



LAPORAN ANALISIS INTELIJEN BISNIS

Cooking Oil
HS 1507 - 1514

sumber foto: shopmedd.com

**Atase Perdagangan
KBRI Tokyo
2022**



RINGKASAN EKSEKUTIF

Minyak goreng merupakan bahan penting dalam dunia kuliner Jepang. Makanan goreng-gorengan atau *agemono* termasuk salah satu budaya makanan Jepang. *Agemono* Jepang telah dikenal secara luas di dunia antara lain *tempura*, *kaarage*, *ebi furai*, *shrimp roll*, *chicken katsu* dan lain sebagainya. Salah satu ciri khas dari *agemono* Jepang adalah proses memasak yang dilakukan secara *deep fry* sehingga menghasilkan versi yang renyah dengan warna keemasan, namun tidak terlalu berminyak. Seiring dengan semakin tingginya tren makanan *agemono*, permintaan akan minyak goreng sebagai bahan makanan ini pun semakin meningkat.

Pasar *cooking oils* di Jepang masih sangat potensial untuk dikembangkan. Pada tahun 2021, penjualan ritel domestik di pasar Jepang untuk produk *cooking oils* tercatat mencapai USD 1,7 miliar. Penjualan *cooking oils* tersebut, diproyeksikan akan terus tumbuh sebesar 1,2% per tahun pada 2022 hingga 2026. Pasar yang masih terus tumbuh tersebut, menjadikan Jepang sebagai salah satu pasar *cooking oils* prospektif. Jepang adalah *net importir* dan pasar *cooking oils* terbesar ke-19 di dunia dengan nilai impor mencapai USD 1,4 miliar sedangkan nilai eksportnya hanya sebesar USD 94,1 juta. Selama periode 2017 hingga 2021, impor *cooking oils* Jepang meningkat sebesar 1,9%.

Berdasarkan kelompok produk, jenis *cooking oil* yang paling banyak diimpor adalah *palm oil* dengan pangsa sebesar 48,6% dari total impor *cooking oils* Jepang. Meskipun *palm oils* menjadi jenis yang paling banyak diimpor, namun penggunaannya sebagai *cooking oils* bagi *end-consumer* Jepang masih relatif terbatas. *Palm oils* di Jepang banyak diperuntukkan sebagai bahan baku industri. *Olive oils* adalah produk yang paling populer. Meskipun demikian, dari segi penjualan ritel domestik di pasar Jepang, pangsa penjualan *other edible oils* seperti *sesame oil*, *sunflower oils*, *coconut oils*, *grapeseed oil*, *groundnut oil*, dan *walnut oil* secara kumulatif terus meningkat. Hal ini menunjukkan bahwa pasar *cooking oils* Jepang sangat terdiversifikasi sehingga memungkinkan bagi jenis *cooking oils* lainnya untuk masuk ke pasar.

Sebagian produk *other edible oils* Jepang yakni produk *sunflower oils* dipasok dari Rusia dan Ukraina. Pasokan produk dari Rusia dan Ukraina diprediksi akan mengalami hambatan akibat perang yang melibatkan kedua negara. Hal ini menjadi peluang bagi Indonesia untuk mengisi kekurangan kebutuhan *cooking oils* Jepang yang selama ini diperoleh dari Rusia dan Ukraina. Hal ini juga dapat menjadi kesempatan baik bagi Indonesia untuk berupaya mempromosikan *palm oils* sebagai alternatif pengganti *sunflower oils*. Potensi ekspor pasar yang ditinggalkan oleh Rusia dan Ukraina secara agregat diperkirakan mencapai USD 9,8 Juta.

Saluran distribusi dalam negeri *cooking oils* Jepang terbagi menjadi 2 (dua) saluran yaitu *store-based retailing* (toko ritel) dan *non-store retailing* (non-toko). Sekitar 94,3% penjualan *cooking oil* Jepang dilakukan melalui toko ritel (*store-based retailing*). Sedangkan untuk impor, produk *cooking oils* biasanya diimpor oleh importir produsen (*manufacturer*), importir *trading company* besar (*shogo shosha*), importir kecil dan menengah serta *grocery retailers* seperti supermarket besar yang telah memiliki kemampuan untuk mengimpor.

Produk *cooking oil* yang dipasarkan di Jepang harus memenuhi standar yang telah ditetapkan dalam *Japan Agricultural Standard* (JAS). Perolehan sertifikasi berdasarkan *JAS Act* bersifat sukarela. Namun demikian, konsumen Jepang meyakini

bahwa produk yang telah mendapatkan sertifikasi JAS merupakan produk yang sehat sehingga daya saing dan preferensi konsumen terhadap produk tersebut meningkat. Selain kualitas produk yang baik, semua produk impor wajib memenuhi standar pelabelan yang telah ditetapkan. Label pada kemasan juga harus memperhatikan ketentuan *recycling* dan *sustainability*.

Pada dasarnya tidak terdapat ketentuan khusus mengenai impor produk makanan dalam hal ini *cooking oils* ke pasar Jepang. Prosedur impor Jepang, secara umum terbagi ke dalam 3 (tiga) tahapan yaitu pengajuan pemberitahuan impor atau *import notification submission*, proses pemeriksaan atau *inspection process*, dan perolehan sertifikat pemberitahuan atau *certificate of notification*. Namun demikian, beberapa dokumen pendukung yang dianggap penting dan diperlukan khususnya bagi produk yang pertama kali diimpor ke Jepang adalah kepemilikan sertifikat HACCP. Produk *cooking oil* dari Indonesia seluruhnya telah mendapatkan tarif BM sebesar 0% berdasarkan kerangka perjanjian perdagangan *Indonesia-Japan Economic Partnership Agreement (IJEPA)*.

Berdasarkan *unit value* impor, *palm oils* merupakan jenis *cooking oils* yang memiliki harga termurah. Meskipun demikian, harga bukan menjadi satu-satunya faktor utama bagi konsumen Jepang dalam menentukan jenis *cooking oils* yang akan digunakan. Faktor utama adalah dampak dan pengaruh bagi Kesehatan. Kampanye positif perlu terus disuarakan kepada para pelaku usaha dan konsumen Jepang khususnya yang terkait dengan dampak *palm oils* bagi kesehatan serta perkebunan kelapa sawit Indonesia yang berkelanjutan (*sustainable*).

Untuk dapat masuk ke pasar Jepang, eksportir Indonesia harus memahami pemain utama dalam peta persaingan domestik pasar *cooking oils* Jepang. *Nisshin Oilio*, *Ajinomoto Co. Inc.* dan *Kadoya Sesame Mills Inc.* merupakan 3 (tiga) perusahaan *manufacturer* dan pemegang merk dengan pangsa pasar terbesar di Jepang. Selain memahami peta persaingan dalam negeri, eksportir Indonesia juga harus memahami peta persaingan produk impor. Malaysia merupakan pemasok utama sekaligus kompetitor Indonesia untuk produk *palm oils*. Negara lain yang juga menjadi kompetitor adalah Spanyol dan Italia yang merupakan pemasok utama untuk *olive oils*.

Upaya promosi berupa peninjauan kerjasama bisnis, keikutsertaan dalam pameran dagang serta kampanye positif terhadap produk *palm oils* harus terus dilakukan untuk dapat meningkatkan pangsa *cooking oils* Indonesia di pasar Jepang. Lebih lanjut, hal lain yang juga perlu diperhatikan dalam penetrasi pasar di Jepang bagi para eksportir Indonesia adalah metode pembayaran yang biasa digunakan oleh pelaku usaha Jepang. Di pasar Jepang, metode pembayaran yang dirasa memberikan resiko paling aman bagi eksportir dan importir adalah metode pembayaran dengan menggunakan *letter of credit (L/C)*.

DAFTAR ISI

RINGKASAN EKSEKUTIF	2
DAFTAR ISI	4
BAB I PENDAHULUAN	5
1.1. TUJUAN	5
1.2. METODOLOGI	6
1.3. BATASAN PRODUK	6
1.4. GAMBARAN UMUM NEGARA	7
BAB II PELUANG PASAR	10
2.1. TREND PRODUK	10
2.2. STRUKTUR PASAR	14
2.3. SALURAN DISTRIBUSI	20
2.4. PERSEPSI TERHADAP PRODUK INDONESIA	22
BAB III PERSYARATAN PRODUK	23
3.1. KETENTUAN PRODUK	23
3.2. KETENTUAN PEMASARAN	25
3.3. METODE TRANSAKSI	31
3.4. INFORMASI HARGA	32
3.5. KOMPETITOR	33
BAB IV KESIMPULAN	35
LAMPIRAN	37
Lampiran 1 DAFTAR IMPORTIR, RETAILER, & ASOSIASI	37
Lampiran 2 DAFTAR PAMERAN	38
Lampiran 3 SUMBER INFORMASI YANG BERGUNA	38
Lampiran 4 CONTOH DOKUMEN <i>IMPORT NOTIFICATION</i>	39

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 TUJUAN

Cooking oil atau minyak goreng merupakan bahan memasak yang penting dalam dunia kuliner Jepang. Makanan goreng-gorengan atau *agemono* termasuk salah satu budaya makanan Jepang. *Agemono* Jepang tersebut telah dikenal secara luas di dunia antara lain *tempura*, *kaarage*, *ebi furai*, *shrimp roll*, *chicken katsu* dan lain sebagainya. Salah satu ciri khas dari *agemono* Jepang adalah proses memasak yang dilakukan secara *deep fry* sehingga menghasilkan versi yang renyah dengan warna keemasan, namun tidak terlalu berminyak.

Agemono Jepang pertama umumnya dikenal sebagai *tempura*, yang sesungguhnya bukan berasal dari Jepang, namun diperkenalkan oleh misionaris Portugis pada abad ke-16. Bahan utama *tempura* biasanya berasal dari makanan laut, seperti udang dan ikan serta sayuran. Sayuran yang biasa digunakan antara lain bawang *bombay*, kentang, ubi jalar, jamur *shiitake*, *kabocha* (labu Jepang), paprika hijau dan wortel. Selain itu, terdapat pula makanan gorengan bulat dari campuran sayuran dan makanan laut yang disebut *kaki-age*. Teknik memasak dengan menggoreng tersebut menjadi sangat populer. Saat ini, gorengan atau *agemono* menjadi bagian penting dari diet masakan Jepang, dari kotak makan siang/*bento* rumahan maupun yang dijual di *convenience stores*, hingga hidangan restoran *kaiseki*. *Tempura* menjadi salah satu jenis *agemono* yang paling sering disajikan dalam mangkuk nasi (*tendon*) atau di atas mie *soba* sebagai lauk atau dicelupkan ke dalam saus.

Seiring dengan semakin tingginya tren makanan *agemono*, permintaan akan minyak goreng sebagai bahan memasak makanan ini pun semakin meningkat. Pada periode 2016-2021, permintaan *cooking oil* di Jepang meningkat sebesar 5,6% per tahun (Statista, 2021). *Olive oils* merupakan jenis *cooking oils* yang paling banyak dibeli oleh masyarakat Jepang. Berdasarkan data *survey* yang dilakukan oleh JMA research institute, sebanyak 80,6% responden memilih menggunakan *olive oils* untuk memasak. *Sesame oils* dan *salad oils* menjadi *cooking oils* yang menduduki peringkat ke-2 dan ke-3 dengan persentase responden yang memilih kedua produk tersebut masing-masing mencapai 78,2% dan 68,4% di tahun 2021. Sementara itu, *Canola oils* dan *Linseed oils* berada di peringkat ke-4 dan ke-5 (Statista, 2021).

Jepang merupakan *net importer* produk *cooking oils*. Selama ini, kebutuhan akan permintaan *cooking oils* Jepang sebagian besar masih dipenuhi dari impor. Impor Jepang untuk produk *cooking oils* di tahun 2021 mencapai USD USD 1,4 miliar. Impor *cooking oils* Jepang terus mengalami peningkatan dengan pertumbuhan rata-rata sebesar 1,9% per tahun selama periode 2017-2021. Minyak sawit dan produk turunannya menjadi produk yang paling banyak diimpor dengan pangsa mencapai 48,6% %. Di antara berbagai jenis *cooking oils* yang diimpor, *sunflower oils* menjadi

salah satu produk yang juga mengalami peningkatan impor positif selama 5 (lima) tahun terakhir sebesar 3,2% (ITC, Trademap, 2022).

Selama ini, Jepang mendapatkan pasokan atas produk *sunflower oils* dari Rusia dan Ukraina. Namun demikian, dengan adanya perang yang melibatkan kedua negara yang ditandai dengan invasi Rusia terhadap Ukraina pada 24 Februari 2022, telah terjadi disrupsi pasokan produk yang berasal dari kedua negara tersebut ke pasar Jepang. Indonesia diharapkan dapat mengisi potensi kekosongan *cooking oils* di pasar Jepang yang selama ini dipasok dari Rusia dan Ukraina. Oleh karena itu, untuk dapat memanfaatkan potensi tersebut, perlu disusun laporan analisis intelijen bisnis produk *cooking oils*. Laporan analisis intelijen bisnis ini disusun sebagai media diseminasi informasi kepada para eksportir maupun produsen/pelaku usaha produk *cooking oils* Indonesia. 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 maupun pelaku usaha produk *cooking oils* Indonesia dalam merumuskan strategi ekspor dan pengembangan kerjasama bisnis di pasar Jepang.

1.2 METODOLOGI

Penyusunan laporan analisis intelijen bisnis ini dilakukan dengan metode analisa deskriptif kualitatif dengan menyajikan data dan fakta yang berasal dari berbagai sumber data dan studi literatur hasil riset pasar yang telah dilakukan oleh beberapa lembaga *think tank*. Sementara itu, data sekunder yang digunakan dalam penyusunan laporan analisis intelijen bisnis ini berasal dari ITC Trademap, statistik ekonomi dari *Tradingeconomics*, Statista, *Japan Customs*, *Japan External Trade Organization* (JETRO) serta berbagai sumber lainnya.

1.3 BATASAN PRODUK

Berdasarkan *Japan's Tariff Schedule (Statistical Code for Import)*, kode HS untuk produk *cooking oils* yang menjadi fokus produk dalam laporan analisis intelijen bisnis ini adalah produk HS 4 digit yang masuk dalam kategori produk dengan *heading* 15 yaitu cakupan produk dalam HS 1507 sampai dengan 1514. Produk tersebut kemudian dikelompokkan berdasarkan HS 4 digit yang disajikan pada Tabel 1.1. sebagai berikut:

Tabel 1.1 Cakupan Produk Cooking Oils

NO	KODE HS	URAIAN
1	1507	<i>Soya-bean oil and its fractions, whether or not refined (excluding chemically modified)</i>
2	1508	<i>Groundnut oil and its fractions, whether or not refined, but not chemically modified</i>
3	1509	<i>Olive oil and its fractions obtained from the fruit of the olive tree solely by mechanical or other physical means under</i>

		<i>conditions that do not lead to deterioration of the oil, whether or not refined, but not chemically modified</i>
4	1510	<i>Other oils and their fractions, obtained solely from olives, whether or not refined, but not chemically modified, incl. blends of these oils or fractions with oils or fractions of heading 1509</i>
5	1511	<i>Palm oil and its fractions, whether or not refined (excluding chemically modified)</i>
6	1512	<i>Sunflower-seed, safflower or cotton-seed oil and fractions thereof, whether or not refined, but not chemically modified</i>
7	1513	<i>"Coconut ""copra"", palm kernel or babassu oil and fractions thereof, whether or not refined, but not chemically modified"</i>
8	1514	<i>Rape, colza or mustard oil and fractions thereof, whether or not refined, but not chemically modified</i>

Sumber: Japan Customs, 2022

1.4 GAMBARAN UMUM NEGARA

Ekonomi Jepang mengalami kontraksi sebesar 0,1% (qoq) di Q1 tahun 2022, setelah sebelumnya mengalami peningkatan 1,0% di Q4 2021. Pada saat yang sama, terjadi lonjakan pada pengeluaran pemerintah sebesar 0,5% (qoq) setelah sebelumnya mengalami penurunan 0,3% pada Q4 2021. Sementara itu, investasi bisnis mengalami penurunan sebesar -0,7% (qoq) setelah sebelumnya terjadi kenaikan 0,1% pada Q4 2021. Sama halnya dengan investasi bisnis, investasi publik juga mengalami penurunan sebesar -3,9% (qoq) pada Q1 2022. Penurunan pada investasi publik tersebut lebih dalam dari yang diperkirakan oleh pasar setelah membukukan pelemahan dalam 5 (lima) kuartal secara berturut-turut. Lebih lanjut, perdagangan luar negeri Jepang memberikan kontribusi negatif terhadap PDB, karena impor tumbuh lebih cepat sebesar 3,3% (qoq) pada Q1 2022 sementara ekspor hanya tumbuh sebesar 1,1% (qoq) (Tabel 1.2).

