

WARTA EKSPOR



IKAN DAN PRODUK IKAN

Editorial

Tingginya nilai kekayaan Indonesia, terutama sektor perikanan yang didukung oleh luasnya lautan Indonesia, memberikan poin tersendiri untuk peningkatan pendapatan masyarakat.

Meskipun tidak dapat dipungkiri, dengan disepakatinya kerjasama perdagangan bebas antar negara memiliki dampak besar bagi perekonomian Indonesia. Negara kita harus dapat bersaing, tidak hanya di pasar domestik, tapi juga pasar internasional. Rantai pengembangan sektor perikanan harus bersinergi dalam mewujudkan produk perikanan yang berkualitas, yang mampu bersaing dengan produk yang dihasilkan oleh negara lain. Kualitas dari hulu ke hilir, mulai dari bibit sampai menjadi produk yang diolah maupun ikan segar.

Dibandingkan tahun 2012-2013, terjadi penurunan nilai ekspor komoditi perikanan. Selain semakin ketatnya aturan yang diterapkan negara tujuan ekspor, baik yang menyangkut tentang kualitas, kesehatan, serta kelayakan komoditi yang di ekspor tidak merusak lingkungan, produk perikanan dari negara lain juga menjadi saingan yang harus diperhitungkan.

Namun demikian, tentunya kita yang memiliki lautan yang sangat luas dengan kekayaan yang melimpah, tidak perlu gelap mata dengan adanya persaingan tersebut, sehingga melupakan kelestarian habitat yang ada di laut. Ini sangat penting untuk diperhatikan dalam pengembangan industri perikanan ke depan. Peningkatan kualitas sumber daya manusia Indonesia di bidang perikanan juga menjadi target penting yang harus dibenahi, karena generasi muda yang akan menjadi penentu masa depan perikanan Indonesia.

Tim Editor

Daftar Isi

Ditjen PEN/MJL/005/6/2014 Juni



Editorial	2
Daftar Isi	2
Tajuk Utama	3
Peluang Ekspor Produk Perikanan Indonesia	
Kisah Sukses	11
Kegiatan Ditjen PEN	13
Juni	
Sekilas Info	16
Certified Sustainable Seafood MSC	
Daftar Importir	19

STT: Ditjen PEN/MJL/48/VI/2014, **Pelindung/Penasehat:** Nus Nuzulia Ishak, **Pimpinan Umum:** Ari Satria, **Pemimpin Redaksi:** RA. Marlana, **Redaktur Pelaksana:** Sugiarti, **Penulis:** Miranti Rahajeng, **Desain:** Dewi Alamat: 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

PELUANG EKSPOR PRODUK PERIKANAN INDONESIA



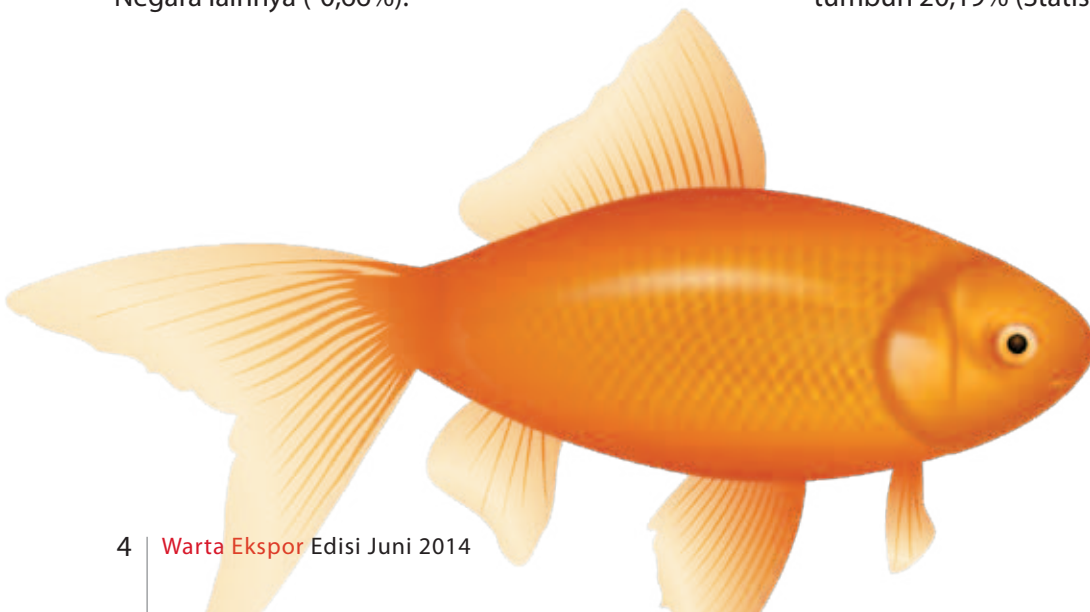
Indonesia sebagai negara kepulauan memiliki kekayaan alam yang melimpah termasuk, kekayaan laut. Laut Indonesia mengandung sumber daya hayati yang kaya. Ikan Indonesia terdiri dari berbagai macam jenis dan keunggulannya. Ikan tuna, kakap, ikan pedang, ikan mas, mujair adalah beberapa nama ikan yang sering dikonsumsi masyarakat. Besarnya jumlah ikan yang ada di perairan Indonesia menjadikannya sebagai salah satu komoditi ekspor yang sangat diandalkan dalam meningkatkan devisa negara.

