

Peluang Ekspor Produk Indonesia ke Jepang dan Event Promosi 2025 di Jepang

21 Februari 2025

Merry Astrid Indriasari
Atase Perdagangan Tokyo



INFORMASI UMUM



Pertumbuhan ekonomi Jepang di tahun 2023 mencapai 1,9%, naik signifikan dari tahun 2022 mencapai 0,96%. Kondisi ini didukung oleh pertumbuhan GDP di sektor pertanian, transportasi dan jasa umum. Memasuki kuartal ke-2 tahun 2024, pertumbuhan Jepang mencapai 0,8%, lebih tinggi dari periode yang sama tahun 2023.



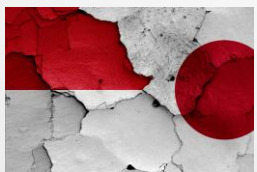
Jepang adalah negara kepulauan dengan populasi 124 juta jiwa (per 2023), yang terus menurun sejak 2008 yang mencapai 128 juta jiwa. Per tahun 2023, angka kelahiran di Jepang turun 5,1% dibanding tahun sebelumnya. Terjadi juga peningkatan usia lansia (>65 tahun) yang diprediksi mencapai 41% dari populasi di tahun 2100. Hal ini berdampak pada menurunnya populasi usia produktif di Jepang yang diprediksi mencapai 51% di tahun 2100.



Pelaku UKM/kreatif Jepang berjumlah 3,58 juta atau 99,7% dari total pebisnis di Jepang, serta turut berkontribusi menyediakan 70% lapangan pekerjaan di Jepang. Penguatan UKM di Jepang didukung lintas K/L, yaitu METI, sebagai regulator tingkat nasional, *SME Agency*, merupakan konsolidasi berbagai lembaga yaitu *SME Support Japan (SMRJ)*, *JETRO*, *Japan Finance Corporation/Shoko Chukin Bank* serta *Credit Guarantee Corporation*; dan Pemerintah Prefektur (daerah), sebagai regulator tingkat lokal/daerah untuk dukungan *budget* dan mendirikan *SME Regional Support Centres*.



Jepang menduduki peringkat ke-4 sebagai negara tujuan ekspor setelah RRT, Amerika Serikat, dan India dengan nilai ekspor non migas mencapai USD 18,58 miliar (2024) dan ke-2 sebagai mitra dagang utama Indonesia dengan total nilai perdagangan non migas USD 33,34 milyar (2024). Pertumbuhan nilai ekspor ini berkontribusi pada neraca perdagangan Indonesia-Jepang yang mengalami surplus non migas sekitar USD 3,71 miliar pada periode yang sama.



Hubungan perdagangan Indonesia dan Jepang, diperkuat dengan Kesepakatan Dagang melalui skema Indonesia Japan Economic Partnership Agreement (IJEPA), ASEAN Japan Comprehensive Economic Partnership (AJCEP) dan Regional Comprehensive Economic Partnership (RCEP)

NERACA PERDAGANGAN INDONESIA - JEPANG

TAHUN 2024

No.	URAIAN	NILAI : US\$ (milyar)				Perub. % Trend (%)	
		2021	2022	2023	2024	23/24	21 - 24
I.	Ekspor	17,87	24,85	20,78	20,71	-0.39	2.66
	- Migas	0,97	1,65	1,9	2,13	11.82	28
	- Non Migas	16,89	23,2	18,88	18,58	-1.62	0.8
II.	Impor	14,64	17,2	16,51	14,96	-9.4	0.26
	- Migas	0,38	0,98	0,78	0,99	27.13	29.91
	- Non Migas	14,60	17,08	16,44	14,86	-9.57	0.15
III.	Total Perdagangan	32,52	42,03	37,30	35,67	-4.38	1.6
	- Migas	1,02	1,75	1,98	2,23	12.42	28.05
	- Non Migas	31,5	40,27	35,32	33,44	-5.32	0.49
IV.	Neraca	3,23	7,68	4,27	5,77	34.47	12.08
	- Migas	0,94	1,55	1,82	2,03	11.16	27.95
	- Non Migas	2,29	6,12	2,44	3,71	51.85	5.5

Ekspor Non Migas 2024
USD 18,58 milyar (- 1,62%)

