



Laporan Analisis Intelijen Bisnis

**Sarang Burung Walet
(SBW)**

HS: 041000

**Atase Perdagangan
KBRI Tokyo
2021**



RINGKASAN EKSEKUTIF

Sarang burung walet yang dikenal sebagai makanan fungsional dengan kandungan nutrisinya yang tinggi menjadi sebuah peluang bagi peningkatan ekspor Indonesia sebagai salah satu penghasil sarang burung walet terbesar di dunia. Jepang merupakan importir terbesar ke-14 produk sarang burung walet dunia dengan pangsa sebesar 0,5% dari total impor dunia. Meskipun Jepang masih memiliki nilai pangsa yang relatif kecil dibandingkan RRT, Hongkong dan Singapura sebagai importir utama, namun popularitas dan *demand* akan produk sarang burung walet mulai meningkat. Salah satu faktor yang mengakibatkan peningkatan tersebut adalah pengaruh dari budaya China yang memiliki kedekatan geografis dan banyaknya kunjungan wisatawan maupun penduduk China yang tinggal di Jepang khususnya kawasan *chinatown* yang tersebar di berbagai wilayah di Jepang. Selain itu, masyarakat Jepang mulai tertarik dengan produk yang memiliki klaim kesehatan.

Pasar sarang burung walet di Jepang masih sangat potensial untuk dikembangkan oleh Indonesia. Hal ini didukung oleh permintaan produk sarang burung walet di Jepang yang mengalami peningkatan 6,1% per tahun dalam periode sepuluh tahun terakhir. Selama ini, pasar impor sarang burung walet di Jepang didominasi oleh impor dari RRT dan Malaysia dengan pangsa 67,4% dan 13,7%, sementara Indonesia berada di posisi ke-3 menguasai 9,0% pangsa pasar impor sarang burung walet di Jepang. Impor produk sarang burung walet selama triwulan I 2021 Jepang telah mencapai angka USD 1,2 Juta, nilai ini naik sangat signifikan jika dibandingkan dengan nilai impor sarang burung walet pada periode triwulan I 2020 yang tercatat sebesar USD 144,0 Ribu. Dengan capaian tersebut, pertumbuhan impor sarang burung walet Jepang mengalami kenaikan sebesar 730,6% YoY atau hampir 8 (delapan) kali lipat dibandingkan periode yang sama tahun 2020. Dengan mempertimbangkan pertumbuhan, pasar sarang burung walet Jepang sangat prospektif.

Ekspor sarang burung walet Indonesia ke Jepang tahun 2020 baru mencapai USD 309,0 ribu. Meskipun masih relatif kecil, namun nilai ekspor tahun 2020 mencatatkan pertumbuhan signifikan hingga lebih dari 15.000,0% YoY. Pangsa ekspor sarang burung walet Indonesia ke Jepang baru mencapai 0,1% dari total ekspor sarang burung walet Indonesia ke dunia, selain itu Jepang belum termasuk dalam sepuluh besar negara utama tujuan ekspor sarang burung walet Indonesia. Indonesia memiliki *existing* potensial ekspor untuk produk sarang burung walet di pasar Jepang sebesar USD 4,3 Juta. Impor sarang burung walet Jepang didominasi oleh impor produk olahan sarang burung walet. Selain digunakan untuk konsumsi, sarang burung walet di Jepang juga digunakan sebagai bahan baku kosmetik (*skincare*). Oleh karena itu, ekspor produk sarang burung walet dalam bentuk *essence*, dan produk *ready to drink*, serta pendekatan ke *manufacturer* produk kosmetik juga dapat menjadi peluang dan alternatif menarik bagi eksportir Indonesia untuk dijajaki lebih lanjut dalam meningkatkan pangsa pasar impor sarang burung walet di Jepang.

Lebih lanjut, dengan memperhatikan struktur negara tujuan ekspor sarang burung walet Indonesia ke dunia dan negara asal impor sarang burung walet Jepang, terdapat beberapa hal yang menjadi perhatian Indonesia. RRT yang merupakan negara tujuan ekspor sarang burung walet Indonesia, juga menjadi negara asal impor sarang burung walet Jepang. Data tersebut memunculkan beberapa indikasi, yang pertama terdapat kemungkinan bahwa ekspor sarang burung walet Indonesia tidak diekspor secara langsung ke Jepang namun diekspor melalui *transit* melalui negara ke-3 yaitu RRT. Indikasi kemungkinan lainnya adalah bahwa sarang burung walet yang diekspor Indonesia ke RRT dijadikan bahan baku produk olahan sarang burung walet untuk kemudian diekspor ke Jepang. Hal ini juga menjadi faktor penting yang perlu diperhatikan bagi para pelaku usaha Indonesia yang ingin melakukan penetrasi ke pasar Jepang.

Melalui perjanjian kerjasama ekonomi dengan Jepang dalam kerangka IJEPA, sarang burung walet termasuk produk yang dibebaskan tarif bea masuknya. Bebasnya tarif bea masuk tentunya memberikan peluang yang lebih baik bagi Indonesia untuk meningkatkan nilai ekspor sarang burung walet ke Jepang. Dalam mengeksport sarang burung walet ke Jepang, terdapat beberapa ketentuan yang harus dipenuhi, yaitu ketentuan *Custom Law*, *Food Sanitation Act* dan *JAS Law*. Produk sarang burung walet yang dijual di Jepang juga harus tunduk pada ketentuan label yang cukup ketat.

Meskipun, Jepang mensyaratkan regulasi keamanan pangan yang cukup ketat, namun peluang pasar sarang burung walet di Jepang cukup menjanjikan. Salah satu cara yang dapat dilakukan eksportir Indonesia untuk memasuki pasar Jepang adalah melalui bantuan perantara. Perantara dapat memberikan layanan dukungan dan bimbingan dalam mengembangkan strategi yang tepat untuk penetrasi pasar. Partisipasi dalam pameran perdagangan internasional dan kegiatan *business matching* juga dapat memberikan kesempatan untuk mencari dan melakukan kontak pribadi dengan mitra bisnis potensial sekaligus memperluas jaringan bisnis.

DAFTAR ISI

RINGKASAN EKSEKUTIF	2
DAFTAR ISI	4
BAB I PENDAHULUAN	5
1.1. TUJUAN	5
1.2. METODOLOGI	7
1.3. BATASAN PRODUK	7
1.4. GAMBARAN UMUM NEGARA	7
BAB II PELUANG PASAR	10
2.1. TREND PRODUK	10
2.2. STRUKTUR PASAR	12
2.3. SALURAN DISTRIBUSI	18
2.4. PERSEPSI TERHADAP PRODUK INDONESIA	19
BAB III PERSYARATAN PRODUK	23
3.1. KETENTUAN PRODUK	23
3.1.1. Standar Kualitas	23
3.1.2. Pelabelan	25
3.1.3. Dokumen yang Dibutuhkan	27
3.1.4. Tarif Bea Masuk Impor	28
3.2. KETENTUAN PEMASARAN	28
3.3. METODE TRANSAKSI	29
3.4. INFORMASI HARGA	30
3.5. KOMPETITOR	31
BAB IV KESIMPULAN	34
LAMPIRAN	36
Lampiran 1 DAFTAR IMPORTIR, RETAILER, & ASOSIASI	36
Lampiran 2 DAFTAR PAMERAN	37
Lampiran 3 SUMBER INFORMASI YANG BERGUNA	38

BAB I PENDAHULUAN

1.1 TUJUAN

Krisis kesehatan global, pandemi COVID-19 telah mengakibatkan perubahan pola kehidupan dan konsumsi masyarakat. Masyarakat mulai melakukan evaluasi kembali mengenai pola kebiasaan, khususnya pola konsumsi makanan dan minuman selama ini. Adanya pandemi yang terjadi di hampir seluruh negara di dunia, mendorong masyarakat untuk mengkonsumsi produk makanan dan minuman yang mempunyai manfaat untuk kesehatan dan meningkatkan kekebalan (imunitas) tubuh. Dengan kesadaran masyarakat dunia akan kesehatan yang semakin tinggi, hal ini kemudian mendorong tingginya permintaan akan produk-produk yang menunjang kesehatan yang kemudian diikuti pula oleh munculnya varian produk makanan dan minuman fungsional yang dapat meningkatkan kesehatan dan daya tahan tubuh. Salah satu produk yang dipercaya dapat meningkatkan kesehatan dan daya tahan tubuh yang semakin berkembang dan banyak diminati adalah produk sarang burung walet atau yang juga dikenal sebagai *edible bird's nest* atau *swallow nest*.

Sarang burung walet dipercaya sebagai makanan bernutrisi yang kaya akan protein dan mineral, serta sarat akan asam amino esensial dan non esensial. Khasiat sarang burung walet pertama kali ditemukan pada abad ke-17 oleh bangsa China dan saat ini telah menjadi bagian dari budaya kulinernya. Permintaan dunia yang tinggi akan sarang burung walet bukan dikarenakan rasanya yang lezat namun manfaat kesehatan yang diklaim dimiliki oleh sarang burung walet. Sarang burung walet terkenal memiliki tonik yang bersifat memelihara dan menjaga sistem organ tubuh, termasuk membantu untuk melarutkan dahak, memperbaiki suara, meredakan masalah lambung, membantu fungsi ginjal, memutihkan kulit, meringankan asma, menekan batuk, menyembuhkan penyakit Tuberkulosis (TBC), memperkuat sistem kekebalan tubuh, mempercepat pemulihan dari penyakit dan pasca operasi, meningkatkan energi dan metabolisme serta meningkatkan konsentrasi¹. Dengan klaim manfaat yang dimiliki, sarang burung walet merupakan bahan yang baik untuk kesehatan dan juga sebagai bahan baku kosmetik.

Indonesia adalah habitat bagi kurang lebih 80-85% persen total populasi burung wale dunia. Hal tersebut menjadikan Indonesia sebagai produsen 80%-85% sarang burung walet dunia. Perdagangan sarang burung walet yang dilakukan Indonesia khususnya dari Jawa dan Kalimantan telah dilakukan mulai pada zaman kolonial Belanda yaitu pada abad ke-17 (Cranbrook, 1984). Pada sekitar tahun 1840-an, pihak kolonial Belanda yang berwenang, membeli dan mengumpulkan sarang

¹ Thourbun, Craig, Monash University (2014)

burung walet dari penguasa di Jawa untuk kemudian dijual kepada para pengumpul dan kepada konsumen sarang burung walet di luar negeri. Sebagai produsen utama dunia, Indonesia juga menjadi eksportir utama sarang burung walet dunia. Menteri Perdagangan Republik Indonesia, melalui siaran pers menyatakan bahwa Indonesia memiliki “*harta karun*” yang mampu meningkatkan pertumbuhan ekonomi dengan cepat yakni sarang burung walet². Sarang burung walet juga dianggap sebagai produk *quick wins* bagi peningkatan pertumbuhan ekspor di tengah upaya pemerintah untuk menjaga dan mengembalikan pertumbuhan ekonomi nasional ke zona positif di masa krisis yang melanda saat ini.

Di sisi pasar tujuan ekspor untuk sarang burung walet, negara-negara Asia khususnya Asia Timur menjadi pasar utama bagi produk sarang burung walet. Republik Rakyat Tiongkok (RRT), Hongkong dan Taiwan merupakan negara importir utama produk sarang burung walet dunia. Ketiga negara tersebut memiliki pangsa hampir 75% dari total impor dunia. Negara Asia timur lainnya yang juga banyak terpengaruh budaya China, seperti Jepang masih memiliki pangsa yang relatif kecil di bawah 1%, yaitu 0,5% dari total impor dunia di tahun 2020. Namun demikian, meskipun jumlah masih relatif kecil, impor sarang burung walet Jepang menunjukkan kenaikan yang sangat signifikan pada periode triwulan I 2021 dengan mencatatkan pertumbuhan sebesar 730,6% dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Tingginya impor sarang burung walet Jepang disebabkan oleh tidak adanya produksi di dalam negeri. Pertumbuhan impor yang signifikan tersebut mengindikasikan bahwa Jepang dapat menjadi pasar prospektif bagi produk sarang burung walet dan dapat menjadi alternatif perluasan pasar ekspor bagi produk sarang burung walet. Perluasan pasar tersebut menjadi penting untuk mengurangi tingkat ketergantungan pada pasar tujuan ekspor tertentu apabila terjadi kejenuhan.

