

IKAN PATIN



**Ikan Patin Hasil Alam
Bernilai Ekonomi dan
Berpotensi Ekspor Tinggi**

Indonesia adalah negara kepulauan yang terbentang sepanjang 3,977 mil di antara Samudera Hindia dan Samudera Pasifik, terdiri dari 1.922.500 km² daratan dan 3.257.483 km² lautan. Dengan demikian, luas perairan Indonesia hampir

tiga kali lebih luas daripada daratan. Kondisi ini tentunya menyediakan peluang ekonomi yang sangat besar bagi Indonesia melalui pemanfaatan hasil alam yang tersedia, salah satunya dari sektor perikanan.

Hasil alam dari perairan yang memiliki nilai ekonomi tinggi di pasar ekspor, antara lain, ikan patin, tuna, udang dan rumput laut. Khusus ikan patin, potensi alam ini pada kenyataannya belum dieksplorasi semaksimal mungkin, baik untuk memenuhi kebutuhan konsumen domestik maupun permintaan pasar ekspor. Potensi ikan patin Indonesia yang menjanjikan justru sukses dikembangkan di negara lain. Ini tentunya menjadi pembelajaran bagi kita semua untuk dapat lebih jeli dalam melihat potensi alam yang ada, dan kemudian dikelola menjadi sumber ekonomi bangsa.

Produksi ikan patin di Indonesia terus menunjukkan peningkatan setiap tahunnya. Karena itu, pemerintah menargetkan angka produksi ikan patin yang meningkat secara signifikan di tahun 2013 ini. Dengan kapasitas produksi yang tinggi, diharapkan visi untuk menjadikan Indonesia sebagai salah satu negara pengekspor ikan patin di dunia dapat tercapai. Berbagai program kerja disusun dan berbagai upaya dilakukan untuk mencapai visi tersebut, salah satunya adalah pengembangan budidaya akuakultur ikan patin di berbagai daerah di Indonesia.

Namun demikian, tentunya potensi alam lain dari sektor perikanan tidak dapat dikesampingkan begitu, saja seperti udang dan rumput laut. Para eksportir harus dapat melihat peluang dan tren yang sedang terjadi di pasar-pasar internasional, misalnya produk perikanan apa yang disukai konsumen setempat dan dalam bentuk ikan segar atau makanan siap saji.

Dengan dukungan alam yang besar dan kemampuan berbisnis yang memadai, sektor perikanan Indonesia akandapat terus berkembang. Pemerintah, dalam hal ini Direktorat Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional, Kementerian Perdagangan, berperan dalam memfasilitasi para pelaku usaha melalui mekanisme kerjasama dengan negara lain yang menyediakan peluang besar bagi produk makanan Indonesia, misalnya Korea. Singkat kata, perlu kerjasama yang sinergis antara pemerintah dan pelaku usaha dalam upaya peningkatan kinerja ekspor Indonesia.

Tim Editor

Daftar Isi

Ditjen PEN/MJL/004/10/2013 Oktober



Editorial 2

Daftar Isi 2

Tajuk Utama 3
Pengembangan Usaha Ikan Patin

Kisah Sukses 12

Kegiatan Ditjen PEN 14
Oktober

Sekilas Info 17
Pameran di Indonesia
Bertaraf Internasional

Daftar Importir 19

STT: Ditjen PEN/MJL/81/X/2013, **Pelindung/Penasehat:** Gusmardi Bustami, **Pimpinan Umum:** Ari Satria, **Pemimpin Redaksi:** RA. Marlana, **Redaktur Pelaksana:** Sugiarti, **Penulis:** Roesfitawati, **Desain:** Dewi Alamati, Gedung Utama Kementerian Perdagangan Republik Indonesia, Lt3, Jl. Ml. Ridwan Rais no. 5, Jakarta 10110
Telp: 021-3858171 Ext.37302, **Fax:** 021-23528652, **E-mail:** p2ie@kemendag.go.id, **Website:** djpen.kemendag.go.id

Pengembangan Usaha Ikan Patin

Industri akuakultur saat ini semakin menjadi primadona di dunia. Hal ini dikarenakan ikan telah terbukti menjadi sumber ekonomi tinggi, sehingga menjadi peluang pasar yang baru bagi para pelaku di industri akuakultur.

Ikan dianggap memberikan peluang bisnis yang besar karena mengandung protein dan gizi yang sangat baik. Kesadaran masyarakat di hampir seluruh dunia akan pentingnya makan ikan untuk kesehatan juga semakin tumbuh. Baik yang tergolong ikan air laut maupun ikan hasil budidaya, keduanya memiliki potensi ekonomi dan kendala masing-masing. Di satu sisi, ketersediaan ikan air laut terpengaruh oleh kondisi cuaca. Di sisi lain, ketersediaan pakan yang baik merupakan tantangan tersendiri dalam mengembangkan ikan hasil budidaya.

Selain ikan tuna, udang dan rumput laut, salah satu jenis ikan yang saat ini tengah dikembangkan di Indonesia adalah ikan patin, yang memperlihatkan potensi ekspor cukup tinggi. Ikan patin merupakan ikan air

tawar yang memiliki harga jual cukup tinggi. Itulah sebabnya, usaha budidaya ikan patin merupakan peluang yang menguntungkan, baik di pasar domestik maupun internasional. Ikan patin dinilai paling potensial dan dapat diandalkan untuk meningkatkan ekspor dari sektor perikanan dengan tingginya permintaan dari pasar Uni Eropa, Amerika Serikat (AS), Eropa Timur dan Eropa Tengah.

Tahun 2009, ikan patin merupakan salah satu dari sepuluh ikan yang dikonsumsi paling banyak di AS. Kriteria penilaian terhadap sepuluh besar tersebut didasarkan pada tonase ikan yang terjual di





Salah satu kolam ikan patin di Kampar, Riau

pasaran. Menurut *National Fisheries Institute* di AS, ikan dengan daging berwarna putih dan beraroma ringan yang ada di pasaran AS merupakan ikan patin hasil budidaya di Asia. Dengan kata lain, penggunaan ikan patin dalam berbagai industri makanan di AS, menggambarkan adanya peluang yang dapat terus dimanfaatkan oleh para eksportir dan pengusaha ikan patin.

