

Buletin Pemasaran Internasional



**DIREKTORAT JENDERAL PENGOLAHAN DAN PEMASARAN HASIL PERTANIAN
KEMENTERIAN PERTANIAN 2010**



BULETIN
PEMASARAN INTERNASIONAL
Edisi IV, Agustus 2010



Pengantar Redaksi

Para Pembaca,

Buletin Pemasaran Internasional edisi Agustus 2010 ini menampilkan informasi berikut:

Informasi pertama: Perkembangan Ekspor-Import Sektor Pertanian Indonesia

Informasi kedua: Perkembangan ASEAN-Australia New Zealand Free Trade Area

Informasi ketiga: Perkembangan harga bulanan beberapa komoditi pertanian strategis

Informasi keempat: Warta Perdagangan Internasional yang berisikan berita-berita terkini mengenai perkembangan kerjasama perdagangan hasil pertanian Indonesia dan berita-berita lainnya.

Akhir kata, redaksi mengharapkan semoga Buletin Pemasaran Internasional ini bermanfaat sebagai media layanan informasi perkembangan pemasaran internasional hasil pertanian.

Redaksi

Pengarah : Direktur Pemasaran Internasional
Penanggung Jawab : Kasubdit Analisa & Informasi Pasar
Tim Redaksi : Akbarsyah Rivai Saad, Resfolidia, Diah Fitri Palupi, Lorenta P K Siahaan, yuliawati Rohmah, Siti Rukmini , Irwansyah Damanik, Mursyida Hasni Nasution.
Alamat Redaksi : Direktorat Pemasaran Internasional, Direktorat Jenderal Pengolahan dan Pemasaran Hasil Pertanian, Departemen Pertanian, Gd. D, Lt. 2, Jalan Harsono RM No. 3 Ragunan, Telp/Fax. 021 7813191, Email: apsari.pphp@yahoo.com



Daftar Isi

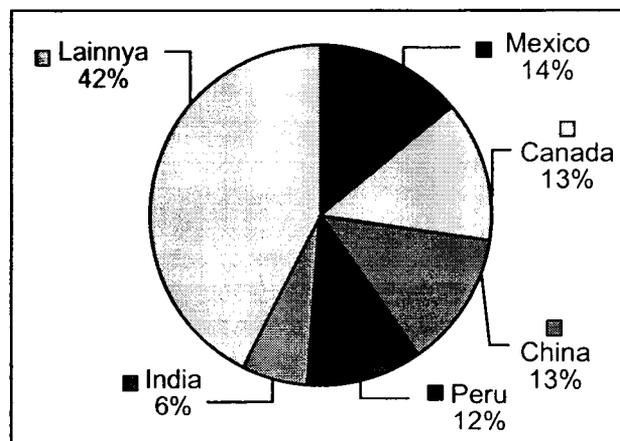
1. Pangsa Pasar beberapa Komoditi Pertanian di Pasar Internasional	1
2. Implikasi Perjanjian ASEAN-Australia New Zealand Free Trade Area pada Komoditi Pertanian Indonesia	4
3. Perkembangan Harga Bulanan Komoditi Pertanian	9
4. Harga Gandum Kemungkinan Meningkatkan Setelah Rusia Menghentikan Ekspornya	10
5. Membidik Pasar Kopi China Melalui Indonesia Coffee Festival Pada Ajang WESC 2010	11
6. Peraturan Ekspor Salak ke China	14
7. Pelatihan Ekspor bagi UKM dan GAPOKTAN	17
8. Italia Berlakukan Label Halal	18
9. Syria: Calon Pasar Baru Bagi Tanaman Hias Indonesia	19



PANGSA PASAR BEBERAPA KOMODITI PERTANIAN DI PASAR INTERNASIONAL

Dalam buletin edisi Agustus ini akan ditampilkan pangsa pasar (*market share*) beberapa komoditi hortikultura, tanaman pangan, perkebunan, dan peternakan di Amerika Serikat dari berbagai negara eskportir.

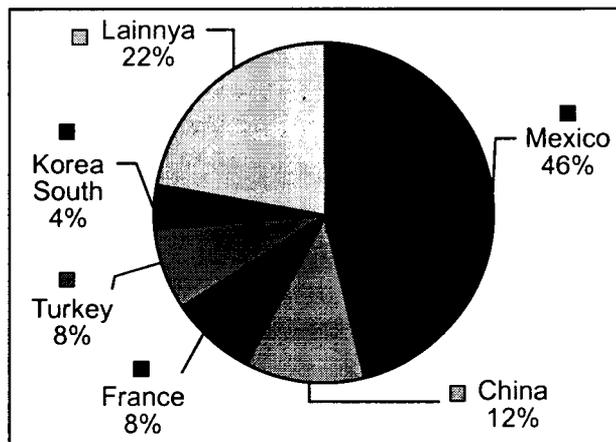
Grafik 1. Import Sayuran Olah AS dari Negara Asal (Tahun 2009)



Sumber: USDA diolah Dit. Pemasaran Internasional, 2010

Dari Grafik 1 diatas dapat dilihat bahwa AS mengimpor sayurannya terbanyak dari Mexico dan Kanada yang dari segi jarak tidak terlalu jauh dari batas wilayah AS. Sementara China sebagai negara Asia satu-satunya yang masuk dalam lima besar eksportir sayuran olahan ke AS, memiliki pangsa pasar 13% atau ketiga di pasar AS.

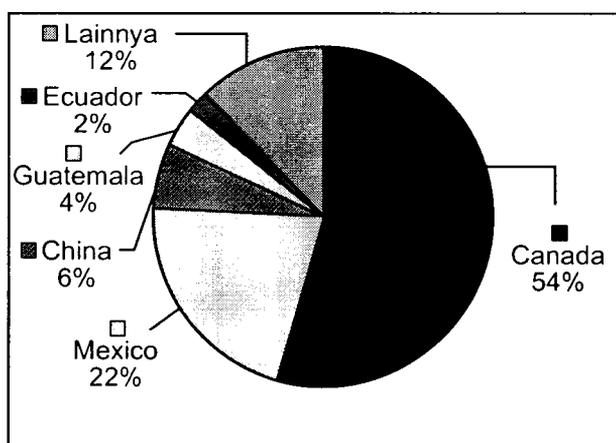
Grafik 2. Import Jus Sayuran AS dari Negara Asal (Tahun 2009)



Sumber: USDA diolah Dit. Pemasaran Internasional, 2010

Dari Grafik 2, impor sayuran olahan lainnya dalam bentuk jus dipasok oleh Meksiko, China, dan Perancis.

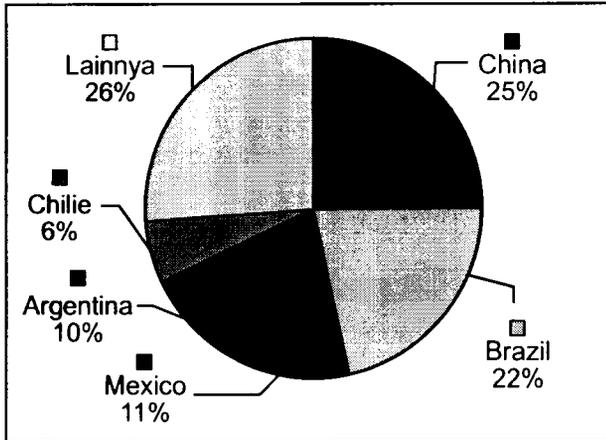
Grafik 3. Import Sayuran Beku AS dari Negara Asal (Tahun 2009)



Sumber: USDA diolah Dit. Pemasaran Internasional, 2010

Untuk sayuran beku, Kanada dan Meksiko memiliki pangsa pasar yang besar di AS, dan diikuti oleh China dengan pangsa yang meski kecil (6%) tapi bisa bersaing dengan negara maju seperti Kanada (Grafik 3).

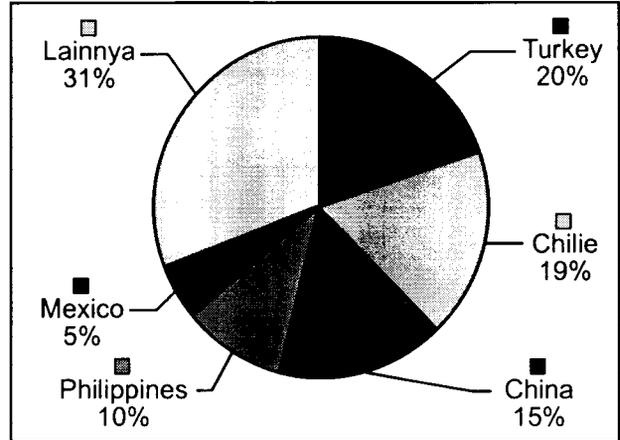
Grafik 4. Import Jus Buah AS dari Negara Asal (Tahun 2009)



Sumber: USDA diolah Dit. Pemasaran Internasional, 2010

Dari Grafik 4, untuk jus buah-buahan AS mengimpor dari China dengan market share 25%, Brazil 22%, dan Meksiko 11%.

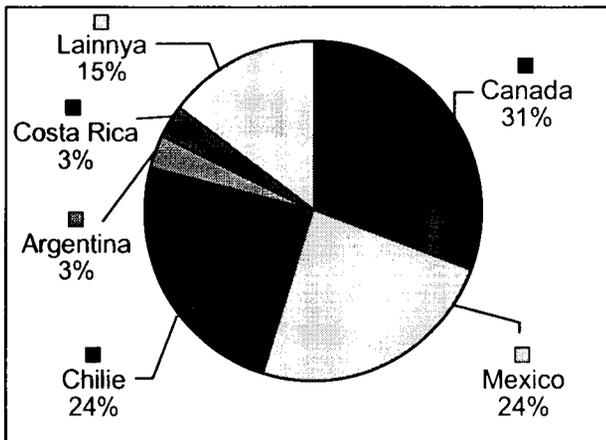
Grafik 6. Import Buah Kering AS dari Negara Asal (Tahun 2009)



Sumber: USDA diolah Dit. Pemasaran Internasional, 2010

Turki sebagai negara produsen buah-buahan yang dikeringkan, memasok ke AS sebesar 20% dari total pangsa pasar (*market share*) AS, diikuti oleh Chili dan China (Grafik 6).

