



Indonesian Trade
Promotion Center

OSAKA

MINISTRY OF TRADE
REPUBLIC OF INDONESIA

在大阪インドネシア共和国総領事館インドネシア貿易振興センター

LAPORAN ANALISIS INTELIJEN BISNIS

Coco Coir, Coco Fiber, Coco Peat

HS: 530500

Sumber foto: <https://www.trubus-online.co.id/pasar-besar-sabut-kelapa/>

**ITPC Osaka
2022**

RINGKASAN EKSEKUTIF

Kelapa sering dijuluki sebagai pohon seribu manfaat karena hampir seluruh bagian tumbuhan ini dapat dimanfaatkan untuk kepentingan manusia. Serat kelapa adalah salah satu bagian kelapa yang dapat dikembangkan menjadi banyak produk turunan, seperti *coco coir*, *coco fiber*, dan *coco peat* dengan banyak keunggulan. Industri sabut kelapa diperkirakan tumbuh secara signifikan ke depannya karena meningkatnya kesadaran lingkungan di antara konsumen. Produk-produk dari serat sabut kelapa menawarkan pilihan yang berkelanjutan, ramah lingkungan, dan hemat biaya. Selain itu, serat sabut kelapa memiliki keunggulan karena dapat diproduksi secara manual dan mekanis.

Sampai saat ini, *coco coir*, *coco fiber*, dan *coco peat* banyak digunakan untuk membuat permadani, keset, pelapis keranjang tanaman, isian pelapis, dan tali. Namun, seiring dengan penelitian dan pengembangan produk, produk-produk dari sabut kelapa menawarkan lebih banyak manfaat seperti bahan pengganti plastik, media tanam, alternatif bahan bakar *biomassa pellet* emisi rendah untuk menghasilkan gas sintetis (*syngas*). Menurut analisis yang dilakukan oleh *Allied Market Research*, ukuran pasar sabut kelapa dunia bernilai USD 369,70 juta pada tahun 2019, dan diperkirakan akan mencapai USD 525,70 juta pada tahun 2027, dengan CAGR sebesar 8,2% dari tahun 2020 hingga 2027. Pangsa pasar terbesar berada di Asia Pasifik, salah satunya Jepang.

Permintaan *coco fiber*, *coco coir* dan *coco peat* (dengan kode HS 530300) dunia cukup besar, mencapai USD 685,18 juta pada tahun 2021. Importir terbesar dunia *coco fiber*, *coco coir* dan *coco peat* adalah Cina, Amerika Serikat, dan Inggris dengan nilai impor pada tahun 2021 masing-masing mencapai USD 225,15 juta (pangsa 32,39%), USD 92,23 juta (pangsa 13,27%), dan USD 62,65 juta (pangsa 9,01%). Jepang berada di urutan importir produk *coco fiber*, *coco coir* dan *coco peat* ke-8 dunia dengan pangsa sebesar 2,33% pada tahun 2021. Pada periode tersebut, Jepang mengimpor senilai USD 16,17 juta produk *coco fiber*, *coco coir* dan *coco peat*, turun -5,62% dibandingkan tahun 2020. Pelemahan impor tersebut disebabkan salah satunya oleh krisis pandemi COVID-19. Jepang bukan negara penghasil kelapa, sehingga kebutuhan *coco fiber*, *coco coir* dan *coco peat* sebagian besar berasal dari impor.

Trend produk di pasar Jepang untuk *coco peat* adalah selain digunakan sebagai pengganti gambut, Jepang juga mengembangkan *coco disc* yang dapat digunakan sebagai media tanam dengan menambahkan air untuk memulihkannya, dan menanamnya di pot *giffy*. Produk ini merupakan produk komersial untuk dijual di toko tanaman dan *home center*. Jepang juga telah mengembangkan material penahan tanah untuk penghijauan lereng serta media tanaman untuk penghijauan dari *coco peat*, dan diharapkan dapat digunakan di masa yang mendatang. *Coco peat* juga digunakan sebagai media produksi jamur. Di industri peternakan, pengembangan produk *coco peat* dapat digunakan sebagai pengganti jerami di kandang ternak.

Sekitar 90% pasar *coco fiber*, *coco coir* dan *coco peat* impor Jepang dikuasai oleh tiga negara yaitu Filipina, Ekuador, dan Cina dengan pangsa masing-masing sebesar 41,89%, 39,23%, dan 11,07%. Sri Lanka dan India yang merupakan produsen terbesar *coco fiber*, *coco coir* dan *coco peat* masing-masing hanya menguasai 4,53% dan 0,65%. Sedangkan Indonesia hanya menguasai 0,16% saja. Industri *coco coir* Filipina dan Sri Lanka juga cukup unggul karena Pemerintah kedua negara sangat mendukung perkembangan industri *coco coir* dan *coco peat*. Oleh karena itu, dalam memasuki pasar Jepang, Indonesia harus berkompetisi dengan para pemasok utama tersebut.

Indonesia merupakan salah satu produsen buah kelapa terbesar di dunia dengan luas areal kebun kelapa mencapai 3,8 juta hektar. Meskipun demikian, pemanfaatan sabut kelapa yang merupakan bahan baku *coco fiber*, *coco coir* dan *coco peat* belum optimal. Secara nasional, Indonesia baru mampu mengolah sabut kelapa sekitar 3,2 persen dari total produksi. Hal ini perlu menjadi perhatian khusus dan perlu dilakukan kolaborasi antara pelaku usaha dan Pemerintah dalam mengoptimalkan potensi tersebut. Selain karena kinerja industri *coco fiber*, *coco coir* dan *coco peat* yang belum optimal, masih rendahnya pasokan *coco fiber*, *coco coir* dan *coco peat* Indonesia ke Jepang adalah karena hampir 80% *coco fiber*, *coco coir* dan *coco peat* diekspor ke Cina. Pada tahun 2021 nilai ekspor ke Cina mencapai USD 7,64 juta (pangsa 76,00%) sedangkan ke Jepang ekspor Indonesia tercatat sebesar USD 0,44 juta (pangsa 4,39%). Oleh karena itu, Indonesia perlu memiliki strategi pengembangan dan diversifikasi produk serat sabut Indonesia.

Di Jepang, impor tanaman tunduk pada pemeriksaan sebagaimana diatur oleh Undang-Undang Perlindungan Tanaman (*Plant Protection Act*) yang mewajibkan karantina yang dilakukan di pelabuhan masuk. Karantina tersebut dilakukan untuk mencegah invasi penyakit/hama/serangga berbahaya yang menyertai tanaman untuk masuk ke Jepang. Selain ketentuan wajib, Jepang juga memiliki ketentuan pelabelan sukarela, yaitu JIS (*Japan Industrial Standards*) dan JAS (*Japan Agricultural Standards*). Sistem pelabelan Merek JIS berdasarkan Undang-Undang Standardisasi Industri Jepang dilakukan dengan memberikan pelabelan khusus Merek JIS hanya pada komoditas yang telah sesuai standar JIS. Sedangkan JAS merupakan standar nasional Jepang di bidang pertanian, kehutanan, perikanan, dan pangan. JAS berada di bawah Kementerian Pertanian, Kehutanan, dan Perikanan. Target dari JAS adalah: (1) produk, (2) *business entities*, (3) evaluasi kinerja, (4) syarat-syarat atau ketentuan-ketentuan terkait pertanian, kehutanan, perikanan, dan pangan. Selama produk sesuai dengan standar-standar ini, tanda JAS dapat diberikan di produk tersebut. Importir biasanya akan membantu dalam pendaftaran dan pengurusan label. Tarif impor MFN, maupun tarif impor Jepang untuk produk *coco fiber*, *coco coir* dan *coco peat* (HS 530500) asal Indonesia adalah 0% (*free*).

Produk *coco fiber*, *coco coir* dan *coco peat* Indonesia masuk ke pasar Jepang dapat melalui perantara agen, *trading house*, atau importir. Perantara tersebut memudahkan jalannya proses ekspor karena mereka berperan mencari, memperkenalkan dan menjual produk *coco fiber*, *coco coir* dan *coco peat* di Jepang kepada calon pembeli. Apabila barang berupa bahan baku industri, barang akan disalurkan ke *manufacturing company* untuk

diolah menjadi barang jadi sebelum dijual kepada konsumen. Sementara itu, barang jadi berupa media tanam bisa disalurkan langsung ke *wholesaler* atau *retailer* atau *home center* di Jepang. Untuk masuk ke pasar Jepang, eksportir juga dapat memanfaatkan pameran yang diselenggarakan di Jepang untuk memperkenalkan produk ke konsumen/*buyers* Jepang. Beberapa pameran produk makanan yang diselenggarakan di Jepang antara lain *Agri Week Tokyo*, *Agro Innovation Tokyo*, dan *Japan DIY Homecenter Show*.

DAFTAR ISI

RINGKASAN EKSEKUTIF	1
DAFTAR ISI	5
BAB I PENDAHULUAN.....	6
1.1 TUJUAN.....	6
1.2 METODOLOGI	7
1.3 BATASAN PRODUK.....	7
1.4 GAMBARAN UMUM NEGARA.....	8
BAB II PELUANG PASAR	12
2.1 TREND PRODUK	12
2.2 STRUKTUR PASAR	14
2.3 SALURAN DISTRIBUSI.....	20
2.4 PERSEPSI TERHADAP PRODUK INDONESIA	21
BAB III PERSYARATAN PRODUK.....	23
3.1 KETENTUAN PRODUK.....	23
3.2. KETENTUAN PEMASARAN	28
3.3. METODE TRANSAKSI	29
3.4. INFORMASI HARGA	30
3.5. KOMPETITOR	31
BAB IV KESIMPULAN	34
LAMPIRAN.....	37

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 TUJUAN

Kelapa sering dijuluki sebagai pohon seribu manfaat karena hampir seluruh bagian tumbuhan ini dapat dimanfaatkan untuk kepentingan manusia. Serat kelapa merupakan salah satu bagian kelapa yang dapat dikembangkan menjadi banyak produk turunan seperti *coco coir*, *coco fiber*, dan *coco peat* yang memiliki banyak keunggulan. Produk-produk turunan tersebut kemudian banyak digunakan sebagai bahan baku (*intermediate goods*) untuk pembuatan produk hilir seperti permadani, keset, pelapis keranjang tanaman, isian pelapis, tali dan lain sebagainya. Produk serat kelapa memiliki keunggulan dari beberapa aspek seperti ketahanan terhadap pembusukan, retensi air yang sangat baik dan hidrofilitas, sifat anti-jamur serta merupakan produk yang dapat didaur ulang. Industri sabut kelapa diperkirakan akan tumbuh secara signifikan di masa mendatang. Hal ini disebabkan oleh meningkatnya faktor kesadaran lingkungan di antara konsumen seiring pemahaman yang semakin baik terkait tingkat polusi dunia dan dampak buruk pemanasan global pada ekosistem. Selain itu, pemerintah di seluruh dunia saat ini sedang mengembangkan strategi dan inisiatif kebijakan untuk memerangi perubahan iklim dan menemukan alternatif bahan bakar fosil dengan memanfaatkan sumber energi baru yang berkelanjutan (*sustainable*) dan mengurangi penggunaan bahan yang tidak dapat terurai secara hayati seperti plastik.

Dalam hal tersebut, produk dari alam seperti serat sabut kelapa dapat menjadi alternatif produk yang menawarkan aspek berkelanjutan, ramah lingkungan, dan hemat biaya. Selain itu, serat sabut kelapa juga memiliki keunggulan lain yaitu dapat diproduksi secara manual dan mekanis. Dalam laporan PBB berjudul "*Exploring the potential for adopting alternative material to reduce marine plastic litter*" yang dikeluarkan pada Mei 2018, sabut kelapa merupakan salah satu alternatif yang dibahas, karena merupakan sumber selulosa dan lignin yang menjanjikan. Produk tersebut dapat menjadi polimer berbahan alami dan nabati sehingga memiliki sifat *biodegradable* (dapat terurai tanpa campur tangan manusia). Polimer lignin semakin banyak digunakan sebagai bahan bakar dan bahan baku pembuatan kertas koran, sementara polimer selulosa digunakan sebagai bahan baku industri pembuatan pakaian, pembuatan kertas, dan biopolimer. Aspek *sustainable* yang dimiliki oleh produk serat kelapa serta peningkatan permintaan (*demand*) dunia akan produk ramah lingkungan diperkirakan akan menjadi faktor yang mendorong pertumbuhan keseluruhan industri sabut kelapa global.

Selain dapat digunakan sebagai bahan baku pada sektor industri manufaktur, produk turunan serat kelapa seperti *coco coir*, *coco fiber*, dan *coco peat* juga banyak dimanfaatkan dalam sektor pertanian. Kadar air dan rasio karbon terhadap nitrogen yang seimbang

meningkatkan permintaan pasar akan produk *coco coir*, *coco fiber*, dan *coco peat*. Selain itu, inisiatif pemerintah di beberapa negara untuk mempromosikan pertanian berbasis hortikultura (buah dan sayuran) organik juga merupakan faktor penting yang mendorong pertumbuhan pasar *coco coir*, *coco fiber*, dan *coco peat*.¹ Menurut analisis yang dilakukan oleh *Allied Market Research*, pasar (*size market*) sabut kelapa global telah mencapai USD 369,70 juta pada tahun 2019, dan diperkirakan akan terus tumbuh hingga USD 525,70 juta pada tahun 2027, dengan pertumbuhan rata-rata tahunan, CAGR, sebesar 8,2% dari tahun 2020 hingga 2027. Pangsa pasar terbesar untuk produk tersebut berada negara-negara Kawasan Asia Pasifik, salah satunya Jepang.

