



MINISTRY OF TRADE  
REPUBLIC OF INDONESIA

Indonesian Trade  
Promotion Center

OSAKA

在大阪インドネシア共和国総領事館インドネシア貿易振興センター

# LAPORAN ANALISIS INTELIJEN BISNIS

## Arang Kayu (*Wood Charcoal*) HS 4402

sumber foto: <https://mutiaracharcoal.com/>

**ITPC Osaka**  
**2022**

## RINGKASAN EKSEKUTIF

Arang merupakan salah satu sumber bahan bakar alternatif yang mulai dilirik oleh masyarakat dunia sebagai salah satu pengganti bahan bakar fosil. Harga arang yang relatif lebih rendah dibandingkan sumber bahan bakar alternatif lain serta nilai kalori yang tinggi membuat arang dianggap sebagai sumber energi yang efisien. Peningkatan konsumsi arang kayu utamanya didorong oleh meningkatnya tren hidangan *barbeque* di dunia, pengaplikasian industri logam dan metalurgi, serta kegunaannya dalam industri kimia, farmasi, kosmetik, dan lain-lain. Dengan besarnya potensi penggunaan tersebut, permintaan akan arang kayu yang diprediksi terus meningkat. Hal itu dapat dimanfaatkan oleh Indonesia untuk meningkatkan kinerja ekspor produk arang kayu, sehingga potensi ekonomi dari industri arang kayu nasional dapat digunakan secara optimal dalam mendorong pertumbuhan ekonomi.

Indonesia merupakan eksportir terbesar produk arang kayu dunia dengan pangsa mencapai 20,3% di tahun 2021. Nilai ekspor arang kayu (HS 4402) Indonesia ke dunia pada tahun 2021 mencapai USD 292,1 Juta, tumbuh signifikan 7,3% dibandingkan tahun 2020. Sementara itu, di sisi permintaan, Jepang merupakan importir terbesar ke-2 dunia untuk produk arang kayu dengan nilai impor mencapai USD 111,8 juta atau 7,1% dari total impor global. Sebagai negara eksportir terbesar dunia, Indonesia tentu memiliki peluang untuk dapat terus meningkatkan performa ekspornya melalui penguatan pangsa pasar di negara-negara tujuan ekspor produk arang kayu utama, salah satunya pasar Jepang. Pasar arang kayu di Jepang masih sangat potensial untuk dikembangkan oleh Indonesia.

Produk arang kayu di Jepang dimanfaatkan untuk berbagai keperluan salah satunya yaitu sebagai bahan bakar untuk memasak hidangan lokal seperti yakitori, unagi, dan yakiniku. Karakteristik utama yang dicari pada arang kayu untuk tujuan bahan bakar masakan adalah kualitas pemanasan, daya tahan nyala, sifat *odorless* (tidak berbau), serta tidak menghasilkan banyak asap dan residu abu. Jenis arang kayu yang banyak diminati oleh masyarakat Jepang yaitu arang putih *binchotan*. Namun demikian, tidak banyak produsen arang kayu Indonesia yang memproduksi arang jenis ini. Selain arang putih, briket arang serbuk gergaji (*ogatan*) asal Indonesia juga cukup digemari di restoran kelas atas Jepang karena sifatnya yang mirip dengan arang putih. Arang briket serbuk gergaji memiliki daya tahan pemakaian yang dapat mencapai 3 (tiga) jam lebih dan harga yang relatif lebih murah dibandingkan arang putih, serta sifatnya yang stabil dan tidak berbau.

Impor produk arang kayu (HS 4402) Jepang menunjukkan pertumbuhan positif sebesar 2,4% YoY pada tahun 2021. Berdasarkan negara asal, impor produk arang kayu (HS 4402) Jepang sebagian besar berasal dari RRT, Filipina, Malaysia, Indonesia, dan Laos. Kelima negara pemasok utama tersebut menguasai 87,7% pangsa pasar impor arang kayu di Jepang. Indonesia sebagai negara pemasok ke-4 menguasai sebesar 15,7% pangsa pasar impor arang kayu di Jepang.

Berdasarkan struktur pasar tersebut, Indonesia perlu berhati-hati dengan para kompetitor lainnya khususnya Filipina dan Laos. Kedua negara tersebut berhasil meningkatkan pangsa pasarnya secara signifikan di pasar arang kayu Jepang. Pada tahun 2012, Filipina menduduki peringkat ke-3 dengan pangsa 17,4%, pangsa kemudian meningkat menjadi 20,1% pada 2021 dan berhasil menggeser posisi Malaysia. Hal serupa juga terjadi pada negara Laos. Laos berhasil menaikkan

pangsanya sebesar dua kali lipat dari 5,4% di tahun 2012 menjadi 12,3% pada 2021. Akibatnya, pangsa pasar beberapa negara utama menurun seperti RRT, Malaysia dan Indonesia.

Dari segi harga, di antara beberapa negara pesaing utama di pasar Jepang, harga yang ditawarkan Indonesia relatif cukup bersaing meskipun lebih tinggi apabila dibandingkan dengan Thailand dan Kamboja. Meskipun cukup bersaing, harga yang ditawarkan Indonesia mengalami rata-rata kenaikan 0,64% per tahun, lebih tinggi dari Malaysia sebagai salah satu pesaing utama di pasar Jepang. Hal ini perlu diwaspadai karena akan berpengaruh pada daya saing produk. Proses importasi dan distribusi produk arang kayu di Jepang biasanya dilakukan melalui kontrak pengiriman antara perusahaan pengimpor dan pengeksport. Secara umum, saluran distribusi impor terbagi menjadi 2 yaitu *direct selling* dan *indirect selling* melalui perantara *trading companies*. Produk arang kayu yang dipasarkan untuk kegunaan rumah tangga dan restoran biasanya juga dijual secara *retail* di *marketplace* Jepang dengan kemasan yang lebih kecil 2 s.d. 10 Kg.

Pada umumnya tidak ada regulasi yang mengatur mengenai ketentuan impor produk arang kayu yang masuk ke Jepang secara khusus seperti pengecekan cukai, penjualan dan pelabelan. Namun demikian, terdapat beberapa ketentuan yang bersifat sukarela baik yang ditetapkan oleh Pemerintah maupun perusahaan yang akan mengimpor, diantaranya pelabelan *JIS Mark* dan *JAS Mark*. Apabila diperlukan, importir akan membantu dalam pendaftaran label tersebut. Di dalam negeri Jepang, terdapat spesifikasi dan standar yang berlaku untuk arang bahan bakar yang digunakan untuk keperluan rumah tangga dan komersial yang ditetapkan oleh *Japan Charcoal and Fuel Association*. Produsen Indonesia perlu memperhatikan standar kualitas yang berlaku di Jepang tersebut untuk dapat lebih mudah memasuki dan memperluas akses di pasar Jepang.

Produk arang kayu telah masuk dalam produk yang mendapatkan preferensi dalam perjanjian *Indonesia–Japan Economic Partnership Agreement/IJEPA*, bea masuk yang dikenakan oleh Jepang untuk produk arang kayu HS 4402 dari Indonesia sebesar 0%. Jepang juga tidak mengenakan bea masuk lain seperti bea masuk dalam rangka tindakan *trade remedies* untuk produk tersebut. Jepang termasuk negara dengan pasar yang sangat kompetitif. Perusahaan bisnis biasanya jarang merespon permintaan pertemuan bisnis jika perusahaan yang mengajukan permintaan belum dikenal. Oleh karena itu, salah satu cara yang efektif adalah dengan berpartisipasi dalam pameran dagang yang diselenggarakan di Jepang sehingga dapat berinteraksi langsung dengan calon pembeli atau mengikuti *business matching/kegiatan business networking* yang diselenggarakan oleh Atase Perdagangan KBRI Tokyo dan ITPC Osaka.

## DAFTAR ISI

<b>RINGKASAN EKSEKUTIF.....</b>	<b>2</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>4</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>5</b>
1.1 TUJUAN .....	5
1.2 METODOLOGI .....	6
1.3 BATASAN PRODUK .....	6
1.4 GAMBARAN UMUM NEGARA.....	7
<b>BAB II PELUANG PASAR .....</b>	<b>9</b>
2.1 TREN PRODUK .....	9
2.2 STRUKTUR PASAR.....	13
2.3 SALURAN DISTRIBUSI .....	19
2.4 PERSEPSI TERHADAP PRODUK INDONESIA .....	21
<b>BAB III PERSYARATAN PRODUK .....</b>	<b>23</b>
3.1 KETENTUAN PRODUK .....	23
3.2 KETENTUAN PEMASARAN .....	29
3.3 METODE TRANSAKSI.....	30
3.4 INFORMASI HARGA.....	31
3.5 KOMPETITOR.....	33
<b>BAB IV KESIMPULAN.....</b>	<b>35</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>37</b>

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 TUJUAN

Kebutuhan arang kayu (*charcoal*) internasional semakin meningkat yang salah satunya dilatarbelakangi oleh penurunan cadangan bahan bakar fosil (*unrenewable resources*) seperti minyak bumi, gas, dan batu bara. Masyarakat dunia mulai beralih ke bahan bakar nabati yang relatif bisa diperbarui seperti *biodiesel*, *methanol*, dan arang. Arang merupakan sumber bahan bakar alternatif yang murah namun memiliki nilai kalori yang lebih tinggi dibandingkan kayu bakar dan batu bara bitumen, sehingga kegunaannya dianggap sebagai *energy efficient*. Hal itu kemudian meningkatkan konsumsi arang kayu dunia yang utamanya digunakan pada sektor industri logam dan metalurgi. Selain kegunaan di sektor industri, meningkatnya tren hidangan *barbeque* di dunia juga ikut mendorong permintaan arang kayu. Lebih lanjut, kegunaan arang saat ini juga telah berkembang mengikuti zaman. Arang tidak lagi hanya digunakan sebagai sumber energi/bahan bakar di industri maupun rumah tangga, namun juga dimanfaatkan sebagai bahan baku dalam industri kimia, farmasi, kosmetik, dan lain-lain.

Industri arang kayu merupakan salah satu sektor yang cukup menjanjikan dan menjadi penggerak ekonomi masyarakat Indonesia. Pembuatan arang di beberapa daerah di Indonesia setidaknya membutuhkan tenaga kerja sebanyak 3-34 pekerja bergantung pada banyaknya bahan yang akan diolah<sup>1</sup>. Selain pembukaan lapangan pekerjaan, potensi produksi briket arang yang besar di Indonesia, diperkirakan dapat menghasilkan devisa negara hingga mencapai Rp. 6,8 triliun per tahun<sup>2</sup>. Permintaan arang kayu dunia yang diproyeksikan terus meningkat tersebut, dapat dimanfaatkan Indonesia untuk meningkatkan ekspor produk arang kayu ke dunia sehingga potensi ekonomi dari industri dapat dimanfaatkan secara optimal bagi kesejahteraan masyarakat.

Indonesia merupakan eksportir utama arang kayu dunia dengan pangsa mencapai 20,3% di tahun 2021. Nilai ekspor arang kayu Indonesia ke dunia pada tahun 2021 mencapai USD 292,1 Juta atau tumbuh signifikan sebesar 7,3% dibandingkan tahun 2020. Di sisi *demand*, Jepang merupakan salah satu pasar yang potensial. Jepang menjadi importir terbesar kedua dunia untuk komoditas arang kayu (*charcoal*) dengan nilai impor mencapai USD 111,8 Juta atau 7,1% dari total impor produk tersebut pada 2021. Sebagai negara eksportir arang kayu terbesar dunia, Indonesia tentu memiliki peluang untuk dapat terus meningkatkan performa ekspornya, dengan memperkuat dan meningkatkan pangsa di pasar-pasar utama dan prospektif, salah satunya Jepang.

---

<sup>1</sup> Microsoft Word - Status of Charcoal\_ (ugm.ac.id)

<sup>2</sup> <https://berkas.dpr.go.id/puskajianggaran/bib/public-file/bib-public-106.pdf>

Oleh karena itu, untuk dapat memanfaatkan peluang tersebut, perlu disusun laporan analisis intelijen bisnis produk arang kayu (*charcoal*) sebagai media diseminasi informasi kepada para eksportir dan pelaku usaha arang kayu Indonesia yang akan melakukan penetrasi ke pasar Jepang maupun 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 dan pelaku usaha arang kayu Indonesia dalam merumuskan dan menyusun rencana strategi ekspor di pasar Jepang.

## 1.2 METODOLOGI

Penyusunan laporan analisis intelijen bisnis ini dilakukan dengan menggunakan metode analisa deskriptif kualitatif dengan menyajikan informasi yang berasal dari berbagai sumber antara lain studi litelatur dan hasil kajian yang telah dilakukan oleh lembaga riset (*think tank*), konsultan maupun instansi pemerintah. Lebih lanjut, data-data sekunder dalam penyusunan laporan analisis intelijen bisnis ini diperoleh dari beberapa sumber data statistik antara lain *Tradingeconomics*, ITC Trademap, *Statista*, *Japan Customs*, *Ministry of Economy, Trade and Industry* (METI), serta berbagai sumber data lainnya.

## 1.3 BATASAN PRODUK

Berdasarkan *Japan's Tariff Schedule (Statistical Code for Import)*, kode statistik produk arang kayu (*charcoal*) yang menjadi cakupan dalam analisis intelijen bisnis dapat dilihat dalam Tabel 1.1. Produk yang dibahas dalam analisa ini adalah produk arang kayu (*wood charcoal*) yang termasuk dalam kode HS 4402.

