

PENGARUH PERJANJIAN *INDONESIA-JAPAN ECONOMIC PARTNERSHIP AGREEMENT (IJEPA)* TERHADAP PANGSA PASAR PRODUK INDONESIA DI JEPANG

Annisa Eka Wati¹, Indah Febriyanti Fatmah Puteri², Muhammad Rizqy Lazuardi³,
Mutiara Ainurrahmah Maksu⁴, Valentine Yusrin Susanti Taryana⁵
^{1,2,3,4,5}Prodi Perdagangan Internasional Wilayah ASEAN & RRT, Politeknik APP Jakarta

Corresponding Author: annisaekaaw@gmail.com¹

Article History

Received: 23-12-2022

Revised: 30-12-2022

Accepted: 07-01-2023

Kata Kunci:

Ekspor; IJEPA; Perdagangan Internasional; Perjanjian Bilateral

ABSTRAK:

Setiap negara melakukan perdagangan internasional guna memenuhi kebutuhan dalam negeri yang tidak dapat terpenuhi karena adanya keterbatasan hambatan dalam pemenuhan kebutuhannya. Namun, dalam praktiknya, perdagangan internasional terdapat hambatan berupa tarif maupun non-tarif, hal tersebut yang melatarbelakangi pemerintah dari setiap negara untuk mengurangi hambatan perdagangan dengan menciptakan Free Trade Agreement (FTA). Salah satu FTA yang diberlakukan oleh Indonesia yaitu Indonesia-Japan Economic Partnership Agreement (IJEPA) adalah sebuah kesepakatan kerja sama ekonomi perdagangan bebas secara bilateral yang pertama kali dilakukan oleh Indonesia bersama Jepang sebagai salah satu negara mitra dagangnya. Untuk menganalisis pengaruh implikasi IJEPA dalam perdagangan internasional khususnya terhadap peluang pangsa produk Indonesia di pasar Jepang, maka dilakukan penelitian dengan pendekatan kuantitatif serta peninjauan literatur. Dari hasil analisis ini menunjukkan bahwa jika Indonesia bisa memanfaatkan semua peluang dan fasilitas yang ada, Indonesia dapat memperluas dan memperkuat pangsa pasar produk atau komoditas Indonesia ke pasar Jepang melalui IJEPA.

ABSTRACT:

Every country conducts international trade to meet domestic needs which cannot be met due to limitations in fulfilling their needs. However, in practice, international trade has barriers in the form of tariffs and non-tariffs; this is the background for the governments of each country to reduce trade barriers by creating Free Trade Agreements (FTAs). One of the FTAs imposed by Indonesia, namely the Indonesia-Japan Economic Partnership Agreement (IJEPA), is a

Keywords:*Bilateral Agreement; Export; IJEPA; International Trade*

bilateral free trade economic cooperation agreement that was first carried out by Indonesia and Japan as one of its trading partner countries. In order to analyze the influence of the implications of IJEPA on international trade, especially on the opportunities for the share of Indonesian products in the Japanese market, a research was carried out using a quantitative approach and a review of the literature. The results of this analysis indicate that if Indonesia can take advantage of all available opportunities and facilities, Indonesia can expand and strengthen the market share of Indonesian products or commodities to the Japanese market through IJEPA.

PENDAHULUAN

Perekonomian di berbagai negara semakin terkonsolidasi sejak terjadinya globalisasi yang memudahkan arus *transfer* teknologi, informasi, barang maupun jasa. Perdagangan internasional sesuai yang tertera di dalam Undang-Undang Nomor 7 tahun 2014 pasal 1 ayat 3 adalah “Perdagangan Luar Negeri adalah Perdagangan yang mencakup kegiatan Ekspor dan/atau Impor atas Barang dan/atau Perdagangan Jasa yang melampaui batas wilayah negara. Perdagangan internasional terbagi menjadi dua, yaitu ekspor dan impor, “Ekspor adalah kegiatan mengeluarkan barang dari daerah pabean” menurut UU No. 17 tahun 2006 pasal 1 ayat 14. Pada pasal yang sama dalam ayat 13 “Impor adalah kegiatan memasukkan barang ke dalam daerah pabean”.

Tujuan perdagangan guna mencukupi kebutuhan di dalam negeri yang belum dapat tercukupi sebab terdapat batasan-batasan. Dalam sisi lain, adapun hal yang menghalangi perdagangan internasional dalam bentuk tarif ataupun non-tarif. Hambatan lainnya dalam perdagangan internasional seperti pengenaan bea atau pajak atas barang-barang lintas batas dan pengaturan kuota impor memiliki dampak yang sama terhadap konsumsi dan produksi seperti halnya pengenaan bea impor yang sesuai. Hambatan-hambatan itu pada dasarnya suatu intervensi dalam mengurangi kebebasan perdagangan internasional, namun tidak dipungkiri bahwa hambatan tersebut juga menyulitkan para pelaku usaha. Dengan adanya hambatan tersebut, pemerintah di setiap negara melakukan upaya dengan membuat *Free Trade Agreement* (FTA) dengan negara mitra.