Indonesia merupakan negara produsen kelapa terbesar dunia, dengan luas areal perkebunan kelapa mencapai 3,8 juta Hektar dan jumlah produksi sebesar 2,85 juta MT pada tahun 2021, naik 1,47% YoY (BPS dan Kementerian Pertanian, 2022). Sebagai produsen kelapa dunia, Indonesia memiliki potensi yang besar untuk mengembangkan industri produk turunan kelapa, seperti *coco coir*, *coco fiber*, dan *coco peat* serta sekaligus menjadi pemasok dunia produk tersebut ke seluruh dunia termasuk ke pasar Jepang. Untuk memanfaatkan peluang pasar *coco coir*, *coco fiber*, dan *coco peat* di pasar Jepang, laporan analisis intelijen bisnis ini disusun sebagai informasi bagi pelaku usaha Indonesia baik yang akan memasuki pasar Jepang maupun yang akan meningkatkan pangsa pasar di Jepang. Analisa intelijen bisnis ini akan menyajikan berbagai informasi penting mengenai peluang pasar *coco coir*, *coco fiber*, dan *coco peat* di Jepang, perkembangan tren produk serta persyaratan produk yang dapat digunakan sebagai bahan pendukung dalam mengembangkan ekspor *coco coir*, *coco fiber*, dan *coco peat* di pasar Jepang.

1.2 METODOLOGI

Penyusunan laporan analisis intelijen bisnis ini dilakukan dengan metode analisa deskriptif kualitatif dengan menyajikan data-data dan fakta yang bersumber dari beberapa sumber data dan studi literatur hasil riset pasar yang telah dilaksanakan oleh beberapa lembaga riset. 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)*, serta berbagai sumber lainnya.

1.3 BATASAN PRODUK

Produk yang dianalisis dalam laporan analisis intelijen bisnis ini adalah *coco fiber*, *coco coir*, dan *coco peat*. Berdasarkan *Japan's Tariff Schedule (statistical code for import)*,

¹ <https://cococoirglobal.com/global-growth-forecast-of-coir-industry/>

produk tersebut berada di bawah kode HS 530500 - *Coconut, abaca (Manila hemp Musa textilis Nee), ramie and other vegetable textile fibres, not elsewhere specified incld., raw processed but not spun tow, noils and waste of these fibres (including yarn waste and garnetted stock)*.

1.4 GAMBARAN UMUM NEGARA

Pada kuartal I Ekonomi Jepang menyusut 0,2% (qoq) di Kuartal I tahun 2022. Ini adalah kontraksi kedua dalam tiga kuartal terakhir, di tengah kebangkitan kasus COVID-19 dan berbagai hambatan dari luar negeri. Konsumsi rumah tangga mengalami penurunan untuk kedua kalinya dalam tiga kuartal sebesar 0,1% (vs 2,5% di Kuartal IV 2021) dan investasi publik juga mengalami penurunan untuk kuartal kelima berturut-turut (-3,6% vs -4,7%). Pada saat yang sama, permintaan eksternal bersih berkontribusi negatif terhadap PDB, karena ekspor naik 1,1% (vs 0,9% di Kuartal 4 2021) sementara impor meningkat lebih cepat sebesar 3,4% (vs 0,3%). Sementara itu, investasi bisnis mengalami pertumbuhan kuartal kedua berturut-turut (0,5% vs 0,4%) sedangkan belanja pemerintah mengalami rebound (0,6% vs -0,3%). Produk Domestik Bruto (PDB) di Jepang tumbuh 0,20% pada kuartal pertama tahun 2022 dibandingkan kuartal yang sama tahun sebelumnya.

Tingkat pengangguran Jepang turun ke level terendah dalam 1 tahun di angka 2,6% pada Maret 2022, lebih rendah dari 2,7% yang dilaporkan pada Februari 2022. Jumlah pengangguran turun 4,8% atau sebesar 90 ribu orang menjadi 1,8 juta orang, sedangkan yang bekerja sedikit menurun sebesar 0,2% atau 110 ribu orang menjadi 66,84 juta orang. Sementara itu, rasio pekerjaan terhadap lamaran mendekati level tertinggi dalam 2 tahun di angka 1,22 di bulan Maret 2022, sejalan dengan ekspektasi pasar dan naik 0,01 poin dari bulan sebelumnya.

Harga konsumen Jepang naik 2,5% (yoy) pada April 2022, terbesar sejak Oktober 2014, setelah naik 1,2% sebulan sebelumnya. Harga pangan naik pada laju tercepat dalam 7 tahun terakhir (4% pada April 2022 vs 3,4% pada bulan Maret 2022). Tekanan kenaikan juga datang dari biaya bahan bakar, lampu dan air (15,7% vs 16,4%), pakaian & alas kaki (0,8% vs 0,7%), budaya & rekreasi (1,3% vs 1,3%), perumahan (0,4% vs 0,3%), furnitur (2,3% vs 0,4%), pendidikan (0,9% vs 1,4%), dan lain-lain (1,2% vs 1%). Pada saat yang sama, biaya transportasi turun 0,2%, jauh lebih rendah dari penurunan sebesar 7% di bulan Maret 2022. Sementara itu, harga perawatan medis turun lebih jauh (-0,7% vs -0,4%). Harga konsumen inti naik 2,1% (yoy), kenaikan bulan ke-8 berturut-turut dan kenaikan terbesar sejak Maret 2015. Pada basis bulanan, harga konsumen naik 0,4% di bulan April 2022, kecepatan yang sama seperti dalam dua bulan sebelumnya. Indeks Harga Konsumen di Jepang meningkat 0,40 persen pada April 2022 dibandingkan bulan sebelumnya.

Bank of Japan mempertahankan suku bunga jangka pendek utamanya tidak berubah pada -0,1% dan untuk imbal hasil obligasi 10-tahun sekitar 0% selama pertemuan April 2022, dengan suara 8-1, seperti yang diperkirakan secara luas. Dalam laporan prospek triwulanan, BoJ mengatakan ekonomi Jepang diproyeksikan tumbuh lebih lambat, di tengah tantangan dari kebangkitan kasus COVID-19 dan kenaikan harga komoditas karena situasi di Ukraina. Pembuat kebijakan memangkas perkiraan pertumbuhan PDB 2022 menjadi 2,9% dari 3,8% yang dibuat pada Januari dan memangkas pertumbuhan PDB 2021 menjadi 2,1% dari 2,8%. Namun, untuk 2023, prospek direvisi lebih tinggi menjadi 1,9% dari sebelumnya 1,1%. Sementara itu, inflasi untuk 2022 direvisi naik menjadi 1,9% dari 1,1% dan tahun 2023 dan 2024 diproyeksikan menurun menjadi 1,1%. BoJ menegaskan bahwa tidak akan ragu untuk mengambil langkah-langkah pelonggaran ekstra jika diperlukan.

Jepang melaporkan defisit perdagangan sebesar JPY 839,2 miliar pada April 2022, dibandingkan dengan konsensus pasar dari kesenjangan sebesar JPY 1.159 miliar dan berayun dari surplus JPY 226,8 miliar pada bulan yang sama tahun sebelumnya. Angka terbaru menandai penurunan perdagangan selama sembilan bulan berturut-turut, karena ekspor tumbuh sebesar 12,5% (yoy) menjadi JPY 8.076,2 miliar sementara impor melonjak 28,2% ke rekor tertinggi baru di JPY 8.915,4 miliar. Mempertimbangkan empat bulan pertama tahun ini, Jepang mencatat defisit perdagangan sebesar JPY 4,113,4 miliar, dibandingkan dengan surplus JPY 691,2 miliar pada periode yang sama tahun 2021.

Tabel 1.1. Indikator Ekonomi Jepang

Indikator Ekonomi	Nilai	Satuan	Periode
<i>GDP Growth Rate</i>	-0,2	<i>Percent</i>	Mar-22
<i>GDP Annual Growth Rate</i>	0,2	<i>Percent</i>	Mar-22
<i>Unemployment Rate</i>	2,6	<i>Percent</i>	Mar-22
<i>Inflation Rate</i>	2,5	<i>Percent</i>	Apr-22
<i>Inflation Rate MoM</i>	0,4	<i>Percent</i>	Apr-22
<i>Interest Rate</i>	-0,1	<i>Percent</i>	Apr-22
<i>Balance of Trade</i>	-839	JPY Billion	Apr-22

Sumber: *Tradingeconomics*, 2022

Indeks *Bank of Japan* untuk sentimen produsen besar turun menjadi 14 pada Q1 2022 dari 18 pada Q4 2021 yang mencerminkan dampak krisis Ukraina dan inflasi komoditas. Suasana melunak di antara perusahaan yang memproduksi kayu & produk kayu (20 di Q1 2022 vs 25 di Q4 2021), pulp & kertas (-3 vs 11), bahan kimia (28 vs 31), keramik, batu (0 vs 9), makanan & minuman (-5 vs 2), logam olahan (3 vs 6), mesin berorientasi bisnis (22 vs 25), mesin listrik (24 vs 29), bahan dasar (16 vs 18), kendaraan bermotor (-15 vs -8), dan pengolahan (12 vs. vs 16). Pada saat yang sama kepercayaan tidak berubah untuk perusahaan yang memproduksi minyak bumi & batubara (pada 27) namun menguat di antara logam non-ferrous (21 vs 15), dan mesin produksi (43 vs 40). Sementara itu,

perusahaan besar berencana untuk meningkatkan belanja modal sebesar 2,2%, jauh lebih rendah dari 9,3% dari periode sebelumnya.

Indeks PMI Manufaktur atau *Jibun Bank Japan* turun ke level terendah dalam tiga bulan di 53,2 pada Mei 2022 dari 53,5 pada akhir bulan sebelumnya karena situasi COVID-19 semakin membaik. Baik output dan pertumbuhan pesanan baru turun ke laju marjinal yang merupakan yang terlemah selama tiga bulan, di tengah gangguan rantai pasokan akibat perang Ukraina. Sementara itu pesanan asing turun pada tingkat yang lebih curam di tengah langkah-langkah *lockdown* baru di seluruh China dan dampak perang Ukraina. Sementara itu, lapangan kerja meningkat lebih cepat. Indeks *Services PMI* atau *Jibun Bank Japan* meningkat ke level tertinggi dalam lima bulan di 51,7 pada Mei 2022 dari 50,7 pada April 2022. Angka terakhir juga merupakan bulan kedua berturut-turut terjadinya peningkatan aktivitas layanan, karena pelanggaran pembatasan terkait pandemi dan berkurangnya dampak virus, terutama di sektor pariwisata. Pesanan baru tumbuh paling besar sejak Desember lalu dan rebound tajam dari bulan sebelumnya. Pada harga, inflasi biaya input meningkat ke rekor tertinggi, terkait dengan laporan kekurangan bahan yang lebih besar. Akibatnya, inflasi beban output naik ke level tertajam sejak Oktober 2019. Akhirnya, sentimen melemah, mencerminkan ketidakpastian kondisi global. Produksi Industri di Jepang turun 1,70 persen pada Maret 2022 dibandingkan bulan yang sama di tahun sebelumnya.

Produksi industri di Jepang naik 0,3 persen (bulan ke bulan) di Maret 2022, dari kenaikan 2,9 persen sebulan sebelumnya. Namun, ini adalah bulan kedua berturut-turut terjadinya peningkatan output industri, yang terutama disumbangkan oleh mesin produksi (3,9 persen di Maret 2022 vs -0,6 persen di Februari 2022), peralatan transportasi, tidak termasuk kendaraan bermotor (8,5 persen vs 8,1 persen), dan bahan kimia, tidak termasuk anorganik, bahan kimia organik, dan obat-obatan (3,3 persen vs -6,8 persen). Pada skala tahunan, output industri turun 1,7 persen di bulan Maret 2022, bergeser dari kenaikan 0,5 persen di bulan Maret 2022. Produksi Manufaktur di Jepang turun 1,56 persen pada Maret 2022 dibandingkan bulan yang sama di tahun sebelumnya.