Tabel 1.2 Indikator Makroekonomi Jepang

GDP	Nilai/Persentase/Point	Periode	Frekuensi
<i>GDP Growth Rate</i>	-0,1 %	22-Mar	Quarterly
<i>GDP Annual Growth Rate</i>	0,2 %	22-Mar	Quarterly
<i>GDP Constant Prices</i>	537.916 JPY Billion	22-Mar	Quarterly
Labour	Nilai/Persentase/Point	Periode	Frekuensi
<i>Unemployment Rate</i>	2,5 %	22-Apr	Monthly
<i>Employed Persons</i>	67.380 thousand	22-Apr	Monthly
<i>Unemployed Persons</i>	1.760 thousand	22-Apr	Monthly
<i>Employment Rate</i>	60,9 %	22-Apr	Monthly
<i>Labor Force Participation Rate</i>	62,6 %	22-Apr	Monthly
<i>Population</i>	126 Million	20-Des	Yearly
Trade	Nilai/Persentase/Point	Periode	Frekuensi
<i>Balance of Trade</i>	-839 JPY Billion	22-Apr	Monthly
<i>Exports</i>	8.076 JPY Billion	22-Apr	Monthly

<i>Imports</i>	8.915 JPY Billion	22-Apr	Monthly
<i>Current Account</i>	501 JPY Billion	22-Apr	Monthly
<i>Current Account to GDP</i>	3,2 %	20-Des	Yearly

Sumber: Tradingeconomics, 2022 (diolah)

Dari sisi demografi, populasi Jepang pada tahun 2020 mencapai 126 juta jiwa. Pada bulan April 2022, jumlah pekerja mencapai 67,4 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 62,6%. Lebih lanjut, dari sisi perdagangan, Jepang melaporkan defisit perdagangan sebesar JPY 839,2 miliar pada April 2022. Angka tersebut 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. Secara kumulatif selama 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. Transaksi berjalan pada bulan April 2022 tercatat sebesar JPY 501,0 miliar (Tabel 1.2).

Sementara itu, dari sisi bisnis, *business confidence* Jepang untuk sentimen produsen besar turun menjadi 14 di Q1 2022 dari 18 di Q4 2021 yang mencerminkan dampak krisis Ukraina dan inflasi komoditas. Indeks PMI Manufaktur Jepang juga sedikit berubah ke level terendah dalam tiga bulan menjadi di 53,3 pada Mei 2022, namun merujuk pada bulan ke-16 berturut-turut situasi COVID-19 maka hal ini telah menunjukkan perbaikan. Pertumbuhan output dan pesanan baru melambat ke level terendah yang tercatat dalam urutan pertumbuhan 8 bulan saat ini, dengan pesanan ekspor baru turun pada laju paling tajam sejak Juli 2020, di tengah gangguan rantai pasokan akibat perang Ukraina. Terakhir, sentimen sedikit membaik dari level terendah enam bulan di bulan Maret, didukung oleh harapan bahwa pandemi akan berakhir.

Indeks kepercayaan konsumen di Jepang meningkat menjadi 34,1 pada Mei 2022 dari 33,0 pada bulan sebelumnya. Angka tersebut menandai kepercayaan konsumen tertinggi sejak Februari, setelah pemerintah mengakhiri keadaan darurat semu pada akhir Maret menyusul penurunan infeksi COVID-19 baru dan peningkatan vaksinasi. Sejalan dengan indeks *consumer confidence* yang membaik, pengeluaran konsumen pada bulan Q1 2022 mengalami pertumbuhan menjadi JPY 293.199 miliar dibandingkan pada Q1 2021 yang mencapai JPY 293.021 miliar. Begitu pula dengan kinerja penjualan ritel yang menunjukkan optimisme pasar di Jepang yang terlihat pada tumbuhnya penjualan ritel pada bulan April secara bulanan sebesar 0,8%, maupun secara tahunan yang menunjukkan pertumbuhan yang positif sebesar 2,9%. Pertumbuhan kinerja penjualan ritel baik secara bulanan (mom) maupun *annual* (yoy) menunjukkan semakin pulihnya kegiatan penjualan ritel dari kondisi krisis pada awal terjadinya *outbreak* pandemi di tahun 2020 (Tabel 1.3).

Tabel 1.3 Indikator Bisnis dan Konsumen Jepang

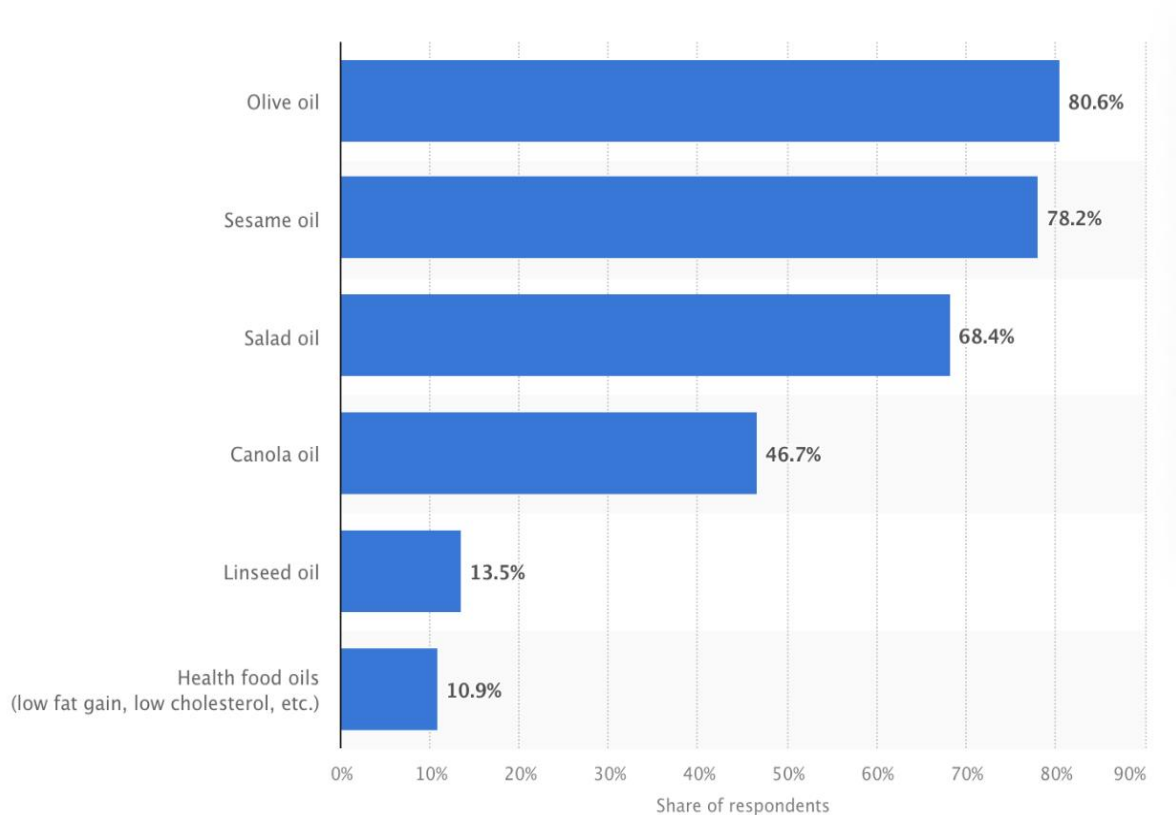
Business	Nilai/Persentase/Point	Periode	Frekuensi
<i>Business Confidence</i>	14 Index Points	22-Mar	Quarterly
<i>Small Business Sentiment</i>	-4	22-Mar	Quarterly
<i>Manufacturing PMI</i>	53,30	22-May	Monthly
Consumer	Nilai/Persentase/Point	Periode	Frekuensi
<i>Consumer Confidence</i>	34,1 Index Points	22-Mei	Monthly
<i>Retail Sales MoM</i>	0,8 %	22-Apr	Monthly
<i>Retail Sales YoY</i>	2,9 %	22-Apr	Monthly
<i>Household Spending</i>	-1,7 %	22-Apr	Monthly
<i>Consumer Spending</i>	293.199 JPY Billion	22-Mar	Quarterly

Sumber: Tradingeconomics, 2022 (diolah)

BAB II PELUANG PASAR

2.1. TREND PRODUK

Pada bulan Juni 2021, JMA *research institute* mengadakan *survey* preferensi penggunaan *cooking oils* yang melibatkan responden sebanyak 2.700 warga masyarakat Jepang berusia 30-79 tahun. *Survey* tersebut dilakukan dengan menggunakan kuesioner berbentuk *multiple choices* dimana tiap responden diperkenankan untuk memilih lebih dari satu jawaban jenis preferensi *cooking oils* yang digunakan untuk memasak. Berdasarkan *survey* tersebut, diperoleh hasil bahwa produk *cooking oils* yang paling populer dan menjadi preferensi utama masyarakat Jepang adalah *olive oil* kemudian diikuti oleh *sesame oil*, *salad oil* serta *canola* atau *rapeseed oil* (statista.com, 2022). Sebanyak 80,6% responden menyatakan paling banyak menggunakan *olive oil* untuk memasak. *Sesame oil* dan *salad oil* berada di urutan ke-2 dan ke-3 dengan persentase masing-masing sebesar 78,2% dan 68,4%. Adapun *canola oil* dan *linseed oil* berada di urutan berikutnya yaitu ke-4 dan ke-5 dengan persentase sebesar 46,7% dan 13,5%. Selain jenis *cooking oil* yang telah disebutkan di atas, beberapa konsumen Jepang juga memilih *health food oil*, seperti *perilla oil* dan *coconut oil* yang memiliki kandungan lemak dan kolesterol yang rendah (Grafik 2.1).



Grafik 2.1. Hasil Survey Penggunaan Cooking Oils di Pasar Jepang

Sumber: JMS research institute dalam Statista.com, 2022

Secara umum, pada tahun 2021, penjualan ritel domestik di pasar Jepang untuk produk *cooking oils* tercatat mencapai USD 1,7 miliar. Penjualan *cooking oils* tersebut, menunjukkan pertumbuhan selama periode 2017 hingga 2021 dengan rata-rata kenaikan mencapai 4,6% per tahun. Penjualan *cooking oils* diproyeksikan akan terus tumbuh sebesar 1,2% per tahun pada tahun 2022 hingga 2026. Bahkan, penjualan ritel *cooking oils* diperkirakan akan mencapai USD 1,8 miliar di tahun 2026. Berdasarkan jenisnya, meskipun produk *olive oils* menjadi produk yang paling populer, namun dari segi pangsa penjualan ritel domestik di pasar Jepang masih relatif lebih rendah jika dibandingkan dengan minyak yang berasal dari *other edible oils* seperti *sesame oil*, *sunflower oils*, *coconut oils*, *grapeseed oil*, *groundnut oil*, dan *walnut oil* secara kumulatif. Hal ini menunjukkan bahwa pasar *cooking oils* Jepang sangat terdiversifikasi sehingga memungkinkan bagi jenis *cooking oils* lainnya untuk masuk ke pasar. Sejak periode 5 (lima) tahun terakhir, 2017-2021, terdapat setidaknya sekitar 154 produk *cooking oils* yang dijual di pasar Jepang (Tabel 2.1).

Tabel 2.1. Penjualan Ritel Cooking Oils di Pasar Jepang

Jenis <i>Cooking Oils</i>	NILAI: USD JUTA		Trend (%)	NILAI PROYEKSI: USD JUTA		Trend (%)
	2017	2021	2017-2021	2022	2026	2022-2026
Edible oils	1.453,1	1.738,8	4,6	1.747,2	1.831,9	1,2
Other edible oil	679,7	907,2	7,5	916,9	977,7	1,6
Rapeseed oil	395,4	416,7	1,3	409,3	405,2	(0,3)
Olive oil	378,0	414,9	2,4	421,0	449,0	1,6

Sumber: Euromonitor dalam Canada Market Intelligence, 2022

Penjualan ritel domestik terbesar *cooking oils* Jepang berasal dari jenis *other edible* seperti *sesame oil*, *sunflower oils*, *coconut oils*, *grapeseed oil*, *groundnut oil*, dan *walnut oil* dengan pangsa 52,2% atau senilai USD 907,2 juta. Produk *cooking oils* selanjutnya yang memiliki pangsa penjualan terbesar ke-2 dan ke-3 di pasar domestik Jepang adalah *rapeseed oils* dan *olive oils*. Nilai penjualan domestik produk *rapeseed oils* dan *olive oils* di tahun 2021 mencapai USD 416,7 Juta dan USD 414,9 Juta. Dengan nilai penjualan tersebut, *rapeseed oils* dan *olive oils* berhasil menguasai pangsa pasar Jepang masing-masing sebesar 24,0% dan 23,9% (Tabel 2.1).

Di antara berbagai jenis produk *cooking oils* yang dipasarkan di Jepang, produk yang berasal dari jenis *other edible oils* lainnya seperti *sesame oil*, *sunflower oils*, *coconut oils*, *grapeseed oil*, *groundnut oil*, dan *walnut oil* memiliki tren pertumbuhan tertinggi selama periode 2017 hingga 2021. Kelompok produk tersebut mencatat pertumbuhan penjualan ritel sebesar 7,5% per tahun. Penjualan minyak nabati jenis tersebut diperkirakan terus tumbuh dengan nilai penjualan mencapai USD 977,7 juta pada tahun 2026. Jenis *cooking oils* selanjutnya yang memiliki pertumbuhan penjualan terbesar adalah *olive oils* yang mencatatkan pertumbuhan sebesar 2,4% per tahun dan diproyeksikan tetap tumbuh positif sebesar 1,6% pada 2022-2026. Sementara itu, penjualan ritel *rapeseed oils* pada 2017-2021 juga mengalami pertumbuhan positif, meskipun lebih rendah dibandingkan dengan kedua jenis sebelumnya yang mencapai 1,3% per tahun. Berbeda dengan *other edible oils* dan

olive oils yang diproyeksikan tetap tumbuh pada 2022-2026, nilai penjualan *rapeseed oils* justru akan mengalami penurunan sebesar 0,2% per tahun selama periode 2022-2026. Dengan angka proyeksi tersebut, penjualan *rapeseed oils* diperkirakan akan mencapai USD 405,2 juta pada tahun 2026 (Tabel 2.1).

Struktur penjualan ritel pasar cooking oils Jepang yang sangat terdiversifikasi, yang salah satunya juga ditunjukkan oleh pertumbuhan signifikan pada pangsa penjualan minyak yang berasal dari *other edible oils* mengindikasikan bahwa konsumen Jepang sedang mencari jenis *cooking oils* baru. Salah satu alasan yang menyebabkan terjadinya perubahan struktur pasar ini adalah adanya kesadaran konsumen Jepang untuk mengkonsumsi jenis *cooking oils* yang lebih sehat. *Nisshin Oillio*, *Ajinomoto Co. Inc.* dan *Kadoya Sesame Mills Inc* yang merupakan 3 (tiga) perusahaan produsen dan pemegang merk dagang *cooking oils* terbesar di Jepang menjadi semakin gencar untuk terus melakukan inovasi dengan banyak meluncurkan berbagai produk baru.