**Tabel 1.1. Klasifikasi Cakupan Produk Arang Kayu (*Wood Charcoal*)**

Kode Statistik		Deskripsi	
Kode HS			
44.02		<i>Wood charcoal (including shell or nut charcoal), whether or not agglomerated.</i>	Arang kayu (termasuk arang dari tempurung atau arang dari buah bertempurung), diaglomerasi maupun tidak.
4402.10	000	<i>Of bamboo</i>	Dari bambu
4402.20		<i>Of shell or nut</i>	Dari tempurung atau buah bertempurung
	010	- <i>Coconut shell charcoal</i>	- Dari tempurung kelapa
	090	- <i>Other</i>	- Lain-lain
4402.90		<i>Other</i>	Lain-lain
	100	- <i>Moulded pieces or shapes</i>	- Potongan atau bentuk cetakan
	200	- <i>In powder form or granule form</i>	- Dalam bentuk bubuk atau butiran
	300	- <i>Other</i>	- Lain-lain

Sumber: *Japan Customs*, 2022

## 1.4 GAMBARAN UMUM NEGARA

Jepang merupakan negara dengan ekonomi terbesar ketiga di dunia setelah Amerika Serikat (AS) dan RRT dengan *Gross Domestic Product* (GDP) mencapai USD 4,9 triliun di tahun 2021<sup>3</sup>. Di sisi perdagangan, Jepang menjadi eksportir dan importir terbesar ke-4 dunia. Kinerja perdagangan luar negeri Jepang mengalami defisit perdagangan sebesar USD 15,2 miliar pada tahun 2021. Defisit perdagangan luar negeri Jepang tersebut disebabkan oleh tingginya impor Jepang yang sebagian besar didominasi oleh produk bahan baku industri dan komoditas energi seperti minyak bumi dan gas alam untuk menopang kegiatan perekonomiannya. Perekonomian Jepang sebagian besar ditopang dari sektor jasa yang meliputi jasa perbankan, jasa asuransi, *real estate*, transportasi dan telekomunikasi. Selain sektor jasa, perekonomian Jepang juga ditopang oleh unggulnya sektor industri terutama industri otomotif dan elektronik. Perekonomian Jepang pada Q2 tahun 2022 mengalami peningkatan sebesar 0,9% (*q-to-q*) melanjutkan peningkatan pada Q1 2022 yang mengalami kenaikan tipis sebesar 0,1% (*q-to-q*) (Tabel 1.2).

**Tabel 1.2. Indikator Makroekonomi Jepang**

<b>GDP</b>	<b>Nilai/Persentase/Point</b>	<b>Periode</b>	<b>Frekuensi</b>
<i>GDP Growth Rate</i>	0,9 %	22-Jun	<i>Quarterly</i>
<i>GDP Annual Growth Rate</i>	1,6 %	22-Jun	<i>Quarterly</i>
<i>GDP Constant Prices</i>	544.022 JPY Billion	22-Jun	<i>Quarterly</i>
<b>Labour</b>	<b>Nilai/Persentase/Point</b>	<b>Periode</b>	<b>Frekuensi</b>
<i>Unemployment Rate</i>	2,5 %	22-Aug	<i>Monthly</i>
<i>Employed Persons</i>	67.300 Thousand	22-Aug	<i>Monthly</i>
<i>Unemployed Persons</i>	1.750 Thousand	22-Aug	<i>Monthly</i>
<i>Employment Rate</i>	61,3 %	22-Aug	<i>Monthly</i>
<i>Labor Force Participation Rate</i>	62,9 %	22-Aug	<i>Monthly</i>
<i>Population</i>	125 Million	21-Des	<i>Yearly</i>
<b>Trade</b>	<b>Nilai/Persentase/Point</b>	<b>Periode</b>	<b>Frekuensi</b>
<i>Balance of Trade</i>	-2.817 JPY Billion	22-Aug	<i>Monthly</i>
<i>Exports</i>	8.062 JPY Billion	22-Aug	<i>Monthly</i>
<i>Imports</i>	10.879 JPY Billion	22-Aug	<i>Monthly</i>
<i>Current Account</i>	229 JPY Billion	22-Jul	<i>Monthly</i>
<i>Current Account to GDP</i>	3,2 %	20-Des	<i>Yearly</i>

Sumber: *Tradingeconomics*, 2022 (diolah)

Bila dilihat dari sisi demografi, populasi Jepang pada tahun 2021 mencapai 125 juta jiwa. Pada bulan Agustus 2022, jumlah pekerja mencapai 67,3 juta orang dengan tingkat pengangguran Jepang pada periode tersebut mencapai 2,5% atau sebanyak 1,8 juta orang. Sementara itu, tingkat partisipasi tenaga kerja di Jepang mencapai 62,9%. Lebih lanjut, dari sisi perdagangan, Jepang melaporkan defisit perdagangan sebesar JPY 2,817 Miliar pada Agustus 2022. Angka tersebut

<sup>3</sup> <https://www.imf.org/>

menandai penurunan perdagangan selama tiga belas bulan berturut-turut dan menjadi rekor defisit perdagangan terbesar dalam satu bulan. Meskipun nilai ekspor tumbuh sebesar 22,1% yoy sebesar JPY 8.062 Miliar, namun nilai impor mengalami pertumbuhan lebih tinggi yaitu JPY 10.879 Miliar atau naik 49,9% yoy. Secara kumulatif selama Januari-Agustus 2022, Jepang mencatat defisit perdagangan sebesar JPY 12.192,9 Miliar, jauh lebih rendah dibandingkan dengan periode yang sama tahun lalu yang justru mengalami surplus sebesar JPY 770.5 Miliar. Transaksi berjalan pada bulan Juli 2022 tercatat sebesar JPY 229,0 Miliar (Tabel 1.3).

Bila dilihat sudut pandang 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. Di sisi lain, *business confidence* Jepang untuk sentimen produsen besar turun menjadi 8 *index points* pada Q3-2022 dari 9 *index points* pada Q2-2022. Indeks *consumer confidence* di Jepang juga menurun menjadi 30,8 pada September 2022 dari 32,5 pada bulan sebelumnya. Hal ini mencerminkan adanya dampak krisis perang Rusia-Ukraina dan inflasi harga komoditas.

Sementara itu, indeks PMI Manufaktur Jepang juga sedikit berubah ke level terendah dalam tiga bulan terakhir menjadi di 50,8 pada September 2022, namun nilai tersebut pada dasarnya telah menunjukkan perbaikan dibandingkan periode pandemi. Pulihnya aktivitas perekonomian Jepang dari kondisi krisis pandemi yang mulai terjadi pada awal tahun 2020 juga terlihat dari kinerja penjualan ritel baik secara bulanan (*mom*) maupun *annual* (*yoy*). Penjualan ritel di bulan Agustus 2022 menunjukkan kenaikan baik secara bulanan maupun tahunan masing-masing sebesar 1,4% dan 4,1% (Tabel 1.3).

**Tabel 1.3. Indikator Bisnis dan Konsumen Jepang**

<b>Business</b>	<b>Nilai/Persentase/Point</b>	<b>Periode</b>	<b>Frekuensi</b>
<i>Business Confidence</i>	8 Index Points	22-Sep	<i>Quarterly</i>
<i>Small Business Sentiment</i>	-4	22-Sep	<i>Quarterly</i>
<i>Manufacturing PMI</i>	50,8	22-Sep	<i>Monthly</i>
<i>Competitiveness Index</i>	82,27 Points	19-Des	<i>Yearly</i>
<i>Competitiveness Rank</i>	6	19-Des	<i>Yearly</i>
<i>Ease of Doing Business</i>	29	19-Des	<i>Yearly</i>
<b>Consumer</b>	<b>Nilai/Persentase/Point</b>	<b>Periode</b>	<b>Frekuensi</b>
<i>Consumer Confidence</i>	30,8 Index Points	22-Sep	<i>Monthly</i>
<i>Retail Sales MoM</i>	1,4 %	22-Ags	<i>Monthly</i>
<i>Retail Sales YoY</i>	4,1 %	22-Ags	<i>Monthly</i>
<i>Household Spending</i>	3,4 %	22-Jul	<i>Monthly</i>
<i>Consumer Spending</i>	297.335 JPY Billion	22-Jun	<i>Quarterly</i>

Sumber: *Tradingeconomics*, 2022 (diolah)

## BAB II PELUANG PASAR

### 2.1 TREN PRODUK

#### A. Historis Penggunaan Arang Kayu di Jepang

Arang kayu merupakan residu hitam karbon buatan yang diproduksi dengan cara memanaskan kayu atau bagian keras lainnya dari tanaman. Proses pembakaran dilakukan pada lingkungan tanpa oksigen untuk menghilangkan kelembaban dan material *volatile*, atau biasa disebut proses *slow pyrolysis*. Ketiadaan uap air inilah yang memungkinkan arang terbakar pada suhu lebih tinggi dan mengeluarkan lebih sedikit asap dibandingkan pembakaran kayu secara langsung.

Dalam Bahasa Jepang, arang disebut "*mokutan*" atau terkadang disebut "*zumi*". Pada zaman dahulu, arang kayu di Jepang digunakan sebagai sumber bahan bakar utama untuk keperluan rumah tangga dan sama pentingnya dengan barang pokok seperti beras. Pada tahun 1955, produksi arang kayu Jepang mencapai sekitar 2,0 juta MT, namun secara bertahap menurun karena adanya revolusi energi dengan peralihan ke gas dan listrik. Pada tahun 1985, produksi arang kayu Jepang menurun menjadi 32,0 ribu ton, atau hanya 1,6% dari produksi tahun 1955. Penurunan tersebut disebabkan oleh beberapa faktor seperti kurangnya pengrajin arang kayu dan kesulitan dalam mendapatkan bahan baku kayu. Akibatnya, Jepang saat ini bergantung pada impor dalam memenuhi kebutuhan arang kayu domestiknya. Diperkirakan lebih dari 60% permintaan domestik tahunan untuk arang dipenuhi melalui impor<sup>4</sup>.

Saat ini, arang kayu di Jepang tidak lagi diandalkan sebagai sumber energi utama melainkan lebih umum digunakan untuk aktifitas pembakaran luar ruangan (*barbecue*), pembakaran di restoran yakiniku (*barbecue* ala Jepang) maupun di *Izakaya* (bar ala Jepang). Selain ditujukan untuk aktifitas memasak, kegunaan arang kayu juga semakin meluas pada manufaktur logam, bangunan dan konstruksi, perawatan kesehatan, filtrasi industri, dan aplikasi farmasi. Kegunaan arang juga telah berkembang mengikuti zaman, misalnya pemakaian arang sebagai bahan baku sabun dan kosmetik serta digunakan pula untuk proses detoksifikasi racun dalam tubuh.

#### B. Tren Arang Kayu Jepang

Arang yang digunakan di Jepang diklasifikasikan menjadi dua kategori berdasarkan cara pembuatan arangnya yaitu *Kurozumi* (arang hitam) dan *Shiro-Zumi* (arang putih). Proses pembuatan arang hitam terdiri dari 3 fase. *Pertama*, bahan baku kayu dibakar pada suhu 400° – 700° Celcius selama 3-5 hari tergantung jenis kayu. *Kedua*, setelah kayu dikeringkan (diidentifikasi dengan bau asap), cerobong asap ditutup (hanya berjarak sekitar 5 cm) untuk pembakaran di lingkungan yang kekurangan oksigen selama 8 hingga 10 hari. Tahap *ketiga* yaitu penyelesaian proses pembakaran dan pendinginan. Arang hitam mudah menyala

---

<sup>4</sup> <http://terrareta.bioenergylists.org/japancharcoal2000>

dengan api dan menghasilkan suhu panas yang cukup untuk membakar logam. Arang hitam berwarna hitam legam dan mudah menyala, namun tidak dapat bertahan lama. Arang hitam biasanya digunakan untuk *barbecue* (misalnya untuk berkemah di tepi laut, di pegunungan atau untuk piknik pada musim bunga sakura) dan upacara minum teh<sup>5</sup>. Salah satu jenis arang hitam yang digunakan dalam upacara minum teh, *ikedo-zumi*, disukai karena penampilannya yang indah. *Ikedo-zumi* terbuat dari sejenis pohon *ek* di bagian utara Prefektur Osaka<sup>6</sup>.



**Gambar 2.1. Arang Hitam  
Ikeda-zumi**

Sumber: web-japan.org



**Gambar 2.2. Arang Hitam (*Kurozumi*)**

Sumber: Merdeka.co

Sementara itu, produk arang putih (*Shiro-Zumi*) atau umumnya juga disebut *Binchotan Charcoal*, dibuat dengan cara membakar kayu pada suhu yang relatif rendah selama beberapa waktu, kemudian menjelang proses akhir, suhu pembakaran ditambah hingga 1000° Celcius untuk membuat kayu menjadi merah-panas. Arang tersebut kemudian ditarik keluar dan dengan cepat didinginkan menggunakan bubuk khusus. Bubuk tersebut merupakan campuran tanah, pasir, yang akan meninggalkan abu keputihan pada arang, sehingga disebut arang putih. Kenaikan suhu yang cepat, diikuti dengan pendinginan yang cepat, membakar kulit kayu dan meninggalkan permukaan yang halus dan keras. Jika dipukul, arang putih akan mengeluarkan suara logam yang jernih<sup>7</sup>.

