



## Peluang Memasuki Pasar Jepang Produk UMKM Briket Arang: Potensi dan Tantangan di Pasar Jepang

Adela Ayu Nandini<sup>1</sup>, Mita Ana Yulia<sup>2</sup>, Syakila Nur Hilmi<sup>3</sup>, Shaqina Dwimaryam<sup>4</sup>, Seni Indriani<sup>5</sup>, Siti Mardiana<sup>6</sup>

Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Bandung, Kota Bandung, Indonesia <sup>1,2,3,4,5,6</sup>

\*Email Korespondensi: [siti.mardiana@umbandung.ac.id](mailto:siti.mardiana@umbandung.ac.id)

Diterima: 09-02-2025a | Disetujui: 12-02-2025 | Diterbitkan: 13-02-2025

### ABSTRACT

*This research aims to analyze the opportunities and challenges faced by MSMEs in exporting charcoal briquette products to the Japanese market. This research uses a qualitative approach with a literature study method to explore opportunities to enter the Japanese market for coconut charcoal briquette MSME products, as well as the potential and challenges faced. The research results show that exports of Indonesian coconut charcoal briquettes to Japan have great opportunities, Japan also opens up wider expansion opportunities for Indonesian MSMEs. Exporters need to pay attention to various requirements and regulations, such as export permits, environmental certificates, quality standards (Japanese Agricultural Standards, Japanese Industrial Standards, Japan Forestry Agency, and Food Sanitation Law) and customs duties. However, apart from opportunities, various challenges must be faced, including tight competition with other countries. Therefore, a comprehensive and planned strategy is needed to be able to compete in the global market.*

**Keywords:** Charcoal Briquettes; Japan; Export; MSMEs; Global Market.

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peluang dan tantangan yang dihadapi UMKM dalam mengeksport produk briket arang ke pasar Jepang. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi pustaka untuk mengeksplorasi peluang memasuki pasar Jepang bagi produk UMKM briket arang kelapa, serta potensi dan tantangan yang dihadapi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ekspor briket arang kelapa Indonesia ke Jepang memiliki peluang besar, Jepang juga membuka peluang ekspansi yang lebih luas bagi UMKM Indonesia. Berbagai persyaratan dan regulasi perlu diperhatikan oleh eksportir, seperti izin ekspor, sertifikat lingkungan, standar kualitas (*Japanese Agricultural Standards, Japanese Industrial Standards, Japan Forestry Agency, dan Food Sanitation Law*) hingga tarif bea cukai. Namun selain peluang, berbagai tantangan harus dihadapi, termasuk persaingan ketat dengan negara lain. Oleh karena itu, strategi yang komprehensif dan terencana diperlukan untuk dapat bersaing di pasar global.

**Katakunci:** Briket Arang; Jepang; Ekspor; UMKM; Pasar Global.

Bagaimana Cara Sitasi Artikel ini:

Nandini, A. A., Mita Ana Yulia, Shaqina Dwimaryam, Seni Indriani, Syakila Nur Hilmi, & Siti Mardiana. (2025). Peluang Memasuki Pasar Jepang Produk UMKM Briket Arang: Potensi dan Tantangan di Pasar Jepang. PENG: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen, 2(2), 2879-2887. <https://doi.org/10.62710/874bp998>

## PENDAHULUAN

Perdagangan internasional merupakan aktivitas bisnis yang melibatkan pihak-pihak dari dua negara berbeda, yang umumnya dilakukan melalui kegiatan ekspor dan impor. Perdagangan internasional muncul karena adanya saling ketergantungan antar negara, di mana setiap negara tidak mampu memenuhi seluruh kebutuhan dan adanya perbedaan kemampuan teknologi atau kekayaan faktor produksi lainnya (Diphayana, 2018). Perdagangan ekspor dan impor antarnegara terjadi karena satu negara mempunyai keunggulan komparatif yaitu kemampuan suatu negara untuk memproduksi barang dengan biaya kesempatan (opportunity cost) yang lebih murah dari negara lain.