Nilai ekspor utama Indonesia dengan kode HS 0303 (*fish, frozen, excluding fish fillets and other fish meat of heading No.03.04*) dari tahun 2012 ke 2013 turun 1,26%. Sementara itu, untuk kode HS 0304 (*fish, fillets and other fish meat --whether or not minced, fresh, chilled or frozen*) juga merosot 7,24% dalam periode yang sama. (Statistik Perdagangan, Desember 2013).



Sebelumnya, volume ekspor untuk jenis barang *fish, froze, excluding fish fillets and other fish meat of heading* menunjukkan tren kenaikan sebesar 18,92% selama tahun 2008-2012. Namun, antara tahun 2012 dan 2013 (Jan-Agustus), kenaikannya hanya 6,91% dengan ekspor ke Thailand tumbuh 15,50%, Tiongkok (11,83%), Jepang (-9,82%), Amerika Serikat (3,27%), Vietnam (-20,17%), dan Negara lainnya (-0,66%).

Ekspor kategori produk *fish fillets and other fish meat (whether or not minced), fresh, chilled or frozen* masih tumbuh 9,61% selama periode tahun 2008-2012. Sementara, antara tahun 2012 dan 2013 (Jan-Agustus) turun 10,50%, yang mana ekspor ke Amerika Serikat merosot 17,92%, Jepang (-21,99%), Federasi Rusia (-16,24%), Thailand (-46,25%), Korea Selatan (-16,42%), dan ke negara-negara lainnya tumbuh 20,19% (Statistik Perdagangan, 2013).



Komoditas ekspor produk perikanan Indonesia meliputi udang, tuna, kerapu, kakap, tenggiri, tilapia, *cephalopoda* (*squid, ocpus, cuttlefish*), daging kepiting ranjungan, kepiting, rumput laut, teripang, lobster. Komoditas perikanan tersebut diolah menjadi produk perikanan berupa produk akhir.

Proses penanganan dan pengolahan produk ikan ini dibagi sebagai berikut:

- 1) Produk hidup.
- 2) Produk segar (*fresh product*) melalui proses pendinginan.
- 3) Produk beku (*frozen product*), baik mentah (*raw*) atau masak (*cooked*) melalui proses pembekuan.
- 4) Produk kaleng (*canned product*) melalui proses pemanasan dengan suhu tinggi (sterilisasi) dan pasteurisasi.
- 5) Produk kering (*dried product*) melalui proses pengeringan alami atau mekanis.
- 6) Produk asin kering (*dried salted product*) melalui proses penggaraman dan pengeringan alami atau mekanis.
- 7) Produk asap (*smoked product*) melalui proses pengasapan.
- 8) Produk fermentasi (*fermented product*) melalui proses fermentasi.
- 9) Produk masak (*cooked product*) melalui proses pemasakan/pengukusan.
- 10) *Surimi based product*, melalui proses *leaching* atau pengepresan (*minched*).