Sebagai negara produsen sekaligus eksportir produk sarang burung walet dunia, Indonesia memiliki peluang untuk memanfaatkan dengan memperbesar pangsa pasar sarang burung walet di pasar Jepang. Oleh karena itu, untuk dapat memanfaatkan peluang tersebut, perlu disusun laporan analisis intelijen bisnis produk sarang burung walet 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 sarang burung walet dalam merumuskan dan menyusun rencana strategi ekspor di pasar Jepang.

² CNBC Indonesia, Januari 2021

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 sekunder dalam penyusunan laporan analisis intelijen bisnis ini berasal dari ITC, Trademap UNCOMTRADE, statistik ekonomi dari *Tradingeconomics*, *Japan Customs*, *Ministry of Economy, Trade and Industry (METI)*, *Ministry of Agriculture, Forestry and Fisheries (MAFF)* serta berbagai sumber lainnya.

1.3 BATASAN PRODUK

Berdasarkan *Japan's Tariff Schedule (Statistical Code for Import)*, kode statistik sarang burung walet yang menjadi cakupan dalam analisis intelijen bisnis dapat dilihat dalam Tabel 1.1. Produk yang menjadi cakupan pembahasan dalam analisa ini adalah sarang burung walet yang termasuk dalam kode HS 0410.00. Produk olahan sarang burung walet juga akan dibahas untuk memberikan gambaran pasar yang lebih komprehensif mengingat keterkaitan yang sangat erat antara sarang burung walet dan produk olahannya.

Tabel 1.1 Klasifikasi Cakupan Produk Sarang Burung Walet

Kode Statistik		Deskripsi	
Kode HS			
0410.00		<i>Edible products of animal origin, not elsewhere specified or included</i>	Produk yang dapat dimakan berasal dari hewan, tidak dirinci atau termasuk dalam pos lainnya
	100	<i>1 Salanganes' nests</i>	Sarang burung walet
	200	<i>2 Other</i>	Lain-lain

Sumber: *Japan Customs*, 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% YoY³. 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. Sementara itu, pendapatan per kapita Jepang tercatat mencapai USD 49.188,- yang merupakan nilai terbesar selama sepuluh tahun terakhir.

³ Statista, 2021

Dari sisi demografi, populasi Jepang pada tahun 2020 mencapai 126 juta jiwa. Pada bulan Maret 2021 jumlah pekerja mencapai 66,9 juta orang dengan tingkat pengangguran Jepang pada periode tersebut mencapai 2,6% atau sebanyak 1,8 juta orang. Sementara itu, tingkat partisipasi tenaga kerja di Jepang mencapai 61,9%. Lebih lanjut, dari sisi perdagangan, kinerja ekspor Jepang pada bulan Maret 2021 mencapai JPY 7.378 miliar, sementara kinerja impornya mencapai JPY 6.714 miliar. Dengan catatan ekspor dan impor tersebut, neraca perdagangan Jepang pada periode Maret 2021 mencatatkan surplus sebesar JPY 664,- miliar. 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. Transaksi berjalan pada bulan Maret 2021 tercatat sebesar JPY 2.650,- miliar (Tabel 1.2).

Tabel 1.2 Indikator Makroekonomi Jepang

GDP	Nilai/Persentase/Point	Periode	Frekuensi
GDP Growth Rate	2.8%	Dec/20	Quarterly
GDP Annual Growth Rate	-1.4%	Dec/20	Quarterly
GDP	5082 USD Billion	Dec/19	Yearly
GDP Constant Prices	542688 JPY Billion	Dec/20	Quarterly
GDP per capita	49188 USD	Dec/19	Yearly
Labour	Nilai/Persentase/Point	Periode	Frekuensi
Unemployment Rate	2.6%	Mar/21	Monthly
Employed Persons	66840 Thousand	Mar/21	Monthly
Unemployed Persons	1800 Thousand	Mar/21	Monthly
Employment Rate	60.2%	Mar/21	Monthly
Labor Force Participation Rate	61.9%	Mar/21	Monthly
Population	126 Million	Dec/20	Yearly
Trade	Nilai/Persentase/Point	Periode	Frekuensi
Balance of Trade	664 JPY Billion	Mar/21	Monthly
Exports	7378 JPY Billion	Mar/21	Monthly
Imports	6714 JPY Billion	Mar/21	Monthly
Current Account	2650 JPY Billion	Mar/21	Monthly
Current Account to GDP	3.2%	Dec/20	Yearly

Sumber: Tradingeconomics, 2021

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 kemudahan dalam berbisnis yang ditunjukkan dengan ranking *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*, menandakan semakin banyaknya regulasi terkait bisnis yang diterapkan oleh Pemerintah Jepang. Di sisi lain, *business confidence* Jepang pada Maret 2021 sebesar 5 indeks poin, masih terpengaruh oleh krisis akibat pandemi COVID-19 yang merebak di seluruh dunia. Namun demikian, indeks poin ini sudah

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. Angka tersebut mencerminkan kepercayaan diri konsumen yang tergolong cukup tinggi di tengah pandemi COVID-19. Sejalan dengan indeks *consumer confidence* yang membaik, pengeluaran rumah tangga pada bulan Maret 2021 mengalami pertumbuhan sebesar 6,2% dibandingkan bulan sebelumnya. Begitu pula dengan kinerja penjualan ritel yang menunjukkan optimisme pasar di Jepang yang terlihat pada tumbuhnya penjualan ritel pada bulan Maret secara bulanan sebesar 1,2%, maupun secara tahunan yang menunjukkan pertumbuhan yang positif sebesar 5,2%. Pertumbuhan kinerja penjualan ritel baik secara bulanan (mom) maupun *annual* (yoy) menunjukkan semakin pulihnya kegiatan penjualan ritel dari kondisi krisis pada awal terjadinya *outbreak* pandemi di 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

BAB II PELUANG PASAR

2.1. TREND PRODUK

Jepang dikenal sebagai negara yang memiliki perhatian tinggi terhadap kesehatan dan higienitas dalam makanan. Selama beberapa tahun terakhir, produk makanan dan minuman yang memiliki klaim manfaat dan khasiat bagi kesehatan kebugaran menjadi semakin populer di Jepang. Konsumen Jepang yang sadar akan pentingnya kesehatan, menuntut produk makanan yang mengandung bahan-bahan alami, meminimalkan bahan tambahan makanan, serta mendukung kebutuhan makanan dan minuman yang fungsional bagi pemeliharaan kesehatan. Produk makanan dan minuman yang berkaitan dengan pemeliharaan kesehatan dan kebugaran di Jepang secara umum terbagi menjadi produk organik, produk *free-from*, produk alami, *food minus*, *food intolerance*, dan *fortified or functional products* yang semuanya menunjukkan lonjakan penjualan selama beberapa tahun terakhir. Makanan dengan klaim yang mempromosikan kesehatan mempunyai peran besar dalam pasar makanan Jepang, yang pada dasarnya mencakup “*foods for specified health uses*” (FOSHU) dan “*foods with nutrient function claims*” (FNFC)⁴.

Nilai produksi makanan dengan klaim kesehatan di Jepang mencapai sekitar USD 12,5 miliar pada tahun 2019. Pasar produk makanan dengan klaim kesehatan, seperti bahan makanan dengan klaim fungsi, menunjukkan pertumbuhan yang stabil dalam beberapa tahun terakhir karena produsen memenuhi permintaan masyarakat Jepang yang memiliki median usia rata-rata penduduk relatif tua (*aging society*). Sementara itu, pada tahun 2018, nilai *shipment* untuk pasar makanan kesehatan di Jepang mencapai sekitar JPY 867,7 miliar, melanjutkan tren kenaikan pada tahun-tahun sebelumnya. Pasar makanan kesehatan diperkirakan sedikit mengalami pertumbuhan di tahun 2020, mencapai sekitar JPY 868,0 miliar⁵. Konsumen memiliki banyak pilihan untuk memenuhi kebutuhan produk makanan, mulai dari restoran, supermarket dan toko, hingga pemesanan secara *online*. Konsumen Jepang mencari makanan berkualitas tinggi, mengutamakan kenyamanan dan aksesibilitas, termasuk untuk makanan siap saji dan makanan kemasan.

Untuk produk sarang burung walet di Jepang memang belum terlalu populer, namun demikian minat masyarakat akan produk tersebut mulai meningkat. Produk sarang burung walet di pasar Jepang sebagian besar banyak dijual di kawasan *chinatown* yang tersebar di berbagai wilayah atau *prefecture* di Jepang. Salah satu kawasan *chinatown* yang cukup besar di Jepang berada di kawasan Yokohama. Selain produk sarang burung walet yang ditujukan untuk konsumsi/makanan, di Jepang juga terjadi peningkatan tren produk perawatan kulit (*skincare*) berbahan sarang burung walet. Produk perawatan kulit (*skincare*) dari sarang burung walet

⁴ “Health and functional foods market in Japan – statistics & facts”,

⁵ “Production value of health foods in Japan 2016-2019”,

dipercaya memiliki sifat tonik *yin* dikarenakan memiliki kemampuan untuk mendinginkan tubuh. Produk *skincare* tersebut semakin diminati di pasar Asia, termasuk Jepang. Selain memberikan efek baik bagi kesehatan, sarang burung walet juga memiliki berbagai manfaat untuk kecantikan, diantaranya adalah peremajaan sel-sel kulit, dan juga meningkatkan elastisitas pada kulit, sehingga mencegah kulit keriput dan kendur⁶. Gambar 2.1 menunjukkan produk-produk sarang burung walet yang dipasarkan di Jepang.



Gambar 2.1 Contoh Produk Sarang Burung Walet di Pasar Jepang

Sumber: www.event21.co.jp (2021), www.joyoflife.jp (2021)

Sarang burung walet di pasar Jepang dijual dalam berbagai macam produk, diantaranya adalah sup sarang burung walet yang dijual di restoran-restoran, sarang burung walet kering (*dried clean bird's nest*) yang dijual di supermarket, sarang burung walet dalam bentuk minuman *ready to drink*, maupun diolah ke dalam berbagai macam produk perawatan wajah seperti *lifting serum*, *lifting cream*, dan *cleansing balm*. Salah satu *brand* yang cukup terkenal di Jepang untuk produk olahan berbahan sarang burung walet adalah produk dengan *brand* “Yukinohada”. Yukinohada merupakan salah satu *brand skincare* Jepang yang terkenal memiliki formula yang berfungsi sebagai *anti-aging*. Bahkan dilansir dari salah satu situs *Japan health* yaitu bio-japan.net, produk sarang burung walet yang digunakan sebagai bahan baku pembuatan *skincare* merk yukinohada merupakan salah satu *skincare* premium di Jepang.

⁶ “An Asian Secret For Beauty: Bird's Nest”, <https://www.beautyandfashiontech.com/an-asian-secret-for-beauty-birds-nest/>

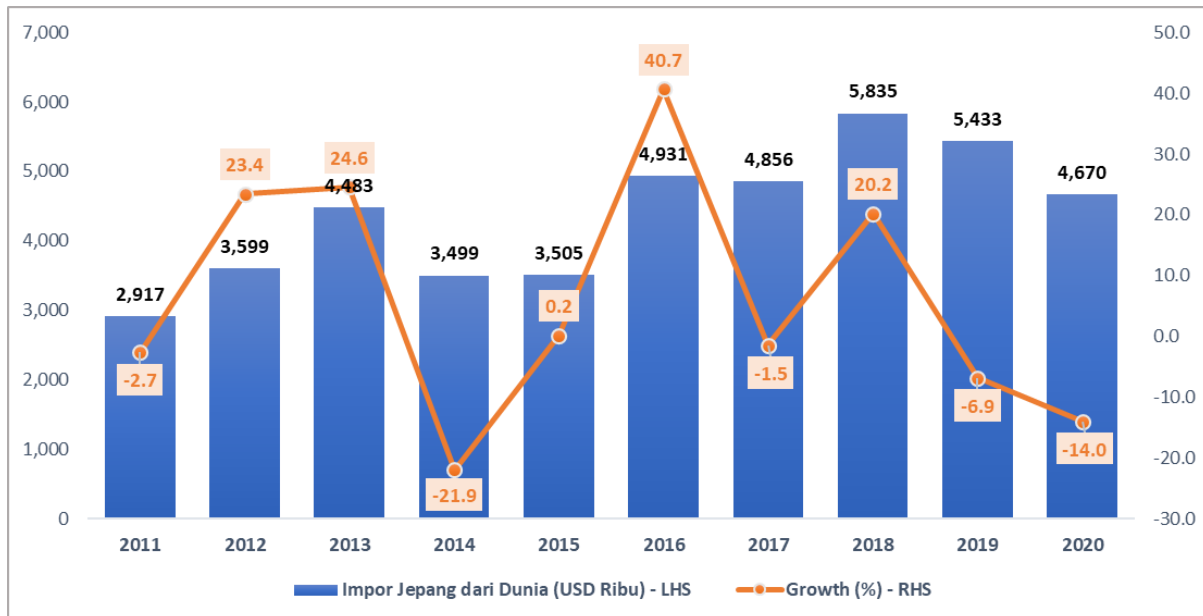
2.2. STRUKTUR PASAR

Jepang merupakan importir ke-14 produk sarang burung walet dunia dengan pangsa sebesar 0,5% dari total impor dunia. Importir produk sarang burung walet masih didominasi oleh negara RRT, Hongkong dan Singapura. Ketiga negara tersebut memiliki pangsa sebesar 79,1% dari total impor dunia. Dari ketiga negara tersebut, RRT memiliki sumbangan impor terbesar, dengan menyerap 57,9% dari impor dunia. Impor RRT selama 5 (lima) tahun terakhir menunjukkan kenaikan yang signifikan mencapai 61,5% per tahun. Berbeda dengan RRT yang memiliki pertumbuhan impor positif, Hongkong dan Singapura sebagai negara ke-2 dan ke-3 importir dunia justru mengalami penurunan tren impor sebesar -13,3% dan -11,1% per tahun (ITC, Trademap, 2021).

