

Analisis Peluang dan Tantangan Ekspor Produk Kerajinan Tangan Indonesia ke Jepang pada Tahun 2025

Riqqa Aprilia Muzsyifa^{1*}

¹Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Bisnis, Universitas Pelita Bangsa

E-mail: apriariqqa@gmail.com

Article Info	Abstract
Article History Published : 25 July 2026 Keywords: <i>Craft Products, Export Competitiveness, Creative Industry, IJEPa, Japanese Market</i>	This study aims to evaluate the opportunities and structural challenges of Indonesian handicraft exports to the Japanese market in 2025. A qualitative descriptive approach with a library research design was employed using secondary data from the Central Bureau of Statistics, the Ministry of Industry, the Ministry of Trade, global economic institutions, and peer-reviewed journals published between 2022 and 2026. Data were analyzed using the Miles, Huberman, and Saldaña Interactive Data Analysis Model, comprising data collection, condensation, display, and conclusion drawing. The findings indicate that Japan remains a promising export destination due to growing consumer demand for handmade, environmentally friendly products with strong cultural value. Indonesia benefits from abundant natural resources, rich cultural diversity, and skilled artisans that strengthen its competitive advantage. However, export performance is constrained by stringent quality standards, intense competition from other exporting countries, high logistics costs, and the need for continuous design innovation. Overall, export opportunities are primarily driven by increasing demand for eco-friendly and handmade products, while the main barriers arise from quality compliance, logistics expenses, and product innovation. Strengthening quality management, market-oriented innovation, digital marketing, and collaboration between government and creative industries is essential to improve export competitiveness. These findings provide strategic insights for developing policies to enhance Indonesia's creative industry exports.
Artikel Info	Abstrak
Sejarah Artikel Dipublikasi : 25 Juli 2026 Kata kunci: <i>Daya Saing Ekspor, Industri Kreatif, IJEPa, Pasar Jepang, Produk Kerajinan</i>	Penelitian ini bertujuan menganalisis peluang dan tantangan struktural ekspor produk kerajinan tangan Indonesia ke pasar Jepang pada tahun 2025. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan desain studi kepustakaan yang memanfaatkan data sekunder dari Badan Pusat Statistik, Kementerian Perindustrian, Kementerian Perdagangan, lembaga ekonomi internasional, serta artikel ilmiah bereputasi yang diterbitkan pada periode 2022–2026. Analisis data dilakukan menggunakan Model Analisis Data Interaktif Miles, Huberman, dan Saldaña yang meliputi pengumpulan data, kondensasi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Jepang tetap menjadi pasar ekspor yang potensial seiring meningkatnya permintaan terhadap produk handmade, ramah lingkungan, dan bernilai budaya. Indonesia memiliki keunggulan berupa ketersediaan bahan baku alami, kekayaan budaya, dan keterampilan pengrajin yang mendukung daya saing produk. Namun, kinerja ekspor masih menghadapi hambatan berupa standar mutu yang ketat, persaingan dengan negara eksportir lain, tingginya biaya logistik, serta tuntutan inovasi desain yang berkelanjutan. Secara keseluruhan, peluang ekspor didorong oleh meningkatnya permintaan terhadap produk ramah lingkungan dan handmade, sedangkan hambatan utama berasal dari standar mutu, biaya logistik, dan inovasi desain. Oleh karena itu, penguatan manajemen mutu, inovasi berbasis pasar, pemasaran digital, serta kolaborasi antara pemerintah dan pelaku industri kreatif diperlukan untuk meningkatkan daya saing ekspor kerajinan Indonesia.

PENDAHULUAN

Aktivitas perdagangan internasional memegang peranan krusial sebagai stimulus utama dalam memacu pertumbuhan ekonomi domestik, mengeskalasi kapasitas kompetitif negara, serta memperluas penetrasi komoditas lokal ke pasar global. Di era integrasi ekonomi modern yang kian dinamis, orientasi pasar tidak lagi sekadar bertumpu pada keunggulan komparatif berbasis harga (Yusepa et al., 2024). Parameter penentu kini telah bergeser ke arah jaminan mutu, diferensiasi inovasi, aspek keberlanjutan (*sustainability*), serta fleksibilitas produsen dalam mengadopsi preferensi spesifik konsumen di negara tujuan ekspor. Bagi Indonesia, sektor industri kreatif khususnya pada klaster produk kerajinan memiliki posisi strategis yang sangat diperhitungkan. Sektor ini secara optimal mengintegrasikan kekayaan khazanah budaya, orisinalitas keterampilan menenun atau mengukir masyarakat, serta ketersediaan material lokal sebagai fondasi utama dalam membangun keunggulan kompetitif yang kokoh di kancah global.

