

WARTA EKSPOR



Manisnya Produk Minuman Herbal dan Organik

Editorial

Indonesia merupakan negara dengan tanah yang subur, sehingga kaya akan berbagai jenis tanaman. Tanaman sudah sejak dahulu diolah menjadi berbagai macam makanan, minuman, obat-obatan dan lain-lain. Keanekaragaman tanaman ini menjadikan masyarakat melakukan upaya-upaya kreatif dan inovatif untuk meningkatkan nilai guna suatu bahan, khususnya dalam meramu tanaman menjadi minuman. Hal ini dimaksudkan agar pemanfaatan hasil olahan tanaman tersebut bisa lebih luas, baik dalam wilayah penyebaran maupun peningkatan secara ekonomi.

Tanaman yang dibudidayakan secara organik menjadi pilihan tepat untuk dijadikan bahan pembuat minuman. Pembudidayaan organik ini diharapkan lebih meningkatkan nilai guna tanaman, karena petani tak lagi menggunakan pupuk kimia sintetis. Penggunaan bahan-bahan alami dalam budidaya pertanian herbal didasarkan pada prinsip kesehatan, ekologi, keadilan dan perlindungan, sehingga keseimbangan ekosistem tetap terjaga dengan baik.

Seiring dengan tren hidup sehat, minuman herbal dan organik semakin dibutuhkan. Tak hanya di Indonesia, masyarakat di belahan dunia lain juga menyadari pentingnya mengonsumsi minuman herbal dan organik. Karena itu, produk seperti ini peluangnya sangat menjanjikan di pasaran ekspor. Warta Ekspor edisi Mei 2015 ini mengupas tentang peluang ekspor untuk minuman herbal dan organik. Semoga bermanfaat bagi pembaca.

Tim Editor

Daftar Isi

Ditjen PEN/WRT/39/V/2015 edisi Mei



Editorial 2

Daftar Isi 2

Tajuk Utama 3

Meramu Manisnya Minuman Herbal dan Organik

Kisah Sukses 10

Kegiatan Ditjen PEN 12
Mei

Sekilas Info 17

Ketentuan Kemasan Produk Makanan dan Minuman di Australia

Daftar Importir 19

STT: Ditjen PEN/WRT/006/5/2015, **Pelindung/Penasehat:** Nus Nuzulia Ishak, **Pimpinan Umum:** Ari Satria, **Pemimpin Redaksi:** RA. Marlana, **Redaktur Pelaksana:** Sugiarti, **Penulis:** Sutrisni, **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:** csc@kemendag.go.id, **Website:** <http://djpen.kemendag.go.id>

Meramu Manisnya

Minuman Herbal dan Organik



Seiring perkembangan pengetahuan, minuman tak lagi sebatas melepas dahaga. Berbagai jenis minuman beredar luas saat ini. Mulai dari minuman herbal, minuman bersoda dan jenis minuman lainnya yang sangat mudah untuk didapatkan, baik dalam bentuk serbuk maupun yang bisa langsung diminum. Namun, masyarakat sudah pandai untuk memilih, minuman mana yang baik untuk dikonsumsi sebagai upaya menambah kebugaran, menyehatkan, dan tak meninggalkan racun-racun berbahaya didalam tubuh.



Susu kacang kedelai merupakan salah satu contoh minuman herbal dan organik yang banyak dicari oleh masyarakat. Selain menyehatkan, susu kacang kedelai ini menjadi alternatif bagi mereka yang memiliki alergi terhadap protein susu hewan. Setiap orang menginginkan tubuh yang sehat. Berbagai upaya dilakukan untuk menjaga kesehatan, mulai dari olahraga hingga mengonsumsi suplemen kesehatan yang banyak beredar di pasaran, baik yang mengandung zat kimiawi maupun yang non kimia (herbal).

Penggunaan zat kimia dalam makanan maupun minuman dapat menimbulkan efek buruk jika dikonsumsi dalam jangka waktu yang lama. Kini masyarakat sudah mulai sadar, sehingga tren 'back to nature' mendorong masyarakat memilih jenis makanan dan minuman yang berasal dari bahan alami.

Di negara berkembang, sebagian besar masyarakatnya masih memanfaatkan bahan-bahan alami untuk dijadikan minuman. Mereka menyeduh beberapa campuran daun, bunga, biji, akar dan kulit kayu. Sekitar 65% penduduk negara maju dan 80% penduduk negara berkembang telah menggunakan minuman herbal dan lembaga WHO (*World Health Organization*) juga telah merekomendasikan penggunaan minuman atau obat herbal ini dalam pemeliharaan kesehatan, pencegahan, dan pengobatan penyakit.

Minuman herbal dan organik terbuat dari satu atau campuran beberapa bahan herbal yang telah dibudidayakan secara organik. Di Indonesia, tanaman herbal mencapai hampir 300.000 jenis. Beberapa tanaman herbal yang bisa diolah menjadi minuman, antara lain, Asam Jawa (*Tamaricus Indica*), Pasak Bumi atau Tongkat Ali (*Eurycoma Longifolia Jack*), Mengkudu (*Morinda Citrifolia*), Lidah Buaya (*Aloe Vera*), Temulawak (*Curcuma Xanthorrhiza*), Teh (*Camellia sinensis*), Cengkeh (*Syzygium Aromaticum*), dan Kacang Kedelai (*Glycine Max*).