HAMBATAN PERDAGANGAN IKAN DAN PRODUK IKAN



Dalam analisa peningkatan dan ekspor non migas (BAPPENAS, 2005) disebutkan, bahwa permasalahan dan tantangan pokok yang dihadapi dalam bidang perdagangan internasional, terutama dari sektor perikanan adalah meningkatnya hambatan non tarif yang awalnya ditandai dengan isu lingkungan, seperti *ecolabelling* dan perlindungan terhadap spesies hewan tertentu serta isu pekerja anak pada produk-produk pertanian dan perikanan.

Investasi perdagangan internasional produk perikanan saat ini tidak hanya dipengaruhi oleh faktor permintaan dan penawaran, tapi juga ditentukan oleh hasil-hasil konvensi dan perjanjian internasional perikanan. Perjanjian tersebut

mengatur mekanisme perdagangan komoditi perikanan di pasar internasional, antara lain:

- Perjanjian internasional yang bernuansa menjaga kelestarian sumber daya perikanan seperti *Code of Conduct for Responsible Fisheries*, *International Convention for the Concervation of Atlanic Tuna (ICCAT)*, *Indian Ocean Tuna Comision* dan *Agreement of Straddling Stocks*;
- Perlindungan internasional terhadap satwa yang terancam punah seperti *Convention on International Trade of Endangered Species (CITES)*; dan

- c) Perjanjian internasional tentang perdagangan seperti GATT/WTO, termasuk didalamnya perjanjian *Sanitary and Phyto sanitary Measures* (SPS) dan *Agreement on Technical Barriers to Trade* termasuk didalamnya bidang pengawasan dan pengendalian mutu perikanan.

Standar dan aturan yang berbeda yang diberlakukan negara importir pada negara eksportir untuk menjamin bahwa produk tersebut memenuhi persyaratan keamanan pangan menjadi salah satu hambatan yang dirasakan oleh eksportir Indonesia. Bahkan, sesudah ratifikasi langkah-langkah *Agreement on Sanitary and Phytosanitary* (SPS) dan Perjanjian Hambatan Teknis pada Perdagangan, *Agreement on Technical Barriers to Trade* (TBT) di bawah *World Trade Organization* (WTO), akan memperkecil perbedaan di antara berbagai macam standar nasional dan sistem pemeriksaan yang mungkin akan mempertahankan atau menciptakan hambatan perdagangan non-tarif yang baru.

Baru-baru ini ikan tuna sebagai salah satu komoditas andalan ekspor Indonesia ke Spanyol mengalami hambatan ekspor (Detikfinance, 12/5/2014). Berdasarkan hasil pertemuan bilateral antara pemerintah Indonesia dan Spanyol disebutkan bahwa Spanyol mengalami peningkatan permintaan verifikasi sertifikat penangkapan. Spanyol sedang melakukan analisa risiko terhadap negara-negara yang impornya mengalami kenaikan signifikan ke Spanyol, termasuk Indonesia.

Selain itu, produk perikanan tangkap asal Indonesia belum mendapatkan sertifikasi internasional *The Marine Stewardship Council* (MSC), atau produk yang diproduksi dengan cara-cara lestari (Detikfinance, 25/4/2014). Negara lain di Asia, yaitu Maladewa dan Vietnam, sudah lebih dulu mendapatkan sertifikat tersebut. Mendapatkan sertifikat MSC memang tidak mudah, dan semuanya terkait dengan pemenuhan persyaratan ekspor yang bisa dipatuhi oleh suatu negara untuk satu komoditas perikanan.

Indonesia melalui Kementerian Kelautan dan Perikanan sudah mengajukan usulan sejak tahun 2010 untuk mendapatkan

sertifikat MSC untuk cakalang, rajungan, kerapu, kakap *big eye*, dan tuna *yellow fin*. Namun, sampai sekarang belum ada yang lolos untuk disertifikasi MSC. Pentingnya sertifikasi ini bagi Indonesia, meskipun proses memperoleh sertifikasi memakan waktu yang panjang, setidaknya mendapatkan manfaat yang besar, di antaranya produk yang didapatkan berasal dari cara yang benar, pasar ekspor lebih terbuka, dan harga yang jauh lebih tinggi, serta konsumen di luar negeri tidak ragu mengonsumsi produk Indonesia.