Perdagangan internasional juga mempunyai peran penting dalam pertumbuhan ekonomi baik secara langsung maupun tidak langsung dikarenakan pertumbuhan ekonomi yang baik harus didukung dari perdagangan internasional baik ekspor maupun impor. Ekspor mempunyai peran penting terhadap pertumbuhan ekonomi suatu negara karena akan meningkatkan cadangan devisa suatu negara. (Sinaga et al., 2023)

Perdagangan internasional merupakan aktivitas bisnis yang melibatkan pihak-pihak dari dua negara berbeda, yang umumnya dilakukan melalui kegiatan ekspor dan impor. Perdagangan internasional muncul karena adanya saling ketergantungan antar negara, di mana setiap negara tidak mampu memenuhi seluruh kebutuhan masyarakatnya, baik untuk konsumsi maupun kebutuhan industri (Rinaldy et al., 2018). Setiap negara umumnya memusatkan perhatian pada produksi barang dan jasa tertentu yang dapat dihasilkan secara efisien atau yang memiliki keunggulan komparatif dalam proses produksinya (Hidayah et al., 2018).

Indonesia dikenal sebagai salah satu negara yang kaya akan sumber daya alam, termasuk biomassa yang melimpah dari hasil sampingan pertanian, perkebunan, dan kehutanan. Oleh karena itu, Indonesia memiliki potensi ekspor yang cukup besar untuk bahan baku biomassa. Potensi energi biomassa di Indonesia sangat besar yaitu 13.662 MWe, sedangkan kapasitas yang di gunakan hanya 1.364 Mwe jadi kemungkinan masih banyak sisa yang belum terpakai sebesar 12.298 MWe. Tempurung kelapa adalah contoh limbah biomassa dan banyak tersedia Indonesia (Firmansyah & Nurhayati, 2024). Saat ini, biomassa dimanfaatkan sebagai sumber energi baru dan terbarukan yang mulai digunakan untuk mengurangi ketergantungan terhadap sumber energi primer berbahan bakar fosil (Pramudiyanto & Suedy, 2020). Salah satu bentuk pemanfaatan biomassa adalah produksi briket arang, yang merupakan bahan bakar alternatif ramah lingkungan dengan emisi karbon yang lebih rendah dibandingkan bahan bakar fosil. Briket arang dapat dihasilkan dari berbagai bahan baku, seperti tempurung kelapa, serbuk kayu, dan limbah pertanian lainnya. Produk ini memiliki potensi besar dalam perdagangan internasional, terutama di pasar Jepang.

Jepang, sebagai negara yang berkomitmen terhadap pengurangan emisi karbon, telah menerapkan berbagai kebijakan untuk mendorong penggunaan energi terbarukan. Menurut Antaranews (2023), Jepang telah menetapkan target untuk meningkatkan proporsi energi terbarukan dalam bauran energinya hingga 36%-38% pada tahun 2030 dan 40%-50% pada tahun 2040. Hal ini menciptakan peluang besar bagi UMKM di Indonesia untuk memasuki pasar Jepang dengan produk briket arang yang ramah lingkungan. Selain itu, perjanjian kerja sama seperti AFTA (ASEAN Free Trade Area) dan IJEPA (*Indonesia-Japan Economic Partnership Agreement*) semakin memperkuat potensi ekspor briket arang ke Jepang.

Meskipun terdapat peluang besar, UMKM Indonesia menghadapi berbagai tantangan dalam memasuki pasar Jepang. Menurut penelitian Putri & Hidayat (2023), daya saing komparatif Indonesia di pasar Jepang masih lebih rendah dibandingkan negara lain seperti Laos dan Malaysia. Faktor-faktor yang menjadi kendala meliputi ketidaksesuaian kualitas produk dengan standar permintaan Jepang, hambatan logistik

akibat terbatasnya jumlah kontainer pengangkut, serta adanya hambatan non-tarif seperti persyaratan JIS *Mark* dan Standar ISO. Selain itu, banyak produsen lokal, terutama UMKM, masih memerlukan dukungan dalam hal strategi pemasaran yang dapat membuka akses ke pasar internasional.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peluang dan tantangan yang dihadapi UMKM dalam mengekspor produk briket arang ke pasar Jepang. Selain itu, penelitian ini juga akan mengidentifikasi strategi pemasaran yang efektif untuk meningkatkan daya saing produk UMKM di pasar internasional. Berdasarkan penelitian Raihan Averilya (2024), meskipun tren impor briket arang dari Indonesia ke Jepang mengalami penurunan sebesar 1,35%, Jepang tetap menjadi salah satu negara pengimpor terbesar. Oleh karena itu, penelitian ini akan menganalisis lebih dalam mengenai peluang dan tantangan dalam ekspor ke Jepang serta menyusun strategi yang dapat membantu UMKM Indonesia meningkatkan ekspor produk mereka.

Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan strategi pemasaran yang lebih tepat sasaran bagi UMKM, sehingga mereka dapat bersaing di pasar Jepang. Dengan pemahaman yang lebih mendalam mengenai peluang dan tantangan yang ada, diharapkan ekspor briket arang Indonesia ke Jepang dapat terus berkembang dan memberikan manfaat ekonomi yang lebih besar bagi pelaku usaha di dalam negeri.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi pustaka untuk mengeksplorasi peluang memasuki pasar Jepang bagi produk UMKM briket arang, serta potensi dan tantangan yang dihadapi. Pendekatan ini dipilih untuk memahami secara mendalam dinamika pasar Jepang, mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan produk briket arang, dan menganalisis potensi serta tantangan yang mungkin dihadapi. Metode studi pustaka berfungsi sebagai alat utama untuk mengumpulkan data dari berbagai sumber sekunder, seperti jurnal ilmiah, buku, laporan penelitian, artikel berita, dan publikasi lain yang relevan dengan topik pasar Jepang, produk briket arang, dan UMKM.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Potensi Pasar Briket Arang di Jepang

Bilateral trade at 4-digit	Exporters	Value imported in 2023 (USD thousand)	Trade balance 2023 (USD thousand)	Share in Japan's imports (%)	Quantity imported in 2023	Quantity unit	Unit value (USD/unit)	Growth in imported value between 2018-2023 (%)	Growth in imported quantity between 2018-2023 (%)	Growth in imported value between 2018-2023 (%)	Ranking of partner countries in world exports	Share of partner countries in world exports (%)	Total exports growth in value of partner countries between 2018-2023 (%)	Average distance between partner countries and all their importing markets (km)	Concentration of all imports of partner countries	Average tariff (estimated) applied by Japan (%)
World		41,839,279	-41,837,685	100	186,930,803	Tons	251	28	-2	-30		100	22			
IN	Australia	27,165,578	27,165,578	64.9	107,119,313	Tons	254	32	1	-32	1	33.6	18	8,626	0.19	
IN	Indonesia	5,931,452	-5,930,086	14.2	25,878,633	Tons	229	33	-2	-28	2	18.1	27	3,968	0.13	
IN	Canada	3,416,844	-3,416,844	8.2	12,575,350	Tons	272	30	6	-8	5	4.7	25	9,642	0.2	
IN	United States of America	2,996,060	-2,996,060	7.2	11,596,044	Tons	258	19	-2	14	4	8.1	21	9,305	0.09	
IN	Russian Federation	806,690	-806,690	1.9	3,454,008	Tons	234	-13	-34	-77	3	17	22	4,915	0.25	

Gambar 1: Negara Eksportir Briket terbesar di Jepang

Sumber : Trademap.com

Berdasarkan data yang ditampilkan, Indonesia merupakan salah satu eksportir utama ke Jepang dengan

nilai impor sebesar **USD 5,931,452 ribu** dan jumlah impor **25,878,633 ton**. Dengan pangsa pasar **14,2%**, Indonesia menjadi pemasok terbesar kedua setelah Australia(2023). Hal ini menunjukkan bahwa Jepang sudah mempercayai produk Indonesia, termasuk dalam industri briket arang. Selain itu, Indonesia memiliki peluang yang cukup besar untuk dapat memperluas pasar briket arang kelapa di Jepang. Ini karena Indonesia mempunyai sumber daya yang melimpah untuk produksi briket arang kelapa. Menurut data Statista, Indonesia sebagai produsen kelapa terbesar di dunia, Indonesia memiliki sekitar 17,19 juta metrik ton kelapa pada tahun 2022(Putra, 2024). Briket yang terbuat dari pemanfaatan batok kelapa sebagai bahan baku memberikan nilai tambah dan potensi ekspor.

