

BERITA PERDAGANGAN

Pusat Hubungan Masyarakat
Gd. I Lt. 2, Jl. M.I Ridwan Rais No. 5, Jakarta 10110
Telp: 021-3860371/Fax: 021-3508711
www.kemendag.go.id



Sejak IJEPA Diteken Tahun 2008, Pisang RI Baru Tembus Pasar Jepang

Tokyo, 29 Juni 2015 – Kerja keras dan hubungan baik yang dibangun Menteri Perdagangan Rachmat Gobel dengan pemerintah Jepang membuahkan hasil. Kini, pisang Indonesia berhasil menembus pasar negeri Sakura. Ekspor pisang ini merupakan ekspor perdana sejak penandatanganan *Indonesia-Jepang dalam Economic Partnership Agreement (IJEPA)* tahun 2008.

"Keberhasilan ini merupakan pencapaian penting mengingat pasar produk pertanian Jepang sangat ketat," jelas Duta Besar RI untuk Jepang Yusron di Tokyo, Jepang, baru-baru ini.

Jepang menerapkan standar mutu dan kesehatan yang sangat tinggi untuk impor produk pertanian. *"Keberhasilan ini menunjukkan pengakuan tingginya standar kualitas produk pisang Indonesia,"* tegas Yusron.

Total konsumsi buah Jepang saat ini tercatat sekitar 5,4 juta ton per tahun dan 1,8 juta ton di antaranya adalah buah impor. Pasar buah impor Jepang didominasi oleh pisang sebanyak 1 juta ton per tahun dan nanas 200 ribu ton per tahun. Dari total pisang impor, *brand* yang paling banyak dikonsumsi adalah Dole, Sumifru, Delmonte, dan Chiquita. Impor untuk kedua jenis buah tersebut mencakup 65% total impor buah Jepang.

Dubes Yusron mendorong eksportir Indonesia untuk terus menjaga kualitas produknya sehingga dapat mewujudkan target peningkatan pangsa pasar ekspor Indonesia. *"Keberhasilan ini juga dapat berdampak positif bagi peningkatan kesejahteraan para petani buah Indonesia,"* ungkap Yusron.

Ekspor Nanas

Untuk produk nanas, Jepang mengimpor hampir 100% dari Filipina dengan *brand* Dole dan Delmonte. Namun demikian, saat ini Indonesia sudah mengekspor nanas ke Jepang dengan pangsa pasar sekitar 20%. Nilai ekspor pisang dan nanas Indonesia tahun 2015 diperkirakan mencapai USD 15 juta.

Produk buah-buahan tersebut diserap oleh supermarket besar, seperti AEON, Ito Yokado, UNY, Daiei, dan Seiyu, department store, seperti Takashimaya, Sogo & Seibu, J. Front, Mitsukoshi, Marui, dan H2O Retailing, serta convenience store, seperti Seven Eleven, Lawson, Family Mart, Circle K Sunkus, Mini Stop, Three F, dan Poplar.

"Kita harapkan pencapaian di sektor pisang dan nanas ini akan diikuti produk buah-buahan lainnya," tambah Yusron.

Pertemuan Importir

Agresivitas guna menaikkan ekspor ke Jepang juga dilakukan melalui pertemuan dengan importir di Jepang, Transpacific Foods Japan Co. Ltd. Pada pertemuan ini dibahas upaya untuk terus meningkatkan pangsa pasar produk pertanian Indonesia di Jepang.

Untuk tahun 2015, Transpacific Foods Japan Co. Ltd. berencana akan mengimpor pisang Cavendish dari PT. Nusantara Tropical Farm (NTF) sebanyak 8.147 ton dan nanas sebanyak 1.673 ton.

“Saat ini 96% pasar pisang di Jepang masih dikuasai Filipina. Namun kita yakin akan mampu terus meningkatkan kualitas dan kuantitas produk kita. Ke depannya, kita menargetkan Indonesia akan mampu meraih antara 10%-15% pangsa pasar Jepang,” ungkap Terry Bahar dari Transpacific Foods Japan Co. Ltd.

Menurut Bahar, konsumsi per kapita pisang di Jepang rata-rata 7-8 kg per tahun atau 50 buah setahun. Sebanyak 80% dikonsumsi oleh rumah tangga.

Sementara itu, Atase Perdagangan (Atdag) RI di Jepang Julia Gustaria Silalahi menyampaikan bahwa bisnis impor produk pisang Cavendish sangat menjanjikan di pasar Jepang. Sebab, pasokan pisang dari Filipina mulai berkurang karena negara itu sering dilanda bencana alam angin topan dan banjir.

--selesai--

*Sumber: Atase Perdagangan Indonesia di Tokyo, Jepang
Disunting oleh Pusat Hubungan Masyarakat Kementerian Perdagangan*