Artefak kerajinan tangan hasil bentukan pengrajin Indonesia, seperti material rotan, bambu, pahatan kayu, kain batik, tenunan tradisional, hingga pernik dekorasi interior, memiliki karakteristik unik yang sulit diimitasi oleh produsen negara pesaing. Keunikan tersebut lahir dari manifestasi nilai filosofis budaya, curahan kreativitas, serta representasi identitas lokal yang melekat pada tiap produk. Di sisi lain, transformasi perilaku konsumen global yang kian mengedepankan prinsip kelestarian lingkungan, pemanfaatan

bahan organik ramah ekologi, serta apresiasi terhadap produk berbasis handmade membuka peluang penetrasi yang lebih masif bagi produk kerajinan domestik (Susanto et al., 2025). Melalui momentum ini, industri kriya tidak hanya berfungsi sebagai instrumen pendongkrak akumulasi devisa negara, melainkan juga bertindak sebagai motor penggerak pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sekaligus pilar konservasi warisan budaya nasional.

Dalam peta kemitraan dagang bilateral, Jepang mengemuka sebagai yurisdiksi pasar yang menyimpan potensi ekonomi sangat menjanjikan bagi produk kerajinan Indonesia. Sinergi ekonomi antara kedua negara telah mengakar dengan solid melalui berbagai instrumen kemitraan investasi, tata kelola niaga, serta diperkuat oleh ratifikasi perjanjian *Indonesia-Japan Economic Partnership Agreement* (IJEPA) yang mengeliminasi berbagai restriksi perdagangan (Wati et al., 2023). Karakteristik pasar Jepang dikenal sangat rigid terhadap standarisasi mutu, di mana konsumen lokal menunjukkan preferensi yang kuat pada produk yang menggabungkan nilai estetika tinggi, presisi pengerjaan, fungsionalitas, serta komitmen terhadap kelestarian alam. Atribut pasar tersebut sangat kompatibel dengan karakteristik produk kerajinan Indonesia yang dominan diproduksi secara manual menggunakan bahan alami dengan kedalaman narasi budaya.

Akselerasi performa ekspor pada tahun 2025 merefleksikan adanya perluasan ceruk pasar yang semakin terbuka lebar.

Merujuk pada data resmi otoritas Kementerian Perindustrian serta rilis laporan promosi perdagangan internasional, realisasi nilai ekspor produk kerajinan Indonesia ke pasar Jepang sepanjang periode Januari–Juni 2025 menyentuh angka US 16,4 juta (Kementerian Perindustrian Republik Indonesia, 2025). Capaian ini menunjukkan pertumbuhan yang signifikan sebesar 26,26% bila dibandingkan dengan performa pada linimasa yang sama di tahun sebelumnya. Tren ekspansif tersebut memberikan indikasi kuat bahwa daya serap pasar Jepang terhadap kerajinan Nusantara masih berada pada kurva positif. Kendati demikian, lonjakan nominal ekspor ini belum dapat dijadikan indikator tunggal kokohnya daya saing Indonesia. Para pelaku usaha domestik masih didera berbagai hambatan fundamental, meliputi pengetatan regulasi mutu, rivalitas dari negara eksportir kompetitor, tingginya komponen biaya logistik, serta tuntutan pembaruan desain yang dinamis demi menyelaraskan dengan selera pasar Jepang yang cepat berubah.

Sejauh ini, literatur ilmiah terdahulu umumnya memfokuskan kajian pada pemetaan daya saing ekspor nasional secara makro maupun strategi pengembangan ekspor berbagai komoditas Indonesia di pasar global (Muqorrobin, 2025; Wati et al., 2023). Sementara itu, penelitian yang secara khusus mengkaji peluang dan tantangan ekspor produk kerajinan tangan Indonesia ke pasar Jepang dengan memanfaatkan data perdagangan terkini tahun 2025 masih sangat terbatas. Berangkat dari keterbatasan tersebut, studi ini diarahkan untuk mengisi kesenjangan penelitian

(*research gap*) dengan menyajikan analisis empiris mengenai faktor-faktor yang mendorong peluang ekspor sekaligus tantangan sistemik yang memengaruhi daya saing produk kerajinan Indonesia di pasar Jepang.