Arang putih lebih sulit untuk dinyalakan tetapi dapat menyala lebih lama. Di Jepang, *Binchotan* khususnya digunakan untuk hidangan lokal seperti *yakitori* (sate ayam khas Jepang), *unagi* (belut bakar), *robotayaki*, dan *yakiniku* (daging bakar). *Binchotan* memberikan cita rasa yang unik pada daging dan makanan laut yang tidak dapat diberikan oleh arang jenis lain. Selain itu, dibandingkan dengan jenis arang lainnya, *Binchotan* menyala lebih cepat, dapat membakar hingga lima jam dan menghasilkan panas mendekati 2.200° F. Untuk pemilik restoran dan koki, penggunaan *binchotan* sangat berpengaruh terutama pada saat memasak dalam

<sup>5</sup> <http://terrapreta.bioenergylists.org/japancharcoal2000>

<sup>6</sup> <https://web-japan.org/nipponia/nipponia19/en/topic/index.html>

<sup>7</sup> <http://terrapreta.bioenergylists.org/japancharcoal2000>

porsi besar<sup>8</sup>. Restoran di Jepang, khususnya unagi (sidat) mensyaratkan panas yang sangat tinggi dan membutuhkan waktu pembakaran yang lama (sekitar empat jam). Untuk mendapatkan sifat panas yang disyaratkan, restoran unagi Jepang biasanya menggunakan arang putih (*shirozumi/binchoutan*) yang dibuat dari bahan kayu keras seperti oak, bakau dan pelawan. Harga per Kg untuk *shirozumi* (arang putih) bisa mencapai dua kali lebih mahal dibandingkan dengan arang kayu biasa atau arang hitam (*kurozumi*)<sup>9</sup>. Namun demikian, di Indonesia tidak banyak perusahaan yang memproduksi arang putih dikarenakan proses produksi yang cukup rumit.



**Gambar 2.3. Binchotan / Shiro Zumi untuk Yakitori**

Sumber: [www.ippinka.com](http://www.ippinka.com)



**Gambar 2.4. Arang Putih (Shiro-Zumi)**

Sumber: [hargaarangkayu.blogspot.com](http://hargaarangkayu.blogspot.com)

Jenis arang yang paling banyak diekspor dari Indonesia saat ini adalah briket arang serbuk gergaji yang di Jepang dikenal dengan nama *ogatan*. Arang serbuk gergaji dibuat dengan memanaskan *kiln* pembakaran batubara tertutup hingga hampir 1200° C dan mematangkannya. Kemudian pada akhir proses, udara ditiup sekaligus (atau dikeluarkan dari tungku) untuk membakar komponen yang tidak dikarbonisasi, diikuti dengan pendinginan yang cepat. Metode ini mirip dengan pembuatan arang putih, sehingga sifat-sifat dari arang serbuk gergaji juga mirip dengan arang putih. Briket arang serbuk gergaji memiliki bentuk dan kualitas yang seragam untuk setiap *grade*. Beberapa keunggulan dari arang serbuk gergaji adalah harga relatif murah, tahan terhadap pembakaran suhu tinggi untuk waktu yang lama, tidak mengeluarkan bau atau asap terbakar, dan hampir tidak memiliki risiko ledakan karena strukturnya stabil. Arang serbuk gergaji dari Indonesia biasanya berbentuk heksagonal, sedangkan arang serbuk gergaji China umumnya berbentuk kotak.

<sup>8</sup> <https://www.ippinka.com/blog/binchotan-for-the-bbq/>

<sup>9</sup> <http://hargaarangkayu.blogspot.com/2016/01/bisnis-arang-putih-binchoutan-shirozumi.html>

Arang serbuk gergaji China yang diminati di Jepang biasanya terbuat dari cedar dan pinus, sedangkan arang Indonesia yang diminati biasanya terbuat dari kayu *mangrove* atau kayu tropis lain.

Briket arang serbuk gergaji biasanya digunakan oleh restoran kelas atas karena karena daya tahan pemakaian yang mencapai lebih dari tiga jam<sup>10</sup>. Selain itu, sifatnya yang stabil dan tidak berbau, dapat dijadikan sebagai bahan bakar memasak di restoran khususnya yang menyajikan hidangan panggang dengan arang. Tingginya permintaan untuk penggunaan komersial, produk ini biasanya dipasarkan dengan ukuran yang bervariasi yakni kemasan 10kg, 30kg, atau lebih.



**Gambar 2.5. Briket Arang Serbuk Gergaji Heksagonal**

Sumber: dcharcoal.com, 2022

Selain briket arang serbuk gergaji, Indonesia juga mengekspor briket arang kelapa. Briket arang kelapa merupakan arang yang terbuat dari batok kelapa dan umumnya merupakan produk sampingan dari industri kelapa. Briket arang kelapa adalah arang batok kelapa yang dijadikan *powder* atau bubuk, kemudian digabungkan dengan zat perekat, setelah itu dicetak dalam bentuk kotak. Setelah selesai dicetak, produk kemudian dikeringkan dalam oven sehingga siap digunakan sebagai bahan bakar ramah lingkungan. Dikarenakan tidak adanya pohon yang harus ditebang dalam pembuatan arang batok kelapa, jenis arang ini menjadi produk yang ramah lingkungan dibandingkan arang berbasis kayu biasa. Di samping produk ramah lingkungan, briket kelapa juga menyala lebih lama dan lebih panas dibandingkan arang lainnya. Beberapa restoran memilih menggunakan briket arang kelapa karena karakteristik pembakarannya dan sifatnya yang tidak berbau<sup>11</sup>. Biasanya untuk meningkatkan kualitas pembakaran, arang serbuk gergaji juga dicampurkan dengan arang batok kelapa. Berdasarkan informasi yang disampaikan oleh Duta Besar Indonesia untuk Jepang, briket arang kelapa cukup diminati di sejumlah negara termasuk Jepang<sup>12</sup>.

<sup>10</sup> <http://hargaaarakayu.blogspot.com/2016/01/bisnis-arang-putih-binchoutan-shirozumi.html>

<sup>11</sup> Coconut Shell Charcoal - Eco Charcoal

<sup>12</sup> Ekspor Perdana Briket Arang Kelapa ke Jepang, Peserta ECP Jabar Raup USD 19,2 Ribu - Kementerian Perdagangan Republik Indonesia ([kemendag.go.id](http://kemendag.go.id))

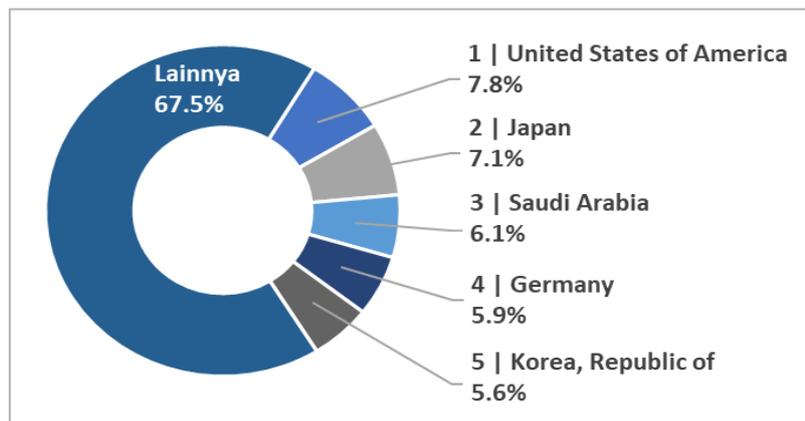


**Gambar 2.6. Arang Batok Kelapa Indonesia**

Sumber: Tokopedia, dcharcoal.com, & monitor.co.id

## 2.2. STRUKTUR PASAR

Arang kayu baik arang kayu hitam maupun putih dalam sistem pengklasifikasian kode HS dikategorikan dalam HS 4402. Produk dalam HS 4402 mencakup produk arang yang terbuat dari kayu, kelapa, biji, dan bambu yang diaglomerasi. Produk dalam HS 4402 juga mencakup produk arang dalam bentuk blok, ranting, granula, bubuk, briket, tablet, maupun bola. Pada tahun pertama pemulihan ekonomi pasca pandemic COVID-19 di tahun 2021 dimana ketidakpastian ekonomi masih membayangi, permintaan global terhadap arang kayu (*charcoal*) justru mengalami peningkatan. Impor arang kayu (HS 4402) dunia tahun 2021 mencapai USD 1,6 miliar atau tumbuh 8,33% dibandingkan tahun 2020 yang hanya sebesar USD 1,5 miliar. Hal ini sekaligus menunjukkan kembali bangkitnya *demand* dunia terhadap komoditas arang kayu setelah sempat terpuruk pada tahun 2019. Selama 10 tahun terakhir sejak tahun 2012 sampai 2021, rata-rata pertumbuhan permintaan dunia terhadap arang kayu (HS 4402) mengalami tren kenaikan sebesar 4,3% tiap tahunnya.



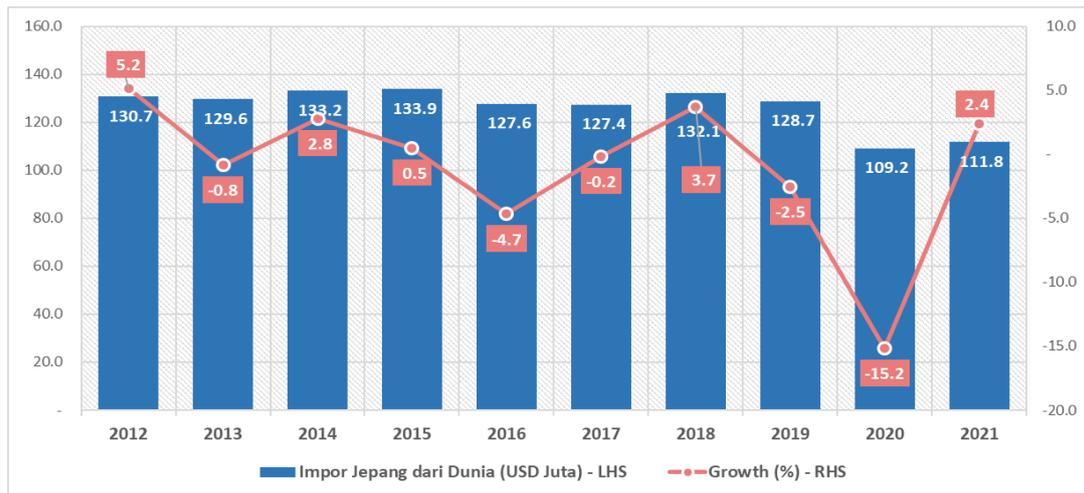
**Gambar 2.7. Importir HS 4402 Tahun 2021**

Sumber: ITC, Trademap, 2022 (diolah)

Importir utama komoditas arang kayu (HS 4402) dunia adalah Amerika Serikat (AS) dengan impor mencapai USD 123,4 Juta atau merepresentasikan 7,8% permintaan arang kayu dunia, diikuti dengan Jepang yang mencapai USD 111,8

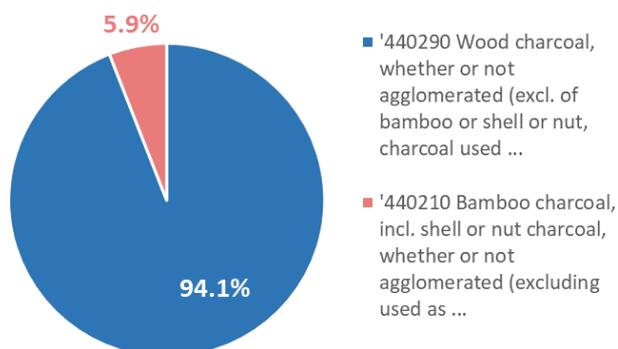
Juta atau 7,1% dari total dunia. Arab Saudi berada di peringkat ke-3 dengan nilai impor mencapai USD 96,8 juta (pangsa: 6,1%), sementara Jerman dan Korea Selatan berturut-turut berada di peringkat ke-4 dan ke-5 dengan nilai impor mencapai USD 93,7 juta (pangsa: 5,9%) dan USD 88,9 juta (pangsa: 5,6%). Secara kumulatif nilai impor kelima importir utama dunia berkontribusi terhadap 21,0% total *demand* arang kayu global, sedangkan 67,6% *demand* dunia terhadap arang kayu berasal dari negara lainnya (ITC, Trademap, 2021).

Sebagai negara importir ke-2 terbesar dunia untuk produk arang kayu, Impor arang kayu Jepang selama 10 tahun terakhir mengalami fluktuasi. Nilai tertinggi impor arang kayu Jepang terjadi pada tahun 2015 dengan nilai mencapai USD 133,9 Juta. Sedangkan nilai terendah impor arang kayu Jepang terjadi pada tahun 2020 dengan nilai hanya mencapai USD 109,2 Juta. Namun demikian, pada periode 2021, impor Jepang terhadap produk arang kayu (HS 4402) menunjukkan peningkatan sebesar 2,4% dibandingkan tahun 2020. Meskipun nilai impor pada tahun 2021 belum menyamai kondisi pra pandemi, namun kenaikan ini mengindikasikan mulai pulihnya permintaan Jepang terhadap produk arang kayu dunia. Sementara itu, pada Januari-Juni 2022, impor produk arang kayu Jepang mencapai kembali mengalami peningkatan sebesar 1,13% menjadi USD 63,05 Juta dari USD 62,35 Juta pada periode yang sama tahun lalu (ITC Trademap, 2022).



**Gambar 2.8. Perkembangan Impor Arang Kayu HS 4402 di Jepang**

Sumber: ITC, Trademap, 2022 (diolah)



**Gambar 2.9. Pangsa Impor Arang Kayu HS 4402 di Jepang Berdasarkan Jenisnya**

Sumber: ITC, Trademap, 2022 (diolah)

Jenis arang kayu yang paling banyak diimpor oleh Jepang pada tahun 2021 yaitu produk yang termasuk dalam HS 440290 (arang kayu, diaglomerasi maupun tidak, tidak termasuk arang bambu, arang kayu yang digunakan sebagai obat,

arang yang dicampur dengan kemenyan, arang aktif dan arang berbentuk krayon) dengan pangsa sebesar 94,1%. Diikuti dengan HS 440210 (arang kayu dari bambu) sebesar 5,9%. Sedangkan untuk HS 440200, Jepang tidak tercatat melakukan impor produk tersebut dalam 5 tahun terakhir.