Tabel 1.2 Indikator Bisnis di Jepang

Indikator Bisnis	Nilai	Satuan	Periode
<i>Business Confidence</i>	14	<i>points</i>	Mar-22
<i>Manufacturing PMI</i>	53,2	<i>Points</i>	May-22
<i>Services PMI</i>	51,7	<i>Points</i>	May-22
<i>Industrial Production</i>	-1,7	<i>percent</i>	Mar-22
<i>Industrial Production MoM</i>	0,3	<i>percent</i>	Mar-22
<i>Manufacturing production</i>	-1,56	<i>percent</i>	Mar-22

Sumber: Tradingeconomics, 2022

Indeks kepercayaan konsumen di Jepang naik tipis menjadi 33,0 pada April 2022 dari sebesar 32,8 pada bulan sebelumnya. Angka terakhir menandai peningkatan pertama dalam indeks dalam enam bulan, terutama didukung oleh kenaikan persepsi ketenagakerjaan (naik 1,3 poin dari bulan sebelumnya menjadi 36,1), setelah pemerintah mengakhiri keadaan darurat pada akhir Maret 2022 menyusul penurunan dalam infeksi COVID-19 baru dan peningkatan vaksinasi. Penjualan Ritel di Jepang meningkat 2 persen pada Maret 2022 dibandingkan bulan sebelumnya. Penjualan ritel di Jepang naik 0,9% (yoy) pada Maret 2022. Angka terbaru menandai pertumbuhan kedua dalam perdagangan ritel dalam tiga bulan terakhir karena konsumsi pulih menyusul perbaikan dalam situasi COVID-19, dengan penjualan mengalami rebound untuk barang umum (1,8% pada Maret 2022 vs -1,7% pada Februari 2022) dan lainnya (1,4% vs -0,7%). Selain itu, penjualan obat-obatan & perlengkapan mandi tumbuh lebih cepat (4,1% vs 3,3%), sementara penjualan bahan bakar terus meningkat (15,2% vs 21%). Pada saat yang sama, penjualan makanan & minuman cenderung stabil setelah turun dalam dua bulan sebelumnya. Sementara itu, penjualan turun lebih lambat untuk pakaian & aksesoris kain (-0,6% vs -3,5%), kendaraan bermotor (-6,6% vs -15,1%), dan mesin & peralatan (-3,4% vs -8,1%). Pada basis bulanan, penjualan ritel meningkat 2,0% di bulan Maret, pertumbuhan pertama dalam empat bulan, setelah penurunan 0,9% yang direvisi di Februari.

Pengeluaran rumah tangga di Jepang turun 2,3% secara riil dari tahun sebelumnya pada Maret 2022. Angka terbaru menandai penurunan pertama dalam konsumsi pribadi sejak Desember lalu, karena konsumen waspada terhadap kenaikan biaya hidup dan meskipun ada beberapa pelanggaran pembatasan COVID-19. Konsumsi turun untuk sebagian besar kategori: makanan (-2,5% vs -3,6% di Februari), perumahan (-19,9% vs 5,3%), biaya bahan bakar, lampu & air (-3,2% vs 1,9%), budaya & rekreasi (-1,4% vs 5,6%), furnitur (-5,2% vs -5,0%), perawatan medis (-1,3% vs -0,9%), dan pendidikan (-8,2% vs -14,4%). Sebaliknya, ada lonjakan tajam dalam pengeluaran untuk pakaian (0,1% vs -11%). Belanja Konsumen di Jepang turun menjadi JPY 292.967,60 Miliar pada kuartal pertama tahun 2022 dari JPY 293.059,20 Miliar pada kuartal keempat tahun 2021. Penghasilan Pribadi Sekali Pakai di Jepang turun menjadi JPY 412,82 Ribu di bulan Maret dari JPY 450,91 Ribu di Februari 2022.

Tabel 1.3 Indikator Konsumsi di Jepang

Indikator Bisnis	Nilai	Satuan	Periode
<i>Retail Sales MoM</i>	2	<i>Percent</i>	Mar-22
<i>Retail Sales YoY</i>	0,9	<i>Percent</i>	Mar-22
<i>Household Spending</i>	-2,3	<i>Percent</i>	Mar-22
<i>Consumer Spending</i>	292968	<i>JPY Billion</i>	Mar-22
<i>Disposable Personal Income</i>	413	<i>JPY Thousand</i>	Mar-22

Sumber: Tradingeconomics, 2022

BAB II PELUANG PASAR

2.1 TREND PRODUK

Secara tradisional serat sabut kelapa biasanya dimanfaatkan sebagai bahan pembuat sapu, keset, tali dan alat-alat rumah tangga lainnya. Namun dengan perkembangan teknologi yang semakin canggih, disertai dengan sifat fisika-kimia yang dimiliki oleh serat kelapa serta kesadaran konsumen akan produk yang ramah lingkungan, pemanfaatan produk serat kelapa menjadi semakin luas. Saat ini serat sabut kelapa dapat dimanfaatkan menjadi bahan baku beragam sektor industri antara lain industri karpet, jok *dashboard* kendaraan, kasur, bantal, *hardboard*, kertas, tekstil dan lainnya. Selain sebagai bahan baku industri, turunan serat sabut kelapa juga dimanfaatkan penggunaannya di sektor pertanian organik. Produk turunan dari sabut kelapa secara industri pada umumnya tersegmentasi menjadi 3 (tiga) jenis produk: *coco coir*, *coco peat*, dan *coco fiber*.



Gambar 2.1 Coco Coir, Coco Peat, dan Coco Fiber

Sumber: berbagai sumber, 2022

Coco coir berasal dari sekam berserat yang terbuat dari tempurung bagian dalam kelapa. *Coco coir* adalah serat elastis kuat dan keras berwarna coklat kemerahan yang terdiri dari bagian serat yang disebut *coco fiber* dan residu tidak termasuk serat yang disebut dengan *coco peat*. *Coco coir* digunakan untuk semua jenis produk, termasuk keset, permadani, tali, kuas, dan bahkan furnitur sebagai isian busa, pegas (*upholstery*) dan sebagainya. *Coco coir* memiliki sifat ketahanan yang tinggi terhadap pembusukan, sehingga juga dapat digunakan dalam produk di luar ruangan. Produk ini juga menjadi semakin luas dan populer penggunaannya, termasuk di sektor pertanian sebagai campuran pot dan amandemen tanah organik. Produk lainnya yaitu *coco fiber*, memiliki kegunaan yang hampir sama dengan *coco coir*, yaitu sebagai bahan baku untuk kuas, tikar, tali, kain tenun kasar furnitur, dan sejenisnya. Di Jepang, *coco fiber* juga banyak digunakan sebagai bahan baku sikat gosok.

Sementara itu, berbeda dengan 2 jenis produk turunan serat sabut kelapa sebelumnya, *coco peat* memiliki sifat-sifat sebagai berikut: struktur yang kenyal, penyerapan dan retensi air yang cepat, memberikan aerasi yang lebih baik serta pasokan kelembaban yang cukup untuk tanaman, dan dapat menjaga suhu dan nilai PH yang baik untuk tanaman. *Coco peat* adalah produk sampingan yang *biodegradable* yang 100% alami dari proses ekstraksi serat kelapa. Di samping itu, *coco peat* merupakan produk yang berbiaya rendah dalam proses produksinya serta mudah didaur ulang. Dengan karakteristik tersebut, *coco peat* banyak digunakan sebagai media tanam khususnya untuk tanaman-tanama organik. Biasanya *coco peat* digunakan untuk pemasok campuran pot, campuran tanah, pembibitan, penanam hidroponik. Senyawa organik dalam *coco peat* dapat menghasilkan pertumbuhan akar yang kuat dibandingkan dengan media tanam lainnya. Selain itu, *coco peat* menawarkan beberapa ketahanan alami terhadap penyakit tanaman, sehingga masa hidup tanaman lebih lama.

Beberapa studi juga menunjukkan bahwa limbah *coco peat* berpotensi untuk dapat dijadikan sebagai alternatif bahan bakar biomassa pellet emisi rendah untuk menghasilkan gas sintetis (*syngas*). Di pasar Jepang, pengembangan pemanfaatan produk *coco peat* juga mulai beragam yang dilakukan melalui riset-riset pengembangan. Selain penanganannya sebagai pengganti gambut, Jepang juga mengembangkan produk turunan lain dari *coco peat* yaitu *coco disc* yang dapat digunakan sebagai media tanam dengan menambahkan air dan penanaman pot untuk tanaman yang ditanam dalam jangka pendek (*giffy*).

Penggunaan *coco peat* sebagai media tanam juga diperkirakan dapat meningkatkan kelangsungan hidup tanaman.² Dalam beberapa tahun terakhir, penelitian tentang budidaya wadah bibit untuk kehutanan telah dipromosikan di Jepang dengan menggunakan uji pertumbuhan melalui media *coco peat* sebagai media tanam. Selain itu, Jepang sedang dalam tahap pengembangan material dari *coco peat* yang akan berfungsi untuk penahan tanah dan penghijauan di wilayah lereng yang diharapkan dapat digunakan di masa mendatang. *Coco peat* juga dapat digunakan sebagai media produksi jamur serta pengganti jerami di kandang ternak. Dengan manfaat tersebut, *coco peat* di pasar Jepang telah menjadi salah satu produk komersial yang banyak diperdagangkan di berbagai *home center* dan/atau toko-toko yang menjual tanaman dan bahan tanaman. *Coco peat* di Jepang sebagian besar dijual dalam bentuk blok yang sudah dipadatkan dengan dimensi 20,5 cm x 10 cm x 5 cm.

² <https://jifpro.or.jp/bfpro/sanpin/sanpin-05/1326/>



Gambar 2.2 Produk *Coco Peat* dan *Giffy Pot* yang Dipasarkan di Jepang
 Sumber: Amazon Japan, 2022

2.2 STRUKTUR PASAR

Kelapa diproduksi di lebih dari 93 negara di dunia, di area seluas sekitar 12,05 juta ha dan menghasilkan 61.165 juta buah. Negara-negara di kawasan Asia dan Pasifik menyumbangkan pangsa produksi terbesar dengan menghasilkan 52.936 juta buah, sementara negara di Kawasan Afrika dan Amerika menghasilkan sekitar 2.187 juta dan 6.047 juta buah. Berdasarkan produksi kelapa dunia tersebut, apabila diasumsikan secara global tersedia 50% kulit kelapa dari total produksi kelapa dunia, maka potensi produksi *coir fiber* global diperkirakan mencapai 3,67 juta ton dan potensi produksi *coco peat* global mencapai 8,5 juta ton. Dari keseluruhan nilai potensi global tersebut, potensi produksi *coir fiber* dan *coco peat* di negara-negara Asia Pasifik masing-masing diperkirakan mencapai 3,17 juta ton dan 7,4 juta ton (Arancon, 2009). Potensi produksi *coco fiber* dan *coco peat* dunia diperkirakan meningkat seiring dengan peningkatan produksi kelapa dunia.

Tabel 2.1 Potensi Produksi *Coir Fiber* dan *Coco Peat* Global

	Total Nut Production (million)	At 50% availability of husks	
		Fibre	Coir pith
		(million tonnes)	
World	61,165	3.67	8.5
Asia – Pacific	52,936	3.17	7.4
APCC Countries	50,577	3.03	7.1
Africa	2,187	0.13	0.30
American	6,047	0.36	0.84
Assumption Husk : 400 gram			
Fibre : 120 gram (30%)			
Coir dusk & shorts : 280 gram (70%)			

Sumber: Aracon (2009)

Sebagai negara produsen kelapa terbesar dunia, Indonesia seharusnya memiliki potensi produksi *coir fiber* dan *coco peat* terbesar dunia. India dan Filipina juga memiliki potensi produksi yang besar setelah Indonesia. Meskipun demikian, berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Arancon pada tahun 2009, India dan Sri Lanka justru menjadi produsen utama *coir fiber* dan *coco peat* dunia pada tahun 2008. Sementara itu, berdasarkan *update* data yang dipublikasikan oleh Statista (2022), produsen *coco coir* terbesar dunia di tahun 2020 adalah India, Vietnam, dan Sri Lanka dengan volume produksi masing-masing sebesar 586,69 ribu MT, 390,54 ribu MT, dan 161,08 ribu MT. Hal ini menunjukkan bahwa potensi pengolahan produksi kelapa Indonesia untuk diolah menjadi produk turunan seperti *coir fiber* dan *coco peat* belum dilakukan dan dimanfaatkan secara optimal (Tabel 2.2).

Selama ini, produksi kelapa di Indonesia sebagian besar diolah menjadi kopra untuk bahan dasar minyak kelapa dan juga sebagai bahan makanan yaitu santan. Sebagai minyak goreng, minyak kelapa posisinya saat ini cenderung melemah dan bersaing ketat di pasar global dengan minyak nabati lainnya seperti minyak kedelai, jagung dan *canola oil*. Di dalam negeri minyak kelapa bersaing ketat dengan minyak kelapa sawit yang memiliki harga relatif lebih murah. Dengan kondisi persaingan dengan komoditi substitusi yang semakin bervariasi tersebut, maka perlu dilakukan langkah diversifikasi produk untuk semakin meningkatkan nilai keekonomian kelapa, salah satunya melalui pengembangan produksi *coco peat*.