Free Trade Agreement (FTA) merupakan perjanjian ekonomi antara dua negara untuk mengatur perihal kerja sama perdagangan dan masalah komersial sebagainya. Seperti menghapus hambatan bea cukai dan non-tarif serta memberlakukan peraturan perdagangan lainnya untuk meningkatkan kerja sama perdagangan maupun ekonomi antar negara anggota. Perjanjian perdagangan bebas memiliki pokok-pokok yang diatur, mis. memperluas akses pasar dengan menawarkan tarif preferensial dan mengurangi atau menghapus tarif, ketentuan asal barang (sertifikat asal), mengurangi hambatan non tarif untuk perdagangan, memfasilitasi prosedur kepabeanan, meningkatkan ketersediaan layanan pasar, meningkatkan kerjasama dan perjanjian investasi.

Menanggapi hal tersebut, pemerintah Indonesia melakukan kesepakatan kerja sama ekonomi perdagangan bebas secara bilateral pertama kalinya dengan negara mitra, yaitu Jepang dan menghasilkan perjanjian *Indonesia-Japan Economic Partnership Agreement* (IJEPA). IJEPA ialah perjanjian ekonomi antara Indonesia dan Jepang berdasarkan prinsip-prinsip *Economic Partnership Agreement* (EPA). Terjadinya penurunan pangsa pasar ekspor

Indonesia ke Jepang antara tahun 2000 hingga 2008 menjadi salah satu faktor dibalik kesepakatan IJEPA. Dalam rangka mempererat hubungan bilateral antara Indonesia dan Jepang, kedua negara tersebut semufakat untuk memperkuat dan memperluas kerja sama ekonomi.

LANDASAN TEORI

Perdagangan Internasional

Semenjak era revolusi industri di Inggris pada abad ke-18, wilayah lain seperti Eropa, pemikiran ekonomi berkembang dengan pesat konsep ekonomi yang dipelopori oleh Adam Smith. Perdagangan internasional adalah salah satu hal penting dari konsep ekonomi yang dibuat Adam Smith.

Konsep ekonomi Adam Smith-lah yang merombak sebagian besar gerakan perdagangan internasional di berbagai negara. Pemikirannya menjadi acuan sebagai teori perdagangan internasional paling populer. Adam Smith sering disebut sebagai "bapak ekonomi". Teori ini bertujuan untuk mengubah dunia secara cepat dan juga masif menuju globalisasi. Belakangan, teori perdagangan internasional lainnya muncul yang membuat pemikiran Adam Smith sempurna.

Kerja Sama Internasional

Kerja sama dapat ditumbuhkan dari keinginan individu untuk menciptakan kesejahteraan. Untuk terwujudnya suatu kesejahteraan, dapat pula melibatkan kelompok lain yang memiliki tujuan yang sama dengan komitmen bersama. Adanya kolaborasi dapat membuka lebih banyak peluang, saling mendukung satu sama lain, dan mengembangkan pola pikir dalam hal kerja sama. Oleh karena itu, penting bahwasannya tiap negara saling berkolaborasi untuk kemajuan perekonomian negara tersebut.

Pada umumnya, kerja sama bilateral di bidang ekonomi dilakukan untuk meningkatkan perdagangan kedua negara, dan menciptakan kondisi *win-win*. Kerja sama internasional dapat diartikan sebagai suatu proses hubungan antar negara-negara yang berkaitan untuk menemukan pemecahan terhadap suatu permasalahan yang dapat dihadapi melalui adanya kerja sama. Mengadakan pertemuan untuk melakukan sebuah perundingan terkait problematika yang terjadi. Dengan harapan terdapatnya solusi terhadap masalah-masalah dan melahirkan kesepakatan yang saling menguntungkan untuk kedua belak pihak.

Economic Partnership Agreement (EPA)

Economic Partnership Agreement (EPA) merupakan perjanjian internasional sebagai deregulasi peraturan dalam penanaman modal investasi serta pengendalian imigrasi terhadap tambahan dari isi kesepakatan. Kesamaan antara FTA dan EPA yakni dalam hal untuk pengurangan atau penghapusan tarif. Namun, cakupan EPA bukan sekadar tentang pengurangan atau penghapusan tarif melainkan memuat berbagai ketentuan lain, diantaranya memfasilitasi sumber daya manusia, hak kekayaan intelektual (HAKI), aturan keadilan persaingan dagang, serta barang dan modal.