Minuman herbal ini biasanya, selain memberi kehangatan pada tubuh, juga bisa menyegarkan dan membuat lebih bugar. Minuman herbal tak lagi hanya dinikmati masyarakat pedesaan, melainkan juga oleh mereka yang hidup di perkotaan, bahkan negara lain.

Salah satu bentuk pengolahan minuman herbal adalah dengan menjadikannya serbuk. Minuman herbal dan organik dalam bentuk serbuk memiliki beberapa keunggulan, di antaranya biaya distribusi lebih rendah, mudah disimpan, daya simpan produk cukup lama (bisa sampai 2 tahun), serta penggunaan bahan baku pada umumnya tidak memerlukan bahan pengawet karena produknya memiliki kadar air rendah.

Dalam pembuatan minuman serbuk, dikenal beberapa proses pembuatan, antara lain, adalah :

1. *Dry Mix*, yaitu pencampuran bahan baku
2. Teknologi kristalisasi, yaitu pemanfaatan sifat gula yang bisa membentuk kristal
3. Granulasi, yaitu penyemprotan serbuk halus dengan larutan tertentu sehingga serbuk berbentuk granul.

Sebagai langkahantisipasi persaingan, pengembangan produk merupakan sebuah strategi untuk menuju tingkat global yang memiliki persaingan lebih ketat. Inovasi produk adalah salah satu kunci keberhasilan untuk menjadikan minuman serbuk dikenal luas dan memberikan kontribusi di dalam masyarakat. Dengan memahami kebutuhan dan perilaku konsumen, diharapkan setiap industri terus berinovasi.

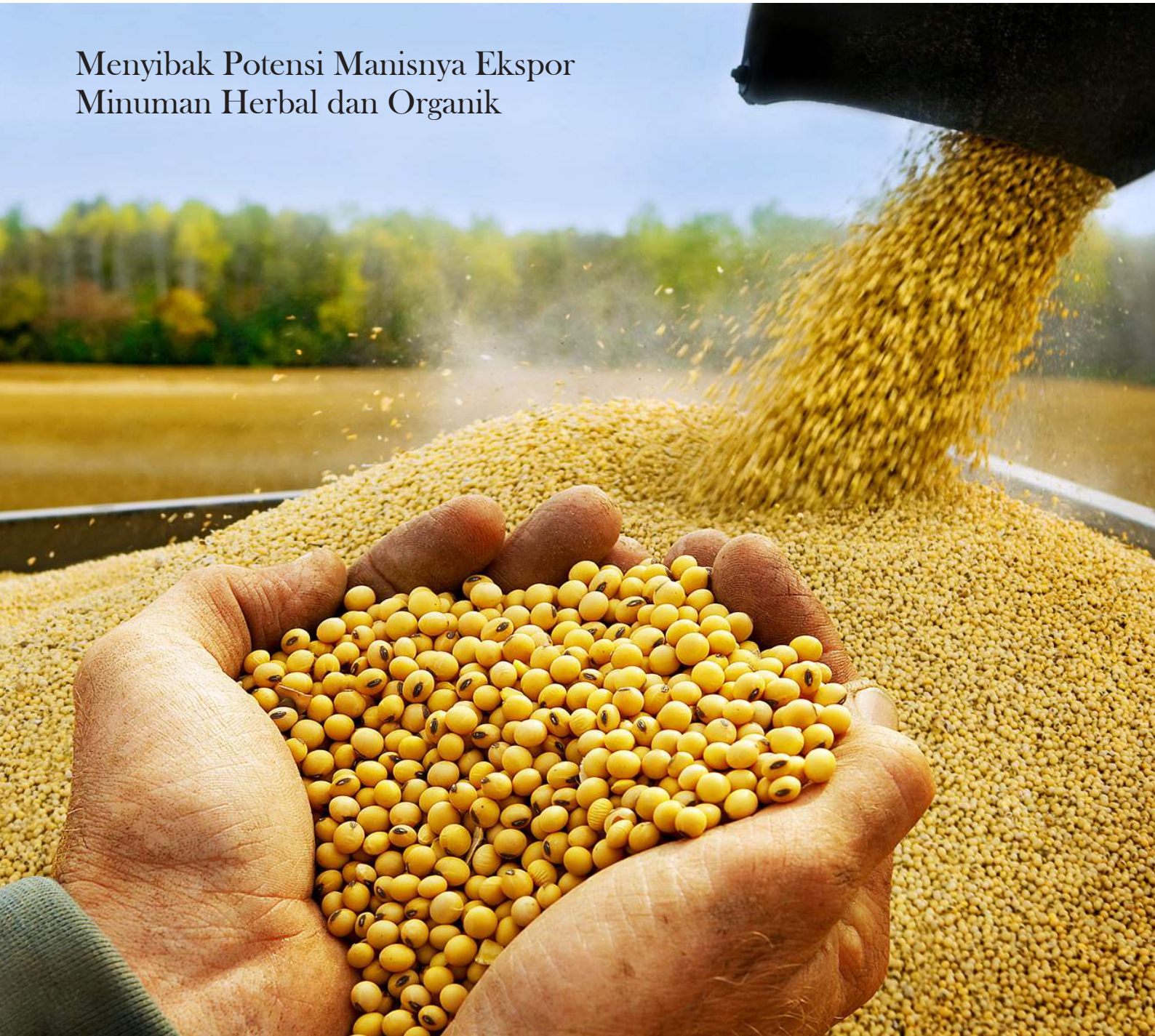
Inovasi dapat dilakukan untuk menurunkan biaya produksi atau untuk memberi nilai tambah diferensiasi produk dengan menambahkan bahan-bahan lain, sehingga tercipta produk-produk baru dengan rasa dan pilihan yang beragam, serta kemasan yang lebih berkualitas. Perkembangan inovasi minuman serbuk di pasaran cukup tinggi. Saat ini minuman serbuk banyak dikembangkan seiring perkembangan teknik produksi, teknologi flavor dan ingredien.