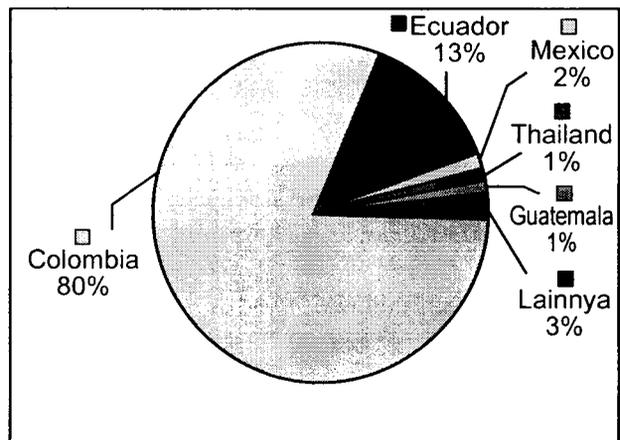
Grafik 5. Import Buah Beku AS dari Negara Asal (Tahun 2009)



Sumber: USDA diolah Dit. Pemasaran Internasional, 2010

Dari Grafik 5 eksportir buah beku terbesar ke AS adalah Kanada (31%), diikuti Meksiko 24%, dan Chile 24%.

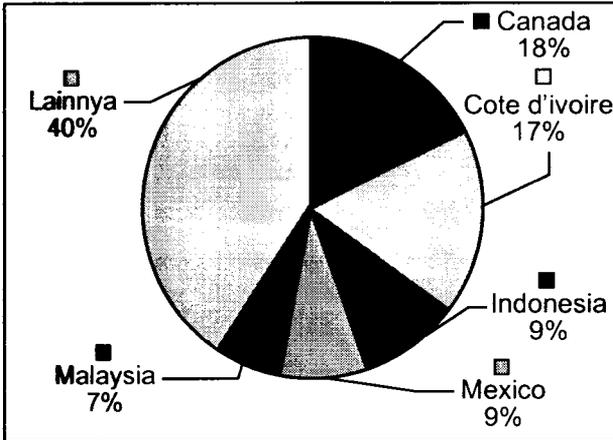
Grafik 7. Import Bunga Potong AS dari Negara Asal (Tahun 2009)



Sumber: USDA diolah Dit. Pemasaran Internasional, 2010

Dari Grafik 7 kebutuhan bunga potong AS dipasok dari Colombia 80% dan Ekuador 13%. Thailand yang letak geografisnya cukup jauh dapat memasok sebesar 12%.

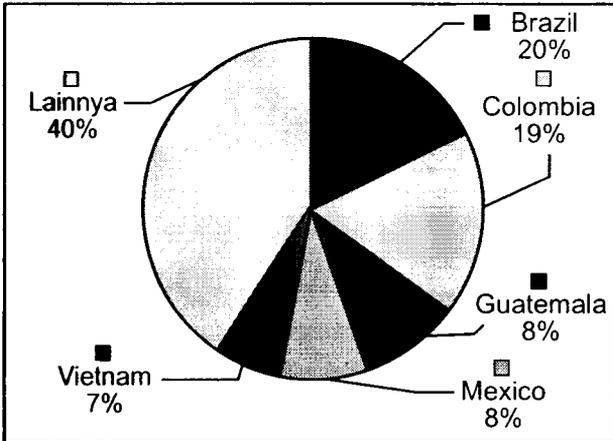
Grafik 8. Import Kakao AS dan Produk Olahannya dari Negara Asal (Tahun 2009)



Sumber: USDA diolah Dit. Pemasaran Internasional, 2010

Dari Grafik 8 terlihat bahwa komoditi kakao dan produk turunannya diimport dari Kanada (19%), diikuti Cote d'Ivoire (17%) dan Indonesia 9%.

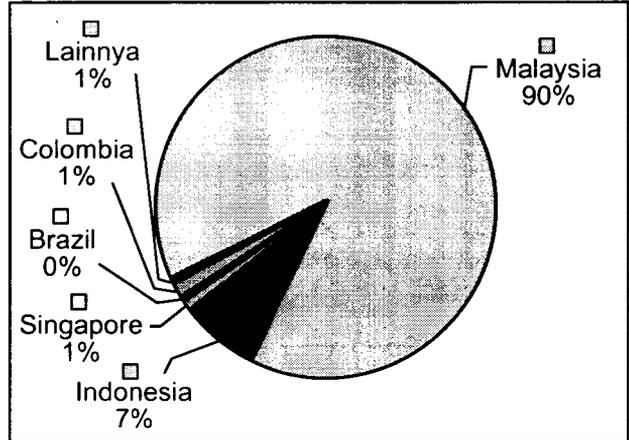
Grafik 9. Import Kopi AS dan Produk Olahannya dari Negara Asal (Tahun 2009)



Sumber: USDA diolah Dit. Pemasaran Internasional, 2010

Brasil merupakan pemasok utama kopi dan produk-produk kopi ke AS. Vietnam yang merupakan produsen utama kopi di Asia memasok 7% dari total kebutuhan kopi AS, dan Indonesia memiliki share 5% di pasar AS.

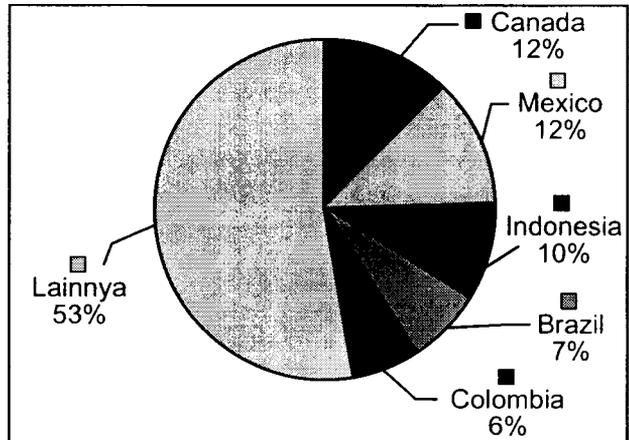
Grafik 10. Import Palm Oil AS dan Produk Olahannya dari Negara Asal (Tahun 2009)



Sumber: USDA diolah Dit. Pemasaran Internasional, 2010

Walaupun Indonesia merupakan produsen palm oil terbesar di dunia, namun share terbesar untuk palm oil di pasar AS diisi oleh Malaysia dengan share 90%, sementara Indonesia hanya mengisi 7% kebutuhan atau impor AS pada tahun 2009.

Grafik 11. Import Gula AS dan Produk Olahannya dari Negara Asal (Tahun 2009)

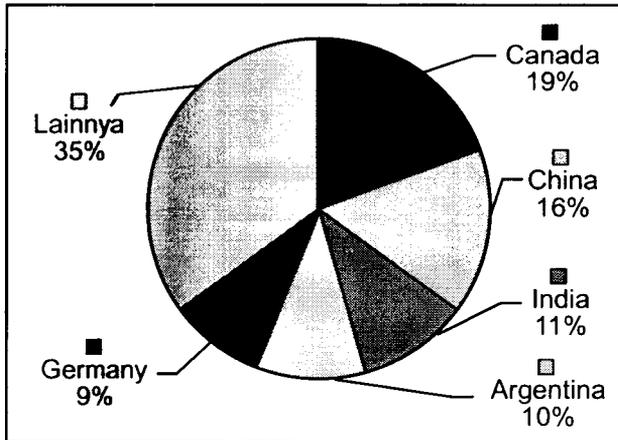


Sumber: USDA diolah Dit. Pemasaran Internasional, 2010

Walaupun Indonesia merupakan salah satu importir utama gula, namun Indonesia juga mengekspor gula. Indonesia memiliki pangsa (share) nomor 3 terbesar di AS untuk gula dan produk olahannya. Share terbesar dikuasai oleh Kanada dan Meksiko.



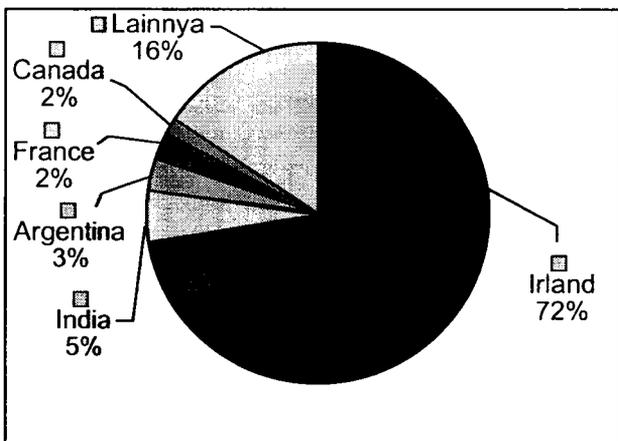
Grafik 12. Import Teh AS dari Negara Asal (Tahun 2009)



Sumber: USDA diolah Dit. Pemasaran Internasional, 2010

Meskipun China dan India merupakan produsen utama teh dunia namun pangsa pasarnya di AS sebesar (16%) dan (11%), sementara pangsa pasar terbesar untuk teh diisi oleh impor dari Kanada (19%). Indonesia sendiri menempati urutan ke-11 sebagai pemasok teh ke AS, setelah Jepang, Inggris, Srilanka, Meksiko, dan Kenya.

Grafik 13. Import Essential Oils AS dari Negara Asal (Tahun 2009)



Sumber: USDA diolah Dit. Pemasaran Internasional, 2010

Minyak atsiri (*essential oils*) yang ada di pasar AS sebagian besar berasal dari Irlandia (72%) dan sisanya dipasok oleh India, Argentina, Perancis, dan Kanada.