Tabel 2.2 Potensi Produksi *Coir Fiber* dan *Coco Peat* Kawasan Asia Pasifik

Country	Production of Nuts (Million)	At 50% Available Nuts for Husking	
		Fiber (Thousand Ton)	Coir Pith (Thousand Ton)
1. F.S. Micronesia	40	2.4	5.6
2. Fiji	150	9.0	21.0
3. India	12,160	729.6	1,702.4
4. Indonesia	19,537	1,172.2	2,735.2
5. Kiribati	53	3.2	7.4
6. Malaysia	400	24.0	56.0
7. Marshall Islands	41	2.5	5.7
8. Papua New Guinea	712	42.7	99.7
9. Philippines	12,456	747.4	1,743.8
10. Samoa	190	11.4	26.6
11. Solomon Islands	110	6.6	15.4
12. Sri Lanka	2,591	155.5	362.7
13. Thailand	1,199	71.9	167.9
14. Vanuatu	258	15.5	36.1
15. Vietnam	680	40.8	95.2
Total	50,577	3,034.7	7,070.8

Sumber: Arancon (2009)³

³ <https://www.fao.org/3/i0709e/i0709e09.pdf>

Sebagai produsen *coco coir* dan *coco peat* terbesar di dunia, India dan Sri Lanka berperan sebagai pemasok global untuk kedua jenis produk tersebut. Hal itu sesuai dengan data eksportir terbesar dunia produk *Coconut, abaca Manila hemp or Musa textilis Nee, ramie, agave and other vegetable textile fibres, n.e.s., raw or processed, but not spun; tow, noils and waste of such fibres, incl. yarn waste and garnetted stock* (HS 530500) atau *coco fiber, coco coir* dan *coco peat*. Pada tahun 2021, ekspor terbesar produk tersebut berasal dari India dengan nilai mencapai USD 436,34 juta atau pangsa sebesar 51,99% dari total ekspor global. Eksportir terbesar kedua dunia adalah Sri Lanka dengan nilai ekspor sebesar USD 111,21 juta (pangsa 13,25%). Negara lainnya dengan ekspor *coco fiber, coco coir* dan *coco peat* yang juga cukup besar antara lain Kenya, Brazil, Filipina, Ekuador, dan Vietnam dengan pangsa masing-masing sebesar 5,88%, 5,70%, 5,06%, 4,27%, dan 2,21%.

Tabel 2.3. Eksportir Dunia Produk *Coco Fiber, Coco Coir* Dan *Coco Peat* (HS 530500)

Exporters	Nilai Ekspor (USD Juta)					Growth(%)	Trend(%)	Share(%)
	2017	2018	2019	2020	2021	21/20	17-21	2021
World	558.39	594.37	688.80	765.34	839.29	9.66	11.27	100.00
India	248.19	253.40	271.43	321.68	436.34	35.64	14.65	51.99
Sri Lanka	143.95	-	160.65	190.17	111.21	- 41.52	-	13.25
Kenya	26.01	26.47	23.81	28.73	49.32	71.70	14.59	5.88
Brazil	31.79	40.07	43.66	37.60	47.84	27.23	7.82	5.70
Philippines	-	40.47	31.75	38.27	42.43	10.87	-	5.06
Ecuador	22.52	19.96	28.02	32.73	35.83	9.45	15.29	4.27
Viet Nam	23.81	33.02	26.17	22.27	18.59	- 16.53	- 8.51	2.21
Netherlands	5.75	9.39	11.02	16.33	12.57	- 23.01	23.59	1.50
Thailand	13.28	15.99	17.07	13.86	12.45	- 10.11	- 2.69	1.48
Tanzania, United	3.87	9.06	19.00	14.99	10.99	- 26.72	29.59	1.31
Indonesia	8.22	11.25	12.29	9.24	10.05	8.73	2.06	1.20
Spain	4.33	4.79	5.19	6.93	9.83	41.92	22.23	1.17
Belgium	1.40	1.93	3.55	7.24	7.82	7.93	61.01	0.93
Madagascar	6.25	6.15	6.12	6.22	7.08	13.79	2.64	0.84
Malaysia	3.22	4.55	4.34	1.84	4.37	137.28	- 2.92	0.52
Subtotal (15 Utama)	542.59	476.52	664.06	748.08	816.70	9.17	13.53	97.31
Others	15.81	117.85	24.74	17.26	22.59	30.87	- 11.37	2.69

Sumber: ITC, Trademap (2022)

Sedangkan ekspor Indonesia berada di peringkat ke-11 dengan pangsa sebesar 1,20% dari total ekspor global. Meskipun secara pangsa ekspor Indonesia masih relatif kecil, namun *trend* dan pertumbuhan tahunannya menunjukkan kinerja yang positif. Selama lima tahun terakhir, 2017-2021, ekspor *coco fiber, coco coir* dan *coco peat* Indonesia mengalami kenaikan rata-rata sebesar 2,06% per tahun. Sementara pertumbuhan tahunan pada tahun 2021 juga meningkat sebesar 8,73% dibandingkan dengan periode tahun sebelumnya (Tabel 2.3). Apabila dilihat dari segi tren pertumbuhan, maka Indonesia mencatatkan performa yang jauh lebih baik dibandingkan dengan negara eksportir utama sekaligus kompetitor seperti Sri Lanka dan Vietnam yang justru mengalami

penurunan ekspor di tahun 2021. Oleh karena itu, pertumbuhan ekspor yang positif tersebut dapat menjadi indikator bahwa potensi ekspor *coco fiber*, *coco coir* dan *coco peat* Indonesia masih dapat terus dioptimalkan. Indonesia berpeluang untuk meningkatkan pangsa pasar global dengan merebut pangsa negara-negara pesaing yang justru mengalami penurunan performa ekspor.

Sementara itu, dari sisi *demand*, permintaan produk *coco fiber*, *coco coir* dan *coco peat* dunia terus meningkat yang ditunjukkan dengan tren peningkatan impor dunia. Pada tahun 2021, impor dunia untuk produk *coco fiber*, *coco coir* dan *coco peat* mencapai USD 695,18 Juta, meningkat signifikan sebesar 20,48% dibandingkan tahun 2020. Selain itu, tren lima tahun terakhir juga masih mencatatkan pertumbuhan dengan kenaikan rata-rata sebesar 6,065 per tahun. China, Amerika Serikat (AS) dan Inggris merupakan negara importir utama dunia dengan nilai impor pada tahun 2021 masing-masing mencapai USD 225,15 juta (pangsa 32,39%), USD 92,23 juta (pangsa 13,27%), dan USD 62,65 juta (pangsa 9,01%). Ketiga negara tersebut secara kumulatif menyumbangkan 54,67% pasar *coco fiber*, *coco coir* dan *coco peat* global.

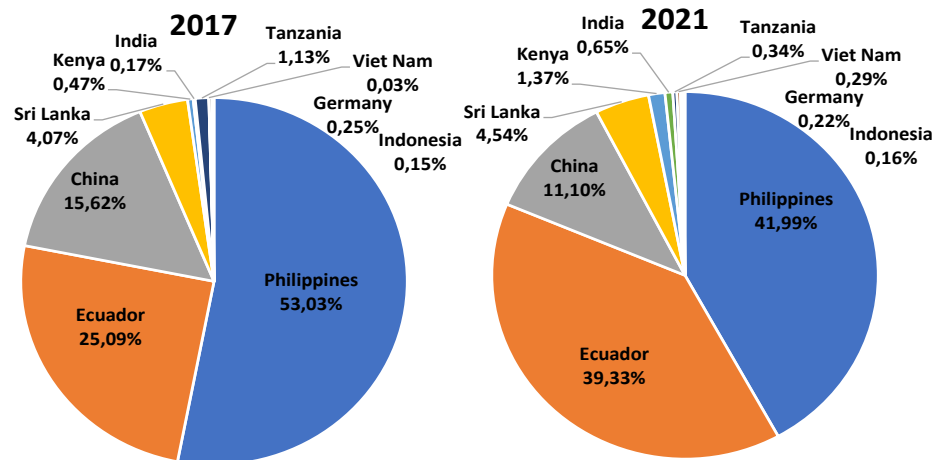
Sementara itu, Jepang berada di urutan ke-8 dunia dengan pangsa sebesar 2,33% pada tahun 2021. Pada periode tersebut, Jepang mengimpor produk *coco fiber*, *coco coir* dan *coco peat* senilai USD 16,17 Juta, turun -5,62% dibandingkan tahun 2020. Pelemahan impor tersebut disebabkan salah satunya oleh krisis pandemi COVID-19 yang membatasi kegiatan ekonomi hampir seluruh masyarakat di dunia. Selama kurun 5 tahun terakhir, impor Jepang dari dunia mengalami fluktuasi. Impor produk *coco fiber*, *coco coir* dan *coco peat* Jepang tertinggi terjadi di tahun 2018 dengan nilai USD 20,12 Juta dan terendah terjadi pada tahun 2021.

Tabel 2.4 Importir Terbesar Dunia Produk *Coco Fiber*, *Coco Coir* dan *Coco Peat* (HS 530500)

Importers	Nilai Impor (USD Juta)					Growth(%) 21/20	Trend(%) 17-21	Share(%) 2021
	2017	2018	2019	2020	2021			
World	524.11	563.49	574.76	577.03	695.18	20.48	6.06	100.00
China	240.44	232.98	227.67	206.68	225.15	8.94	- 2.48	32.39
United States of America	49.54	48.92	52.26	68.41	92.23	34.81	17.10	13.27
United Kingdom	32.46	35.54	37.29	44.87	62.65	39.63	16.75	9.01
Spain	31.69	35.07	27.59	25.78	31.34	21.55	- 3.25	4.51
Philippines	-	14.48	20.13	20.24	29.84	47.45	-	4.29
Netherlands	6.31	15.28	13.75	20.18	25.33	25.53	35.78	3.64
Mexico	24.99	27.90	37.37	31.47	22.87	- 27.33	- 0.57	3.29
Japan	18.13	20.12	16.52	17.14	16.17	- 5.62	- 3.81	2.33
Canada	7.54	8.38	10.54	10.40	15.16	45.72	17.52	2.18
Germany	7.93	7.22	8.62	8.70	14.70	69.07	15.28	2.11
Morocco	8.98	10.03	10.83	11.48	12.55	9.37	8.39	1.81
Belgium	4.21	5.11	5.40	7.30	10.73	47.02	24.93	1.54
Portugal	8.25	6.28	5.72	6.65	8.37	25.86	0.88	1.20
Australia	3.32	3.26	4.30	4.55	7.94	74.57	23.09	1.14
India	6.32	6.06	5.88	6.28	7.17	14.18	2.93	1.03
Subtotal (15 Utama)	450.09	476.62	483.86	490.11	582.20	18.79	5.58	83.75
Others	74.02	86.87	90.89	86.91	112.98	30.00	8.83	16.25

Sumber: ITC, Trademap (2022)

Impor produk *coco fiber*, *coco coir* dan *coco peat* Jepang selama ini mayoritas dipasok dari Negara Filipina dan Ekuador. Kedua negara tersebut menguasai pangsa pasar impor *coco fiber*, *coco coir* dan *coco peat* sebesar 81,12% Jepang. Terjadi pergeseran pangsa pemasok utama untuk produk tersebut di pasar Jepang selama 5 tahun terakhir. Filipina mengalami penurunan pangsa dari 53,05% di tahun 2017, turun menjadi 41,99% di tahun 2021. Berbanding terbalik dengan Filipina, Ekuador justru mengalami peningkatan dari 25,09% menjadi 39,33%, mengalami kenaikan sekitar 14%. Indonesia berada di peringkat ke-11 sebagai pemasok produk *coco fiber*, *coco coir* dan *coco peat* di Jepang dengan pangsa 0,16% di tahun 2021 (Grafik 2.1).



Grafik 2.1. Negara Pemasok Produk Coco Fiber, Coco Coir dan Coco Peat Jepang

Sumber: ITC, Trademap (2022)

Sementara itu, di sisi *supply* ekspor produk *coconut*, *abaca Manila hemp or Musa textilis Nee*, *ramie*, *agave and other vegetable textile fibres, n.e.s., raw or processed, but not spun; tow, noils and waste of such fibres, incl. yarn waste and garnetted stock* (HS 530500) atau yang lebih dikenal dengan produk produk *coco fiber*, *coco coir* dan *coco peat* Indonesia selama periode 2017-2021 mengalami peningkatan dengan rata-rata pertumbuhan sebesar 2,08% per tahun. Pada tahun 2021, Indonesia melakukan ekspor produk HS 5305 senilai USD 10,05 juta yang didominasi oleh ekspor *coco fiber* dengan pangsa 88,27%. Produk *coco fiber* tersebut terbagi ke dalam 2 kelompok HS yaitu *coconut fiber lainnya* (HS 53050022) dan *coconut fiber, raw* (HS 53050021). Pada tahun tersebut, pangsa ekspor *coconut fiber lainnya* (HS 53050022) Indonesia ke dunia mencapai 74,66% dengan nilai ekspor mencapai USD 7,50 juta. Sementara itu, pangsa ekspor *coconut fiber raw* (HS 53050021) Indonesia ke dunia mencapai 13,61% dengan nilai mencapai USD 1,37 juta. Selain produk *coconut fiber*, produk turunan lainnya yang juga memiliki nilai ekspor yang tinggi adalah produk *coconut*, *abaca* lainnya yang masuk dalam

kode 53050090 dengan nilai mencapai USD 0,69 Juta atau memiliki pangsa 6,90% terhadap total ekspor HS 5305 Indonesia (Tabel 2.5).