Berlandaskan pada latar belakang masalah di atas, penelitian ini secara khusus bertujuan untuk membedah potensi serta hambatan dalam lanskap perdagangan internasional produk kerajinan Indonesia di pasar Jepang pada tahun 2025. Lebih lanjut, output dari kajian ini diproyeksikan dapat menghasilkan formulasi strategi yang aplikatif guna memperkuat posisi tawar serta mendongkrak kapabilitas kompetitif ekspor produk kerajinan Indonesia di pasar global.

METODE

Operasionalisasi kajian ini bersandar pada pendekatan kualitatif dengan desain deskriptif yang diintegrasikan melalui metode penelitian kepustakaan (*library research*) (Muqorrobin, 2025). Pemilihan kerangka kerja ini didasarkan pada intensi penelitian untuk membedah secara mendalam konstelasi peluang sekaligus hambatan perdagangan internasional komoditas kriya Indonesia di pasar Jepang dengan mengeksplorasi ragam informasi, basis data statistik, serta dokumen ilmiah yang otoritatif. Penggunaan paradigma kualitatif-deskriptif membuka ruang bagi peneliti untuk mengevaluasi fenomena makro-ekonomi secara komprehensif lewat sintesis data sekunder, sehingga mampu menyajikan visualisasi situasi aktual

mengenai performa ekspor kerajinan domestik ke yurisdiksi Jepang.

Basis informasi yang dianalisis dalam studi ini sepenuhnya berupa data sekunder yang diekstraksi dari korpus data lembaga resmi, seperti rilisan berkala Badan Pusat Statistik (BPS), Kementerian Perdagangan Republik Indonesia, Kementerian Perindustrian Republik Indonesia, Indonesian Trade Promotion Center (ITPC) Osaka, serta International Trade Centre (ITC). Lembaga-lembaga tersebut dipilih karena merupakan sumber resmi yang menyediakan data statistik perdagangan, kebijakan ekspor, dan informasi pasar internasional yang kredibel serta banyak digunakan dalam penelitian perdagangan internasional. Sementara itu, publikasi pada rentang tahun 2022–2026 diprioritaskan untuk memperoleh informasi yang mutakhir dan relevan dengan dinamika perdagangan serta kondisi pasar Jepang menjelang dan selama tahun 2025, sehingga analisis yang dihasilkan mencerminkan kondisi terkini. Guna memperkuat landasan teoretis, peneliti juga menyintesis artikel ilmiah dari jurnal nasional maupun internasional bereputasi yang dipublikasikan dalam rentang waktu tahun 2022–2026. Agregat data yang dihimpun mencakup trajektori nilai ekspor kerajinan Indonesia ke Jepang, preferensi spesifik pasar komoditas Jepang, dinamika kompetisi global, regulasi tata niaga kontemporer, serta variabel-variabel determinan yang memengaruhi kapasitas kompetitif produk kriya nasional.

Teknik pengumpulan data diaplikasikan melalui metode studi dokumentasi (*documentary research*) yang

dijalankan secara sistematis (Fadhli, 2022). Proses ini dilakukan melalui penelusuran, penelaahan kritis, dan pencatatan terhadap laporan statistik, rilis kebijakan publik, artikel jurnal ilmiah, prosiding, serta dokumen sektoral lain yang berkaitan dengan perdagangan internasional dan industri kerajinan. Kriteria inklusi literatur meliputi: (1) dokumen resmi yang diterbitkan oleh lembaga pemerintah atau organisasi internasional, seperti BPS, Kementerian Perdagangan, Kementerian Perindustrian, ITPC Osaka, dan ITC; (2) artikel ilmiah yang dipublikasikan pada rentang tahun 2022–2026 untuk menjamin keterbaruan informasi; (3) dokumen yang memuat data atau pembahasan mengenai ekspor, daya saing, pasar Jepang, industri kreatif, atau produk kerajinan Indonesia; serta (4) sumber yang tersedia secara lengkap dan dapat diverifikasi. Dokumen yang tidak memenuhi kriteria tersebut atau tidak relevan dengan fokus penelitian tidak diikutsertakan dalam analisis. Seluruh literatur yang memenuhi kriteria kemudian dianalisis untuk memperoleh gambaran mengenai peluang dan tantangan ekspor produk kerajinan Indonesia ke pasar Jepang pada tahun 2025.