IMPLIKASI PERJANJIAN ASEAN – AUSTRALIA – NEW ZEALAND FREE TRADE AREA (AANZFTA) PADA KOMODITI PERTANIAN INDONESIA

Liberalisasi perdagangan sudah merupakan fenomena dunia yang nyaris tidak dapat dihindari oleh semua negara sebagai anggota masyarakat internasional. Maraknya pembentukan *Free Trade Agreement* (FTA) diantaranya disebabkan sejumlah negara khawatir akan dampak hilangnya pasar yang sebelumnya mereka kuasai, yang kemudian beralih diantara mitra yang melakukan FTA (*trade diversion*). Misalnya, apabila terbentuk FTA antara Jepang dengan Thailand, maka pangsa pasar milik Indonesia yang sebelumnya dinikmati di pasar Jepang, akan terdorong untuk beralih dan dinikmati oleh Thailand. Hal ini terjadi karena dengan FTA, arus barang dagangan dua arah akan bebas hambatan dan bebas *tariff* dibandingkan tanpa FTA yang mungkin terkena tarif yang lebih tinggi.

Insentif tariff ini akan dinikmati oleh eksportir karena meningkatnya daya saing, oleh importir karena mendapat margin keuntungan lebih besar, dan oleh konsumen karena harga menjadi lebih murah. *Insentif tariff* merupakan pendorong utama terjadinya peningkatan arus barang dari satu negara ke negara lainnya.

FTA juga dibentuk karena mendorong terjadinya *trade creation*. *Trade creation* adalah terciptanya transaksi dagang antar anggota FTA yang sebelumnya tidak pernah terjadi, akibat adanya insentif-insentif karena terbentuknya FTA. Misalnya dalam konteks ASEAN FTA (AFTA), sebelumnya Cambodia tidak pernah mengimpor obat-obatan, namun setelah menjadi anggota ASEAN, dengan berjalannya waktu, tercipta daya beli yang menyebabkan Cambodia memiliki devisa cukup untuk mengimpor obat dari Indonesia demi peningkatan kesehatan rakyatnya.

Dalam perundingan FTA dengan negara mitra dagang, kepentingan domestik merupakan salah satu faktor yang menjadi prioritas perhatian, sehingga dalam proses pembentukan FTA harus diperhatikan dampak langsung maupun tidak langsung yang akan dialami. Hal yang menjadi perhatian antara lain daya saing industri didalam negeri, kesempatan kerja, pertumbuhan ekonomi,

dan pendapatan pemerintah dari bea masuk impor meskipun nilainya tidak terlalu signifikan.

Perkembangan ekonomi di wilayah Asia Tenggara mengalami pertumbuhan yang pesat, diantaranya berkat dorongan negara, perusahaan multinasional dan juga penanaman modal asing. Jaringan produksi serta rantai suplai yang dirintis oleh perusahaan tersebut merupakan landasan sekaligus ekspansi bagi investasi asing. Negara-negara di Asia Tenggara juga giat menggulirkan inisiatif kerjasama integrasi ekonomi melalui berbagai perjanjian bilateral maupun multilateral.

Ada beberapa faktor yang mendorong munculnya pembentukan ASEAN-Australia – New Zealand FTA (AANZFTA), selain karena sejarah kedekatan hubungan diantara negara-negara tersebut, juga karena pertumbuhan *Gross Domestic Product* (GDP) Australia, New Zealand dan ASEAN sebagai ukuran ekonomi yang selalu meningkat sehingga tersedia pasar tujuan barang yang besar diantara keduanya, serta *trade flow* barang yang jumlahnya besar antara negara-negara tersebut dengan tren yang juga selalu meningkat.

Sejauh ini neraca perdagangan produk pertanian antara Indonesia dengan Australia dan New Zealand menunjukkan bahwa Indonesia mengalami defisit yang cukup besar. Nilai impor produk pertanian dari Australia tahun 2005 mencapai US\$ 916,094,694 dari total impor Indonesia sebesar US\$ 2,567,140,472 atau sekitar 35,68%, sementara nilai impor produk pertanian dari New Zealand tahun 2005 mencapai US\$ 188,453,625 dari total impor Indonesia sebesar US\$ 263,003,653 atau 71,7%.

Sehubungan dengan sensitifitas beberapa produk bagi negara anggota ASEAN, khususnya Indonesia, posisi produk pertanian Indonesia dalam negosiasi AANZFTA menjadi hal yang krusial dalam pembahasan yang terkait dengan negosiasi *Trade in Goods*. Bagi Australia dan New Zealand, Indonesia merupakan pasar yang sangat potensial, terutama dari besarnya pasar yang bisa ditembus (*market access*), meskipun secara per kapita masih tidak terlalu tinggi (masih tergolong negara berkembang), tetapi dengan perekonomian yang terus tumbuh dan populasi yang mencapai hampir 225 juta jiwa, maka Australia dan New Zealand sangat ingin menguasai pasar produk pertanian, khususnya untuk produk-produk biji-bijian seperti gandum, produk hortikultura seperti apel, jeruk, anggur,

pir dan sebagainya, produk peternakan seperti ternak hidup, daging, susu dan produk olahannya.

Dalam AANZFTA ini, Indonesia memberikan komitmen eliminasi untuk 10.397 pos tarif. Sedangkan 645 pos tarif lainnya diamankan dengan komitmen penurunan atau pemotongan tingkat tarif dan 117 sisanya dikelompokkan ke dalam Exclusion List. Komitmen eliminasi Indonesia dalam AANZFTA mencapai 93,17 persen dari total pos tarif dengan rentang waktu 2009-2020.

Australia memberikan komitmen 100 persen dalam kurun waktu 2009-2015 atau setelah 2015. Namun 91,77 persen dari total pos tarif akan dieliminasi pada tahun 2009-2010. Sementara Selandia Baru akan mengeliminasi 97,4 persen pos tarifnya dalam kurun waktu yang sama namun pada saat *entry into force eliminasi tarif* akan mencapai 80 persen dan pada 2012 mencapai 90 persen,

Untuk produk daging dan susu, Selandia Baru menargetkan 11 pos tarif Indonesia yang memiliki MFN applied tariff rate sebesar 5 persen. Mengingat sensitifitas kedua sektor ini, maka komitmen yang diberikan Indonesia adalah eliminasi pada 2020 untuk empat pos tarif daging dan eliminasi antara 2017 sampai 2019 untuk tujuh produk susu.

Dalam proses perundingan, Indonesia juga mendapatkan *additional benefits* yang akan dibahas dan disalurkan dalam forum kerjasama bilateral. *Additional benefit* yang disepakati Australia antara lain pembentukan *Task Force in Agribusiness Investment* guna melakukan kajian dan menyusun program kerja *capacity building* serta mendorong investasi di bidang pertanian, khususnya sektor daging dan produk susu.

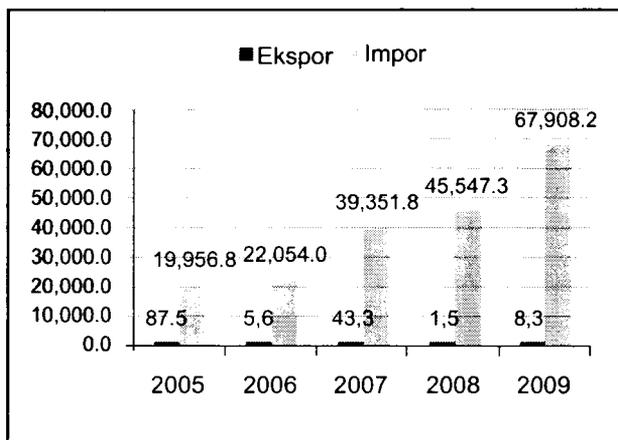
Perdagangan Komoditas Daging Sapi Dan Susu

Terdapat dua komoditas dalam persetujuan AANZ-FTA yang bersangkutan dengan peternakan sapi rakyat yaitu produk susu dan daging. Keputusan yang disepakati untuk kedua komoditi ini adalah, karena masuk dalam *sensitive track* maka penghapusan tarifnya lebih lambat, yakni pada kurun waktu tahun 2017-2020.



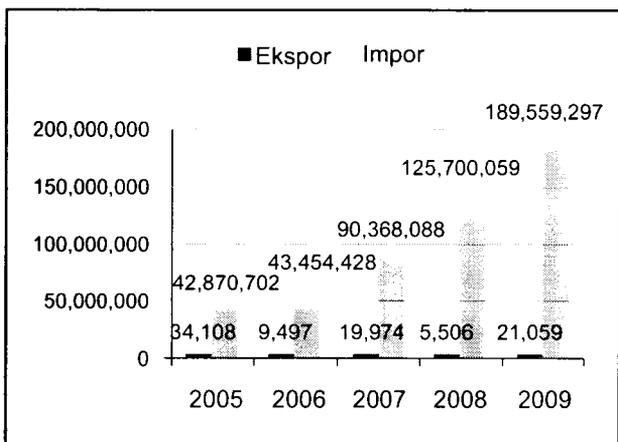
Pada Grafik 14-17 di bawah ini kita dapat melihat melihat perkembangan perdagangan komoditas susu dan daging sapi untuk periode tahun 2004-2009.

