



Moshi Moshi Japan!



Andri Hanindyo Wibowo, S.Pt, M.Si

Analisis Pasar Hasil Pertanian Ahli Madya

Direktorat Pengolahan dan Pemasaran Hasil Peternakan

Direktorat Jenderal Peternakan dan Kesehatan Hewan

Jepang adalah salah satu negara maju di Asia dengan tingkat ekonomi yang tinggi, terbesar ketiga di dunia setelah mencapai pertumbuhan yang luar biasa pada paruh kedua abad ke-20 setelah kehancuran perang dunia kedua. Tingkat ekonomi yang tinggi yaitu dengan Pendapatan Domestik Bruto (PDB) mencapai US\$39.911,2 pada tahun 2022, jauh diatas Indonesia yang saat ini PDB nya sebesar US\$4.783,9. Tingginya PDB per kapita Jepang dengan jumlah penduduk sekitar 124,95 Juta Jiwa, menjadi daya tarik pasar tersendiri bagi seluruh dunia termasuk Indonesia.

Dalam kerjasama perdagangan khususnya ekspor-impor komoditas Pertanian, Jepang merupakan negara mitra utama bagi Indonesia. Dalam hal ekspor impor Komoditas peternakan dan Kesehatan Hewan, selama 3 tahun terakhir sejak tahun 2021-2023,

Japan is one of the developed countries in Asia with a high economic level, the third largest in the world after achieving extraordinary growth in the second half of the 20th century after the devastation of the world war II. The economic level is high, namely with Gross Domestic Income (GDP) reaching US\$39,911.2 in 2022, far above Indonesia's current GDP of US\$4,783.9. Japan's high GDP per capita, with a population of around 124.95 million people, has become a market attraction for the whole world, including Indonesia.

In trade cooperation, especially export-import of agricultural commodities, Japan is the main partner country for Indonesia. In terms of exports and imports of livestock and animal health commodities, for the last 3 years from 2021-2023, Indonesia is still experiencing a surplus, although

Indonesia masih mengalami surplus, meskipun dari data BPS -Pusdatin, tren neraca surplus ini mengalami penurunan, pada Tahun 2021 Surplus neraca perdagangan komoditas peternakan mencapai 12,7 juta USD, pada tahun 2022 sebesar 11,2 Juta USD dan pada tahun 2023 sampai bulan Oktober hanya sebesar 5,1 juta USD. Tentunya banyak faktor yang mempengaruhi penurunan surplus neraca perdagangan untuk komoditas peternakan antara Indonesia dan Jepang, salah satu yang signifikan adalah adanya wabah penyakit PMK di Indonesia. Khusus untuk produk olahan unggas, dari data BPS juga terdapat penurunan yang cukup signifikan pada tahun 2021 hingga 2023, pada 2021 nilai ekspor produk olahan ayam sebesar US\$900.000, Tahun 2022 turun menjadi US\$175.000 dan pada Tahun 2023 hingga bulan Oktober sebesar US\$127.000.

Sehubungan dengan latar belakang di atas, Ditjen PKH telah berkoordinasi dengan atase pertanian di Tokyo dan menginisiasi melakukan pertemuan dengan beberapa potensial buyer untuk mencari potensi calon buyer baru, sehingga diharapkan kegiatan ini dapat mengakselerasi peningkatan ekspor produk peternakan dan Kesehatan hewan Indonesia ke Jepang. Dalam rangka hal tersebut Delegasi Ditjen PKH melakukan kunjungan kerja

from Central Bureau of Statistics (CBS) data, the surplus balance trend has decreased, in 2021 the trade balance surplus for livestock commodities reached 12.7 million USD, in 2022 it will be 11.2 million USD and in 2023 until October it will only be 5.1 million USD. Of course, there are many factors influence the decline in the trade balance surplus for livestock commodities between Indonesia and Japan, one of which is significant is the outbreak of FMD in Indonesia. Specifically for processed poultry products, from CBS data there is also a significant decline from 2021 to 2023, in 2021 the export value of processed chicken products was US\$900,000, in 2022 it fell to US\$175,000 and in 2023 to October it was US\$127,000.

In connection with the above background, the Directorate General of PKH has coordinated with the agricultural attache in Tokyo and initiated meetings with several potential buyers to look for new potential buyers, so it is hoped that this activity can accelerate the increase in exports of Indonesian livestock and animal health products to Japan. In this context, the Delegation of the Directorate General of PKH undertook a working visit to Japan on 4-7 December 2023, the working visit was carried out in 2 (two) cities, namely Tokyo and Nagoya.