Selanjutnya, proses pemrosesan data mengadopsi model analisis interaktif yang dikembangkan oleh Matthew B. Miles, A. Michael Huberman, dan Johnny Saldaña melalui empat tahapan yang saling berkesinambungan. Aktivitas bermula dari pengumpulan data untuk menyaring seluruh informasi yang diperoleh berdasarkan kesesuaian dengan fokus kajian, yang kemudian dilanjutkan dengan pemadatan

data untuk merangkum, mengklasifikasi, dan menajamkan data yang mengarah pada dimensi peluang dan hambatan ekspor kriya. Setelah itu, dilakukan penyajian data secara terstruktur dalam bentuk narasi deskriptif yang didukung oleh tabel deskriptif, guna mempermudah pemahaman fenomena. Rangkaian analisis ini diakhiri dengan penarikan serta verifikasi kesimpulan untuk merumuskan konklusi akhir dengan mengorelasikan data empiris, teori perdagangan internasional, dan konsensus ilmiah terdahulu sehingga menghasilkan pemahaman yang teoretis mengenai kinerja ekspor kerajinan di pasar Jepang.

Guna menjaga rigiditas akademis dan memvalidasi keabsahan temuan, studi ini mengimplementasikan teknik triangulasi sumber. Prosedur ini dijalankan dengan mengomparasikan secara silang dan konsisten data yang diperoleh dari lintas institusi pemerintah, jurnal riset, dan rilis

berkala lembaga niaga global. Melalui aktivitas konfirmasi silang tersebut, konsistensi data yang digunakan dapat dipertanggungjawabkan, sehingga estimasi dan interpretasi yang dihasilkan memiliki derajat kredibilitas serta akurasi yang tinggi untuk jurnal ilmiah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Untuk memberikan gambaran yang lebih sistematis mengenai hasil penelitian, temuan utama dirangkum dalam Tabel 1. Tabel tersebut menyajikan sintesis hasil analisis mengenai perkembangan kinerja ekspor, faktor-faktor yang menciptakan peluang ekspor, keunggulan kompetitif Indonesia, serta berbagai tantangan yang memengaruhi daya saing produk kerajinan Indonesia di pasar Jepang pada tahun 2025. Penyajian dalam bentuk tabel dimaksudkan untuk memudahkan pembaca memahami keterkaitan antara temuan empiris sebelum dilakukan pembahasan secara lebih mendalam.

Table 1. Ringkasan Temuan Penelitian

Aspek	Temuan Utama	Bukti/Data
Kinerja ekspor	Nilai ekspor Januari–Juni 2025 mencapai US\$16,4 juta dan meningkat 26,26% dibanding periode yang sama tahun sebelumnya	Kemenperin (2025)
Peluang	Permintaan produk ramah lingkungan dan handmade meningkat di pasar Jepang	ITPC Osaka; ITC
Keunggulan Indonesia	Bahan baku alami, keragaman budaya, dan keterampilan pengrajin	Sintesis literatur
Tantangan	Standar mutu Jepang sangat ketat	Literatur dan dokumen perdagangan
Tantangan	Biaya logistik tinggi	Dokumen perdagangan
Tantangan	Persaingan dengan Vietnam, Thailand, dan China	Literatur
Tantangan	Inovasi desain masih terbatas	Literatur
Strategi	Penguatan quality control, inovasi desain, digital marketing, dan kolaborasi pemerintah–UMKM	Sintesis hasil penelitian

Trajektori Ekspansi Ekspor Komoditas Kriya Indonesia ke Jepang Periode 2025

Realisasi penetrasi pasar untuk komoditas kerajinan tangan dari Indonesia

ke yurisdiksi Jepang mengindikasikan grafik pertumbuhan yang sangat positif di sepanjang tahun 2025. Merujuk pada rilis data resmi Kementerian Perindustrian

Republik Indonesia, akumulasi nilai ekspor produk kriya domestik ke pasar Jepang pada periode Januari–Juni 2025 sukses menyentuh angka US 16,4 juta. Nominal tersebut merefleksikan adanya lonjakan ekspansif sebesar 26,26% jika dibandingkan dengan performa pada linimasa yang sama di tahun sebelumnya. Pertumbuhan yang signifikan ini memberikan indikasi empiris bahwa pasar Jepang masih menyimpan potensi serapan yang sangat masif bagi produk kerajinan tangan Nusantara, khususnya pada jajaran produk yang mengintegrasikan kedalaman nilai estetika, representasi identitas kultural, serta pemanfaatan material organik alami.