Grafik 14. Volume Perdagangan Daging Sapi Indonesia dan Dunia (ton)



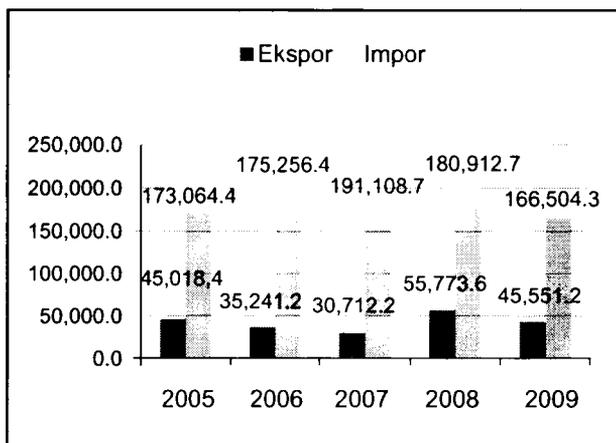
Sumber: BPS, data diolah Dit. Pemasaran Internasional 2010

Grafik 15. Nilai Perdagangan Sapi Indonesia dan Dunia (US\$)



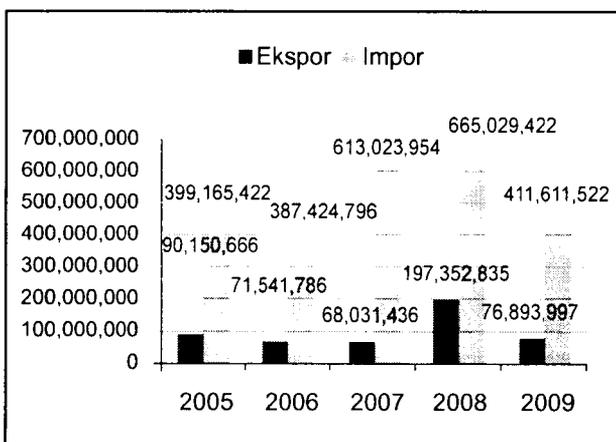
Sumber: BPS, data diolah Dit. Pemasaran Internasional 2010

Grafik 16. Volume Perdagangan Susu Indonesia dan Dunia (ton)



Sumber: BPS, data diolah Dit. Pemasaran Internasional 2010

Grafik 17. Nilai Perdagangan Susu Indonesia dan Dunia (US\$)



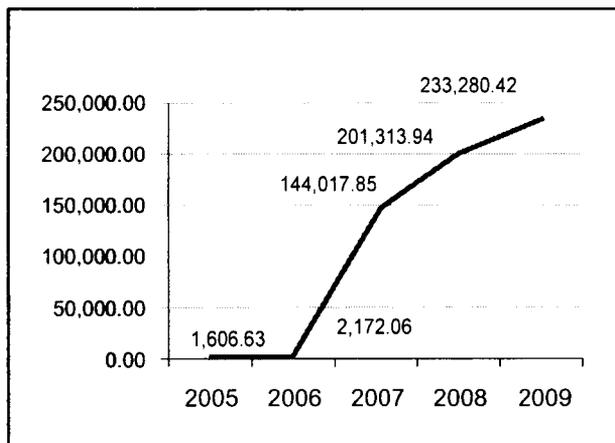
Sumber: BPS, data diolah Dit. Pemasaran Internasional 2010

Berdasarkan data dari Direktorat Jenderal Peternakan Kementerian Pertanian, produksi daging sapi dalam negeri baru mampu memenuhi sekitar 70 persen kebutuhan nasional. Dengan demikian kekurangannya harus diimpor. Australia dan Selandia Baru merupakan negara pemasok utama kekurangan pasokan daging sapi dalam negeri. Amerika Serikat dan Kanada juga memasok kekurangan daging Indonesia tetapi dalam jumlah kecil dibandingkan dengan Australia dan Selandia Baru. Data terakhir pada tahun 2009 dari BPS menunjukkan bahwa Indonesia mengimpor 110.000 ton daging sapi (termasuk



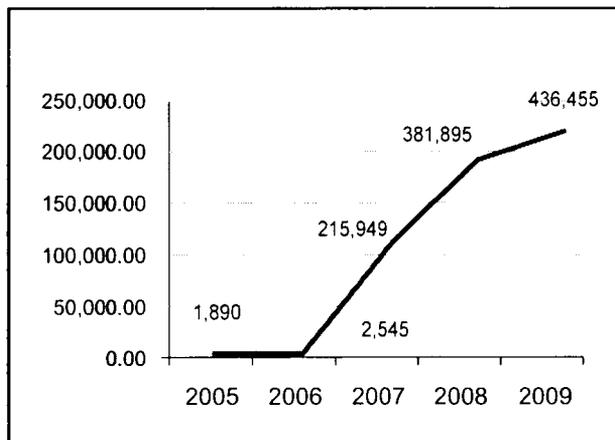
jeroan dan *fancy meat*), sekitar 63 persennya dari Australia dan 32 persennya dari Selandia Baru. Sedangkan impor sapi hidup dari Australia untuk digemukkan terlebih dahulu selama 2-3 bulan dalam kurun lima tahun terakhir menunjukkan kenaikan yang signifikan seperti pada grafik berikut:

Grafik 18. Volume Impor Sapi Bibit Australia (ton)



Sumber: BPS, data diolah Dit. Pemasaran Internasional 2010

Grafik 19. Nilai Impor Sapi Bibit Australia (000 US\$)



Sumber: BPS, data diolah Dit. Pemasaran Internasional 2010

Melihat kontribusi Selandia Baru yang menguasai sekitar 32 persen komoditas susu yang diperdagangkan dunia dan Australia pada posisi sekitar 10 persen, dapat dipastikan bahwa kedua negara tersebut berebut memanfaatkan potensi pasar Indonesia karena Indonesia bisa dianggap sebagai *captive market* untuk mereka. Saat ini sekitar 80 persen kebutuhan susu nasional harus diimpor dan nilainya per tahun sekitar Rp 6,5 triliun. Suatu jumlah yang tidak sedikit. Jarak yang lebih pendek (sehingga lebih efisien dalam biaya transportasi) dan kebutuhan susu yang sangat besar dari negara kita merupakan faktor-faktor yang mendorong mereka berkepentingan menjadikan Indonesia sebagai pasar. Penghapusan tarif sebesar 5 persen atas produk susu tentunya akan membuat daya saing mereka lebih besar dibandingkan negara pengekspor susu lainnya.

Kesepakatan Baru Perdagangan Sapi menurut AANZFTA

Perdagangan ekspor daging merah dan ternak hidup Australia untuk Asia Timur dan Selatan mengalami peningkatan dalam minggu terakhir, dengan ditandatanganinya perjanjian perdagangan baru AANZFTA. Perjanjian tersebut menetapkan bahwa pada tahun 2020 sebagian besar tarif bea masuk produk daging akan dikurangi. Sebagian besar tarif saat ini akan ditutup di level baru, sehingga akan mencegah kembalinya tarif proteksionisme di ASEAN. Tarif bea masuk yang saat ini sebesar 5% untuk daging sapi, daging domba segar, daging babi dan daging unggas di Indonesia akan segera dipangkas, sementara tarif untuk import hewan peliharaan akan dikunci menjadi nol persen. Juga 5% tarif saat ini untuk semua ternak hidup yang diekspor ke Indonesia akan dikurangi sampai 2.5% di tahun 2020, yang akan disambut baik oleh kalangan industri ternak Australia bagian utara.

Thailand akan mengurangi 5 % tarifnya untuk import sapi hidup pada tahun depan, sementara 50% tarif untuk daging akan dipotong pada tahun 2020. Sementara itu, 30% tarif untuk daging domba akan dihapus pada tahun 2013. Di Filipina, 10% tarif daging sapi akan diturunkan pada tahun 2012, sementara 3% tariff untuk hewan hidup dikurangi segera, dan 40% tarif untuk daging babi segar dipotong menjadi nol pada tahun 2020.



Implikasi Pada Peternak Sapi

Khusus untuk komoditas susu, Indonesia dihadapkan pada suatu dilema. Pada satu sisi bangsa kita membutuhkan susu sebagai sumber protein hewani, sementara saat ini konsumsi susu per kapita per tahun bangsa kita masih sangat rendah yakni sekitar 7-8 liter per kapita per tahun atau setara dengan 19 gram per hari atau 1/10 konsumsi susu di dunia (*Antara News*, 15 Mei 2010).

Pada sisi lain, usaha peternakan sapi perah rakyat yang menghasilkan susu, hanya memasok sekitar 20-25 persen kebutuhan susu nasional, sisanya dipenuhi oleh impor. Dengan kondisi seperti ini ketergantungan negeri kita terhadap pasokan susu dari luar sangat tinggi. Ketika ada guncangan harga di tingkat global akan merembet hingga ke tingkat petani-peternak.

Oleh karena itu perlu penguatan peternak terutama dalam menghadapi era perdagangan bebas sebagaimana yang sudah dicanangkan saat ini lewat penandatanganan dan pemberlakuan perdagangan bebas AANZFTA ini.