Tabel 2.5. Ekspor Produk *Coco Fiber, Coco Coir* dan *Coco Peat* (HS 530500) Indonesia ke Dunia

HS	URAIAN	NILAI : USD Juta					Trend (%) 17 - 21	Pangsa (%) 2021
		2017	2018	2019	2020	2021		
	Total Ekspor HS 5305 Indonesia	8.22	11.24	12.29	9.24	10.05	2.08	100.00
53050022	Coconut fibres(coir) and abaca fibres, other coconut fibres	6.27	7.69	8.15	6.09	7.50	1.24	74.66
53050021	Coconut fibres(coir) and abaca fibres , coconut fibres, raw	1.41	1.68	2.97	1.76	1.37	(0.12)	13.61
53050090	Vegetable textile fibres other than 5305.00.10-23	0.44	1.72	1.11	1.02	0.69	3.98	6.90
53050010	Sisal & oth textile fibres of the genus ageve,tow & waste of these fibras	0.09	0.15	0.03	0.35	0.49	52.20	4.83
53050023	Abaca fibres	0.00	0.00	0.03	0.01	-	-	-

Sumber: BPS, PDSI, Kemendag (2022)

Ekspor produk *coco fiber, coco coir* dan *coco peat* Indonesia sebagian besar ditujukan ke Negara China dengan nilai ekspor mencapai USD 7,64 Juta pada tahun 2021. Ekspor tersebut berkontribusi terhadap 76,0% total ekspor *coco fiber, coco coir* dan *coco peat* ke dunia. Meskipun mendominasi pasar tujuan ekspor produk HS 530500 Indonesia, namun ekspor Indonesia ke China menunjukkan tren menurun sepanjang 2017-2021 sebesar -1,26% per tahun. Kinerja ekspor Indonesia ke China pada tahun 2021 juga hanya menunjukkan kenaikan yang relatif kecil yaitu 0,55% YoY, lebih rendah dari pertumbuhan ekspor HS 530500 Indonesia ke dunia. Hal ini menunjukkan bahwa mulai terjadi diversifikasi negara tujuan ekspor Indonesia.

Selain pasar China, negara tujuan ekspor produk *coco fiber, coco coir* dan *coco peat* juga ditujukan ke pasar Korea Selatan, Jepang dan Malaysia. Ketiga negara tersebut berturut-turut berada di peringkat ke-2, ke-3 dan ke-4 dengan pangsa masing-masing sebesar 16,27%; 4,39% dan 1,13%. Berbeda dengan ekspor Indonesia ke China yang cenderung mengalami tren pelemahan, ekspor Indonesia ke Korea Selatan, Jepang dan Malaysia sepanjang 2017-2021 justru menguat. Ekspor di tahun 2021 ke ketiga negara tersebut juga meningkat sangat signifikan. Ekspor Indonesia ke Korea Selatan dan Malaysia mengalami kenaikan hingga 144,61% YoY dan 158,0% YoY pada 2021 dengan nilai ekspor mencapai USD 1,63 Juta dan USD 0,11 Juta. Sama halnya dengan Korea Selatan dan Malaysia, ekspor Indonesia ke Jepang pada 2021 juga meningkat signifikan sebesar 34,04% YoY dengan nilai ekspor USD 0,44 Juta, dari sebelumnya USD 0,33 Juta pada tahun lalu (Tabel 2.6).

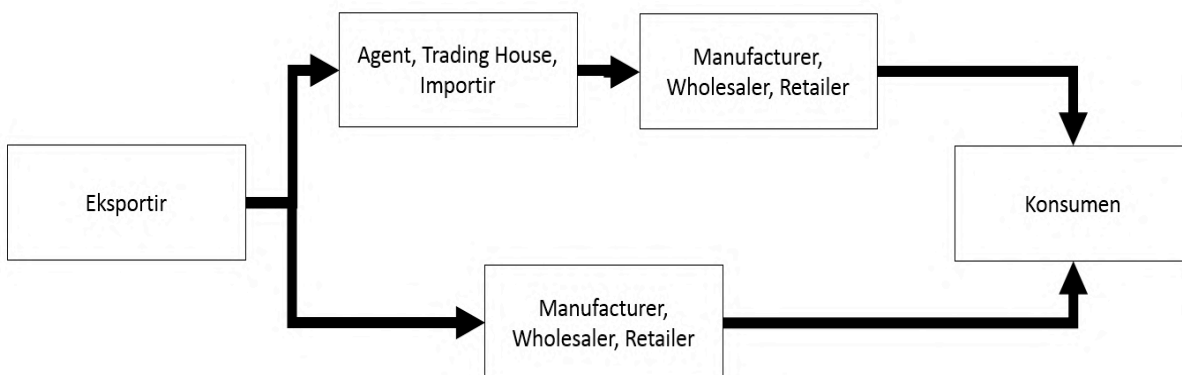
Tabel 2.6. Negara Tujuan Ekspor Produk *Coco Fiber*, *Coco Coir* dan *Coco Peat* (HS 530500) Indonesia ke Dunia

Importers	Nilai Ekspor (USD Juta)					Growth(%) 21/20	Trend(%) 17-21	Share(%) 2021
	2017	2018	2019	2020	2021			
World	8.22	11.25	12.29	9.24	10.05	8.73	2.06	100.00
China	7.00	10.27	7.97	7.59	7.64	0.55	- 1.26	76.00
Korea, Republic of	0.28	0.25	0.29	0.67	1.63	144.61	57.10	16.27
Japan	0.33	0.37	0.38	0.33	0.44	34.04	4.81	4.39
Malaysia	0.18	0.03	3.41	0.04	0.11	159.09	- 6.48	1.13
Taipei, Chinese	0.01	0.02	0.01	0.00	0.05	2,200.00	6.29	0.46
Australia	0.01	-	0.00	-	0.04	-	-	0.39
Singapore	0.13	0.18	0.13	0.02	0.04	75.00	- 38.55	0.35
United States of America	0.01	-	0.00	0.05	0.03	- 46.81	-	0.25
Italy	0.03	0.04	0.04	0.02	0.02	- 22.73	- 14.79	0.17
Israel	-	-	-	0.05	0.02	- 67.35	-	0.16
Netherlands	0.05	0.02	0.02	0.02	0.02	-	- 23.41	0.15
Spain	-	0.01	-	0.00	0.01	200.00	-	0.09
Thailand	0.10	-	-	0.09	0.01	- 93.33	-	0.06
Cambodia	-	-	-	-	0.00	-	-	0.04
Viet Nam	-	-	-	0.28	0.00	- 98.92	-	0.03
Subtotal (15 Utama)	8.12	11.19	12.25	9.16	10.04	9.58	2.27	99.93
Others	0.10	0.06	0.04	0.08	0.01	- 91.03	- 39.71	0.07

Sumber: Trademap (2022)

2.3. SALURAN DISTRIBUSI

Distribusi impor produk *coco fiber*, *coco coir* dan *coco peat* Indonesia ke pasar Jepang dapat dilakukan melalui perantara agen, *trading house*, atau importir. Perantara tersebut memudahkan jalannya proses ekspor karena perantara memiliki peran dalam mencari, memperkenalkan dan menjual produk *coco fiber*, *coco coir* dan *coco peat* di Jepang kepada calon pembeli. Apabila barang berupa bahan baku industri, barang akan disalurkan ke *manufacturing company* untuk diolah menjadi barang jadi sebelum dijual kepada konsumen. Sementara itu, barang jadi berupa media tanam bisa disalurkan langsung ke *wholesaler* atau *retailer* atau *home center* di Jepang. Selain itu, eksportir dari Indonesia juga bisa melakukan hubungan dagang langsung dengan *wholesaler*, *retailer* ataupun *manufacturer* dengan mengikuti prosedur perdagangan ekspor yang diberlakukan oleh negara Jepang.



Gambar 2.3 Saluran Distribusi Produk *Coco Fiber*, *Coco Coir* dan *Coco Peat*

Selain perantara tersebut, eksportir produk Indonesia dapat melakukan peninjauan kontak bisnis dengan para calon *buyers* di Jepang melalui kegiatan misi dagang dan pameran yang difasilitasi oleh perwakilan perdagangan Indonesia di Jepang seperti *Indonesian Trade Promotion Center* (ITPC) Osaka dan Atase Perdagangan KBRI Tokyo. Lebih lanjut, beberapa daftar *home center* atau *retailer* di Jepang disajikan pada Tabel berikut di bawah ini.

Tabel 2.7 Beberapa Daftar *Home Center* atau *Retailer* di Jepang

<i>Home Center</i>	Kohnan dan Nitori Japan
<i>Convenience store dan retailer</i>	Daiso, 100 Yen Shop, Seven Eleven, Family Mart dan Lawson.

Sumber: Hasil pengamatan, 2021

2.4 PERSEPSI TERHADAP PRODUK INDONESIA

Indonesia dikenal sebagai produsen buah kelapa terbesar di dunia dengan luas areal kebun kelapa mencapai 3,8 juta hektar. Meskipun demikian, pemanfaatan sabut kelapa yang merupakan bahan baku *coco fiber*, *coco coir* dan *coco peat* masih relatif lebih rendah dan tertinggal apabila dibandingkan dengan Sri Lanka dan India. Secara nasional, Indonesia baru mampu mengolah sabut kelapa sekitar 3,2% dari total produksi kelapa per tahun. Dengan demikian, jumlah sabut kelapa Indonesia yang belum diolah menjadi produk turunan yang bernilai ekonomi diperkirakan masih sebesar 96,8% dari total produksi⁴.

Berbeda dengan Indonesia, Sri Lanka dan India justru dapat mengoptimalkan potensi pengolahan sabut kelapa menjadi produk turunan dengan baik. Meski Sri Lanka hanya memiliki areal kebun kelapa seluas 0,4 juta Hektare dan India memiliki areal kebun kelapa seluas 1,9 juta Hektare, namun keduanya mampu memasok hampir 70% kebutuhan *coco fiber*, *coco coir* dan *coco peat* dunia. Sementara Indonesia baru mampu berkontribusi sekitar 1,2% terhadap kebutuhan *coco fiber*, *coco coir* dan *coco peat* dunia yang jumlahnya mencapai USD 695,18 juta pada tahun 2021. Sedangkan di pasar Jepang, Indonesia baru berkontribusi sebesar 0,16% (Trademap, 2021).

Selain karena kinerja industri *coco fiber*, *coco coir* dan *coco peat* yang belum optimal, masih rendahnya pasokan *coco fiber*, *coco coir* dan *coco peat* Indonesia ke Jepang salah satunya disebabkan oleh ketergantungan negara tujuan ekspor Indonesia. Ekspor Indonesia selama ini banyak ditujuakn untuk pasar China dengan pangsa 76,0%. Berdasarkan data dari Asosiasi Industri Sabut Kelapa Indonesia (AISKI), pasar utama *coco fiber* Indonesia adalah Cina dengan kebutuhan 10.000

⁴ <https://agro.kemenerin.go.id/berita/1569-pengusaha-sabut-kelapa-india-srilangka-lirik-indonesia>

ton per bulan. Ketergantungan negara yang menjadi pasar ekspor dapat memberikan risiko bagi keberlangsungan ekspor. Oleh karena itu, perlu langkah diversifikasi. Secara umum, persepsi *buyers* Jepang terhadap produk *coco fiber* sangat baik.

Produktivitas industri sabut kelapa Indonesia untuk memenuhi permintaan pasar ekspor saat ini masih sangat kecil. Untuk *coco fiber* dan *coco peat*, Indonesia baru bisa ekspor sekitar 32.400 ton per tahun atau rata-rata 2.700 ton per bulan. Padahal, jika dihitung dari potensi produksi buah kelapa nasional yang mencapai 15 miliar butir per tahun, maka Indonesia bisa memproduksi *coco fiber* dan *coco peat* sekitar 8 juta ton per tahun dengan rincian *coco fiber* sekitar 2,2 juta ton dan *coco peat* sekitar 5,8 juta ton per tahun.⁵ Oleh karena itu, Indonesia perlu memiliki strategi pengembangan dan diversifikasi produk serat sabut Indonesia. Jika saat ini Indonesia hanya mengekspor tiga jenis produk sabut yaitu *coco fiber*, *coco peat* dan tali maka Indonesia perlu mendorong diversifikasi produk seperti India atau Sri Lanka yang sudah lebih mengembangkan produk turunan dengan ekspor 14 jenis produk sabut kelapa.⁶

⁵ <https://www.batamnews.co.id/berita-53520-aiski-minta-jokowi-bantu-mesin-pengolah-sabut-untuk-ikm-daerah-penghasil-kelapa.html>

⁶ <https://www.tribunnews.com/bisnis/2017/05/19/aiski-imbau-pemerintah-kembangkan-industri-sabut-kelapa-dalam-negeri>.