Kacang kedelai misalnya, biasanya kita kenal sebagai bahan utama pembuatan tempe dan tahu. Namun, kini kedelai bisa diolah menjadi minuman, yaitu susu kedelai. Susu kacang kedelai (lebih tepatnya disebut sari kacang kedelai) adalah semacam minuman yang dibuat dari kacang kedelai, dan disebut susu karena minuman ini berwarna putih kekuningan mirip dengan susu. Susu kacang kedelai memiliki komposisi yang mirip dengan susu: 3,5% protein, 2% lemak, serta 2,9% karbohidrat.

Selain susu kedelai segar, masyarakat juga bisa mendapatkan susu kedelai dalam bentuk bubuk seperti halnya susu. Berbagai merek susu kedelai bubuk banyak diproduksi di Indonesia. Merk-merk tersebut, antara lain, MDL 525/ Mandala 525, Metabolis, Susu Kedelai Bubuk Beta-R, Natoya, dan Melilea. Tahap pengolahan susu kedelai meliputi pembersihan, perendaman, penghancuran, penyaringan, pemanasan serta penambahan rasa/aroma.



Menyibak Potensi Manisnya Ekspor Minuman Herbal dan Organik



Sebagai minuman herbal dan organik, susu kedelai menjadi pilihan tepat untuk menjaga kesehatan. Tak hanya diminati pasar dalam negeri, susu kedelai Indonesia mampu menembus pasar internasional seperti data yang diolah dan bersumber dari Badan Pusat Statistik. Pada tahun 2010 nilai ekspor susu kedelai mencapai US\$ 30 ribu. Meskipun sempat mengalami penurunan ditahun-tahun berikutnya (tahun 2011 sebesar US\$ 10 ribu dan tahun 2012 sebesar US\$ 20 ribu), namun di tahun 2013 sebanyak 7 ton susu kedelai

berhasil di ekspor ke luar negeri dengan nilai mencapai US\$ 21 ribu. Nilai ini meningkat di tahun 2014 menjadi 49 ton dengan nilai US\$ 80 ribu. Secara keseluruhan, dari tahun 2010-2014 nilai ekspor biji kacang kedelai dan berbagai olahannya di Indonesia mengalami fluktuasi dengan tren yang positif sebesar 1,69%, sedangkan untuk nilai ekspor susu kedelai mengalami peningkatan tren yang positif sebesar 31,73%. Terdapat 18 produk olahan ekspor yang bisa dihasilkan dari biji kacang kedelai di Indonesia.

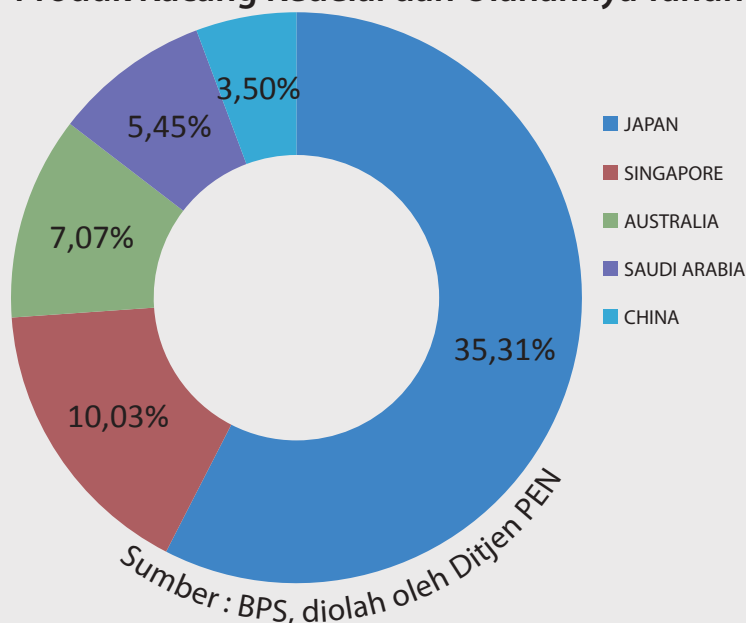
Tahun 2014, Jepang merupakan negara tujuan ekspor utama biji kacang kedelai dan berbagai olahannya (termasuk susu kacang kedelai). Nilai ekspor ke Jepang mencapai US\$ 17,2 juta, disusul kemudian Negara Singapura (US\$ 4,9 juta), Australia (US\$ 3,4 juta), Saudi Arabia (US\$ 2,6 juta) dan Tiongkok (US\$ 1,7 juta).