Dengan berlakunya kerja sama di bawah EPA, negara yang tergabung mendapatkan tarif preferensi lebih rendah dibandingkan negara lainnya yang tidak bergabung. *World Trade Organization (WTO)* sebagai fungsinya, telah menetapkan prinsip *Most Favored Nation (MFN)* bahwa negara-negara harus mendapatkan hubungan yang setara tanpa ketimpangan hak satu sama lain. Jika kedua negara sudah mencapai kesepakatan untuk perjanjian EPA, maka negara tersebut dapat mengurangi tarif di bawah tarif MFN. Hal tersebut ialah salah satu manfaat dari penerapan EPA. Tarif EPA ditentukan dalam 3 tingkat golongan, sebagai berikut:

- 1) Selama EPA masih diimplementasikan, terdapat penurunan tarif preferensi jadi 0%
- 2) Penghapusan tarif dilakukan secara bertahap dalam kurun waktu tertentu setelah mengimplikasikan EPA
- 3) Tidak ada penurunan atau penghapusan tariff (tariff preferensi MFN yang berlaku)

Untuk mendapatkan penurunan tarif, para eksportir maupun importir harus memiliki Surat Keterangan Asal (SKA). SKA digunakan sebagai bukti bahwa komoditi terkait memenuhi ketentuan untuk mendapatkan tarif EPA. SKA diperoleh oleh eksportir sebelumnya, lalu mengirimkan kepada importer yang akan diserahkan ke petugas pabean di negara importir dalam upaya penerbitan dokumen Pemberitahuan Impor Barang (PIB).

Indonesia – Japan Economic Partnership Agreement (IJEPA)

Pada bulan Agustus 2007, terjadi persetujuan perjanjian IJEPA yang dilakukan oleh pemerintah Indonesia dan Jepang, yang ditandatangani oleh Presiden Susilo Bambang Yudhoyono dan Perdana Menteri Shinzo Abe. Perjanjian ini mulai diberlakukan pada 1 Juli 2008. IJEPA merupakan perjanjian keempat setelah China, India, dan Amerika Serikat untuk mewujudkan kerja sama bilateral Jepang sebagai perwujudan CEPAs. Perjanjian bilateral IJEPA telah disahkan melalui Peraturan Presiden No. 36 tahun 2008 tentang “Pengesahan antara Republik Indonesia dan Jepang Mengenai Suatu Kemitraan Ekonomi” (Peraturan Presiden Republik Indonesia, 2008). IJEPA adalah bentuk perjanjian ekonomi Jepang keempat sebagai wujud kerja sama bilateral yang dilakukan oleh Jepang dalam implikasi CEPAs (*Comprehensive Economic Partnership Agreements*) dengan negara-negara yang tergabung dalam *Association South East Asia Nation* (ASEAN). Hal-hal yang tercakup di dalam IJEPA meliputi *trade in good, trade in services, investment, intellectual property, competition policy, energy and mineral resources, government procurement, custom procedures, improvement of business environment, rules of origin, cooperation*.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan cara pendekatan kuantitatif serta data penelitian ini termasuk data sekunder. Data sekunder adalah data yang sudah ada di objek penelitian sebelumnya. Data berasal dari kajian informasi yang berhubungan terhadap topik yang diteliti. Penulis menggunakan metode pengumpulan data secara tinjauan literatur (*library research*). Tinjauan literatur dapat diartikan sebagai proses pemilahan sumber data secara cermat, sehingga dapat dijadikan acuan untuk bahan studi kepustakaan, seperti data-data terkait dari laman lembaga pemerintahan, jurnal-jurnal ilmiah yang terakreditasi, dan berbagai sumber yang dapat mendukung penelitian. Adapun penulis mengambil informasi terkait yang kemudian diolah sehingga dapat menghasilkan gambaran kesimpulan tentang studi kepustakaan untuk dikembangkan dalam penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Terbentuknya perjanjian IJEPA, secara garis besar tujuannya terceminkan ke dalam tiga pilar, sebagai berikut:

1) Liberalisasi/ *Liberalization*

IJEPA mengatur tentang aturan pengurangan hambatan perdagangan seperti tarif pajak bea masuk, serta investasi seperti perbaikan dan kepastian hukum

2) Fasilitas Perdagangan/ *Trade Facilitation*

IJEPA memberikan fasilitas terhadap kedua negara untuk dapat melakukan kesepakatan standarisasi produk, penanganan di pelabuhan(*port handling*), bea cukai, dan jasa perdagangan. Disamping itu, IJEPA mengatur pula mengenai memperbaiki ketentuan

investasi dengan tujuan sehingga dapat memikat kepercayaan investor Jepang ketika ingin berinvestasi di Indonesia.

3) Kerjasama/ Cooperation

Adanya ruang bagi kedua negara untuk menciptakan kerja sama dalam upaya peningkatan daya saing para eksportir Indonesia, dengan cara pemberlakuan capacity building terhadap pengembangan industri di Indonesia yang dikenal sebagai Manufacturing Industrial Development Center (MINDEC). Oleh karena itu, dengan meningkatkan kapasitas industri Indonesia, Jepang menyalurkan bantuan dalam rangka kegiatan seperti basic study, technical assistance, dan trainee and trainer.