Meskipun Jepang masih memiliki nilai pangsa yang relatif kecil dibandingkan RRT, Hongkong dan Singapura, namun popularitas dan *demand* akan produk sarang burung walet mulai meningkat. Salah satu faktor yang mengakibatkan peningkatan tersebut adalah pengaruh dari budaya China yang memiliki kedekatan geografis serta banyaknya kunjungan wisatawan maupun penduduk China yang tinggal di Jepang khususnya kawasan *chinatown* yang tersebar di berbagai wilayah di Jepang. Apabila melihat jangka waktu yang lebih panjang yaitu selama 10 (sepuluh) tahun terakhir, permintaan impor sarang burung walet secara umum di Jepang mengalami peningkatan yang signifikan. Pertumbuhan impor Jepang selama 2011 hingga 2020 tumbuh 6,1% per tahun, meskipun sempat mengalami kontraksi impor pada tahun 2014 dan 2017. Pada tahun 2014 dan 2017, impor sarang burung walet Jepang sempat mengalami penurunan masing-masing sebesar -21,9% YoY dan -6,9% YoY. Penurunan tersebut terjadi akibat melemahnya mata uang Jepang terhadap mata uang negara lain. Penurunan ekspor pada tahun 2014 dan 2017 juga terjadi pada produk yang ditujukan sebagai *consumer goods* khususnya produk makanan. Meskipun sempat mengalami kontraksi, namun impor sarang burung walet kembali menunjukkan pertumbuhan kembali ke zona positif pada tahun 2018, meskipun kembali menunjukkan penurunan pada 2 (dua) tahun terakhir (ITC, Trademap, 2021).

Impor Jepang di tahun 2020 mencapai USD 4,7 Juta atau mengalami penurunan sebesar -14,0% dibandingkan dengan tahun 2019. Penurunan impor di tahun 2020 dipengaruhi oleh kondisi perdagangan dunia yang terdampak akibat pandemi COVID-19. Meskipun demikian, selama periode triwulan I 2021, impor sarang burung walet Jepang kembali mencatatkan pertumbuhan yang signifikan. Impor produk sarang burung walet selama triwulan I 2021 Jepang telah mencapai angka USD 1,2 Juta, nilai ini naik sangat signifikan jika dibandingkan dengan nilai impor sarang burung walet pada periode triwulan I 2020 yang tercatat sebesar USD 144 Ribu (ITC, Trademap, 2021). Dengan capaian tersebut, pertumbuhan impor triwulan I 2021 sarang burung walet Jepang mengalami kenaikan sebesar 730,6% YoY atau hampir 8 (delapan) kali lipat dibandingkan periode yang sama tahun 2020. Dengan mempertimbangkan pertumbuhan impor sarang burung walet Jepang baik secara tren pertumbuhan tahunan selama 10 tahun terakhir maupun pertumbuhan

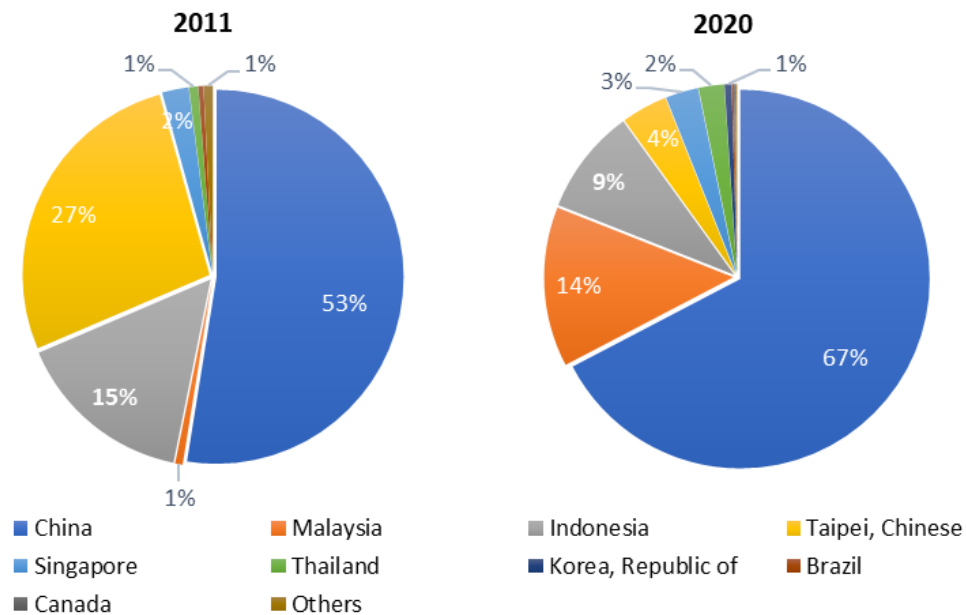
pada triwulan I 2021, pasar sarang burung walet Jepang sangat prospektif. Hal tersebut juga memberikan indikasi potensi pasar yang baik untuk produk sarang burung walet. Indonesia sebagai produsen sekaligus eksportir dapat mempertimbangkan Jepang sebagai negara potensial sebagai target tujuan ekspor untuk perluasan pasar. Grafik 2.1. berikut menunjukkan kinerja impor sarang burung walet Jepang dari dunia pada periode 2011 hingga 2020.



Grafik 2.1 Perkembangan Impor Sarang Burung Walet di Jepang dari Dunia
 Sumber: ITC, Trademap, 2021 (diolah)

Berdasarkan negara asal impor, impor sarang burung walet Jepang sebagian besar berasal dari RRT. Di tahun 2020, impor sarang burung walet Jepang dari RRT memiliki pangsa sebesar 67,4%. Malaysia, Indonesia, Taiwan dan Singapura berada di posisi ke-2, ke-3, ke-4 dan ke-5 dengan pangsa masing-masing sebesar 13,7%, 9%, 3,9% dan 2,8%. Dengan memperhatikan struktur negara asal impor, telah terjadi pergeseran pangsa negara pemasok sarang burung walet Jepang. Di tahun 2011, selain dari RRT dengan pangsa mencapai 52,6%, impor sarang burung walet di Jepang banyak dipasok dari Taiwan (27,1%), Indonesia (15,4%), Singapura (2,3%), Thailand (0,8%), Hongkong (0,8%), dan Malaysia (0,7%). Selama rentang 10 (sepuluh) tahun terakhir, pangsa pasar RRT di Jepang semakin kuat dengan pangsa di tahun 2020 mencapai 67,4%. Sementara itu, Indonesia justru telah kehilangan 6,5% pangsa pasar Jepang, sedangkan Malaysia justru berhasil menaikkan pangsa dari hanya 0,7% di tahun 2011 menjadi 13,7% di tahun 2020. Malaysia dan RRT berhasil merebut pangsa pasar Indonesia dan Taiwan di pasar Jepang. Malaysia juga mampu menyaingi posisi Indonesia untuk produk sarang burung walet di pasar Jepang (Grafik 2.2). Hal ini dapat dijadikan *warning* bagi Indonesia, apabila

tidak ditangani secara serius dikhawatirkan Indonesia akan kehilangan pangsa pasar sarang burung walet Jepang.

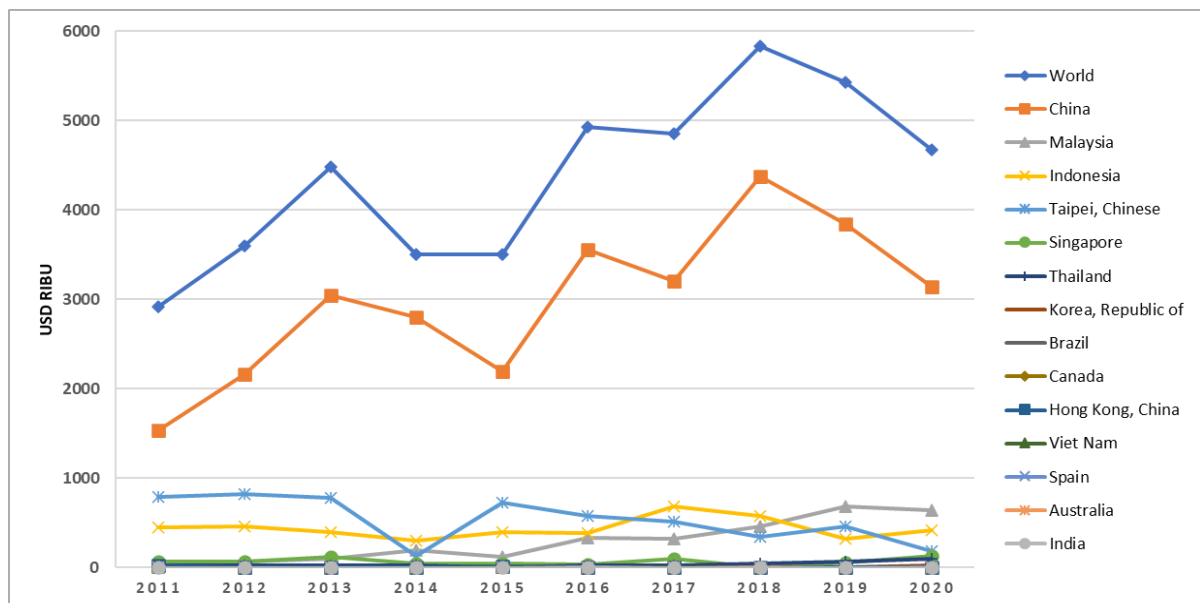


Grafik 2.2 Pangsa Impor Sarang Burung Walet di Jepang Menurut Negara Asal Impor

Sumber: ITC, Trademap, 2021 (diolah)

Secara umum, berdasarkan Grafik 2.2 negara pesaing utama Indonesia di pasar Jepang untuk produk sarang burung walet antara lain RRT, Malaysia, Taiwan, Singapura dan Thailand. Nilai impor sarang burung walet yang berasal dari RRT sebagai pemasok utama mencapai USD 3,2 juta (turun 18,2% YoY), diikuti oleh Malaysia USD 638 ribu (turun 6,5%), Indonesia USD 422 ribu (naik 29,4%), Taiwan USD 184 ribu (turun 59,6%), Singapura USD 131 ribu (naik 133,9%), dan Thailand sebesar USD 102 ribu atau naik 50% (Grafik 2.3). Dari data tersebut, pertumbuhan impor sarang burung walet dari Indonesia menunjukkan pertumbuhan yang positif di tengah penurunan impor pesaing-pesaing utama Indonesia di pasar Jepang yaitu RRT, Malaysia, dan Taiwan yang menunjukkan penurunan di tahun 2020. Sementara itu, pertumbuhan impor dari Singapura dan Thailand di pasar Jepang pada 2 (dua) tahun terakhir perlu mendapat perhatian. Impor sarang burung walet dari Singapura dan Thailand yang tumbuh masing-masing sebesar lebih dari 100,0% YoY dan 50,0% di tahun 2020 perlu mendapatkan perhatian bagi Indonesia mengingat dua negara tersebut termasuk ke dalam negara pesaing utama Indonesia di pasar Jepang. Impor sarang burung walet didominasi oleh impor produk olahan sarang burung walet. Impor produk olahan sarang burung walet (HS 0410.00.200) menyumbang pangsa 73,1%, sementara sarang burung walet yang belum diolah (HS 0410.00.100) memberikan kontribusi sebesar 26,9% dari total impor sarang burung walet Jepang. HS 0410.00 (ITC, Trademap, 2021). Produk olahan sarang burung walet bisa menjadi alternatif menarik bagi eksportir di Indonesia untuk dijajaki

lebih lanjut, mengingat impor produk sarang burung walet menyumbang pangsa yang besar