Akselerasi volume penjualan luar negeri ini berkorelasi linear dengan dinamika pergeseran gaya hidup konsumen Jepang yang kian mengutamakan produk berbasis industri rumahan (*handmade*) dengan fokus pada dimensi kualitas prima, kelestarian ekologi (*sustainability*), serta aspek visual yang menawan. Karakteristik komoditas kriya Indonesia yang mencakup anyaman rotan, bambu, ornamen ukiran kayu, kain batik, tenunan tradisional, hingga pernik-pernik interior rumah tangga dinilai sangat representatif dalam mengadopsi kriteria pasar tersebut, sehingga memiliki daya pikat yang lebih unggul dibandingkan produk manufaktur massal. Di samping berperan sebagai pemenuh kebutuhan utilitas domestik, produk kerajinan tangan Indonesia juga dipandang sebagai representasi artefak budaya bernilai seni tinggi yang mampu memberikan stimulus nilai ekonomi lebih di kancah niaga global.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa meningkatnya permintaan terhadap produk ramah lingkungan dan *handmade* menjadi faktor utama yang membuka peluang ekspor kerajinan Indonesia ke Jepang. Hasil ini sejalan dengan Abdurachman et al. (2024) yang menyatakan bahwa keunggulan produk kreatif Indonesia di pasar Jepang ditentukan oleh diferensiasi budaya dan nilai tambah produk. Demikian pula, Susanto et al. (2025) menjelaskan bahwa tren konsumsi berkelanjutan (*sustainable consumption*) semakin meningkatkan permintaan terhadap produk berbahan alami. Berbeda dengan penelitian terdahulu yang lebih menekankan aspek daya saing secara umum, penelitian ini menunjukkan bahwa pada konteks perdagangan tahun 2025, permintaan terhadap produk ramah lingkungan dan *handmade* menjadi pendorong utama peluang ekspor ke Jepang.

Analisis Peluang Ekspor Komoditas Kriya Domestik di Pasar Jepang

Luasnya bentangan peluang penetrasi ekspor kerajinan tangan Indonesia ke pasar Jepang diakomodasi oleh konvergensi beberapa faktor determinan yang saling menguatkan. Stimulus eksternal yang paling dominan adalah maraknya rekonstruksi perilaku konsumsi masyarakat Jepang ke arah produk ramah lingkungan (*green products*). Menguatnya kesadaran kolektif warga Jepang terhadap isu kelestarian alam memicu lonjakan permintaan atas komoditas berbahan dasar organik yang bersifat dapat digunakan kembali (*reusable*) serta meninggalkan jejak karbon yang

minimal jika dikomparasikan dengan material sintetik kimiawi. Kondisi pasar ini membuka ruang ekspansi yang sangat longgar bagi sektor industri kriya nasional yang secara historis mengandalkan rotan, bambu, serat tumbuhan alami, kayu, serta material daur ulang kreatif sebagai komponen input produksi utama.

Selain aspek kelestarian ekologis, karakteristik tipikal konsumen di Jepang juga dicirikan oleh tingginya apresiasi terhadap autentisitas produk buatan tangan. Barang-barang yang diproduksi lewat metodologi tradisional dinilai memiliki eksklusivitas tersendiri karena mengekspresikan variasi karakter yang unik pada setiap unitnya, sebuah nilai tambah esensial yang mustahil direplikasi oleh komoditas yang diproduksi secara mekanis melalui standardisasi pabrikan berskala besar. Konsekuensinya, produk kerajinan asal Indonesia menempati posisi tawar (*bargaining position*) yang sangat kompetitif dalam merespons preferensi pasar Jepang yang mengedepankan mutu premium serta aspek keaslian seni. Peluang strategis ini kian diperkuat oleh jalinan diplomasi ekonomi jangka panjang antara kedua negara, di mana kerja sama bilateral ini memfasilitasi kemudahan penetrasi pasar lewat program promosi terpadu, pameran internasional, serta skema asistensi ekspor bagi pelaku UMKM demi memperkuat kepercayaan konsumen Jepang terhadap kredibilitas produk Indonesia.