Kinerja Perdagangan Indonesia–Jepang



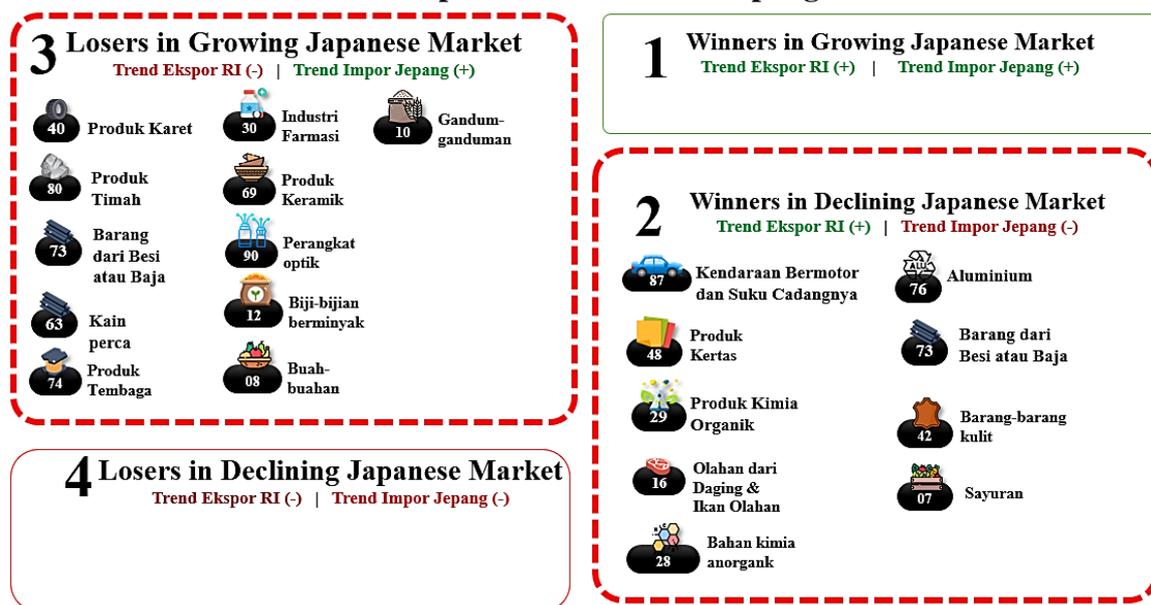
Sumber: BPS, 2022

Gambar 1. Grafik kinerja perdagangan Indonesia-Jepang

Pada tahun 2021, total perdagangan Indonesia Jepang mencapai USD 32,5 M, namun tren perdagangannya cenderung turun sebesar 4,5% pada kurun waktu 2017-2021. Neraca perdagangan Indonesia masih surplus sebesar USD 2,9M pada 2022 dan USD 3,2M pada 2021. Surplus neraca ini didominasi oleh sektor nonmigas. Ekspor Indonesia meningkat cukup baik sebesar 45,8% pada Jan-Apr 2022 *year on year* seiring dengan pemulihan ekonomi dunia pasca pandemi covid-19. Impor Indonesia juga mengalami kenaikan sebesar 29,8% periode yang sama.

Ekspor utama Indonesia ke Jepang didominasi oleh produk komoditi berupa batu bara (11,5%), *copper/ores* (9,1%), dan *waste/scrap precious metal* (6,2%) pada tahun 2021. Total 20 produk ekspor utama Indonesia mencapai 62% dari total ekspor Indonesia. Impor Indonesia dari Jepang didominasi oleh produk-produk manufaktur antara lain *spare part* kendaraan bermotor (4,3%), kendaraan bermotor (2,5%) dan *refined copper* (2,3%) pada tahun 2021. Tidak ada produk yang dominan pada impor Indonesia dari Jepang. 20 produk impor utama Indonesia mencakup 31% dari total impor Indonesia.

Posisi Produk Indonesia Terhadap Permintaan Pasar Jepang



Data Perdagangan Januari- Apr 2022

Sumber: BPS dan Trademap, diolah Dit. P2IE, 2022

Gambar 2. Posisi permintaan produk Indonesia

i.

Potensi Produk-Produk di Kuadran 2

Tabel 1. Potensi produk di kuadran 2

No	HS	Uraian	Ekspor Indonesia 2021 (miliar USD)	Impor Jepang 2021 (miliar USD)
1	87	Kendaraan dan bagiannya	0,67	23,09
2	29	Bahan kimia organik	0,3	16,79
3	16	Daging dan ikan olahan	0,15	6,2
4	48	Kertas/ karton	0,36	2,95

Sumber: statista.com diolah Kemendag, 2022

Total produksi lokal kendaraan bermesin Jepang tahun 2020 mencapai 8,07 juta atau turun 1,61 juta dari 2019 dengan tren negatif 0,3% (2011-2020). Sementara total produksi fasilitas produksi perusahaan Jepang di luar negeri mencapai 16,46 juta unit di 2021 atau naik 1,08 juta unit dari 2020, dengan tren bertumbuh 0,28% (2012-2021). Indonesia harus memperhatikan hal ini dikarenakan akan sangat berpengaruh terhadap ekspor kode HS 87 dari Indonesia, walaupun kondisi sampai saat ini secara penuh angka nilai masih bertambah.

Konsumsi produk kimia organik oleh industri kimia di Jepang mencapai 119,2 miliar Euro pada 2020 atau turun 23,97 miliar Euro dari 2019 dengan tren negatif 2,98% (2016-2020). Fasilitas pengolahan kimia organik di Jepang mencapai 773 unit di 2019 dan total kapasitas produksi produk kimia organik mencapai 1,83 juta metrik ton pada 2020.