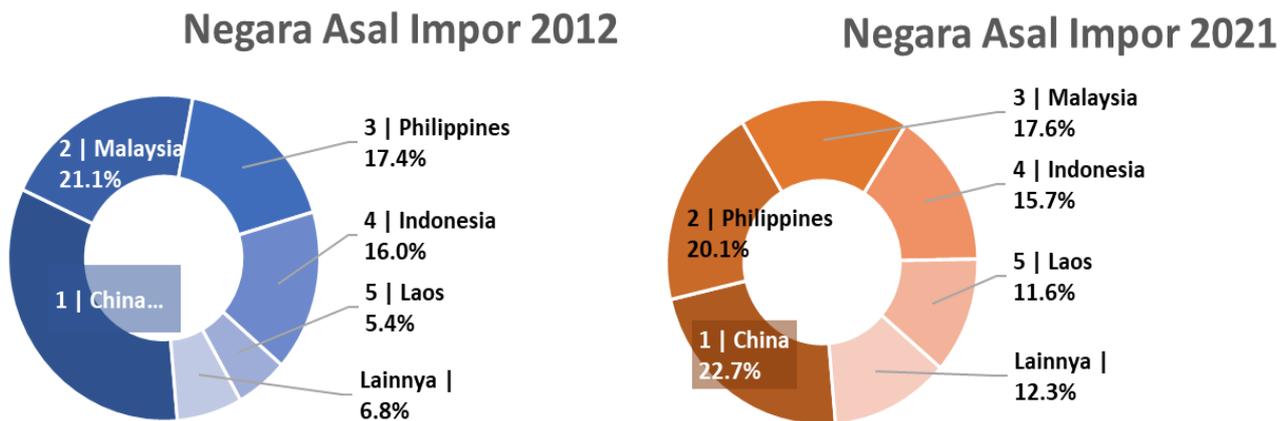
Pada tahun 2021, impor HS 440290 (arang kayu, diaglomerasi maupun tidak, tidak termasuk arang bambu, arang kayu yang digunakan sebagai obat, arang yang dicampur dengan kemenyan, arang aktif dan arang berbentuk krayon) mengalami peningkatan sebesar 2,9% dibandingkan tahun 2020. Di sisi lain, impor Jepang untuk HS 440210 (arang kayu dari bambu) justru mengalami penurunan sebesar 5,9% di tahun 2021. Meningkatnya impor arang kayu selain bambu tersebut semakin meningkatkan dominasi pangsa impor akan produk tersebut (Tabel 2.1).

**Tabel 2.1. Nilai Impor Arang Kayu Jepang dari Dunia Berdasarkan Jenisnya**

No	Kode HS	Deskripsi	Nilai Impor: USD Juta			Growth (%)	Trend (%)	Share (%)
			2017	2020	2021	2021/2020	2017-2021	2021
Total	4402	<i>Wood charcoal, incl. shell or nut charcoal, whether or not agglomerated (excluding wood charcoal ...</i>	127.4	109.2	111.8	2.4	-4.4	100.0
1	'440290	<i>Wood charcoal, whether or not agglomerated (excl. of bamboo or shell or nut, charcoal used ...</i>	120.2	102.2	105.2	2.9	-4.5	94.1
2	'440210	<i>Bamboo charcoal, incl. shell or nut charcoal, whether or not agglomerated (excluding used as ...</i>	7.2	7.0	6.6	-5.9	-2.8	5.9
3	'440200	<i>Wood charcoal, incl. shell or nut charcoal, whether or not agglomerated (excluding wood charcoal ...</i>	-	-	-	0.0	0.0	0.0

Sumber: ITC, Trademap, 2022 (diolah)

Berdasarkan negara asal impor, pemasok utama Jepang untuk produk arang kayu di tahun 2021 antara lain China, Filipina, Malaysia, Indonesia, dan Laos. Kelima pemasok utama tersebut menguasai sebesar 87,7% pasar impor arang kayu di Jepang. Namun demikian, penguasaan pasar China, Malaysia, Filipina, dan Indonesia di tahun 2021 mengalami penurunan dibandingkan pangsa pasarnya pada 10 tahun yang lalu, yaitu pada tahun 2012. Penguasaan pasar arang kayu asal Indonesia sendiri menurun dari 16,0% di tahun 2012 menjadi hanya 15,7% di tahun 2021. Sedangkan pangsa impor dari Laos justru mengalami peningkatan dari 5,4% di tahun 2012 menjadi 11,6% di tahun 2021.



**Gambar 2.10. Perbandingan Pangsa Pemasok Utama Arang Kayu Jepang Tahun 2012 dan 2021**

Sumber: ITC, Trademap, 2022 (diolah)

Meskipun secara pangsa, beberapa negara pemasok utama mengalami penurunan dalam kurun waktu 10 tahun terakhir, namun secara struktur pasar negara asal impor pada dasarnya tidak banyak mengalami perubahan. Pemasok utama produk arang kayu Jepang di tahun 2021 juga merupakan pemasok utama di tahun 2012. Data historis menunjukkan bahwa negara yang menjadi pemasok terbesar Jepang untuk produk arang kayu pada tahun 2021 juga merupakan pemasok terbesar pada tahun 2012, mengindikasikan bahwa preferensi konsumen untuk memilih produk asal pemasok utama cukup kuat. Hal ini menjadi keuntungan bagi Indonesia yang merupakan pemain lama dalam suplai arang kayu di Jepang.

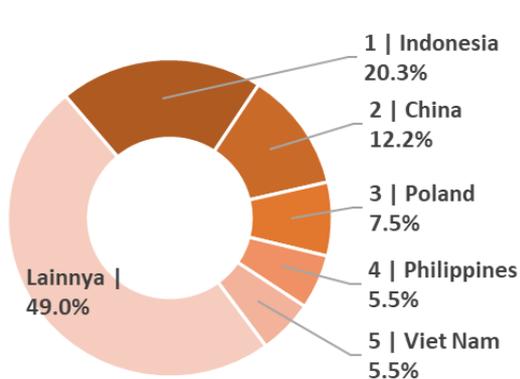
Meskipun demikian, Indonesia perlu berhati-hati dengan para kompetitor lainnya khususnya Filipina dan Laos. Kedua negara tersebut berhasil meningkatkan pangsa pasarnya secara signifikan di pasar arang kayu Jepang. Pada tahun 2012, Filipina menduduki peringkat ke-3 dengan pangsa 17,4%, pangsanya kemudian meningkat menjadi 20,1% pada 2021 dan berhasil menggeser posisi Malaysia. Hal serupa juga terjadi pada Negara Laos. Laos berhasil menaikkan pangsanya sebesar dua kali lipat dari 5,4% di tahun 2012 menjadi 12,3% pada 2021. Akibatnya, pangsa pasar beberapa negara utama menurun seperti RRT, Malaysia dan Indonesia. Namun demikian, meskipun menurun, pangsa pasar Indonesia di pasar arang kayu Jepang relatif stabil yang menunjukkan bahwa Indonesia cukup sukses untuk menjaga pangsa pasar.

**Tabel 2.2. Nilai Impor Arang Kayu Jepang dari Indonesia Berdasarkan Jenisnya (HS 6 Digit)**

No	Kode HS	Deskripsi	Nilai Impor: USD Juta			Growth (%)	Trend (%)	Share (%)
			2017	2020	2021	2021/2020	2017-2021	2021
<b>Total</b>	<b>4402</b>	<b>Wood charcoal, incl. shell or nut charcoal, whether or not agglomerated (excluding wood charcoal ...</b>	<b>18.9</b>	<b>18.2</b>	<b>17.5</b>	<b>-3.7</b>	<b>-2.8</b>	<b>100.0</b>
1	'440290	Wood charcoal, whether or not agglomerated (excl. of bamboo or shell or nut, charcoal used ...	18.9	18.2	17.5	-3.7	-2.8	100.0
2	'440210	Bamboo charcoal, incl. shell or nut charcoal, whether or not agglomerated (excluding used as ...	0.0	-	-	0.0	0.0	0.0

Sumber: ITC, Trademap, 2022 (diolah)

Indonesia merupakan *supplier* ke-4 untuk produk arang kayu di Jepang dengan nilai impor Jepang mencapai USD 17,5 Juta pada tahun 2021. Impor arang kayu Jepang dari Indonesia selama 5 tahun terakhir menunjukkan tren penurunan sebesar 2,8% per tahun. Pada tahun 2021, impor dari Indonesia mengalami penurunan sebesar 3,7% dibandingkan tahun 2020. Impor arang kayu Jepang dari Indonesia selama 5 tahun terakhir hanya bersumber produk yang diimpor melalui HS 440290 (arang kayu, diaglomerasi maupun tidak, tidak termasuk arang bambu, arang kayu yang digunakan sebagai obat, arang yang dicampur dengan kemenyan, arang aktif dan arang berbentuk krayon).



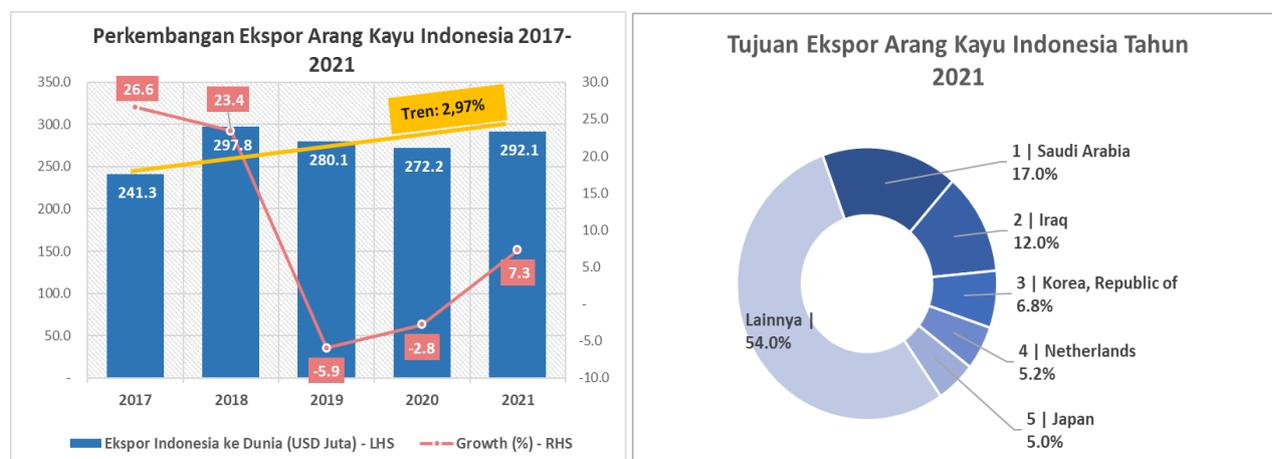
**Gambar 2.11. Eksportir Arang Kayu Dunia Tahun 2021**

Sumber: ITC, Trademap, 2022 (diolah)

Apabila dilihat dari kemampuan *supply* Indonesia yang didekati dengan kinerja ekspornya, Indonesia merupakan *supplier* arang kayu terbesar dunia dengan pangsa mencapai 20,3% di tahun 2021. Nilai ekspor arang kayu Indonesia ke dunia pada tahun 2021 mencapai USD 292,1 Juta atau tumbuh 7,3% dibandingkan tahun 2020. Eksportir terbesar untuk produk arang kayu selanjutnya yaitu RRT dan Polandia dengan pangsa masing-masing mencapai 12,2% dan 7,5%.

Selama lima tahun terakhir, ekspor arang kayu Indonesia mengalami tren kenaikan sebesar 2,97% tiap tahunnya. Tujuan ekspor arang kayu Indonesia paling besar ditujukan ke Saudi Arabia dengan pangsa mencapai 17,0%, diikuti dengan ekspor ke Irak dengan pangsa 12,0%. Korea Selatan berada di urutan berikutnya dengan pangsa 6,8% dan Belanda pangsa 5,2%. Selanjutnya, negara terbesar kelima yang menjadi tujuan ekspor adalah Jepang dengan pangsa 5,0% dari total ekspor arang kayu Indonesia, sementara sisanya 54,0% ditujukan ke negara lainnya.

Sebaran pangsa negara tujuan ekspor tersebut menunjukkan bahwa ekspor produk arang kayu Indonesia cukup terdiversifikasi.



**Gambar 2.12. Kinerja Ekspor Arang Kayu Indonesia**

Sumber: ITC, Trademap, 2022 (diolah)

Ekspor produk arang kayu HS 4402 Indonesia ke dunia pada tahun 2021 didominasi oleh produk yang masuk dalam HS 440290 (arang kayu, diaglomerasi maupun tidak, tidak termasuk arang bambu, arang kayu yang digunakan sebagai obat, arang yang dicampur dengan kemenyan, arang aktif dan arang berbentuk krayon) dengan nilai mencapai USD 282,1 Juta atau merepresentasikan 96,6% dari total ekspor arang kayu Indonesia ke dunia. Nilai ekspor ini mengalami kenaikan sebesar 8,2% dibandingkan tahun 2020. Di sisi lain, ekspor produk arang kayu HS 440210 (arang kayu dari bambu) tahun 2021 justru mengalami penurunan 12,5% dibandingkan tahun 2020.