BAB III PERSYARATAN PRODUK

3.1 KETENTUAN PRODUK

3.1.1. Prosedur Impor⁷

a. *Outline of Import Clearance*

Setiap pelaku usaha yang ingin melakukan impor barang harus melaporkan kepada Direktur Jenderal Bea dan Cukai Jepang untuk mendapatkan izin impor setelah dilakukan pemeriksaan terhadap barang yang diimpor. Prosedur impor dimulai dengan pengajuan deklarasi impor (*import declaration*) dan diakhiri dengan penerbitan izin impor setelah dilakukan pemeriksaan barang dan pembayaran bea masuk dan cukai.

b. *Import Declaration (Customs Law, Articles 67 through 72)*

Penyelesaian dan penyampaian pemberitahuan impor barang harus dibuat dengan mengajukan deklarasi impor, termasuk pembayaran bea masuk jika barang dikenakan tarif impor dengan menjelaskan jumlah dan nilai barang serta keterangan lain yang diperlukan. Deklarasi impor harus dibuat oleh importir yang melakukan impor barang atau biasanya *customs broker* yang membantu pengisian dan penyampaian deklarasi impor sebagai perwakilan (*proxy*) dari importir. Formulir deklarasi impor (*Customs form C-5020*) disiapkan dalam 3 (tiga) rangkap dan disertai dengan dokumen sebagai berikut:

- a) *Invoice.*
- b) *Bill of lading or Air Waybill.*
- c) *The certificate of origin (where a WTO rate is applicable).*
- d) *Generalized system of preferences, certificates of origin (Form A) (where a preferential rate is applicable).*
- e) *Packing lists, freight accounts, insurance certificates, etc. (where deemed necessary).*
- f) *Licenses, certificates, etc. required by laws and regulations other than the Customs Law (when the import of certain goods is restricted under such laws and regulations).*
- g) *Detailed statement on reductions of, or exemption from Customs duty and excise tax (when such reduction or exemption is applicable to the goods).*
- h) *Customs duty payment slips (when goods are dutiable).*

⁷ <https://www.customs.go.jp/english/summary/import.htm>

c. Verifikasi Peraturan Perundang-undangan Lainnya

Beberapa barang impor mungkin memiliki efek negatif pada industri, ekonomi, dan sanitasi, atau keselamatan publik. Barang-barang yang masuk dalam kategori tersebut dibatasi impornya sebagaimana diatur oleh berbagai Undang-Undang. Dalam hal impor dibatasi, importir harus memiliki izin dan persetujuan yang berkaitan dengan impor barang, berdasarkan Undang-Undang Kepabeanan, persyaratan untuk pemeriksaan atau persyaratan lainnya (selanjutnya disebut izin dan persetujuan). Oleh karena itu, apabila barang yang diimpor merupakan barang yang memerlukan izin dan persetujuan menurut peraturan perundang-undangan, selain Undang-undang Kepabeanan (disebut peraturan perundang-undangan lainnya), maka harus diajukan surat permohonan izin dan persetujuan menurut peraturan perundang-undangan lainnya (Pasal 70 UU No. UU Kepabeanan), sebagai berikut:

(1) Undang-undang Pengawasan Valuta Asing dan Perdagangan Luar Negeri

(2) Peraturan Perundang-undangan Terkait Barang Larangan

- *Law Concerning Wildlife Protection and Hunting*
- *Firearms and Swords Possession Control Law*
- *Poisonous and Harmful Substance Control Law*
- *Pharmaceutical Affairs Law*
- *Fertilizer Control Law*
- *Law Concerning Sugar Price Stabilization*
- *Explosive Control Law*
- *Law Concerning Screening of Chemical Substances and Regulation on their Manufacture, etc.*
- *High Pressure Gas Safety Law*

(3) Peraturan Perundang-undangan Tentang Karantina

- *Food Sanitation Law*
- *Plant Quarantine Law*
- *Domestic Animal Infectious Control Law*
- *Rabies Prevention Law*

(4) Peraturan Perundang-undangan Tentang Narkotika

- *Cannabis Control Law*
- *Stimulant Drug Control Law*
- *Narcotics and Psychotropics Control Law*
- *Opium Law*

3.1.2. Peraturan dan Persyaratan Impor

Impor tanaman tunduk pada pemeriksaan sebagaimana diatur oleh Undang-Undang Perlindungan Tanaman (*Plant Protection Act*) di bawah Stasiun Karantina Tumbuhan, Kementerian Pertanian, Kehutanan dan Perikanan Jepang untuk mencegah penularan penyakit/serangga berbahaya yang menyertai tanaman masuk ke Jepang. Konsultasi dengan Stasiun Karantina Tumbuhan terdekat sebelum dilakukan impor, sangat dianjurkan untuk memperoleh informasi apakah tanaman atau produk berbahan dasar tanaman merupakan produk yang dilarang atau dibatasi impornya. Selain tunduk pada Undang-Undang Perlindungan Tanaman, impor secara umum harus tunduk pada Undang-Undang Kepabeanan.

a. Karantina Tanaman di bawah Undang-Undang Perlindungan Tumbuhan

Ketentuan karantina berdasarkan UU Perlindungan Tanaman bertujuan untuk memeriksa tanaman ekspor, impor, dan dalam negeri dalam rangka pengendalian hama penyakit, dan pencegahan wabah dan/atau penyebarannya, sehingga dapat menjamin stabilisasi, pengembangan dan keamanan produk pertanian/barang berbahan dasar alam/tanaman. Terdapat banyak hama tanaman di luar negeri yang berpotensi membahayakan pertanian Jepang. Karantina tanaman dilakukan berdasarkan Undang-Undang Perlindungan Tanaman untuk mencegah masuknya dan penyebaran hama ke Jepang dengan memberlakukan pemeriksaan tanaman impor melalui kargo, tas jinjing, barang kiriman asing, dan sebagainya di pelabuhan masuk baik laut maupun udara. Tanaman yang diimpor harus melalui pemeriksaan di Stasiun Karantina pelabuhan masuk dengan melampirkan sertifikat inspeksi yang diterbitkan oleh otoritas di negara eksportir yang menyatakan bahwa tanaman tersebut tidak mengandung hama/penyakit yang berbahaya (Pasal 8, Ayat 1).

Tanaman yang diimpor dibagi menjadi:

a. Barang dilarang impor:

Impor dari daerah yang dikenal dengan serangga berbahaya yang telah menyebabkan kerusakan di belahan dunia lain, tetapi belum di Jepang. Inang tanaman serangga parasit, serangga itu sendiri, dan tanah di daerah tersebut dilarang diimpor untuk masuk ke Jepang.

b. Item yang tunduk pada pemeriksaan impor:

Semua tumbuhan termasuk produk yang berbasis tumbuhan, selain barang yang dilarang, dilakukan pemeriksaan karantina di pelabuhan masuk. Produk tersebut dapat diimpor apabila telah lolos inspeksi yang dilakukan pada saat karantina. Kategori produk yang perlu dilakukan karantina, mencakup berbagai tanaman (dan/atau produk tanaman) yang sangat luas seperti benih, stok pembibitan (termasuk batang atas) dan umbi bunga, bunga potong, buah dan sayuran, biji-bijian dan sereal, kacang-kacangan dan polong-polongan, bunga kering, kayu (tidak termasuk gergajian kayu), rempah-rempah, tanaman obat, dan lain sebagainya. Jika tidak ada hama/penyakit yang terdeteksi, maka produk tersebut

akan lolos untuk masuk ke Jepang, apabila ditemukan hama/penyakit, maka produk tersebut ditolak untuk masuk.

c. Barang-barang yang tidak dikenakan pemeriksaan impor:

Kategori produk tumbuhan tertentu dapat diimpor tanpa pemeriksaan karantina tumbuhan, beberapa produk tanaman dibebaskan dari pemeriksaan impor, khususnya produk-produk industri hilir yang telah melalui proses pengolahan lebih lanjut. Sebagai contoh furnitur kayu, teh, produk kaleng atau botol, rempah-rempah yang dikemas dalam wadah tertutup, yang bebas dari risiko kontaminasi ulang. Namun demikian, tidak semua “produk olahan tanaman” dibebaskan dari pemeriksaan impor. Oleh karena itu, penting untuk melakukan konsultasi kepada Stasiun Karantina sebelum melakukan impor.

b. Undang-Undang Kepabeanan (*Customs Act*)

Di bawah Undang-Undang Kepabeanan, impor kargo dengan label yang memalsukan asal barang, isi barang dilarang.



3.1.3. Pelabelan

Household Goods Quality Labelling Act

Berdasarkan *Household Goods Quality Labelling Act*⁸, barang-barang rumah tangga termasuk produk coco peat yang digunakan sebagai media tanaman disyaratkan untuk diberikan label yang menunjukkan nama dan komposisi serat, serta nama, alamat, dan nomor telepon pihak yang bertanggung jawab untuk mencantumkan label dalam hal ini importir. Contoh pelabelan untuk setiap peraturan pelabelan mutu dapat ditemukan melalui situs *website* Badan Urusan Konsumen sbb: http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/household_goods/.

Sistem Pelabelan Tanda JIS (*Japan Industrial Standards*)

Sistem pelabelan Merek JIS berdasarkan Undang-Undang Standardisasi Industri Jepang memberikan pelabelan khusus pada komoditas yang telah sesuai dengan JIS. Pelabelan bersifat sukarela. Produsen atau pengolah dapat menampilkan tanda JIS pada produk, pembungkus, wadah atau faktur setelah persetujuan yang memenuhi syarat dari Menteri yang berwenang atau lembaga sertifikasi terakreditasi yang ditunjuk oleh Pemerintah (menteri yang berwenang).

Mining and manufactured goods	Processed goods	Special categories
		

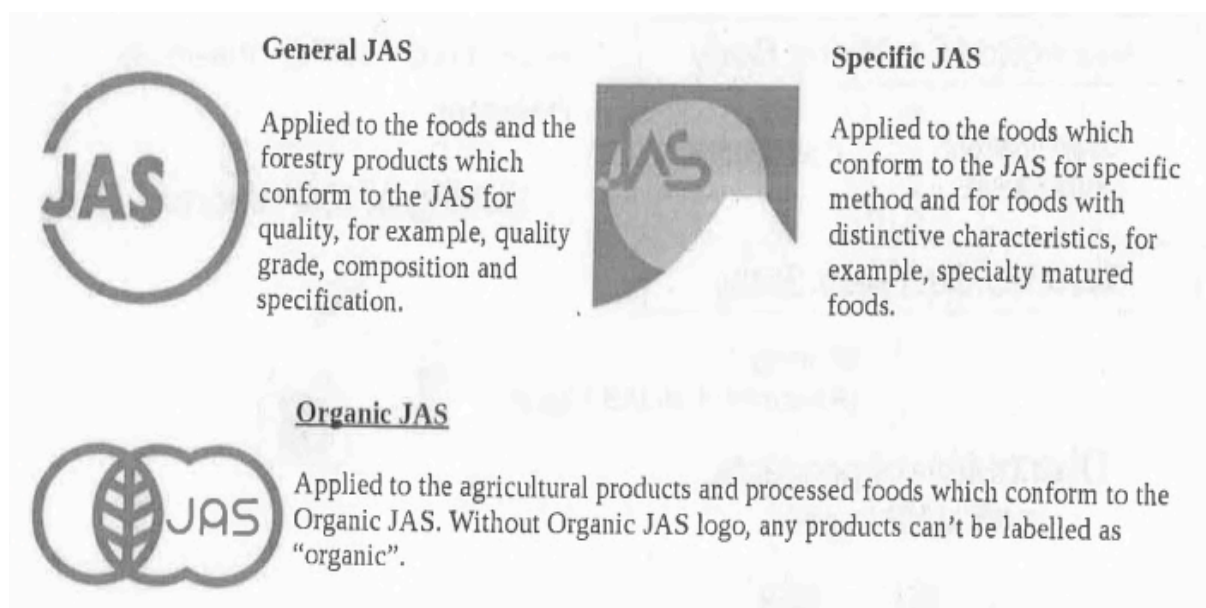
Gambar 3.1 Tanda JIS

⁸ <https://www.cas.go.jp/seisaku/hourei/data/HGQLA.pdf>

Sistem Pelabelan JIS mencakup 4.060 standar (2.040 standar untuk pertambangan dan produk manufaktur dan 19 standar untuk teknologi pemrosesan) per Oktober 2009. Adapun komoditas yang tidak tercakup oleh sistem pelabelan tersebut, maka pihak yang berkepentingan seperti asosiasi/kelompok pelaku usaha industri dapat mengembangkan standar atas inisiatif sendiri untuk kemudian mengajukan permohonan kepada Menteri yang berwenang untuk mendapatkan persetujuan. Adapun komoditas yang tunduk pada sistem pelabelan JIS dapat dilihat pada situs website berikut: <http://www.jisc.go.jp/>.

Sistem Pelabelan Tanda JAS (*Japan Agricultural Standards*)

JAS merupakan standar nasional Jepang di bidang pertanian, kehutanan, perikanan, dan pangan. JAS berada di bawah Kementerian Pertanian, Kehutanan, dan Perikanan. Target JAS adalah: (1) produk, (2) *business entities*, (3) evaluasi kinerja, (4) syarat-syarat atau ketentuan-ketentuan terkait pertanian, kehutanan, perikanan, dan pangan. Selama produk sesuai dengan standar-standar ini, tanda JAS dapat diberikan di produk tersebut.



Gambar 3.2 Tanda JAS

Produk pertanian organik maupun produk olahan pertanian organik dari negara yang memiliki sistem organik yang ekuivalen dengan sistem JAS dapat diberikan tanda JAS dan dapat dijual di Jepang. Sertifikat organik harus dikeluarkan oleh badan yang bertanggung jawab (otoritas) di negara eksportir. Setelah itu, importir tersertifikasi di bawah JAS akan melampirkan tanda JAS di produk tersebut. Dengan demikian, produk tersebut dapat dijual di Jepang dalam kategori organik. Negara-negara yang memiliki sistem organik yang ekuivalen dengan sistem JAS antara lain AS, Argentina, Australia, Kanada, Swiss, Selandia Baru, dan Uni Eropa.