Briket arang kelapa yang dimiliki Indonesia dapat menjadi peluang di pasar Jepang, hal tersebut dapat diketahui dari faktor-faktor pendukung potensi Indonesia dalam produksi briket arang kelapa serta ekspor ke beberapa negara tujuan, terkhusus Jepang. Dilansir dari [situs laman Cargo Jepang](#) (2024), berikut beberapa faktor pendukung potensi briket arang kelapa Indonesia:

1. Kualitas Unggul

Briket arang kelapa Indonesia dinilai memiliki kualitas terbaik oleh pasar Internasional. Faktor ini menjadi kunci dalam menarik minat pasar Jepang. Produk yang memenuhi standar kualitas, tidak hanya dari segi bahan baku tetapi juga pembuatan dan performa memasaknya, akan lebih bersaing di pasar internasional.

2. Harga Yang Kompetitif

Harga yang bersaing juga akan menjadi pertimbangan penting. Produsen harus memastikan bahwa harga briket arang Indonesia kompetitif dibandingkan dengan produk serupa di negara lain dan mempertimbangkan biaya transportasi.

3. Sertifikasi dan Standar Nasional

Memiliki sertifikasi kualitas dan memenuhi standar internasional untuk produk briket arang dapat meningkatkan kepercayaan dan penerimaan di pasar Jepang. Sertifikasi seperti ISO, HACCP, atau sertifikasi lingkungan juga dapat membantu sebagai nilai tambah.

4. Keberlanjutan dan Lingkungan

Jepang sangat peduli terhadap keberlanjutan. aspek ini semakin menjadi faktor yang penting dalam pilihan produk. Memastikan bahwa briket arang diproduksi secara berkelanjutan dapat menjadi keunggulan kompetitif.

5. Permintaan Pasar

Menyesuaikan produk dengan preferensi konsumen Jepang, termasuk cara memasak tradisional mereka, dapat meningkatkan daya tarik produk. Konsumen Jepang menginginkan briket arang yang menghasilkan panas yang stabil, api yang tahan lama, tidak berbau, dan tidak menghasilkan banyak asap dan abu.

Peluang Indonesia di pasar Jepang didukung oleh berbagai faktor pendukung di atas termasuk kualitas briket arang kelapa yang unggul, ketersediaan bahan baku tempurung kelapa yang melimpah di negara produsen kelapa terbesar, dan potensi nilai tambah dari pengolahan limbah kelapa menjadi produk bernilai ekspor. Briket arang kelapa menjadi solusi alternatif pengganti briket batu bara yang lebih ramah lingkungan, sehingga diminati oleh konsumen Jepang. Memilih negara Asia, seperti Jepang sebagai negara tujuan ekspor dikarenakan biasanya negara Asia memiliki kesamaan dalam budaya. Pasalnya negara Asia dikenal dengan restoran barbeque mereka, di mana restoran barbeque ini menggunakan arang sebagai bahan bakar dalam membakar daging atau makanannya, Oleh karena itu, peneliti memilih negara Jepang sebagai

negara tujuan ekspor (Phung & Wikartika, 2024).

### **Persyaratan dan Standar Ekspor ke Jepang**

Dalam mengekspor barang ke Jepang, eksportir harus memperhatikan berbagai persyaratan ekspor serta mematuhi hukum dan peraturan yang berlaku di Jepang. Persyaratan ekspor mencakup izin ekspor yang sah, surat keterangan asal (*certificate of origin*), *invoice* komersial, *packing list*, *bill of lading*, sertifikat fumigasi, sertifikat lingkungan, sertifikat kualitas, dan peraturan bea cukai.

Di sisi hukum, Jepang mengatur perdagangan luar negeri melalui *Customs Law of Japan* yang menetapkan prosedur bea cukai, tarif impor, serta larangan atau pembatasan barang tertentu. Selain itu, produk harus memenuhi standar kualitas dan keamanan, seperti standar JAS (*Japanese Agricultural Standards*), JIS (*Japanese Industrial Standards*), standar dari *Japan Forestry Agency* (JFA), dan *Food Sanitation Law*.

Regulasi lingkungan juga diterapkan melalui *Law on the Promotion of Effective Utilization of Resources*, yang mengatur pengemasan dan pengelolaan limbah untuk mendukung keberlanjutan. Untuk produk yang mengandung bahan organik, seperti briket arang, pemeriksaan fitosanitasi diperlukan guna mencegah penyebaran organisme berbahaya.

