



NATPRO 2005

Pada tanggal 14 Oktober 2004, Kepala Balittro, Ketua UKT dan Kepala Seksi Jasa Penelitian mengikuti Seminar "Memahami Industri Tanaman Obat dan Produk Alami di Malaysia". Yang diselenggarakan oleh Malaysia Herbal Corporation (MHC). Peluang baru dunia usaha bagi produsen/eksportir asia. Di Betawi I Room, Hotel Santika – Jakarta. Berbagai tantangan global dari industri Herbal dan Natural serta bagaimana memasuki pasar serta pendapatan produk herbal dan natural di Malaysia telah disampaikan oleh Executive Director MHC Dr. Syeh A. Rahman bin Wazir.

Dalam Seminar di MHC juga mengundang para pengusaha industri Herbal dan Natural dari Indonesia untuk mengikuti pameran perdagangan NATPRO 2005 yang akan diselenggarakan pada tanggal 14 – 16 April 2005 di Putera World Trade Center Kuala Lumpur Malaysia. Berikut ini kita simak oleh-olehnya.



Petugas dari Malaysia sedang mengunjungi Balittro

Menyajikan gambaran umum dan potensi serta arah tren pertumbuhan pasar untuk tanaman obat dan produk alami di Asia Pasifik, terutama di kawasan Asia Tenggara. Memberi wawasan luas bagi dunia usaha mengenai industri tanaman obat dan produk alami serta cara memasarkan produk mereka dengan sukses.



Tanaman Obat dan Produk Alami Abad 21

Tanaman obat dan jenis tanaman lainnya telah dimanfaatkan selama berabad-abad untuk tujuan terapi, obat-obatan, bumbu masak, aroma dan estetika. Dengan semakin berkembangnya minat dan kepentingan terhadap obat-obatan alternatif dan sistem pengobatan alami, maka pertumbuhan pasar tanaman obat semakin dinamis dalam dasawarsa terakhir.

Tren penggunaan tanaman obat secara global menunjukkan bahwa terapi tumbuhan telah menjadi sistem pengobatan utama antara tahun 1970 – 2000. Sebagai contoh di AS, 25 % bahan farmasi diperoleh dari ekstrak tumbuhan. Sementara di Jerman, 70 % doktor meresepkan obat dari ekstrak tumbuhan kepada pasiennya. Faktor-faktor yang memengaruhi permintaan tanaman obat di pasaran dunia adalah kesadaran konsumen, etnis budaya, tradisi, pendidikan, usia, aturan-aturan, lingkungan dan tingkat pendapatan. Eropa, Jepang dan Asia lebih terbuka dan menerima produk

berbahan dasar tanaman karena di wilayah tersebut, pemanfaatan obat alami telah dikenal secara turun-temurun.

Organisasi Kesehatan Dunia (WHO) melaporkan bahwa 80 % penduduk dunia masih bergantung pada pengobatan tradisional/tanaman obat. Diproyeksikan bahwa penjualan obat alami akan meningkat 10 % per tahun, sedangkan industri tanaman obat dunia dapat menghasilkan keuntungan sebesar 30 – 50 milyar Ringgit Malaysia (RM) setahun. Menurut Bank Dunia, keuntungan bisnis tanaman obat akan mencapai US \$ 30 triliun pada tahun 2005. Penjualan obat dari bahan tumbuhan meningkat dari US \$ 18,5 milyar tahun 2000 menjadi US \$ 20,3 milyar tahun 2003. Estimasi nilai pasar untuk produk alami lainnya seperti makanan dan minyak wangi masing-masing lebih besar dari US \$ 100 milyar dan US \$ 50 milyar.

Prospek Pertumbuhan di Malaysia

Ybhg Datuk Seri Abdullah Ahmad Badawi, Perdana Menteri



Malaysia mendorong sektor swasta agar memfokuskan investasi mereka pada kegiatan pertanian skala luas misalnya penanaman dan produksi tanaman obat.

Di Malaysia, disamping menitikberatkan pada sektor produksi dan jasa, berdasarkan Rencana Pembangunan Malaysia ke-8, sebanyak 1,6 milyar telah dialokasikan pada program penelitian dan pengembangan bioteknologi Pemerintahan Malaysia. Visi pemerintah adalah menjadikan Malaysia sebagai pusat perdagangan, pemasaran, produksi, penelitian dan pengembangan tanaman obat.

Dalam Kebijakan Agraria Nasional ke-3 (1998 – 2010), industri tanaman obat diperuntukkan sebagai sumber potensial dalam pengembangan pertanian. Meski Malaysia masih dalam taraf pertumbuhan, namun pada tahun 1998, pangsa pasar obat dalam negeri diperkirakan sebesar 3,2 milyar RM, di mana 2 milyar RM merupakan obat-obatan tradisional. Pada tahun 1999, MARDI melaporkan bahwa total nilai domestik untuk tanaman obat

diperkirakan 4,5 milyar RM kemudian meningkat menjadi 5,4 milyar RM di tahun 2000.