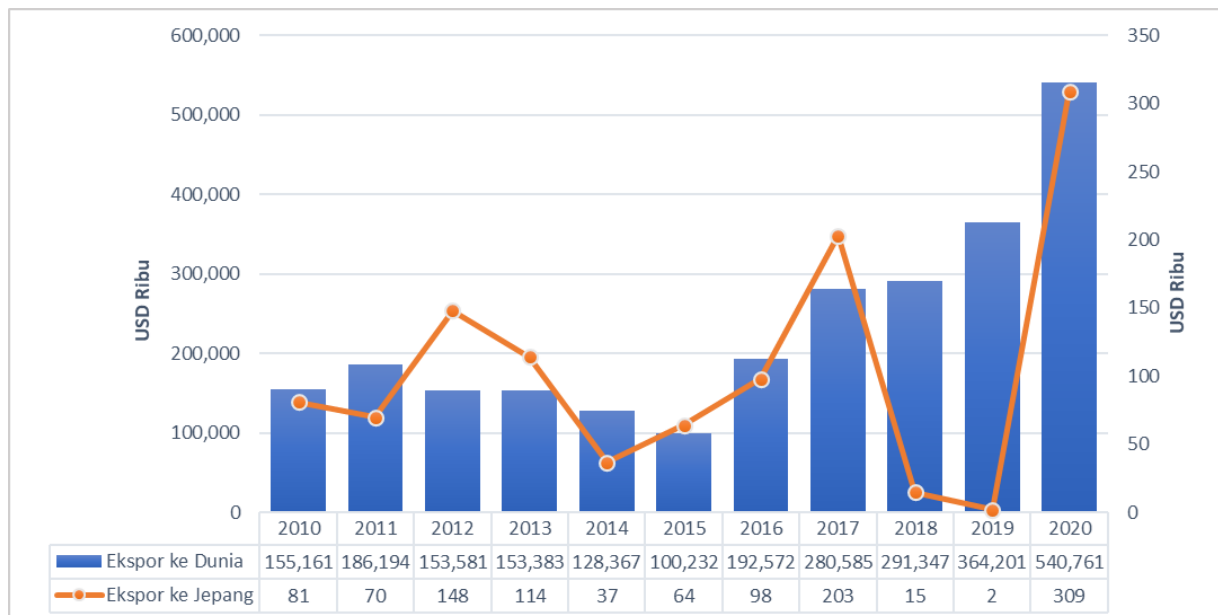
Grafik 2.3 Perkembangan Impor Sarang Burung Walet di Jepang menurut Negara Asal Impor

Sumber: ITC, Trademap, 2021 (diolah)

Apabila dilihat dari sisi ekspor, Indonesia merupakan eksportir terbesar sarang burung walet dunia dengan pangsa mencapai 55,2% dari total ekspor dunia. Selain Indonesia, eksportir sarang burung walet dunia antara lain Malaysia, RRT dan Singapura. Ketiga negara tersebut memiliki pangsa sebesar 35,6% dari total ekspor dunia. Dari ketiga negara tersebut, Malaysia memiliki sumbangan ekspor terbesar, dengan menguasai 22,1% dari ekspor dunia, sementara RRT menyumbang 9,3% dan Singapura pada posisi ke-4 memiliki pangsa ekspor sebesar 4,2%. Pertumbuhan ekspor sarang burung walet Indonesia dalam 5 (lima) tahun terakhir menunjukkan tren positif dengan kenaikan rata-rata sebesar 26,2% per tahun. Sejalan dengan pertumbuhan positif ekspor Indonesia, ekspor negara pesaing Indonesia, Malaysia dan RRT, sebagai negara ke-2 dan ke-3 eksportir dunia juga menunjukkan kenaikan ekspor sebesar 46,4% dan 2,1%. Berbeda dengan ketiga negara pemasok utama lainnya, Singapura justru mengalami penurunan tren ekspor sebesar -13,1% per tahun (ITC, Trademap, 2021).

Total ekspor sarang burung walet Indonesia ke dunia di tahun 2020 mencapai USD 540,8 juta, nilai ini naik signifikan sebesar 48,5% dibandingkan tahun 2019 yang nilai ekspornya tercatat hanya sebesar USD 364,2 juta. Sementara itu, ekspor produk sarang burung walet Indonesia ke Jepang di tahun 2020 sebesar USD 309,0 ribu atau baru mencapai 0,1% dari total ekspor sarang burung walet Indonesia ke dunia. Capaian ekspor ke Jepang di tahun 2020 ini meningkat sangat signifikan hingga lebih dari 15.300,0% jika dibandingkan dengan nilai ekspor ke

Jepang di tahun 2019 yang tercatat hanya sebesar USD 2,0 ribu. Ekspor sarang burung walet dari Indonesia ke dunia dalam sepuluh tahun terakhir juga menunjukkan rata-rata kenaikan sebesar 14,2% per tahun (Grafik 2.5). Tren positif ini menunjukkan bahwa Indonesia dapat memenuhi permintaan di pasar dunia. Hal tersebut juga menjadi peluang bagi Indonesia untuk meningkatkan nilai ekspor sarang burung walet ke Jepang, dimana apabila dilihat dari nilai permintaan produk tersebut di Jepang masih sangat bisa dipenuhi seluruhnya oleh Indonesia.



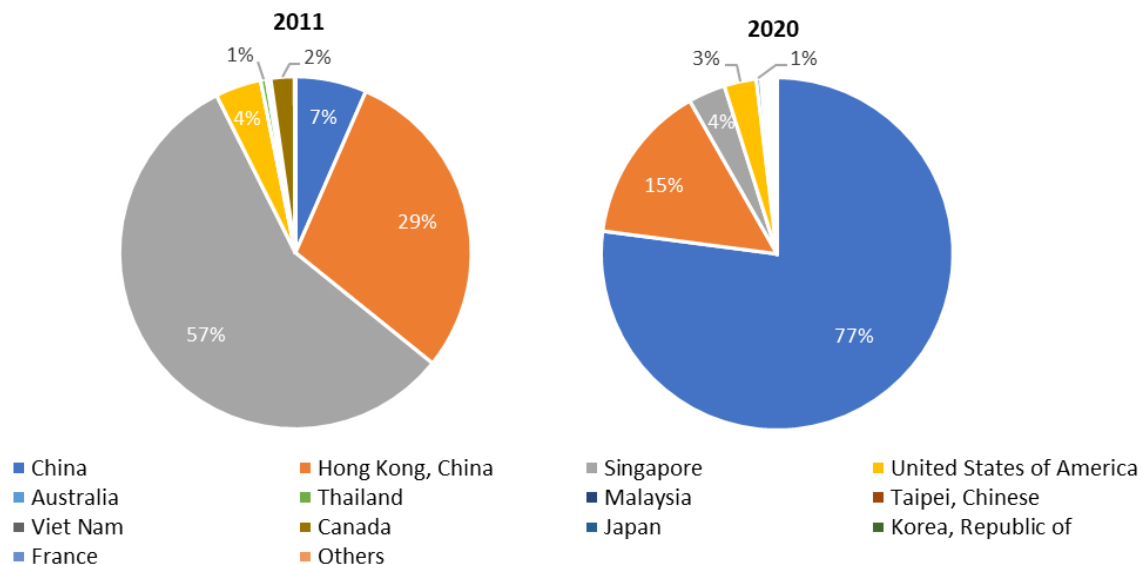
Grafik 2.5 Perkembangan Ekspor Sarang Burung Walet Indonesia ke Dunia dan ke Jepang

Sumber: ITC, Trademap, 2021 (diolah)

Berdasarkan negara tujuan ekspornya, RRT merupakan negara tujuan ekspor utama yang mendominasi pangsa pasar ekspor sarang burung walet Indonesia dengan nilai ekspor mencapai USD 416,8 juta atau pangsa sebesar 77,1% dari total ekspor sarang burung walet Indonesia ke dunia di tahun 2020. Nilai ini tumbuh sangat pesat dalam kurun waktu 10 (sepuluh) tahun terakhir, dimana sebelumnya ekspor ke RRT pada tahun 2011 tercatat sebesar USD 12,3 juta atau 6,6% dari total ekspor sarang burung walet Indonesia di tahun 2011. Selain RRT, negara tujuan utama ekspor sarang burung walet Indonesia adalah Hongkong, Singapura, dan Amerika Serikat (AS) dengan pangsa masing-masing 14,7%, 3,4% dan 3,0% di tahun 2020.

Jika memperhatikan struktur negara tujuan ekspor, telah terjadi pergeseran pangsa negara tujuan ekspor sarang burung walet Indonesia dalam kurun waktu 10 (sepuluh) tahun terakhir. Pangsa ekspor sarang burung walet ke Singapura mengalami penurunan yang cukup signifikan hingga 53,4% dari sebelumnya sebesar 56,8% di tahun 2011 menjadi 3,4% di tahun 2020, demikian pula ekspor ke Hongkong yang pangsaanya turun hingga 14,6%. Namun demikian, pangsa ekspor sarang burung walet ke RRT justru meningkat sangat signifikan hingga mencapai

70,5% dan menjadi negara tujuan ekspor utama Indonesia untuk produk sarang burung walet (Grafik 2.6). Sementara itu, nilai ekspor sarang burung walet Indonesia ke Jepang tahun 2011 sebesar USD 70,0 ribu dengan pangsa kurang dari 0,05%, namun pangsa ekspor ke Jepang meningkat 2 (dua) kali lipat menjadi 0,1% di tahun 2020. Dalam periode sepuluh tahun terakhir, ekspor sarang burung walet ke Jepang mencatatkan nilai tertinggi di tahun 2020 sebesar USD 309,0 ribu.



Grafik 2.6 Pangsa Ekspor Sarang Burung Walet Indonesia menurut Negara Tujuan

Sumber: ITC, Trademap, 2021 (diolah)

Dengan memperhatikan struktur negara tujuan ekspor sarang burung walet Indonesia ke dunia dan Negara asal impor sarang burung walet Jepang, terdapat beberapa hal yang menjadi perhatian Indonesia khususnya dalam rangka mengembangkan potensi pasar ekspor di pasar Jepang. RRT yang merupakan negara tujuan ekspor sarang burung walet Indonesia, juga menjadi negara asal impor sarang burung walet Jepang. Data tersebut memunculkan beberapa indikasi, yang pertama terdapat kemungkinan bahwa ekspor sarang burung walet Indonesia tidak diekspor secara langsung ke Jepang namun diekspor melalui *transit* melalui negara ke-3 yaitu RRT. Indikasi kemungkinan lainnya adalah bahwa sarang burung walet yang diekspor Indonesia ke RRT dijadikan bahan baku produk olahan sarang burung walet untuk kemudian diekspor ke Jepang. Hal tersebut mengingatk sebagian besar yang diimpor oleh Jepang merupakan produk olahan sarang burung walet. Hal ini tentu perlu menjadi perhatian bagi Indonesia karena sebenarnya potensi peningkatan ekspor ke Jepang masih sangat besar dan terdapat potensi nilai tambah (*added value*) yang hilang akibat tidak melakukan ekspor secara langsung ke pasar Jepang atau melakukan pengolahan hilirisasi produk olahan sarang burung walet.