Seperti halnya ikan lele, ikan patin tidak bersisik dan memiliki duri yang tajam di bagian siripnya, sehingga keduanya sama-sama digolongkan ke dalam jenis *catfish*. Namun demikian, rasa daging ikan patin lebih enak dan gurih dibandingkan dengan ikan lele. Ditambah lagi, produk ikan patin

Indonesia terkenal bersih dan tidak mengeluarkan bau. Di beberapa daerah, ikan patin memiliki nama lain, seperti ikan Juara, Lancang dan Sodarín. Wilayah di Indonesia yang memiliki potensi untuk pengembangan industri ikan patin adalah Sumatera, Kalimantan dan Jawa. Dalam realisasinya, daerah yang terpilih untuk dijadikan sentra pengembangan industri ikan patin adalah Jambi, Riau dan Kalimantan Selatan.

Jenis patin yang dikembangkan adalah Patin Jambal (*Pangasius Djambal*), Patin Siam (*Pangasius Hypothalamus*), dan Patin Pasupati (*Pangasius SP*) yang merupakan hasil persilangan antara pejantan Patin Jambal dan betina Patin Siam. Tujuan awal persilangan kedua jenis ikan patin tersebut adalah untuk memenuhi permintaan pasar ekspor yang menginginkan daging ikan patin berwarna putih. Selain warna dagingnya yang putih, ikan Patin Pasupati memiliki keunggulan dalam hal daya tahan yang lebih lama terhadap kondisi lingkungan perairan, dan mampu menghasilkan bibit yang lebih banyak.

Ikan patin Pasupati dihasilkan melalui teknologi rekayasa kromosom, sehingga menghasilkan



Patin Jambal



Patin Siam



Ikan Patin

benih yang sehat dan memiliki kekebalan maternal. Vaksinasi merupakan salah satu cara untuk merangsang induk ikan patin agar memiliki kekebalan spesifik. Vaksin yang digunakan adalah 0.4 mg per kg bobot badan. Teknologi rekayasa kromosom tersebut dilakukan dengan kejutan suhu, dan inkorporasi lisozim secara transgenik sebagai penyandi gen anti bakterial. Dengan demikian, proses pembudidayaan dapat menghasilkan benih unggul yang tahan penyakit dalam kurun waktu tiga tahun.

Prospek bisnis ikan patin, baik di pasar domestik maupun untuk ekspor, sangat besar. Terlebih lagi, para pembudidaya jenis ikan ini banyak yang sudah menguasai teknologi budidaya dan pengolahan yang tepat untuk ikan patin. Namun demikian, produksi ikan patin di Indonesia sebagian besar

masih berupa ikan patin segar. Padahal, ikan patin yang telah diolah menjadi *fillet* (daging ikan tanpa tulang) memiliki nilai jual yang lebih tinggi dan lebih diminati konsumen global. Di pasar internasional, harga ikan patin segar per kilogram adalah USD 1. Sementara itu, harga *fillet* ikan patin per kilogram mencapai USD 3.4.



Industri Ikan Patin Dalam Negeri

Keyakinan akan pengembangan usaha budi daya ikan patin ini juga didasarkan pada produksi dalam negeri yang terus mengalami peningkatan. Tahun 2006, produksi ikan patin dalam negeri mencapai 31.490 ton. Sementara itu, tahun 2012, produksi ikan patin meningkat signifikan hingga mencapai 651.000 ton. Karena itu, pemerintah menargetkan produksi ikan patin lokal mencapai 1.107.000 ton pada tahun 2013. Dengan demikian, kebutuhan ikan patin untuk perhotelan yang mencapai 100 ton per bulan, diharapkan tidak perlu lagi bergantung pada impor dari Vietnam.

Menilik hal ini, dikembangkanlah perikanan budidaya ikan patin dengan skema *blue economy* yang terdiri dari empat prinsip yakni *zero*

waste, *social inclusiveness*, *multi products* serta inovasi dan adaptasi. Prinsip-prinsip tersebut diimplementasikan dalam bentuk penggunaan benih unggul, pakan berkualitas dengan harga terjangkau, serta pemanfaatan teknologi yang ramah lingkungan. Dengan aplikasi skema *blue economy* ini, fokus dalam meningkatkan nilai tambah suatu produk layak ekspor diharapkan akan dapat tercapai. Berdasarkan pertimbangan geografi Indonesia yang berbentuk kepulauan, maka industri pengolahan ikan patin difokuskan di Indonesia bagian barat, sementara sentra produksi ikan patin dipusatkan di Indonesia bagian timur di mana sebagian besar wilayahnya adalah lautan atau perairan.



Sistem jaring apung ikan patin di waduk Jatiluhur, Purwakarta



Contoh penyajian ikan patin di Eropa

Untuk mencapai target yang telah ditetapkan, Pemerintah membangun lokasi sentra budi daya ikan patin yang tersebar di 10 provinsi di wilayah Sumatera, Jawa dan Kalimantan. Sementara itu, untuk industri ikan patin yang diolah dalam bentuk *fillet*, sentra produksi terdapat di 8 (delapan) lokasi yang berada di Jakarta, Surabaya dan Banjarmasin. Selain itu, masih ada lagi 6 (enam) lokasi yang mengolah patin menjadi tepung ikan, yaitu di Jambi, Kampar-Riau, Karawang, Banjar, Tulungagung dan Purwakarta. Ini memperlihatkan bahwa industri ikan patin di Indonesia telah dikembangkan dari hulu ke hilir.

Namun demikian, masih terdapat permasalahan lain yang dihadapi oleh industri ikan patin di Indonesia, yaitu ongkos produksinya yang tinggi, yakni sebesar Rp 8.000 – Rp 11.000 per kg. Biaya ini lebih mahal bila dibandingkan dengan di Vietnam yang hanya Rp 6.000 per kg. Akibatnya, harga jual ikan patin dari Vietnam pun menjadi lebih murah, yaitu Rp 12.000 per kg, di pasar internasional. Kendala lain yang mempengaruhi harga jual ikan patin Indonesia adalah karena pakannya masih

tergantung pada impor. Ini berbeda dengan Vietnam yang sudah mampu memproduksi sendiri. Untuk mengatasi kendala ini, perlu adanya kluster budidaya ikan patin yang tersentralisasi agar biaya produksi bisa ditekan dan volume produksi ikan patin bisa ditingkatkan.