Penjualan tahunan untuk produk tanaman obat Malaysia dewasa ini diperkirakan sebesar US \$ 525 juta, meningkat 15 – 20 % per tahun karena pihak pembeli luar negeri mulai mengenal keanekaragaman produk yang tersedia. Bila dibandingkan pangsa pasar lainnya yang sudah mapan, Malaysia sangat berpotensi sebagai pangsa pasar untuk tanaman obat dan produk alami. Dalam hal kapasitas produksi, dewasa ini Malaysia memiliki 142 produsen tanaman obat dengan kualifikasi *Good Manufacturing Practice* (GMP).

Industri tanaman obat di Malaysia dewasa ini masih sangat bergantung pada bahan baku impor, di mana sebagian besar bahan bakunya berasal dari Cina, India dan Indonesia, sedangkan saham kandungan lokal lebih kecil dari 20%, sementara itu, kandungan lokal dari tanaman obat liar (80%) mencakup Tongkat Ali dan kacip Fatimah, sedangkan tanaman obat yang dibudidayakan



seperti Serai Wangi, Pegagan, Rosella, Tongkat Ali, Halia, Mengkudu dan Sireh di jumpai pada lahan pertanian skala kecil yang rata-rata luasnya kurang dari 2 acre. Selain lada, nilai impor meningkat dari 409 juta RM di tahun 1995 menjadi 653 juta RM di tahun 2001, sementara nilai ekspor meningkat dari 46 juta RM menjadi 73 juta RM pada periode yang sama.

Atas dukungan penuh dari pemerintah, tingkat pertumbuhan ekonomi yang stabil, serta meningkatnya minat konsumen, maka dapat dipastikan bahwa industri tanaman obat dan produk alami akan membawa prospek cerah di masa mendatang.

Prospek Pertumbuhan Dikawasan Asia Tenggara

Permintaan makanan suplemen di Asia diperkirakan senilai US \$ 15 milyar, sehingga menempatkan Asia sejajar dengan Eropa dan Amerika Utara US \$ 16,3 milyar). Negara-negara Asia pada khususnya mengalami kondisi perekonomian yang stabil dan mendapatkan kemudahan

dalam penetapan produk impor, dan di sisi lain menawarkan prospek cerah bagi pemasok produk. Menurut Euromonitor, 5 dari 15 pangsa pasar yang mengalami perkembangan pesat antara tahun 2002 hingga 2007 diprediksikan berada di kawasan Asia Pasifik, termasuk Indonesia, Cina, India, Filipina dan Thailand.

Cina

Populernya obat-obatan Cina tradisional menyebabkan pengobatan alami menduduki posisi teratas dalam sektor OTC (41% dari penjualan OTC dunia dengan persentase tertinggi. Namun dalam tahun belakangan ini, perubahan gaya hidup masyarakat perkotaan menyebabkan meningkatnya kebutuhan vitamin dan makanan suplemen. Perkembangan paling dinamis muncul dengan adanya permintaan multivitamin dan produk khusus untuk anak-anak, disisi lain, kebutuhan obat kuat, minuman bernutrisi (setelah periode stagnasi) mulai merambah ke wilayah pedesaan.



Indonesia

Sebagai dampak dari pesatnya tingkat kelahiran bayi seiring bertambah banyaknya jumlah golongan menengah, menyebabkan produk kesehatan alami mengalami peningkatan dua kali lipat (stabil pada 17% dalam tahun-tahun terakhir). Konsumen cenderung beralih dari produk OHT konvensional model Eropa menjadi produk tanaman obat, misalnya jamu (sistem pengobatan tradisional setempat). Spek penting lainnya adalah antusiasme konsumen terhadap makana suplemen : 70% dari seluruh suplemen makanan berasal dari produk impor, terutama berasal dari AS, diikuti Australia, Cina, Daratan, Jepang dan Taiwan.

Thailand

Standar baru industri lokal dan meningkatnya produk impor membawa perkembangan baru bagi makanan suplemen alami di Thailand. Total pasar Thailand untuk makanan suplemen diharapkan tetap bertahan (jika tidak meningkat 5% dari laju pertumbuhan tahunan). Pihak Otorita

FDA kini tengah menyederhanakan prosedur perijinan untuk pengobatan tradisional guna menciptakan peluang usaha yang terbuka lebar bagi investor dalam dan luar negeri.

Sasaran Akhir

Menekankan peluang usaha melalui pembukaan jalur ekspor baru, terutama di kawasan Asia Tenggara : Strategi, Tantangan dan Pengembangan dalam pasar global.

Menyajikan informasi terbaru mengenai tren pertumbuhan pasar industri tanaman obat dan produk alami di Malaysia.

Menyelenggarakan dialog/diskusi antara pengusaha terkait dan pakar industri tanaman obat dan produk alami di Malaysia. Menyelenggarakan peluncuran dan promosi pemasaran NATPRO 2005. Memberi wawasan mengenai bagaimana kiat NATPRO sehingga menjadi salah satu platform terbaik dalam membantu perusahaan menembus pasar luar negeri.

(Taryono – Seksi Jasa Penelitian)