Impor Non Migas 2024
USD 14,86 milyar (- 21,7%)

Neraca Perdagangan Non Migas
Tahun 2024 USD 3,71 milyar
(51,85%)

Surplus Perdagangan RI didorong
oleh penurunan impor non migas
dari Jepang sebesar 9,57% (YoY)

Perlemahan nilai tukar Yen
dalam kurun 3 tahun terakhir
turut mempengaruhi kinerja
ekspor Jepang ke Dunia,
termasuk Necara Perdagangan
dengan RRT yang turun 6,1%

Sumber : BPS (diolah PDSI Kemendag, 2025)



KOMODITI EKSPOR UTAMA INDONESIA KE JEPANG

NO	HS	URAIAN	NILAI : US\$ (milyar)				Perub. %	Trend (%)
			2021	2022	2023	2024	23/24	21 - 24
1	27	Batubara	2,55	7,18	4,76	3,87	-18.74	8.75
2	26	Bijih logam, terak dan abu	1,54	2,29	1,89	1,99	5.16	5.97
3	71	Mutiara alam/budidaya, batu mulia/semi mulia	1,19	1,24	1,80	1,89	136.3	12.7
4	85	Mesin & perl. elektrik	1,53	1,54	1,66	1,71	2.93	4.05
5	75	Nikel & barang daripadanya	0,96	1,24	1,28	1,05	-17.99	3.17
6	40	Karet & barang daripadanya	1,03	1,01	0,74	0,83	12.78	-9.15
7	44	Kayu/barang dari kayu/arang kayu	0,88	1,05	0,73	0,72	-0.9	-9.17
8	84	Reaktor nuklir, mesin & peralatan mekanis	0,77	0,82	0,65	0,64	-1.99	-7.8
9	39	Plastik & barang daripadanya	0,50	0,56	0,50	0,51	2.74	-0.36
10	14	Bahan anyaman nabati	0,34	0,39	0,55	0,50	-8.96	15.89
11	87	Kendaraan selain bergerak di atas rel	0,67	0,64	0,74	0,47	-35.69	-8.85
12	62	Pakaian & aksesoris pakaian, bukan rajutan atau kaitan	0,33	0,36	0,42	0,39	-7.25	7.05
13	03	Ikan dan krustasea	0,43	0,51	0,45	0,39	-13.41	-4.11
14	64	Alas kaki	0,30	0,36	0,35	0,37	7.36	6.19
15	48	Kertas/kertas karton/barang dari pulp kertas	0,37	0,36	0,37	0,36	-2.83	-0.14
16	29	Bahan Kimia Organik	0,31	0,41	0,26	0,28	6.34	-7
17	61	Pakaian & aksesoris pakaian, barang rajutan atau kaitan	0,33	0,28	0,28	0,23	-19.48	-10.78
18	38	Aneka produk kimia	0,28	0,31	0,21	0,15	-30.2	-20.02
19	16	Olahan dari daging, ikan/krustasea/moluska	0,15	0,18	0,15	0,14	-8.31	-4.35
20	94	Perabotan; bangunan prapabrikasi	0,19	0,17	0,14	0,13	-5.72	-12.27
21	09	Kopi, teh, mate dan rempah	0,086	0,085	0,085	0,12	35.52	8.98
22	55	Serat stapel buatan	0,14	0,15	0,14	0,12	-14.62	-4.62
23	15	Lemak dan minyak hewani	0,31	0,23	0,12	0,11	-3.07	-31.38
24	73	Barang dari besi dan baja	0,13	0,12	0,11	0,11	-8.26	-6.66
25	92	Instrumen musik	0,11	0,11	0,10	0,10	1.15	-2.34
26	80	Timah dan barang daripadanya	0,25	0,19	0,098	0,083	-14.73	-32.97
27	54	Filamen buatan	0,070	0,086	0,086	0,078	-8.85	3.08
28	28	Bahan kimia anorganik	0,10	0,21	0,091	0,066	-27.73	-19.64
29	52	Kapas	0,09	0,090	0,069	0,059	-14.34	-13.84
30	63	Barang tekstil sudah jadi lainnya	0,072	0,064	0,054	0,039	-27.61	-17.86