Berdasarkan data yang bersumber dari *International Trade Center*, Indonesia berada di posisi 20 besar negara-negara pengeksport kacang kedelai dan berbagai

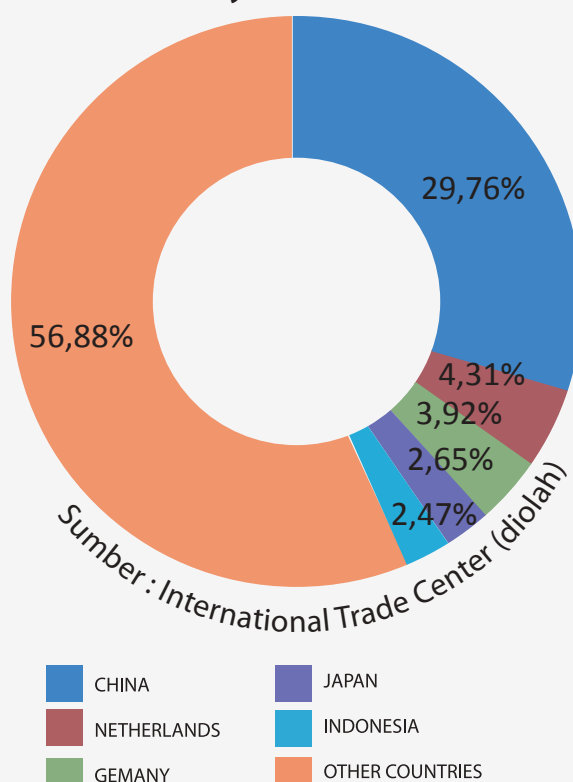
olahannya di dunia. Diposisi pertamanya diduduki oleh Brazil, disusul oleh Amerika Serikat dan Argentina.

Untuk memenuhi kebutuhan pasar dalam negeri, Indonesia melakukan impor dari dunia akan produk tersebut. Indonesia sendiri merupakan negara yang memiliki impor tinggi produk ini, yang menduduki posisi ke-5 setelah Tiongkok, Belanda, Jerman dan Jepang. Tahun 2014, nilai impor Indonesia mencapai US\$ 3,47 miliar.

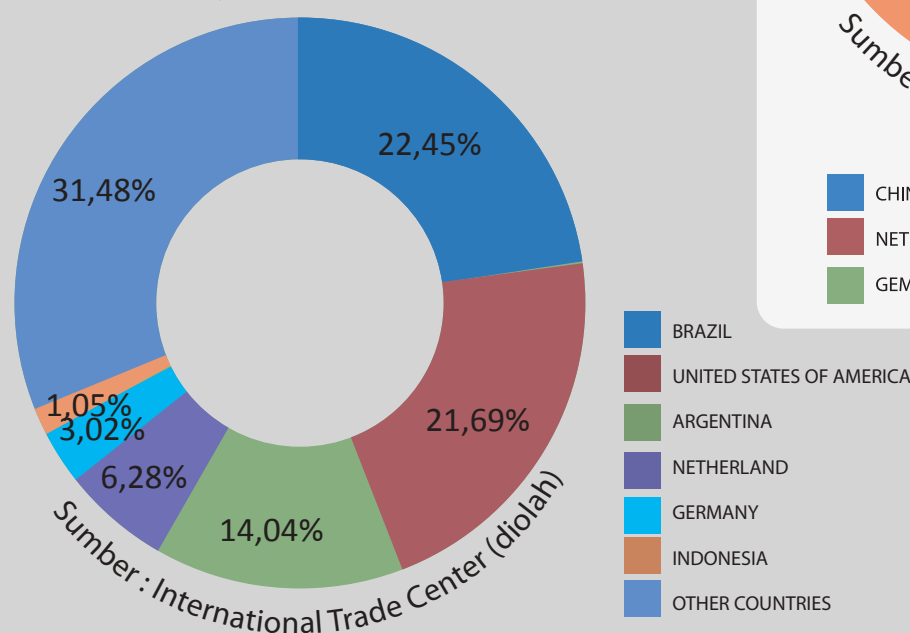
Kontribusi 5 (lima) Negara Tujuan Utama Ekspor Indonesia ke Dunia Produk Kacang Kedelai dan Olahannya Tahun 2014



Negara Pengimpor Kacang Kedelai dan Olahannya Tahun 2014



Negara Pengeksport Kacang Kedelai dan Olahannya Tahun 2014





Kendala dan Strategi Ekspor Minuman Herbal dan Organik



Berbagai kendala harus dihadapi oleh industri minuman herbal dan organik di Indonesia, khususnya mereka yang bergerak dalam produksi susu kacang kedelai. Beberapa kendala yang dihadapi oleh industri minuman susu kacang kedelai adalah :

- a. Daya tawar petani lemah.
- b. Sistem informasi pasar lemah.
- c. Belum adanya tarif impor.

Sedangkan kendala eksternalnya, antara lain:

- a) Tingginya impor kedelai dengan harga murah.
- b) Rantai pemasaran yang panjang sehingga tidak efisien.
- c) Biaya transportasi yang mahal.

Panjangnya rantai dari produsen sampai kepada konsumen menyebabkan tidak efektifnya proses pemasaran. Memperbaiki dan memperpendek simpul mata rantai dari produsen ke konsumen perlu dibentuk dan difungsikan sebagaimana mestinya sehingga dapat efektif dan efisien dalam pendistribusian produk. Sistem informasi pasar belum terbentuk sehingga titik temu antara produsen dan konsumen sering tidak ketemu. Hal ini yang menyebabkan nilai jual produk berfluktuatif dan cenderung menurun. Harga komoditas kedelai hampir tidak tersentuh oleh kebijakan Pemerintah. Harga kedelai ditentukan oleh mekanisme pasar, yang ditentukan oleh permintaan dan pasokan (*demand and supply*).