Sumber : Diolah dari berbagai sumber



PERKEMBANGAN HARGA BULANAN KOMODITI PERTANIAN

Komoditi	Unit	Rata-rata Tahunan			Rata-rata Bulanan				
		Jan-Des 2008	Jan-Des 2009	Jan-Jul 2010	Mei 2010	Jun 2010	Δ Jun thd Mei	Jul 2010	Δ Jul thd Jun
Tanaman Pangan									
Soybean meal	b/ \$/mt	424	408	356	348	338	-2,87	356	5,33
Soybean oil	b/ \$/mt	1.258	849	898	865	859	-0,69	907	5,59
Soybeans	b/ \$/mt	523	437	415	407	408	0,25	429	5,15
Barley	b/ \$/mt	200,5	128,3	146,8	143,0	145,9	2,03	156,4	7,15
Maize	b/ \$/mt	223,1	165,5	160,7	163,4	152,7	-6,51	163,8	7,21
Rice, Thailand, 5%	b/ \$/mt	650,2	555,0	486,6	451,3	440,0	-2,51	442,8	0,63
Rice, Thailand, 25%	- \$/mt	n.a.	458,1	432,1	396,7	392,0	-1,18	396,3	1,08
Rice, Thailand, 35%	- \$/mt	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	
Rice, Thai, A.1	- \$/mt	482,3	326,4	364,7	329,0	329,5	0,15	349,3	5,99
Sorghum	- \$/mt	207,8	151,1	147,2	147,3	131,0	-11,11	132,4	1,09
Wheat, Canada	- \$/mt	454,6	300,5	272,4	256,5	261,3	1,86	287,5	10,01
Wheat, US, HRW	b/ \$/mt	326,0	224,1	187,7	181,6	157,7	-13,18	195,8	24,19
Wheat, US SRW	- \$/mt	271,5	186,0	194,8	190,3	182,6	-4,05	222,3	21,72
Hortikultura									
Bananas EU	- \$/mt	1.188	1.145	1.013	999	1.037	3,76	959	-7,49
Bananas US	b/ \$/mt	844	847	845	799	962	20,38	985	2,41
Oranges	b/ \$/mt	1.107	909	1.083	1.055	1.201	13,90	1.302	8,42
Perkebunan									
Cocoa	b/ €/kg	257,7	288,9	324,9	317,8	323,1	1,65	322,2	-0,28
Coffee, Arabica	b/ €/kg	308,2	317,1	383,6	382,0	420,9	10,17	448,0	6,45
Coffee, robusta	b/ €/kg	232,1	164,4	160,5	155,7	169,6	8,94	188,0	10,86
Tea, auctions (3) average	b/ €/kg	242,0	272,4	281,0	279,9	286,1	2,23	286,4	0,11
Tea, Colombo auctions	b/ €/kg	278,9	313,7	322,6	321,9	300,1	-6,77	304,5	1,46
Tea, Kolkata auctions	b/ €/kg	225,5	251,5	261,8	284,8	334,8	17,55	319,9	-4,45
Tea, Mombasa auctions	b/ €/kg	221,8	252,0	258,6	233,0	223,5	-4,08	235,0	5,15
Coconut oil	b/ \$/mt	1.224	725	914	932	993	6,55	1.031	3,83
Copra	- \$/mt	816	480	609	624	651	4,36	689	5,84
Groundnut oil	b/ \$/mt	2.131	1.184	1.347	1.353	1.342	-0,81	1.300	-3,13
Palm oil	b/ \$/mt	949	683	810	811	798	-1,60	807	1,13
Palmkernel oil	- \$/mt	1.130	700	990	1.030	1.051	2,04	1.059	0,76
Sugar EU	b/ €/kg	69,69	52,44	44,27	42,10	40,91	-2,82	42,77	4,56
Sugar US	b/ €/kg	46,86	54,88	76,44	68,11	72,37	6,27	73,28	1,25
Sugar, world	b/ €/kg	28,21	40,00	42,68	33,51	35,01	4,47	38,49	9,95
Cotton A Index	b/ €/kg	157,4	138,2	188,5	198,6	205,1	3,30	185,5	-9,55
Cotton Memphis	- €/kg	161,3	145,3	191,0	199,1	202,7	1,80	n.a.	
Rubber RSS1, US	- €/kg	284,1	214,6	361,4	374,6	371,0	-0,94	349,7	-5,76
Rubber RSS3, SGP	b/ €/kg	258,6	192,1	343,1	366,8	356,6	-2,78	327,4	-8,18
Peternakan									
Meat, beef	b/ €/kg	313,8	263,6	327,2	347,8	319,7	-8,08	321,0	0,43
Meat, chicken	b/ €/kg	169,6	171,7	170,9	173,3	174,7	0,85	176,1	0,77
Meat, sheep	- €/kg	458,5	427,6	466,5	484,3	520,1	7,41	462,3	-11,11

Sumber: www.worldbank.org



HARGA GANDUM KEMUNGKINAN MENINGKAT SETELAH RUSIA MENGHENTIKAN EKSPOR

CHICAGO: Menurut Biro Federasi Pertanian Amerika (USDA) pada bulan Agustus 2010, harga gandum kemungkinan meningkat sebesar 12%, tertinggi selama 23 bulan sejak Rusia menghentikan ekspor biji-bijian sehingga mendorong permintaan untuk menimbun dari Amerika Serikat. Hal ini mungkin akan berpengaruh pada pasar selama beberapa bulan kedepan. Banyak orang berpikir Rusia akan memanfaatkan inventaris pemerintah untuk menjaga penjualan ekspor daripada harus menanggung resiko kehilangan pangsa pasarnya.

Produksi gandum Rusia – sebagai negara penanam terbesar ketiga - berkurang akibat kekeringan yang terburuk dalam 50 tahun terakhir. Pemerintah pada bulan Agustus 2010 mengumumkan penghentian pengiriman keluar mulai tanggal 15 Agustus sampai 31 Desember 2010. Menurut Valars Group sebagai pedagang/trader gandum terbesar di Rusia, Perusahaan membatalkan pengiriman hingga sebanyak 600.000 ton ke Mesir, pembeli terbesar di dunia, karena larangan itu.

Untuk pengiriman bulan Desember 2010 naik 59,75 sen atau 7,9%, ditutup pada US\$ 8,15 per bushel pada awal bulan Agustus di Chicago Board of Trade, setelah meningkat pada batas CBOT sebesar 60 sen menjadi US\$ 8,15; level tertinggi sejak bulan Agustus 2008. Pasar *futures* untuk bulan September naik pada batas harian menjadi US\$ 7,85. Harga mungkin akan melonjak sebesar US\$ 1 hingga beberapa minggu kemudian, menurut Biro Pertanian Amerika. Harga gandum pernah mencapai rekor US\$ 13,5 pada Februari 2008, kenaikan harga yang memicu krisis pangan dunia.

Menurut Cargill, sebuah Perusahaan Pertanian terbesar di Amerika Serikat, hambatan perdagangan hanya akan membuat persediaan lebih ketat. Akan tetapi produksi biji-bijian Amerika Serikat telah meningkat dan stok gandum dunia lebih tinggi daripada saat lonjakan harga yang terjadi pada tahun 2008. Pada saat ini, implementasi dari hambatan perdagangan merupakan hasil dari rendahnya panen dan

tingginya harga yang memperburuk masalah pasokan.

Departemen Pertanian Amerika Serikat melaporkan, ekspor Amerika Serikat, sebagai pengeksport terbesar di dunia, naik sebesar 35% pada sembilan bulan pertama tahun pemasaran 2010 menjadi 9,27 juta ton dari 6,87 juta ton di tahun 2009.

Menurut Biro Pertanian Amerika Serikat Peningkatan harga mungkin tidak akan setinggi seperti pada tahun 2008. Sementara USDA pada Juli 2010 meramalkan lonjakan persediaan sebesar 50% selama 25 tahun terakhir sejak tahun 2008, dan USDA menyatakan bahwa produksi biji-bijian termasuk gandum di Amerika Serikat akan lebih banyak dari yang diantisipasi, meningkatkan perkiraan sebesar 7,2% menjadi 60,3 juta ton. Persediaan domestik akan berjumlah 29,8 juta ton sampai bulan Mei 2010, 12% jika dibandingkan dengan periode yang sama di tahun 2009.

Biaya pangan mencapai rekor seperti pada tahun 2008 karena beberapa eksportir menahan pengapalan pada saat kekurangan stok. Sedangkan indeks harga pangan PBB sebesar 22% lebih rendah dari puncak yang pernah terjadi pada Juni 2008, taksirannya 13% lebih tinggi dari tahun lalu.

Menurut Biro Pertanian Amerika, tidak ada alasan untuk krisis pangan tahun ini, karena persediaan masih ada, Amerika Serikat juga akan menepati kontrak dengan tetap mengirim gandum pada masa kekurangan. Produksi gandum global akan turun sebanyak 4%, disebabkan kekeringan yang melanda Rusia hingga menurunkan produksi negara mereka sampai 21%.

Produksi biji-bijian dunia akan turun menjadi 651,7 juta ton pada tahun 2010 dari 679 juta ton pada tahun 2009, Menurut para peneliti pertanian negara bagian AS dan gabungan produksi 12 negara dari Serikat Rusia (termasuk Ukraina), akan turun sebesar 20% menjadi 92,6 juta ton di tahun 2010 dari 113,8 juta ton di tahun 2009. Namun penting bagi para buyer/pembeli untuk meningkatkan belanjanya. Sementara itu di Rusia membutuhkan lebih banyak gandum untuk mempertahankan dari naiknya biaya pangan dan hilangnya ternak dan unggas.

Menurut Perdana Menteri Rusia penghentian



ekspor “sangat tepat” untuk menahan harga domestik yang mencapai 19%, setelah kekeringan dan mencatat rekor terpanas di pusat Rusia dan sepanjang sungai Volga sehingga memaksa pemerintah Rusia mengumumkan keadaan darurat di 28 negara bagian penghasil tanaman biji-bijian (termasuk gandum). Rusia juga mengusulkan agar Kazakhstan dan Belarus yang juga mengalami hal yang sama - ikut dalam penghentian ekspor tersebut.

Menurut peneliti komoditi, akan ada permainan politik dibalik penghentian ekspor, setelah Perdana Menteri Rusia mengajak negara tetangga untuk ikut dalam larangan ekspor. Akan lebih masuk akal jika Rusia membeli gandum dari negara tetangga di bursa untuk menjaga hubungan baik dalam penjualan minyak mentah dan gas alam.

Sumber : <http://economictimes.indiatimes.com/>

MEMBIDIK PASAR KOPI CHINA MELALUI INDONESIA COFFEE FESTIVAL PADA AJANG WESC 2010

P dasarnya, penduduk China merupakan peminum teh, sementara peminum kopi baru mulai di kalangan anak muda. Hal ini terkait erat dengan perkembangan sejarah China masa lalu yang menganggap bahwa minuman kopi mengandung nuansa ‘kapitalis’ sehingga perkembangan kebiasaan minum kopi di China ketika itu sangat terbatas.

Dalam upaya meningkatkan peran kopi Indonesia di pasar kopi China dan memperhatikan kemampuan Indonesia dalam memproduksi aneka jenis kopi bermutu dan khas, serta mempertimbangkan persaingan yang semakin ketat dalam perdagangan kopi internasional, Asosiasi Eksportir Indonesia (AEKI), Asosiasi Kopi Spesial Indonesia (AKSI) dan para pengusaha yang tergabung dalam kedua asosiasi tersebut dan dengan dukungan dari Kementerian Pertanian RI, Kementerian Perdagangan, Kementerian Perindustrian, BKPM, dan stakeholder kopi lainnya di Indonesia berupaya mempromosikan kopi Indonesia di China dengan memanfaatkan momentum *World Expo Shanghai China 2010* yang sedang berlangsung saat ini di Shanghai, China.