3.1.4. Tarif Bea Masuk Impor

Untuk mengajukan tarif preferensi atas barang yang diimpor, importir harus menyerahkan sertifikat negara asal preferensi yang diterbitkan oleh bea cukai atau instansi penerbit sertifikat negara asal atau di Indonesia dikenal dengan Surat Keterangan Asal (SKA) di negara pengeksportir (tidak diperlukan jika total nilai kena pajak barang tersebut tidak lebih dari JPY 200.000). Untuk informasi lebih lanjut, eksportir Indonesia dapat menghubungi Instansi Penerbit Surat Keterangan Asal (IPSKA) atau otoritas terkait lainnya serta *Japan Customs* bagi importir Jepang. Dalam hal mengkonfirmasi klasifikasi tarif atau tarif yang berlaku akan lebih mudah apabila melalui "program konseling atau konsultasi terlebih dahulu" dengan mengajukan pertanyaan ke otoritas yang menangani kepabean maupun IPSKA di lokasi yang terdekat dengan eksportir. Pada tahun 2020, tarif impor MFN maupun tarif impor Jepang untuk produk *Coconut, abaca Manila hemp or Musa textilis Nee*", *ramie, agave and other vegetable textile fibres, n.e.s., raw or processed, but not spun; tow, noils and waste of such fibres, incl. yarn waste and garnetted stock* (HS 530500) asal Indonesia adalah 0% (*free*).

3.2. KETENTUAN PEMASARAN

Untuk memasuki pasar Jepang, bantuan perantara dapat menjadi solusi bagi eksportir Indonesia. Perantara dapat memberikan layanan dukungan dan bimbingan bagi eksportir dalam mengembangkan strategi yang tepat untuk memasuki pasar Jepang. Secara umum, orang Jepang lebih suka diperkenalkan secara pribadi dengan mitra potensial. Selain itu, Organisasi Perdagangan Eksternal Jepang JETRO dan perwakilan perdagangan Indonesia di Jepang seperti ITPC Osaka dan Atdag Tokyo juga dapat membantu mengidentifikasi mitra bisnis.

Perantara yang cukup umum di Jepang adalah agen dan distributor. Ada tiga cara memasuki pasar dengan bantuan mitra bisnis ini:

- Bisnis tidak langsung dengan pembeli/importir melalui agen.
- Bisnis tidak langsung dengan pembeli/importir melalui satu atau lebih distributor non-eksklusif.
- Bisnis tidak langsung dengan pembeli/importir melalui perwakilan tunggal.

Selain itu, eksportir juga dapat memasuki pasar Jepang melalui pedagang grosir. Pedagang grosir dapat membeli barang dari eksportir dan bekerja sama dengan banyak pengecer. Beberapa tahun terakhir, pedagang grosir memprioritaskan impor dengan kuantitas kecil, menerima pengembalian barang yang tidak terjual. Meskipun demikian, volume besar juga dapat dilakukan untuk ekspor barang oleh pedagang grosir yang lebih besar. Pada prinsipnya, ada dua jenis pedagang besar yang beroperasi di Jepang:

- Grosir impor ekspor yang menyediakan manajemen logistik, informasi, promosi dan pemilihan produk.
- Pedagang besar yang menawarkan layanan penyimpanan hingga produk sampai ke pengecer

Eksportir juga dapat masuk ke pasar Jepang melalui perusahaan dagang Jepang (*trading house*). Perusahaan asing di Jepang juga sering berkolaborasi dengan perusahaan dagang Jepang dan membentuk jaringan *Keiretsu* vertikal, yang merupakan grup besar perusahaan-perusahaan terkait yang memiliki kepentingan bersama. Sistem ini bisa mendominasi sistem distribusi dan penjualan Jepang di area tertentu. Jaringannya biasanya mencakup rute dari pabrik ke *outlet* ritel dan melibatkan kewajiban perdagangan antara produsen, grosir, pengecer, dan sebagainya serta membatasi interaksi dengan perusahaan lain.

Perusahaan dagang Jepang memainkan peran penting dalam ekonomi modern Jepang, yang beroperasi di banyak bidang bisnis seperti investasi, pengembangan layanan dan industri. Terdapat beberapa jenis perusahaan dagang Jepang antara lain:

- **Sogo Shosha** - perusahaan perdagangan umum dengan berbagai macam produk dan bahan. Karena skala yang besar, *sogo shosha* tidak terlalu cocok sebagai perantara bagi UKM yang akan memasuki pasar. *Sogo Shosha* besar antara lain Mitsubishi Corporation, Mitsui & Co., Sumitomo Corporation, Itochu, Marubeni, Toyota Tsusho dan Sojitz.
- **Senmon Shosha** - perusahaan dagang kecil yang berspesialisasi dalam rangkaian produk terbatas. *Senmon shosha* lebih cocok bagi UKM yang ingin memasuki pasar Jepang.

Untuk masuk ke pasar Jepang, eksportir juga dapat memanfaatkan pameran yang diselenggarakan di Jepang untuk memperkenalkan produk ke konsumen Jepang. Beberapa pameran produk *coco fiber*, *coco coir* dan *coco peat* yang diselenggarakan di Jepang antara lain *Agri Week Tokyo*, *Agro Innovation Tokyo*, dan *Japan DIY Homecenter Show*.

3.3. METODE TRANSAKSI

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

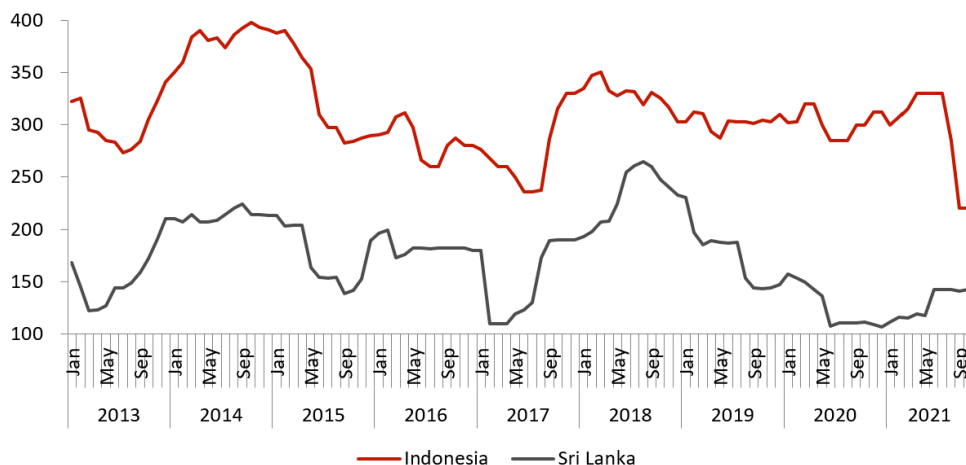
bertindak sebagai perantara ke perusahaan kecil dan menengah, L/C sering dikeluarkan atas nama mereka dan bukan atas nama pengguna akhir produk. Dengan perusahaan perdagangan yang mengambil risiko transaksi, eksportir Indonesia dilindungi dari kemungkinan kebangkrutan perusahaan yang lebih kecil.

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 menggunakan 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 kuota atau penawaran nilai tukar secara langsung dan melalui perdagangan antar bank, baik dengan mata uang Yen maupun Rupiah.

3.4. INFORMASI HARGA

Berdasarkan data dari APCC Sec (2022), pada triwulan III tahun 2021, harga sabut kelapa menunjukkan tren yang meningkat di Sri Lanka namun tren harga sabut kelapa di Indonesia mengalami penurunan. Harga serat sabut di Sri Lanka adalah USD 107/MT pada Desember 2020 dan secara bertahap naik hingga mencapai USD 143/MT pada Oktober 2021 dengan apresiasi harga sebesar 33,5%. Sebaliknya, harga sabut kelapa di Indonesia menunjukkan tren negatif, terutama pada triwulan III 2021. Harga serat sabut pada Desember 2020 adalah USD 313/MT dan naik ke level USD 330/MT pada Juni 2021, namun kemudian turun menjadi USD 220/MT pada Oktober 2021.



Gambar 3.3. Harga Bulanan Rata-Rata Coir Fibre January 2013 – September 2021 (US\$/MT)

Sumber: APCCSEC.ORG (2022)

Sementara itu, berdasarkan data Trademap (2022) dengan pendekatan *unit value* impor Jepang, rata-rata harga impor *Coconut, abaca Manila hemp or Musa textilis Nee, ramie, agave and other vegetable textile fibres, n.e.s., raw or processed, but not spun; tow, noils and waste of such fibres, incl. yarn waste and garnetted stock* (HS 530500) atau *coco fiber, coco coir dan coco peat* Jepang dari dunia adalah USD 2.163/Ton. Harga impor terendah berasal dari Indonesia dengan *unit value* impor sebesar USD 448/ ton. Sementara itu *unit value* impor tertinggi berasal dari Cina sebesar UD 8.606/ton.

Tabel 3.1 Perbandingan Harga Impor Produk Coco Fiber, Coco Coir Dan Coco Peat (HS 530500) di Pasar Jepang Berdasarkan Negara Pemasok

Exporters	Imported unit value 2021, US Dollar/Tons	Imported value in 2021, US Dollar	Imported quantity in 2021, Tons
World	2,163	16,172	7,478
Philippines	1,849	6,774	3,664
Ecuador	3,095	6,345	2,050
China	8,606	1,790	208
Sri Lanka	640	733	1,145
Kenya	2,210	221	100
India	854	105	123
Tanzania, United Republic of	2,037	55	27
Viet Nam	712	47	66
Germany	2,059	35	17
Indonesia	448	26	58
Brazil	1,750	21	12
Costa Rica	3,000	21	7

Sumber: Trademap (2022)

Beberapa produk dari serat kelapa juga dijual di beberapa situs *marketplace* seperti *amazon.co.jp*. antara lain alas untuk binatang peliharaan yang terbuat dari serat kelapa, *coco fiber*, *coco coir*, dan media tanam. Di bawah ini adalah contoh produk-produk tersebut beserta harganya.



Gambar 3.3. Harga Produk Olahan Serat Kelapa Di Jepang

Sumber: Amazon Jepang

3.5. KOMPETITOR

Jepang bukan negara penghasil kelapa, sehingga kebutuhan *coco fiber*, *coco coir* dan *coco peat* sebagian besar berasal dari impor. Sekitar 90% pasar *coco fiber*, *coco coir* dan *coco peat* impor Jepang dikuasai oleh tiga negara yaitu Filipina, Ekuador, dan Cina dengan pangsa masing-masing sebesar 41,89%, 39,23%, dan 11,07%. Sri Lanka dan India yang merupakan produsen terbesar *coco fiber*, *coco coir* dan *coco peat* dunia hanya menguasai 4,53% dan 0,65% pasar Jepang. Sementara itu, Indonesia hanya menguasai 0,16% saja. Dalam memasuki pasar Jepang, Indonesia harus berkompetisi dengan negara pemasok lainnya seperti Filipina, Ekuador, China, Sri Lanka, Kenya dan India.

Tabel 3.2 Negara Asal Impor Produk *Coco Fiber*, *Coco Coir* Dan *Coco Peat* (HS 530500) Jepang

Exporters	Nilai Impor (USD Juta)					Growth(%) 21/20	Trend(%) 17-21	Share(%) 2021
	2017	2018	2019	2020	2021			
World	18.13	20.12	16.52	17.14	16.17	- 5.62	- 3.81	100.00
Philippines	9.61	11.89	7.33	7.48	6.77	- 9.41	- 10.99	41.89
Ecuador	4.55	4.48	5.15	6.22	6.35	1.96	10.47	39.23
China	2.83	2.46	2.68	1.98	1.79	- 9.46	- 10.73	11.07
Sri Lanka	0.74	0.99	0.96	0.92	0.73	- 20.59	- 0.79	4.53
Kenya	0.09	0.13	0.16	0.23	0.22	- 3.49	27.82	1.37
India	0.03	0.04	0.03	0.03	0.11	208.82	26.40	0.65
Tanzania, United Republic of	0.21	0.05	0.13	0.08	0.06	- 34.52	- 19.20	0.34
Viet Nam	0.01	0.00	-	0.02	0.05	193.75	-	0.29
Germany	0.05	0.04	0.02	0.05	0.04	- 22.22	- 4.43	0.22
Indonesia	0.03	0.03	0.02	0.03	0.03	-	- 3.09	0.16
Brazil	-	-	0.02	0.04	0.02	- 40.00	-	0.13
Costa Rica	-	-	-	0.01	0.02	320.00	-	0.13
Korea, Republic of	0.00	-	-	-	-	-	-	-
Malaysia	-	-	0.00	-	-	-	-	-
Taipei, Chinese	-	-	-	0.06	-	100.00	-	-
United States of America	-	-	0.02	-	-	-	-	-

Sumber: Trademap (2022)

Di perdagangan global *coco fiber*, *coco coir* dan *coco peat*, India dan Sri Lanka akan mempertahankan dominasi mereka karena Pemerintah negara-negara ini sepenuhnya mendukung pengembangan dan pertumbuhan industri. Hal ini karena produk-produk tersebut merupakan salah satu produk ekspor utama yang berkontribusi secara signifikan terhadap PDB dan menciptakan lapangan kerja bagi pekerja pedesaan dan perempuan. Industri *coco coir* Filipina juga cukup unggul karena selain sebagai penghasil kelapa, Pemerintah Filipina sangat mendukung industri *coco coir*, salah satunya dengan adanya *roadmap* industri *coco coir* 2013-2016 yang pernah dikeluarkan oleh Pemerintah Filipina. *Roadmap* tersebut memiliki visi mewujudkan industri *coco coir* Filipina sebagai industri yang kompetitif dan modern secara global dengan kemampuan lengkap untuk menghasilkan produk hilir yang bernilai tinggi, pada tingkat yang berkelanjutan, dan sama-sama menguntungkan semua pemangku kepentingan menuju pertumbuhan yang inklusif.