Belum digunakannya jenis benih unggul oleh semua petani juga menyebabkan rendahnya produktivitas kedelai lokal. Hingga kini penggunaan varietas unggul baru mencapai 20% dan penggunaan benih yang bersertifikat hanya 10%. Ditambah lagi dengan teknologi pasca panen yang belum memadai, menambah alasan rendahnya produksi kedelai lokal. Persaingan penggunaan lahan dengan komoditi lainnya, seperti jagung yang merupakan komoditi alternatif unggulan setelah beras, diduga juga menjadi penyebab turunnya areal panen kedelai. Dalam hal ini, kenaikan harga jagung akan mendorong petani untuk menanam komoditas tersebut, yang konsekuensinya akan mengurangi areal tanam kedelai. Kendala dalam aspek panen dan pascapanen adalah kehilangan hasil tinggi, penerapan teknologi panen dan pascapanen belum memadai, modal untuk membeli alsintan sangat terbatas. Selain itu, ancaman eksternalnya adalah belum ada insentif harga yang memadai bagi produk bermutu, makin meningkatnya biaya operasional alsintan, serta tenaga kerja pengolah relatif terbatas.

Kehilangan hasil kedelai pada saat panen maupun pemrosesan masih cukup besar. Sistem panen yang dijemur di lapangan tanpa lantai jemur dan alas menyebabkan biji

tercecer cukup banyak dan menyebabkan kehilangan hasil cukup tinggi. Alat pengering dinilai masih cukup mahal bagi petani kedelai. Belum diberlakukannya tarif impor menyebabkan jumlah kedelai impor semakin banyak, sehingga harga kedelai di dalam negeri jatuh dan petani enggan menanam kedelai.

Demi keunggulan kompetitif, dengan perilaku para konsumen yang makin berkembang, seperti menghendaki produk yang lebih beraneka ragam dengan mutu serta pelayanan serba prima dan harga yang terjangkau dalam era globalisasi ini harus ditanggapi dengan meniadakan ketidakekonomisan (*diseconomies*) yang terjadi yang cenderung menghambat kelancaran arus proses penciptaan nilai tambah dari para pemasok. Sistem distribusi informasi harus diperbaiki agar petani memiliki akses terhadap informasi pasar dan harga.

Strategi Penetrasi Pasar

Untuk meningkatkan daya saing serta pangsa pasar produk Indonesia, khususnya minuman herbal dan organik di pasar internasional, ada beberapa hal yang perlu diperhatikan oleh para pelaku usaha, antara lain :

- a. Meningkatkan kualitas produk.
Negara-negara importir sangatlah ketat dalam memilih produk impor yang masuk, baik dari segi kualitas bahan baku, proses produksi, kandungan gizi, kegunaan produk hingga keamanan kemasan. Setiap produk impor harus melalui serangkaian uji sertifikasi kelayakan produk, yang mana penggunaan bahan kimia harus sesuai dengan batas standard keamanan pangan yang telah ditentukan.
- b. Aktif mengikuti pameran.
Asosiasi dan pengusaha minuman Indonesia diharapkan dapat secara lebih aktif berpartisipasi dalam serangkaian pameran tahunan berkaitan dengan makanan dan minuman yang diselenggarakan diberbagai negara
- c. Proaktif menjalin kerjasama dengan perwakilan dagang luar negeri.
- d. Menjalinkan kerjasama dengan merek ritel ternama.
Saat ini berbagai merek *supermarket* maupun *hypermarket* ternama mulai banyak menawarkan produk makanan dan minuman dengan merek sendiri dan konsumen cenderung lebih memilih merek tersebut dikarenakan harga yang lebih murah. Pengusaha skala menengah sebaiknya menjalin endorse dengan berbagai ritel untuk memudahkan pemasaran produk.

Edadame Mitra Tani Menerobos Pasar Internasional





PT Mitra Tani 27 (MT 27) terletak di Kabupaten Jember, Jawa timur, tepatnya di Jl. Brawijaya No. 83, Bangli. MT 27 merupakan perusahaan yang memiliki kapasitas produksi kedelai edamame untuk diekspor ke Jepang. Edamame adalah tanaman yang berasal dari Negara yang beriklim subtropis yang coba dibudidayakan di Indonesia yang beriklim tropis. Dibantu dengan riset dan ujicoba bertahun-tahun, edadame Indonesia dinyatakan lebih baik citarasanya dibandingkan di negara asalnya, Jepang.

Awal pendiriannya, MT 27 ditujukan untuk memenuhi pasar ekspor, khususnya ke Jepang. Namun, seiring berjalannya waktu, produk-produk MT 27 sangat diminati pasar lokal. Negara tujuan ekspor pun semakin bertambah. Selain Jepang, MT 27 kini juga memasarkan

produknya ke Singapura, Malaysia, Taiwan, Kanada, Belanda dan Amerika Serikat.

Selain kacang kedelai jenis edadame, MT 27 juga memproduksi okra, terung, ubi jalar, lobak, kacang panjang, buncis dan mangga. Namun, produknya yang paling diunggulkan adalah edadame dan okra. Semua produk yang dihasilkan adalah *frozen*, sehingga memiliki *life time* (kemampun bertahan) hingga 2 tahun, meski tanpa bahan pengawet.

Menilik pasar lokal, produk edamame MT 27 sudah terserap 1.000 tons untuk area Jawa dan Bali. Selain itu, MT 27 juga melayani industri katering, seperti PT Pangansari Utama, untuk memasok kebutuhan makanan PT. Freeport Indonesia.