Partisipasi stakeholder kopi Indonesia pada ajang WESC tersebut dilakukan dalam bentuk kegiatan *Indonesia Coffee Festival* yang digagas oleh Kementerian Pertanian RI. Festival Kopi tersebut mengangkat tema: ***Indonesia is the World's Sources of Various Specialty Coffee.***

World Expo Shanghai China 2010

Tema yang diambil pada *World Expo 2010* adalah “***Better City – Better Life***”, sebagai gambaran kebijakan umum umat manusia yang menginginkan kehidupan perkotaan menjadi lebih baik di masa depan.

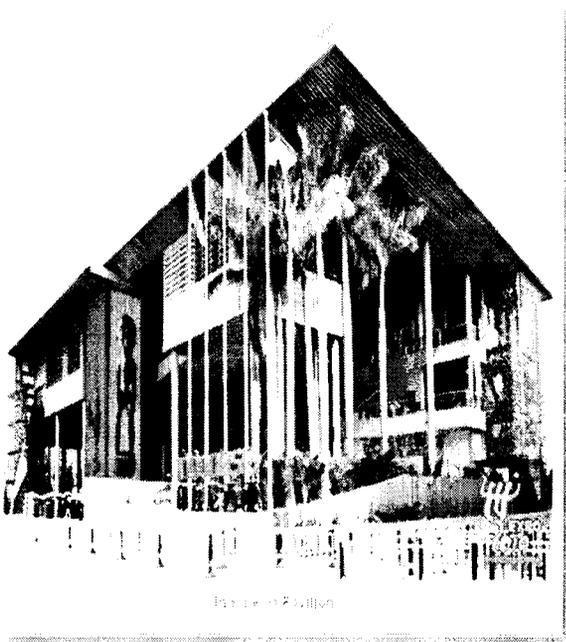
Acara yang akan dilaksanakan selama 183 hari dari tanggal 1 Mei - 31 Oktober 2010 ini menempati area seluas 5,28 km² yang 3,28 km² diantaranya adalah area Expo tertutup. Lokasi expo terletak di antara kedua tepi sungai Huangpu yang membelah Kota Shanghai – China.



World Expo ini diikuti oleh 192 negara dan 50 lembaga internasional serta lebih dari 25 sponsor, serta kemitraan dan kerjasama dengan komunitas sosial dan budaya. *World Expo* ini diharapkan akan dikunjungi oleh 100 kepala Negara dan akan menarik sampai 100 juta pengunjung yang akan menjadi jumlah terbanyak dalam sejarah pameran tingkat dunia.

WESC 2010 dikunjungi sekitar 500 ribu pengunjung tiap hari. jumlah pengunjung WESC sejak expo dibuka hingga tanggal 18 Juli 2010 (hari terakhir *Indonesia Coffee Festival*) telah mencapai 29.533.400 orang. Reputasi WESC 2010 yang spektakuler menjadikan WESC 2010 sangat layak untuk dikunjungi.

Paviliun Indonesia



Paviliun Indonesia terletak di *Zona B World Expo* Shanghai China, bertetangga dengan Pavilion Brunai Darussalam, Malaysia dan Kamboja. Pavilion Indonesia berada di atas lahan seluas 4.000 m² dengan luas bangunan 2.400 m², dan merupakan paviliun terluas dari Asia Tenggara serta tampil dengan dekorasi paviliun yang unik, cukup luas, dan megah.

Tampilan Paviliun Indonesia lebih menonjolkan keragaman dan kekayaan Indonesia dengan keharmonisan masyarakatnya yang hidup berdasarkan warisan kebudayaan, dan pada

saat yang sama bangsa Indonesia bergerak maju dengan hidup dalam demokrasi dan modernisasi. Hal ini tercermin melalui bentuk arsitektur paviliun yang menampilkan keterbukaan dan perjalanan sejarah bangsa. Untuk itu, tema Paviliun Indonesia adalah Indonesia *Is Bio-diverse City*.

Pengunjung Paviliun Indonesia berkisar minimal 50 ribu orang per hari dan pada hari terakhir *Indonesia Coffee Festival* tanggal 18 Juli 2010, pengunjung Paviliun Indonesia tercatat 61.500 orang.

Dengan tampilan paviliun Indonesia yang menawan, keberadaan promosi kopi spesial Indonesia yang kaya akan taste yang khas dan berasal dari berbagai wilayah di Indonesia yang diusung dalam kegiatan *Indonesia Coffee Festival* tentunya menjadi lebih menyemarakkan suasana, lebih melengkapi dan lebih menguatkan kenyataan bahwa *Indonesia Is Biodiverse City* yang menjadi tema paviliun Indonesia dalam *World Expo 2010* ini.

Sekilas Tentang Kopi China

Dalam bahasa China, coffee ditulis 咖啡 (dibaca: *ka fei*).

Di China, kebun kopi robusta dapat dijumpai di Provinsi Fujian di Pulau Hainan dan kebun kopi arabika di Provinsi Yunnan. Sejak akhir tahun 1800-an, tanaman kopi telah ditanam di lahan yang tidak terlalu luas di Yunnan. Setelah pergantian pimpinan di China yang menganggap kopi sebagai minuman yang berbau kapitalis, kondisi perkopian sempat meredup di tahun 1949. Tahun 1960-an semangat menanam kopi bangkit kembali dan seterusnya hingga saat ini kondisi kopi di China telah pulih, setelah pemerintah China dan PBB beserta perusahaan kopi multinasional bersama-sama membangkitkan kembali kondisi kopi di China. Tingginya pajak impor kopi dan bertambahnya konsumen baru menyebabkan para penyangrai kopi (*roasters*) berupaya menggunakan biji kopi yang diproduksi di China sendiri.

Di Provinsi Yunnan, kopi arabika ditanam di daerah Dehong, BaoShan dan Ruili yang umumnya terletak di Sebelah Barat Yunnan, berbatasan dengan wilayah Myanmar. Ketinggian lahan di daerah-daerah tsb berkisar antara 900 sampai 1.600 m dpl. Kebun kopi di wilayah itu

dikelola oleh petani kecil sampai dengan perkebunan besar (mengelola lahan seluas lebih dari 2.000 hektar).

Total ekspor kopi dunia ke pasar kopi di China terus meningkat dari tahun 2005 yakni dari 16.311 ton menjadi 21.920 ton di tahun 2009. Vietnam menjadi negara asal utama kopi ke China. Mengingat lokasinya yang berbatasan dengan China, peranan kopi Vietnam terus meningkat dari tahun ke tahun, dan Indonesia yang merupakan pesaing utamanya, tertinggal jauh dengan peran yang tidak stabil.

Indonesia Coffee Festival

Acara festival kopi Indonesia yang digagas oleh Kementerian Pertanian di ajang WESC ini bertujuan untuk meningkatkan citra Indonesia sebagai penghasil kopi spesial (*Specialty Coffee*) dengan mengangkat tema: **Indonesia is the World's Sources of Various Specialty Coffee** yang menunjukkan bahwa Indonesia memiliki keragaman cita rasa kopi yang unik dari masing-masing wilayah seperti: Aceh Gayo Coffee, Sumatera Mandheling Coffee, Java Coffee, Toraja Coffee, Flores Coffee, Bali Kintamani Coffee, Papua Coffee, dan lain-lain. Disamping itu Festival ini juga menampilkan Kopi Luwak, yang sudah mulai dikenal di masyarakat penggemar kopi di China.

Indonesia Coffee Festival dilaksanakan dalam berbagai bentuk acara, yaitu **product display, press conference, business dinner reception, dan one on one meeting**. *Display produk* dilaksanakan dari tanggal 14 sampai 18 Juli 2010 di area Koridor I Paviliun Indonesia dengan menampilkan kopi dalam bentuk *green bean, roasted bean* dan kopi yang telah siap seduh, dari berbagai jenis Arabica Coffee seperti Aceh Gayo, Sumatera Mandailing, Toraja Kalossi, Flores Bajawa, Baliem Papua, Java Jampit; dan Robusta Coffee dari berbagai daerah seperti Lampung, Sumatera Selatan, Bengkulu dll. Selain itu, ditampilkan pula *banner* dan *leaflet* baik dalam bahasa Inggris maupun dalam bahasa Mandarin, buku informasi mengenai peluang investasi pertanian di berbagai daerah di Indonesia dengan judul *Agricultural Investment Opportunities*. Selain itu, disediakan pula kopi bubuk untuk dibagikan secara gratis dan pin dengan gambar bendera Indonesia dan bendera

China dengan latar belakang gambar biji kopi yang telah *diroasted*.

Kegiatan *Press Conference* oleh Wakil Menteri Pertanian RI didampingi oleh Ketua Umum AEKI, Ketua Kompartemen *Specialty Coffee*, dilaksanakan pada tanggal 14 Juli 2010 di area Rumah Kopi. *Press Conference* menghadirkan wartawan dari 4 (empat) media yaitu: F & B World, Target Magazine, Shanghai Business Newspaper, dan Metro Newspaper, serta liputan langsung dari Radio Pass FM Jakarta. Pada kesempatan *Press Conference*, Wakil Menteri Pertanian mengungkapkan kepada pihak media China khususnya Shanghai bahwa Indonesia memiliki keragaman cita rasa kopi, dan dari 10 jenis *specialty coffee* dunia 4 (empat) diantaranya berasal dari Indonesia. Diungkapkan pula bahwa Indonesia mempunyai peluang pasar yang cukup besar untuk kopi dari Indonesia mengingat minum kopi sudah mulai menjadi *life style* di kalangan muda China, yang populasinya sekitar 350 juta orang.

Salah satu rangkaian acara *Indonesia Coffee Festival* adalah *Business dinner* yang dilaksanakan di Bali Bistro Restaurant, Shanghai pada tanggal 14 Juli 2010 dengan mengundang 70 orang yang terdiri dari semua anggota delegasi dari Indonesia.

Kegiatan *One on one meeting* dilakukan oleh masing-masing pelaku usaha untuk bertemu dengan masing-masing mitra bisnisnya dan tidak ditetapkan secara khusus dalam satu waktu dan satu tempat melainkan diserahkan masing-masing kepada pelaku usaha. Untuk itu, beberapa pelaku usaha melakukan pertemuan di paviliun Indonesia dan beberapa lainnya langsung mendatangi mitranya di sekitar Shanghai.

