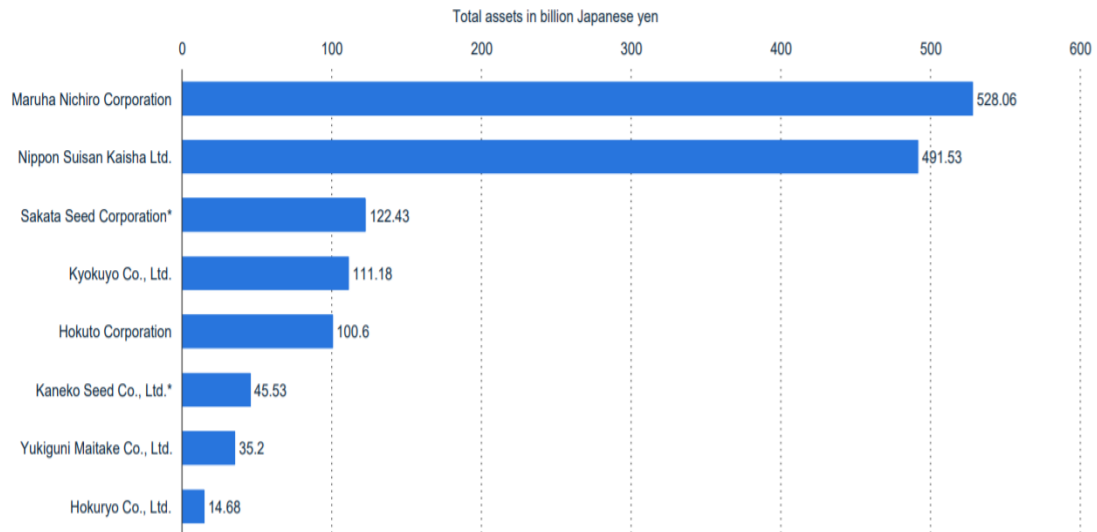
				
冷蔵 398 yen (Main unit price) [8% tax excluded] (tax included) 429.84 yen	冷蔵 298 yen (Main unit price) [8% tax excluded] (tax included) 321.84 yen	冷蔵 398 yen (Main unit price) [8% tax excluded] (tax included) 429.84 yen	冷蔵 398 yen (Main unit price) [8% tax excluded] (tax included) 429.84 yen	冷蔵 398 yen (Main unit price) [8% tax excluded] (tax included) 429.84 yen
Boiled shrimp (for raw consumption) 110g	110g of peeled shrimp (cultured and thawed) that boasts a taste and texture	150g of peeled shrimp (cultured and thawed) that boasts a taste and texture	Boiled shrimp (for raw consumption) 110g	Whiteleg shrimp (cultured / thawed) 200g

Gambar 3.6 Informasi Harga Produk Udang beku di Jepang

Sumber : Berbagai sumber situs belanja di Jepang (2021)

3.5. KOMPETITOR

Jepang memiliki produsen (*manufacturer*) produk *seafood* termasuk udang beku yang juga menjadi pemain utama di pasar Jepang, salah satunya adalah Mitsui & Co. Ltd. yang telah berinvestasi di Vietnam. Perusahaan tersebut merupakan *trading company* besar dan mempunyai jaringan perdagangan yang luas di pasar Jepang. Dengan investasi yang dilakukan di Vietnam, maka perusahaan akan memiliki preferensi impor udang beku dari Vietnam. Selain *Mitsui & Co. Ltd.*, beberapa perusahaan besar Jepang yang bergerak di sektor perikanan antara lain *Maruha Nichiro Foods*, *Nippon Suisan Kaisha (Nissui)*, dan *Inaba Foods*, *Nippon Suisan Kaisha*, *Maruha Nichiro Foods*, dan *Marudai Food*. Grafik 3.1. menyajikan beberapa perusahaan Jepang yang bergerak di sektor perikanan berdasarkan aset yang dimiliki. Selain harus bersaing dengan perusahaan dalam negeri Jepang, Indonesia juga harus bersaing dengan negara pemasok utama udang beku Jepang yang telah memiliki afiliasi dan jaringan pemasaran di Jepang. Beberapa negara utama pemasok udang beku Jepang antara lain Vietnam, India dan Argentina.