Kekurangan ikan patin Indonesia lainnya, apabila dibandingkan dengan ikan patin Vietnam, adalah ukurannya yang Indonesia rata-rata 500-600 gram, sedangkan pasar Eropa menginginkan ikan patin dengan ukuran 800 gram hingga satu kilogram. Idealnya, ikan patin yang bagus adalah yang berukuran satu kilogram hingga 1,2 kilogram agar mudah diolah dalam bentuk *fillet*. Ukuran ikan patin ini semakin menjadi hambatan karena para peternak ikan patin Indonesia, yang umumnya kalangan rumah tangga, cenderung tidak sabar menunggu hingga ikan patin mereka mencapai berat dan ukuran ideal. Ketika datang permintaan ikan patin berukuran 500 gram, para peternak ikan patin langsung menjualnya.

Konsumsi Ikan Patin Dunia



Ikan patin dalam kemasan dari Vietnam



Vietnam adalah negara pengekspor ikan patin terbesar di dunia karena luas lahan budidaya sudah mencapai lebih dari satu juta hektare. Di lain sisi, AS merupakan salah satu negara pengimpor ikan patin terbesar di dunia. Peluang ekspor ikan patin bagi Indonesia semakin terbuka lebar setelah Negeri Paman Sam itu membatasi impor ikan patin yang selama ini didominasi oleh Vietnam, terutama dalam bentuk *fillet*. Impor ikan patin dari Vietnam ditutup karena disinyalir mengandung bahan berbahaya bagi tubuh manusia, berdasarkan standar kesehatan di AS. Kondisi ini merupakan peluang emas bagi pengusaha ikan patin dari Indonesia untuk mengisi kebutuhan pasar AS terhadap ikan patin yang mencapai 1,1 juta ton per tahun.

Potensi ekspor juga semakin terbuka setelah Amerika Serikat menemukan fakta bahwa ikan patin yang diimpor dari Vietnam sebenarnya berasal dari Indonesia, khususnya Sumatera Selatan. Pemerintah Daerah Sumatera Selatan pun berinisiatif untuk memotong jalur ekspor ikan patin yang sebelumnya melalui Vietnam, menjadi langsung diekspor ke AS tanpa melalui perantara

atau pihak kedua. Budidaya ikan patin di daerah tersebut pun berkembang di berbagai kabupaten atau kota seperti Muaraenim, Ogan Ilir, Banyuasin hingga Palembang.

Selain AS, pasar Eropa juga menyediakan peluang ekspor bagi produk ikan patin. Sama halnya dengan AS, penyuplai produk ikan patin terbesar untuk pasar Eropa adalah Vietnam yang menguasai pasar setempat hingga 25%. Potensi ekspor ikan patin di pasar Eropa semakin terbuka dengan dikeluarkannya kebijakan oleh Pemerintah Uni Eropa yang membatasi perburuan ikan cod. Sebagai gantinya, masyarakat Eropa beralih ke ikan patin karena tekstur dan dagingnya yang hampir mirip dengan ikan cod. Diperkirakan, kebutuhan pasar Eropa terhadap ikan patin akan jauh melampaui kebutuhan ikan patin di pasar AS.

Dalam jarak demografis yang lebih dekat, Singapura dan Malaysia adalah dua negara tetangga di kawasan Asia yang juga menjadi negara tujuan ekspor ikan patin dari Indonesia. Bedanya, jika



Ikan Patin



Salai ikan patin dari Riau

pasar AS dan Eropa menginginkan produk ikan patin dalam bentuk *fillet*, konsumen di Singapura dan Malaysia menginginkan ikan patin segar berumur sekitar empat bulan, yang diolah melalui proses pengasapan yang disebut dengan salai ikan patin. Produk ikan patin jenis ini diproduksi oleh Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Desa Koto Mesjid dan Pulau Gadang, Kabupaten Kampar, Provinsi Riau.

Sejak tahun 2010 hingga 2012, diperkirakan ekspor salai ikan patin ke dua negara ASEAN tersebut mencapai tiga ton. Produk ikan patin jenis ini sangat diminati karena tidak mengandung pengawet dan tidak menggunakan penyedap rasa buatan. Namun demikian, salai ikan patin ini dijual ke luar negeri belum melalui jalur ekspor yang sesuai prosedur,

tapi dilakukan oleh para pedagang pengumpul di kota Pekanbaru untuk selanjutnya dibawa ke Singapura dan Malaysia. Untuk pasar lokal sendiri, permintaan terbesar untuk salai produk ikan patin di antaranya berasal dari Batam, Jakarta, Medan, Aceh dan Sumatera Barat.

Selain pasar AS dan Eropa sebagai pasar tradisional, dalam jangka panjang ekspor ikan patin juga akan merambah ke negara-negara non-tradisional seperti Timur Tengah. Salah satu pasar yang mengajukan permintaan cukup tinggi terhadap produk ikan patin dari Indonesia adalah Persatuan Arab Emirat, khususnya Dubai. Konsumen di pasar ini menginginkan ikan patin yang memiliki rata-rata berat 500 gram dengan harga jual Rp 15.000 per ekor.

Industrialisasi Ikan Patin untuk Tingkatkan Ekspor

Ikan patin adalah ikan asli Indonesia khususnya pulau Sumatera. Ikan ini dibawa ke Vietnam sekitar 12 tahun yang lalu, yang kemudian dibudidayakan dengan baik oleh pengusaha setempat. Hasilnya, kini Vietnam berhasil menjadi pengeksport ikan patin terbesar di dunia dengan menguasai 96% pasar ikan patin internasional, yang terdiri dari

80 pasar negara tujuan ekspor, termasuk negara-negara di Eropa, AS dan Australia. Selain itu, pengusaha ikan patin Vietnam mampu membaca selera konsumen dunia, khususnya di negara maju, yang lebih menyukai kuliner praktis.