Meskipun pengunjung Expo kebanyakan dari kalangan masyarakat umum, namun pengunjung Paviliun Indonesia yang sudah melebihi angka 3,5 juta orang dan kebanyakan sebagai generasi muda sangat potensial sebagai sasaran promosi kopi Indonesia. *Display* kopi Indonesia selama kegiatan Indonesia Coffee Festival sangat ramai dikunjungi. Walaupun beberapa masyarakat China belum mengetahui apa itu kopi (sejenis makanan atau minuman?), namun secara umum peserta Indonesia Coffee Festival cukup puas dengan respon pengunjung yang sangat antusias terhadap apa yang dipamerkan. Keramaian suasana semakin meriah saat dilakukan aksi



pembagian kopi bubuk dan penyematan pin secara gratis kepada pengunjung dan bahkan beberapa pengunjung berani membeli kopi yang di *display* terutama dari jenis kopi bubuk yang sudah dikemas.

Secara pasti, terdapat satu pelaku usaha yang mendapatkan order pengiriman 2 kontainer kopi dalam bentuk bean pada bulan Agustus, beberapa pengusaha akan melakukan pembicaraan lebih lanjut terhadap pembicaraan awal mereka dengan mitra bisnisnya di Shanghai dan beberapa pengusaha berusaha mempelajari tentang kebiasaan minum kopi di kalangan masyarakat China dengan cara mengunjungi beberapa kafe kopi di kota Shanghai.

PERATURAN EKSPOR SALAK KE CHINA

Prosedur ekspor salak dari Indonesia ke China didasarkan pada kesepakatan *Protocol of Plant Quarantine Requirements for the Export of Salacca Fruit from Indonesia to China between the General Administration of Quality Supervision, Inspection and Quarantine (AQSIQ) People Republic of China and Ministry of Agriculture of Indonesia* yang ditandatangani pada tanggal 18 September 2008 di Jakarta.

Salak yang diekspor ke China harus memenuhi standar dan peraturan karantina tumbuhan China, standard keamanan dan sanitasi serta bebas dari hama-hama seperti *Bactrocera carambolae* Drew & Hancock; *Bactrocera papayae* Drew & Hancock; *Dysmicoccus brevipes* (Cockerell); *Marasmius palmivorus* Sharples. Selain itu salak juga harus berasal dari kebun dan *packing-house/gudang* yang telah diregistrasi oleh Kementerian Pertanian Indonesia dan dievaluasi serta disahkan oleh AQSIQ China.

Eksportir yang berminat mengekspor buah salak ke China terlebih dahulu datang meminta panduan tata cara ekspor salak ke Direktorat Pemasaran Internasional, Direktorat Jenderal Pengolahan dan Pemasaran Hasil Pertanian (Ditjen PPHP), dan Direktorat Budidaya Tanaman Buah, Dirjen Hortikultura, Kementerian Pertanian (Kemtan) untuk memperoleh arahan dalam melakukan registrasi kebun. Registrasi kebun dilaksanakan oleh Dinas Pertanian Provinsi. Direktorat Budidaya Tanaman Buah membantu mengkoordinasikan penyiapan kebun yang diregistrasi. Eksportir kemudian datang ke Direktorat Mutu dan Standardisasi, Ditjen PPHP, Kemtan untuk menyiapkan *packinghouse* dan mendapatkan nomor registrasi *packinghouse*. Sebagai salah satu persyaratan mendapatkan registrasi *packinghouse* adalah eksportir harus sudah bermitra dengan kelompok tani yang kebunnya sudah teregistrasi. Direktorat Budidaya Tanaman Buah, Ditjen Hortikultura akan segera memberitahu ke Pusat Karantina Tumbuhan, Badan Karantina Pertanian (BKP) apabila proses registrasi kebun telah selesai dilakukan oleh Dinas Pertanian Provinsi. Direktorat Mutu dan Standardisasi, Ditjen PPHP akan memberitahu ke Pusat Karantina Tumbuhan, BKP terkait aspek proses registrasi *packinghouse* yg telah selesai dilaksanakan. Pusat Karantina Tumbuhan, BKP akan melakukan notifikasi ke Pemerintah China



setelah kelengkapan persyaratan registrasi dipenuhi (registrasi kebun dan registrasi *packinghouse*). Setelah notifikasi yang diajukan Pusat Karantina Tumbuhan, BKP tersebut disetujui oleh pihak Pemerintah China maka kegiatan ekspor baru bisa dilakukan.

Kebun salak yang dipergunakan untuk ekspor ke China harus menerapkan cara bertanam yang baik atau menerapkan *metode Good Agriculture Practice (GAP)* dan *Standard Operational Procedure (SOP)*. Kebun juga harus mengimplementasikan Pengendalian Hama Terpadu (PHT)/Integrated Pest Management (IPM) untuk menghindari dan mengendalikan hama yang telah disyaratkan oleh AQSIQ. Kebun juga harus menggunakan bahan-bahan kimia untuk tanaman yang sesuai dan melakukan analisis pestisida secara berkala sesuai peraturan dan standar keamanan dan higienitas China. Proses penerapan GAP, SOP dan PHT dilakukan dibawah bimbingan Dinas Pertanian Kabupaten/Kota. Setelah proses selesai maka dimintakan nomor registrasi kebun ke Dinas Pertanian Provinsi. Dinas Pertanian Provinsi mengirimkan nomor registrasi kebun ke Direktorat Jenderal Hortikultura, Kemtan.

Jauh hari sebelum eksportir hendak melaksanakan ekspor salak ke China, mereka terlebih dahulu harus menjalin kemitraan/MoU dengan petani/kelompok tani yang kebunnya telah diregistrasi. Eksportir juga harus mendaftarkan gudang/*packinghouse*-nya ke Direktorat Mutu dan Standardisasi yang kemudian akan melakukan penilaian, proses registrasi dan pengeluaran nomor registrasi gudang/*packinghouse*, yang selanjutnya akan memberitahu kepada Badan Karantina Pertanian mengenai data-data beserta nomor registrasi gudang.

Proses pengemasan, penyimpanan dan pengiriman salak untuk diekspor ke China harus dilakukan di bawah supervisi Badan Karantina Pertanian. Sebelum dikemas, salak harus diseleksi, disortasi dan diproses untuk menjamin bahwa salak bebas dari serangga, tungau, rumput liar, busuk buah, akar dan tanah. Salak yang diekspor ke China harus dikemas dan disimpan secara terpisah dari buah-buahan lain yang tidak diekspor ke China untuk menghindari penularan hama dan penyakit. Setiap box harus mencantumkan pula kata-kata dalam bahasa China yang terpampang secara jelas (*for the*

People's Republic of China). Salak yang diekspor ke China harus dikemas dalam kemasan yang baru dan bersih yang sesuai dengan persyaratan *Phytosanitary* dan standar keamanan dan *higinitas* China. Departemen Pertanian akan melakukan inspeksi karantina untuk setiap pengiriman buah ke China dengan sampel 2 %. Jika ditemukan hama yang dilarang seperti tertera diatas maka pengiriman salak akan dilarang diekspor ke China. Setelah yakin pengiriman tersebut memenuhi persyaratan yang relevan oleh petugas inspeksi maka Kementerian Pertanian akan mengeluarkan *Phytosanitary Certificate (PC)* untuk setiap pengiriman. Pernyataan berikut bisa menjadi informasi tambahan: "*The consignment is in compliance with requirements described in the Protocol of Inspection and Quarantine Requirements for the Salacca Fruit from Indonesia to china, and is free from the quarantine pests of concern to China*". Kementerian Pertanian akan menyediakan sampel dari PC untuk konfirmasi dan pencatatan kepada AQSIQ.

Ketika pengiriman datang di pelabuhan tujuan, pihak karantina China akan memeriksa sertifikat, label dan melakukan inspeksi karantina. Jika ditemukan salak berasal dari kebun dan gudang (*packinghouse*) yang tidak teregistrasi maka pengiriman tidak akan diizinkan masuk ke China. Jika ditemukan hama *Bactrocera carambolae* dan *Bactrocera papaya*, maka pengiriman akan dikembalikan atau dihancurkan, dan impor salak untuk sementara ditangguhkan. Jika hama lain ditemukan maka pengiriman tersebut akan ditreatment, dikembalikan atau dihancurkan.

Berdasarkan situasi tersebut maka impor dari kebun dan gudang (*packinghouse*) tersebut akan ditangguhkan. AQSIQ dan Kementerian Pertanian akan melakukan investigasi sesegera mungkin untuk mencari penyebabnya. Jika situasi ini serius maka impor salak dari Indonesia akan ditangguhkan untuk sementara waktu. Jika ditemukan pengiriman yang tidak memenuhi dengan standar keamanan dan *higinitas* maka pengiriman salak akan dikembalikan atau dihancurkan. AQSIQ kemudian mulai menerapkan mekanisme *early warning* dan menotifikasikannya ke Kementerian Pertanian Indonesia sesegera mungkin. Jika pengiriman yang tidak sesuai standar tersebut masih berlanjut maka setiap pengiriman akan ditahan sementara hingga hasil analisis laboratorium selesai, bahkan jika hal tersebut terus berlanjut maka impor salak



dari Indonesia ditangguhkan untuk sementara waktu.



(Subdit Pembinaan dan Pemantauan Pasar)

PELATIHAN EKSPOR BAGI UKM DAN GAPOKTAN

Pelatihan diadakan pada tanggal 21-22 Juni 2010 di Hotel Ria Diani, puncak-Bogor. Adapun tujuan dari acara dimaksud adalah untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan para pengelola UKM dan gapoktan dalam bidang ekspor komoditi pertanian. Disamping untuk mendorong para gapoktan yang selama ini hanya berperan sebagai penyuplai komoditi bagi para eksportir untuk siap dan berani menjadi eksportir langsung di masa yang akan datang.