Globalisasi perdagangan makanan, perkembangan teknologi dalam produksi perikanan, penanganan, pengolahan dan distribusi serta peningkatan kepedulian dan permintaan konsumen untuk keamanan dan mutu makanan yang tinggi menjadikan keamanan pangan dan jaminan kualitas yang tinggi dalam kepedulian publik dan prioritas bagi banyak pemerintah. Jika keamanan pangan tidak terjaga, salah satunya muncul penyakit *Bovine Spongiform Encephalopath* (BSE) pada tahun 1990-an, yang berdampak pada penambahan biaya importasi. Komoditas yang diimpor harus dibersihkan terlebih dahulu di pelabuhan impor sebelum masuk dan didistribusikan kepada konsumen. Pemerintah harus mengecek kembali apakah produk yang masuk sudah layak atau tidak untuk dikonsumsi. Hal ini bisa menjadi berat jika pihak importir tidak bisa menangani hal ini, terutama biaya yang harus dikeluarkan di pelabuhan. Dan, banyak juga ditemukan kargo yang sudah berbulan-bulan berada di terminal, sehingga sudah tidak layak untuk dikonsumsi, sedangkan biaya yang dikeluarkan sudah sangat besar.





STRATEGI MENEMBUS PASAR EKSPOR PRODUK PERIKANAN

Krisis memiliki pengaruh terhadap nilai ekspor udang dan ikan beku ke Eropa, (perusahaan) juga dapat melakukan diversifikasi pasar (negara tujuan ekspor) yang akan menjadi tujuan ekspor perusahaan seperti ke negara yang lebih stabil terhadap guncangan krisis atau ke benua lain, seperti Afrika yang perekonomiannya sedang tumbuh dan juga perusahaan dapat menciptakan hubungan dagang baru ke beberapa negara yang ekonominya sedang tumbuh.

Bagi pengusaha yang ingin memasuki pasar ekspor, perlu mempertimbangkan hal-hal strategis lainnya yang bersifat teknis. Pemasaran di dalam negeri atau dikembangkan ke luar negeri, tergantung dari keputusan manajemen. Jika manajemen memutuskan untuk mengespor, perlu diambil langkah-langkah strategis sehingga dapat berhasil, misalnya menentukan komoditas/produk apa saja yang dapat diekspor, apakah komoditas tersebut diekspor benar-benar dibutuhkan pembeli dan sesuai dengan selera pembeli, apakah komoditas perikanan dapat diproduksi atau dapat dipasok dari produsen lain, dan apa saja komoditas yang laku dipasar internasional? Komoditas yang laku di pasar internasional adalah komoditas yang mampu berdaya saing yang ditentukan oleh mutu/kualitasnya yang sesuai dengan selera konsumen, kegunaan yang sesuai dengan kebutuhan konsumen, harga yang sesuai dengan daya beli konsumen, dan waktu *delivery time* sesuai dengan musim pemasaran dan iklim di negara konsumen.

Kemudian, melakukan analisis kondisi negara tujuan ekspor juga perlu dilakukan, termasuk populasi negara tersebut dalam menentukan prospek pasar, agama, tradisi, budaya penduduk yang otomatis menentukan selera di negara tersebut, kondisi politik, ekonomi, sosial untuk

menentukan risiko bisnis yang mungkin dihadapi; iklim di negara tujuan ekspor untuk menentukan jenis komoditas dan penetapan waktu pengapalan (*delivery*); dan peraturan-peraturan ekspor-impor, perbankan, keuangan dan transportasi untuk dapat menghitung harga yang akurat.

Menetapkan pasar potensial dan segmen pasar, sehingga dapat dipilih saluran pemasaran yang diinginkan, antara lain, menunjuk *sole importer* di negara tujuan ekspor, menunjuk agen penjualan, mendirikan *confirming house* atau kantor cabang, menyerahkan urusan impor kepada importir umum di negara tujuan ekspor, atau diserahkan pada pembeli bebas (*independent buyers*).