Deira fish market yang merupakan pasar ikan tradisional terbesar di Dubai

Melihat hal itu, maka bukan tidak mungkin bagi Indonesia untuk mengejar ketertinggalan dan membangun optimisme agar bisa menjadi salah satu produsen produk ikan patin di dunia. Terlebih, dengan potensi ekonomi yang tersedia, baik di pasar lokal maupun internasional, serta kemampuan produksi dalam negeri yang cukup tinggi, maka pengembangan industri ikan patin di Indonesia juga memiliki masa depan yang menjanjikan terutama untuk memenuhi permintaan pasar dunia yang besar. Langkah-langkah perbaikan yang perlu dilakukan adalah dengan mengembangkan sistem budidaya ikan patin yang terpadu, yang bisa menekan ongkos produksi dan harga jual. Lalu, kualitas produk harus tetap diperhatikan agar mampu memenuhi kebutuhan pasar di dalam dan luar negeri.

Untuk mencapai visi ini, pemerintah Indonesia menjalin kerjasama dengan berbagai pihak, baik dari dalam maupun luar negeri, dalam rangka meningkatkan mutu produk ikan patin Indonesia.

Dengan luar negeri, misalnya, dengan Vietnam untuk mempelajari bagaimana teknik budidaya yang diterapkan selama ini dalam mengembangkan industri pengolahan ikan patin. Dari segi teknologi, pada dasarnya tidak sulit untuk mempelajari teknologi pengolahan yang telah dipraktikkan oleh pengusaha dan peternak ikan patin di Vietnam. Yang dibutuhkan adalah kesiapan sumber daya manusia di Indonesia yang perlu diberikan melalui kegiatan penyuluhan.

Selain kerjasama dengan luar negeri, para pengusaha ikan patin Indonesia juga telah menerapkan berbagai metode sebagai upaya menghasilkan ikan patin dengan kualitas baik untuk dapat memenuhi kebutuhan pasar ekspor. Dalam pembudidayaan ikan patin, terdapat dua kegiatan utama yaitu pembenihan dan pembesaran. Kegiatan pembesaran ditujukan untuk memperoleh ikan patin konsumsi, baik pasar domestik maupun pasar global. Jangka waktu yang dibutuhkan dalam kegiatan pembesaran ikan patin

disesuaikan dengan permintaan pasar. Semakin lama jangka waktu yang ditentukan, maka peternak akan dapat memperoleh ikan patin dengan ukuran yang lebih besar. Dalam jangka waktu enam bulan, rata-rata ikan patin akan memiliki berat 600 gram sampai dengan 700 gram.

Di antara yang harus diperhatikan dalam kegiatan pembesaran ikan patin, antara lain, pemupukan, pemberian pakan, penanganan hama dan penyakit, serta pemanenan. Pemupukan kolam bertujuan untuk meningkatkan ketersediaan makanan alami dan produktivitas kolam. Lokasi kolam yang tepat adalah yang dekat dengan sumber air dan bebas banjir. Pemupukan dilakukan sebelum benih ikan patin ditempatkan ke dalam kolam lumpur. Pupuk yang ditebar di dalam kolam adalah pupuk kandang atau pupuk hijau dengan dosis 50-700 gram per meter persegi, yang mampu merangsang pertumbuhan makanan alami sebanyak-banyaknya bagi kebutuhan ikan patin.

Selanjutnya, pemberian pakan adalah faktor yang menentukan dalam keberhasilan pembudidayaan ikan patin karena terkait dengan aspek kandungan gizi yang penting bagi ikan patin. Karena itu, dalam memberikan pakan bagi ikan patin perlu memperhatikan jumlah dan frekuensi pemberian pakan tersebut. Hal ini memerlukan ketelitian oleh peternak ikan patin karena jumlah pakan yang diberikan akan bertambah seiring dengan kenaikan berat badan ikan patin. Pakan yang diberikan berupa pelet yang dapat ditambah dengan jenis pakan alami lainnya seperti kerang, keong emas, bekicot, ikan sisa, atau lainnya yang mengandung protein. Pada Sub Balai Penelitian Perikanan Air Tawar Palembang, ikan patin diberi makanan berupa gumpalan (pasta) dari bahan-bahan pembuat makanan ayam dengan komposisi tepung ikan (35%), dedak halus (30%), menir beras (25%), tepung kedelai (10%), serta vitamin dan mineral (0,5%). Tujuan pemberian makanan berupa pasta ini adalah untuk memperoleh induk ikan

patin yang matang di dalam telur.

Dalam proses pembudidayaan ikan patin, hal yang dapat mengganggu adalah timbulnya hama dan penyakit pada kolam ikan patin, seperti lingsang, kura-kura, biawak, ular air dan burung. Untuk mengatasinya, para peternak ikan patin umumnya memasang lampu di sekitar kolam demi mencegah masuknya hewan-hewan pengganggu tersebut ke dalam kolam. Selain dengan menyiapkan penerangan yang baik, penanganan hama biasanya dilakukan dengan pembersihan semak belukar yang tumbuh di pinggir dan di sekitar lokasi kolam ikan patin, yang biasanya merupakan tempat bersarangnya hama. Khusus untuk menghindari serangan burung bangau pecuk dan blekok, peternak ikan patin menutupi bagian atas wadah budidaya dengan lembaran jaring dan memasang kantong jaring tambahan di luar kantong jaring budidaya. Hama tersebut harus dibersihkan karena akan menjadi pesaing bagi ikan patin dalam mencari makan dan memperoleh oksigen.

Selain itu, ikan patin juga dapat terjangkit penyakit, baik yang bersifat infeksi karena gangguan organisme patogen maupun penyakit non-infeksi yang tidak menular. Benih ikan patin yang dikembangkan secara massal sering mendapat serangan organisme patogen seperti parasite *ichthyoptirus multifilis* (white spot), sehingga menyebabkan kematian terhadap benih ikan patin dalam jumlah besar, khususnya yang berumur satu hingga dua bulan.