BAB IV KESIMPULAN

Pasar *coco coir*, *coco fiber*, dan *coco peat* Jepang secara umum masih potensial untuk dikembangkan oleh Indonesia dilihat dari ukuran pasar dan tren pengembangan produk yang semakin inovatif. Secara spesifik, beberapa hal yang dapat disimpulkan dan perlu ditindaklanjuti dalam mengembangkan pasar *coco coir*, *coco fiber*, dan *coco peat* di Jepang bagi Indonesia adalah sebagai berikut.

1. Serat kelapa adalah salah satu bagian kelapa yang dapat dikembangkan menjadi banyak produk turunan, seperti *coco coir*, *coco fiber*, dan *coco peat* dengan banyak keunggulan. Industri sabut kelapa diperkirakan tumbuh secara signifikan ke depannya karena meningkatnya kesadaran lingkungan di antara konsumen. Produk-produk dari serat sabut kelapa menawarkan pilihan yang berkelanjutan, ramah lingkungan, dan hemat biaya. Selain itu, serat sabut kelapa memiliki keunggulan karena dapat diproduksi secara manual dan mekanis.
2. Sampai saat ini, *coco coir*, *coco fiber*, dan *coco peat* banyak digunakan untuk membuat permadani, keset, pelapis keranjang tanaman, isian pelapis, dan tali. Namun, seiring dengan penelitian dan pengembangan produk, produk-produk dari sabut kelapa menawarkan lebih banyak manfaat seperti bahan pengganti plastik, media tanam, alternatif bahan bakar *biomassa pellet* emisi rendah untuk menghasilkan gas sintetis (*syngas*).
3. Menurut analisis yang dilakukan oleh *Allied Market Research*, ukuran pasar sabut kelapa dunia bernilai USD 369,70 juta pada tahun 2019, dan diperkirakan akan mencapai USD 525,70 juta pada tahun 2027, dengan CAGR sebesar 8,2% dari tahun 2020 hingga 2027. Pangsa pasar terbesar berada di Asia Pasifik, salah satunya Jepang.
4. Permintaan *coco fiber*, *coco coir* dan *coco peat* (dengan kode HS 530300) dunia cukup besar, mencapai USD 685,18 juta pada tahun 2021. Importir terbesar dunia *coco fiber*, *coco coir* dan *coco peat* adalah Cina, Amerika Serikat, dan Inggris dengan nilai impor pada tahun 2021 masing-masing mencapai USD 225,15 juta (pangsa 32,39%), USD 92,23 juta (pangsa 13,27%), dan USD 62,65 juta (pangsa 9,01%).
5. Jepang berada di urutan importir produk *coco fiber*, *coco coir* dan *coco peat* ke-8 dunia dengan pangsa sebesar 2,33% pada tahun 2021. Pada periode tersebut, Jepang mengimpor senilai USD 16,17 Juta produk *coco fiber*, *coco coir* dan *coco peat*, turun -5,62% dibandingkan tahun 2020. Pelemahan impor tersebut disebabkan salah satunya oleh krisis pandemi COVID-19. Jepang bukan negara penghasil kelapa, sehingga kebutuhan *coco fiber*, *coco coir* dan *coco peat* sebagian besar berasal dari impor.
6. *Trend* produk di pasar Jepang untuk *coco peat* adalah selain digunakan sebagai pengganti gambut, Jepang juga mengembangkan *coco disc* yang dapat digunakan sebagai media tanam dengan menambahkan air untuk memulihkannya, dan menanamnya di pot *giffy*. Produk ini merupakan produk

komersial untuk dijual di toko tanaman dan *home center*. Jepang juga telah mengembangkan material penahan tanah untuk penghijauan lereng serta media tanaman untuk penghijauan dari *coco peat*, dan diharapkan dapat digunakan di masa yang mendatang. *Coco peat* juga digunakan sebagai media produksi jamur. Di industri peternakan, pengembangan produk *coco peat* dapat digunakan sebagai pengganti jerami di kandang ternak.

7. Sekitar 90% pasar *coco fiber*, *coco coir* dan *coco peat* impor Jepang dikuasai oleh tiga negara yaitu Filipina, Ekuador, dan Cina dengan pangsa masing-masing sebesar 41,89%, 39,23%, dan 11,07%. Sri Lanka dan India yang merupakan produsen terbesar *coco fiber*, *coco coir* dan *coco peat* masing-masing hanya menguasai 4,53% dan 0,65%. Sedangkan Indonesia hanya menguasai 0,16% saja. Oleh karena itu, dalam memasuki pasar Jepang, Indonesia harus berkompetisi dengan para pemasok utama tersebut.
8. Indonesia merupakan salah satu produsen buah kelapa terbesar di dunia dengan luas areal kebun kelapa mencapai 3,8 juta hektar. Meskipun demikian, pemanfaatan sabut kelapa yang merupakan bahan baku *coco fiber*, *coco coir* dan *coco peat* belum optimal. Secara nasional, Indonesia baru mampu mengolah sabut kelapa sekitar 3,2 persen dari total produksi. Hal ini perlu menjadi perhatian khusus dan perlu dilakukan kolaborasi antara pelaku usaha dan Pemerintah dalam mengoptimalkan potensi tersebut.
9. Selain karena kinerja industri *coco fiber*, *coco coir* dan *coco peat* yang belum optimal, masih rendahnya pasokan *coco fiber*, *coco coir* dan *coco peat* Indonesia ke Jepang adalah karena hampir 80% *coco fiber*, *coco coir* dan *coco peat* diekspor ke Cina. Pada tahun 2021 nilai ekspor ke Cina mencapai USD 7,64 juta (pangsa 76,00%) sedangkan ke Jepang ekspor Indonesia tercatat sebesar USD 0,44 juta (pangsa 4,39%). Oleh karena itu, Indonesia perlu memiliki strategi pengembangan dan diversifikasi produk serat sabut Indonesia.
10. Di Jepang, impor tanaman tunduk pada pemeriksaan sebagaimana diatur oleh Undang-Undang Perlindungan Tanaman (*Plant Protection Act*) yang mewajibkan karantina yang dilakukan di pelabuhan masuk. Karantina tersebut dilakukan untuk mencegah invasi penyakit/hama/serangga berbahaya yang menyertai tanaman untuk masuk ke Jepang.
11. Selain ketentuan wajib, Jepang juga memiliki ketentuan pelabelan sukarela, yaitu JIS (*Japan Industrial Standards*) dan JAS (*Japan Agricultural Standards*). Sistem pelabelan Merek JIS berdasarkan Undang-Undang Standardisasi Industri Jepang dilakukan dengan memberikan pelabelan khusus Merek JIS hanya pada komoditas yang telah sesuai standar JIS. Sedangkan JAS merupakan standar nasional Jepang di bidang pertanian, kehutanan, perikanan, dan pangan. JAS berada di bawah Kementerian Pertanian, Kehutanan, dan Perikanan. Target dari JAS adalah: (1) produk, (2) *business entities*, (3) evaluasi kinerja, (4) syarat-syarat atau ketentuan-ketentuan terkait pertanian, kehutanan, perikanan, dan pangan. Selama produk sesuai dengan standar-standar ini, tanda JAS dapat

diberikan di produk tersebut. Importir biasanya akan membantu dalam pendaftaran dan pengurusan label.

12. Tarif impor MFN, maupun tarif impor Jepang untuk produk *coco fiber*, *coco coir* dan *coco peat* (HS 530500) asal Indonesia adalah 0% (*free*).
13. Produk *coco fiber*, *coco coir* dan *coco peat* Indonesia masuk ke pasar Jepang dapat melalui perantara agen, *trading house*, atau importir. Perantara tersebut memudahkan jalannya proses ekspor karena mereka berperan mencari, memperkenalkan dan menjual produk *coco fiber*, *coco coir* dan *coco peat* di Jepang kepada calon pembeli. Apabila barang berupa bahan baku industri, barang akan disalurkan ke *manufacturing company* untuk diolah menjadi barang jadi sebelum dijual kepada konsumen. Sementara itu, barang jadi berupa media tanam bisa disalurkan langsung ke *wholesaler* atau *retailer* atau *home center* di Jepang.
14. Untuk masuk ke pasar Jepang, eksportir juga dapat memanfaatkan pameran yang diselenggarakan di Jepang untuk memperkenalkan produk ke konsumen/*buyers* Jepang. Beberapa pameran produk makanan yang diselenggarakan di Jepang antara lain *Agri Week Tokyo*, *Agro Innovation Tokyo*, dan *Japan DIY Homecenter Show*.

LAMPIRAN

1. DAFTAR IMPORTIR, RETAILER, DAN ASOSIASI

Company name	City	Website
Asahiya Co., Ltd.	Nagoya, Aichi	http://www.asahi-ya.co.jp/index.html
縹「縹」縹「縹」縹「縹」縹「縹」	Taito-Ku, Tokyo	http://www.azearth.co.jp/
Continental Trading Co., Ltd.	Chiyoda-Ku, Tokyo	http://www.continental-trading.co.jp
Coronet Corporation	Osaka, Osaka	http://www.coronet.co.jp
縹「縹」縹「縹」縹「縹」縹「縹」	Osaka, Osaka	http://www.ikg.co.jp/index.html
Kiyohara & Co., Ltd.	Osaka, Osaka	http://www.kiyohara.co.jp
Koizumi Jute Mills Ltd., The	Kobe, Hyogo	http://www.koizumiseima.co.jp/eng/index.html
縹「縹」縹「縹」縹「縹」縹「縹」	Osaka, Osaka	http://www.kuraray-trading.co.jp/
縹「縹」縹「縹」縹「縹」縹「縹」	Kyoto, Kyoto	http://www.kyobeni.co.jp/
丸紅インテックス株式会社	Osaka, Osaka	http://www.marubeni-intex.co.jp
縹「縹」縹「縹」縹「縹」縹「縹」	Chuo-Ku, Tokyo	http://www.mdm-net.co.jp/
Nakayama & Co., Ltd.	Yokohama, Kanagawa	http://www.nakayama-inc.jp/index.html
株式会社ライズステップ	Minato-Ku, Tokyo	http://www.risestep.co.jp
縹「縹」縹「縹」縹「縹」縹「縹」	Osaka, Osaka	http://www.sannfreres.co.jp/
董. 蛭区「縹」縹「縹」縹「縹」	Nagoya, Aichi	http://www.shinatomo.co.jp/
Takaoka & Co., Ltd.	Osaka, Osaka	http://www.takaoka.ne.jp
縹「縹」縹「縹」縹「縹」縹「縹」	Nagoya, Aichi	http://www.takisada-nagoya.jp
縹「縹」縹「縹」縹「縹」縹「縹」	Osaka, Osaka	http://www.takisada-osaka.co.jp/
縹「縹」縹「縹」縹「縹」縹「縹」	Chiyoda-Ku, Tokyo	http://www.tokokosen.co.jp/index.html
縹「縹」縹「縹」縹「縹」縹「縹」	Osaka, Osaka	http://www.tokoshoji.co.jp/english/index.html
縹「縹」縹「縹」縹「縹」縹「縹」	Kita-Ku, Tokyo	http://www.t-sincol.co.jp/
Woollen Co., Ltd.	Osaka, Osaka	http://www.woollen.co.jp/
縹「縹」縹「縹」縹「縹」縹「縹」	Osaka, Osaka	http://www.yagitsu.co.jp
TEIJIN FRONTIER CO., LTD.	Osaka, Osaka	http://www2.ni-teijinshoji.co.jp/english/index.html

Sumber: ITC, Trademap (2022)

2. DAFTAR PAMERAN

AGRI WEEK TOKYO 2022

Date: October 12, 2022 - October 14, 2022 (*annual event*)

City/country: Chiba (Chiba) / Japan / Asia

AGRO Innovation TOKYO 2022

Date: October 26, 2022 - October 28, 2022 (*annual event*)

City/country: Tokyo / Japan / Asia

JAPAN DIY HOMECENTER SHOW 2022

Date: August 25, 2022 - August 27, 2022 (*annual event*)

City/country: Chiba (Chiba) / Japan / Asia

Greenhouse Horticulture & Plant Factory Exhibition / Conference 2022

Date: July 20, 2022 - July 22, 2022 (*annual event*)

City/country: Tokyo / Japan / Asia

3. SUMBER INFORMASI YANG BERGUNA

Nama Organisasi	Website/ E-mail
<i>Indonesian Trade Promotion Center (ITPC)</i> Osaka	Website : http://itpc.or.jp/ E-mail : itpc.osaka@kemendag.go.id
Atase Perdagangan KBRI Tokyo	E-mail : atdag-jpn@kemendag.go.id ; trade@kbritokyo.jp ;
Pusat Pelatihan Sumber Daya Manusia Ekspor dan Jasa Perdagangan (PPEJP), Kementerian Perdagangan RI (informasi pelatihan prosedur ekspor)	Website : http://ppejp.kemendag.go.id/
<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)</i> Jakarta	Alamat : Summitmas 1, Lantai 6 Jl.Jend Sudirman Kav 61-62 Jakarta 12190 Tel: 62-21-5200264 (Hunting) Fax : 62-21-5200261 E-mail : jktjetro@jetro.go.jp
<i>Customs Japan</i> (informasi tarif bea masuk)	Website : https://www.customs.go.jp/english/