DESEMBER

ke Jepang pada tanggal 4-7 Desember 2023, kunjungan kerja dilakukan di 2 (dua) kota yaitu Tokyo dan Nagoya.

Kunjungan kerja diawali dengan melakukan Courtesy Call dengan Duta Besar Republik Indonesia (Dubes RI) di Jepang, beberapa arahan Dubes RI yaitu antara lain bahwa produk pangan dari Indonesia mempunyai peluang untuk dapat memenuhi kebutuhan pangan Masyarakat di Jepang. Kecukupan pangan di Jepang saat ini masih rendah karena 63% dipenuhi dari impor. Standar jaminan keamanan pangan dan isu kesehatan hewan, serta zoonosis menjadi konsen Jepang dalam pemenuhan persyaratan pemasukan produk peternakan dari negara lain. Dubes RI juga menyarankan agar Ditjen PKH bersama dengan para pelaku usaha untuk ikut serta berkolaborasi dengan KBRI untuk melakukan promosi melalui ajang pameran makanan yang ada di Jepang seperti pada Food EXPO 2024. Selain tetap harus terus melakukan pendekatan dengan beberapa buyer di Jepang.

Kunjungan dan pertemuan dengan CEO AEON dan SKY Japan – Global eye Co.Ltd

AEON adalah jaringan ritel yang cukup besar di Jepang dan tersebar di 14 negara. Pihak AEON menyambut baik kunjungan delegasi Indonesia ke AEON Jepang, pada prinsipnya pihak AEON bersedia membantu untuk menerima dan mempromosikan produk Indonesia sepanjang telah memenuhi ketentuan pemerintah Jepang. Konsep Letter of Intent (LOI) masih dikonsultasikan dengan pihak legal AEON dan akan ditandatangani secara sirkular. Sementara PT. Sky Japan Abadi - Global Eye Co.ltd, merupakan perusahaan Jepang yang bergerak di bidang marketing hub consultant telah menandatangani LOI dengan Ditjen PKH bersama perwakilan pelaku usaha untuk saling berkomitmen menyediakan informasi yang dibutuhkan dalam rangka percepatan peningkatan ekspor di Jepang dengan memanfaatkan jaringan ritel yang selama telah dimiliki oleh perusahaan tersebut.

The working visit began by making a Courtesy Call with the Ambassador of the Republic of Indonesia (RI Ambassador) in Japan. Several instructions from the Indonesian Ambassador included, among others, that food products from Indonesia have the opportunity to meet the food needs of the people in Japan. Food sufficiency in Japan is currently still low because 63% is met from imports. Food safety assurance standards and animal health issues, as well as zoonotic, are Japan's focus in fulfilling requirements for importing livestock products from other countries. The Indonesian Ambassador also suggested that the Directorate General of Livestock and Animal Health Services (DGLAHS) together with business actors should collaborate with the Indonesian Embassy to carry out promotions through food exhibitions in Japan such as the Food EXPO 2024. Apart from that, they must continue to approach several buyers in Japan.

Visit and meeting with CEO of AEON and SKY Japan – Global eye Co.Ltd

AEON is a large retail network in Japan and is spread across 14 countries. AEON welcomes the visit of the Indonesian delegation to AEON Japan. In principle, AEON is willing to help accept and promote Indonesian products as long as they meet the Japanese government's requirements. The concept of a Letter of Intent (LOI) is still being consulted with AEON legal parties and will be signed circularly. Meanwhile PT. Sky Japan Abadi - Global Eye Co.ltd, a Japanese company engaged in the marketing hub consultant sector, has signed an LOI with the DGLAHS together with representatives of business actors to mutually commit to providing the information needed in order to accelerate the increase in exports in Japan by utilizing the existing retail network that owned by the company.

Discussion of Potential Investment Collaboration with ISE Food. Inc

ISE Food Inc will study further the companies recommended by Indonesia to be able to carry out investment cooperation in order to expand its business in Indonesia with the potential to export

Pembahasan Potensi Kerjasama Investasi dengan ISE Food. Inc

ISE Food Inc akan mempelajari lebih lanjut perusahaan yang direkomendasikan oleh Indonesia untuk dapat melakukan kerjasama investasi dalam rangka memperluas usahanya di Indonesia dengan potensi melakukan ekspor telur konsumsi ke Singapura serta pengembangan industri olahan telur yang selama ini masih diimpor Indonesia seperti tepung telur, telur cair, dan frozen egg.