Selain itu, perlu menentukan strategi operasional yang akan diterapkan karena harus sesuai dengan pola dasar bauran pemasaran (*marketing mix*) yang dikenal dengan istilah 6-P yaitu *price*, *promotion*, *place*, *power of government*, dan *power of parliament*. Sistem promosi yang digunakan musti dipertimbangkan dengan matang, salah satunya media promosi yang akan dipakai. Media promosi yang dapat digunakan, di antaranya pameran dagang internasional (*trade fairs*), baik di dalam negeri maupun di luar negeri, membuat brosur dan dikirimkan kepada calon pembeli, melakukan pemasaran di media cetak dan elektronik. Selain itu, dapat melalui Atase Perdagangan, Kamar Dagang Indonesia. *Indonesia Trade Promotion Center* (ITPC), Direktorat Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional (DJPEN) dan Lembaga Penunjang Ekspor (LPE).

Degan mengumpulkan data impor selama 2-5 tahun di negara tujuan ekspor, maka dapat ditentukan pasar potensial dan segmen pasar sehingga terlihat peta pemasaran komoditi tertentu (gambaran potensi impor suatu negara terhadap komoditi

yang akan diekspor). Di negara sasaran ekspor, pula dapat dipelajari alamat lengkap badan-badan promosi dan dipilih khususnya yang berada di wilayah negara sasaran ekspor.

Tidak ada salahnya juga disiapkan brosur dan *price list*, sehingga calon pembeli lebih mengenal komoditas yang akan diekspor. Hal tersebut dapat dilakukan dengan mengirimkan contoh barang itu sendiri, membuat brosur dan daftar harga. Harga yang disiapkan adalah catatan harga umum (*price indicator*) agar pembeli dapat membandingkan harga tersebut dengan harga komoditas serupa dari negara lain.

Selain mengikuti *trade fairs*, promosi juga dapat dilakukan dengan membuat surat perkenalan

yang dikirimkan kepada asosiasi importir negara tujuan, atase perdagangan asing yang ada di dalam negeri, kantor perwakilan badan promosi negara asing antara lain JETRO, KOTRA, AMCHAM, atase perdagangan di luar negeri dan DJPEN, serta seluruh kantor *Indonesia Trade Promotion Centre* (ITPC) di negara tujuan ekspor.

Hal penting lainnya yang perlu dilakukan adalah meningkatkan mutu ikan dan produk ikan yang akan di ekspor. Karena persaingan yang sangat dominan adalah dari sisi mutu dan kesehatan ikan yang dikirimkan. Pemenuhan standar internasional terhadap kualitas ikan dapat mempermudah pengusaha untuk mengeksport ikan ke luar negeri.





SEKARBUMI

RAJA PRODUK MAKANAN BERBASIS IKAN



PT Sekar Bumi Tbk., perusahaan yang berkantor pusat di Sidoarjo – Indonesia, terkenal dengan produk makanan beku, khususnya udang dan ikan. Perusahaan ini telah menjadi salah satu ahli di bidang industri makanan beku. Mereknya yang sudah terkenal adalah FINNA, SKB, dan Bumifood. Sekar Bumi menyediakan makanan olahan mewah dan bergizi untuk keluarga.

Sekar Bumi merupakan salah satu penyedia terbaik di industri makanan beku sejak tahun 1968, dan saat ini sedang menikmati posisinya sebagai *market leader* di industri ini. Para karyawannya selalu berdedikasi dan bekerja keras untuk terus menghasilkan inovasi dalam menciptakan makanan bergizi. Dengan berbekal sertifikasi internasional, perusahaan ini dapat mengekspor produk ke negara-negara ASIA, Amerika dan Eropa.