Selain itu, meskipun nilai ekspor sarang burung walet ke Jepang masih sangat kecil, namun ke depan dalam jangka panjang tren permintaannya masih menunjukkan pertumbuhan positif. Dengan demikian, Indonesia masih memiliki peluang besar untuk meningkatkan nilai ekspor sarang burung walet ke pasar Jepang. Dengan kapasitas ekspor sarang burung walet Indonesia ke dunia saat ini yang mencapai USD 540,8 juta, Indonesia masih memiliki potensi pasar yang besar di Jepang. Impor sarang burung Jepang dari Indonesia di tahun 2020 baru mencapai USD 422,0 ribu, sementara total impornya untuk sarang burung walet mencapai USD 4,7 Juta. Dengan demikian, Indonesia memiliki *existing* potensial ekspor untuk produk sarang burung walet di pasar Jepang sebesar USD 4,3 Juta. Hal ini juga didukung oleh tren perkembangan harga ekspor sarang burung walet Indonesia ke dunia dalam periode 5 (lima) tahun terakhir yang menunjukkan pergerakan yang positif dengan kenaikan rata-rata 19,4% per tahun. Tabel 2.1. berikut menunjukkan perbandingan harga ekspor sarang burung walet Indonesia ke beberapa negara tujuan ekspor terbesar dalam lima tahun terakhir (pendekatan harga *unit value* ekspor *free on board*).

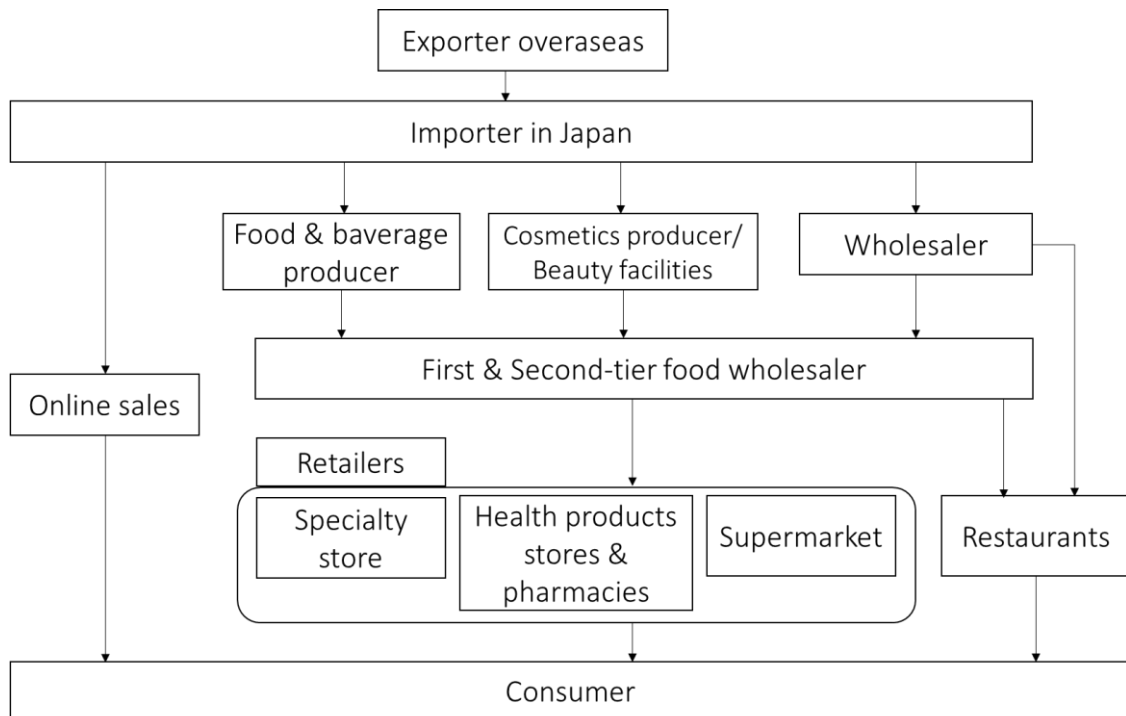
Tabel 2.1 Perbandingan Harga Ekspor Sarang Burung Walet Indonesia menurut Negara Tujuan

Negara Tujuan Ekspor	Unit Value (US Dollar/Tons)					Growth (%)	Trend (%)
	2016	2017	2018	2019	2020	'19/'20	'16-'20
World	194,125	216,835	227,793	288,423	408,122	41.5	19.4
China	1,552,348	1,870,873	2,007,429	1,698,271	1,578,655	-7.0	-0.6
Hong Kong, China	187,506	272,142	308,420	133,940	87,655	-34.6	-20.0
Singapore	189,732	114,903	225,000	405,053	266,913	-34.1	21.4
United States of America	614,412	736,056	750,588	288,425	801,300	177.8	-4.0
Australia				1,280,000	756,333	-40.9	0.0
Thailand	22,600	22,750	21,750	27,000	945,000	3,400.0	114.6
Malaysia	18,400	8,692	4,250	16,333	99,800	511.0	49.4
Taipei, Chinese	134,250	190,875	168,833	153,167	105,000	-31.4	-6.9
Viet Nam	31,975	30,378	32,398	32,491	45,407	39.8	8.0
Canada	502,000	586,500	760,333	288,430	545,000	89.0	-5.3
Japan			15,000		154,500	0.0	0.0
Korea, Republic of				242,000	127,000	-47.5	0.0

Sumber: ITC, Trademap, 2021 (diolah)

2.3. SALURAN DISTRIBUSI

Pada umumnya, saluran distribusi sarang burung walet di Jepang dipasarkan melalui supermarket, restoran, toko-toko *retail*, apotek serta secara *online* melalui *platform e-commerce*. Segmen penjualan melalui *e-commerce* diproyeksikan akan mengalami pertumbuhan yang menguntungkan dikarenakan semakin populernya belanja *online* serta meningkatnya jumlah perusahaan yang berjualan melalui *e-commerce*. Gambar 2.2. menunjukkan saluran distribusi produk sarang burung walet di Jepang. Sarang burung walet secara umum diimpor untuk dijual langsung (*retail*) kepada konsumen untuk dikonsumsi langsung maupun digunakan sebagai bahan baku industri makanan olahan seperti minuman *ready-to-drink* dan bahan baku bagi industri kosmetik (*skincare*).



Gambar 2.2 Saluran Distribusi Sarang Burung Walet di Pasar Jepang

2.4 PERSEPSI TERHADAP PRODUK INDONESIA

Dalam memasuki pasar sarang burung walet di Jepang, perlu diingat bahwa Jepang merupakan negara dengan tingkat kesadaran akan makanan sehat serta sangat memperhatikan faktor higienitas makanan. Hal tersebut berimplikasi pada kesadaran akan pelabelan serta standar yang diterapkan pada produk makanan untuk kesehatan. Indonesia merupakan negara produsen sarang burung walet terbesar di dunia selain Thailand, Vietnam, Singapura, Myanmar, Malaysia, India dan Sri Lanka, dengan total produksi lebih dari 80% dari seluruh produksi dunia dan rata-rata produksi lebih dari 1.200 ton per tahun⁷. Dari total produksi tersebut, sebagian besar diserap oleh pasar RRT.



⁷ "Export 593Kg Swiftlet's Nest to Hong Kong", <https://karantinasby.pertanian.go.id/en/2019/08/29/bbkp-surabaya-lepas-ekspor-593-kg-sarang-walet-ke-hongkong/>



Gambar 2.3 Berbagai Jenis Produk Sarang Burung Walet dari Indonesia

Sumber: berbagai sumber (2021)

Kualitas sarang burung walet digolongkan menjadi kualitas sarang hancuran, kualitas sarang pecah, kualitas bulu biasa, kualitas bulu ringan, kualitas perak dan kualitas sarang merah. Kualitas sarang hancuran termasuk tingkatan paling rendah karena bentuk sarang tidak seragam dan berukuran kecil yang terdiri dari potongan, hancuran atau sisa-sisa sarang burung. Sarang kualitas hancuran merupakan kumpulan dari sarang-sarang yang rusak, pecahan-pecahan sarang. Kualitas sarang pecah merupakan kualitas sarang burung mutu rendah akibat cara pengambilan yang salah atau akibat penggunaan alat panen yang salah. Hasilnya, sarang burung berbentuk tidak beraturan, rusak, hancur, dan banyak yang pecah. Sementara itu, sarang burung kualitas bulu biasa termasuk kualitas jelek karena pada sarang burung tersebut terdapat bulu dan tercemar kotoran. Sementara itu, sarang burung yang berkualitas bulu ringan merupakan sarang yang memiliki bentuk dan ketebalan cukup memadai, tetapi tercemar bulu-bulu rontok.



Gambar 2.4 Contoh Berbagai Jenis Produk Sarang Burung Walet dari Indonesia berdasarkan Ukuran dan Bentuk

Sumber: www.estaindonesia.co.id (2021)

Kualitas sarang perak (kualitas balkon) dikenal juga sebagai kualitas sarang putih yang merupakan kualitas terbaik dan berwarna putih bersih, tidak tercemar oleh kotoran hewan ataupun bulu-bulu. Ukuran sarang burung tersebut adalah besar

dengan jumlah sarang ± 110 -140 sarang/kg. Bobot sarang burung dengan kualitas perak adalah 8 gram/sarang dengan diameter 10 cm. Sedangkan kualitas sarang merah dikenal sebagai kualitas yang mempunyai mutu setara dengan kualitas perak, tetapi berwarna kemerah-merahan. Walaupun mutu sarang dengan kualitas sarang merah adalah sama dengan sarang kualitas perak, namun karena berwarna merah, maka sarang tersebut berharga lebih mahal daripada sarang perak.

Selain dalam bentuk *raw* atau *dried bird's nest*, saat ini konsumsi sarang burung walet dalam bentuk *instant* seperti *konsentrat (bird's nest concentrate)* dan produk *ready-to-drink* juga semakin digemari karena dinilai lebih praktis. Kontrol kualitas menjadi hal yang penting dalam memasarkan produk Indonesia di Jepang. Keamanan pangan produk sarang burung walet khususnya dari kontaminasi cemaran mikroba perlu mendapat perhatian, sehingga perlu sekali memperhatikan kontrol kualitas yang baik pada tahap pengolahan. Selain itu, sarang burung walet juga digunakan sebagai bahan baku *skincare* di Jepang.



Gambar 2.10 Berbagai Jenis Produk Sarang Burung Walet Ready to Drink dari Indonesia

Sumber: berbagai sumber (2021)

Sebagai bahan pangan yang dikonsumsi langsung oleh manusia, terdapat kecenderungan masyarakat Jepang untuk memilih produk dalam negeri. Masyarakat Jepang memiliki rasa kehati-hatian yang sangat tinggi dan lebih memiliki preferensi untuk percaya pada kualitas produk yang dihasilkan dari dalam negeri. Hal itu

dilakukan sebagai tindakan preventif dari kemungkinan kontaminan bakteri dan residu pestisida dari luar negeri. Produk impor akan mendapat pengawasan yang lebih ketat dalam hal keamanan pangan dibandingkan dengan produk dalam negeri. Hal ini tentu perlu mendapat perhatian bagi eksportir Indonesia, akan pentingnya pemenuhan standar *sanitary and phytosanitary measure* (SPS) yang diterapkan oleh negara Jepang.

BAB III

PERSYARATAN PRODUK

3.1.KETENTUAN PRODUK

Berdasarkan *guidebook* yang diterbitkan oleh *Japan External Trade Organization* (JETRO), terdapat beberapa peraturan terkait ekspor sarang burung walet ke Jepang.