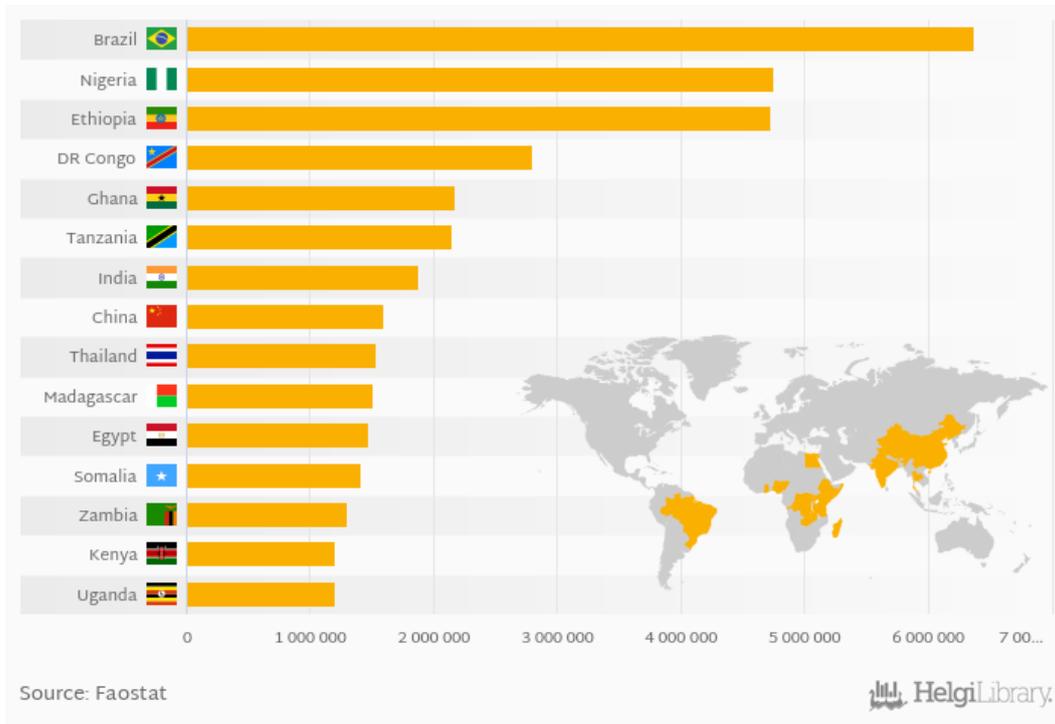
**Tabel 2.3. Ekspor Arang Kayu Indonesia ke Dunia**

No	Kode HS	Deskripsi	Nilai Ekspor: USD Juta			Growth (%) 2021/2020	Trend (%) 2017-2021	Share (%) 2021
			2017	2020	2021			
<b>Total</b>	<b>4402</b>	<b>Wood charcoal, incl. shell or nut charcoal, whether or not agglomerated (excluding wood charcoal ...</b>	<b>241.3</b>	<b>272.2</b>	<b>292.1</b>	<b>7.3</b>	<b>3.0</b>	<b>100.0</b>
1	'440290	Wood charcoal, whether or not agglomerated (excl. of bamboo or shell or nut, charcoal used ...	235.8	260.9	282.1	8.2	2.6	96.6
2	'440210	Bamboo charcoal, incl. shell or nut charcoal, whether or not agglomerated (excluding used as ...	5.4	11.3	9.9	-12.5	14.9	3.4
3	'440200	Wood charcoal, incl. shell or nut charcoal, whether or not agglomerated (excluding wood charcoal ...	-	-	-	0.0	0.0	0.0

Sumber: ITC, Trademap, 2022 (diolah)

Meskipun Indonesia merupakan eksportir terbesar dunia, ternyata Indonesia pada dasarnya bukan menjadi negara produsen terbesar akan produk tersebut.

Berdasarkan publikasi Helgi Library (2022), negara penghasil arang kayu terbesar tahun 2020 adalah Brazil dengan produksi mencapai 6,4 Juta Ton, diikuti dengan Nigeria dan Ethiopia dengan produksi masing-masing diperkirakan mencapai 4,8 Juta Ton. Produksi arang kayu ketiga negara tersebut merepresentasikan 29,8% dari total produksi dunia. Sedangkan Indonesia sendiri hanya memproduksi sekitar 664 Ribu Ton arang kayu atau sebesar 1,2% dari total produksi dunia, yang membuat Indonesia menempati posisi ke-21 produsen arang kayu dunia.

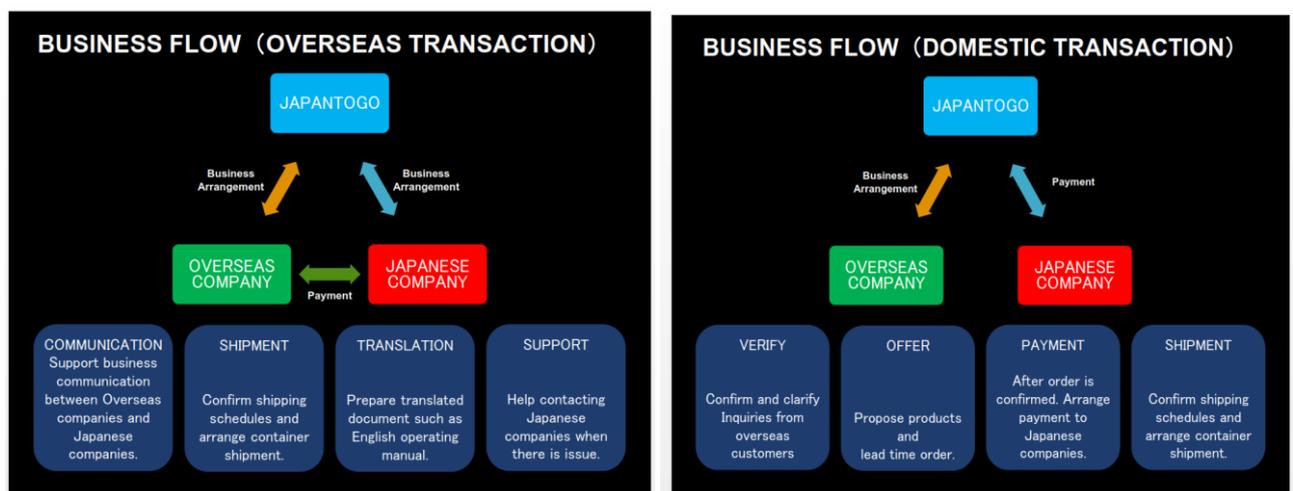


**Gambar 2.13. Peringkat Produsen Terbesar Arang Kayu Dunia**  
 Sumber: Helgi Library, 2022

### 2.3 SALURAN DISTRIBUSI

Saluran distribusi untuk produk arang kayu di Jepang pada umumnya dapat dibagi menjadi dua yaitu saluran distribusi untuk impor dan saluran distribusi di dalam negeri pada saat barang telah diimpor masuk ke Jepang. Untuk melakukan ekspor produk arang kayu ke pasar Jepang, eksportir dapat bekerjasama dengan perusahaan dagang (*trading company*). *Trading company* dapat membantu dalam mencari pembeli/importir potensial bagi barang yang diproduksi khususnya oleh para pelaku UKM. *Trading company*, baik perusahaan Jepang maupun Indonesia, harus sudah memiliki segala perizinan yang dibutuhkan untuk melakukan ekspor pada komoditi yang diperdagangkan.

Ekspor melalui *trading company* juga dapat memberikan keuntungan bagi pelaku UMKM. Keuntungan bagi pelaku UKM dengan mengekspor melalui pedagang ekspor (*trader*) yaitu pelaku UKM tidak perlu mengeluarkan biaya untuk keperluan riset pasar dan promosi barang di negara tujuan ekspor, pelaku UKM tidak perlu menyediakan tenaga pegawai untuk mengatur kegiatan ekspor, pelaku UKM tidak perlu menanggung risiko perdagangan ekspor seperti pelunasan pembayaran dan tuntutan ganti rugi dari pembeli. Namun demikian, pada umumnya barang yang diekspor akan dikemas dan dilabeli dengan nama perusahaan *trader* sehingga, pelaku UKM juga tidak memiliki kontrol untuk penjualan ekspor kedepannya<sup>13</sup>. Sebagai studi kasus, laporan ini menggunakan alur bisnis dari salah satu perusahaan dagang yang banyak melakukan pemasaran untuk produk-produk UMKM asal Asia Tenggara di Jepang, termasuk untuk produk arang kayu dari Indonesia adalah yaitu Japantogo LCC<sup>14</sup>.



**Gambar 2.14. Contoh Alur Bisnis *Trading Company* Japantogo LLC**

Sumber: [japanasiatrade.com](http://japanasiatrade.com)

Lebih lanjut untuk pemasaran di dalam negeri Jepang, salah satu saluran distribusi yang sering digunakan adalah distribusi melalui *wholesaler* (grosir). Toko grosir Jepang biasanya akan melakukan *repackaging* pada arang yang diimpor untuk nantinya didistribusikan ke restoran-restoran atau toko pusat perlengkapan dan perabot rumah tangga. Selain melalui saluran distribusi tersebut, penjualan di dalam negeri juga dilakukan secara *online*. Salah satu *website* toko grosir arang kayu di Jepang yang cukup populer dan mengkhususkan diri dalam jual beli arang komersil untuk restoran dan berbagai produk terkait arang adalah yaitu *Charcoal Tantan do*. Produk arang yang dijual di toko tersebut ini merupakan hasil produksi dari pabrik yang dimiliki di Laos. Selain itu, toko ini juga melakukan impor arang yang berasal

<sup>13</sup> <https://ukmindonesia.id/baca-deskripsi-posts/siapa-bilang-eksport-itu-sulit-manfaatkan-ekosistem-pendukung-ini/>

<sup>14</sup> <https://www.japanasiatrade.com>

dari Negara Laos, Indonesia, Malaysia, dan China<sup>15</sup>. Di samping dijual secara grosir, arang kayu untuk keperluan konsumen rumah tangga di Jepang juga dijual di secara retail. Produk arang kayu di ritel Jepang biasanya dipasarkan dalam kemasan *box* dengan berat 2 Kg hingga 10 Kg.

## 2.4 PERSEPSI TERHADAP PRODUK INDONESIA

Meskipun bukan menjadi produsen utama dunia, Indonesia ternyata merupakan eksportir terbesar untuk produk arang kayu di pasar global. Hal ini menunjukkan bahwa kondisi suplai arang kayu Indonesia cukup kuat serta pasar luar negeri memiliki minat yang cukup besar terhadap arang kayu asal Indonesia. Kualitas arang kayu Indonesia tergantung pada teknologi produksi dan jenis kayu yang digunakan. Karakteristik penting pada arang kayu diantaranya yaitu *carbon content*, *moisture content*, *ash content*, dan *calorific value*. Produk arang kayu Indonesia telah memiliki Standar Nasional Indonesia (SNI) yang dibagi menjadi arang kayu, arang kayu peleburan logam, bubuk arang tempurung kelapa, dan briket arang kayu. Jika dibandingkan dengan standar kualitas arang Jepang, produk arang kayu Indonesia yang telah memiliki SNI pada umumnya telah memenuhi standar yang disyaratkan oleh Pemerintah Jepang dalam hal *moisture content*, *volatile content* (kecuali SNI 01-1683-1989 / Arang kayu), *fixed carbon*, dan *caloric value* (kecuali SNI 01-6235-2000/briket arang kayu). Sementara, dalam kategori *ash content*, SNI Indonesia masih belum memenuhi/ belum memiliki kesesuaian dengan standar yang ditetapkan Jepang. Oleh karena itu, eksportir Indonesia harus menghasilkan produk dengan spesifikasi yang lebih tinggi dari yang disyaratkan dalam SNI apabila ingin melakukan ekspor ke Jepang.

**Tabel 2.4. Perbandingan Standar Arang Kayu Indonesia (SNI) dengan Beberapa Negara Importir Arang Kayu Dunia**

<b>Sample</b>	<b>Charcoal Moisture Content (%)</b>	<b>Volatile Content (%)</b>	<b>Ash Content (%)</b>	<b>Fixed Carbon (%)</b>	<b>Charcoal Caloric Value (kal/g)</b>
SNI 01-1683-1989 (Arang Kayu)	Maks 6	Maks 30	Maks 4	-	-
SNI 01-1506-1989 (Arang Kayu Peleburan Logam)	Maks 6	Maks 10	Maks 4	Min 80	Min 8000
SNI 06-4369-1996 (Bubuk Arang Tempurung Kelapa)	Maks 6	Maks 20	Maks 5	Min 70	Min 7000
SNI 01-6235-2000 (Briket Arang Kayu)	Maks 8	Maks 15	Maks 8	-	Min 5000
Jepang	6-10	5-20	Maks 3	70-85	Min 6800
Amerika	Maks 6	10-30	Maks 3	60-80	
Eropa	Maks 6	20-30	Maks 3	60-70	

Sumber: Standar Nasional Indonesia (SNI) & *Japan Charcoal and Fuel Association*

<sup>15</sup> <https://tantando.shop/>

Arang kayu di Jepang lebih banyak digunakan sebagai bahan bakar untuk memasak hidangan lokal seperti yakitori, unagi, dan yakiniku. Dalam memilih bahan bakar arang, restoran Jepang mensyaratkan produk arang yang digunakan dapat menghasilkan panas tinggi dan dapat menyala dalam waktu yang lama sehingga efisien bagi biaya operasional restoran. Dilihat dari nilai *caloric value*, produk arang kayu Indonesia secara umum dapat memenuhi standar *caloric value* yang ditetapkan oleh restoran Jepang.

Bahan baku yang digunakan untuk produksi arang di Indonesia sebagian besar berasal dari sisa kayu dari industri kehutanan maupun kegiatan pengolahan kayu lainnya. Selain itu, arang di Indonesia juga memanfaatkan bahan biomassa residu pertanian seperti tempurung/batok kelapa serta tandan buah kosong dari perkebunan kelapa sawit. Produk arang yang memanfaatkan limbah dari industri lain dianggap tidak berkontribusi langsung terhadap *deforestasi* hutan. Proses pemanfaatan limbah sebagai bahan baku arang kayu Indonesia tersebut dapat memberikan nilai tambah bagi produk sekaligus berkontribusi terhadap upaya konservasi bahan baku dan lingkungan.

