



KEMENTERIAN PERDAGANGAN
REPUBLIK INDONESIA

DJPEN/MJL/002/06/2011 Edisi Juni

WARTA EKSPOR



KAMPANYE NEGATIF KELAPA SAWIT INDONESIA

Potensi Kelapa Sawit Indonesia

Kiat-Kiat Menghadapi Kampanye Negatif Kelapa Sawit

Semenjak Indonesia menjadi produsen utama kelapa sawit (CPO) dunia di tahun 2006 yang lalu, permintaan produk olahan kelapa sawit Indonesia terus meningkat.

Menanggapi permintaan pasar CPO yang sangat besar memunculkan kampanye negatif yang menuduh bahwa kelapa sawit adalah biang keladi terjadinya perubahan iklim, terlalu banyak mulai merusak lingkungan, menyerap banyak air, merusak hutan, penyebab pemanasan global dan juga merusak lahan gambut serta minyak yang mengandung lemak.

Oleh karenanya, sangatlah tepat pemerintah terus menerus berkampanye untuk menekan isu tersebut, antara menyampaikan informasi dan mengkomunikasikan kebijakan serta upaya mengembangkan industri kelapa sawit nasional dengan memperhatikan prinsip keberlanjutan (*sustainability*) dan ramah lingkungan. Informasi lainnya adalah seputar kiat-kiat menangkali isu negatif kelapa sawit, China terpengaruh oleh kampanye negatif dan seputar sukses PT. SMART, salah satu pelaku bisnis handal dibidang industri kelapa sawit nasional.

Akhir kata, semoga informasi yang kami berikan dalam Warta Ekspor kali ini terus memberikan inspirasi penting tentang manfaat positif CPO khususnya bagi perekonomian Indonesia.

Direktorat Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional
Kementerian Perdagangan RI

Hesti Indah Kresnarini



EDITORIAL 2

TAJUK UTAMA 3

Potensi Kelapa Sawit Indonesia

Luas areal perkebunan sawit di Indonesia terus bertumbuh dengan pesat, demikian pula produksi dan ekspor minyak sawitnya. Luas areal tanaman kelapa sawit meningkat dari 290 ribu Ha pada tahun 1980 menjadi 5.9 juta hektar pada tahun 2006 atau meningkat 20 kali lipat.

Kiat-Kiat Menghadapi Kampanye Negatif Kelapa Sawit 7

China Belum Terpengaruh Kampanye Negatif Kelapa Sawit 10

KISAH SUKSES 14

PT. Musim Mas

Tidak sia-sia apa yang telah dilakukan, tahun 2010 adalah merupakan tahun prestasi PT. Musim Mas, dimana perusahaan ini mendapatkan penghargaan Primaniyarta dari Kementerian Perdagangan.

KEGIATAN DJTJEN PEN 17

SEKILAS INFO LUAR NEGERI 18

DAFTAR IMPORTIR 19

STT: Ditjen PEN/MJL/54A/VI/2011; **Pelindung/Penasehat:** Hesti Indah Kresnarini **Pimpinan Umum:** Indrasari Wisnu Wardhana **Pemimpin Redaksi:** Sri Maryani, **Redaktur Pelaksana:** Sugiarti, **Penulis:** Suprayogo
Alamat: Gedung Utama Kementerian Perdagangan Republik Indonesia, Lt.3, Jl MI Ridwan Rais no.5, Jakarta 10110;
Telp. 021-3858171 Ext. 37302, **Fax.** 021-23528652 **E-mail:** p2ie@kemendag.go.id; **website:** www.nafed.go.id

POTENSI KELAPA SAWIT INDONESIA



Luas Areal perkebunan sawit di Indonesia terus bertumbuh dengan pesat, demikian pula produksi dan ekspor minyak sawitnya. Luas areal tanaman kelapa sawit meningkat dari 290 ribu Ha pada tahun 1980 menjadi 5.9 juta ha pada tahun 2006 atau meningkat 20 kali lipat. Dalam kurun waktu yang sama, produksinya berupa CPO (minyak kelapa sawit mentah) dan CPKO (minyak inti sawit mentah), meningkat 17 kali lipat dari 0,85 juta ton menjadi 14,4 juta ton. Indonesia saat ini produsen minyak sawit (CPO) kedua terbesar dan diprediksikan tahun 2010 (bahkan pemerintah menargetkan tahun 2008) nomor satu di dunia,

melampaui Malaysia. Pangsa produksi minyak sawit Indonesia saat ini kurang lebih sebesar 36 persen dari total produksi dunia, sedangkan Malaysia telah mencapai kontribusi sebesar 47 persen. Sehingga secara bersama-sama, Indonesia dan Malaysia praktis menguasai 83 persen produksi dunia.