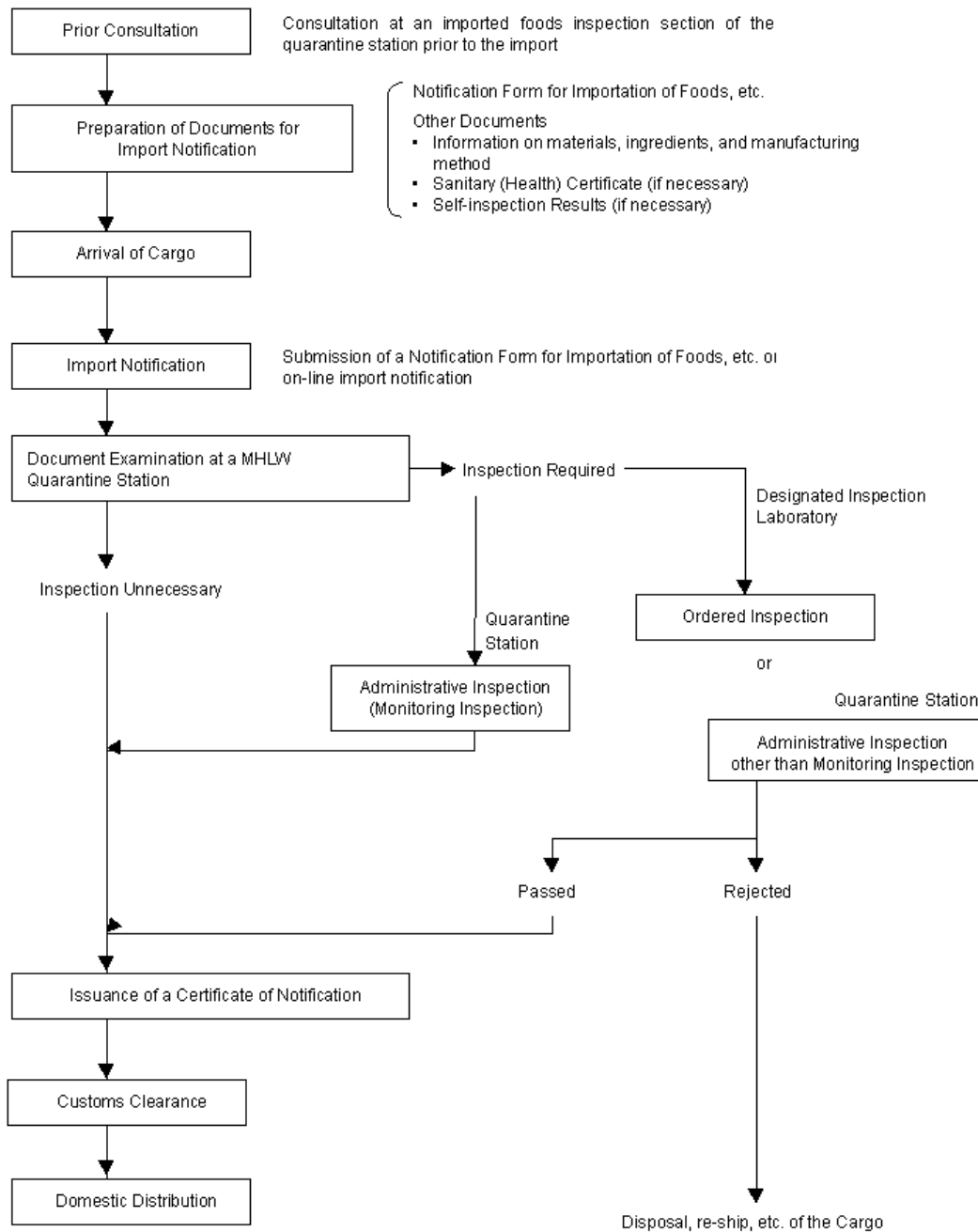
3.1.1 Standar Kualitas

Berdasarkan *Handbook of Agricultural and Fishery Products Import Regulations* 2009 dan *Guidebook for Export to Japan (Food Articles)* 2011, peraturan dan persyaratan prosedural terkait proses impor sarang burung walet ke Jepang harus memenuhi beberapa regulasi yang ditetapkan antara lain *Custom Law*, *Food Sanitation Act* dan *Japanese Agricultural Standards (JAS Law)* yang secara lebih lanjut dapat dijelaskan sebagai berikut.

a. Food Sanitation Act

Berdasarkan *Food Sanitation Act*, produk impor tidak boleh melebihi batas standar residu komponen kimia yang ditetapkan oleh *Ministry of Health, Labour and Welfare* Jepang. Impor sarang burung walet yang dijual sebagai makanan di Jepang tunduk pada peraturan *Food Sanitation Act*. Sarang burung walet yang akan diekspor ke Jepang harus melalui beberapa tahap (Gambar 3.1). Tahap pertama yang dilakukan adalah persiapan dokumen mengenai sarang burung walet yang akan diekspor. Dokumen-dokumen yang harus disiapkan harus mencantumkan jumlah yang akan diekspor serta sertifikat yang menjelaskan bahwa sarang burung walet tersebut aman dari penyakit dan cemaran mikrobiologi. Sertifikat ini biasanya dibuat oleh Badan Karantina Pertanian, Kementerian Pertanian Indonesia. Keseluruhan dokumen tersebut harus dilampirkan dan dikirimkan ke *Ministry of Agriculture, Forestry and Fisheries* (MAFF, Japan).

Lebih lanjut, untuk menjamin keamanan pangan impor dan produk terkait, *Food Sanitation Law* mewajibkan importir untuk menyampaikan pemberitahuan impor. Makanan impor dan produk terkait tidak boleh dilakukan penjualan tanpa pemberitahuan impor. Peraturan ini menetapkan bahwa impor sarang burung walet membutuhkan penyerahan dokumen pemberitahuan impor makanan di stasiun karantina *Ministry of Health, Labour and Welfare* (MHLW, Japan). Dokumen ini kemudian akan dianalisa oleh *Food Hygiene Monitor* untuk menetapkan apakah diperlukan inspeksi lebih lanjut. Apabila dari hasil pemeriksaan diperoleh hasil tidak diperlukan inspeksi, maka akan dikeluarkan persetujuan untuk registrasi impor makanan. *Food Sanitation Act* juga menetapkan ambang batas kontaminan untuk produk makanan.



Gambar 3.1 Prosedur Impor Pangan dan Produk Terkait di Jepang

Sumber: Ministry of Health, Labour, and Welfare Jepang

b. JAS Law

Selain sanitasi, untuk pemasaran produk sarang burung walet di pasar domestik Jepang berlaku JAS Law yang mengatur mengenai persyaratan produk yang ditetapkan oleh MAFF, Japan. JAS Law merupakan standar nasional Jepang di bidang pertanian, kehutanan, perikanan dan industri makanan. Produk dalam pos tarif/HS 0410 termasuk dalam kode HS yang ditetapkan standar kualitasnya oleh JAS Law. Produk yang memiliki label JAS mengindikasikan bahwa produk tersebut telah memenuhi standar kualitas yang ditetapkan. Dalam *Handbook for Agricultural*

and Fishery Products Import Regulations 2009, sarang burung walet termasuk produk yang ditetapkan standar kualitasnya oleh JAS dalam kelompok *dairy products (other edible animal product)*.

Sistem sertifikasi JAS dirancang untuk memastikan keandalan label JAS melalui sertifikasi dari Badan Sertifikasi Terdaftar (*Registered Certifying Bodies/RCB*) yang merupakan organisasi pihak ketiga. Produsen atau siapapun yang telah terdaftar sebagai RCB dapat menilai produk mereka sendiri atau menginspeksi proses produksinya dan mencantumkan label JAS pada produk. Lembaga atau badan sertifikasi dari negara manapun dapat mengajukan status sebagai RCB di Jepang. Dengan demikian, produk impor yang akan masuk ke Jepang dapat mencantumkan label JAS dari negara asalnya melalui RCB di negara masing-masing.

3.1.2 Pelabelan

Pola makan tradisional Jepang yang seimbang turut mendukung keinginan kuat konsumen akan makanan yang alami dan bermanfaat bagi kesehatan. Dengan semakin banyaknya konsumen yang menghindari bahan makanan atau atribut tertentu untuk tujuan kesehatan dan kebugaran, label bahan dan nutrisi menjadi sumber informasi utama untuk keputusan pembelian. Akibatnya, kesadaran untuk pelabelan makanan di Jepang semakin tinggi. Terkait label JAS, terdapat beberapa tipe label yang mengindikasikan keterangan tertentu yang disajikan pada Tabel 3.1 berikut.

Tabel 3.1 Tipe Label JAS

Label JAS	Keterangan
	JAS umum (<i>General JAS</i>) Diterapkan pada makanan dan produk kehutanan yang memenuhi standar kualitas JAS, seperti <i>grade</i> mutu/kualitas, komposisi dan spesifikasi produk.
	JAS khusus (<i>Specific JAS</i>) Diterapkan pada makanan yang memenuhi standar JAS dalam hal metode produksi yang khusus dan untuk makanan dengan karakteristik khusus, misalnya makanan matang tertentu.
	JAS organik (<i>Organic JAS</i>) Diterapkan pada produk pertanian dan makanan olahan yang memenuhi standar JAS organik. Produk yang tidak terdapat label JAS organik ini tidak dapat disebut sebagai produk organik.

Sumber: Ministry of Agriculture, Forestry and Fisheries (MAFF) Jepang

Selain pencantuman label JAS, terdapat ketentuan lain terkait pelabelan produk makanan yang tertuang dalam Standar Pelabelan Makanan. Standar ini berlaku untuk hampir semua jenis produk makanan, kecuali makanan segar, minuman beralkohol, dan produk yang diproduksi oleh perusahaan yang memiliki jumlah pekerja kurang dari 20 (dua puluh) orang atau produk yang diimpor oleh perusahaan yang memiliki pekerja kurang dari 5 (lima) orang. Sesuai dengan JAS Law, *dairy products* (termasuk di dalamnya sarang burung walet (HS 0410) harus mencantumkan label nama produk, komposisi bahan, jumlah isi, produsen, tanggal, dan metode pengawetan. Dalam hal produk impor, kewajiban atau tanggung jawab pemenuhan standar pelabelan ini dilimpahkan kepada importir dan tidak membutuhkan pemenuhan standar pelabelan pada saat proses bea masuk.

Standar pelabelan makanan tersebut setidaknya mengatur beberapa hal, antara lain:

1. Label harus memuat informasi mengenai nama dan alamat produsen (pabrik) dan distributor.
2. Label harus memuat informasi mengenai alergen. Terdapat 7 alergen yang wajib dicantumkan dalam pelabelan dan 20 alergen yang pencantumannya direkomendasikan. Alergen yang wajib meliputi telur, susu, soba, gandum, kacang, kepiting, udang, sementara alergen yang direkomendasikan meliputi abalon, makarel, cumi-cumi, salmon, roe salmon, kacang mete, walnut, jamur matsutake, wijen, kedelai, yam, apel, pisang, kiwi, jeruk, persik, daging sapi, ayam, gelatin, babi.
3. Dalam setiap kemasan, makanan olahan harus mencantumkan label nutrisi atau informasi gizi. Produsen atau importir dapat menentukan takaran saji yang tepat dalam label informasi gizi tersebut. Standar pelabelan terkait informasi gizi membedakan komponen informasi gizi menjadi tiga kelompok: wajib, sukarela tapi dianjurkan, dan sukarela (Tabel 3.3). Selain itu, importir diperbolehkan untuk mengubah informasi gizi produk impor ke dalam format standar pelabelan ini.

Tabel 3.2 Kelompok Komponen Informasi Gizi

Pelabelan	Komponen gizi
Wajib	Energi, Protein, Lemak, Karbohidrat, Sodium
Sukarela tapi dianjurkan	Lemak jenuh, Serat pangan
Sukarela	Asam Lemak n-3, Asam Lemak n-6, Karbohidrat, Gula, Kolesterol, Vitamin dan Mineral

4. Produsen atau importir diperbolehkan untuk mengidentifikasi masing-masing bahan dari campuran atau gabungan bahan baku jika nama atau deskripsi gabungan bahan baku tersebut tidak komprehensif bagi konsumen, atau jika gabungan bahan baku tersebut hanya merupakan gabungan dari bahan baku

utama dan nama gabungan bahan baku tidak memiliki informasi yang berarti bagi konsumen. Berikut adalah contoh gabungan bahan baku:

Sebelumnya	<i>Baking mix (tepung, gula, tepung jagung, bubuk almond, lainnya (termasuk telur)), mentega, baking powder, esens</i>
Standard Labeling	Tepung, gula, tepung jagung, bubuk almond, bubuk kakao, kuning telur kering (termasuk telur), garam, baking powder, esens

5. Setiap kemasan harus menyertakan informasi nama produk, instruksi penyimpanan yang tepat, tanggal kadaluarsa, informasi produsen/penjual, alergen (jika ada) dan *L-phenylalanine* (jika ada). Ketentuan ini tidak terbatas pada ukuran kemasan produk seperti aturan sebelumnya yang mengizinkan untuk produsen menghilangkan beberapa informasi jika kemasan produk kurang dari 30 cm².

3.1.3 Dokumen yang Dibutuhkan

Dalam mengimpor produk sarang burung walet, importir harus melengkapi dokumen yang dibutuhkan sebagai berikut yang disajikan pada Tabel 3.3.