Sehubungan dengan *sustainable corporate governance*, perusahaan sangat memperhatikan sosial dan lingkungan sekitarnya, yaitu: akuntabilitas, tidak hanya melalui kesadaran lingkungan sekitar pabrik, tapi juga dampak lingkungan dari keberadaan perusahaan. Melalui pemeriksaan secara rutin dengan menggunakan Analisis Dampak Lingkungan (AMDAL), limbah cair diolah sedemikian rupa sebelum mengalir ke

pembuangan. Terkait dengan lingkungan juga diwujudkan dalam bentuk perhatian terhadap kebutuhan masyarakat sekitar, memperkerjakan tenaga kerja dari masyarakat setempat dan dampak dari keberadaan perusahaan, kemitraan dalam pengadaan bahan baku dan bahan pendukung lainnya adalah konsep yang masih dipertahankan dan diterapkan.

Misi Dagang Ditjen PEN ke Yordania



Direktur Jenderal Pengembangan Ekspor nasional, Nus Nuzulia Ishak didampingi Duta Besar LBBP RI untuk Yordania, Teguh Wardoyo melakukan pertemuan dengan Mr. Sharhabeel S Madi, Commissioner for Economic Development.



Dirjen PEN bersama Duta Besar RI di Yordania juga melakukan pertemuan dengan CEO PBI Aqaba International Industrial Estate, Mr. Sheldon Fink yang merupakan salah satu kawasan industri di ASEZ.

Direktur Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional Nus Nuzulia Ishak, didampingi Duta Besar LBBP RI untuk Yordania Teguh Wardoyo, melakukan pertemuan dengan Mr. Sharhabeel S Madi, *Commissioner for Economic Development & Investment Affairs, Aqaba Special Economic Zone (ASEZ) Authorities* dalam rangka menjajaki pembukaan pusat distribusi produk Indonesia. ASEZ, dengan berbagi keunggulan fasilitas dan insentif yang diberikan, merupakan kawasan pelabuhan yang sangat strategis untuk masuk ke Yordania dan negara-negara di sekitarnya yang meliputi kawasan Timur Tengah bagian Utara seperti Mesir, Irak, Suriah, Libanon, dan Palestina.

Dirjen PEN bersama Duta Besar RI di Yordania juga melakukan pertemuan dengan CEO PBI Aqaba International Industrial Estate, Mr. Sheldon Fink, yang merupakan salah satu kawasan industri di

ASEZ. Mr. Seldon menawarkan beberapa skema dan mekanisme yang dapat menjadi opsi dalam rangka pendirian pusat distribusi produk Indonesia di Aqaba

Dalam rangka mencari model yang sesuai dalam pendirian pusat distribusi produk Indonesia, Dirjen PEN bersama Duta besar RI di Yordania juga melakukan kunjungan ke salah satu pusat distribusi produk sepatu dari Shanghai, Tiongkok yang ada di PBI Aqaba International Industrial Estate. *Showroom* dan *warehouse* tersebut digunakan untuk mendistribusikan produk sepatu asal Tiongkok ke kawasan Timur Tengah, terutama Irak.

Dirjen PEN dan delegasi juga meninjau perusahaan Streit yang menghasilkan produk kendaraan lapis baja untuk keperluan pengamanan VVIP dan militer.



Dirjen PEN dan delegasi juga meninjau perusahaan Streit yang menghasilkan produk kendaraan lapis baja untuk keperluan pengamanan VVIP dan militer



Dirjen PEN dan delegasi meninjau aqaba-special-economic-zone-yordania



Dalam rangka mencari model yang sesuai dalam pendirian pusat distribusi produk Indonesia, Dirjen PEN bersama Duta besar RI di Yordania juga melakukan kunjungan ke salah satu pusat distribusi produk sepatu.

**CERTIFIED
SUSTAINABLE
SEAFOOD**

MSC

www.msc.org



Catatan dari MSC Developing World Fisheries Conference 2014

Untuk kedua kalinya, *Marine Stewardship Council* (MSC) mengadakan konferensi untuk perikanan negara berkembang, yang sebelumnya diadakan di Chili tahun 2012, tahun ini dilaksanakan tanggal 14 – 16 April 2014 yang diadakan di Bali dan dihadiri 150 peserta mayoritas dari Afrika, Amerika Selatan dan Asia mewakili pemerintahan, perusahaan, LSM, asosiasi perusahaan perikanan, akademisi, dan badan sertifikasi.