Selanjutnya, setiap barang yang diekspor harus dilengkapi dengan label dan dokumentasi yang memuat informasi lengkap mengenai asal, bahan baku, dan metode pembuatan sesuai peraturan labeling di Jepang, serta memenuhi peraturan karantina. Dengan memperhatikan seluruh aspek tersebut, eksportir dapat memastikan produk mereka sesuai dengan standar Jepang dan dapat bersaing di pasar internasional. (Star Expert Indonesia, 2024 ;INDONESIA.GO.ID Portal Informasi Indonesia, 2019).

### **Tantangan Memasuki Pasar Jepang**

Meskipun peluang ekspor briket arang ke Jepang cukup besar, terdapat berbagai tantangan yang harus dihadapi oleh pelaku usaha, terutama UMKM. Persaingan yang ketat menjadi tantangan utama, mengingat Indonesia bukan satu-satunya negara pemasok. Negara seperti Australia, Kanada, Amerika Serikat, dan Rusia juga menjadi eksportir utama dengan pangsa pasar yang signifikan. Untuk dapat bersaing, Indonesia harus memastikan bahwa produk yang diekspor memiliki kualitas yang lebih unggul atau menawarkan nilai tambah, seperti sertifikasi keberlanjutan atau inovasi dalam kemasan.

Beberapa tantangan lain yang membutuhkan perhatian khusus dari produsen (eksportir) dan pemerintah. Berikut tantangan briket arang Indonesia untuk memasuki pasar Jepang, meliputi:

1. Persyaratan Dokumen dan Regulasi Bea Cukai.

Pengusaha briket arang sering mengalami kesulitan untuk memenuhi berbagai persyaratan ekspor seperti audit dan verifikasi tempat produksi secara menyeluruh. Ekspor ke Jepang memerlukan dokumen seperti *Certificate of Origin* (CO), *invoice* komersial, *packing list*, *bill of lading*, sertifikat fumigasi, serta sertifikat kualitas dan lingkungan. Proses administrasi yang panjang ini dapat menjadi hambatan bagi UMKM yang belum terbiasa dengan prosedur ekspor internasional. Selain itu, persyaratan pelabelan dan kemasan juga sangat ketat. Setiap produk harus memiliki label dalam bahasa Jepang dengan informasi lengkap mengenai asal produk, bahan baku, serta metode produksinya. Hal ini memerlukan adaptasi tambahan, baik dari segi desain kemasan maupun pemenuhan regulasi terkait informasi produk.

2. Ketersediaan Bahan Baku.

Meskipun ada bahan baku yang relatif berlimpah untuk produksi briket arang seperti tempurung kelapa dan kayu, variasi ketersediaan bahan baku dapat menjadi tantangan. Faktor-faktor seperti perubahan iklim, kebijakan pemerintah, dan persaingan dari industri lain yang menggunakan bahan baku yang serupa dapat mempengaruhi stabilitas pasokan.

3. Standar JAS (*Japanese Agricultural Standards*).

Untuk produk berbasis kayu serta regulasi lingkungan yang mengatur emisi dan limbah dari produk yang masuk. Oleh karena itu, setiap produk yang diekspor harus memenuhi standar tersebut agar dapat diterima di pasar Jepang.

4. Logistik dan Biaya Pengiriman.

Jarak pengiriman dari Indonesia ke Jepang dapat meningkatkan biaya logistik, terutama jika produk yang di kirim tidak dalam jumlah besar atau tidak menggunakan jalur distributor yang efisien. Perusahaan harus memastikan bahwa rantai pasokan berjalan lancar dan mampu memenuhi permintaan pasar Jepang secara konsisten. Untuk mengatasi tantangan ini, UMKM perlu menjalin kerja sama dengan distributor lokal atau importir yang sudah memiliki jaringan di Jepang. Dengan strategi yang tepat, termasuk peningkatan kualitas, efisiensi rantai pasok, serta optimalisasi pemasaran, UMKM Indonesia dapat lebih siap bersaing dan memperluas pasar briket arang di Jepang.