## BAB III PERSYARATAN PRODUK

### 3.1 KETENTUAN PRODUK

Berdasarkan *Handbook of Industrial Products Import Regulations 2009* yang diterbitkan oleh *Japan External Trade Organization (JETRO)*, pada umumnya tidak ada regulasi yang mengatur impor produk arang kayu yang masuk ke Jepang seperti pengecekan cukai, penjualan dan pelabelan. Namun demikian, terdapat beberapa aturan yang bersifat sukarela baik yang ditetapkan oleh Pemerintah maupun perusahaan yang tentunya juga akan berpengaruh pada keputusan impor dari suatu perusahaan. Selain itu, tidak ada persyaratan khusus pada saat impor produk arang kayu. Prosedur standar deklarasi impor (*import declaration*) yang harus diikuti saat barang masuk ke Jepang antara lain<sup>16</sup>:

#### 1. Melengkapi *import declaration*

Deklarasi harus dibuat dengan mengajukan dokumen impor barang yang memuat penjelasan jumlah dan nilai barang serta keterangan lain yang diperlukan dengan disertai pembayaran bea masuk.

#### 2. *Declarant*

Deklarasi impor pada prinsipnya harus dibuat oleh orang yang mengimpor barang. Biasanya, broker cukai sebagai *declarant* dapat menjadi *proxy* atau wakil importir.

#### 3. Kelengkapan Dokumen, yang terdiri dari:

- a. *Invoice*.
- b. *Bill of landing* atau *air waybill*.
- c. *Certificate of Origins* (mengikuti aturan WTO).
- d. *Generalized System of preferences (Certificates of Origin)* jika negara mitra dagang memiliki tarif preferensi.
- e. *List packing*, deskripsi kargo, sertifikat asuransi (jika dibutuhkan).
- f. Lisensi, sertifikat dan lain-lain jika dibutuhkan.
- g. Penjelasan *detail* jika barang dikenai bebas cukai
- h. Slip cukai (jika barang dikenai cukai)

#### 3.1.1 Standar Kualitas

Berdasarkan informasi Asosiasi Bahan Bakar Jepang, spesifikasi dan standar yang berlaku untuk produk arang kayu yang digunakan sebagai bahan bakar untuk keperluan rumah tangga dan komersial dibedakan menjadi beberapa tipe. Umumnya, produk arang yang diperuntukkan sebagai bahan bakar diproduksi dengan bahan

---

<sup>16</sup> Custom Law Articles 67 through 72, [www.customs.go.jp](http://www.customs.go.jp)

baku yang berbahan dasar kayu atau kayu olahan yang diperoleh melalui karbonisasi kayu. Terdapat setidaknya 5 (lima) jenis arang menurut standar yang ditetapkan oleh Asosiasi Bahan Bakar Jepang yaitu arang hitam, arang putih, arang *bincho*, arang oga (hitam), dan arang oga (putih).

**Tabel 3.1 Klasifikasi dan Standar Kualitas Arang Bahan Bakar**

<b>Tipe</b>	<b>Klasifikasi dan Standar Kualitas</b>
<i>Kokutan/ Kurozumi</i> (Arang Hitam)	Dikarbonisasi dengan metode pemadaman api di kiln, bahan kayu tidak menggunakan bahan kimia seperti pengawet, anti rayap, perekat, dan cat. Standar kualitas: Karbon tetap 75% atau lebih, nilai Kalori 7.000 kkal atau lebih, kadar abu 5% atau kurang, kadar air 10% atau kurang, tingkat kehalusan 2 hingga 8 derajat.
<i>Hakutan / Shirozumi</i> (Arang Putih)	Dikarbonisasi dengan metode pemadaman api di luar kiln, bahan kayu tidak menggunakan bahan kimia seperti pengawet, anti rayap, perekat, dan cat. Standar kualitas: Karbon tetap 85% atau lebih, nilai Kalori 6.800 kkal atau lebih, kadar abu 5% atau kurang, kadar air 10% atau kurang, tingkat kehalusan 0-3 derajat.
Arang Binchotan	Arang putih yang terbuat dari <i>Quercus phillyraeoides</i> dan pohon oak, tanpa pengawet, anti rayap, perekat, atau bahan kimia seperti cat. Standar kualitas: Karbon tetap 90% atau lebih, nilai Kalori 6.800 kkal atau lebih, kadar abu 5% atau kurang, kadar air 10% atau kurang, tingkat kehalusan 0-2 derajat.
Arang Oga (hitam)	Arang hitam yang dibuat dari serbuk gergaji dan kulit kayu yang dikarbonisasi. Standar kualitas: Karbon tetap 70% atau lebih, nilai Kalori 7.000 kkal atau lebih, kadar abu 3,5% atau kurang, kadar air 10% atau kurang, tingkat kehalusan 2-8 derajat.
Arang Oga (putih)	Arang putih yang terbuat dari serbuk gergaji dan kulit kayu yang dikarbonisasi. Standar kualitas: Karbon tetap 80% atau lebih, nilai Kalori 7.000 kkal atau lebih, kadar abu 3,5% atau kurang, kadar air 10% atau kurang, tingkat kehalusan 0-3 derajat.
Arang lainnya	Arang selain arang hitam, arang putih, arang binchotan, dan arang oga. Kandungan karbon tetap 55% atau lebih dan tingkat kehalusan 4-9 derajat (diukur dengan penghalus arang).

Sumber: *Japan Charcoal and Fuel Association*

**Standar arang serbuk:** serbuk gergaji (hitam/putih): 10mg/kg, Kadmium: 10mg/kg, Arsenik: 1mg/kg

Catatan (1) Karbonisasi mengacu pada proses pemurnian setelah kayu mulai terurai secara termal setelah pengapian sampai api padam.

Sementara itu, menurut bentuknya arang kayu diklasifikasikan sebagai berikut.

<b>Tipe</b>	<b>Spesifikasi</b>
Arang bulat	Kayu berkarbonisasi (kayu mentah yang tidak bisa dipecahkan)
Arang terbelah	Kayu berkarbonisasi dari kayu split
Arang lainnya	Dengan ukuran partikel 30 mm atau lebih
Arang butiran	Dengan ukuran partikel 5 mm atau lebih dan kurang dari 30 mm
Arang bubuk	Dengan ukuran partikel kurang dari 5 mm

Sumber: *Japan Charcoal and Fuel Association*

### 3.1.2 Prosedur Pelabelan

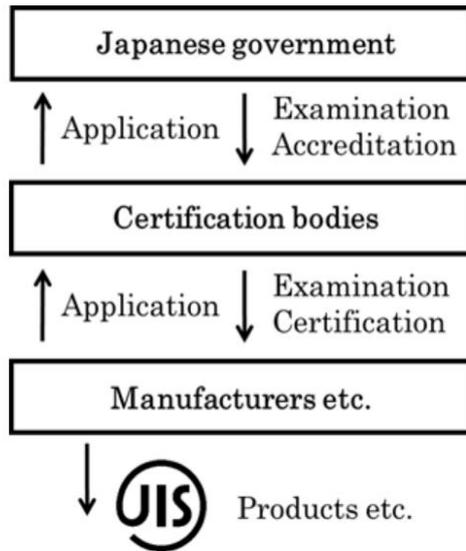
Secara umum tidak ada kebijakan atau persyaratan khusus yang mengatur impor arang kayu. Namun demikian, terdapat aturan pelabelan sukarela berdasarkan ketentuan undang-undang, yaitu *Industrial Standardization Law: JIS Mark*. Tujuan ketentuan tersebut dalam rangka peningkatan kualitas produk, peningkatan efisiensi produksi, rasionalisasi proses produksi, praktik perdagangan yang adil, rasionalisasi penggunaan dan konsumsi produk pertambangan dan manufaktur, serta untuk menegakkan standar industri yang sesuai untuk produk tersebut. Sertifikasi *JIS Mark* dilakukan oleh lembaga sertifikasi pihak ketiga yang ditunjuk oleh Pemerintah Jepang sesuai dengan standar internasional yang berpedoman pada ISO/IEC 65 setara dengan JIS Q 0065. Beberapa tipe label JIS disajikan sebagai berikut.



**Gambar 3.1. Tipe Label JIS**

Sumber: *Handbook of Industrial Products Import Regulations 2009, JETRO*

Diagram yang terdapat pada Gambar 3.2. berikut menunjukkan alur skema untuk mendapat *JIS Mark*. Untuk mendapatkan *JIS mark*, importir biasanya akan membantu pendaftaran pengajuan label tersebut apabila diperlukan.



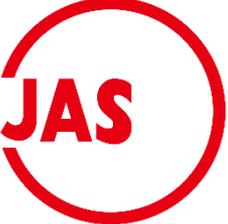
**Gambar 3.2. Skema JIS Mark Certification**

Sumber: JIS Committee, 2022

Untuk produk arang yang sifatnya *edible* seperti *edible bamboo charcoal powder*, pemasaran produk *edible charcoal* di pasar domestik Jepang sesuai dengan ketentuan 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 yang memiliki label JAS mengindikasikan bahwa produk tersebut telah memenuhi standar kualitas yang ditetapkan. Pada umumnya, produk bubuk arang bambu *edible* yang dijual di Jepang memiliki label JAS Organik.

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 atau menginspeksi proses produksi 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. Terkait label JAS, terdapat beberapa tipe label yang mengindikasikan keterangan tertentu yang disajikan pada Tabel berikut.

**Tabel 3.2 Tipe Label JAS**

Label JAS	Keterangan
	<p><b>JAS umum (<i>General JAS</i>)</b></p> <p>Diterapkan pada makanan dan produk kehutanan yang memenuhi standar kualitas JAS, seperti <i>grade</i> mutu/kualitas, komposisi dan spesifikasi produk.</p>
	<p><b>JAS khusus (<i>Specific JAS</i>)</b></p> <p>Diterapkan pada makanan yang memenuhi standar JAS dalam hal metode produksi yang khusus dan untuk makanan dengan karakteristik khusus, misalnya makanan matang tertentu.</p>
	<p><b>JAS organik (<i>Organic JAS</i>)</b></p> <p>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.</p>

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

Menurut standar yang ditetapkan oleh Asosiasi Bahan Bakar Jepang, kemasan arang harus kaku dan anti bocor. Arang yang memenuhi standar harus diberi label yang memuat informasi sebagai berikut.

- a. Jenis
- b. Nama spesies pohon
- c. Bentuk
- d. Berat bersih ditunjukkan dalam satuan kilogram (untuk arang bubuk, satuan liter dapat digunakan)
- e. Area produksi
- f. Alamat pabrik atau nomor telepon (termasuk nama perusahaan)

Selain ketentuan terkait pelabelan, terdapat ketentuan lain terkait distribusi kayu dan produk turunannya, yang diatur dalam *Clean Wood Act* yang mulai diimplementasikan sejak 20 Mei 2017. Peraturan tersebut bertujuan untuk memberikan kredit/penghargaan kepada perusahaan yang berupaya untuk mendistribusikan kayu dan produk kayu yang diperoleh secara legal. Namun demikian, ketentuan mengenai *Clean Wood Act* memberikan pengecualian untuk kayu daur ulang, kayu bakar, arang kayu, bambu, *Oriented Strand Board (OSB)*,

gabus, papan serat, papan partikel, kotak kayu untuk transportasi, dan palet kayu. Peraturan tersebut juga mengecualikan kayu lapis yang digunakan sebagai cetakan beton di lokasi konstruksi<sup>17</sup>. Dengan demikian, tidak terdapat ketentuan khusus yang mengatur mengenai distribusi produk arang kayu di pasar Jepang.

### 3.1.3 Tarif Bea Masuk Impor

Tabel di bawah menunjukkan tarif bea masuk impor untuk produk arang kayu (HS 4402) dari Indonesia berdasarkan *schedule* tarif Jepang per tanggal 1 April 2022<sup>18</sup>. Arang kayu (*wood charcoal*) telah masuk dalam produk yang mendapatkan preferensi dalam perjanjian perdagangan antara Indonesia dan Jepang (*Indonesia–Japan Economic Partnership Agreement/IJEPA*), sehingga pengekspor perlu menyertakan *certificate of origin* (COO) dengan *form* IJEPA untuk mendapatkan tarif preferensi. Jepang juga tidak mengenakan tarif bea masuk lain seperti bea masuk dalam rangka tindakan *trade remedies* untuk produk arang kayu dalam HS 4402 (*Market Access Map*, 2022). Sementara, pajak konsumsi di Jepang dikenai tarif sebesar 10%.

**Tabel 3.3 Tarif Bea Masuk Arang Kayu (*Wood Charcoal*) dari Indonesia**

Kode HS		Deskripsi	Tarif Impor		
			General	WTO	FTA (IJEPA)
44.02		<i>Wood charcoal (including shell or nut charcoal), whether or not agglomerated.</i>			
4402.10	000	<i>Of bamboo</i>	<i>Free</i>		<i>Free</i>
4402.20		<i>Of shell or nut</i>	<i>Free</i>		
	010	- <i>Coconut shell charcoal</i>			<i>Free</i>
	090	- <i>Other</i>			<i>Free</i>
4402.90		<i>Other</i>	<i>Free</i>		
	100	- <i>Moulded pieces or shapes</i>			<i>Free</i>
	200	- <i>In powder form or granule form</i>			<i>Free</i>
	300	- <i>Other</i>			<i>Free</i>

Sumber: *Japan Customs*, 2022

<sup>17</sup> Forest Policy Trade and Finance Initiative Report, June 2020

<sup>18</sup> Japan Customs, [https://www.customs.go.jp/english/tariff/2022\\_04\\_01/data/e\\_72.htm](https://www.customs.go.jp/english/tariff/2022_04_01/data/e_72.htm)

## 3.2 KETENTUAN PEMASARAN

Jepang termasuk negara dengan pasar yang sangat kompetitif. Perusahaan bisnis biasanya jarang merespons permintaan pertemuan bisnis jika perusahaan yang mengajukan permintaan belum dikenal. Dalam memasuki pasar Jepang, bantuan perantara dapat menjadi solusi bagi eksportir Indonesia. Perantara dapat memberikan layanan dukungan dan bimbingan dalam mengembangkan strategi yang tepat untuk melakukan penetrasi pasar. Beberapa cara untuk menjaring kerja sama bisnis dan memasarkan produk arang kayu di pasar Jepang diantaranya adalah dengan melakukan perluasan jejaring bisnis melalui keikutsertaan dalam kegiatan pameran dagang, misi pembelian serta aktif mengikuti berbagai forum bisnis dan investasi baik dengan perusahaan Jepang secara langsung maupun dengan perusahaan Indonesia yang terafiliasi dengan Jepang. Kemitraan dengan perusahaan Jepang dan masuk dalam jejaring bisnis *manufacturer* Jepang merupakan langkah awal yang dapat dilakukan.