Berdasarkan merk dagang (*brand*), *Nisshin Oillio Group Ltd.* memiliki dua merk dagang yang memiliki pangsa penjualan terbesar di pasar Jepang yakni *Nisshin Oillio* dan *Bosco*. Kedua merk dagang ini mendominasi pasar *cooking oils* Jepang dengan pangsa masing-masing sebesar 38,0% dan 9,9% di tahun 2021. Walaupun memiliki pangsa yang besar, kedua merk dagang ini memiliki tren penurunan penjualan selama periode 2017-2021 masing-masing sebesar 0,3% dan 2,8% per tahun. *Ajinomoto Co Inc.* yang merupakan produsen kedua terbesar menjual produknya dengan merk dagang nama yang sama yakni *Ajinomoto*. Merk dagang *Ajinomoto* memiliki pangsa penjualan sebesar 8,8%. Sama halnya dengan *Nisshin Oillio* dan *Bosco*, penjualan *Ajinomoto* juga mengalami tren penurunan sebesar 9,8% per tahun sejak tahun 2017. Di sisi lain, produk *Kadoya Sesame Mills Inc.* dengan merk *Kadoya* yang memiliki pangsa pasar sebesar 5,5%, mengalami pertumbuhan yang relatif stagnan selama tahun 2017-2021. Selain merk-merk di atas, merk lain memiliki pangsa yang cenderung rendah yaitu di bawah 2% (Tabel 2.2).

Tabel 2.2. Penjualan Cooking Oil Menurut Merk Dagang Perusahaan Produsen di Pasar Jepang (USD Juta)

Brand	2017	2018	2019	2020	2021	CAGR* % 2017-2021
Nisshin Oillio (Nisshin Oillio Group Ltd)	38,4	37,1	35,5	36,9	38,0	-0,3
Bosco (Nisshin Oillio Group Ltd)	11,1	11,4	11,2	10,3	9,9	-2,8
Ajinomoto (Ajinomoto Co Inc)	13,3	12,1	10,7	10,1	8,8	-9,8

Brand	2017	2018	2019	2020	2021	CAGR* % 2017-2021
Kadoya (Kadoya Sesame Mills Inc)	5,5	5,3	5,1	5,5	5,5	0,0
Maruhon Sesame Oil (Takemoto Oil & Fat Co Ltd)	1,3	1,6	1,5	1,7	1,7	6,9
Filippo Berio (Bright Food (Group) Co Ltd)	2,2	2,2	2,1	1,6	1,4	-10,7
Bertolli (Deoleo SA)	1,1	1,1	1,1	1,5	1,3	4,3
Carbonell (Deoleo SA)	1,1	1,1	1,1	0,9	0,9	-4,9
Solleone (Solleone Olive Co)	0,8	0,8	0,8	0,7	0,7	-3,3
Dante (Mataluni SpA (Gruppo Mataluni))	0,8	0,8	0,8	0,6	0,6	-6,9
Private label	3,4	3,3	3,1	3,1	3,4	0,0
Others	21,0	23,3	27,0	27,0	27,9	7,4

Sumber: Euromonitor dalam Canada Market Intelligence, 2022

Beberapa merk dagang yang memiliki pangsa rendah di bawah 2%, berhasil menunjukkan tren kenaikan penjualan yang positif selama 2017-2021. Sebagai contoh, penjualan merk dagang *Maruhon Sesame Oil* dari produsen *Takemoto Oil & Fat Co., Ltd.* Tumbuh sebesar 6,9% per tahun selama rentang 2017-2021. Merk lain dengan pangsa rendah yang juga mengalami kenaikan penjualan signifikan adalah Bertolli yang tumbuh 4,3% per tahun. Kondisi ini sekaligus memberikan angin segar bagi pelaku usaha *cooking oils* lain yang ingin melakukan penetrasi ke pasar Jepang. Hal itu disebabkan karena pelemahan penjualan beberapa produsen utama sehingga tidak terjadi dominasi pasar oleh beberapa pelaku usaha (Tabel 2.2).

2.2. STRUKTUR PASAR

Jepang adalah *net importir cooking oils* dengan nilai impor senilai USD 1,4 miliar sedangkan nilai eksportnya hanya mencapai USD 94,1 juta. Selama periode 2017 hingga 2021, impor *cooking oils* Jepang meningkat dengan rata-rata pertumbuhan tahunan mencapai 1,9%. Dengan nilai impor tersebut, Jepang merupakan pasar *cooking oils* terbesar ke-19 di dunia. Impor *cooking oils* memiliki pangsa sebesar 0,2% terhadap total impor Jepang tahun 2021 (ITC Trademap, 2022).

Berdasarkan kelompok produk, jenis *cooking oil* Jepang yang paling banyak diimpor adalah *palm oil* dengan pangsa sebesar 48,6% dari total impor *cooking oils* Jepang. Pada tahun 2021, impor *palm oil* tercatat sebesar USD 675,5 juta, meningkat 23,5% dibandingkan tahun 2020. Selain itu, sejak 5 (lima) tahun terakhir, nilai impornya meningkat rata-rata sebesar 5,2% per tahun. Meskipun *palm oils* menjadi jenis yang paling banyak diimpor, namun penggunaannya sebagai *cooking oils* dalam rumah tangga masyarakat Jepang dan dijual secara ritel relatif terbatas. *Palm oils* di Jepang banyak diperuntukkan sebagai bahan baku industri.

Olive oils merupakan kelompok kedua dengan nilai impor tertinggi yakni sebesar USD 282,3 juta atau memiliki pangsa sebesar 20,3% di tahun 2021. Berbeda halnya dengan *palm oil*, impor *olive oil* Jepang memiliki tren menurun sejak tahun 2017 lalu dengan penurunan tahunan rata-rata sebesar -3,7%. Kelompok lainnya yang memiliki nilai impor yang cukup tinggi yakni *coconut oil* dengan pangsa 13,4%. Pada tahun 2021, impor kelompok produk ini tercatat USD 186,1 juta, meningkat signifikan sebesar 74,4% dibanding tahun lalu. Kendati memiliki pertumbuhan tahunan signifikan pada 2021, impor *coconut oil* secara tren rata-rata 5 tahun terakhir, 2017-2021, justru menunjukkan penurunan sebesar -2,8% per tahun. Impor minyak nabati lainnya yang termasuk didalamnya *linseed oil*, *jojoba oil*, *corn oil*, *sesame oil* dan *castor oil* memiliki pangsa 12,0% atau senilai USD 166,9 juta. Kelompok produk ini memiliki pertumbuhan yang positif baik secara tahunan maupun tren pertumbuhan 5 (lima) tahun terakhir yang mencapai 3,9% per tahun.

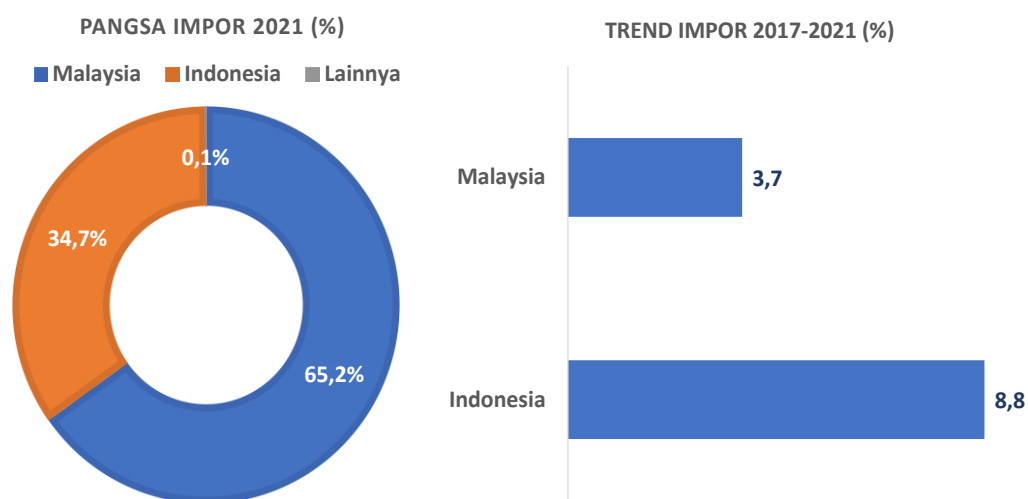
Di sisi lain, Jepang tidak banyak melakukan impor untuk kelompok produk *sunflower oil*, *rapeseed oil*, *soybean oil* dan *groundnut oil*. Terlihat dari tabel di bawah, pangsa untuk keempat kelompok ini cenderung rendah di bawah 4,0%. Pada tahun 2021, nilai impor *sunflower oil* mencapai USD 44,5 juta atau memiliki pangsa sebesar 3,2%. Selanjutnya pada periode yang sama, impor *rapeseed oil* tercatat USD 27,0 juta atau hanya berkontribusi sebesar 1,9% terhadap total impor *cooking oils*. Kendati memiliki pangsa yang rendah, impor untuk kedua kelompok ini relatif memiliki tren meningkat. Rendahnya impor *rapeseed oil* dan *soybean oil* disebabkan karena sebagian telah dipenuhi dari dalam negeri. *Vegetable oils* yang banyak diproduksi di Jepang adalah *rapeseed oils* dan *soybean oils* yang banyak ditanam di daerah Tohoku, Hokaido dan Kyoshu area. Namun demikian, produksi dalam negeri Jepang mengalami pelemahan yang disebabkan oleh terbatasnya area pertanian dan tenaga kerja yang lebih banyak memilih untuk berpindah ke perkotaan sehingga tren impor kembali meningkat.

Tabel 2.3. Impor Cooking Oils Jepang Menurut Kelompok Produk

Kelompok Produk	2017	2018	2019	2020	2021	Growth (%)	Trend (%)	Share (%)
						21/20	17-21	2021
Total Cooking oil	1.232,8	1.234,7	1.169,2	1.168,7	1.390,1	18,9	1,9	100,0
Palm oil	529,1	536,7	498,1	547,1	675,5	23,5	5,2	48,6
Olive oil	316,2	324,4	324,2	280,0	282,3	0,8	(3,7)	20,3
Coconut oil	180,4	151,2	101,4	106,7	186,1	74,4	(2,8)	13,4
Minyak nabati lainnya, termasuk Linseed oil, Jojoba oil, Corn oil, Sesame oil, Castor oil	137,6	147,7	148,9	147,5	166,9	13,1	3,9	12,0
Sunflower oil	40,0	40,6	47,2	44,7	44,5	(0,5)	3,2	3,2
Rapeseed oil	19,1	20,7	35,6	35,3	27,0	(23,4)	13,1	1,9
Soybean oil	9,2	12,0	12,3	5,9	6,6	11,8	(12,7)	0,5
Groundnut oil	1,2	1,4	1,4	1,4	1,1	(20,2)	(1,8)	0,1

Sumber: ITC Trademap, 2022

Sebagian besar impor *palm oil* Jepang berasal dari Malaysia dengan pangsa sebesar 62,2%, kemudian diikuti oleh Indonesia dengan pangsa sebesar 34,7%. Nilai impor *palm oil* dari Malaysia tercatat USD 440,2 Juta dengan impor yang tumbuh rata-rata sebesar 3,7% per tahun. Adapun nilai impor dari Indonesia tercatat mencapai USD 234,7 juta. Walaupun memiliki nilai yang lebih rendah, namun tren pertumbuhan impor *palm oil* dari Indonesia lebih tinggi dibandingkan Malaysia yakni sebesar 8,8% per tahun. Hal ini menunjukkan bahwa Indonesia sangat berpeluang menjadi pemasok utama produk *palm oil* di pasar Jepang dan menggeser pangsa pasar Malaysia (Grafik 2.2).

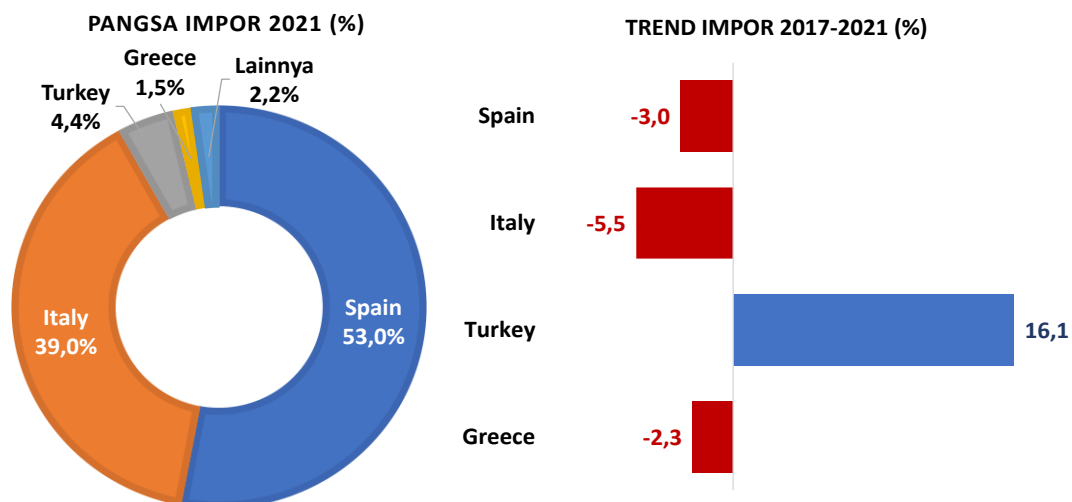


Gambar 2.2. Pangsa dan Tren Impor *Palm Oil* di Pasar Jepang Menurut Negara Asal

Sumber: ITC Trademap, 2022

Produk *cooking oils* kedua yang paling banyak diimpor oleh Jepang yakni *olive oil*. Lebih dari setengah pasokan *olive oil* di pasar Jepang berasal dari Spanyol, dengan pangsa mencapai 53,0%. Italia menempati urutan ke-2 sebagai pemasok *olive*

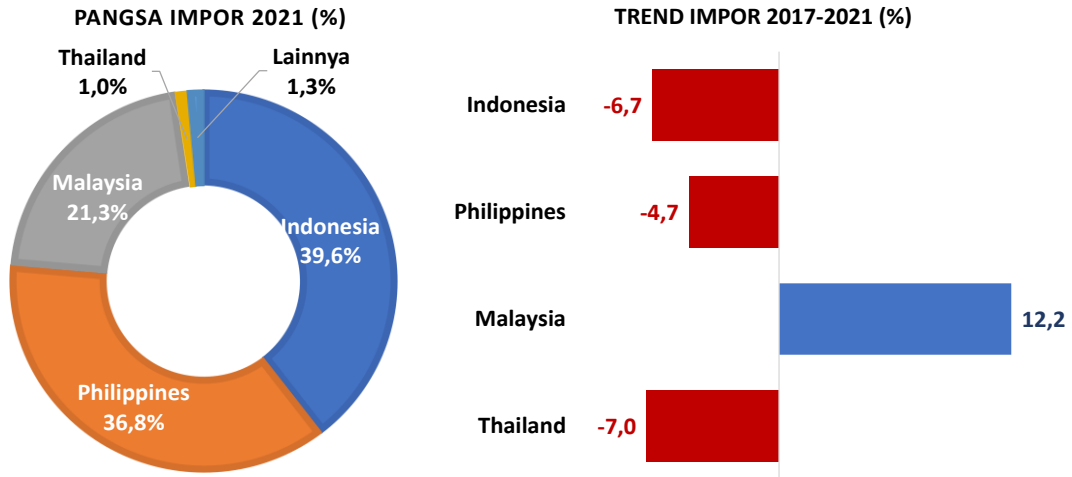
oil terbesar di Jepang dengan kontribusi sebesar 39,0%. Meskipun memiliki porsi terbesar namun pasokan *olive oil* dari kedua negara Eropa ini cenderung semakin menurun sejak 5 (lima) tahun terakhir masing-masing sebesar 3,0% dan 5,5% per tahun. Selain kedua negara tersebut, Turki dan Yunani juga menjadi negara asal impor produk olive oils Jepang dengan pangsa masing-masing mencapai 4,4% dan 1,5%. Impor Jepang dari Turki untuk produk *olive oils* terus menunjukkan kenaikan signifikan yakni 16,1% per tahun selama 2017-2021. Hal ini menjadikan Turki sebagai salah satu kompetitor utama yang berpotensi menggeser posisi Spanyol dan Italia (Grafik 2.3).