Jika ditinjau dari perspektif teori keunggulan kompetitif, dinamika ini memberikan konfirmasi bahwa daya saing komoditas kriya domestik tidak lagi diukur

secara konvensional melalui perang harga, melainkan lewat strategi diferensiasi produk (*product differentiation*) berbasis muatan filosofis budaya, inovasi desain, presisi pengerjaan, dan penggunaan material natural (Elza, 2025; Mahendra, 2025; Maryam et al., 2025). Elemen pembeda tersebut menjadi faktor kunci dalam menaikkan margin nilai tambah produk, sehingga mampu melakukan penetrasi dan bertahan pada segmen pasar premium yang menempatkan kualitas di atas parameter biaya.

Tantangan Sistemik Ekspor Komoditas Kriya Indonesia ke Jepang

Di balik hamparan potensi ekonomi yang menjanjikan, aktivitas ekspor produk kerajinan Indonesia ke Jepang masih didera oleh serangkaian hambatan struktural yang memerlukan intervensi serius. Kendala paling mendasar berakar dari tingginya standarisasi mutu dan kepatuhan teknis yang diberlakukan oleh otoritas maupun konsumen Jepang. Pasar Jepang menerapkan parameter kualitas yang sangat rigid, mencakup akurasi dimensi geometris, kerapian detail pengerjaan, daya tahan material, konsistensi gradasi warna, hingga aspek higienis serta estetika kemasan protektif. Adanya deviasi atau ketidakkonsistenan kualitas pada komoditas yang dikirim dapat secara langsung mengikis derajat kepercayaan mitra bisnis di Jepang, yang pada gilirannya akan mengancam keberlanjutan hubungan kemitraan dagang bilateral tersebut.

Tantangan berikutnya mengemuka dari eskalasi tensi rivalitas di kancah global,

di mana negara-negara di kawasan Asia Tenggara seperti Vietnam dan Thailand, bersama dengan China, sangat agresif dalam mengeksploitasi ceruk pasar Jepang pada klaster kerajinan tangan. Negara-negara kompetitor tersebut didukung oleh kapasitas produksi berskala makro, adopsi teknologi manufaktur yang lebih modern, serta efisiensi tata kelola biaya sehingga mampu menawarkan harga jual yang sangat kompetitif. Realitas persaingan ini menuntut para pelaku industri kreatif di Indonesia untuk tidak lagi sekadar bernostalgia pada narasi eksotisme produk tradisional, melainkan wajib mentransformasikan sistem produksi ke arah yang lebih efisien guna menjaga stabilitas mutu dan harga agar tetap kompetitif di pasar internasional.

Sektor logistik dan tata kelola rantai pasok global turut menyumbang beban hambatan yang signifikan bagi kelancaran ekspor. Tingginya komponen biaya untuk pengapalan internasional, standardisasi pengemasan khusus, premi asuransi barang, hingga biaya distribusi domestik menjadi beban finansial yang berat, terutama bagi kelompok pelaku UMKM dengan struktur modal yang terbatas. Tingginya biaya logistik ini menyebabkan harga jual produk Indonesia di pasar tujuan seringkali kehilangan daya saingnya jika disandingkan dengan negara kompetitor yang telah memiliki sistem logistik terintegrasi. Terlebih lagi, fenomena fluktuasi tarif kargo laut global menambah ketidakpastian iklim usaha bagi eksportir nasional.

Hambatan terakhir terletak pada asimetri kapasitas inovasi desain di kalangan pengrajin lokal. Sebagian besar

pelaku usaha kriya masih mempertahankan pola desain konvensional-tradisional tanpa melakukan proses adaptasi terhadap dinamika selera konsumen modern di Jepang yang cenderung lebih menyukai konsep desain yang minimalis, fungsional, dan geometris sederhana, tanpa menanggalkan esensi estetika dasarnya (Nurhadi et al., 2025; Pratama, 2025; Prianka et al., 2023). Kondisi ini menegaskan bahwa penguatan kapasitas inovasi produk yang adaptif merupakan instrumen yang sangat krusial dalam mempertahankan eksistensi pasar di tengah pusaran tren global yang bergerak dinamis.