### **Mengikuti Pameran Dagang**

Jepang termasuk negara dengan pasar yang sangat kompetitif. Perusahaan bisnis Jepang lebih memilih menemukan produk baru atau mencari pemasok baru melalui pameran dagang besar. Oleh karena itu, salah satu cara yang efektif dalam membangun jaringan kerja sama adalah dengan berpartisipasi dalam pameran dagang yang diselenggarakan di Jepang sehingga dapat berinteraksi langsung dengan calon pembeli. Selain keikutsertaan dalam pameran dagang, partisipasi dalam kegiatan *business matching*/kegiatan *business networking* yang diselenggarakan oleh Atase Perdagangan KBRI Tokyo dan ITPC Osaka juga dapat menjadi alternatif bagi para eksportir Indonesia dalam membangun jaringan bisnis.

### **Bermitra dengan *Trading Companies* Jepang di Indonesia**

Bagi banyak perusahaan, membangun kehadiran langsung di Jepang adalah cara terbaik untuk memasuki pasar Jepang. Namun, langkah yang lebih realistis bagi banyak perusahaan adalah menggunakan distributor atau agen sebagai perantara. Memilih seorang wakil dan merundingkan syarat-syarat persetujuannya memerlukan perhatian yang cermat. Kebanyakan pebisnis Jepang lebih suka berbisnis dengan seseorang yang telah dikenal dengan baik atau bertemu langsung yang biasanya dikenalkan oleh pihak perantara yang terpercaya. Pihak ketiga yang tepat untuk pengenalan tersebut dapat mencakup perusahaan Jepang yang bergerak di bidang perdagangan (*trading company*) "*shogo shosa*" dan sejenisnya. Selain itu, kemitraan juga bisa dilakukan dengan perusahaan Indonesia yang telah berhasil melakukan bisnis di Jepang, bank, asosiasi perdagangan, kamar dagang, serta Organisasi Perdagangan Eksternal Jepang (JETRO). Selain dengan cara konvensional, pemasaran arang kayu, terutama dalam kemasan-kemasan tidak terlalu besar, juga dapat dilakukan melalui *platform marketplace* Jepang yang saat ini semakin marak berkembang.

### 3.3 METODE TRANSAKSI

Beberapa metode yang digunakan untuk melakukan pembayaran ekspor ke Jepang pada dasarnya mengikuti metode pembayaran ekspor dan impor secara umum. Metode pembayaran perdagangan internasional (ekspor dan impor) yang banyak dilakukan antara lain<sup>19</sup>:

**a. *Cash in advance***

Eksportir menerima pembayaran di muka sebelum pengiriman barang, biasanya berupa *telegraphic transfer* (TT).

**b. *Letter of Credit (L/C)***

Jaminan bank atas nama importir bahwa pembayaran akan dilakukan ke eksportir apabil semua syarat terpenuhi.

**c. *Documentary Collection (D/C)***

Eksportir menyerahkan dokumen terkait pengiriman barang ke bank eksportir untuk diteruskan ke bank importir untuk kemudian melakukan perintah bayar.

**d. *Open Account***

Barang dikirim terlebih dahulu oleh eksportir dan pembayaran dilakukan setelah importir menerima barang.

**e. *Consignment***

Eksportir mengirim barang terlebih dahulu dan pembayaran akan dilakukan oleh importir jika dan hanya barang terjual.

Dengan memperhatikan metode pembayaran yang telah diuraikan di atas, maka dapat diklasifikasikan manakah metode pembayaran yang memiliki tingkat resiko paling aman bagi eksportir dan tingkat resiko paling aman bagi importir. Metode pembayaran yang memberikan resiko paling aman bagi eksportir adalah metode pembayaran *cash in advance* karena telah ada jaminan pembayaran dari importir dan metode pembayaran *letter of credit* (L/C). Sementara itu, tingkat pembayaran yang paling aman bagi importir adalah metode *pembayaran consignment, open account* dan *documentary collection* karena telah ada jaminan penerimaan barang yang telah dikirimkan oleh eksportir. Pada umumnya, metode pembayaran yang akan dilakukan adalah sesuai kesepakatan dari eksportir dan importir pada posisi *win-win* yang tidak merugikan salah satu pihak.

Selain beberapa metode pembayaran di atas, berdasarkan Nota Kesepahaman antara Kementerian Keuangan Jepang (*Ministry of Finance, Japan*) dan Bank Indonesia yang ditandatangani pada 5 Desember 2019, perdagangan bilateral dan investasi langsung antara Indonesia-Jepang dapat dibayar menggunakan mata uang lokal (*Local Currency Settlement/LCS*) masing-masing negara. Transaksi menggunakan LCS adalah penyelesaian transaksi perdagangan antara 2 (dua) negara yang dilakukan dalam mata uang masing-masing negara di mana proses akhir transaksinya dilakukan di dalam yurisdiksi wilayah negara masing-masing. Kerja sama ini dijalankan berdasarkan penggunaan kuota atau penawaran nilai tukar secara langsung dan melalui perdagangan antar bank, baik

---

<sup>19</sup> Kementerian Perdagangan , 2021

dengan mata uang Yen maupun Rupiah. Bank yang ditunjuk sebagai ACCD (*Appointed Cross Currency Dealer*) untuk bekerja sama dan melakukan transaksi mata uang Rupiah dan Yen Jepang dalam skema LCS disajikan pada Tabel berikut.

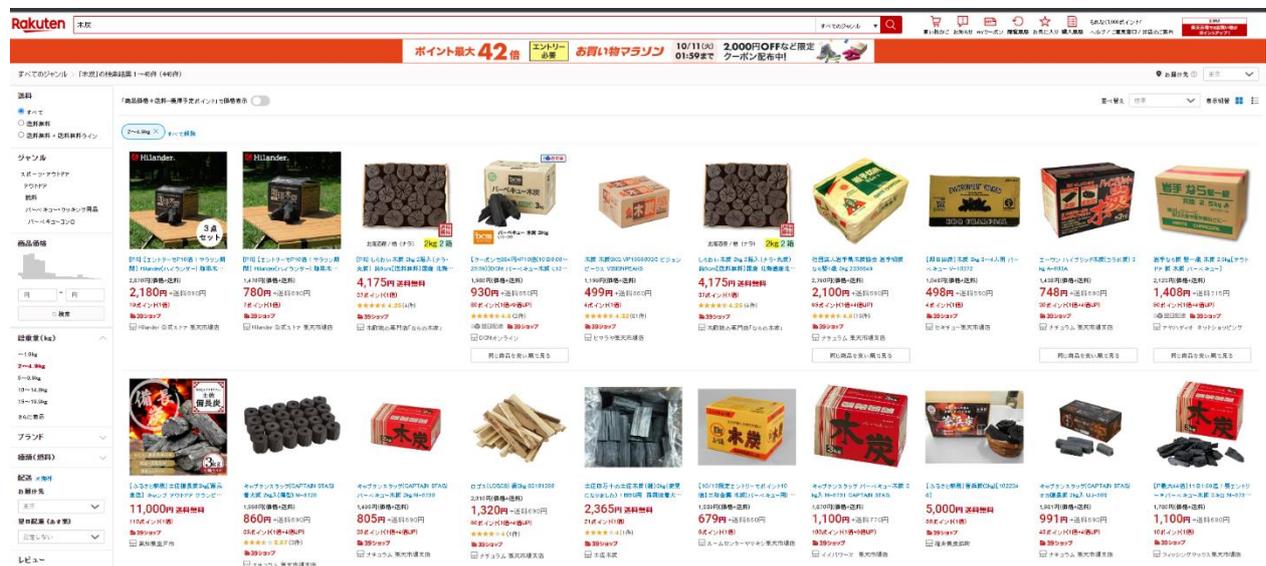
**Tabel 3.4 Bank ACCD dalam Skema LCS**

Bank Indonesia	Bank Jepang
<ol style="list-style-type: none"> <li>MUFG Bank, Ltd., Jakarta Branch</li> <li>PT. Bank BTPN, Tbk</li> <li>PT. Bank Central Asia (Persero), Tbk</li> <li>PT. Bank Mandiri (Persero), Tbk</li> <li>PT. Bank Mizuho Indonesia</li> <li>PT. Bank Negara Indonesia (Persero), Tbk</li> <li>PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Mizuho Bank, Ltd.</li> <li>MUFG Bank, Ltd.</li> <li>PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk, Tokyo Branch</li> <li>Resona Bank, Limited</li> <li>Sumitomo Mitsui Banking Corporation</li> </ol>

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

### 3.4 INFORMASI HARGA

Produk arang kayu yang termasuk dalam HS 4402 untuk penggunaan restoran dan rumah tangga juga dijual secara *retail*. Harga produk arang kayu secara ritel di pasar Jepang dipasarkan dalam kisaran harga JPY 350 s.d. JPY 2.000 per kilogram menyesuaikan jenis arangnya. Produk arang kayu di ritel Jepang umumnya dipasarkan dalam kemasan *box* dengan berat 2 kg hingga 10 kg.



**Gambar 3.3 Harga Arang Kayu di *Market Place* Rakuten Jepang**

Sumber: <https://www.rakuten.co.jp/>

Selain ritel, terkait informasi harga, salah satu pendekatan yang dapat dilakukan adalah melalui *unit value* impor Jepang akan produk arang kayu tersebut.

**Tabel 3.6 Perkembangan Harga Impor (*Unit Value*) Arang Kayu (HS 4402) di Jepang**

No	Exporters	Imported unit value (US Dollar/Tons)					Growth (%)	Trend (%)
		2017	2018	2019	2020	2021	21/20	17-21
	<b>Dunia</b>	<b>851</b>	<b>862</b>	<b>839</b>	<b>828</b>	<b>869</b>	<b>4.95</b>	<b>0.02</b>
1	China	854	841	845	823	839	1.94	(0.57)
2	Philippines	769	796	648	667	899	34.78	1.36
3	Malaysia	774	755	781	790	781	(1.14)	0.64
4	Indonesia	705	742	741	738	751	1.76	1.22
5	Lao PDR	1,636	1,654	1,617	1,595	1,540	(3.45)	(1.56)
6	Viet Nam	974	924	860	792	800	1.01	(5.33)
7	Thailand	615	631	631	662	664	0.30	2.03
8	Myanmar	897	1,144	1,300	1,004	1,167	16.24	4.04
9	United States of America	1,087	1,171	830	715	1,090	52.45	(4.76)
10	Korea, Republic of	1,813	2,508	1,751	1,856	1,942	4.63	(1.62)
11	Sri Lanka	555	627	581	530	763	43.96	4.80
12	Poland	1,917	1,714	1,571	981	992	1.12	(17.10)
13	India	784	1,077	852	785	1,007	28.28	1.86
14	Türkiye					1,630	-	-
15	Cambodia	304	304	317	424	500	17.92	14.20

Sumber: ITC, Trademap, 2022 (diolah)

Secara umum berdasarkan *unit value* impor Jepang atas produk arang kayu (HS 4402), harga impor arang kayu dari dunia mengalami tren kenaikan sebesar 0,02% per tahun selama periode 2017-2021. Dibanding harga impor di tahun 2020 yang mencapai USD 828/MT, harga impor di tahun 2021 mengalami kenaikan sebesar 4,95%. Tren kenaikan harga impor selama tahun 2017-2021 juga terjadi pada impor yang berasal dari beberapa negara pemasok utama di Jepang seperti Filipina yang naik 1,36%, Malaysia naik 0,64%, Thailand naik 2,03%, Myanmar naik 4,04%, begitu pula dengan harga dari Indonesia yang naik 1,22% per tahun.

Di antara beberapa negara pesaing utama Indonesia untuk produk arang kayu HS 4402, harga yang ditawarkan Indonesia relatif cukup bersaing dengan pesaing utama di pasar Jepang, meskipun lebih tinggi apabila dibandingkan dengan Thailand dan Kamboja. Harga yang ditawarkan Indonesia untuk produk arang kayu secara rata-rata di tahun 2021 mencapai USD 751/Ton. Sementara harga dari Thailand dan Kamboja masing-masing mencapai USD 664/Ton dan USD 500/Ton. Meskipun secara umum harga Indonesia cukup bersaing namun apabila dilihat dari tren, Indonesia mengalami rata-rata kenaikan lebih tinggi dibanding Malaysia sebagai salah satu pesaing utama. Hal ini perlu diwaspadai karena akan berpengaruh pada daya saing produk.