Setelah ketiga hal di atas dilakukan dengan benar, maka proses pemanenan juga turut menentukan kualitas ikan patin. Pemanenan ikan patin harus dilakukan secara terarah mulai dari hilir kemudian didorong ke hulu. Dengan demikian, ikan patin akan tetap mendapatkan air segar sehingga kematian ikan patin dapat dihindari.

Desa Koto Mesjid: Sukses Tembus Pasar Internasional Berkat Ikan Patin

Keberhasilan suatu desa untuk menjadikan masyarakatnya mandiri secara ekonomi ditentukan oleh dua pihak. Pertama adalah pemerintah yang memiliki komitmen untuk mendukung dalam bentuk bantuan dana dan pelatihan bagi pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Kedua adalah masyarakat setempat yang memiliki keinginan untuk belajar demi keberhasilan.

Berawal dari sebuah desa miskin yang merupakan tempat bagi transmigran lokal akibat pembangunan Pembangkit Listrik Tenaga Air (PLTA), desa Koto Mesjid kini telah berubah menjadi sebuah desa sejahtera melalui pengembangan industri ikan, khususnya ikan patin. Dengan motto “Tiada Rumah Tanpa Kolam Ikan”, desa Koto Mesjid kini dikenal sebagai “Desa Kampung Patin” dan berhasil meraih penghargaan Adibakti Mina Bahari Pembudidaya Teladan, juara satu Pengolahan Patin Tingkat Provinsi dan ditetapkan sebagai Desa Pengembangan Terpadu. Dengan prestasi ini, desa Koto Mesjid dijadikan sebagai percontohan bagi desa-desa lain di Riau, dan bahkan layak dijadikan percontohan bagi desa lain di seluruh nusantara dalam rangka

meningkatkan taraf ekonomi masyarakat.

Hingga awal tahun 2013, di desa ini telah terdapat 1.280 kolam ikan di atas lahan seluas 54 hektare sejak mulai dikembangkan tahun 2003. Dengan kapasitas produksi yang besar di desa Koto Mesjid dan desa Pulau Gadang yang juga turut mengembangkan industri dan budidaya ikan patin, Kabupaten Kampar di Provinsi Riau kini menjadi daerah penghasil ikan patin terbesar di Sumatera. Kedua desa itu mampu menghasilkan ikan patin setidaknya enam ton hingga lebih dari sepuluh ton per hari. Hal ini tentunya memberikan harapan besar akan pemanfaatan peluang pasar yang tersedia, baik untuk memenuhi kebutuhan nasional maupun pasar ekspor.



Proses pemanenan ikan patin pada salah satu kolam ikan patin di Desa Koto Mesjid, Kabupaten Kampar, Riau

Langkah selanjutnya yang perlu mendapatkan perhatian dari Pemerintah adalah terkait pemasarannya agar dapat menembus pasar luar negeri. Dalam konteks ini, peran Pemerintah sangat penting. Tidak hanya Direktorat Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional (DJPEN), Kementerian Perdagangan, tapi juga kementerian atau instansi terkait lainnya. Di samping itu, para pembudidaya dan pengusaha ikan patin juga perlu ditingkatkan pengetahuan dan pemahamannya mengenai teknik pemasaran, salah satunya adalah melalui penguasaan teknologi informasi dan komunikasi (TIK), seperti *online marketing*. Jika hal ini dapat direalisasikan, para pembudidaya atau pun pengusaha ikan patin akan dapat secara aktif dan mandiri dalam mencari peluang pasar, khususnya pasar ekspor.

Salai Ikan Patin: Ikon Baru Provinsi Riau

Dengan tingginya minat terhadap produk ikan patin, mendorong UMKM di Desa Koto Mesjid dan Pulau Gadang, Kabupaten Kampar, Riau, mulai memfokuskan diri dalam pengembangan produk ini agar dapat meningkatkan kapasitas produksinya dan membidik pasar internasional lainnya, baik di kawasan Asia maupun benua lainnya. Salah satu yang patut di apresiasi adalah bahwa kini Provinsi Riau menjadi semakin dikenal di dunia internasional dengan ikon barunya, yaitu salai ikan patin. Pasar tujuan ekspor untuk salai ikan patin terutama adalah Singapura dan Malaysia. Salai ikan patin menjadi sangat digemari konsumen di pasar tersebut karena rasanya yang gurih dan tidak mengandung pengawet atau pun penyedap rasa.

Ikan patin yang diolah menjadi salai adalah ikan patin segar, yang dipanen saat berumur empat bulan. Proses pembuatan salai ikan patin dilakukan dalam beberapa tahap. Tahap pertama, insang ikan patin yang dipanen langsung dari kolam dibersihkan. Selanjutnya, ikan patin dibelah menjadi dua pada bagian tengah tanpa terputus, lalu direndam beberapa kali dalam bak yang berbeda-

beda. Air rendaman dalam bak berfungsi untuk menghilangkan kandungan darah dalam ikan patin, sebelum akhirnya dibakar hingga matang.

Salai ikan patin yang sudah siap dijual kemudian didistribusikan melalui para pedagang pengumpul di kota Pekanbaru, yang kemudian dibawa ke Malaysia dan Singapura. Pada proses pendistribusian ini, memperlihatkan bahwa kegiatan ekspor salai ikan patin dari Riau belum dilakukan berdasarkan prosedur ekspor yang berlaku dalam peraturan perdagangan internasional di Indonesia. Karena itu, agar kinerja ekspor pada setiap komoditi dapat tercatat dan terukur dengan baik, pemerintah c.q. DJPEN, Kementerian Perdagangan, berupaya melakukan pembinaan kepada para pelaku usaha berskala UMKM, agar bisa bekerja sama dalam usaha memperbaiki aktivitas perdagangan internasional di Indonesia. Kerjasama dimaksud antara lain berupa pelaksanaan pelatihan prosedur ekspor.

Selain mengenai tata cara prosedur ekspor yang benar sesuai aturan Pemerintah, hal lain yang perlu diperhatikan dalam produksi salai ikan patin untuk pasar internasional adalah mengenai teknik pengemasan. Dengan pengemasan yang baik, menarik dan inovatif, maka pasar tujuan ekspor untuk komoditas salai ikan patin dapat diperluas hingga ke pasar di kawasan lainnya, yang juga memiliki permintaan tinggi terhadap ikan patin seperti AS, Eropa dan Timur Tengah.