Tabel 2. Potensi produk di kuadran 3

No	HS	Uraian	Ekspor Indonesia 2021 (juta USD)	Impor Jepang 2021 (juta USD)
1	30	Produk industri farmasi	47,82	37.308,35
2	90	Perangkat optik	32,42	28.254,9
3	40	Karet dan barang dari karet	1.031,6	5.559,4
4	63	Kain perca	71,66	4.697,94

Sumber: *trade.gov; statista.com & imarigroup.com diolah Kemendag, 2022*

Besar pasar produk farmasi di Jepang pada 2022 diperkirakan sebesar 121,7 miliar USD dan terus bertumbuh dengan besar CAGR sebesar 5,32%. Sementara kapasitas produksi industry farmasi lokal Jepang adalah sebesar 68,41 miliar USD.

Pasar perangkat optik di Jepang pun sangat menjanjikan, nilainya selalu stabil sejak 2017 bahkan selama masa pandemi dan akan meningkat setelah masa *post* pandemi dengan tren pertumbuhan 1,38% (2017-2021). Indonesia memerlukan menarik investasi asing dikarenakan teknologi tinggi yang diperlukan di industri ini serta modal yang besar, akan bukan tidak mungkin dikarenakan 2 (dua) negara ASEAN yaitu Thailand dan Malaysia yang juga menjadi 10 besar negara pengekspor produk ini ke Jepang.

Penjualan ban karet untuk kendaraan di Jepang mencapai 123,39 juta unit pada 2020 dan diperkirakan akan mencapai 130 juta unit pada 2026. Di lain sisi, konsumsi karet alam untuk industri di Jepang mencapai 581 ribu metrik ton pada 2020 sementara kapasitas produksi lokal Jepang hanya 13,33 ribu metrik ton sehingga masih diperlukan impor karet alam dalam jumlah masif.

Potensi Ekspor Sektor Perdagangan Indonesia Sektor Pertanian

Indonesia adalah salah satu pemasok utama produk pertanian yang diimpor oleh Jepang. Tahun 2021, nilai ekspor komoditas pertanian meningkat. Ini karena Negara lain pengekspor utama komoditas pertanian ke Jepang menghadapi pembatasan akibat pandemi COVID-19. Hal ini tentunya akan memberikan peluang ekspor bagi komoditas sektor pertanian Indonesia jika peluang tersebut dapat dimanfaatkan secara optimal. Faktor lain relatif tingginya potensi ekspor komoditas sektor pertanian Indonesia adalah sebagai berikut:

1. Indonesia merupakan pemasok utama komoditas pertanian yang diimpor oleh Jepang.
2. Jarak yang relatif lebih dekat dibandingkan dengan pasar lain;
3. Pajak impor yang relatif rendah; dan
4. Indonesia memiliki potensi memproduksi serta mengekspor produk yang bersertifikat halal.

Jepang mengimpor berbagai jenis komoditi dari Indonesia, dengan impor komoditi terbesar adalah kopi, dengan nilai ekspor sekitar \$61,89 juta (sekitar Rp 887,56 miliar). Di urutan kedua adalah produk buah dan *frozen vegetables* dengan nilai ekspor sekitar 20,44 juta dolar (sekitar 293,13 miliar rupiah). Produk pertanian lainnya yang diimpor Jepang yaitu HS 07 (sayuran dan umbi-umbian), HS 08 (buah-buahan dan kacang-kacangan), HS 09 (kopi, teh dan rempah-rempah), HS 13 (getah dan damar), HS 15 (lemak nabati atau hewani), dan HS 18 (cokelat dan olahannya).

Sektor Perikanan dan Kelautan

Masyarakat Jepang mayoritas sehari-hari mengonsumsi ikan dan hasil laut, hal tersebut yang menjadikan Jepang sebagai importir terbesar di industri perikanan dan kelautan. Beberapa barang yang memiliki potensi besar di sektor ini adalah ikan tangkapan segar atau dingin, kepiting, udang beku, ikan beku, *fillet* ikan beku, dan mutiara budidaya.

Sektor Perhutanan

Dalam bidang kehutanan, berdasarkan data BPS, komoditi yang diimpor Indonesia ke Jepang di sektor ini antara lain produk hasil hutan bukan kayu, tripleks, kayu buatan, peti, dan *crumb rubber*. Berdasarkan total produk yang di ekspor, hasil kehutanan selain kayu menempati urutan pertama dengan hasil 3.464.956 ton di tahun 2021. Dari 2020 yang memiliki hasil 2.432.017 ton.

Nilai ekspor dalam dolar, *crumb rubber* merupakan produk ekspor unggulan Indonesia Jepang dengan hasil penjualan sekitar \$824,89, pada 2021. Terdapat pula tripleks dengan hasil penjualan sebesar \$484,32. Dari total ekspor tersebut, Jepang menempati urutan kedua dalam komoditas kayu lapis di tahun 2021 dengan jumlah ekspor 393.115 ton dan Amerika Serikat di urutan pertamadengan jumlah ekspor 523.770 ton.