Grafik 2.3. Pangsa dan Tren Impor *Olive Oil* di Pasar Jepang Menurut Negara Asal

Sumber: ITC Trademap, 2022

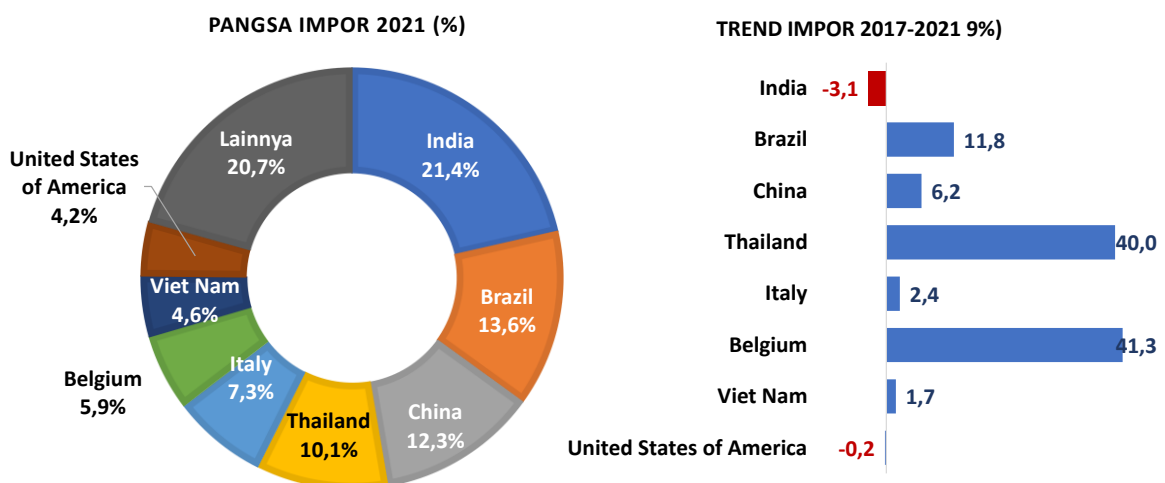
Selanjutnya, untuk produk *coconut oil*, keseluruhan pemasok produk ini berasal dari negara ASEAN. Indonesia merupakan pemasok utama impor produk *coconut oils* Jepang dengan pangsa 39,6% di tahun 2021. Adapun nilai impor *coconut oil* Jepang dari Indonesia di tahun 2021 mencapai USD 73,6 juta. Tren pertumbuhan impor Jepang dari Indonesia untuk *coconut oils* selama 5 (lima) tahun terakhir mengalami pertumbuhan negatif sebesar - 6,7%. Selain Indonesia, pemasok lainnya yakni Filipina (pangsa 36,8%); Malaysia (pangsa 21,3%); dan Thailand (pangsa 1,0%) yang masing-masing memiliki pangsa secara berurutan sebesar 36,8%; 21,3% dan 1,0% pada tahun 2021. Sama halnya dengan Indonesia, impor Jepang dari Filipina dan Thailand juga mengalami tren penurunan mencapai 4,7% dan 7,0% selama rentang periode 2017-2021. Di sisi lain, pada periode yang sama, impor *coconut oil* dari Malaysia justru meningkat signifikan sebesar 12,2% per tahun sejak lima tahun terakhir. Hal ini tentu menjadi *warning* bagi Indonesia untuk dapat mewaspadaai pergerakan pangsa pasar Malaysia sebagai salah satu kompetitor prospektif selain Filipina dan Thailand (Grafik 2.4).



Grafik 2.4. Pangsa dan Tren Impor Coconut Oil di Pasar Jepang Menurut Negara Asal

Sumber: ITC Trademap, 2022

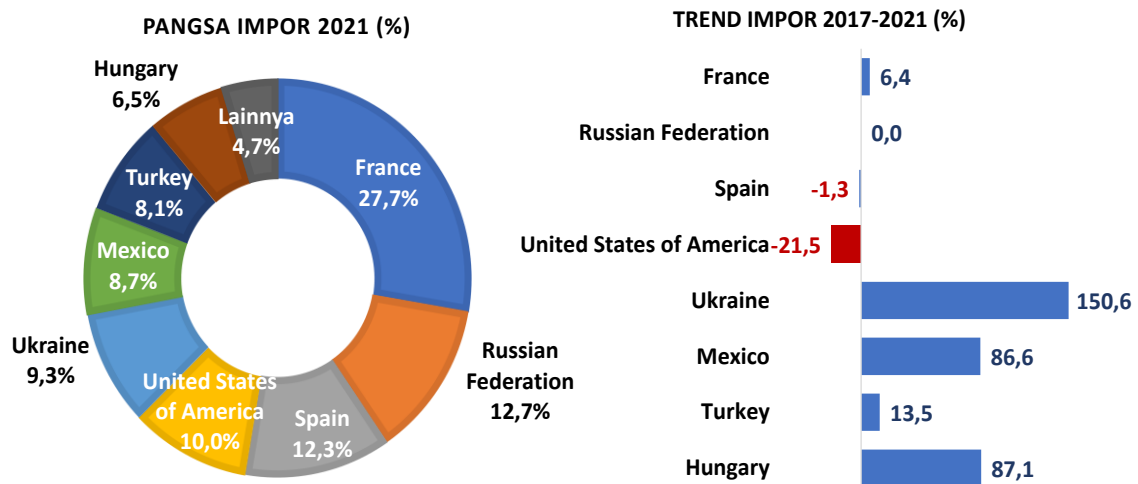
Jenis kelompok produk selanjutnya yang menduduki peringkat ke-4 setelah *palm oils*, *olive oils* dan *coconut oils* yang paling banyak diimpor oleh Jepang adalah jenis minyak nabati lainnya, termasuk di dalamnya *linseed oil*, *jojoba oil*, *corn oil*, *sesame oil* dan *castor oil*. Pasokan impor kelompok ini paling banyak diperoleh dari India (pangsa 21,4%), diikuti dengan Brazil (pangsa 13,6%), RRT (pangsa 12,3%) dan Thailand (pangsa 10,1%). Berbeda dengan ketiga jenis produk sebelumnya, negara pemasok jenis kelompok produk ini relatif lebih terdiversifikasi. Walaupun India memiliki pangsa relatif tertinggi, namun impor Jepang dari India cenderung terus menurun selama 5 (lima) tahun terakhir sebesar 3,1% per tahun. Sementara itu, tren impor dari negara lainnya seperti Thailand, Belgia dan Brazil justru tumbuh signifikan. Indonesia sendiri berada di urutan ke-26 dengan pangsa 0,3%. Pada tahun 2021, nilai impor dari Indonesia hanya mencatat USD 0,4 juta dengan peningkatan rata-rata 0,4% selama periode 2017-2021.



Grafik 2.5. Pangsa dan Tren Impor Minyak Nabati Lainnya di Pasar Jepang Menurut Negara Asal

Sumber: ITC Trademap, 2022

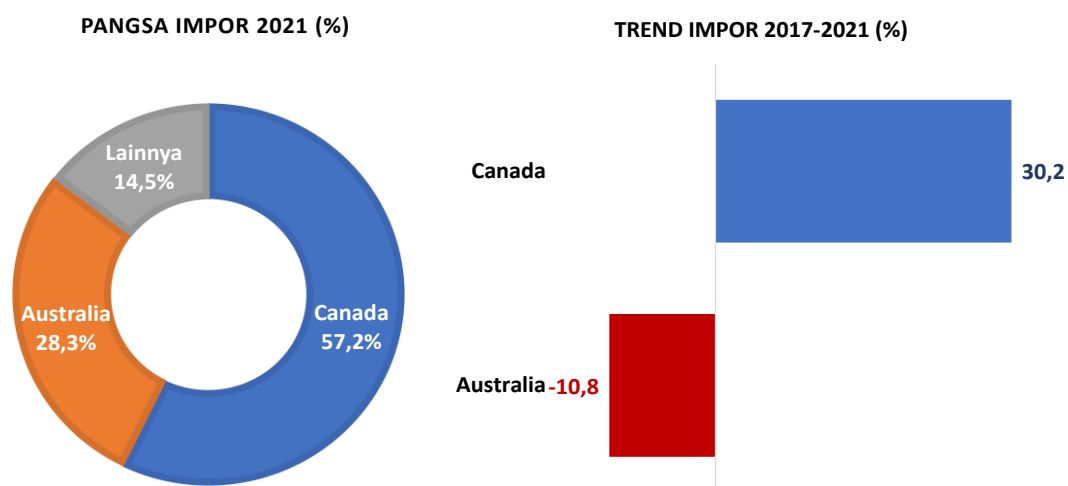
Lebih lanjut, untuk impor *sunflower oils* yang menduduki peringkat ke-5 jenis *cooking oils* yang paling banyak diimpor oleh Jepang, Perancis merupakan negara asal impor utama yang menguasai 27,7% pasar impor Jepang. Selanjutnya, diikuti dengan Rusia (pangsa 12,7%), Spanyol (pangsa 12,3%), Amerika Serikat (pangsa 10,0%) dan Ukraina (pangsa 9,3%). Berdasarkan tren impornya, impor dari Perancis dan Ukraina tumbuh positif pada 2017-2021, sementara Spanyol dan Amerika Serikat menunjukkan tren penurunan (Grafik 2.6). Namun demikian, dengan terjadinya perang antara Rusia dan Ukraina yang terjadi pada awal tahun 2022, pasokan produk dari Rusia dan Ukraina diprediksi akan terganggu yang mengakibatkan kesulitan pemenuhan impor Jepang untuk produk *sunflower oils* dari kedua negara. Hal ini dapat menjadi peluang bagi Indonesia untuk mengisi kekurangan kebutuhan *cooking oils* Jepang yang selama ini diperoleh dari Rusia dan Ukraina khususnya untuk produk *sunflower oils* untuk melakukan pengalihan (*shifting*) ke jenis yang lain yaitu palm oils. Potensi pasar yang ditinggalkan oleh Rusia dan Ukraina secara agregat diperkirakan mencapai USD 9,8 Juta.



Grafik 2.6. Pangsa dan Tren Impor *Sunflower Oil* di Pasar Jepang Menurut Negara Asal

Sumber: ITC Trademap, 2022

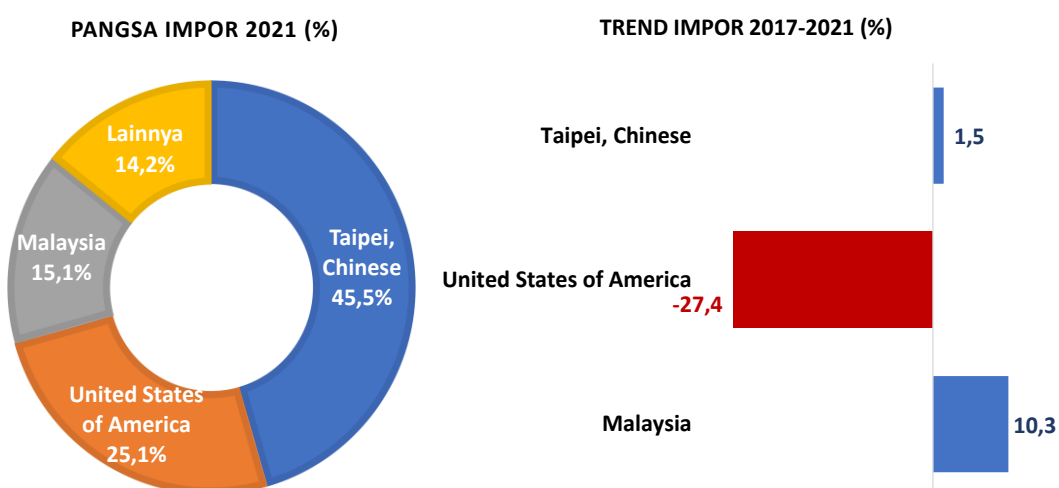
Struktur negara asal impor untuk produk *rapeseed oil* di pasar Jepang didominasi oleh Kanada dan Australia. Kedua negara memiliki pangsa pasar yang tinggi yakni mencapai sebesar 57,2% dan 28,3% di tahun 2021. Sebagai negara pemasok utama, performa impor *rapeseed oil* Jepang dari Kanada juga terus menunjukkan penguatan yang ditandai dengan tren impor positif selama rentang periode 5 (lima) tahun terakhir. Sejak tahun 2017, impor *rapeseed oil* dari Kanada meningkat rata-rata 30,2% per tahun hingga tahun 2021. Berbanding terbalik dengan Kanada, impor dari Australia justru memiliki tren negative dengan penurunan sebesar -10,8% per tahun selama rentang periode 2017-2021. Hal tersebut semakin menguatkan dominasi Kanada dalam pasar impor *rapeseed oil* di pasar Jepang (Grafik 2.7).



Grafik 2.7. Pangsa dan Tren Impor *Rapeseed Oil* di Pasar Jepang Menurut Negara Asal

Sumber: ITC Trademap, 2022

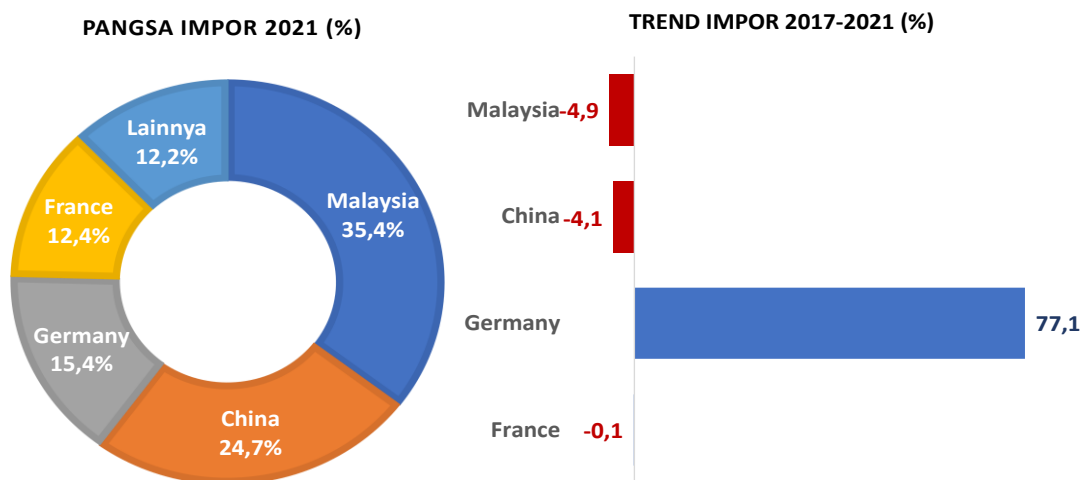
Impor produk *soybean oils* Jepang paling banyak berasal dari Taiwan (pangsa 45,5%), diikuti dengan Amerika Serikat (pangsa 25,1%) dan Malaysia (pangsa 15,1%). Selain berhasil menguasai pangsa *soybean oils* di pasar Jepang, impor dari Taiwan pada 2017-2021 terus mengalami kenaikan meskipun relatif kecil yaitu 1,5% per tahun. Sama halnya dengan Taiwan, Malaysia sebagai negara asal impor yang berada di urutan ke-3, juga mengalami tren kenaikan sebesar 10,3%. Di sisi lain, pada periode yang sama, impor dari Amerika Serikat yang merupakan negara asal impor ke-2 setelah Taiwan, justru memiliki tren menurun yakni -27,4% per tahun (Grafik 2.8). Dengan mempertimbangkan perkembangan pangsa dan tren impor, maka Malaysia berpotensi menjadi kompetitor prospektif yang patut diwaspadai oleh Taiwan dan Amerika Serikat di pasar impor *soybean oil* Jepang.