Secara umum, agar produk makanan yang diekspor dapat diterima oleh konsumen global, maka perlu memperhatikan dua hal. Pertama, higienitas produk harus terjamin. Dan, kedua, sanitasi lokasi produksi harus benar-benar terjaga kebersihannya. Kedua syarat ini sangat erat kaitannya dengan standar kesehatan di sejumlah negara. Dengan demikian, pengetahuan dan pemahaman akan regulasi yang berlaku di negara-negara yang berbeda harus dimiliki oleh para pengusaha produk ikan patin, agar berhasil melakukan penetrasi ke pasar dunia.

Kerjasama DJPEN dan AKC

Membidik Pasar Korea Sebagai Tujuan Ekspor Produk Makanan Olahan



Sebagaimana yang telah dijelaskan pada bagian Tajuk Utama, ikan patin merupakan produk Indonesia dengan potensi ekspor yang sangat besar. Keyakinan akan potensi ekspor yang besar ini didasarkan pada kemampuan produksi dalam negeri, di mana Indonesia adalah negara kepulauan dengan wilayah perairan yang sangat besar. Selain itu, ikan patin merupakan ikan asli Indonesia. Ditambah lagi, permintaan pasar luar negeri terhadap produk ikan patin Indonesia juga besar.

Namun demikian, produk ikan patin hanya merupakan salah satu produk makanan Indonesia yang dapat dijadikan andalan dari sektor perikanan atau sektor produk makanan. Karena itu, DJPEN terus berupaya dalam meningkatkan kapabilitas pengusaha makanan olahan Indonesia agar dapat memenuhi permintaan pasar global. Di samping itu, upaya yang dilakukan juga terkait dengan kegiatan

promosi dalam rangka memperkenalkan produk-produk makanan Indonesia ke seluruh dunia.

Salah satu pasar internasional yang menyediakan peluang ekspor untuk produk makanan olahan adalah Korea. Total nilai produk makanan olahan yang diimpor Korea dari seluruh dunia adalah USD 7,13 miliar di tahun 2008, dan meningkat menjadi USD 8,43 miliar di tahun 2012. Untuk produk makanan olahan secara umum, Indonesia berada di urutan ke-25 di pasar Korea dengan nilai ekspor USD 59,25 juta di tahun 2008, dan bertambah menjadi USD 64,63 juta pada 2012. Khusus untuk ikan dan produk ikan, Korea mengimpor USD 2,07 miliar pada tahun 2008, kemudian meningkat menjadi USD 2,62 miliar di tahun 2012. Secara spesifik, impor ikan dan produk ikan Indonesia berada di posisi ke-10 dengan nilai USD 44,53 juta pada 2008, lalu meningkat tipis menjadi USD 44,95 juta pada 2012.



Seminar "Korean Market Access Seminar for Food Products of Indonesia" hasil kerjasama DJPEN dan AKC

Dengan menganalisa data di atas, dapat disimpulkan bahwa Indonesia baru memanfaatkan sebagian kecil peluang pasar yang tersedia di Korea, baik untuk komoditas makanan olahan maupun komoditas ikan dan produk ikan. Oleh karena itu, DJPEN membangun kerja sama dengan *ASEAN-Korea Centre* (AKC) dengan mengadakan berbagai kegiatan yang melibatkan para pelaku usaha Indonesia. Kerjasama antara dua pihak ini merupakan salah satu realisasi dari skema perdagangan bebas antara Korea dengan negara-negara ASEAN. AKC sendiri dibentuk pada Mei 2009, bersamaan dengan peringatan *Dialogue Partnership* antara ASEAN dan Korea yang ke-20. AKC didirikan berdasarkan kesepakatan dalam *Memorandum of Understanding* (MoU), yang ditandatangani oleh Menteri Luar Negeri Korea dan 10 negara anggota ASEAN pada waktu penyelenggaraan *ASEAN-Republic of Korea Summit* bulan November 2007. Pada kenyataannya, negara-negara ASEAN merupakan destinasi ekspor terbesar kedua bagi produk buatan Korea.

Dengan Kementerian Perdagangan, AKC bekerja sama melalui penyelenggaraan berbagai kegiatan perdagangan seperti misi pembelian, pelatihan dan seminar. Salah satu yang telah terealisasi adalah kegiatan Adaptasi Produk yang diadakan pada tanggal 20-21 Agustus 2013 di Surabaya. Kegiatan Adaptasi Produk ini terdiri dari seminar

dan kunjungan perusahaan. Seminar dengan tema "*Korean Market Access Seminar for Food Products of Indonesia*" diadakan pada tanggal 20 Agustus 2013 yang dihadiri oleh Direktur Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional, Gusmardi Bustami, dan Sekreatris Jenderal AKC, Hae Moon Chung. Dalam sambutannya, Gusmardi menuturkan, "Dalam meningkatkan ekspor, para pelaku usaha harus memiliki kepekaan terhadap selera pasar yang sangat dipengaruhi oleh gaya hidup, ekonomi, sosial, dan budaya. Penguasaan dan pemanfaatan teknologi untuk menghasilkan produk yang berkualitas juga sangat diperlukan untuk memperbesar kemungkinan produk tersebut diterima oleh konsumen global".

Seminar yang berfokus pada pengembangan produk makanan olahan, hasil laut dan agrikultur ini dihadiri oleh kurang lebih 80 orang, terdiri dari pelaku usaha, asosiasi, pemerintah daerah, dan instansi terkait lainnya. Melalui seminar ini, diharapkan para hadirin, khususnya peserta, dapat memperoleh wawasan dan pengetahuan mengenai peluang pasar ekspor di Korea, peraturan dan persyaratan ekspor ke Korea, serta strategi pemasaran yang efektif untuk dapat berkompetisi termasuk gaya hidup, ekonomi, sosial dan budaya yang mempengaruhi selera pasar. Dengan demikian, peluang usaha yang tersedia di pasar Korea untuk produk makanan olahan dapat lebih dieksplorasi.