WORLD EXPO MILANO 2015 DI ITALIA

World Expo Milano (WEM) 2015 di Milan diselenggarakan selama 6 bulan (Mei-Oktober 2015). Keikutsertaan Indonesia dalam *World Expo Milano 2015* di diharapkan menjadi langkah positif guna meningkatkan ekspor produk Indonesia ke negara-negara di dunia.

Secara khusus, Italia sebagai tuan rumah *World Expo Milano 2015* di Milan siap untuk menanamkan investasi di wilayah regional ASEAN, termasuk Indonesia. Produk yang rencananya akan dijadikan basis produksi global di Indonesia adalah fesyen dan kulit.

Investasi perlu dilakukan pada industri hilir dengan nilai tambah, padat karya, dan berorientasi pada ekspor. Mengingat Milan merupakan kota fesyen yang mendunia karena desain dan produk kulitnya, Indonesia memfokuskan kerjasama pada keduanya, yakni desain dan produk kulit.

Keikutsertaan Indonesia dalam *World Expo Milano 2015* memunculkan optimisme bahwa target peningkatan ekspor sebesar US\$ 8,3 miliar pada 2019 dapat tercapai. Kerjasama Indonesia dengan Italia juga mencakup kerjasama di bidang desain, pengembangan UKM serta pelatihan penyamakan kulit di Indonesia.

Pemerintah Indonesia memang sedang bersiap membangun infrastruktur berwawasan lingkungan guna mendorong pertumbuhan ekonomi Indonesia untuk mencapai 7% per tahun. Sejumlah kebijakan baru yang dicanangkan, antara lain, pembangunan infrastruktur listrik 35.000 megawatt, jalur kereta api 1.000 km, 24 pelabuhan yang mengintegrasikan Indonesia Timur dan Barat, dan satu juta rumah murah. Tahun 2014, ekspor Indonesia ke Italia mencapai US\$ 2,2 miliar. Sedangkan pada periode Januari - Februari 2015 ekspor Indonesia ke Italia mencapai US\$ 346 juta dengan komoditas, antara lain, minyak nabati dan hewani, kopi, teh, alas kaki, produk rajutan, dan lainnya. Sementara impor Indonesia dari Italia pada 2014 sebesar US\$ 1,7 miliar, dan di periode Januari - Februari 2015 sebesar US\$ 281 juta. Komoditas yang diimpor, di antaranya mesin, logam, peralatan listrik, plastik, produk kimia, dan lainnya.



Misi Dagang Indonesia ke Hungaria



Misi dagang ke Hungaria telah dilaksanakan dengan menggandeng 12 perusahaan dari Indonesia. Misi dagang tersebut menghasilkan transaksi sekitar US\$ 3,4 juta, sesuai target yang telah ditetapkan, yakni adanya peningkatan ekspor tiga kali lipat dari tahun sebelumnya.

Dalam rangkaian misi dagang ke Eropa Timur, Kementerian Perdagangan juga mengadakan *Business Forum* serta *One-on-One Meeting* dengan para pelaku usaha Hungaria di Hotel Marriot, Budapest. *Business Forum* dan *One-On-One Business Meeting* di Hungaria diharapkan bisa menjadi momentum bangkitnya kembali produk Indonesia di Hungaria.

Tema yang diusung dalam misi dagang ini adalah *"Strengthening Economic Relation through Optimizing Bilateral Trade"*. Acara forum bisnis ini dibuka Dubes RI di Budapest, Ibu Wening Esthyprobo dan dilanjutkan pemaparan tentang Potensi Perdagangan Indonesia Direktur Pengembangan Pasar dan Informasi Ekspor Ditjen Pengembangan Ekspor Nasional (PEN), Kemendag, Ari Satria.

Perusahaan-perusahaan yang mengikuti misi dagang ini memiliki keragaman, potensi, dan keunikan tersendiri. Hal ini diharapkan dapat membuka ekspor bagi sektor

baru, sekaligus melihat potensi diversifikasi produk ekspor ke wilayah Eropa Timur, khususnya Hungaria.

Misi dagang menghasilkan kontrak dagang senilai US\$ 2 juta oleh PT Perusahaan Perdagangan Indonesia untuk produk CPO, serta US\$ 1,4 juta dolar AS oleh perusahaan Indo Tati dan Central Impex untuk produk kopi serta beberapa potensi kerjasama ekspor impor dan investasi bidang konstruksi. Total Perdagangan Indonesia-Hongaria pada tahun 2014 mencapai US\$ 149,29 juta dengan nilai ekspor non migas US\$ 86,87 juta, serta mengalami surplus US\$ 24,44 juta.

Dalam misi dagang ke Hungaria, Ditjen PEN, Kemendag membawa 15 pengusaha yang berasal dari 12 perusahaan dan eksportir Indonesia, antara lain, PT AICA Indira, PT Multi Niaga Harvest, Cantik Rumah Batik, CV Indo Tati, PT Perusahaan Perdagangan Indonesia, PT Bukit Darmasakti, Cenderamata Keramik, Kajeye Food, PT. Swana Adimitra, PT. Cipta Aneka Solusi, PT Bukit Dieng Permai, dan Aquiva Gallery. Berbagai produk yang dibawa ke-12 eksportir sangat beragam dan variatif, seperti *furniture*, lem, *handicraft*, *home decoration*, kopi, briket kayu dan *charcoal*, *glass painting*, *fruit chips*, dan jasa konstruksi.