Temuan ini konsisten dengan Wati et al. (2023) yang menunjukkan bahwa meskipun IJEPA memberikan kemudahan akses pasar, eksportir Indonesia tetap menghadapi berbagai hambatan non-tarif. Selain itu, Mahendra (2025) menegaskan bahwa inovasi produk menjadi faktor penting dalam mempertahankan daya saing industri kreatif. Penelitian ini melengkapi temuan tersebut dengan menunjukkan bahwa ketiga faktor tersebut masih menjadi kendala dominan dalam ekspor kerajinan Indonesia ke Jepang berdasarkan kondisi perdagangan tahun 2025.

Formulasi Strategi Akselerasi Daya Saing Kriya Nasional

Berdasarkan hasil analisis komprehensif, upaya mendongkrak kapabilitas kompetitif produk kerajinan Indonesia di pasar Jepang mensyaratkan adanya sinergi kolaboratif yang terintegrasi antara jajaran birokrasi pemerintah, pelaku usaha kreatif, serta lembaga pembiayaan

ekspor. Peran strategis pemerintah difokuskan pada perluasan akses pasar melalui jalur diplomasi perdagangan, fasilitasi pameran global, serta penyelenggaraan edukasi ekspor dan pendampingan regulasi sertifikasi produk ramah lingkungan. Di sisi lain, para pelaku usaha dituntut untuk mereformasi sistem manajemen mutu internal, mengintensifkan riset desain yang selaras dengan selera pasar negara tujuan, serta memanfaatkan ekosistem pemasaran digital secara optimal guna memangkas rantai distribusi konvensional.

Di samping pembenahan aspek teknis kualitas, penguatan narasi identitas budaya Indonesia harus dijadikan sebagai pilar strategi utama dalam mengonstruksikan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Produk kerajinan yang mampu mengawinkan nilai luhur tradisi lokal dengan fungsionalitas desain modern internasional dipastikan akan memperoleh apresiasi ekonomi yang jauh lebih tinggi dibandingkan komoditas yang hanya mengandalkan strategi harga murah (Hartati et al., 2025; Maryam et al., 2025; Nasrullah, 2026). Dengan demikian, sustainabilitas kinerja ekspor produk kriya Indonesia ke Jepang dalam jangka panjang tidak lagi ditentukan oleh volume kapasitas hulu produksi, melainkan oleh elastisitas dalam menciptakan diferensiasi produk, konsistensi mutu yang presisi, serta kelincahan dalam beradaptasi terhadap perubahan lanskap pasar global.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa Jepang tetap menjadi pasar yang potensial bagi ekspor produk kerajinan tangan Indonesia pada tahun 2025. Peluang ekspor terutama didorong oleh meningkatnya permintaan terhadap produk *handmade*, ramah lingkungan, dan bernilai budaya, yang didukung oleh keunggulan Indonesia berupa ketersediaan bahan baku alami, keragaman budaya, dan keterampilan para pengrajin. Di sisi lain, daya saing ekspor masih menghadapi tantangan utama berupa standar mutu yang ketat, tingginya biaya logistik, persaingan dengan negara eksportir lain, serta perlunya inovasi desain yang berkelanjutan.

Temuan tersebut mengindikasikan bahwa peningkatan daya saing ekspor tidak hanya bergantung pada keunggulan sumber daya lokal, tetapi juga pada kemampuan pelaku usaha dalam menjaga kualitas produk, mengembangkan inovasi sesuai kebutuhan pasar Jepang, serta memanfaatkan pemasaran digital dan kolaborasi dengan pemerintah maupun lembaga pendukung ekspor. Upaya tersebut menjadi faktor penting untuk memperluas akses pasar dan meningkatkan keberlanjutan ekspor produk kerajinan Indonesia.