Untuk memberi gambaran yang nyata mengenai pasar produk makanan di Korea, pihak AKC juga turut mengundang tenaga ahli dari Korea Selatan, yang merupakan perwakilan dari perusahaan-perusahaan yang bergerak di bidang makanan olahan, hasil laut dan agrikultur. Perusahaan tersebut adalah Emart, Pulmuone dan Cheil Jedang. Para tenaga ahli ini tidak hanya menjelaskan mengenai produk makanan itu sendiri yang harus memenuhi standar produk terkait, tapi dalam dialog dengan mereka juga dibahas mengenai kemasan makanan, khususnya teknik pengemasan yang selain berfungsi untuk pengaman produk, juga perlu memperhatikan estetika agar tampil lebih menarik.



Dirjen PEN dan Sekjen AKC meninjau produk-produk yang dibawa dan ditampilkan oleh peserta seminar

Selanjutnya, perusahaan lokal yang terpilih dalam kunjungan perusahaan tanggal 21 Agustus 2013, yang dilakukan oleh perwakilan DJPEN dan AKC adalah PT Sekar Group dan PT Alter Trade. Sekar Group merupakan salah satu perusahaan di bidang makanan yang berlokasi di Surabaya, dengan empat anak perusahaan yang tergabung di dalamnya, yaitu PT Sekar Bumi Tbk, PT Sekar Laut Tbl, PT Pangan Lestari dan PT Bukit Welirang Indonesia. Salah satu merek produk makanan andalannya adalah FINNA®. Produk makanan yang diproduksi oleh



Dirjen PEN, Gusmardi Bustami, memberikan sambutan dalam seminar yang merupakan rangkaian kegiatan Adaptasi Produk

Sekar Group, antara lain, udang beku, ikan beku, kerupuk udang, bumbu dapur, kacang mete dan lain-lain. Di sisi lain, PT Alter Trade Indonesia (PT Atina) merupakan perusahaan yang bergerak di bidang usaha makanan laut beku, khususnya udang, yang khusus diperuntukkan bagi pasar ekspor. Atina berpusat di Sidoarjo, tapi sejak 2010 perusahaan ini membuka lokasi operasional produksi udang yang baru di daerah Pinrang, Sulawesi Selatan, demi meningkatkan standar operasional dan kualitas.



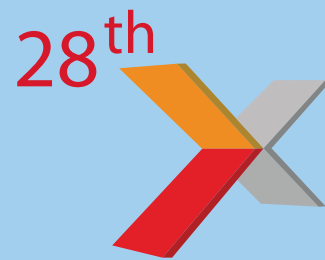
Kunjungan perusahaan ke PT Sekar Group



Dialog antara pemilik perusahaan dengan tenaga ahli dari Korea dalam kegiatan kunjungan perusahaan

PAMERAN DI INDONESIA BERTARAF INTERNASIONAL

The 28th Trade Expo Indonesia: Trade with Remarkable Indonesia



T R A D E X P O
Indonesia

Penyelenggaraan pameran dagang terbesar di Indonesia, Trade Expo Indonesia (TEI), semakin dekat. Agenda tahunan berskala internasional ini akan berlangsung pada tanggal 16-20 Oktober 2013 di *fairground* Jakarta International Expo (JIExpo), Kemayoran, Jakarta. Sebagaimana penyelenggaraan di tahun-tahun sebelumnya, Presiden Republik Indonesia, Susilo Bambang Yudhoyono direncanakan akan hadir untuk membuka secara resmi kegiatan yang selalu dikunjungi oleh perwakilan dari negara sahabat ini. Selain pameran produk dan jasa unggulan, juga terdapat kegiatan pendukung lainnya seperti *Business Matching* dan *Business Forum*.

TEI ke-28 akan diadakan di atas lahan seluas 60.000 m² agar dapat mengakomodir sekitar 2.000 perusahaan, yang telah terdaftar sebagai peserta pameran. Dengan menampilkan berbagai produk dan jasa unggulan Indonesia, diharapkan target untuk menghadirkan 10.000 *buyer* dari mancanegara dan 25.000 pengunjung lokal dapat

tercapai. Produk unggulan dimaksud di antaranya adalah komponen otomotif, coklat, kopi, minyak kelapa, peralatan listrik, alas kaki, furnitur, karet dan produk karet, tekstil dan produk tekstil, minyak atsiri, kerajinan, pengobatan herbal, perhiasan dan aksesoris, kulit dan produk kulit, makanan olahan, produk pertanian, perlengkapan bangunan, bahan kimia, makanan dan minuman, perlengkapan rumah tangga, barang pecah belah, produk kertas dan perlengkapan olahraga. Sementara itu, dari sektor jasa akan menampilkan tenaga kerja terlatih dari sejumlah sektor seperti pertambangan, perbankan dan asuransi. Selain TEI, selama bulan Oktober 2013 juga ada tiga kegiatan lainnya yang juga terkait dengan upaya peningkatan kinerja ekspor Indonesia, yaitu *Jogja Trade Expo* (JTE) 2013, *Jakarta Fashion Week* (JFW) 2014 dan *World Bali Seafood Show* 2013.

JOGJA TRADE EXPO 2013

Jogja Trade Expo (JTE) merupakan kegiatan pendukung TEI dengan skala yang lebih kecil, di mana JTE menampilkan produk-produk ekspor yang dihasilkan oleh pelaku usaha khusus di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY). Pada awal



pelaksanaannya 18 tahun yang lalu, JTE dikenal dengan *Jogja Export Expo* (JEE). Namun, tahun

2013, terjadi perubahan nama menjadi JTE demi menyelaraskan nama kegiatan dengan TEI. Selain itu, perubahan nama kegiatan juga bertujuan untuk dapat beradaptasi dengan fleksibilitas dan dinamika perdagangan global, regional dan domestik, serta turut mengedepankan sektor pariwisata sebagai salah satu dampak dari tumbuhnya kinerja

ekspor daerah. JTE diselenggarakan oleh Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi dan UKM, bekerjasama dengan Kamar Dagang dan Industri DIY, Dewan Kerajinan Daerah, serta elemen swasta lainnya. JTE ke-18 akan diselenggarakan tanggal 18-22 Oktober 2013, bertempat di Jogja Export Center.