Tabel 3.3 Dokumen yang Dibutuhkan untuk Impor Sarang Burung Walet

Institusi	Dokumen	Produk Segar	Produk Olahan
<i>Quarantine Information Office, Ministry of Health, Labour and Welfare</i>	Aplikasi untuk inspeksi impor	✓	
	Sertifikat Phytosanitary yang dikeluarkan oleh Badan Karantina Pertanian eksportir	✓	
<i>Departments responsible for surveillance of food imports of Quarantine Stations, Ministry of Health, Labour and Welfare</i>	Formulir notifikasi impor	✓	✓
	Tabel bahan baku yang digunakan (ingredients)		✓
	Alur Produksi		✓
	Sertifikat sanitasi	✓	
	Tabel hasil analisa yang dikeluarkan oleh badan inspeksi		✓
<i>Local customs offices</i>	Deklarasi impor	✓	✓
	Invoice	✓	✓
	Packing list	✓	✓
	Bill of lading (B/L) atau railway bil	✓	✓

Sumber: JETRO, 2011

Untuk sertifikat *phytosanitary*, importir harus menyerahkan salinan asli yang mengindikasikan tidak adanya *pathogen* atau bebas kontaminasi hama, yang dikeluarkan oleh otoritas perlindungan tanaman Negara pengekspor dalam bentuk yang sesuai dengan *International Plant Protection Convention* (Konvensi

Perlindungan Tanaman Internasional). Meskipun demikian, bentuk berikut berlaku dan diterima di Jepang dengan mempertimbangkan adanya penundaan pengiriman salinan asli atau hilangnya salinan asli:

- a) "Salinan karbon" asli yang diproduksi secara bersamaan; dan
- b) Salinan yang telah terbukti identik dengan salinan asli oleh otoritas perlindungan tanaman negara pengekspor.

3.1.4 Tarif Bea Masuk Impor

Selain ketentuan standar produk, terdapat ketentuan tarif bea masuk impor sarang burung walet yang diberlakukan di Jepang. Tabel di bawah menunjukkan tarif bea masuk impor untuk sarang burung walet dari Indonesia berdasarkan daftar tarif Jepang per tanggal 1 April 2021⁸. Sarang burung walet telah masuk dalam perjanjian ekonomi bilateral Indonesia dan Jepang, Indonesia(IJEPA), sehingga pengekspor perlu menyertakan *certificate of origin* dengan format IJEPA untuk mendapatkan tarif preferensi. Dalam kerangka *Indonesia–Japan Economic Partnership Agreement* (IJEPA), sarang burung walet mendapatkan fasilitas bebas (*free*) tarif bea masuk. Bebasnya tarif bea masuk tentunya memberikan peluang bagi Indonesia untuk meningkatkan daya saing dan nilai ekspor sarang burung walet ke Jepang. Sementara itu, pajak penjualan/konsumsi yang diterapkan pada pasar domestik Jepang adalah sebesar 10% (per 1 Oktober 2019), tarif ini tidak berubah di tahun 2021⁹.

Tabel 3.4 Tarif Bea Masuk Sarang Burung Walet Jepang dari Indonesia

Kode HS	Deskripsi	Tarif impor		
		General	WTO	FTA (IJEPA)
0410.00	Produk yang dapat dimakan berasal dari hewan, tidak dirinci atau termasuk dalam pos lainnya			
0410.00.100	Sarang burung walet	2.5%	1.5%	Free
0410.00.200	Lainnya	15%	9%	Free

Sumber: Japan Customs, 2021

3.2. KETENTUAN PEMASARAN

Pada dasarnya ketentuan pemasaran di Jepang mengikuti harus mengikuti ketentuan pelabelan yang telah dijelaskan pada sub bab 3.1. Importir harus memastikan dan bertanggung jawab terhadap produk yang dipasarkan. Untuk memasuki pasar Jepang, bantuan perantara dapat menjadi solusi bagi eksportir Indonesia. Perantara dapat memberikan layanan dukungan dan bimbingan dalam

⁸ Japan Customs, https://www.customs.go.jp/english/tariff/2021_4/data/e_04.htm

⁹ "Japan Sales Tax Rate – Consumption Tax", <https://tradingeconomics.com/japan/sales-tax-rate>

mengembangkan strategi yang tepat untuk melakukan penetrasi pasar. Perantara yang cukup umum di Jepang adalah agen dan distributor. Selain itu, pedagang grosir juga sangat umum di Jepang. Sebagai mitra bisnis, mereka membeli barang dari perusahaan asing dan bekerja sama dengan banyak pengecer. Pada prinsipnya, terdapat 2 (dua) jenis pedagang besar yang beroperasi di Jepang, yaitu 1) Grosir impor/ekspor yang menyediakan manajemen logistik, informasi, promosi dan pemilihan produk, dan 2) Pedagang besar yang menawarkan layanan penyimpanan hingga pengecer Jepang membutuhkan produk tersebut.

Selain dengan cara konvensional, pemasaran sarang burung walet juga dapat dilakukan melalui *platform market place* Jepang yang saat ini semakin marak berkembang. Di samping itu, salah satu cara yang efektif untuk memasuki pasar di Jepang adalah dengan berpartisipasi dalam pameran dagang yang diselenggarakan di Jepang sehingga dapat berinteraksi langsung dengan calon pembeli atau mengikuti *business matching* yang diselenggarakan oleh instansi promosi milik pemerintah di negara akreditasi dalam baik Atase Perdagangan KBRI Tokyo maupun ITPC Osaka yang sudah banyak memiliki relasi di pasar Jepang.

3.3. METODE TRANSAKSI

Beberapa metode yang digunakan untuk melakukan pembayaran ekspor ke Jepang pada dasarnya mengikuti metode pembayaran ekspor dan impor secara umum. Terdapat beberapa metode yang digunakan untuk melakukan pembayaran ekspor ke Jepang: pembayaran secara tunai di muka, *letter of credit*, *promissory note*, *documentary collection or draft*, *open account* dan penjualan konsinyasi. Faktor utama dalam menentukan metode pembayaran adalah tingkat kepercayaan terhadap kemampuan dan kemauan pembeli untuk membayar. *Letter of credit* (L/C) umumnya digunakan sebagai metode transaksi karena metode ini tidak dapat dibatalkan dan metode ini menawarkan perlindungan kepada eksportir Indonesia dan importir Jepang. Karena perusahaan perdagangan besar Jepang sering bertindak sebagai perantara ke perusahaan kecil dan menengah, L/C sering dikeluarkan atas nama mereka dan bukan atas nama pengguna akhir produk. Dengan perusahaan perdagangan yang mengambil risiko transaksi, eksportir Indonesia dilindungi dari kemungkinan kebangkrutan perusahaan yang lebih kecil.

Opsi pembayaran lain adalah penggunaan *documentary collection or draft* atau *open account* dengan asuransi kredit internasional yang memungkinkan importir melakukan kredit. Opsi ini juga dapat melindungi eksportir jika pembeli bangkrut atau tidak dapat membayar melalui asuransi kredit internasional. *Promissory note* (*yakusoku tegata*) adalah metode pembayaran yang banyak digunakan di Jepang tetapi terkadang tidak dikenal oleh eksportir Indonesia. *Promissory notes* adalah IOU (sebuah dokumen informal mengenai hutang) dengan janji untuk membayar di kemudian hari, biasanya 90 hingga 120 hari. Bank sering memberikan pembiayaan jangka pendek melalui diskon dan *rollover* dari nota. Anjak piutang dan bentuk-bentuk lain dari piutang pembiayaan (baik dengan atau tanpa

jaminan) tidak umum di Jepang, dan pengusaha yang lebih konservatif menemukan pengaturan semacam itu sebagai pelanggaran terhadap "hubungan" antara pembeli dan penjual. Perlu dicatat bahwa pembeli di Jepang sering meminta diberikan perpanjangan jangka waktu *tegata* jika ada masalah arus kas.

Selain beberapa metode pembayaran di atas, berdasarkan Nota Kesepahaman antara Kementerian Keuangan Jepang dan Bank Indonesia, perdagangan bilateral dan investasi langsung antara Indonesia-Jepang kini dapat dibayar menggunakan mata uang lokal (*Local Currency Settlement/LCS*) masing-masing negara. Transaksi LCS adalah penyelesaian transaksi perdagangan antara 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.

3.4. INFORMASI HARGA

Harga sarang burung walet umumnya ditentukan berdasarkan tingkatan kualitasnya. Berikut adalah informasi harga sarang burung walet berdasarkan data yang diperoleh dari berbagai sumber.

Tabel 3.5 Perbandingan Harga Beberapa Produk Sarang Burung Walet

Asal Negara	Produk	Harga (USD/kg)
Thailand (Quality Intertrade Co., Ltd)	Premium Edible Swallow Bird Nest	\$2.350,00 – \$2.450,00
Thailand (Baba Thai Group)	Natural Edible Bird's Nest	\$1.000,00 - \$1.200,00
Thailand (123 Bird's Nest Thai Co., Ltd)	Premium Edible Bird's Nest (acrylic packing boxes)	\$3.000,00 - \$3.500,00
Thailand (Megatrading Thai)	Soak-free-stew ready to cook bird nest	\$1.000,00 - \$1.200,00
Thailand (KP Pure Bird's Nest Co., Ltd)	Edible Bird Nest Premium Grade Cup Shape	\$2.227,94 - \$2.243,52
Malaysia (Swiftlet Fortune Manufacturing Sdn Bhd)	Edible Bird's Nest Zhan Tiao	\$2.103,30 - \$2.181,20
Malaysia (Galaxy Led Sdn Bhd)	Yan bing small size Edible Bird's Nest	\$2.500,00 - \$2.800,00
Malaysia (Blue Sky Bird Nest Sdn Bhd)	CNCA Certified Edible Bird's Nest Cup	\$2.804,40 - \$3.116,00

Asal Negara	Produk	Harga (USD/kg)
Vietnam (99 Gold Data)	Instant Swallow Bird Nest	\$1.985,00 - \$2.589,00
Singapura (Stessa Group Pte Ltd)	Triangle Shape Edible Swallow Bird Nest	\$2.090,00 - \$2.140,00

Sumber: berbagai sumber, 2021

3.5. KOMPETITOR

Secara umum, pesaing Indonesia dalam memasuki pasar sarang burung walet Jepang merupakan negara tujuan ekspor produk sarang burung walet Indonesia, RRT merupakan pesaing utama dengan pangsa sebesar 67,4%. Selain itu, setiap tahunnya, impor dari RRT pun masih meningkat rata-rata sebesar 7,0% selama tahun 2015-2020. Selain RRT, Malaysia juga menjadi kompetitor Indonesia di pasar Jepang dengan pangsa mencapai 13,7%. Selain itu, terdapat pesaing prospektif lain yaitu Taiwan, Singapura, dan Thailand yang memiliki pangsa masing-masing sebesar 3,9%, 2,8%, dan 2,2%. Impor sarang burung walet dari Indonesia sendiri menduduki posisi ketiga setelah RRT dan Malaysia dengan pangsa sebesar 9,04% di tahun 2020.

Tabel 3.6 Perkembangan Impor Sarang Burung Walet Jepang (HS 0410.00) menurut Negara Pemasok Utama

Urutan	Negara Pemasok	Tren (%)	Pangsa (%)
		2015-2020	2020
	Dunia	5.61	100.00
1	China	6.97	67.39
2	Malaysia	35.93	13.66
3	Indonesia	-1.02	9.04
4	Taipei, Chinese	-20.41	3.94
5	Singapore	9.91	2.81
6	Thailand	95.64	2.18
7	Korea, Republic of	0.00	0.60
8	Brazil	0.00	0.17
9	Canada	0.00	0.11
10	Others	0.00	0.17

Sumber: ITC Trademap (diolah), 2021

Lebih lanjut, berdasarkan jenisnya, berikut merupakan beberapa kompetitor produk sarang burung walet Indonesia dari berbagai negara.