Gambar 2.8. Pangsa dan Tren Impor *Soybean Oil* di Pasar Jepang Menurut Negara Asal

Sumber: ITC Trademap, 2022

Malaysia dan RRT mendominasi pasokan *groundnut oil* di pasar Jepang dengan pangsa masing-masing sebesar 35,4% dan 24,7% pada tahun 2021. Pemasok lainnya yakni Jerman (pangsa 15,4%), Perancis (pangsa 12,4%) dan Argentina (pangsa 11,1%). Di antara pemasok utama tersebut, hanya Jerman yang mengalami tren pertumbuhan positif selama periode 2017 hingga 2021. Pada rentang periode tersebut, impor *groundnut oil* dari Jerman meningkat signifikan dengan pertumbuhan rata-rata sebesar 77,1% per tahun.



Gambar 2.9. Pangsa dan Tren Impor *Groundnut Oil* di Pasar Jepang Menurut Negara Asal

Sumber: ITC Trademap, 2022

2.3 SALURAN DISTRIBUSI

Secara umum distribusi di dalam negeri untuk produk *cooking oils* yang ditujukan kepada konsumen langsung di pasar Jepang terbagi menjadi 2 (dua) saluran yaitu *store-based retailing* (toko ritel) dan *non-store retailing* (non-toko). Sekitar 94,3% terhadap total penjualan produk *cooking oil* di pasar Jepang dilakukan melalui toko ritel (*store-based retailing*) yang terdiri dari *grocery* dan *non-grocery* serta *mixed retailers*. Pada tahun 2021, penjualan melalui toko ritel tercatat mencapai USD 1,6 miliar. Pertumbuhan penjualan yang dilakukan melalui toko ritel selama 5 (lima) tahun terakhir terus mengalami peningkatan dengan pertumbuhan rata-rata mencapai 4,4% per tahun.

Produk *cooking oil* dijual melalui toko ritel sebagian besar dijual melalui *convenience store (konbini)*, supermarket dan toko retail lainnya. Penjualan melalui toko grosir ritel di tahun 2021 tercatat mencapai USD 918,6 juta atau memiliki pangsa sebesar 52,8%. Penjualan melalui saluran distribusi ini pun mengalami peningkatan sejak tahun 2017 sebesar 5,0% per tahun. *Mixed retailers* seperti *hypermarket* memiliki pangsa sebesar 35,7%, dengan nilai penjualan sebesar USD 621,2 juta. Sama halnya dengan toko grosir ritel, penjualan melalui *mixed retailers* juga memiliki tren meningkat sebesar 3,2% selama 2017-2021. Dibandingkan dengan kedua jenis toko sebelumnya, toko non grosir seperti toko farmasi memiliki pangsa yang lebih

rendah yakni 5,8% di tahun 2021 dengan tren kenaikan 6,3% selama rentang 2017-2021.

Sementara itu, penjualan *cooking oils* yang dilakukan melalui saluran *non-store retailing* (non-toko) seperti *home shopping* dan *e-commerce* hanya mencatatkan pangsa yang relatif rendah yakni secara agregat mencapai 5,7% di tahun 2021. Meskipun memiliki pangsa yang rendah, namun penjualan melalui saluran *home shopping* dan *e-commerce* tersebut mengalami tren pertumbuhan yang tinggi. Selama 2017-2021, tercatat penjualan *cooking oils* melalui *home shopping* dan *e-commerce* tumbuh 8,6% per tahun, lebih tinggi dibandingkan dengan tren pertumbuhan penjualan yang dilakukan melalui toko ritel konvensional. Hal ini menunjukkan bahwa mulai terjadi pergeseran (*shifting*) pola belanja dan konsumsi masyarakat Jepang yang beralih ke sistem *online*. Pergeseran ini didukung oleh teknologi digital yang semakin berkembang serta dampak pandemi yang mengubah pola hidup masyarakat. Penjualan melalui *e-commerce* seperti *Rakuten* dan *Amazon Japan* mencapai USD 51,9 juta atau meningkat rata-rata 10,8% per tahun dari tahun 2017 hingga 2021. Saluran distribusi *online* lainnya yakni *home shopping* juga menunjukkan penguatan dengan kenaikan rata-rata sebesar 6,5% per tahun sejak tahun 2017. Di tahun 2021, penjualan *cooking oils* melalui saluran distribusi ini mencapai USD 46,7 juta.

Tabel 2.4. Penjualan *Cooking Oil* Menurut Saluran Distribusi di Pasar Jepang (USD Juta)

Jenis Saluran Distribusi	2017	2018	2019	2020	2021	CAGR* % 2017-2021
Store-based retailing	1.382,4	1.426,6	1.504,2	1.633,5	1.640,3	4,4
Grocery retailers	756,8	784,3	830,0	901,5	918,6	5,0
Mixed retailers	547,1	557,8	581,2	629,9	621,2	3,2
Non-grocery specialists	78,6	84,5	93,0	102,1	100,4	6,3
Non-store retailing	70,8	76,4	84,3	95,5	98,6	8,6
E-commerce	34,4	37,6	41,9	49,2	51,9	10,8
Home shopping	36,3	38,8	42,4	46,3	46,7	6,5

Sumber: Euromonitor dalam Canada Market Intelligence, 2022

Lebih lanjut, untuk saluran distribusi impor secara *general*, produk *cooking oils* biasanya diimpor oleh importir yang terdiri dari importir yang sekaligus merangkap sebagai produsen (*manufacturer*) atau pemegang merk dagang, importir *trading company* besar (*shogo shosha*), importir kecil dan menengah serta bisa juga *grocery retailers* seperti supermarket besar yang telah memiliki kemampuan untuk mengimpor langsung. Impor produk *cooking oils* tersebut kemudian didistribusikan melalui agen ataupun distribusi langsung ke *wholesaler*, supermarket dan toko retail, perusahaan pengolah makanan atau bisa juga langsung didistribusikan ke *restaurant* besar. Oleh karena itu, dalam rangkaian distribusi ke pasar Jepang, sangat penting bagi eksportir *cooking oils* di Indonesia untuk membangun jaringan bisnis kepada para importir baik *trading company* maupun supermarket besar di Jepang dapat mengimpor langsung.

2.4 PERSEPSI TERHADAP PRODUK INDONESIA

Meskipun *palm oil* merupakan jenis *cooking oils* yang paling banyak diimpor oleh Jepang dari dunia, namun penggunaannya sebagai minyak masak yang digunakan langsung di rumah tangga masyarakat Jepang masih sangat terbatas. Impor *palm oils* lebih banyak ditujukan untuk pemenuhan kebutuhan bahan baku industri. Masyarakat Jepang sangat *concern* terhadap kesehatan sehingga sangat berhati-hati dalam memilih bahan makanan yang digunakan. Untuk *cooking oils*, masyarakat Jepang banyak menggunakan *olive oils*, *sunflower oils* dan *rapeseed oils* karena dianggap memiliki banyak manfaat bagi kesehatan.

Produk *palm oils* sendiri dianggap memiliki kandungan yang tidak baik bagi kesehatan. Selain itu, beberapa masyarakat Jepang juga banyak mendapatkan informasi *black campaign* produk *palm oils* seperti isu *child labour* dan gangguan terhadap ekosistem orang utan. Oleh karena itu, dalam melakukan penetrasi ke pasar Jepang, kampanye-kampanye positif perlu untuk terus disuarakan kepada para pelaku usaha dan konsumen Jepang terutama yang terkait dengan dampak penggunaan *palm oils* sebagai minyak masak bagi kesehatan serta pembangunan perkebunan minyak sawit yang berkelanjutan (*sustainable*).

BAB III

PERSYARATAN PRODUK

3.1. KETENTUAN PRODUK

Produk *cooking oil* yang dipasarkan di Jepang harus memenuhi standar yang telah ditetapkan dalam *Japan Agricultural Standard (JAS)*. Ketentuan JAS tersebut diturunkan berdasarkan Undang-Undang "Act on Standardization and Proper Quality Labeling of Agricultural and Forestry Products" yang berlaku sejak tahun 1950. Pengaturan sistem JAS berada di bawah kewenangan *Ministry of Agriculture, Forestry and Fisheries of Japan (MAFF)*. Selama lebih dari 60 tahun, ketentuan dan standar JAS, selain mengatur mengenai penyediaan produk makanan aman dan berkualitas tinggi, JAS juga mengatur mengenai sistem pelabelan makanan. Namun demikian, sejak diterbitkannya *Food Labeling Act* pada 22 Juni 2013, standar pelabelan yang sebelumnya diatur dalam *JAS Act* dialihkan kepada *Food Labeling Act* meskipun secara prinsip dari sisi pengaturan relatif tidak terdapat perubahan substansial (Japan Oilseed Processors Association, 2022)

Ketentuan JAS bertujuan untuk menciptakan sistem pasokan produk pertanian dan produk makanan yang aman dan memiliki kualitas tinggi dengan prinsip dasar sebagai berikut:

1. Menyediakan produk pertanian dan produk pangan bagi konsumen yang aman dan memiliki mutu/standar yang baik.
2. Melakukan pengendalian proses produksi yang tepat di industri pengolahan/pabrik.
3. Memberikan kejelasan dalam bertransaksi berdasarkan standar yang adil dan tidak memihak.
4. Menggunakan label yang sesuai dan benar untuk menyampaikan informasi produk yang akurat kepada konsumen.

Untuk menggunakan dan menampilkan logo "JAS" pada produk, pelaku usaha (pelaku usaha pertanian ataupun industri pengolahan) harus memiliki kemampuan untuk memproduksi produk secara stabil sesuai dengan standar yang berlaku. Selanjutnya, pemeriksaan yang ketat kemudian dilakukan untuk memastikan bahwa pelaku usaha telah melakukan kontrol produksi/proses pertanian yang sesuai, untuk kemudian memperoleh sertifikasi sesuai dengan standar JAS yang telah ditentukan oleh Pemerintah. Setiap tahun, otoritas sertifikasi yang ditunjuk oleh Pemerintah Jepang harus melakukan pemeriksaan untuk memastikan kepatuhan terhadap kontrol produksi dan proses pertanian yang telah ditetapkan.

Perolehan sertifikasi berdasarkan *JAS Act* bersifat sukarela. Namun demikian, konsumen Jepang meyakini bahwa produk yang telah melewati pemeriksaan dan mendapatkan sertifikasi JAS merupakan produk yang sehat sehingga daya saing dan preferensi konsumen terhadap produk tersebut meningkat. Produk *cooking oil* yang telah memenuhi standar JAS biasanya lebih banyak digunakan oleh konsumen.

Sertifikasi JAS dapat diperoleh oleh semua industry/pabrik yang memproduksi atau memegang merk dagang *cooking oil*, khususnya yang tergabung dalam *Japan Oilseed Processors Association*.

Tabel 3.1. Cakupan Produk Cooking Oil yang diatur dalam JAS Act

Type of oil	Rating (classification by degree of refinement)		
	Low degree of purity	Refined oil	Salad oil
Edible safflower oil		Refined safflower oil	Safflower salad oil
Edible grape oil		Refined grape oil	Grape salad oil
Edible soybean oil		Refined soybean oil	Soybean salad oil
Edible sunflower oil		Refined sunflower oil	Sunflower salad oil
Edible corn oil		Refined corn oil	Corn salad oil
Edible cottonseed oil	Cottonseed oil	Refined cottonseed oil	Cottonseed salad oil
Edible sesame oil	Sesame seed oil (roasted)	Refined sesame oil	Sesame seed salad oil
Edible rapeseed oil	Rapeseed oil (red color)	Refined rapeseed oil	Rapeseed salad oil
Edible rice oil		Refined rice oil	Rice salad oil
Edible peanut oil	Peanut oil	Refined peanut oil	
Edible olive oil	Olive oil	Refined olive oil	
Edible palm oil		Refined palm oil	
Edible palm oleic	Edible palm oleic		
Edible palm stearic	Edible palm stearic		
Edible palm kernel oil		Refined palm kernel oil	
Edible coconut oil		Refined coconut oil	
Edible synthetic oil	Synthetic oil	Refined synthetic oil	Salad oil
Flavored oil	Flavored edible oil (Note: Flavor and aroma added to edible vegetable oil)		

Sumber: Japan Oilseed Processors Association, 2022

Berdasarkan standar dan ketentuan yang ditetapkan dalam JAS, spesifikasi produk *cooking oil* yang akan dipasarkan di Jepang ditentukan oleh beberapa indikator. *Specific gravity* and *refractive index* menunjukkan seberapa banyak *fatty acids* yang membentuk minyak serta derajat ketidakjenuhan. *Saponification value* mengindikasikan rata-rata berat molekul dalam *cooking oil*. *Iodine value* menunjukkan titik jenuh dari *cooking oil*. *Non-saponifiable materials* menunjukkan impuritas atau kandungan komponen lain dari *cooking oil*. *Fatty acid composition* mengindikasikan jenis dan jumlah *fatty acid* yang membentuk *cooking oil*. Lalu, kenaikan *melting point* menunjukkan titik *temperature* yang mengubah *solid cooking oil* menjadi *liquid cooking oil*. Beberapa spesifikasi tersebut dijelaskan secara lebih detail dalam Tabel 3.2 berikut.

Tabel 3.2. Spesifikasi Produk *Cooking Oil* di Pasar Jepang Berdasarkan JAS

Name of oil	Specific gravity, 25/25°C	Refractive index, 25/25°C	Saponification value	Iodine value	Non-saponifiable material, %	Notes
Edible safflower oil	0.919~0.924	1.473~1.476	186~194	136~148	1.0 or less	
Edible safflower oil (high oleic)	0.910~0.916	1.466~1.470	186~194	80~100	1.0 or less	Oleic acid 70% or higher
Edible grape oil	0.918~0.923	1.472~1.476	188~194	128~150	1.5 or less	
Edible soybean oil	0.916~0.922	1.472~1.475	189~195	124~139	1.0 or less	
Edible sunflower oil	0.915~0.921	1.471~1.474	188~194	120~141	1.5 or less	
Edible sunflower oil (high oleic)	0.909~0.915	1.465~1.469	182~194	78~90	1.5 or less	Oleic acid 70% or higher
Edible corn oil	0.915~0.921	1.471~1.474	187~195	103~135	2.0 or less	
Edible cottonseed oil	0.916~0.922	1.469~1.472	190~197	102~120	1.5 or less	
Edible sesame seed oil	0.914~0.922	1.470~1.474	184~193	104~118	2.5* or less	*2.0 for refined sesame seed oil
Edible rapeseed oil	0.907~0.919	1.469~1.474	169~193	94~126	1.5 or less	
Edible rice oil	0.915~0.921	1.469~1.472	180~195	92~115	4.5* or less	*3.5 or salad oil
Edible peanut oil	0.910~0.916	1.468~1.471	188~196	86~103	1.0 or less	
Edible olive oil	0.907~0.913	1.466~1.469	184~196	75~94	1.5 or less	
Edible palm oil	0.897~0.905*	1.457~1.460*	190~209	50~55	1.0 or less	*Measured at 40°C
Edible palm oleic	0.900~0.907*	1.458~1.461*	194~202	56~72	1.0 or less	Increase melting point at 24°C or less; *Measured at 40°C
Edible palm stearic	0.881~0.890*	1.447~1.452*	193~205	48 or less	0.9 or less	Increase melting point at 44°C or less; *Measured at 60°C
Edible palm kernel oil	0.900~0.913	1.449~1.452	230~254	14~22	1.0 or less	Increase melting point at 24°C to 30°C or less; *Measured at 40°C
Edible coconut oil	0.909~0.917	1.448~1.450	248~264	7~11	1.0 or less	Increase melting point at 20°C to 28°C or less; *Measured at 40°C

Sumber: Japan Oilseed Processors Association, 2022

3.2. KETENTUAN PEMASARAN

3.2.1. KETENTUAN PELABELAN DAN KEMASAN

Lebih lanjut, terkait ketentuan tampilan kemasan produk, label standar kualitas atau *Quality labeling standards* digunakan untuk menentukan isi dan metode pelabelan. Hal ini diperlukan untuk memastikan bahwa pelabelan telah digunakan secara tepat untuk menciptakan pemahaman produk di kalangan konsumen. Tidak seperti standar kualitas, tujuan standar pelabelan kualitas adalah untuk menyampaikan informasi mengenai produk. Oleh karena itu, semua produk wajib memenuhi standar pelabelan kualitas. Ketentuan ini juga berlaku bagi produk yang belum mendapatkan sertifikasi JAS. Label standar kualitas memuat informasi umum untuk semua produk makanan, khususnya makanan olahan sedangkan label standar digunakan untuk spesifik jenis makanan tertentu termasuk untuk produk *cooking oils*.