Kunjungan singkat ke Sariraya Co.Ltd.

Sariraya Co.Ltd yang berpusat di Nagoya, sebagai salah satu perusahaan milik diaspora Indonesia di Jepang ini tetap berkomitmen untuk terus menambah jumlah produk peternakan Indonesia. Dalam kesempatan kunjungan ini Sariraya Co. Ltd telah melakukan penandatanganan LOI dengan perusahaan Indonesia yang ikut dalam delegasi dengan nilai sebesar US\$45 juta dan targetnya dapat direalisasikan pada Tahun 2024. Perusahaan yang dipimpin oleh Teguh Wahyudi ini, saat ini selain memiliki gerai minimarket halal, juga telah membuka resto fried chicken dengan menggunakan bahan ayam goreng berasal dari Indonesia. Produk ayam olahan Indonesia saat ini cukup baik diterima oleh masyarakat Jepang khususnya yang membutuhkan produk halal, namun memang masih

table eggs to Singapore as well as developing the egg processing industry which Indonesia is still importing, such as egg flour, liquid eggs, and frozen eggs.

A short visit to Sariraya Co.Ltd.

Sariraya Co. Ltd, which is based in Nagoya, as one of the companies owned by the Indonesian diaspora in Japan, remains committed to continuing to increase the number of Indonesian livestock products. On the occasion of this visit Sariraya Co. Ltd has signed an LOI with an Indonesian company participating in the delegation with a value of US\$ 45 million and the target can be realized in 2024. The company led by Teguh Wahyudi, currently apart from having a halal minimarket outlet, has also opened a fried chicken restaurant using Fried chicken ingredients come from Indonesia. Indonesian processed chicken products are currently quite well received by the Japanese people, especially those who need halal products, however, there are still only 1-2 Indonesian companies that regularly send their products to Sari Raya. Therefore, Teguh expressed his appreciation for the steps taken by the DGLAHS in initiating a meeting with Indonesian business actors in Japan so that exports of Indonesian products would increase.

From the results of the working visit, several





hanya 1-2 perusahaan Indonesia yang secara rutin mengirimkan produknya ke Sari Raya. Oleh karena itu Teguh menyampaikan cukup mengapresiasi langkah Ditjen PKH yang menginisiasi pertemuan bersama pelaku usaha Indonesia di Jepang agar ekspor produk Indonesia semakin meningkat.

Dari hasil Kunjungan kerja tersebut beberapa permasalahan terkait ekspor komoditas peternakan di Jepang antara lain yaitu: belum banyaknya produk peternakan yang disetujui oleh MAFF (Ministry of Agriculture, Fisheries and Forestry) untuk masuk ke Jepang, belum bersaingnya harga jual produk Indonesia di Jepang jika dibandingkan dengan produk yang sama dari negara kompetitor di Jepang, serta masih kurangnya promosi produk peternakan Indonesia di Jepang.

Terlepas dari permasalahan di atas, melihat kondisi Jepang yang masih rendah self-sufficiency dalam pemenuhan produk pangan, maka sebenarnya peluang Indonesia untuk memenuhi pasar di Jepang masih terbuka dengan syarat secara pemenuhan persyaratan teknis dan harga dapat bersaing dengan produk dari negara lain. Salah satu yang harus dikerjakan bersama oleh Pemerintah dan Pelaku usaha juga dirasakan masih kurangnya kegiatan promosi produk Indonesia di Jepang, sebagai target dalam jangka waktu dekat yaitu dengan mengikuti salah satu event besar untuk promosi komoditas pangan di Jepang akan dilakukan Pameran Food Expo (Foodex) Jepang pada Bulan Maret 2024. (ahw)

problems related to the export of livestock commodities in Japan include: not many livestock products have been approved by MAFF (Ministry of Agriculture, Fisheries and Forestry) to enter Japan, the selling price of Indonesian products in Japan is not yet competitive when compared with the same products from competing countries in Japan, as well as the lack of promotion of Indonesian livestock products in Japan.

Apart from the problems above, considering Japan's condition of still low self-sufficiency in fulfilling food products, the opportunity for Indonesia to fulfill the market in Japan is actually still open provided that technical requirements and prices can be competitive with products from other countries. One thing that must be worked on together by the Government and business actors is that it is also felt that there is still a lack of promotional activities for Indonesian products in Japan, as a target in the near term, namely by taking part in one of the major events for the promotion of food commodities in Japan, namely the Japan Food Expo (Foodex) Exhibition. in March 2024. (ahw/tr-r)