Ekspor Indonesia ke Jepang didominasi komoditi mentah atau olahan intermediet

Beberapa produk utama mengalami tren pertumbuhan positif >5% yaitu Mutiara/batu mulia, apparel/aksesoris, alas kaki, bahan tanaman nabati dan kopi/teh/rempah

Produk manufaktur Indonesia yang masuk dalam 10 besar ekspor utama adalah kayu/produk kayu, produk plastik, mesin & peralatan Listrik, serta produk perhiasan/bahan baku

Beberapa produk lain yang berpotensi didorong peningkatan ekspor adalah alas kaki, apparel/pakaian jadi, produk tekstil,



PREFERENSI KONSUMEN JEPANG



Harga sesuai dengan kualitas produk



Praktis, mudah dan efisien untuk digunakan/dikonsumsi



Produk yang memperhatikan dampak sosial dan lingkungan hidup



Mengutamakan kualitas dan keamanan produk



Memiliki citarasa unik dan berbeda



Reputasi produk dan produsen



Kesadaran akan produk pangan sehat, higienis dan bermanfaat



Produk dan kemasan berbahan baku yang berkelanjutan



Kemasan yang menarik



KIAT MASUK PASAR JEPANG

Kenali Produk dan Analisa Pasar

- Mendokumentasikan ketertelusuran produk,
- Mengukur daya saing produk di pasar Jepang,
- Menentukan segmen pasar konsumen



Memahami Regulasi di negara tujuan Ekspor

- Galon eksportir wajib mengetahui, memahami dan mentaati prosedur/regulasi di negara tujuan
- Memanfaatkan perjanjian Perdagangan (IJEPA, AJCEP, RCEP)



Aktivasi Promosi

- Partisipasi pameran B2B, B2C, in store promotion, pop up store
- Bermitra dengan perusahaan yang berpengalaman
- marketplace aggregator Indonesia (B to C) atau marketplace asing/cross border
- Trade Tied Up Partnership Program – JETRO – B to B
- Business Matching/Meeting



Menentukan metode pembayaran yang tepat serta memilih Forwarder yang tepat

- pengalaman dan keahlian, reputasi, reliability, customer service, cost and value, dsb dalam memilih forwarder
- Pertimbangan skema pembayaran LCT



TANTANGAN MASUK PASAR JEPANG

Regulasi

- Ketentuan Label dan Pengemasan
- Uji dan Prosedur Sertifikasi
- Hambatan Tarif dan Non Tarif
- Products Recalls

Akses Pasar dan Distribusi

- Persaingan domestik yang ketat
- Logistik dan infrastruktur
- Jaringan distribusi yang kompleks
- Mengutamakan kualitas

Budaya dan Praktek Bisnis

- Bahasa
- Komunikasi
- Hubungan kerja
- Preferensi Konsumen/tren

Lainnya

- Pendaftaran Hak Paten/Trademark
- Nilai tukar yang berfluktuasi --> pelemahan JPY
- Periode kadaluarsa produk
- Penetapan harga



REGULASI IMPOR PRODUK KEBERKELANJUTAN DI

JEPANG

Produk Biomassa

Palm Kernel Shell (Cangkang Sawit)



Mandatory sejak April 2024, berasal dari industri yang memiliki Sertifikasi *Green Gold Label* (GGL)



Perlu upaya recognisi ISPO sebagai persyaratan impor

Wood Pellet (pellet/serpihan kayu)



Preferensi utama konsumen adalah produk yang memiliki sertifikasi *Forest Stewardship Council* (FSC) atau *Programme for the Endorsement of Forest Certification* (PEFC), meskipun SVLK masih diterima



Perlu ditingkatkan promosi kepada konsumen Jepang, agar lebih kompetitif dibanding negara pesaing