Indonesia menyumbang sekitar 10% dari total jumlah makanan laut yang dikonsumsi dunia. Sayangnya, dari 300 perikanan dunia yang berlabel MSC hingga saat ini, hanya 8% yang berasal dari negara berkembang. Negara berkembang memang memegang peranan penting dalam keberlanjutan perikanan dunia mengingat 60% produk perikanan berasal dari negara-negara ini.

Acara konferensi ini dibuka oleh Dr. Saut Hutagalung, Direktur Jenderal Pengolahan dan Pemasaran Hasil Perikanan Kementerian Kelautan dan Perikanan. Ia menegaskan bahwa perolehan sertifikat bukanlah tujuan akhir, karena muara dari proses sertifikasi adalah keberlanjutan sumber

daya alam. Inti dari pertemuan ini adalah kesiapan negara berkembang, termasuk Indonesia, dalam penerapan standar MSC dan pembelajaran dari sektor perikanan di beberapa negara. Di Indonesia, tahun 2008 MSC menuai penolakan dari pelaku industri, tapi kini makin banyak perusahaan terlibat dalam program perbaikan perikanan (*Fisheries Improvement Program/FIP*) untuk memperoleh sertifikat MSC, khususnya untuk komoditas ikan tuna, kakap, kerapu, dan rajungan.

“Permasalahan pelaku perikanan dari sisi kapasitas dan biaya untuk memenuhi standar keberlanjutan MSC. Karena itu, pemerintah mendorong keterlibatan MSC, WWF (World Wildlife Fund), dan LSM lainnya untuk berperan serta memperlancar proses menuju perikanan yang berkelanjutan,” ujar Dr. Saut

WWF - Indonesia menanggapi hal ini dengan peningkatan kapasitas sejumlah pakar perikanan untuk menjadi auditor lokal MSC. Jasa auditor adalah salah satu komponen biaya terbesar sertifikasi karena umumnya auditor terakreditasi berasal dari luar Indonesia. Dengan dukungan



MSC_Conference



MSC, WWF-Indonesia menjadikan konferensi ini sebagai *kick off* proses tersebut. Dari sisi bisnis perikanan tangkap, WWF-Indonesia melakukan program perbaikan tuna sebagai komoditas andalan Indonesia yang bernilai ekspor Rp 8,5 triliun pada 2011 (KKP, 2012).

Hasil ulasan terhadap program perbaikan tuna dalam kurun 2010-2013 menunjukkan perkembangan positif. Kegiatan pra-penilaian yang menghasilkan Rencana Aksi Perbaikan Tuna mensyaratkan 50 poin perbaikan, mencakup kepastian tangkapan tidak melebihi batas kelangsungan populasi (*population viability*), pengelolaan perikanan berbasis ekosistem dan penguatan tata kelola perikanan. Hingga saat ini, 19 poin perbaikan telah berhasil dilakukan, namun salah satu poin krusial mengenai pengaturan pemanfaatan (*harvest control rules*) belum berhasil dicapai.

Untuk menyelesaikan proses perbaikan ini, dukungan kuat Pemerintah sangat dibutuhkan. Secara khusus, poin mengenai pengaturan pemanfaatan perlu menjadi bagian dari Rancangan Pengelolaan Perikanan Tuna yang tengah disusun

oleh Kementerian Kelautan dan Perikanan. Tanpa adanya pengaturan pemanfaatan yang tepat, perbaikan akan sulit dicapai.

Pentingnya keterlibatan para pihak, termasuk LSM (Lembaga Swadaya Masyarakat) dan program kemitraan bisnis seperti *Seafood Savers* dalam perbaikan perikanan menjadi benang merah presentasi negara berkembang lainnya. MSC sendiri berusaha mengakomodir tantangan yang ada melalui sejumlah instrumen khusus seperti metode penilaian *Risk Based Framework* (RBF). Metode ini dapat diterapkan di Indonesia untuk menilai perikanan yang tidak didukung dengan pendataan yang cukup dan valid. Studi sosio-ekonomi mengenai manfaat penerapan praktik perikanan berkelanjutan berstandar MSC juga perlu dilakukan untuk menghapus keengganan industri perikanan dalam melakukan perbaikan.