Penelitian ini memberikan gambaran empiris mengenai peluang dan tantangan ekspor produk kerajinan Indonesia ke Jepang berdasarkan kondisi perdagangan tahun 2025 sehingga dapat menjadi masukan bagi pemerintah, pelaku UMKM, dan eksportir dalam merumuskan strategi pengembangan ekspor. Penelitian selanjutnya disarankan menggunakan

pendekatan kuantitatif atau *mixed methods* dengan data yang lebih luas serta melibatkan pelaku usaha secara langsung agar diperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi daya saing ekspor.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurachman, T. A., Ambya, Suparta, I. W., & Taher, A. R. Y. (2024). Exploring of Competitiveness Edge of Indonesian Creative Products in the Chinese and Japanese Markets. *International Conference of Economics, Business, and Entrepreneurship*.
<https://doi.org/10.4108/eai.4-9-2024.2353718>
- Elza, P. (2025). Peran Inovasi Produk dalam Meningkatkan Daya Saing Industri Kreatif di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Indonesia*, 1(1), 8–14.
- Fadhli, R. (2022). Implementasi Kebijakan Kurikulum Merdeka di Sekolah Dasar. *Jurnal Elementaria Edukasia*, 5(2), 147–156.
<https://doi.org/10.31949/jee.v5i2.4230>
- Hartati, Q. E., Mala, I. K., & Sutantr. (2025). Optimalisasi Keberhasilan Bisnis Kearifan Lokal Dalam Menghadapi Era Globalisasi. *Jurnal Multilingual*, 5(1), 1412–1482.
<https://doi.org/10.20884/1.actadiurn>
- Mahendra, A. C. (2025). Strategi Inovasi Produk Dalam Meningkatkan Daya Saing Umkm Di Era Digital. *JUKONI: Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 02(2), 1–6.
- Maryam, M., Amalia, C. I., Hanum, F., & ... (2025). Inovasi Desain Produk sebagai Strategi Meningkatkan Profitabilitas UMKM Kerajinan Rumahan. *Jurnal Serambi*, X(3), 13740–13749.
<https://jse.serambimekkah.id/index.php/jse/article/view/918%0Ahttps://jse.serambimekkah.id/index.php/jse/article/download/918/701>
- Muqorrobin, M. H. (2025). Menganalisis Daya Saing dan Strategi Pengembangan: Ekspor Buah Tropika Indonesia di Pasar Global. *Professional Business Journal*, 3(1), 13–23.
- Nasrullah, M. B. (2026). *Manajemen Inovasi Produk dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha Studi Kasus pada UMKM Kerajinan Kulit Tangguh Leather di Yogyakarta*. 03(03), 189–200.
- Nurhadi, I., Susila, D. A., & Ariyanto, A. (2025). Perancangan set meja makan minimalis berkonsep Japandi Style. *Productum: Jurnal Desain Produk (Pengetahuan Dan Perancangan Produk)*, 8(2), 221–228.
<https://doi.org/10.24821/productum.v8i2.15450>
- Pratama, R. F. (2025). Pengaruh Estetika Desain terhadap Persepsi Merek dan Keputusan Pembelian Konsumen di Pasar Internasional. *Design Journal*, 3(1), 31–40.
<https://doi.org/10.58477/dj.v3i1.199>
- Prianka, D., Khotania, D., & Juniati, N. (2023). Karakteristik Japandi untuk Koleksi Citywear for Womenswear and Menswear. *Keluwih: Jurnal Sains Dan Teknologi*, 4(2), 81–86.

<https://doi.org/10.24123/saintek.v4i2.5986>

- Susanto, Moh. R., Fitriya, S., Loso Judijanto, H. H., Irfan, Kusumastuti, S. Y., & Johan, A. B. (2025). *Ekonomi Kreatif* (Efitra, Ed.). PT. Green Pustaka Indonesia.
- Wati, A. E., Puteri, I. F. F., Lazuardi, M. R., Maksum, M. A., & Taryana, V. Y. S. (2023). Pengaruh Perjanjian Indonesia-Japan Economic Partnership Agreement (IJEPA) terhadap Pangsa Pasar Produk Indonesia di Jepang. *Jurnal Ekonomika*, 2(1).
- Yusepa, W., Kamilawati, A., Agesti, P. T., & Sanjaya, V. F. (2024). Peran Competitive Advantage dalam Menarik Konsumen di Pasar Lokal (Studi pada Topshop Bandar Lampung). *Jurnal Manajemen Bisnis Syariah*, 1(2), 29–40.