JAKARTA FASHION WEEK 2014

Jakarta Fashion Week (JFW) merupakan kegiatan di industri fesyen yang memberikan gambaran mengenai tren mode Indonesia melalui peragaan bakat dan kreativitas desainer fesyen lokal. Acara ini bertujuan untuk memajukan dunia fesyen di Indonesia, sekaligus menjadikan Jakarta dan Indonesia sebagai salah satu pusat mode di Asia. JFW diselenggarakan oleh Azura Activation yang merupakan bagian dari Femina Group. JFW 2014 dilaksanakan pada 19-25 Oktober 2013 di Senayan City, Jakarta. Wujud partisipasi Kementerian Perdagangan pada JFW adalah melalui dukungan anggaran untuk merealisasikan *Buyers' Room*, merupakan tempat bertemunya *buyers* mancanegara dengan beberapa desainer fesyen terpilih berdasarkan kriteria tertentu. Selain itu, Kementerian Perdagangan juga memfasilitasi dalam pelaksanaan *workshop* dan seminar.



WORLD BALI SEAFOOD SHOW 2013

Dengan jumlah 17.508 pulau, Indonesia merupakan negara kepulauan terbesar di dunia. Kondisi geografis ini menggambarkan sumber daya alam laut yang sangat besar. Potensi ekonomi Indonesia yang berasal dari sektor kelautan dan perikanan juga sangat signifikan dengan nilai sekitar USD 82 miliar per tahun. Menyadari potensi yang ada, Kementerian Perdagangan berpartisipasi dan mendukung Kementerian Kelautan dan Perikanan dalam penyelenggaraan World Bali Seafood Show, tanggal 22-24 Oktober 2013 di Westin Nusa Dua Resort, Bali. Kegiatan ini bertujuan untuk mempromosikan produk kelautan dan perikanan Indonesia ke pasar internasional khususnya Asia Pasifik, yang pada saat ini menjadi wilayah yang paling potensial dan stabil dalam perekonomian dunia. Acara ini juga bermanfaat untuk membangun hubungan bisnis serta menggali potensi ekspor di sektor kelautan dan perikanan.

DEL MAR SEAFOOD'S INC.

331 Ford Street, Watsonville
California, USA - 95076

Phone : (+831) 763-3000

Fax : (+831) 763-2444

Email : joe@delmarseafoods.com,
gloria@delmarseafoods.com,
randy@delmarseafoods.com

Website : <http://www.delmarseafoods.com>

Product : *Fish (frozen, fresh or chilled),
squid (frozen)*

HORSENHAUSEN SALMON

Vejle, Denmark

Phone : (+45) 86 244 206

Fax : (+45) 86 244 256

Email : mmp@horsenhausen.dk

Website : <http://www.horsenhausen.dk/>

Product : *Fishery/marine products,
fish (fresh or chilled)*

FISHERY PRODUCTS INTERNATIONAL (EUROPE) GMBH

Schillerstrasse 2

Cuxhaven, Germany - D-27472

Phone : + 49 (04721) 71960

Fax : + 49 (04721) 71960

Email : sti-germany@fpil.com

Website : <http://www.fpil.com>

Product : *Shrimps (fresh or frozen),
fish (frozen)*

MOOLOOLAH RIVER FISHERIES

Lot 201 Parkyn Parade

Mooloolaba, Australia - 4557

Phone : 61 7 5452 4600

Fax : +61 7 5452 4699

Email : seafood@mooloolahfish.com.au

Website : <http://www.mooloolahfish.com.au/>

Product : *Fishery/marine Products*

OA0 MERIDIAN

Izhorskaya Str., 7,

Moscow, Russia - 125599

Phone : +7 (095) 488-47-01

Fax : +7 (095) 486-47-47

Email : marketing@meridian.ru,

Website : <http://www.meridian.ru>

Product : *Fishery/marine products*

SOCIETA DEL MARE ADRIATICO

Via Lungomare Mediterraneo 2

Fano, Italy - 61032

Phone : +39 072 180 8794

Fax : +39 072 182 7827

Email : pamela@societamareadriatico.com

Website : <http://www.societamareadriatico.com/>

Product : *Fishery/marine products*

URANGAN FISHERIES

Lot 1, Boat Harbour Drive

Queensland, Australia - 4655

Phone : 61 7 4125 1077

Fax : 61 7 4125 1077

Email : paulfarmer@uranganfisheries.com.au

Website : <http://www.uranganfisheries.com.au/>

Product : *Fishery/marine products*

WORLD SEAFOOD DIRECT

Ray.Curons

Canterbury, United Kingdom -

Phone : +44 1227 372 365

Fax : +44 1227 372 365

Email : ray@worldseafooddirect.com

Website : <http://www.worldseafooddirect.com/>

Product : *Fishery/marine products*

1-BOS LIMITED

27 Imrie Street, P.O. Box 672, Randolph, MA 02368
USA

Massachusetts, USA

Phone : 1-781-963-4040

Fax : 1-781-963-4048

Email : sales@a-bos.com

Website : <http://www.a-bos.com>

Product : *Fishery products*

28th



T R A D E X P O Indonesia

Exhibition | **Business Forum** | Business Matching

16-20 October 2013
Jakarta, Indonesia

Organized by
The Ministry of Trade of the Republic of Indonesia
Directorate General of National Export Development



Phone : +6221-2352-8644
Fax : +6221-2352-8645
Email : tradexpoindonesia@kemendag.go.id
www.tradexpoindonesia.com

Featuring Quality and Competitive Products

Agricultural Products
Coffe & Cocoa
Fisheries
Rubber & Rubber Products
Automotive & Components
Building Materials
Electricity & Electronics
Food & Beverages
Footware
Furniture
Glassware
Handicrafts
Household Goods
Jewelry & Accessories
Leather & Leather Products
Services
Textile & Textile Products

DGNED - Directorate General of National Export Development

Jl. M.I. Ridwan Rais No.5
Main Building 3rd floor
Jakarta 10110, Indonesia
Phone : +6221-385-8171
Fax : +6221-235-2865-2
Email : p2ie@kemendag.go.id