KETENTUAN KEMASAN Produk Makanan dan Minuman di Australia



Indikator yang dipakai untuk mengukur kebijakan perdagangan lintas negara, selain kemudahan ekspor adalah kemudahan impor. Ukuran yang dipakai untuk kemudahan impor adalah

1. Jumlah dokumen impor yang digunakan;
2. Waktu yang dibutuhkan untuk menangani impor yang dinyatakan dalam hari.
3. Biaya yang harus dibayarkan setiap kontainer barang yang akan diimpor yang diwujudkan dalam dolar Amerika Serikat.

Untuk kemudahan impor, berdasarkan jumlah dokumen yang dibutuhkan, negara yang kebijakan impornya baik adalah Prancis yang hanya membutuhkan 2 dokumen. Thailand, Republik Korea, Denmark dan Swedia hanya butuh 3 dokumen, sedangkan Singapura, Hongkong, Estonia, Norwegia, Kanada dan Panama hanya memerlukan 4 dokumen untuk dapat melakukan impor.

Di Prancis, dokumen yang dibutuhkan untuk melakukan impor hanya *bill of lading* dan *customs import declaration*. Untuk Denmark dalam melakukan impor selain *bill of lading* dan *customs import declaration*, dibutuhkan *commercial invoice*. Hal yang sama juga berlaku di Swedia. Sedangkan di Republik Korea, selain *bill of lading* dan *customs import declaration*, dibutuhkan *terminal handling receipts*.

Negara di Asia Tenggara terbaik dalam dokumen impor adalah Thailand. Di Negeri Gajah Putih ini, yang

dibutuhkan hanya *packing list*, *terminal handling receipts*, dan *customs Import declaration*. Negara di Asia Tenggara berikutnya adalah Singapura dengan 4 dokumen, yakni *bill of lading*, *customs import declaration*, *commercial invoice* dan *packing list*.

Dalam sebuah ajang forum bisnis bersama pihak Amerika Serikat didapat informasi mengenai berbagai macam produk ekspor makanan dan minuman yang saat ini menjadi tren di pasar negara tersebut dan digemari oleh konsumen mereka.

Syarat klasifikasi produk yang dibutuhkan, antara lain:

- Produk yang organik atau natural.
- Produk bebas susu dan gluten.
- Produk non pengawet.
- Produk tidak mengandung lemak trans.
- Produk non kolesterol.
- Produk tanpa sirup jagung tinggi fruktosa.

Pihak Amerika Serikat mengharapkan bahwa produk yang akan dipasarkan harus bisa mematuhi ketentuan mengenai pengemasan dan labeling yang berlaku. Selain itu, desain juga harus menarik dan unik. Pihak Amerika Serikat juga meng-informasikan mengenai pemberlakuan ketentuan mengenai labeling dan sertifikasi *Genetically Modified Organism* (GMO).

Pemerintah Australia juga mempersyaratkan ketentuan impor yang harus dipenuhi, baik persyaratan dari pemerintah federal maupun pemerintah negara

bagian (*states*) di Australia. Perusahaan yang melakukan bisnis di Australia wajib memastikan bahwa produk yang dijual harus memenuhi *Trade Practices Act* (TPA), di bawah pengawasan *Australian Competition and Consumer Commission/ACCC*. Tiga aturan yang harus diperhatikan adalah sebagaimana tabel berikut :

- **Pelabelan;** informasi mengenai label yang dipersyaratkan oleh *Customs Australia*, dapat diunduh melalui www.austlii.edu.au atau www.accc.gov.au.
- **Kebijakan Garansi dan Refund;** produk yang dijual harus sesuai dengan deskripsinya. Suatu produk dapat di-*claim* meskipun tidak dalam *warranty*. Apabila *retailer* meminta untuk mengganti suatu produk karena adanya kerusakan, maka *supplier* harus (i) mengganti produk tersebut, (ii) mengganti biaya untuk mendapatkan produk yang sejenis, atau (iii) mengganti biaya perbaikan produk.
- **Keamanan Produk;** manufaktur, distributor dan/atau *retailer* bertanggung jawab atas *safety* suatu produk yaitu memastikan bahwa; (i) produk memenuhi standar keamanan dan keselamatan, dan (ii) peringatan yang dipasang pada kemasan. Apabila *consumer* terluka karena akibat dari produk yang rusak atau cacat, maka mereka dapat meminta kompensasi.

Standar atau mutu produk makanan yang diekspor ke Australia harus memenuhi *Food Standards Australia New Zealand Code* yang mana, di antaranya, mempersyaratkan aturan terkait dengan *labelling*, *allegery*

warnings, *ingridients*, dan lain sebagainya. Secara umum, setiap kemasan produk makanan dan minuman yang dijual di pasar Australia wajib mencantumkan hal-hal sebagai berikut :