Grafik 3.1. Perusahaan Sektor Perikanan di Pasar Jepang Berdasarkan Kepemilikan Aset

Sumber : Statista, 2021

BAB IV KESIMPULAN

Jepang memiliki potensi pasar yang besar untuk produk udang beku Indonesia. Udang beku (HS 030617) merupakan produk sektor perikanan yang paling banyak diimpor oleh Jepang. Sebagai negara produsen sekaligus eksportir produk udang beku dunia, Indonesia diharapkan dapat memanfaatkan peluang pasar tersebut. Berdasarkan hasil uraian yang disajikan pada Bab sebelumnya, terdapat beberapa hal yang perlu menjadi perhatian yang menjadi kesimpulan dari laporan analisis intelijen bisnis sebagai berikut:

1. Jepang yang termasuk ke dalam negara dengan konsumsi per kapita dunia yang cukup tinggi. Dalam memenuhi kebutuhannya, Jepang bergantung dari impor dikarenakan produksi dalam negeri yang terus menurun. Udang beku merupakan produk sektor perikanan yang paling banyak diimpor oleh Jepang karena Jepang tidak memiliki area untuk budidaya. Beberapa jenis udang yang banyak dikonsumsi di Jepang antara lain jenis *giant tiger* dan *white leg shrimp*.
2. Telah terjadi perubahan pola konsumsi masyarakat Jepang yang cenderung lebih memilih produk makanan praktis dan tahan lama sehingga produk beku (*frozen*) banyak digemari termasuk untuk produk udang. Meskipun demikian, faktor kesehatan dan kandungan gizi tetap menjadi prioritas.
3. Jepang merupakan negara importir udang beku ke-3 dunia pada tahun 2020, setelah AS dan RRT dengan pangsa 8,0% dari total impor udang beku dunia. impor udang beku Jepang selama 5 (lima) tahun terakhir mengalami penurunan sebesar -4,71% per tahun. Penurunan itu berbalik dengan tren dunia yang justru naik sebesar 5,4% per tahun. Pelemahan ekonomi dan krisis kesehatan global menjadi pemicu turunnya permintaan impor udang beku. Meskipun demikian, udang beku tetap menjadi produk *seafood* utama yang paling banyak diimpor oleh Jepang dengan pangsa sebesar 13,3% dari total impor perikanan Jepang.
4. Negara pesaing Indonesia untuk udang beku di pasar Jepang adalah Vietnam, Thailand serta India. Selain itu, posisi Indonesia sebagai pemasok udang beku di pasar Jepang perlu terus diwaspadai mengingat pada tahun 2020, Indonesia telah kehilangan pangsa pasar, meskipun masih relatif kecil yaitu 0,4%. Sementara Vietnam dan India justru mengalami kenaikan pangsa pasar. Hal lain yang perlu diwaspadai bagi ekspor udang beku Indonesia ke Jepang adalah pertumbuhan signifikan impor Jepang dari Argentina.
5. Dari segi harga, harga impor udang beku dari Indonesia di tahun 2020 mencapai USD 10,7/Kg. Harga udang Indonesia sedikit lebih rendah jika dibandingkan dengan Vietnam yang menawarkan harga sebesar USD 11,18/Kg. India menjadi negara yang menawarkan harga terendah sebesar USD 8,13/Kg sementara Argentina dan Thailand menawarkan harga sebesar USD 8,89/Kg dan USD 9,79/Kg.
6. Apabila dilihat dari sisi pasokan ekspor udang beku Indonesia, ekspor udang beku Indonesia ke dunia di tahun 2020 mencatatkan pertumbuhan sebesar

11,7% YoY. Kenaikan nilai ekspor tersebut disebabkan naiknya volume ekspor dan kenaikan harga (*unit value*) ekspor udang beku Indonesia.