Produk Makanan dan Minuman Bersertifikasi Halal

Situasi pangan Jepang tergantung pada impor makanan, yang sebagian besar berasal dari China, akses ke jamur di Jepang hampir 60 persen diimpor dari China. Pemerintah Jepang berusaha menghilangkan kecanduan ini pada pertengahan 2021. Jepang menerima produk makanan dan minuman yang bersertifikasi halal asal Indonesia. Menurut Atase Dagang KBRI Tokyo, Arief Wibisono, hal ini disebabkan oleh faktor penerimaan masyarakat serta faktor *quality* produk makanan dan minuman dalam kemasan yang berasal dari Indonesia.

Prospek ini akan disambut dengan antusias di kalangan eksportir makanan dan minuman kemasan Indonesia, karena Jepang memiliki pangsa pasar imigran Muslim, terutama dari Indonesia. Maka, ekspor makanan dan minuman terkhusus produk bersertifikat halal dari Indonesia ke Jepang diharapkan dapat mendongkrak konsumsi Jepang dan perkembangan ekspor ke Jepang dalam beberapa tahun ke depan. Pemerintah Jepang melihat Indonesia sebagai negara yang dapat dijadikan sebagai penerus impor makanan dan minuman dengan keunggulan *cost-effective*. Begitupun melihat jarak antar kedua negara yang lebih terjangkau dibandingkan negara-negara di kawasan Asia Barat, Eropa, dan Amerika. Sehingga produk sertifikasi halal memiliki potensi tinggi untuk bersaing di pasar Jepang.

Potensi Ekspor Lainnya

Ekspor lain yang memiliki peluang besar menembus ke pasar Jepang antara lain bahan medis, cerutu dan rokok, serta produk plastik untuk kemasan. Jepang merupakan importir cerutu dan rokok terbesar dari Indonesia dengan nilai ekspor sekitar \$48,08 juta (sekitar 689,5 miliar rupiah) dan total volume ekspor 2.268 ton pada tahun 2021.

Kendati demikian, dalam situasi permintaan pangan yang tinggi saat ini, Jepang justru menjadi tujuan ekspor berbagai sektor seperti pertanian, perikanan laut dan makanan olahan dari Indonesia. Selain itu, dengan terjalinnya hubungan perdagangan antara Indonesia dan Jepang memudahkan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) untuk merambah pasar baru yaitu ekspor ke Jepang.

Potensi Produk Spesifik Indonesia ke Jepang

Untuk mengetahui nilai tarif preferensi dalam kerangka IJEPA, dapat ditelusuri pada laman website https://www.customs.go.jp/english/tariff/2022_04_01/index.htm untuk tarif konsesi Jepang dalam kerangka IJEPA dan data dari PMK No. 50/PMK.010/20 22 atau <http://inatrim.kemendag.go.id/> untuk tarif konsesi Indonesia dalam kerangka IJEPA (sumber: *ditjenppi kemendag*). Adapun contoh tarif preferensi produk spesifik ekspor ke Jepang, diantaranya:

- a) HS 0304 (Fillet dan daging ikan lainnya).
Impor Jepang: 3,4 miliar USD
Ekspor Indonesia: 56,82 juta USD
Tarif: 0% - 3,5% (tiap produk bervariasi).
- b) HS 640419 (Sepatu dan alas kaki lainnya).
Impor Jepang: 1,16 miliar USD
Ekspor Indonesia: 48,49 juta USD
Tarif: 0%
- c) HS 640419 (Sepatu dan alas kaki lainnya).
Impor Jepang: 1,16 miliar USD
Ekspor Indonesia: 48,49 juta USD
Tarif: 0%
- d) HS 8471 (Mesin pengolah data otomatis dan unitnya).
Impor Jepang: 18,85 miliar USD
Ekspor Indonesia: 12,89 juta USD
Tarif: 0%
- e) HS 160232 (Daging atau jeroan unggas dari spesies "Gallus domesticus").
Impor Jepang: 2,25 miliar USD
Ekspor Indonesia: 95 ribu USD
Tarif: 0% - 21,3% (tiap produk bervariasi)

Referensi Produk Makanan Olahan Ekspor ke Jepang

Dalam mengekspor produk ke Jepang, para eksportir harus memenuhi syarat produk makanan olahan. Mengingat, Jepang adalah negara yang sangat mementingkan kualitas suatu produk, terlebih untuk produk yang berhubungan langsung oleh konsumen. Berikut ini hal-hal yang harus termuat dalam ekspor produk makanan olahan ke Jepang:

- a. *Labelling* Kemasan:
 1. Nama produk
 2. Bahan
 3. Konten
 4. Tanggal kadaluarsa (*Best before*)
 5. Metode penyimpanan
 6. Negara asal
 7. Nama dan alamat importir
- b. Bahan
 1. Terdaftar dengan urutan menurun dari konten tertinggi hingga yang terendah
 2. Apabila menggunakan bahan tambahan, dicantumkan pada label dengan urutan menurun dari konten tertinggi hingga yang terendah (misalnya pemanis, antioksidan, warna buatan, pembentuk warna, pengawet, pemutih, pengental/penstabil/gelator/agen pembentuk tubuh, atau agen anti jamur).
- c. Komponen Nutrisi
 1. Ditunjukkan dengan urutan dan unit