Peserta pelatihan terdiri dari 20 gapoktan dari berbagai daerah di propinsi Jawa Barat dan Jawa Tengah. Pada umumnya mereka bergerak dalam bidang usaha tani untuk komoditi sayuran, buah (mangga dan salak), rempah-rempah (kunyit, kencur, kumis kucing), minyak nilam, ubi cilembu, minyak akar wangi, gula kelapa, dan tanaman hias. Mereka merupakan mitra eksportir yang telah lama berkecimpung di tingkat *on-farm* sebagai penyuplai komoditi pertanian bagi para eksportir.

Materi yang disampaikan pada pelatihan ini, mulai dari persiapan ekspor dan perencanaan usaha; prosedur ekspor; transportasi dan logistik ekspor; teknik negosiasi dan kontrak dagang; pembiayaan ekspor untuk produk pertanian; peluang pasar ekspor komoditi pertanian di beberapa negara tujuan ekspor; sampai prosedur ekspor produk pertanian ke Singapura, China, Korea Selatan, Jepang, Eropa, dan Timur Tengah; serta ditutup dengan pengalaman ekspor sayuran buah segar dari pemilik PT. Alamanda Sejati Utama. Bertindak selaku nara sumber adalah mereka yang kompeten untuk bidangnya masing-masing dalam penanganan ekspor, yakni dari Kementerian Perdagangan khususnya Direktorat Fasilitas Ekspor dan Impor, Ditjen Perdagangan Luar Negeri, dan Pusat Pengembangan Pasar Wilayah Afrika dan Timur Tengah, Badan Pengembangan Ekspor Nasional; Praktisi/Eksportir dari PT. Alamanda Sejati Utama; Praktisi transportasi dan logistik ekspor dari PT. Sahabat Utama Indonesia; serta praktisi perbankan dari ABFI Institute Perbanas.

Dalam diskusi ditemui masih banyaknya hambatan yang dihadapi para gapoktan untuk dapat melakukan ekspor secara langsung,

diantaranya mulai dari izin usaha yang terdiri atas SIUP (Surat Izin Usaha Perdagangan), TDP (Tanda Daftar Perusahaan); kurangnya informasi mengenai akses pasar di negara tujuan ekspor beserta syarat-syarat yang harus dipenuhi; serta permodalan yang masih sangat lemah. Pelatihan ini memang tidak bertujuan untuk merubah para gapoktan menjadi pemain langsung dalam melakukan ekspor secara instan, tetapi lebih menekankan untuk meningkatkan pengetahuan para gapoktan dalam kegiatan rantai tata niaga ekspor suatu komoditi pertanian, sehingga mereka memiliki posisi tawar yang lebih tinggi dihadapan eksportir, yang pada akhirnya dapat meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan para petani sebagai penyedia komoditi untuk tujuan ekspor.



ITALIA BERLAKUKAN LABEL HALAL

Kebutuhan akan produk halal terus meningkat, berkembang, dan mengglobal. Hal itu terbukti dengan ditandatanganinya proyek "Halal Italia" di negara yang mayoritas penduduknya non-muslim tersebut. Kini kebutuhan akan halal bukan hanya terbatas bagi kaum muslim di negara-negara dengan penduduk mayoritas muslim saja, melainkan juga bagi umat muslim seluruh dunia.

Dalam perkembangan terbaru, tiga kementerian Italia yaitu Kementerian Luar Negeri, Kementerian Kesehatan, serta Kementerian Pertanian, Pangan dan Kehutanan menandatangani kesepakatan proyek "Halal Italia" dimana proyek ini berfungsi untuk menerapkan kebijakan label halal pada produk buatan Italia, antara lain produk makanan, kosmetik, dan farmasi. Tiga kementerian ini akan menggandeng Organisasi Komunitas Muslim Italia, COREIS dalam proyek percontohan yang akan dilaksanakan oleh Kamar Dagang Industri Milan.

Kerjasama tersebut nantinya akan membentuk sebuah lembaga internal, dimana lembaga tersebut akan diberi kewenangan untuk memberikan sertifikasi halal pada barang-barang produk Italia yang juga sejalan dengan undang-undang kesehatan yang berlaku di Italia dan Eropa.

Konvensi "Halal Italia" ini disepakati sebagai bentuk komitmen pemerintah Italia untuk menginternasionalkan sistem produksi di negaranya, hal ini juga merupakan dampak dari makin meningkatnya minat para pengusaha Italia untuk melebarkan usahanya ke dunia Islam. Perputaran uang di bisnis produk halal mencapai 500 miliar Euro di seluruh dunia, 54 miliar Euro di Eropa saja dan 5 miliar Euro di Italia dan melibatkan 120.000 perusahaan milik muslim.

(diolah dari berbagai sumber)

Pemerintah (Kementerian Perdagangan) Indonesia menargetkan komposisi nilai ekspor nonmigas ke lima negara utama tujuan ekspor Indonesia pada 2014 bisa turun menjadi 43% dari total nilai ekspor.

Lima negara tujuan ekspor Indonesia saat ini terdiri atas Jepang, Amerika Serikat, China, Singapura dan Malaysia.

Sangat penting [diversifikasi negara tujuan ekspor], karena mempengaruhi perekonomian. Negara yang hanya mengandalkan ekspor ke AS seperti Singapura dan Malaysia, maka pada saat krisis 2008 lalu, kinerja ekspornya sangat terganggu.

Bagi negara-negara yang memiliki struktur produk domestik bruto (PDB) dengan komponen terbesar disumbang dari ekspor, maka akan sangat terganggu perekonomiannya jika kinerja ekspor terganggu.

Komponen ekspor Indonesia hanya sekitar 30% dari total struktur PDB, sedangkan terbesar ditopang dari konsumsi dalam negeri dan belanja pemerintah.



SYRIA: CALON PASAR BARU BAGI TANAMAN HIAS INDONESIA

Pada tanggal 23 Juni - 3 Juli 2010, Indonesia diwakili Kementerian Pertanian telah berpartisipasi pada **"The 37th INTERNATIONAL FLOWER FAIR 2010"** yang bertempat di Tishreen Park Damaskus – Syria. Pameran tersebut merupakan Pameran Internasional Hortikultura khususnya bunga dan tanaman hias yang diselenggarakan setiap tahun oleh Kementerian Pariwisata Syria.

Paviliun Indonesia mengambil tema **"INDONESIA IS LAND OF TROPICAL PLANTS"**. Sejalan dengan itu, Paviliun Indonesia dirancang dekoratif dengan menampilkan berbagai jenis tanaman hias, daun potong, bunga potong unggulan ekspor, poster, banner, dan sarana promosi lainnya yang menunjang keindahan dan kelengkapan sarana informasi Paviliun Indonesia.

Umumnya peserta berasal dari negara-negara di wilayah Timur Tengah dan Indonesia merupakan satu-satunya peserta dari Asia. Total jumlah peserta pameran adalah 140 booth termasuk 7 booth negara asing (Irak, Iran, Jordania, Libanon, Sudan, Turki dan Indonesia). Produk-produk yang dipamerkan terdiri dari taman/landscaping (*out door* dan *indoor*), sarana pertamanan, produk herbal dan madu, buku-buku pertanian, dan etnik.

Pada kesempatan pameran tersebut, booth Indonesia banyak mendapatkan kunjungan tamu baik dari pihak Pemerintah Syria, peserta negara lain, wartawan TV dan cetak, maupun masyarakat umum Kota Damascus. Selain itu, dalam suatu forum diskusi yang berlangsung pada tanggal 26 Juni 2010 delegasi Indonesia diminta untuk mempresentasikan tentang kapasitas dan peluang ekspor Hortikultura Indonesia khususnya tanaman hias. Forum diskusi tersebut diselenggarakan oleh Ketua Asosiasi Tanaman Hias Damaskus dan dihadiri oleh para pelaku usaha lokal maupun peserta pameran dari negara-negara lain serta para praktisi tanaman hias dan dinas pertamanan setempat. Sedangkan pada tanggal 1 Juli 2010 dengan difasilitasi oleh KBRI, delegasi Indonesia berkesempatan melakukan pertemuan dengan KADIN Syria yang dihadiri oleh Ketua dan

Pengurus lainnya dari Komisi Pertanian KADIN Syria, Asosiasi Eksportir Hasil Pertanian Syria, dan Pejabat KBRI.

Sebagaimana diketahui bahwa 80 % wilayah Negara Syria terdiri dari gurun, maka sesungguhnya tanaman merupakan suatu yang langka di Syria. Setiap jenis tanaman di sana dapat berfungsi sebagai tanaman hias, termasuk tumbuhan Putri Malu yang memiliki harga US \$ 2 – 3 per pohon, dimana jenis tanaman ini termasuk tanaman liar di Indonesia. Oleh karena itu, tidak heran apabila semua tanaman di paviliun Indonesia ingin dibeli oleh pengunjung.

Berdasarkan hasil kunjungan ke beberapa nursery di Syria tampak bahwa rata-rata jenis tanaman yang diperdagangkan di Syria hampir sama dengan jenis tanaman hias yang ada di Indonesia, namun jenis tanamannya di Indonesia lebih beragam dan lebih banyak jumlahnya.

Setelah beberapa kali pertemuan dengan pengusaha Syria, masing-masing pelaku usaha Indonesia mendapatkan calon pembeli yang serius, bahkan beberapa pelaku usaha telah sepakat untuk melakukan kontak dagang lebih lanjut dan merencanakan kunjungan ke Indonesia untuk memastikan kapasitas yang tersedia serta jenis dan jumlah yang akan disepakati dalam suatu kontrak dagang /ekspor.

Dari hasil pertemuan dengan KADIN Syria, di samping tanaman hias dan daun/bunga potong, importir Syria juga mengharapkan agar Indonesia juga dapat mengimpor komoditi pertanian lainnya terutama teh, kopi dan coklat. Sementara itu, KADIN Syria mengharapkan Indonesia dapat mengimpor buah-buahan dari Syria seperti anggur, chery dan buah zaitun.

Kerja keras para anggota delegasi Indonesia dalam menata paviliun walaupun hanya berupa indoor membuahkan hasil dengan meraih penghargaan stand terbaik ketiga. Terbaik I dan II diraih oleh Lebanon dan Turki yang masing-masing menampilkan *landscaping/taman (outdoor)*.