### **Strategi UMKM Indonesia Untuk Memasuki Pasar Jepang**

Dalam upaya memasuki pasar Jepang, UMKM Indonesia perlu menerapkan strategi yang komprehensif dan terencana untuk dapat bersaing di pasar Jepang. Strategi yang dapat diterapkan oleh UMKM Indonesia untuk memasuki pasar Jepang mencakup beberapa langkah krusial (Syamsulbahri, 2024).

1. UMKM harus meningkatkan mutu produk agar sepenuhnya memenuhi standar kualitas dan keamanan yang ditetapkan di Jepang, seperti standar JAS, JIS, dan *Food Sanitation Law*, serta memastikan pengemasan dan pelabelan produk sesuai dengan peraturan dan preferensi konsumen Jepang.
2. Pemanfaatan platform digital perlu dioptimalkan untuk memperluas jangkauan pemasaran; hal ini meliputi penggunaan media sosial, e-commerce (Rakuten ataupun Amazon Jepang), dan website resmi guna meningkatkan *brand awareness* melalui promosi yang intensif dan terintegrasi.
3. UMKM disarankan untuk aktif mengikuti program pendampingan dan pelatihan yang diselenggarakan oleh pemerintah atau lembaga terkait ekspor, sehingga mereka memperoleh pengetahuan serta dukungan teknis yang diperlukan dalam proses ekspor.
4. Penting bagi UMKM untuk membangun dan memperkuat jaringan dengan distributor lokal dan mitra bisnis di Jepang melalui partisipasi dalam pameran dagang internasional dan forum bisnis, yang akan membuka peluang kolaborasi dan mempercepat penetrasi pasar.

Dengan mengintegrasikan langkah-langkah tersebut, UMKM Indonesia dapat meningkatkan kepercayaan konsumen Jepang serta mengukuhkan posisi produk mereka di pasar global, meningkatkan daya saing, dan membuka peluang ekspansi yang lebih luas. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Suciani Siregar et al. (2021) bahwasanya dalam memasuki pasar global sangat diperlukan sebuah strategi pemasaran ekspor antara lain menetapkan negara tujuan, membuat perencanaan ekspor, mendaftarkan website bisnis ke dalam portal bisnis internasional, menyiapkan dokumen ekspor, memperhatikan standar mutu produk, menjaga konsistensi pasokan produk, memahami aturan ekspor-impor, serta mengetahui

prosedur teknis ekspor. Dengan menerapkan strategi pemasaran ekspor tersebut maka sebuah perusahaan akan cepat maju dan berkembang dalam menjalankan bisnisnya di pasar global.

## KESIMPULAN

Ekspor briket arang kelapa Indonesia ke Jepang memiliki peluang besar, didukung oleh faktor-faktor seperti kualitas produk yang unggul, harga yang kompetitif, dan ketersediaan bahan baku yang melimpah. Jepang sebagai pasar yang sudah mempercayai produk Indonesia, membuka peluang ekspansi yang lebih luas bagi UMKM Indonesia untuk meningkatkan daya saing di pasar global. Selain itu, meningkatnya kesadaran akan keberlanjutan dan preferensi konsumen Jepang terhadap produk ramah lingkungan semakin memperkuat potensi pasar bagi briket arang kelapa Indonesia.

Namun, berbagai tantangan harus dihadapi, termasuk persaingan ketat dengan negara lain, regulasi ekspor yang kompleks, standar ketat seperti JAS (Japanese Agricultural Standards), serta biaya logistik yang tinggi. Untuk mengatasi tantangan ini, UMKM perlu menerapkan strategi yang tepat, seperti meningkatkan kualitas produk, memenuhi standar regulasi Jepang, memanfaatkan platform digital untuk pemasaran, serta menjalin kemitraan dengan distributor lokal dan mengikuti pameran dagang internasional.