### 3.5 KOMPETITOR

Indonesia masih menjadi salah satu pemasok utama arang kayu di pasar Jepang dengan pangsa sebesar 15,67% di tahun 2021. Sebagai pemasok arang kayu, RRT, Filipina dan Malaysia merupakan kompetitor utama Indonesia di pasar Jepang, dengan pangsa impor masing-masing sebesar 22,69%, 20,14%, dan 17,59% di tahun 2021. Selain negara-negara tersebut, terdapat pesaing prospektif lain yaitu Vietnam yang memiliki pangsa sebesar 8,26% di pasar Jepang dan perlu diwaspadai karena pertumbuhan impornya yang menunjukkan tren positif dalam lima tahun terakhir.

**Tabel 3.6 Negara Pemasok Utama Arang Kayu (HS 4402) di Pasar Jepang**

Urutan	Negara Pemasok	Growth (%) 21/20	Trend (%) 17-21	Share (%) 2021
	<b>Dunia</b>	<b>2.36</b>	<b>(4.42)</b>	<b>100.00</b>
1	China	(5.91)	(9.42)	22.69
2	Philippines	77.51	3.24	20.14
3	Malaysia	(4.88)	(7.21)	17.59
4	Indonesia	(3.68)	(2.81)	15.67
5	Lao People's Democratic Republic	(14.92)	(5.42)	11.57
6	Viet Nam	(3.65)	2.17	8.26
7	Thailand	(19.80)	(8.26)	1.25
8	Myanmar	(26.83)	(15.36)	1.03
9	United States of America	(60.26)	29.21	0.66
10	Korea, Republic of	80.62	19.15	0.42
	<b>Sub Total</b>	<b>2.08</b>	<b>(4.45)</b>	<b>99.27</b>
	<b>Lainnya</b>	<b>63.15</b>	<b>(0.02)</b>	<b>0.73</b>

Sumber: ITC, Trademap, 2022 (diolah)

Selain pemasok arang kayu yang berasal dari impor, produsen arang kayu lokal Jepang juga dapat berpotensi menjadi kompetitor bagi Indonesia, terutama bagi produsen yang telah memiliki sertifikasi pemenuhan standar kualitas dan diversifikasi produk yang beragam. Beberapa produsen arang kayu Jepang diantaranya adalah:

**Tabel 3.7 Daftar Produsen Arang Kayu di Jepang**

Produsen	Jenis Produk
<i>Nara Tanka Industries Co., Ltd.</i>	<i>Charcoal for Fuel Use, Charcoal for Agriculture, Charcoal for Horticulture, Charcoal for Construction, Charcoal for Water Quality</i>  <i>Jenis arang: Origate, Oga Charcoal (Sakura Bincho Charcoal), Ubamegashi Bincho Charcoal, Nara-cut Charcoal, Mangrove Charcoal, Misc.</i>

	<i>Charcoal</i>
<i>Takesumi no Sato Co., Ltd.</i>	<i>Bamboo Charcoal Powder (edible), Black Stick Bamboo Charcoal, Charcoal Soap</i>
<i>Kishu Tan Kobo</i>	<i>Kishu Binchotan Charcoal (round and irregularly shaped charcoal)</i>
<i>Corporation Iwate Prefecture Charcoal Society</i>	<i>Iwate Mokutan / Iwate Charcoal (soft charcoal)</i>

Sumber: Informasi diperoleh dari berbagai sumber hasil analisis, 2022

## BAB IV KESIMPULAN

Pasar arang kayu di Jepang masih sangat potensial untuk dikembangkan oleh Indonesia dilihat dari tren dan struktur pasar arang kayu di Jepang yang berkembang dengan baik. Berdasarkan hasil analisis dalam laporan analisis intelijen ini, beberapa hal yang dapat disimpulkan dan perlu ditindaklanjuti dalam mengembangkan pasar produk arang kayu Indonesia di pasar Jepang adalah sebagai berikut.

1. Jepang merupakan importir ke-2 arang kayu (HS 4402) dunia, dengan nilai impor tahun 2021 mencapai USD 111,8 Juta (naik 2,4% YoY) atau merepresentasikan 7,1% dari total impor dunia. Di antara produk arang kayu yang diimpor oleh Jepang, arang kayu yang termasuk dalam HS 440290 (arang kayu, diaglomerasi maupun tidak, tidak termasuk arang bambu, arang kayu yang digunakan sebagai obat, arang yang dicampur dengan kemenyan, arang aktif dan arang berbentuk krayon) merupakan salah satu produk yang mengalami kenaikan signifikan sebesar 2,9% YoY. Nilai impor Jepang untuk HS 440290 mencapai USD 105,2 Juta atau 94,1% dari total impor arang kayu Jepang dari dunia.
2. Berdasarkan negara asal, impor arang kayu (HS 4402) Jepang sebagian besar berasal dari RRT, Filipina, Malaysia, Indonesia, dan Laos. Kelima pemasok utama tersebut menguasai 87,7% pasar impor arang kayu di Jepang. Indonesia sebagai negara *supplier* ke-4 memiliki pangsa sebesar 15,7% di tahun 2021. Pangsa Indonesia tersebut mengalami penurunan jika dibandingkan pangsa pasar di tahun 2012 yang sebesar 16,0%. Hal ini terjadi karena meningkatnya impor arang kayu dari Filipina dan Laos.
3. Arang kayu di Jepang dimanfaatkan untuk berbagai keperluan diantaranya sebagai bahan bakar untuk memasak hidangan *barbeque* lokal seperti yakitori, unagi, dan yakiniku. Selain ditujukan untuk aktifitas memasak, kegunaan arang kayu juga semakin meluas pada manufaktur logam, bangunan dan konstruksi, perawatan kesehatan, filtrasi industri, dan aplikasi farmasi. Karakteristik utama yang dicari pada arang kayu untuk tujuan bahan bakar masakan adalah kualitas pemanasan, daya tahan, sifat *odorless* (tidak berbau), serta tidak menimbulkan banyak asap dan menghasilkan banyak residu abu.
4. Jenis arang kayu yang banyak diminati oleh masyarakat Jepang yaitu arang putih *binchotan*. Namun demikian, tidak banyak produsen arang kayu Indonesia yang memproduksi arang jenis ini. Meskipun demikian, briket arang serbuk gergaji (*ogatan*) asal Indonesia cukup digemari di pasar Jepang karena sifatnya yang mirip dengan arang putih. Arang briket serbuk gergaji diterima oleh restoran kelas atas karena daya tahan pemakaian yang dapat mencapai tiga jam lebih dan harga yang relatif lebih murah dibandingkan arang putih, serta sifatnya yang stabil dan tidak berbau.
5. Di antara beberapa negara pesaing utama di pasar Jepang, harga yang ditawarkan Indonesia relatif cukup bersaing meskipun lebih tinggi apabila dibandingkan dengan Thailand dan Kamboja. Namun demikian, harga yang ditawarkan Indonesia mengalami kenaikan rata-rata sebesar 0,64% per tahun,

lebih tinggi dibandingkan dengan Malaysia yang juga merupakan salah satu pesaing utama di pasar Jepang. Hal ini perlu diwaspadai karena akan berpengaruh pada daya saing produk.

6. Proses importasi dan distribusi produk arang kayu di Jepang biasanya dilakukan melalui kontrak pengiriman antara perusahaan pengimpor dan pengeksport. Secara umum, saluran distribusi impor terbagi menjadi 2 yaitu *direct selling* dan *indirect selling* melalui perantara *trading companies*. Produk arang kayu yang dipasarkan untuk rumah tangga dan restoran biasanya juga dijual secara *retail* di *marketplace* Jepang dengan kemasan yang lebih kecil 2 s.d. 10 Kg.
7. Pada umumnya tidak ada regulasi yang mengatur impor produk arang kayu yang masuk ke Jepang seperti pengecekan cukai, penjualan dan pelabelan. Namun demikian, terdapat beberapa aturan yang bersifat sukarela baik yang ditetapkan oleh Pemerintah maupun perusahaan yang akan mengimpor, salah satunya adalah pelabelan *JIS Mark* dan *JAS Mark*. Apabila diperlukan, importir dapat membantu pendaftaran pengajuan label tersebut.
8. Di dalam negeri Jepang, terdapat spesifikasi dan standar yang berlaku untuk arang bahan bakar yang digunakan untuk keperluan rumah tangga dan komersial yang ditetapkan oleh *Japan Charcoal and Fuel Association*. Produsen Indonesia perlu memperhatikan standar kualitas yang berlaku di Jepang untuk dapat lebih mudah memasuki dan memperluas akses di pasar Jepang (*Tabel kesesuaian standar Jepang dan SNI Indonesia terdapat pada sub bab 2.4*)
9. Arang kayu telah masuk dalam kategori produk yang mendapatkan preferensi dalam perjanjian *Indonesia–Japan Economic Partnership Agreement/IJEPA*, bea masuk yang dikenakan oleh Jepang untuk produk arang kayu HS 4402 dari Indonesia sebesar 0%. Jepang juga tidak mengenakan bea masuk lain seperti bea masuk dalam rangka tindakan *trade remedies* untuk produk tersebut.
10. Jepang termasuk negara dengan pasar yang sangat kompetitif. Perusahaan bisnis biasanya jarang merespon permintaan pertemuan bisnis jika perusahaan yang mengajukan permintaan belum dikenal. Oleh karena itu, salah satu cara yang efektif dalam membangun jaringan bisnis adalah dengan berpartisipasi dalam pameran dagang yang diselenggarakan di Jepang sehingga dapat berinteraksi langsung dengan calon pembeli atau mengikuti *business matching/kegiatan business networking* yang diselenggarakan oleh Atase Perdagangan KBRI Tokyo dan ITPC Osaka.

## LAMPIRAN

### 1. DAFTAR IMPORTIR, DISTRIBUTOR, DAN ASOSIASI

Nama Institusi	Website/ address
Higasiyama Co., Ltd.	<a href="https://www.higasiyama.co.jp/">https://www.higasiyama.co.jp/</a> 16-6 Goryo Otsubata-cho, Yamashina-ku, Kyoto 607-8411
Legare Co., Ltd.	<a href="https://legare-realize.com/">https://legare-realize.com/</a> 2-16-6 Akasaka Tk Bldg 3F, Akasaka Minato-ku Tokyo Japan
Sun White Taiyotan Co., Ltd.	<a href="http://www.sumiten.com/">http://www.sumiten.com/</a> 4-12-25 Nishitomigaoka Nara City, Nara-city 81 Japan
Samarth Herbotech Co., Ltd.	<a href="http://www.samarth.co.jp/">http://www.samarth.co.jp/</a> 2-2-92, Higashi Shisui Shisuimachi, Inbagun, Chiba 81 Japan
Shoko Co., Ltd.	<a href="https://www.shoko.co.jp/">https://www.shoko.co.jp/</a> 2-4-1 Shibakouen, Minato-ku Tokyo 1058432 Japan
Japan Special Forest Product Promotion Association	<a href="https://nittokusin.jp/">https://nittokusin.jp/</a> Kuroko Building 4F, 2-5-18 Kanda-Nishikicho, Chiyoda-ku, Tokyo, 101-0054, Jepang
Japan Biochar Association	<a href="https://biochar.jp/">https://biochar.jp/</a> 2-8-13-211 Shimohozumi, Ibaraki-shi, Osaka 567-0041 Japan
Japan Charcoal and Fuel Association	<a href="https://www.zen-nen.or.jp/">https://www.zen-nen.or.jp/</a> Zenkoku Nenryou Kaikan 8th Floor 12-15 Ginza 8-chome, Chuo-ku, Tokyo 104-0061 Japan

## 2. DAFTAR PAMERAN

Nama Pameran	Website / E-mail
<p><b>SMTS 2023 – Supermarket Trade Show</b></p> <p>15 – 17 Februari 2023 (<i>annual</i>)</p> <p>Pameran makanan dan barang lain yang dijual di toko swalayan dan toko ritel serta fasilitas, peralatan dan sistem untuk penjualan produk tersebut.</p>	<p><a href="https://www.smts.jp/jp/contact/index">https://www.smts.jp/jp/contact/index</a></p>
<p><b>N-EXPO 2023</b></p> <p><b>32<sup>nd</sup> New Enviromental Exposition</b></p> <p>24 – 26 Mei 2023</p> <p>Pameran lingkungan terbesar di Asia yang mencakup pembangunan bisnis ramah lingkungan, teknologi ramah lingkungan, serta bahan bakar alternatif.</p>	<p><a href="https://www.n-expo.jp/">https://www.n-expo.jp/</a></p>
<p><b>JAPAN DIY Homecenter Show 2023</b></p> <p>24 – 26 Agustus 2023</p> <p>Pameran produk homecenter terbesar di Jepang yang menghadirkan berbagai jenis produk seperti arang/charcoal, cocopeat, produk kayu, plywood dan lain sebagainya</p>	<p><a href="https://diy-show.com/">https://diy-show.com/</a></p>

### 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 : <a href="http://itpc.or.jp/">http://itpc.or.jp/</a> E-mail : <a href="mailto:itpc.osaka@kemendag.go.id">itpc.osaka@kemendag.go.id</a>
Pusat Pelatihan Sumber Daya Manusia Ekspor dan Jasa Perdagangan, Kementerian Perdagangan RI  (informasi pelatihan prosedur ekspor)	Website : <a href="http://ppejp.kemendag.go.id/">http://ppejp.kemendag.go.id/</a>
Indonesia Design Development Center (IDDC), Kementerian Perdagangan RI  (klinik konsultasi design produk, kemasan, dll)	Website : <a href="http://iddc.kemendag.go.id/">http://iddc.kemendag.go.id/</a>
Inaexport  (media promosi digital produk ekspor unggulan Indonesia)	Website : <a href="https://inaexport.id/">https://inaexport.id/</a>
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: <a href="mailto:jktjetro@jetro.go.jp">jktjetro@jetro.go.jp</a>
<i>Customs Japan</i>  (informasi tarif bea masuk)	Website : <a href="https://www.customs.go.jp/english/">https://www.customs.go.jp/english/</a>