Tabel 3.3. Ketentuan Tampilan Kemasan untuk Produk Cooking Oil

Display Item	Display Details
Name	Edible XX oil
Ingredients	Lists the main ingredients. Vegetable oil is composed of a single pure ingredient (oil). Therefore the ingredient is listed as edible rapeseed oil, edible soybean oil, etc. For mixed oil made from a combination of two or more oils, the mixture ratio is listed in order starting from the greatest percentage of oil.
Volume	Displays the weight. The specific gravity of vegetable oil changes greatly depending on temperature. In a liquid state, displays the weight, not the volume.
Expiration date	Lists the date at which it is no longer possible to fully exert the quality characteristics of edible vegetable oil. Differs depending on the content.
Storage method	Storage method (avoid direct sunlight, store at low temperatures, close lid tightly, etc.)
Name of manufacturer	Name, address, contact information, etc. for the oil-producing corporation that supplied the product.

Sumber: Japan Oilseed Processors Association, 2022

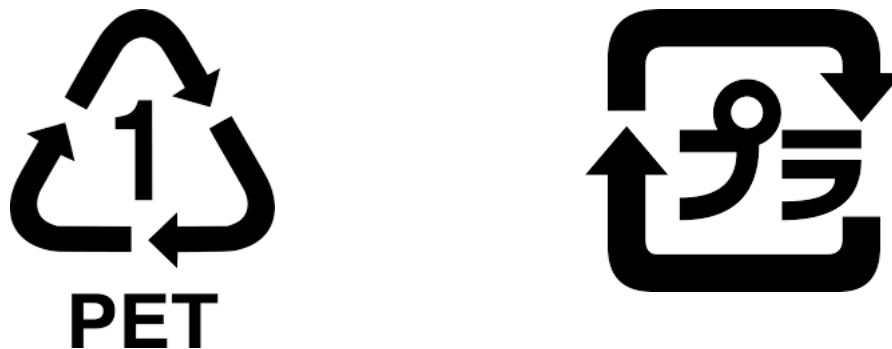


Gambar 3.1. Label JAS Act

Sumber: Japan Oilseed Processors Association, 2022

Saat menjual produk di Jepang, eksportir dan distributor Jepang harus berkolaborasi untuk mendesain kemasan produk dengan mengadaptasi budaya Jepang. Di Jepang, pengemasan dipandang sebagai bagian integral dari pengalaman produk dan bukan hanya cara untuk menyimpan produk. Konsumen Jepang sangat menghargai dan mengharapkan kemasan memiliki kualitas tinggi. Proses penentuan desain kemasan harus mempertimbangkan preferensi konsumen dengan cermat. Produk *cooking oil* biasanya dikemas dalam botol *Polyethylene Terephthalate* (PET). Jepang merupakan negara yang sangat memperhatikan dan mempromosikan kegiatan *recycling* dan *sustainability*. Aturan terkait kemasan produk diatur dalam *Law*

for *Promotion of Effective Utilization of Resource*. Label PET perlu dilampirkan dalam produk makanan dan minuman untuk konsumen langsung atau *end-consumers* (*Ministry of Economy, Trade dan Industry Japan, 2022*). Selain logo PET, pada label produk kemasan *cooking oils* juga terdapat label “Pura” yang menandakan bahwa kemasan tersebut berbahan plastik sehingga memudahkan konsumen untuk melakukan proses *recycling*.



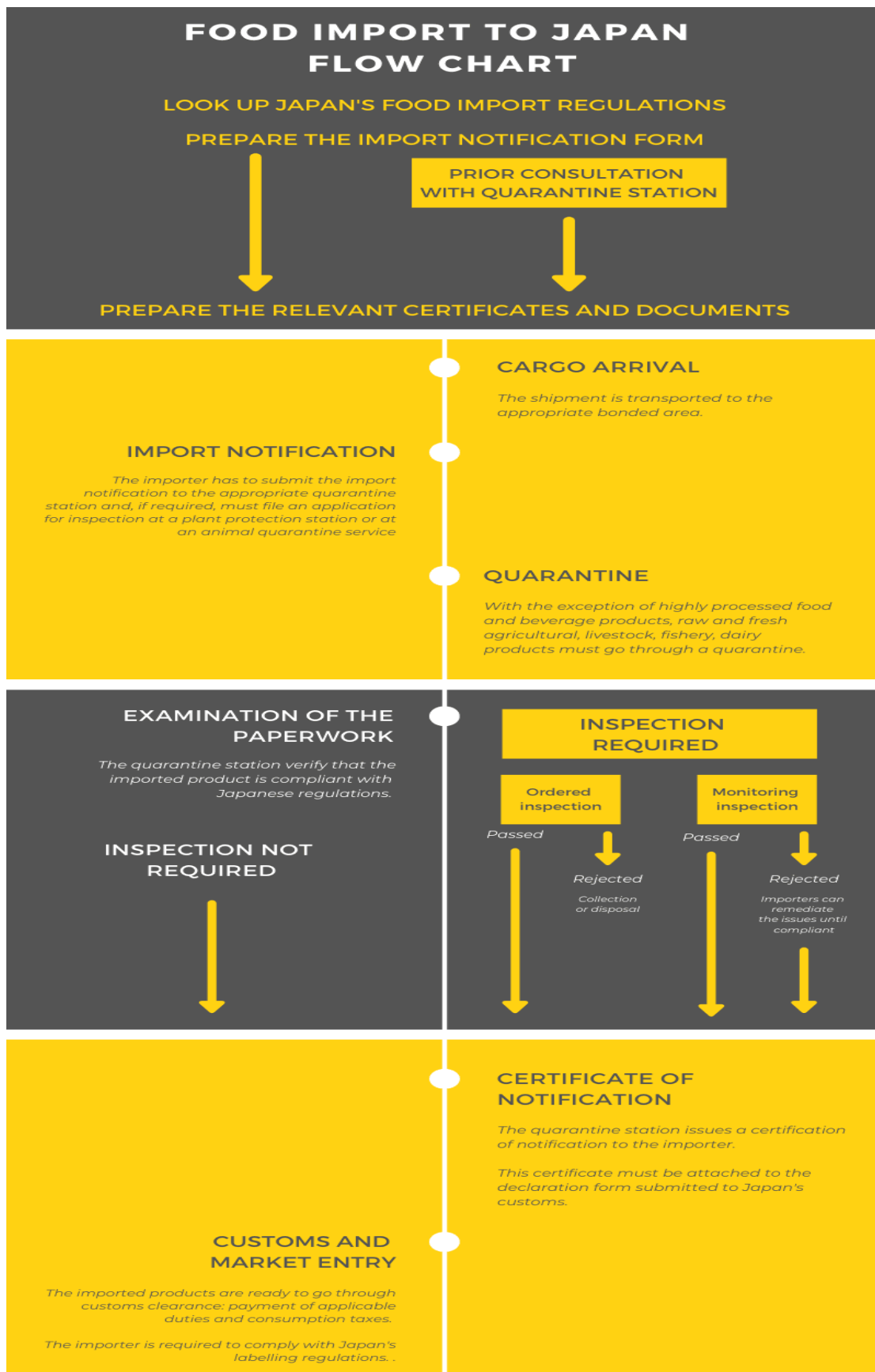
Gambar 3.2. Label Kemasan pada Produk *Cooking Oil* di Pasar Jepang

Sumber: Ministry of Economy, Trade dan Industry Japan, 2022

3.2.2. KETENTUAN IMPOR

Untuk mengeksport produk makanan, termasuk produk *cooking oil* ke Jepang, importir harus menyerahkan *Food Import Notification Certificate* berdasarkan *Food Sanitation Act*. Ketika produk makanan diimpor, otoritas/stasiun karantina akan memeriksa produk makanan di pelabuhan atau bandara. Prosedur impor makanan ke Jepang secara umum terbagi ke dalam 3 (tiga) tahapan: pengajuan pemberitahuan impor atau *import notification submission*, proses pemeriksaan atau *inspection process*, dan perolehan sertifikat pemberitahuan atau *certificate of notification*. Produk impor yang telah memenuhi persyaratan dalam ketiga tahapan tersebut, dapat dilanjutkan untuk proses pengeluarannya oleh bea cukai (*customs*) untuk kemudian distribusikan di pasar Jepang.

Import notification menyediakan berbagai informasi tentang produk yang diimpor, mulai dari *detail* proses produksi hingga bahan yang digunakan serta berbagai informasi terkait lainnya. Importir dapat mengisinya dalam bahasa Inggris atau Jepang dan kemudian mengirimkannya melalui pos atau secara langsung ke stasiun karantina. Dokumen tersebut kemudian diproses secara *online* melalui sistem *Food Automated Import Notification and Inspection Network System* (FAINS) yang disiapkan oleh *Ministry of Health, Labour and Welfare*. Formulir pemberitahuan impor dapat diserahkan paling lambat 7 hari sebelum produk tiba di pelabuhan pemasukan atau sebelum produk melewati bea cukai (*customs*) (contoh dokumen *import notification* terdapat pada Lampiran).



Gambar 3.3. Alur Importasi Produk Makanan dan Minuman ke Pasar Jepang

Sumber: www.gourmetpro.co, 2022

Selain *import notification*, importir juga harus melengkapi dokumen *certificate of analysis* dari laboratorium di negara eksportir berada. Dokumen ini diperlukan untuk proses di bea cukai yang menjadi akses utama agar produk dapat dipasarkan di Jepang. Dokumen pendukung lainnya yang memuat informasi mengenai bahan baku dan proses produksi juga diperlukan. Pihak berwenang (otoritas bea cukai) biasanya akan meminta perincian informasi yang lebih ekstensif khususnya untuk produk makanan olahan yang diimpor ke Jepang untuk pertama kalinya. Beberapa dokumen pendukung antara lain:

- a. *Health certification for animal products*.
- b. Sertifikat proses produksi yang sudah mematuhi *Hazard Analysis and Critical Control Points* (HACCP).
- c. Dokumentasi pabrik manufaktur.
- d. Dokumentasi gudang impor.

Ketika kargo baik secara kapal maupun pesawat sudah sampai di kawasan kepabeanan Jepang, importir perlu melampirkan *import notification* ke pusat/stasiun karantina. Apabila produk yang diimpor adalah produk pertanian dan *livestock*, maka importir perlu melakukan konsultasi dengan *Animal Quarantine Service* atau *Plant Protection Station* yang berada di bawah *Ministry of Agriculture, Forestry and Fisheries*. Setelah memeriksa kelengkapan dokumen dan mengeluarkan produk dari kargo, pusat karantina akan mengeluarkan *certificate of notification* kepada importir untuk kemudian produk siap dipasarkan di pasar domestik Jepang.

3.2.3. TARIF BEA MASUK

Tarif bea masuk (BM) impor produk makanan di pasar Jepang bervariasi bergantung pada kategori produk dan ada tidaknya tarif preferensi berdasarkan skema perjanjian perdagangan yang berlaku antara Jepang dengan negara eksportir. Berdasarkan kerangka perjanjian perdagangan *Indonesia-Japan Economic Partnership Agreement* (IJEPA), produk *cooking oil* dari Indonesia seluruhnya telah mendapatkan tarif BM sebesar 0% (Tabel 3.4).

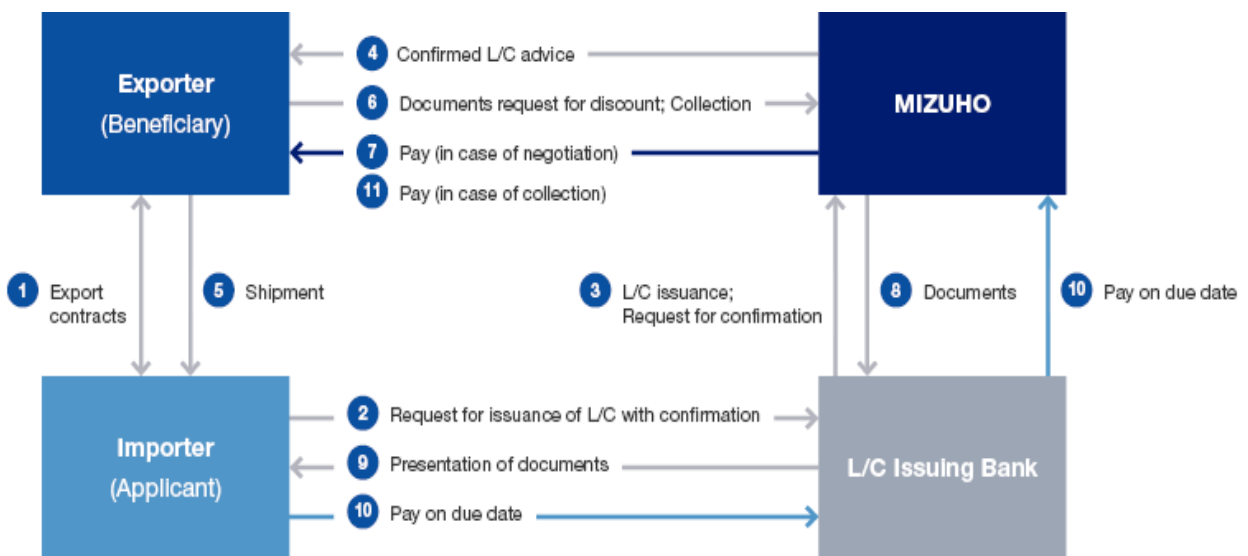
Tabel 3.4. Tabel *Tariff Rate* untuk Produk Cooking Oil di Pasar Jepang