- Kalori (kkal atau kikalori)
 - Protein (g atau gram)
 - Lemak (g atau gram)
 - Karbohidrat (g atau gram)
 - Natrium
 - Komponen nutrisi lain
- d. Produk Organik
1. Harus memenuhi standar penilaian *Japanese System*, persyaratan label dan kemasan berlaku sama, yaitu bahan, struktur wadah, metode pengemasan dan penggunaan merek dagang harus dicetak, dilabeli, dan ditulis dalam Bahasa Jepang.

Potensi Peluang – Tantangan dan Hambatan Produk Indonesia Memasuki Pasar Jepang

Tantangan dan Hambatan

Dalam aktivitas ekspor ke Indonesia ke Jepang, masih terdapat hal-hal yang menjadi tantangan serta hambatan, seperti:

- a. Untuk produk makanan memiliki syarat *food safety* yang ketat (GMP & HACCP), *sanitary dan phytosanitary* (SPS), *healthy certificate*, kebijakan perlindungan konsumen untuk pasar Jepang
- b. Pelabelan produk yang harus dalam bahasa Jepang sehingga agak menyulitkan untuk pengusaha UMKM
- c. Masih tingginya biaya kontainer untuk pengiriman ekspor
- d. Kapasitas produksi, terutama pelaku usaha UMKM, masih terbatas beserta modal kerja

Potensi dan Peluang

Kendati masih adanya tantangan dan hambatan ekspor ke Jepang, di sisi lain Indonesia memiliki peluang yang dapat dimanfaatkan, diantaranya:

- a) Puluhnya permintaan Jepang untuk produk impor ditandai dengan naiknya nilai impor Jepang menjadi sebesar 772,67 miliar USD di 2021 (naik 21,78% dari 2020) dan merupakan nilai impor tertinggi selama 7 tahun terakhir.
- b) Membaiknya indeks kepercayaan konsumen Jepang (*Consumer Confidence Index*) untuk mengeluarkan uang untuk keperluan konsumsi, yaitu 97,5 (Jan-April 2022) dibandingkan 95,3 pada puncak pandemi 2020

Sumber: trademap; data.oecd.org diolah Kemendag, 2022

Promosi Produk Indonesia Memasuki Pasar Jepang

Dalam rangka mencari dan memperluas pangsa pasar, berikut ini kiat-kita yang dapat dilakukan oleh para pelaku usaha ekspor Indonesia:

- a. Memasarkan produk dan perusahaan melalui situs *e-commerce* yang dapat diakses oleh semua pengusaha, termasuk Jepang. Situs *e-commerce* resmi yang dikelola Kementerian Perdagangan adalah Inaexport yang dapat diakses melalui <https://inaexport.id>. Melalui situs ini, selain sebagai katalog daring, para pelaku ekspor Indonesia juga dapat mengakses dokumen mengenai pasar Jepang (*Market Brief dan Market Intelligence*) serta dapat berinteraksi secara langsung ke semua perwakilan perdagangan RI di beberapa negara di dunia.
- b. Ditjen PEN juga menyediakan fasilitas ruang pameran yang disebut *Permanent Trade Exhibition* untuk menampilkan produk-produk pilihan Indonesia kepada para

- buyer dan/ atau delegasi asing yang berkunjung ke kantor Kementerian Perdagangan. Pelaku usaha juga dapat menitipkan barang contoh produknya ke perwakilan perdagangan dan perwakilan RI (KBRI dan Konjen) yang memiliki fasilitas serupa.
- c. Mengikuti pameran-pameran dagang baik secara pribadi maupun pameran yang diikuti oleh Kementerian Perdagangan.

Untuk mendapatkan saran dari para ahli di bidang desain baik label dan *brand* (jenama) yang akan meningkatkan keberterimaan produknya di Jepang, pelaku usaha disarankan untuk mengikuti program *Designer Dispatch Service* (DDS) yang disediakan oleh Ditjen PEN.

KESIMPULAN

Dengan berlakunya IJEPA, Indonesia memiliki peluang untuk menjadi importir utama komoditas-komoditas yang diperlukan oleh Jepang. Terlebih dalam sektor perikanan dan kelautan, mengingat makanan sehari-hari masyarakat Jepang berasal dari ikan dan hasil laut lainnya. Indeks kepercayaan konsumen Jepang untuk mengeluarkan uang untuk keperluan konsumsi juga mengalami kenaikan. Potensi lainnya antara lain adalah komoditas *fillet* dan daging ikan lainnya, sepatu dan alas kaki lainnya, mesin pengolah data otomatis dan unitnya, daging atau jeroan unggas dari spesies "*Gallus domesticus*".