7. Berdasarkan negara tujuan ekspor udang beku Indonesia, Amerika Serikat (AS) merupakan negara tujuan utama, sedangkan Jepang berada di posisi ke-2 negara tujuan ekspor. Telah terjadi pergeseran pangsa negara tujuan ekspor, pangsa Jepang sebagai negara tujuan ekspor udang beku mengalami penurunan. Indonesia mengalihkan pasar ekspor udang beku dari Jepang ke AS. Indonesia bersaing ketat dengan Vietnam dan India di pasar Jepang. Tingginya investasi perusahaan Jepang di sektor udang Vietnam mengakibatkan naiknya impor udang beku Jepang dari Vietnam.
8. Secara umum terdapat 2 (dua) saluran utama udang beku di pasar Jepang yaitu saluran distribusi impor untuk udang beku yang diperuntukkan untuk dijual *retail* ke supermarket dan distribusi untuk industri makanan, restoran dan hotel. Importir udang beku Jepang terdiri dari importir *trading company* besar, importir kecil dan menengah serta supermarket besar yang telah memiliki kemampuan untuk mengimpor langsung serta importir yang merangkap (*manufacturer*) untuk produk makanan olahan.
9. Untuk produk udang beku yang ditujukan untuk *retail*, importir biasanya melakukan *re-packing* ulang sesuai dengan ukuran dan takaran yang diinginkan untuk kemudian didistribusikan kepada supermarket. Importir Jepang bersifat hati-hati, sebagian besar akan melakukan kunjungan sebelum melakukan impor untuk *quality control* dan *technical assistance*.
10. Produk udang beku di Jepang yang ditujukan untuk dijual secara langsung ke konsumen (*retail*) melalui supermarket, sebagian besar dijual dalam kemasan 300 gr, 500 gr, 600gr sampai dengan 900 gr. harga jual *retail* produk udang beku Harga udang beku di Jepang berkisar JPY 1.200,- sampai dengan JPY 1.800- untuk kemasan 500 gr. Untuk produk 900 gr terdapat udang beku yang dijual dengan harga JPY 2.000,- sampai dengan JPY 2.300,-.
11. Beberapa metode yang digunakan untuk melakukan pembayaran ekspor ke Jepang pada dasarnya mengikuti metode pembayaran ekspor dan impor. Secara umum, metode pembayaran yang digunakan adalah (T/T) dan *letter of credit* (L/C). Selain itu, berdasarkan Nota Kesepahaman antara Kementerian Keuangan Jepang (*Ministry of Finance, Japan*) dan Bank, perdagangan bilateral dan investasi langsung antara Indonesia-Jepang juga dapat dibayar menggunakan mata uang lokal melalui skema LCS (*Local Currency Settlement*).
12. Berdasarkan *guidebook* tersebut, 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*).

Hanya produk yang memenuhi ketentuan tersebut yang bisa masuk ke Jepang. Importir akan memberikan informasi spesifikasi yang dibutuhkan.

13. Tarif bea masuk impor udang beku Jepang dari Indonesia mendapatkan fasilitas bebas bea masuk (*free*) yang juga diberikan ke negara pesaing lainnya yaitu, Vietnam, India dan Thailand. Sementara untuk Argentina yang belum memiliki kerjasama perdagangan, masih dikenakan bea masuk sebesar 1,0%. Keuntungan dari segi tarif bea masuk produk udang beku Indonesia ke Jepang diharapkan dapat meningkatkan daya saing Indonesia di pasar Jepang dibandingkan dengan Argentina sehingga Indonesia mampu mempertahankan atau meningkatkan pangsa pasar di 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-fisheris-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
<i>Japan International</i> <i>Seafood Technology</i> <i>Expo</i>	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/

Nama Pameran	Waktu Pelaksanaa	Keterangan Informasi
<i>Supermarket Trade Show</i>	16-18 Februari 2022	<i>National Supermarket Association of Japan (NSAJ)</i> Tel : +81-3-5209-1056 E-mail : trade@smts.jp
<i>Japan Seafood Expo Osaka</i>	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
Atase Perdagangan KBRI Tokyo	E-mail : atdag-jpn@kemendag.go.id ; trade@kbritokyo.jp ;
<i>Indonesian Trade Promotion Center (ITPC) Osaka</i>	Website : http://itpc.or.jp/ E-mail: itpc.osaka@kemendag.go.id
Balai Pendidikan dan Pelatihan Ekspor Indonesia (PPEI), Kementerian Perdagangan RI (informasi pelatihan prosedur ekspor)	Website : http://ppei.kemendag.go.id/en/
<i>Indonesia Design Development Center (IDDC)</i> , 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 (JETRO) Jakarta</i>	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/