- a. Label nama dan penjelasan produk yang, antara lain, mencantumkan produsen, kandungan dan manfaat produk tersebut, dalam bahasa Inggris dengan tinggi minimal 3 mm
- b. Nama importir di Australia --makanan yang diimpor dari negara selain New Zealand harus mencantumkan nama dan alamat importir dengan tinggi minimal 5 mm
- c. Nomorlot produksinya--dapatberupakodeatautanda yang dikeluarkan dari manufakturnya. Pencantuman tanggal serta alamat *supplier* dapat memenuhi persyaratan untuk nomor lot ini
- d. *Warning* dan keterangan resmi --dapat berupa pernyataan sesuai dengan risiko yang dimiliki produk tersebut.
- e. Negara asal produk. Apabila alamat dan nama industri telah tercantum di label, maka penambahan negara asal tidak diperlukan.
- f. Jangka waktu maksimum produk tersebut dapat dikonsumsi (tanggal kadaluwarsa), bila produk tersebut tidak dapat disimpan lebih dari 2 tahun, termasuk jika kamar pendingin diperlukan untuk penyimpanannya. Contoh, pencantuman tersebut ialah dengan menuliskan '*best before*' pada setiap kemasan. Untuk kepentingan kesehatan, penulisan '*used by*' dicantumkan pada setiap kemasan.
- g. Berat bersih, termasuk peneraan pada karton pembungkusnya yang mencantumkan berat bersih keseluruhan dan isi kemasan per kartonnya.
- h. Daftar kandungan, yang mana pencantuman namanya sesuai dengan standar internasional. Jika produk tersebut mengandung bahan pemanis buatan, maka harus secara jelas tertera pada kemasannya.



DAFTAR

IMPORTIR

KUME IMPORTACIONES, S.A. DE C.V.

Isabel la Católica No. 409 Col. Obrera, C.P. 06800
México, D.F. Mexico

Tel : (55) 55 38 83 37 y 55 19 36 64

Fax : (55) 54 40 24 98

Email : ventas@kume.com.mx

Product : *Soya Sauce, Sugar Confectionery*

KANAAN TRADING

#1081-9, Hwagok-Dong, Gangseo-Gu
Korea, South

Tel : (02) 26078321

Fax : (02) 26078321

Email : kanaan8321@hanmail.net

Product : *Soya Beans*

PRIMORKAYA SOYA, USSURYSK OILS & FATS PROCESSING FA

692503, Primorsky Kray, Ussuriysk,
Volochaevskaya ul 120 Russia

Tel : (4234) 335330, 335401

Fax : (4234) 335401

Website : www.primsoya.ru

Product : *Soya Beans*

PONGWANG KOREA CO.

RM. 602, Kungchong Bldg. 276-1 Mapo-Ku,
Seoul 121-080 Korea, South

Tel : (82) 2-712 9167

Fax : (82) 2-3272 1451

Product : *Oil-cake & Oth. Solid Residues of Sunflower
Seeds, Soya Beans*

SAVA LTD

Back Road, Nikao, Rarotonga P.O. BOX 5 Rarotonga Cook
Islands Cook Islands

Tel : (682) 27571

Fax : (682) 27578

Email : dutyfree@sava.co.ck

Product : *Bath And Toilet Soap, Beet Sugar, Cane Sugar,
Coffee, Cooking Oil, Detergents, Liquid,
Ethyl Alcohol And Other Spirits, Denatured,
Of Any Strength, Food and Beverages, Fruit
Juice, Noodles, Other Chocolate In Blocks,
Slabs / Bars Filled, Other Sugars, Pepper, Pure
Salt, Rice, Shampoos, Soya Sauce, Sugar
Confectionery, Tea, Toilet Paper, Whiskies*

ESMAIL & AHMED BROTHERS (1922) PTE LTD

EAB Building, 19 Hong Kong Street Singapore

Tel : (65) 6532 4132 / 532 4143

Fax : (65) 6532 2993

Email : sales@eabros.com

Website : www.eabros.com

Product : *Grain Sorghum, Herbal Products, Soya Beans,
Spices*

SHINWA TRADING COMPANY

R 1105 Central officetel 37-3-2 Ga, Daechang- Dong
Jung Gu Korea, South

Tel : (82) 51 8087097

Fax : (82) 51 5757 3838

Email : leehuijae@yahoo.co.kr

Product : *Soya Beans*

KARTIN

No. 82, Daw Phwar Shin St, Hlaing Thar Yar Tsp, Yangon
Myanmar

Tel : (951) 244232, 684112

Fax : (951) 244232, 684112

Product : *Soya Sauce*

MYANMAR MARKO INDUSTRY CO. LTD.

No. 82, Myamarlat St, Industrial Zone, Tharketa Tsp,
Yangon Myanmar

Tel : (951) 547168, 547193

Fax : (951) 547116

Email : makro@myanmar.com.mm

Website : www.myanmarmakro.com

Product : *Food and Beverages, Soya Sauce*

ARKAR OO CO. LTD.

No. 124, Wet Ma Sutt Wun Htaut St, Industrial Zone (4),
Hlaing Thar Yar Tsp, Yangon Myanmar

Tel : (951) 215 031, 215 032

Fax : (951) 215 031, 215 032

Email : arkaroo@myanmar.com.mm

Product : *Soya Beans*

M/S TECHNO DYNAMICS PAKISTAN

2, Aisha Mansion, Mohammad Bin Qasim Road
Pakistan

Tel : (021) 2639025

Fax : (021) 2636134

Email : tdp@cyber.net.pk

Product : *Soya Beans*

NATIONAL FEED CO LTD

Po Box 57743 Saudi Arabia

Tel : (966) 1 416 1036

Fax : (966) 1 462 4130

Email : info@feedco.com.sa

Product : *Fishery/Marine Products, Food and Beverages,
Live Poultry, Soya Beans*

TRADE X PO 30th Indonesia

Product & Services

Manufactured
Goods &
Services



21-25 October 2015
Jakarta International Expo
Kemayoran - Jakarta

Organized by:

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



Phone : +6221-3510-347/2352-8645
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

csc@kemendag.go.id

[f](#) CSC Kemendag

[t](#) @cscKemendag



Membership Services

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



Join Us