Untuk mengembangkan dan memperluas pasar, para pelaku ekspor dapat melakukan cara-cara yang sudah tersedia. Seperti memanfaatkan tarif preferensi IJEPA dan SKA IJEPA yang berlaku dan disesuaikan dengan komoditanya, memperhatikan persyaratan dan regulasi ekspor dari setiap komoditi, memasarkan dan menjual dagangannya situs *e-commerce* yang dapat diakses oleh semua pengusaha. Selain itu, dapat pula mengikuti pameran yang diselenggarakan oleh Ditjen PEN diantaranya fasilitas *virtual exhibition* yang dikenal dengan *Permanent Trade Exhibition*, mengikuti program *Designer Dispatch Service* (DDS) untuk mendapatkan saran dari para ahli di bidang desain baik label dan *brand* (jenama) yang akan meningkatkan keberterimaan produknya di Jepang.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Ardiyanti, S. T. (2015). Dampak Perjanjian Perdagangan Indonesia-Jepang (IJEPA) Terhadap Kinerja Perdagangan Bilateral. *Buletin Ilmiah Litbang Perdagangan*, 9(2), 129-151.
- [2] Bahtiar, H. (2016). *KERJASAMA EKONOMI INDONESIA – JAPAN ECONOMIC PARTNERSHIP AGREEMENT (IJEPA) DAN IMPLIKASINYA TERHADAP PERTUMBUHAN INDUSTRI DI INDONESIA* - *repo unpas*. Repo unpas. <http://repository.unpas.ac.id/12834/>
- [3] Darwis Nasution, R. (2015). Perdagangan Bebas dan Kesenjangan Kelas Sosial di Indonesia (Fokus Kajian Kerja Sama AFTA, IJEPA dan CAFTA). *J. Humaniora Vol. 12 No. 2 KOPERTIS VII*, 12(2), 172-177.
- [4] Direktorat Perundingan Bilateral Ditjen Perundingan Perdagangan Internasional. (2017). FACT SHEET INDONESIA-JAPAN ECONOMIC PARTNERSHIP AGREEMENT (IJEPA). https://ditjenppi.kemendag.go.id/assets/files/publikasi/doc_20180515_fact-sheet-indonesia-japan-economic-partnership-agreement-ijepa1.pdf
- [5] Gocklas, L., & Sulasmiyati, S. (2017). *Analisis Pengaruh Indonesia-Japan Economic Partnership Agreement (Ijepa) terhadap Nilai Perdagangan Indonesia-Jepang (Studi pada Badan Pusat Statistik Periode 2000-2016)* (Doctoral dissertation, Brawijaya University).

- [6] Indonesia Trade Promotion Center. (2022). *ITPC Osaka Perdagangan Indonesia – Jepang, Jan-Mar 2022*. ITPC Osaka. <https://itpc.or.jp/2022/05/20/perdagangan-indonesia-jepang-jan-mar-2022/>
- [7] ITPC Osaka. (2021). *Laporan Analisis Intelijen Bisnis: Makanan Olahan (Saus dan Bumbu Olahan) HS 210390*. ITPC Osaka. <https://itpc.or.jp/wp-content/uploads/2021/10/6.-Market-Brief-2021-Makanan-Olahan-Saus-dll.pdf>
- [8] ITPC Osaka. (2018). *Laporan Informasi Intelijen Bisnis: Food Preparation HS 2106*. ITPC Osaka. <https://itpc.or.jp/wp-content/uploads/2018/10/1.-MB-Food-Preparation-HS-2106-web.pdf>
- [9] Santoso, E. M. (2020). *KERJASAMA IJEPA (INDONESIA-JAPAN ECONOMIC PARTNERSHIP AGREEMENT) DALAM PERSPEKTIF STRUKTURALISME Pendahuluan IJEPA (Indonesian - eJournal Hubungan Internasional*. [https://ejournal.hi.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2020/12/37.%20Eko%20M.S.Publish%20\(402409\)\(1\)\(1\)\(1\)%20\(12-18-20-02-5913\).pdf](https://ejournal.hi.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2020/12/37.%20Eko%20M.S.Publish%20(402409)(1)(1)(1)%20(12-18-20-02-5913).pdf)
- [10] Sitepu, J. (2019). DAMPAK PENERAPAN INDONESIA-JAPAN ECONOMIC PARTNERSHIP AGREEMENT (IJEPA) TERHADAP NILAI EKSPOR IMPOR INDONESIA. *Jurnal Dinamika Ekonomi Pembangunan*, 2(3), 19-30.
- [11] Sukanto, I. F. (2022). *Potensi Ekspor ke Jepang – UKM Indonesia*. UKMINDONESIA.ID. <https://www.ukmindonesia.id/baca-deskripsi-posts/potensi-ekspor-ke-jepang>
- [12] Suparmanto, A. (2020). *Peluang Produk Halal Indonesia Di Pasar Global*. Proceedings of Webinar Penguatan Sinergisitas Amtara Badan Penyelenggara Sertifikasi Halal, Pengusaha, Pegiat Hala, dan Stake Holder Lainnya Untuk Menghadapi Pasar Global Untuk Produk Halal. Jakarta. Hal 8-9.