

## UMKM Indonesia Bidik Pasar Jepang Lewat Business Matching Eksklusif

Wisnu - WARTAWAN.ORG

Jan 21, 2026 - 15:45



JAKARTA – Misi besar untuk menembus pasar Jepang kini tengah diupayakan oleh Kementerian Perdagangan (Kemendag) Republik Indonesia. Bersama Japan External Trade Organization (JETRO), sebuah forum penjajakan bisnis atau *business matching* diselenggarakan. Ajang ini menjadi jembatan penting bagi 30 pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Indonesia yang bergerak di sektor *fast moving consumer goods* (FMCG) untuk terhubung langsung dengan empat raksasa perusahaan ritel dari Negeri Sakura.

Direktur Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional Kemendag, Fajarini Puntodewi, menegaskan bahwa inisiatif ini merupakan langkah strategis Pemerintah Indonesia untuk membuka gerbang ekspor produk FMCG Tanah Air ke Jepang. Beliau menyadari betul tingginya standar kualitas dan keamanan produk yang menjadi ciri khas pasar Jepang.

"Kami mempertemukan para pemasok dan produsen dari Indonesia dengan ritel dan mitra dari Jepang. Business matching ini menjadi sarana penting untuk menyelaraskan standar pasar sehingga produk Indonesia dapat memenuhi persyaratan ketat dan kebutuhan pasar Jepang," ujar Puntodewi dalam keterangan resminya di Jakarta, Rabu (21/01/2026).

Para UMKM yang terpilih dalam program ini berasal dari beragam sektor, mulai dari industri furnitur yang menawan, peralatan rumah tangga yang fungsional, produk kosmetik dan perawatan kulit yang menunjang penampilan, kebutuhan hewan peliharaan yang semakin diminati, hingga aneka makanan dan minuman yang kaya cita rasa.

Skema pertemuan *one-on-one* menjadi inti dari penjajakan bisnis ini. Setiap pelaku UMKM mendapatkan kesempatan emas untuk mempresentasikan produk unggulannya, memamerkan sampel, serta secara langsung menjajaki dan menegosiasikan harga produk dengan setiap perwakilan ritel Jepang yang hadir. Pengalaman ini tentu memberikan wawasan dan koneksi yang sangat berharga bagi para pebisnis lokal.

Puntodewi optimis melihat potensi kolaborasi antara Indonesia dan Jepang. Sektor-sektor seperti furnitur, *home and living*, *wellness*, perawatan tubuh, dan produk kecantikan dinilai memiliki peluang besar untuk berkembang bersama, bahkan menjadi kekuatan baru dalam rantai pasok global di masa depan.

"Selain sektor otomotif, kami melihat masih banyak potensi di sektor seperti furnitur, home living, wellness, perawatan tubuh, dan kecantikan yang bisa kita kembangkan. Kami optimistis sektor FMCG dan produk kreatif Indonesia dapat menjadi katalis untuk *rebound* di 2026," jelasnya dengan penuh semangat.

Meskipun dinamika global sempat mempengaruhi kinerja ekspor nonmigas Indonesia ke Jepang pada Januari-November 2025 yang tercatat sebesar 14,08 miliar dolar AS (turun 17,91 persen dibandingkan periode yang sama tahun 2024), tren perdagangan Indonesia dengan Jepang dalam lima tahun terakhir (2020-2024) menunjukkan pertumbuhan positif. Total perdagangan tercatat tumbuh 9,47 persen, sementara ekspor nonmigas naik 8,82 persen.

Data Badan Pusat Statistik menunjukkan bahwa total perdagangan Indonesia-Jepang pada Januari-November 2025 mencapai 29,29 miliar dolar AS. Meski terjadi penurunan 10,45 persen dibandingkan tahun sebelumnya, Indonesia masih mampu mencatatkan surplus sebesar 2,64 miliar dolar AS, sebuah capaian yang patut diapresiasi.

Dengan adanya penjajakan bisnis ini, Fajarini Puntodewi berharap dapat terjalin kesepakatan yang tidak hanya bersifat sesaat, melainkan berkembang menjadi kerja sama yang berkelanjutan dan saling menguntungkan bagi kedua negara. ([PERS](#))