Produk Kriya/kerajinan

Produk kerajinan berbahan baku bambu dan rotan

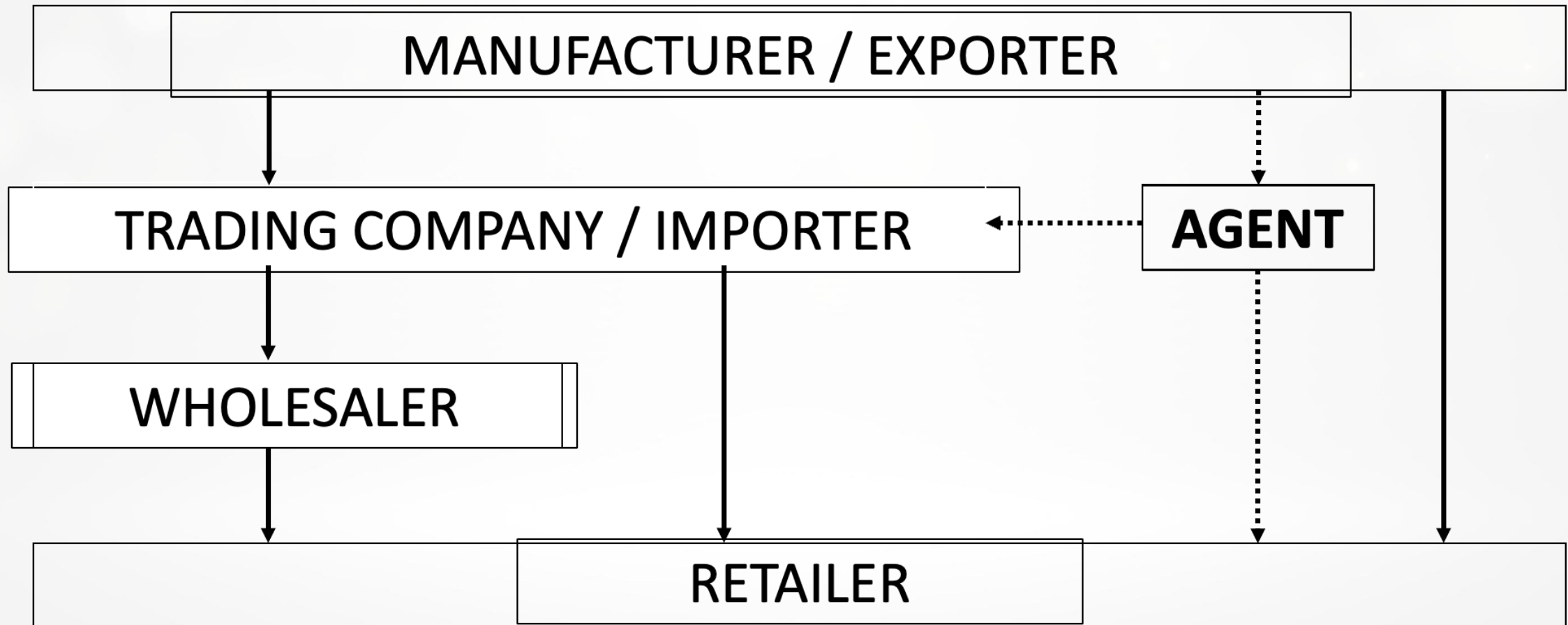


Harus bebas dari hama dan telah difumigasi, serta memiliki sertifikasi Phytosanitary



Produk bambu dan rotan Indonesia cukup dikenal di Pasar Jepang, namun perlu masih perlu ditingkatkan competitive value dibanding negara pesaing

IMPORT CHANNELS & DISTRIBUTION STRUCTURE



KEGIATAN PROMOSI DI JEPANG



KEGIATAN PAMERAN DI JEPANG

Dekorasi Rumah, Furnitur,
Kerajinan Tangan

interiorlifestyle
TOKYO

TOKYO INTERNATIONAL
Gift Show

第60回
JAPAN DIY
HOMECENTER
SHOW 2024
会場／幕張メッセ国際展示場 主催／一般社団法人 日本DIY・ホームセンター協会

ホームセンター業界
最大の総合展示会
8月29日(土) 30日(日) 31日(月)
10時～18時
2024年8月29日(土)～31日(月) 幕張メッセ国際展示場

Fesyen dan Aksesoris



FaW TOKYO
FASHION WORLD TOKYO

Rakuten
Fashion Week Tokyo
Rakuten

Industri



AGRITECH TOKYO 2023
13th
INT'L AGRICULTURAL MATERIAL & TECHNOLOGY EXPO TOKYO

F & B



TERIMA KASIH



@atdag_tokyo



trade@kbritokyo.jp