Tabel 3.7 Kompetitor Sarang Burung Walet dan Produk Olahan Sarang Burung Walet

Produsen	Asal Negara	Merk / Jenis Produk
Wilayah Sinar Matahari Sdn Bhd	Malaysia	SunshiNest (Clean Dry Bird's Nest)
Sarang Burung Tian Ma Sdn Bhd	Malaysia	Tian Ma Bird Nest
Kuan Wellness Sdn Bhd	Malaysia	Kuan Wellness
Fuchipagus Agritech Sdn Bhd	Malaysia	Fuchipagus
Yanming Resources Sdn Bhd	Malaysia	Soak Free Stew Ready To Cook, Raw-Clean Bird Nest, Soak-free-stew Ready To Cook, Collagen Bird Nest Drink
Yen Pao Lai (L) Sdn Bhd	Malaysia	Dried Bird's nest, Instant bird's nest
Duta Sialin Bioteknologi Sdn Bhd	Malaysia	Clean Bird's nest, Kopi sarang burung, Essence cair sarang burung, Bubuk essence sarang burung
Dama Dingji Yanwo Sdn Bhd	Malaysia	Raw-Clean Bird Nest, Bird's nest subsidiary products (Bird's nest essence extract, Bird's nest collagen milk powder, Bird's nest soy milk, Bird's nest lotion)
Steady Farm Sdn Bhd	Malaysia	Dry Birdnest, Birdnest Drink
Swallows House Enterprise	Malaysia	Dried Birdnest
Ricksen (M) Sdn Bhd	Malaysia	Xiang Fei Bird's Nests
Moh Kee Enterprise Sdn Bhd	Malaysia	Moh Kee Birdnest (Raw Clean Edible Birdnest)
Glitter Summer Sdn Bhd	Malaysia	Fulgent Hall
Glory Works Sdn Bhd	Malaysia	RH Bird's Nest
Amity AKF Enterprise Sdn Bhd	Malaysia	Amity
Swiftlet Fortune MFG Sdn Bhd	Malaysia	Swiftlet Fortune
Xiyuan Tang	Taiwan	Dried Bird's nest, Instant Bird's nest, Bird's nest with rock sugar
Blessing Birdnest	Vietnam	Dry Bird's Nest, Bird's Nest Drink

Produsen	Asal Negara	Merk / Jenis Produk
Enest Group Berhad	Malaysia	Dried Bird's nest
Greencom Biotech	Malaysia	Bird's Nest Essence, Bird's Nest Skincare, Bird's Nest Sialic Acid Freeze-Dried Powder
T'sallee	Malaysia	Bird's Nest Drink
Glycofood Sdn Bhd	Malaysia	Dried Bird's Nest, Bird's Nest Essence
Sarang Burung Mahkota Emas Sdn Bhd	Malaysia	Golden-Mah Bird's Nest (Instant Bird's Nest)
Mei Wen Birdnest Trading Sdn Bhd	Malaysia	Square Clean Dry Bird's Nest, Soak Free Stew Ready To Cook, Instant Bird's Nest
Besfomec Industries Sdn Bhd	Malaysia	Fomecs (Bird's Nest with Rock Sugar, Collagen Bird's Nest Drink, Instant Bird's Nest Concentrate)
Happy Healthy Sdn Bhd	Malaysia	Instant bird's nest
Eu Yan Sang	Singapura	Concentrated Bird's Nest, Dried Clean Bird's Nest
Dragon Brand	Singapura	Bottled Bird's Nest, Concentrated Bird's Nest, Bird's Nest Beverage
Phetra Heritage Co., Ltd.	Thailand	Bird's Nest Drink, Dried Clean Bird's Nest
Sagami Shoko (Thailand) Co., Ltd	Thailand	Bird's Nest Drink
123 Bird's Nest Thai 2020 Co., Ltd	Thailand	Dried Clean Bird's Nest
P.E.S Export Thailand Co., Ltd	Thailand	Dried Clean Bird's Nest

Sumber: berbagai sumber, 2021

BAB IV KESIMPULAN

Pasar sarang burung walet di Jepang secara umum masih potensial untuk dikembangkan oleh Indonesia dilihat dari tren dan struktur pasar kebutuhan dan permintaan sarang burung walet di Jepang yang berkembang dengan baik. Secara spesifik, beberapa hal yang dapat disimpulkan dan perlu ditindaklanjuti dalam mengembangkan pasar sarang burung walet di Jepang bagi Indonesia adalah sebagai berikut.

1. Impor sarang burung walet di Jepang mengalami peningkatan 6,1% per tahun selama periode sepuluh tahun terakhir, dengan nilai impor di tahun 2020 mencapai USD 4,7 juta. Hal tersebut menunjukkan masih bergairahnya pasar sarang burung walet di Jepang. Indonesia baru menguasai 9,0% pasar impor sarang burung walet Jepang pada tahun 2020. RRT dan Malaysia menjadi pemasok utama dengan pangsa masing-masing mencapai 67,4% dan 13,7%. Tren impor sarang burung walet dari Indonesia di Jepang dalam sepuluh tahun terakhir menunjukkan kenaikan rata-rata 0,8% per tahun. Sementara impor sarang burung walet dari negara pesaing yaitu RRT dan Malaysia juga mengalami peningkatan cukup signifikan sehingga Indonesia perlu berhati-hati dalam menjaga pangsa pasar di Jepang.
2. Pangsa ekspor sarang burung walet Indonesia ke Jepang baru mencapai 0,1% dari total ekspor sarang burung walet Indonesia ke dunia, selain itu Jepang belum termasuk dalam 10 (sepuluh) besar negara utama tujuan ekspor sarang burung walet Indonesia. Dilihat dari tren ekspor sarang burung walet Indonesia ke dunia yang positif dan pertumbuhan impor sarang burung walet asal Indonesia di Jepang yang meningkat, hal tersebut menjadi peluang Indonesia untuk meningkatkan pangsa ekspor sarang burung walet di pasar Jepang. Indonesia memiliki *existing* potensial ekspor untuk produk sarang burung walet di pasar Jepang sebesar USD 4,3 Juta.
3. Sarang burung walet yang paling banyak diimpor oleh Jepang adalah produk olahan sarang burung walet yang menjadi tren di pasar Jepang. Produk olahan sarang burung walet juga dapat menjadi produk diversifikasi dan hilirisasi untuk mendapatkan nilai tambah. Produk olahan sarang burung walet yang banyak diminati dan menjadi tren antara lain *essence*, dan minuman *ready to drink*. Selain digunakan untuk konsumsi, sarang burung walet di Jepang juga digunakan sebagai bahan baku kosmetik (*skincare*). Oleh karena itu, pendekatan kepada *manufacturer* produk kosmetik juga dapat menjadi peluang dan alternatif menarik bagi eksportir Indonesia untuk dijangkau lebih lanjut dalam meningkatkan pangsa pasar impor sarang burung walet di Jepang.

4. Dengan memperhatikan struktur negara tujuan ekspor sarang burung walet Indonesia ke dunia dan Negara asal impor sarang burung walet Jepang, terdapat beberapa hal yang menjadi perhatian Indonesia. RRT yang merupakan negara tujuan ekspor sarang burung walet Indonesia, juga menjadi negara asal impor sarang burung walet Jepang. Data tersebut memunculkan beberapa indikasi, yang pertama terdapat kemungkinan bahwa ekspor sarang burung walet Indonesia tidak diekspor secara langsung ke Jepang namun diekspor melalui *transit* melalui negara ke-3 yaitu RRT. Indikasi kemungkinan lainnya adalah bahwa sarang burung walet yang diekspor Indonesia ke RRT dijadikan bahan baku produk olahan sarang burung walet untuk kemudian diekspor ke Jepang.
5. Mengingat konsumen maupun aturan di Jepang menaruh perhatian lebih pada standar kesehatan dan keamanan produk, maka poin yang penting untuk menjadi perhatian sebelum melakukan ekspor sarang burung walet ke Jepang adalah pemenuhan standar *Sanitary and Phytosanitary measure* (SPS) dari negara Jepang.
6. Impor sarang burung walet ke Jepang harus memenuhi beberapa regulasi yang ditetapkan antara lain *Custom Law*, *Food Sanitation Act* dan *Japanese Agricultural Standards (JAS Law)*. Indonesia mendapatkan fasilitas bebas bea masuk untuk sarang burung walet di pasar Jepang. Dengan tarif preferensi tersebut diharapkan dapat meningkatkan daya saing sarang burung walet Indonesia di pasar Jepang.
7. Salah satu cara yang dapat dilakukan pengusaha Indonesia untuk memasuki pasar Jepang adalah melalui bantuan perantara. Perantara dapat memberikan layanan dukungan dan bimbingan dalam mengembangkan strategi yang tepat untuk entri pasar. Partisipasi dalam pameran perdagangan internasional juga dapat memberikan kesempatan untuk mencari dan memperluas jaringan bisnis.

LAMPIRAN

1. DAFTAR IMPORTIR, RETAILER, DAN ASOSIASI

Nama Institusi	No. Telepon/ email	Website/ address
SC Foods Co., Ltd.	03-3219-3030	https://www.scfoods.co.jp/english/ 1-1 Kanda Nishiki-cho, Chiyoda-ku, Tokyo
Kanematsu Corp.	03-5440-8111	http://www.kanematsu.co.jp/ 1-2-1 Shibaura, Minato-ku, Tokyo
Meidi-ya Co., Ltd	03-3271-1111	https://www.meidi-ya.co.jp/ -2-8 Kyobashi, Chuo-ku, Tokyo
Refarm Co., Ltd.	02-6403-9885 03-6800-3388 (Fax)	http://www.refarm-agr.com/en/business/index.html Toproom Shinagawa 1015, 1-9-7 Kita-shinagawa, Shinagawa-ku, Tokyo 140-0001
Kyoto Seika Godo Co., Ltd.	+81-75-315-8212	http://www.kyoka.co.jp/english/group.html The First Market, Kyoto Central Wholesale market, Sujakubunkicho-owned land, Shimogyo-ku, Kyoto 600-8847
Youki Trading Co., Ltd.	+81-3-5466-8760 +81-3-5466-8570 (Fax)	http://www.youkitrading.co.jp/en/company/index.html 2-16-13 higashi, Shibuya-ku, Tokyo 150-0011
Joy of Life Inc.	03-5614-8803	https://www.joyoflife.jp/?lang=en 8-1, Nihonbashi Hakozaicho, Chou-ku, Tokyo 103-0015
Japan Health Food & Nutrition Food Association	03-3268-3131 03-3268-3135 (Fax)	http://www.health-station.com/jhnfa/ 2-7-27 Sadohara-cho, Ichigaya, Shinjuku-ku, Tokyo

2. DAFTAR PAMERAN

Nama Pameran	Waktu	Website
FOODEX Japan 2022 The 47 th International Food and Beverage Exhibition	8-11 Maret 2022	https://www.jma.or.jp/foodex/en/ http://www.imexmanagement.com/shows/foodex-japan-2022
Supermarket Trade Show 2022	Februari 2022	http://www.smts.jp/en/index.html
The World Food and Beverage Great Expo (FABEX)	21-23 April 2021	http://en.fabex.jp/
International Food Ingredients/ Additives Exhibition and Conference	12-14 Mei 2021	https://www.ifiajapan.com/ https://www.jetro.go.jp/en/database/j-messe/tradefair/detail/110507
Wellness Life JAPAN	6 September - 6 November 2021	http://www.wfjapan.com/contact/
Premium Food Show 2021	21-23 April 2021	https://www.first-gbp.jp/pfs/contact/
Multimedia & Mail Order Food Trade Show	30 Sept – 1 Okt 2021	https://www.tsuhanexpo.com/
The 30 th Gourment & Diningstyle Show Autumn 2021	13-15 Oktober 2021	https://www.gourmetdiningstyleshow.com/english/
The World Food and Beverage Great Expo 2021 in Kansai	13-15 Oktober 2021	http://kansai.fabex.jp/
Osaka Food Expo 2021	28 April – 9 Mei 2021	https://www.shokuhaku.gr.jp/
BioFach Japan	Maret 2022	https://www.biofach-japan.com/
International Hotel & Restaurant Show 2022	15-18 Februari 2022	https://jma-hcj.com/en/
Tokyo Health Industry Show	2-8 Februari 2022	http://www.this.ne.jp
Diet & Beauty Fair	13-15 Sept 2021	http://www.dietandbeauty.jp/ja

3. SUMBER INFORMASI YANG BERGUNA

Nama Organisasi	Website/ E-mail
Atase Perdagangan KBRI Tokyo	E-mail : atdag-jpn@kemendag.go.id ; trade@kbritokyo.jp ;
Indonesian Trade Promotion Center (ITPC) Osaka	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/
Indonesia Design Development Center (IDDC), Kementerian Perdagangan RI (klinik konsultasi design produk, kemasan, dll)	Website : http://iddc.kemendag.go.id/service/design-clinic
Japan External Trade Organization (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
Customs Japan (informasi tarif bea masuk)	Website : https://www.customs.go.jp/english/