Dengan strategi yang tepat, dukungan dari pemerintah, serta peningkatan inovasi dalam produk dan pemasaran, UMKM Indonesia berpotensi memperluas pasar briket arang kelapa di Jepang. Langkah-langkah ini tidak hanya akan memperkuat posisi Indonesia sebagai pemasok utama tetapi juga meningkatkan daya saing produk Indonesia di pasar internasional secara berkelanjutan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Diphayana, W. (2018). *PERDAGANGAN INTERNASIONAL*.
- Firmansyah, M. S., & Nurhayati, S. F. (2024). Pemanfaatan Briket Arang Tempurung Kelapa sebagai Energi Alternatif. In *Jurnal Ekonomi Manajemen dan Akuntansi* (Vol. 2, Issue 2). <https://jsr.lib.ums.ac.id/index.php/determinasi>
- Phung, C. K., & Wikartika, Ira. (2024). Pemanfaatan Pemasaran Digital: Meningkatkan Potensi
- Pramudiyanto, A. S., & Suedy, S. W. A. (2020). Energi Bersih dan Ramah Lingkungan dari Biomassa untuk Mengurangi Efek Gas Rumah Kaca dan Perubahan Iklim yang Ekstrim. *Jurnal Energi Baru Dan Terbarukan*, 1(3), 86–99. <https://doi.org/10.14710/jebt.2020.9990>
- Putri, L. A., & Hidayat, N. K. (2023). Analisis Komparasi Daya Saing Ekspor Arang Tempurung Kelapa ASEAN di Pasar Jepang. *Indonesian Journal of Agriculture Resource and Environmental Economics*, 2(1), 25–36. <https://doi.org/10.29244/ijaree.v2i1.50008>
- Raihan Averilya, M. (2024). STRATEGI EKSPANSI PASAR EKSPOR BRIKET ARANG KE JEPANG DENGAN PENDEKATAN SWOT-QSPM. *Jurnal Locus Penelitian Dan Pengabdian*, 3(1), 41–53. <https://doi.org/10.58344/locus.v3i1.2423>
- Sinaga, G. Y. G. S., Katherine, J. A., Akhsya, M. D., Rahmadina, P., & Baidhowi, S. I. (2023). *POTENSI EKSPOR BRIKET TERHADAP PEREKONOMIAN INDONESIA*.
- Suciani Siregar, W., Sara Lubis, S., Muda Pasaribu, H. H., Syahputra, A., Studi Manajemen, P., & Sumatera Utara, U. (2021). STRATEGI PEMASARAN EKSPOR DALAM MEMASUKI PASAR GLOBAL. In *Jurnal Ekonomi Manajemen* (Vol. 15, Issue 2).

Syamsulbahri. (2024). *Strategi Pemasaran Internasional terhadap Volume Penjualan melalui Kebijakan Tarif dan Kuota pada Industri UMKM di Indonesia* Syamsulbahri.

### Website

- Syarat Menjadi Eksportir dan Prosedur Kepabeannya.* (2019). INDONESIA.GO.ID Portal Informasi Indonesia. <https://indonesia.go.id/kategori/kepabeanaan/436/syarat-menjadi-eksportir-dan-prosedur-kepabeannya>
- Cara Ekspor Briket Arang Kayu ke Jepang yang Perlu Anda Ketahui.* (2024). Cargo Jepang. <https://www.cargojepang.com/cara-ekspor-briket-arang-kayu-ke-jepang-yang-perlu-anda-ketahui/>
- Jepang Tetapkan Target Energi Terbarukan dalam Bauran Energi Nasional.* (2023). Antaranews. <https://www.antaranews.com/berita/4522345/jepang-targetkan-energi-terbarukan-jadi-sumber-tenaga-listrik-terbesar>
- List of supplying markets for the product imported by Japan in 2023.* (2023). Itc. [https://www.trademap.org/Country\\_SelProductCountry.aspx](https://www.trademap.org/Country_SelProductCountry.aspx)
- Ekspor Briket Arang Tempurung Kelapa dalam Bisnis Internasional.* *El-Mujtama: Jurnal Pengabdian Masyarakat* , 4(2), 599–612. <https://doi.org/10.47467/elmujtama.v4i2.963>
- Potensi Ekspor Briket Arang, Benaran Untung atau Buntung?* (2024). Star Expert Indonesia. <https://starexpressindonesia.com/berita-ekspor/ekspor-briket-arang/#:~:text=Briket%20arang%20adalah%20salah%20satu,untuk%20diekspor%20ke%20luar%20negeri.>
- Putra, D. A. (2024). *Mengungkap Potensi Triliunan Arang Kelapa, 'Si Emas Hitam' RI.* Tirto.Id. <https://tirto.id/arang-emas-hitam-yang-mendunia-tapi-terganjal-pasokan-gWYF>