Statistical code	Description	Tariff rate		
		General	WTO	Indonesia
15.07	Soya-bean oil and its fractions, whether or not refined, but not chemically modified			
1507.10.00	Crude oil, whether or not degummed			
	100 1 Of an acid value exceeding 0.6	17 yen/kg	10.90 yen/kg	
	200 2 Other	20.70 yen/kg	13.20 yen/kg	
1507.90	0 Other	20.70 yen/kg	13.20 yen/kg	
15.08	Ground-nut oil and its fractions, whether or not refined, but not chemically modified			
1508.10.00	Crude oil			
	100 1 Of an acid value exceeding 0.6	17 yen/kg	8.50 yen/kg	
	200 2 Other	20.70 yen/kg	10.40 yen/kg	
1508.90	0 Other	20.70 yen/kg	10.40 yen/kg	
15.09	Olive oil and its fractions, whether or not refined, but not chemically modified			
1509.20.00	0 Extra virgin olive oil	Free	(Free)	Free
1509.30.00	0 Virgin olive oil	Free	(Free)	Free
1509.40.00	0 Other virgin olive oils	Free	(Free)	Free
1509.90	0 Other	Free	(Free)	Free
15.10	Other oils and their fractions, obtained solely from olives, whether or not refined, but not chemically modified, including blends of these oils or fractions with oils or fractions of heading 15.09			
1510.10.00	0 Crude olive pomace oil	Free	(Free)	Free
1510.90	0 Other	Free	(Free)	Free
15.11	Palm oil and its fractions, whether or not refined, but not chemically modified			
1511.10.00	0 Crude oil	7%	3.5%	Free
1511.90	Other			
	10 1 Palm stearin	4%	2.5%	Free
	90 2 Other	7%	3.5%	Free
15.12	Sunflower-seed, safflower or cotton-seed oil and fractions thereof, whether or not refined, but not chemically modified			
	Sunflower-seed or safflower oil and fractions thereof :			
1512.11.00	Crude oil			
	1 Of an acid value exceeding 0.6	17 yen/kg	8.50 yen/kg	
	110 - Sunflower-seed oil			
	210 - Safflower oil			
	2 Other	20.70 yen/kg	10.40 yen/kg	
	120 - Sunflower-seed oil			
	220 - Safflower oil			
1512.19.00	Other	20.70 yen/kg	10.40 yen/kg	
	10 - Sunflower-seed oil and its fractions			
	90 - Safflower oil and its fractions			
	Cotton-seed oil and its fractions :			
1512.21.00	Crude oil, whether or not gossypol has been removed	17 yen/kg		
	10 - Used for the manufacture of canned fish or shellfish for export		Exemption	Free
	90 - Other		8.50 yen/kg	
1512.29.00	Other	17 yen/kg		
	10 - Used for the manufacture of canned fish or shellfish for export		Exemption	Free
	90 - Other		8.50 yen/kg	
15.13	Coconut (copra), palm kernel or babassu oil and fractions thereof, whether or not refined, but not chemically modified			
	Coconut (copra) oil and its fractions :			
1513.11.00	0 Crude oil	7% or 7 yen/kg, whichever is the greater	4.5% or 5 yen/kg, whichever is the greater	Free
1513.19.00	0 Other	7% or 7 yen/kg, whichever is the greater	4.5% or 5 yen/kg, whichever is the greater	Free
	Palm kernel or babassu oil and fractions thereof :			
1513.21.00	Crude oil			
	100 1 Palm kernel oil	7%	4%	Free
	2 Babassu oil			
	210 (1) Of an acid value exceeding 0.6	17 yen/kg	Free	Free
	220 (2) Other	20.70 yen/kg	Free	Free
1513.29.00	Other			
	100 1 Palm kernel oil and its fractions	7%	4%	Free
	200 2 Babassu oil and its fractions	20.70 yen/kg	Free	Free
15.14	Rape, colza or mustard oil and fractions thereof, whether or not refined, but not chemically modified			
	Low erucic acid rape or colza oil and its fractions :			
1514.11.00	Crude oil			
	100 1 Of an acid value exceeding 0.6	17 yen/kg	10.90 yen/kg	
	200 2 Other	20.70 yen/kg	13.20 yen/kg	
1514.19.00	0 Other	20.70 yen/kg	13.20 yen/kg	
	Other :			
1514.91	Crude oil			
	100 1 Of an acid value exceeding 0.6	17 yen/kg	10.90 yen/kg	
	200 2 Other	20.70 yen/kg	13.20 yen/kg	
1514.99	0 Other	20.70 yen/kg	13.20 yen/kg	
15.15	Other fixed vegetable or microbial fats and oils (including jojoba oil) and their fractions, whether or not refined, but not chemically modified			
	Linseed oil and its fractions :			
1515.11.00	0 Crude oil	10% or 11 yen/kg, whichever is the greater	5% or 5.50 yen/kg, whichever is the greater	
1515.19.00	0 Other	10% or 11 yen/kg, whichever is the greater	5% or 5.50 yen/kg, whichever is the greater	
	Maize (corn) oil and its fractions :			
1515.21.00	Crude oil			
	100 1 Of an acid value exceeding 0.6	10 yen/kg	5 yen/kg	
	200 2 Other	20.70 yen/kg	10.40 yen/kg	
1515.29.00	0 Other	20.70 yen/kg	10.40 yen/kg	
1515.30.00	0 Castor oil and its fractions	7%	4.5%	Free
1515.50.00	Sesame oil and its fractions			
	100 1 Of an acid value exceeding 0.6	17 yen/kg	8.50 yen/kg	
	200 2 Other	20.70 yen/kg	10.40 yen/kg	
1515.60	Microbial fats and oils and their fractions			
	100 1 Of an acid value exceeding 0.6	17 yen/kg	8.50 yen/kg	
	200 2 Other	20.70 yen/kg	10.40 yen/kg	
1515.90	Other			
	1 Oiticica oil and its fractions, tung oil and its fractions	Free		
	110 - Tung oil and its fractions		(Free)	Free
	190 - Other		(Free)	Free
	2 Camellia oil, Urushi wax and Haze wax and their fractions	5%		
	200 - Camellia oil and its fractions		Free	Free
	300 - Urushi wax and Haze wax and their fractions		4%	Free
	600 3 Jojoba oil and its fractions	7.5%	Free	Free
	4 Other			
	(1) Of an acid value exceeding 0.6	17 yen/kg	8.50 yen/kg	
	410 - Rice bran oil and its fractions			
	510 - Other			
	(2) Other	20.70 yen/kg	10.40 yen/kg	
	420 - Rice bran oil and its fractions			
	520 - Other			

Sumber: Japan Custom, 2022

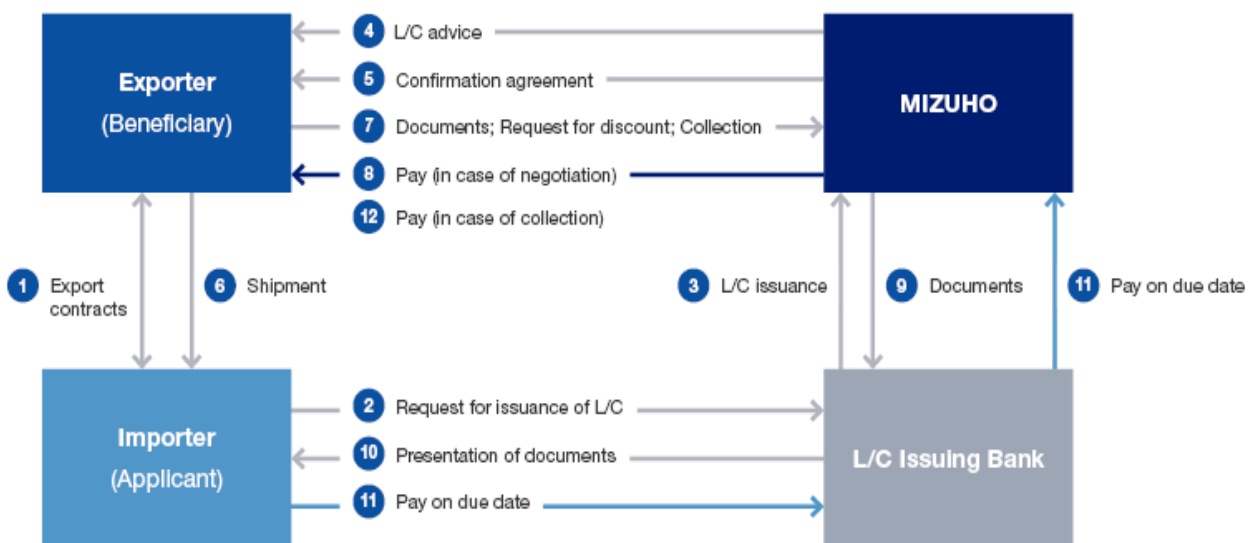
3.3. METODE TRANSAKSI

Terdapat beberapa metode transaksi yang digunakan untuk melakukan pembayaran ekspor-impor di Jepang yakni uang muka atau *cash in advance*, *letter of credit (L/C)*, *promissory note*, *collection*, *open account*, dan penjualan konsinyasi. Faktor utama dalam menentukan metode pembayaran adalah tingkat kepercayaan pada kemampuan dan kemauan pembeli untuk membayar. Dari beberapa metode transaksi ekspor-impor, *letter of credit (L/C)* adalah metode yang paling umum digunakan dalam transaksi internasional. *Letter of credit (L/C)* memberikan jaminan pembayaran kepada eksportir dengan berbagai persyaratan dan ketentuan yang telah ditetapkan. Terdapat 2 (dua) jenis *letter of credit (L/C)* yakni *open confirmation* dan *silent confirmation*.



Gambar 3.4. Bagan Letter of Credit (L/C) Open Confirmation

Sumber: Mizuho Bank, 2022



Gambar 3.5. Bagan Letter of credit (L/C) Silent Confirmation

Sumber: Mizuho Bank, 2022

3.4. INFORMASI HARGA

Secara *unit value*, harga impor *cooking oil* yang termahal adalah *olive oil* dengan harga USD 4,6 per kg (sekitar Rp 67.000 per kg atau JPY 588 per kg) di tahun 2021. Selain *olive oils*, harga impor *groundnut oil* juga relatif mahal yaitu USD 4,1 per kg (sekitar Rp 59.673 per kg atau JPY 525 per kg). Adapun harga *cooking oils* lainnya seperti *rapeseed oil*, *soybean oil*, *coconut oil* dan *sunflower oil* cenderung berada di kisaran yang sama yaitu diantara USD 1,5-1,7 per kg (sekitar Rp 22.000 – 25.000 per kg atau JPY 191-217 per kg). *Palm oil* menjadi produk *cooking oil* termurah dengan harga *unit value* impor sebesar USD 1,1 per kg (sekitar Rp 16.000 per kg atau JPY 140 per kg). Meskipun paling murah, namun berdasarkan *survey* konsumen *palm oils* belum banyak digunakan di tingkat end-consumer. Oleh karena itu, harga bukan menjadi satu-satunya faktor utama bagi konsumen Jepang dalam menentukan jenis *cooking oils* yang digunakan melainkan faktor dampaknya bagi Kesehatan.

Tabel 3.5. Harga Impor Produk *Cooking oil* di Pasar Jepang

Kelompok Produk	Unit Value (USD/Kg)					Growth (%)	Trend (%)	Share (%)
	2017	2018	2019	2020	2021	21/20	17-21	2021
Coconut oil	1,6	1,3	0,9	1,0	1,6	60,3	(2,9)	100,0
Groundnut oil	3,2	2,9	3,0	4,1	4,1	(1,3)	8,5	263,2
Minyak nabati lainnya, termasuk Linseed oil, J	2,2	2,1	2,0	2,1	2,2	3,7	(0,1)	139,6
Olive oil	5,5	5,4	4,5	4,0	4,6	15,3	(6,6)	296,6
Palm oil	0,7	0,7	0,6	0,7	1,1	47,3	7,3	68,2
Rapeseed oil	1,1	1,1	0,9	1,0	1,6	61,7	6,2	102,6
Soybean oil	1,9	1,3	1,1	1,5	1,7	10,9	(0,6)	108,9
Sunflower oil	1,3	1,2	1,3	1,3	1,5	17,2	4,2	96,9

Sumber: ITC Trademap, 2022

Lebih lanjut, harga ritel domestik produk *cooking oil* memiliki *range* dan *margin* yang sangat besar bergantung pada jenisnya. Sama halnya dengan harga impor, harga *olive oil* merupakan yang termahal, harga ecerannya dapat menyentuh angka JPY 8.600 per Kg. Sama halnya dengan *olive oil*, harga *linseed oils* juga relatif mahal hingga mencapai JPY 6.000 per Kg. Sementara jenis *cooking oils* lainnya dijual dengan kisaran harga JPY 3.000 – 5.000 per kg (Tabel 3.6).

Tabel 3.6. Harga Domestik Produk *Cooking oil* di Pasar Jepang

Kelompok Produk	Range Harga (Per Kg)
Coconut Oil	JPY 4.000 – 4.937
Groundnut Oil	JPY 1.800 – 5.000
Linseed/Flaxseed Oil	JPY 5.500 – 6.240
Olive Oil	JPY .500 – 8.660
Palm Oil	JPY 2.600 – 3.500
Rapeseed Oil	JPY 800 – 5.000
Soybean Oil	JPY 1.000 – 1.800
Sunflower Oil	JPY 1.000 – 3.900

Sumber: Hasil Pengamatan, 2022

3.5. KOMPETITOR

Untuk dapat masuk ke pasar Jepang, eksportir Indonesia harus memahami pemain utama dan peta persaingan domestik di pasar cooking oils Jepang. *Nisshin Oillio, Ajinomoto Co. Inc.* dan *Kadoya Sesame Mills Inc.* merupakan 3 (tiga) perusahaan *manufacturer* dan pemegang merk dengan pangsa pasar terbesar di Jepang. Pada tahun 2021, *Nisshin Oillio Group Ltd.* menjadi pemain terbesar dengan nilai penjualan di tahun 2021 mencapai USD 832,6 juta, mewakili sebesar 47,9% dari total pangsa pasar. Penjualan perusahaan tumbuh rata-rata sebesar 3,8% dari 2017 hingga 2021. Ajinomoto, Co. Inc. sebagai pemain kedua terbesar dalam pasar *cooking oil* di pasar Jepang berhasil membukukan penjualan sebesar USD 152,8 juta (pangsa pasar: 8,8%). Meskipun memiliki pangsa pasar yang cukup besar, tren penjualan *cooking oil* Ajinomoto Co. Inc. mengalami tren penurunan sebesar 5,7% per tahun selama 2017-2021. Selanjutnya, pada periode yang sama, nilai penjualan Kadoya Sesame Mills, Inc. tercatat mencapai USD 94,9 juta dan merupakan pemain ketiga terbesar dengan pangsa 5,5%. Selama tahun 2017 hingga 2021, penjualan Kadoya Sesame Mills Inc meningkat rata-rata 4,6% per tahun. Sedangkan perusahaan lainnya cenderung memiliki pangsa yang jauh lebih rendah dibandingkan ketiga perusahaan tersebut. Oleh karena itu, untuk memudahkan dalam melakukan penetrasi pasar, eksportir Indonesia perlu menjajaki kemungkinan kerja sama dengan beberapa pemain kunci (*key players*) di pasar *cooking oils* Jepang seperti *Nisshin Oillio, Ajinomoto Co. Inc.* dan *Kadoya Sesame Mills Inc.*

Tabel 3.7. Penjualan *Cooking Oil* Menurut Perusahaan Produsen di Pasar Jepang (USD Juta)

Company	2017	2018	2019	2020	2021	CAGR* % 2017- 2021
Nisshin Oillio Group Ltd	718,3	730,1	741,9	816,6	832,6	3,8
Ajinomoto Co Inc	193,3	181,2	169,6	174,4	152,8	-5,7
Kadoya Sesame Mills Inc	79,2	79,8	80,7	94,7	94,9	4,6
Deoleo SA	32,4	33,0	34,3	42,5	38,1	4,2
Takemoto Oil & Fat Co Ltd	18,6	23,8	24,6	28,9	30,1	12,8

Company	2017	2018	2019	2020	2021	CAGR* % 2017- 2021
Bright Food (Group) Co Ltd	31,8	32,4	32,8	28,0	23,5	-7,3
Solleone Olive Co	12,0	12,0	12,7	12,8	12,6	1,3
Mataluni SpA (Gruppo Mataluni)	11,9	11,9	12,7	11,1	10,7	-2,5
Private label	50,0	49,0	49,7	53,9	58,8	4,1
Others	305,8	349,7	429,5	466,1	484,7	12,2

Sumber: Euromonitor dalam Canada Market Intellegence, 2022

Selain memahami peta persaingan dalam negeri, eksportir Indonesia juga akan dihadapkan dengan persaingan oleh produk impor yang berasal dari negara lain. Berdasarkan data dari ITC Trademap (2022), Malaysia merupakan negara pemasok utama produk *cooking oil* untuk jenis *palm oils* di pasar Jepang dengan pangsa 34,7%. Indonesia berada pada posisi ke-2 dengan pangsa 22,2%. Baik impor dari Malaysia maupun dari Indonesia masih menunjukkan adanya tren peningkatan sejak lima tahun yang lalu dengan rata-rata pertumbuhan masing-masing sebesar 4,2% dan 4,4% per tahun. Selain *palm oils*, *sunflower oils* menjadi salah satu produk yang juga mengalami peningkatan impor positif selama 5 (lima) tahun terakhir. Selama ini, Jepang mendapatkan pasokan atas produk *sunflower oils* dari Rusia dan Ukraina. Namun demikian, dengan adanya perang yang melibatkan kedua negara yang ditandai dengan invasi Rusia terhadap Ukraina pada 24 Februari 2022, telah terjadi disrupti pasokan produk yang berasal dari kedua negara tersebut ke pasar Jepang. Indonesia diharapkan dapat mengisi potensi kekosongan *cooking oils* di pasar Jepang yang selama ini dipasok dari Rusia dan Ukraina.