Indonesia harus mampu bangkit untuk menjawab tantangan keberlanjutan perikanan. Dengan komitmen pemerintah, program MSC untuk negara berkembang, serta pendampingan berbagai pihak, pelaku perikanan.

DAFTAR

IMPORTIR

LF

Dongyoung Plaza
Byelgwan 7,740 Amnam-dong, Seo-gu, Busan
Busanjin -Gu - Korea, South
Tel : (82-51) 253 2845
Fax : (82-51) 253 2849
Email : everfish@hanafos.com
Produk : *Fishery Products*

FISHERY PRODUCTS

Xviii/70, Parry Junction, Kochi, Kerala
Kerala – India
Tel : 91-484-2231295,2234625
Fax : 91-484-2232375
Email : sreevas@md3.vsnl.net.in
Produk : *Fish, Fresh or Chilled*

AL TAIBA

Mirza Ghalib Market Null Bazar, Mumbai 400003 India
Mumbai – India
Tel : (91) 9867867085
Fax : (91) 9867867085
Email : afzalkp@yahoo.com
Website : www.altaibadyfish.com.mysite.com
Produk : *Fish Filled Dried Salted or in Brine, But Not Smoked*

CHILEMAR, INC

P.O. BOX 803321, Santa Clarita, CA 91380
California – Usa
Tel : 818-935-5069,
Fax : 818-634-7740
Email : gene.s@antarticafoods.com
Website : www.antarticafoods.com
Produk : *Fish, frozen*

DEL MAR SEAFOOD'S INC.

331 Ford Street, Watsonville
California – Usa
Tel : (831) 763-3000
Fax : -
Email : joe@delmarseafoods.com,
gloria@delmarseafoods.com,
randy@delmarseafoods.com
Website : www.delmarseafoods.com
Produk : *Fish, Fresh or Chilled, Fish, frozen, Squid, frozen*

SEA DELIGHT LLC

8195 N.W. 67th Street Miami, FL 33166
Miami – Usa
Tel : 305.594.9797
Fax : 305.594.4301
Email : cesar@sea-delight.com
Website : www.sea-delight.com
Produk : *Fish fillets and oth. fish meat, Fish, frozen*

NINGBO SHANSHAN RESOURCES CORPORATION

5 & 6 F, Shanshan Plaza No. 777, Mid Rili Road Yinzhou
Distic, Ningbo China
Tel : +86 574 28903218
Fax : +86 574 28903233
Email : vaughanlawson@gmail.com
Website : -
Produk : *Fish, Fresh or Chilled, Shrimps (Fresh, Frozen)*

FISHERY PRODUCTS INTERNATIONAL (EUROPE) GMBH

Schillerstrasse 2 Cuxhaven – Germany
Tel : + 49 (04721) 71960
Fax : + 49 (04721) 719660
Email : sti-germany@fpil.com
Website : -
Produk : *Fish, frozen, Shrimps (Fresh, Frozen)*

TRADE **X**PO ^{29th} Indonesia

Towards Green Business

Exhibition | **Trade & Investment**
Business Forum | **Business Matching**

8-12 October 2014
Jakarta International Expo
Kemayoran - Jakarta

Organized by:

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



Phone : +6221-2352-8644

Fax : +6221-2352-8645

Email : tradexpoindonesia@kemendag.go.id

www.tradexpoindonesia.com

DJPEN - Direktorat Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional
Kementerian Perdagangan
Jl. M. I. Ridwan Rais No. 5, Gedung Utama Lantai 3
Jakarta Pusat, Indonesia 10110

(62-21) 3858171

(62-21) 23528652

djpen.kemendag.go.id

p2ie@kemendag.go.id

CSC Kemendag

@csckemendag



PRODUCTS ON DISPLAY

Manufactured Goods and Services

Furniture and Furnishing

Knock Down House and
Garden Furniture

Food and Beverages

Fashion, Life Style,
and Creative Products

Services & Investment

Premium Products of
Indonesia's Provinces



Membership Services

<http://djpen.kemendag.go.id/membership>

Join Us