BAB IV KESIMPULAN

Pasar *cooking oils* di Jepang masih sangat potensial untuk dikembangkan oleh Indonesia, namun demikian terdapat beberapa hal yang perlu untuk terus dikembangkan dalam rangka perluasan pasar *cooking oils* Indonesia di pasar Jepang. Berdasarkan hasil analisis, hal-hal yang dapat disimpulkan dan perlu ditindaklanjuti dalam pengembangan pasar *cooking oils* di Jepang adalah sebagai berikut:

1. Pada tahun 2021, penjualan ritel domestik di pasar Jepang untuk produk *cooking oils* tercatat mencapai USD 1,7 miliar. Penjualan *cooking oils* tersebut diproyeksikan akan terus tumbuh sebesar 1,2% per tahun pada tahun 2022 hingga 2026. Pasar yang masih terus tumbuh tersebut menjadikan Jepang sebagai salah satu pasar *cooking oils* prospektif.
2. Jepang adalah *net importir* dan pasar *cooking oils* terbesar ke-19 di dunia dengan nilai impor senilai USD 1,4 miliar sedangkan nilai eksportnya hanya mencapai USD 94,1 juta. Selama periode 2017 hingga 2021, impor *cooking oils* Jepang meningkat sebesar 1,9%.
3. Berdasarkan kelompok produk, jenis *cooking oil* Jepang yang paling banyak diimpor adalah *palm oil* dengan pangsa sebesar 48,6% dari total impor *cooking oils* Jepang. Meskipun *palm oils* menjadi jenis yang paling banyak diimpor, namun penggunaannya sebagai *cooking oils* bagi *end-consumer* Jepang masih relatif terbatas. *Palm oils* di Jepang banyak diperuntukkan sebagai bahan baku industri.
4. *Olive oils* adalah produk yang paling populer. Meskipun demikian, dari segi penjualan ritel domestik di pasar Jepang, pangsa penjualan *other edible oils* seperti *sesame oil*, *sunflower oils*, *coconut oils*, *grapeseed oil*, *groundnut oil*, dan *walnut oil* secara kumulatif terus meningkat. Hal ini menunjukkan bahwa pasar *cooking oils* Jepang sangat terdiversifikasi sehingga memungkinkan bagi jenis *cooking oils* lainnya untuk masuk ke pasar.
5. Sebagian produk *other edible oils* Jepang yakni produk *sunflower oils* dipasok dari Rusia dan Ukraina. Pasokan produk dari Rusia dan Ukraina diprediksi akan mengalami hambatan akibat perang yang melibatkan kedua negara. Hal ini menjadi peluang bagi Indonesia untuk mengisi kekurangan kebutuhan *cooking oils* Jepang yang selama ini diperoleh dari Rusia dan Ukraina, untuk melakukan pengalihan (*shifting*) ke jenis yang lain yaitu *palm oils*. Potensi pasar yang ditinggalkan oleh Rusia dan Ukraina secara agregat diperkirakan mencapai USD 9,8 Juta.
6. Saluran distribusi di dalam negeri terbagi menjadi 2 (dua) saluran yaitu *store-based retailing* (toko ritel) dan *non-store retailing* (non-toko). Sekitar 94,3% penjualan *cooking oil* Jepang dilakukan melalui toko ritel (*store-based retailing*). Sedangkan untuk impor, produk *cooking oils* biasanya diimpor oleh importir

produsen (*manufacturer*), importir *trading company* besar (*shogo shosha*), importir kecil dan menengah serta *grocery retailers* seperti supermarket besar yang telah memiliki kemampuan untuk mengimpor.

7. Produk *cooking oil* yang dipasarkan di Jepang harus memenuhi standar yang telah ditetapkan dalam *Japan Agricultural Standard (JAS)*. Perolehan sertifikasi berdasarkan *JAS Act* bersifat sukarela. Namun demikian, konsumen Jepang meyakini bahwa produk yang telah mendapatkan sertifikasi JAS merupakan produk yang sehat sehingga daya saing dan preferensi konsumen terhadap produk tersebut meningkat.
8. Selain kualitas produk yang baik, semua produk impor wajib memenuhi standar pelabelan yang telah ditetapkan. Label pada kemasan juga harus memperhatikan ketentuan *recycling* dan *sustainability*.
9. Pada dasarnya tidak terdapat ketentuan khusus mengenai impor produk makanan dalam hal ini *cooking oils* di pasar Jepang. Prosedur impor Jepang, secara umum terbagi ke dalam 3 (tiga) tahapan: pengajuan pemberitahuan impor atau *import notification submission*, proses pemeriksaan atau *inspection process*, dan perolehan sertifikat pemberitahuan atau *certificate of notification*. Namun demikian, beberapa dokumen pendukung yang dianggap penting dan diperlukan khususnya bagi produk yang pertama kali diimpor ke Jepang adalah sertifikat HACCP.
10. Produk *cooking oil* dari Indonesia seluruhnya telah mendapatkan tarif BM sebesar 0% berdasarkan kerangka perjanjian perdagangan *Indonesia-Japan Economic Partnership Agreement (IJEPA)*.
11. Berdasarkan nilai *unit value* impor, *palm oils* merupakan jenis *cooking oils* yang memiliki harga termurah. Meskipun demikian, harga bukan menjadi satu-satunya faktor utama bagi konsumen Jepang dalam menentukan jenis *cooking oils* yang digunakan, melainkan faktor dampaknya bagi Kesehatan.
12. Kampanye-kampanye positif perlu untuk terus disuarakan kepada para pelaku usaha dan konsumen Jepang khususnya yang terkait dengan dampaknya kesehatan serta perkebunan kelapa sawit yang berkelanjutan (*sustainable*).
13. Untuk dapat masuk ke pasar Jepang, eksportir Indonesia harus memahami pemain utama dalam peta persaingan domestik di pasar *cooking oils* Jepang. *Nisshin Oil Co., Ajinomoto Co. Inc.* dan *Kadoya Sesame Mills Inc.* merupakan 3 (tiga) perusahaan *manufacturer* dan pemegang merk dengan pangsa pasar terbesar di Jepang. Selain memahami peta persaingan dalam negeri, eksportir Indonesia juga akan dihadapkan dengan persaingan oleh produk impor. Malaysia merupakan pemasok utama sekaligus kompetitor utama Indonesia.
14. Upaya promosi berupa peninjauan kerjasama bisnis, keikutsertaan dalam pameran dagang serta kampanye positif terhadap produk *palm oils* harus terus dilakukan untuk dapat meningkatkan pangsa *cooking oils* Indonesia di pasar Jepang.

LAMPIRAN

1. DAFTAR IMPORTIR, RETAILER, DAN ASOSIASI

Nama	Kontak dan Website
Informasi mengenai Asosiasi	
<i>Japan Oilseed Processors Association</i>	https://www.oil.or.jp/

Boso oil and fat Co., Ltd.

2-17-1 Hinode, Funabashi-shi, Chiba 273-0015, Japan
TEL: +81-47-433-5551

FUJI OIL CO., LTD.

1 Sumiyoshi-cho, Izumisano-shi, Osaka 598-8540, Japan
TEL: +81-72-463-1511

ITOH OIL CHEMICALS CO., LTD.

16-41 Suehiro-cho, Yokkaichi-shi, Mie 510-0052, Japan
TEL: +81-59-352-5101

IWAI SESAME OIL Co., Ltd.

2-1-26 Hashimoto-cho, Kanagawa-ku, Yokohama-shi, Kanagawa 221-0053, Japan
TEL: +81-45-441-2033

J-OIL MILLS, INC.

St. Luke's Tower, 8-1 Akashi-cho, Chuo-ku, Tokyo 104-0044, Japan
TEL: +81-3-5148-7100

Kadoya Sesame Mills Incorporated

8-2-8 Nishi-Gotanda, Shinagawa-ku, Tokyo 141-0031, Japan
TEL: +81-3-3492-5545

KATO OIL MILL CO., LTD.

5-8-1 Chikko, Tamano-shi, Okayama 706-0002, Japan
TEL: +81-863-31-2222

Kuki Sangyo Co., Ltd.

8-18 Nakanaya-cho, Yokkaichi-shi, Mie 510-0048, Japan
TEL: +81-59-352-7541

NIHON SHOKUJIN KAKO CO., LTD.

Marunouchi Kitaguchi Building 20th Floor, 1-6-5 Marunouchi, Chiyoda-ku, Tokyo 100-0005, Japan
TEL: +81-3-3212-9111

The Nisshin Oil Co. Group, Ltd.

1-23-1 Shinkawa, Chuo-ku, Tokyo 104-8285, Japan
TEL: +81-3-3206-5005

OKAMURA OIL MILL, LTD.

4-5 Kawahara-cho, Kashiwara-shi, Osaka 582-0004, Japan
TEL: +81-72-971-3181

OTA OIL CO., LTD.

28 Shimoaraoi, Fukuoka-cho, Okazaki-shi, Aichi 444-0825, Japan
TEL: +81-564-51-9521

RIKEN Nosan-Kako Co., Ltd.

6-8-49 Hakozaifuto, Higashi-ku, Fukuoka-shi, Fukuoka 812-0051, Japan
TEL: +81-92-641-1241

Showa Sangyo Co., Ltd.

Kamakuragashi Bldg., 2-2-1 Uchikanda, Chiyoda-ku, Tokyo 101-8521, Japan
TEL: +81-3-3257-2011

Summit Oil Mill Co., Ltd.

38 Shinminato, Mihama-ku, Chiba-shi, Chiba 261-0002, Japan
TEL: +81-3-242-3351

TAKEMOTO OIL & FAT Co., Ltd.

11 Hama-cho, Gamagori-shi, Aichi 443-0036, Japan
TEL: +81-533-68-2116

Tsuji Oil Mills Co., Ltd.

565-1 Ureshino-niwanosho-cho, Matsusaka-shi, Mie 515-2314, Japan
TEL: +81-598-42-1711

TSUNO FOOD INDUSTRIAL Co., Ltd.

94 Shinden, Katsuragi-cho, Ito-gun, Wakayama 649-7194, Japan
TEL: +81-736-22-0061

Japan Industrial Cooperative Association of Rice Bran Oil

Tokyo Kashi Kyokai Building #302, 1-18-10 Iriya, Taito-ku, Tokyo 110-0013, Japan
TEL: +81-3-5824-0624

2. DAFTAR PAMERAN

Nama	Kontak dan Website
Informasi mengenai Pameran Dagang di Jepang	
FOODEX JAPAN	http://www3.jma.or.jp/foodex/en/
Supermarket Trade Show	http://www.smts.jp/en/
International Food Ingredients and Additives Exhibition (IFIA) Japan	http://www.ifiajapan.com
The Food and Beverage Expo (FABEX)	http://www.fabex.jp

3. SUMBER INFORMASI YANG BERGUNA

Nama	Kontak dan Website
Informasi mengenai Regulasi Impor di Jepang	
Jetro's Specifications and Standards for Foods, Food Additives, etc. Under the Food Sanitation Act (2010)	http://www.jetro.go.jp/en/reports/regulations/pdf/foodext201112e.pdf
<i>Food Sanitation Act</i>	Inspection and Safety Division, Department of Food Safety, Pharmaceutical and Food Safety Bureau, Ministry of Health, Labour and Welfare TEL: +81-3-5253-1111 http://www.mhlw.go.jp
Japan Customs	Customs and Tariff Bureau, 3-1-1 Kasumigaseki, Chiyoda-ku, Tokyo 100-8940, JAPAN http://www.customs.go.jp/english/
Act for Standardization and Proper Labelling of Agricultural and Forestry Products	Labelling and Standards Division, Food Safety and Consumer Affairs Bureau, Ministry of Agriculture, Forestry and Fisheries TEL: +81-3-3502-8111 http://www.maff.go.jp
Japan External Trade Organization (JETRO)	Ark Mori Building, 6F 12-32, Akasaka 1-chome, Minato-ku, Tokyo 1076006, Japan Tel: +81-3-3582-5511 https://www.jetro.go.jp/en/

4. Lampiran Contoh *Import Notification*

Name and address of importer (Or name of importing corporation and its address)

Notification Receipt Number		*1		Name	
Classification of Notification		Prior Notification / Planned Import		Address	
Code of Importer				(Telephone Number)	
Name and Code of Country of Production				Registration Number of Importer Responsible for Food Sanitation	
Name, Address and Code of Manufacturer					
Name, Address and Code of Manufacturing Factory					
Name and Code of Port of Loading				Date of Loading	_____(Month) _____(Day) _____(Year)
Name and Code of Port of Discharge				Date of Arrival	_____(Month) _____(Day) _____(Year)
Name and Code of Warehouse				Date of Storage	_____(Month) _____(Day) _____(Year)
				Date of Notification	_____(Month) _____(Day) _____(Year)
Marks and Numbers of Cargo				Accident Brief Explanation (if Yes)	Yes / No
Ship Name or Flight Number of Aircraft				Name and Code of Submitter	
1	Classification of Cargo	Food / Food Additive / Apparatus / Container-Package/ Toy	Continuous Import	Y • N	Sanitary Certificate Number
Item Code				If the cargo includes processed food, describe its ingredients and their codes.	
Description of Article				If the cargo includes apparatuses, container/packages or toys, describe the raw materials and their codes.	
Shipped Volume (Number of Units)				If the cargo includes food with additives, describe the names and codes of additives.	
Shipped Volume (Weight)		kg		If the cargo includes manufacturing agents in the additives, describe the names and codes of additives. (Additives used as flavoring agents are excluded for either case.)	
Usage and its Code				*2	
Kind of Package and its Code				*2	
Registration Number 1					
Registration Number 2					
Registration Number 3					
If the cargo includes processed food, describe the method of manufacturing or processing, and its code.					
Remarks				Stamp for Receiving Notification	

1	Classification of Cargo	Food / Food Additive / Apparatus / Container- Package/ Toy	Continuous Import	Y • N	Sanitary Certificate Number															
Item Code						If the cargo includes processed food, describe its ingredients and their codes. If the cargo includes apparatuses, container/packages or toys, describe the raw materials and their codes.														
Description of Article																				
Shipped Volume (Number of Units)																				
Shipped Volume (Weight)					kg															
Usage and its Code						If the cargo includes food with additives, describe the names and codes of additives. If the cargo includes manufacturing agents in the additives, describe the names and codes of additives. (Additives used as flavoring agents are excluded for either case.)	*2													
Kind of Package and its Code							*2													
Registration Number 1																				
Registration Number 2																				
Registration Number 3																				
If the cargo includes processed food, describe the method of manufacturing or processing, and its code.																				
Remarks															Stamp for Receiving Notification					

1	Classification of Cargo	Food / Food Additive / Apparatus / Container- Package/ Toy	Continuous Import	Y • N	Sanitary Certificate Number															
Item Code						If the cargo includes processed food, describe its ingredients and their codes. If the cargo includes apparatuses, container/packages or toys, describe the raw materials and their codes.														
Description of Article																				
Shipped Volume (Number of Units)																				
Shipped Volume (Weight)					kg															
Usage and its Code						If the cargo includes food with additives, describe the names and codes of additives. If the cargo includes manufacturing agents in the additives, describe the names and codes of additives. (Additives used as flavoring agents are excluded for either case.)	*2													
Kind of Package and its Code							*2													
Registration Number 1																				
Registration Number 2																				
Registration Number 3																				
If the cargo includes processed food, describe the method of manufacturing or processing, and its code.																				
Remarks															Stamp for Receiving Notification					

Sumber: <https://www.mhlw.go.jp/>, 2022