Prospek pasar minyak sawit diprediksikan masih akan sangat cerah, antara lain karena masih tingginya permintaan dunia. Konsumsi dunia rata-rata tumbuh 8 persen per tahun, bahkan beberapa tahun terakhir, jauh di atas kemampuan produksi sehingga harga dipastikan akan terus meningkat.

Berbeda dengan Malaysia, peluang Indonesia untuk menggenjot produksi masih sangat besar, terutama dengan ketersediaan lahan, kesesuaian iklim, ketersediaan tenaga kerja relatif murah yang melimpah, serta biaya pembangunan dan perawatan per hektar yang juga lebih murah.

SEJARAH KELAPA SAWIT DI INDONESIA

Kelapa sawit (*Elaeis*) termasuk golongan tumbuhan palma. Sawit menjadi populer setelah Revolusi Industri pada akhir abad ke-19 yang menyebabkan permintaan minyak nabati untuk bahan pangan dan industri sabun menjadi tinggi. Pohon Kelapa Sawit terdiri dari pada dua spesies *Arecaceae* atau famili palma yang digunakan untuk pertanian komersil dalam pengeluaran minyak kelapa sawit. Pohon kelapa sawit Afrika, *Elaeis Guineensis*, berasal dari Afrika Barat di antara Angola dan Gambia, manakala Pohon kelapa sawit Amerika, *Elaeis oleifera*, berasal dari Amerika Tengah dan Amerika Selatan. Kelapa sawit termasuk tumbuhan pohon. Tingginya dapat mencapai 24 meter. Bunga dan buahnya berupa tandan, serta bercabang banyak. Buahnya kecil dan apabila masak, berwarna merah kehitaman. Daging buahnya padat.

Daging dan kulit buahnya mengandung minyak. Minyaknya digunakan sebagai bahan minyak goreng, sabun, dan lilin. Ampasnya dimanfaatkan untuk makanan ternak, khususnya sebagai salah satu bahan pembuatan makanan ayam. Tempurungnya digunakan sebagai bahan bakar dan arang.

Kelapa sawit di Indonesia di introduksi pertama kali oleh Kebun Raya pada tahun 1884 dari Mauritius (Afrika). Saat itu Johannes Elyas Teysmann yang menjabat sebagai Direktur Kebun Raya. Hasil introduksi ini berkembang dan merupakan induk dari perkebunan kelapa sawit di Asia Tenggara. Pohon induk ini telah mati pada 15 Oktober 1989, tapi anakannya bisa dilihat di Kebun Raya Bogor.

Kelapa sawit di Indonesia baru diusahakan sebagai tanaman komersial pada tahun 1912 dan ekspor minyak sawit pertama dilakukan pada tahun 1919. Perkebunan kelapa sawit pertama dibangun di Tanahitam, Hulu Sumatera Utara oleh Schadt dari kebangsaan Jerman pada tahun 1911.

Daun-daunnya merupakan daun majemuk, daun berwarna hijau tua dan pelapah berwarna sedikit lebih muda, penampilannya sangat mirip dengan tanaman salak, hanya saja dengan duri yang tidak terlalu keras dan tajam, batang tanaman diselimuti

bekas pelapah hingga umur 12 tahun. Setelah umur 12 tahun pelapah yang mengering akan terlepas sehingga menjadi mirip dengan tanaman kelapa. Akar serabut tanaman kelapa sawit mengarah ke bawah dan samping. Selain itu juga terdapat beberapa akar nafas yang tumbuh mengarah ke samping atas untuk mendapatkan tambahan aerasi.

Bunga jantan dan betina terpisah dan memiliki waktu pematangan berbeda sehingga sangat jarang terjadi penyerbukan sendiri. Bunga jantan memiliki bentuk lancip dan panjang sementara bunga betina terlihat lebih besar dan mekar. Buah sawit mempunyai warna bervariasi dari hitam, ungu, hingga merah tergantung bibit yang digunakan. Buah bergerombol dalam tandan yang muncul dari tiap pelapah. Bagian yang paling utama untuk diolah dari kelapa sawit adalah buahnya. Bagian daging buah menghasilkan minyak kelapa sawit mentah yang diolah menjadi bahan baku minyak goreng. Kelebihan minyak nabati dari sawit adalah harga yang murah, rendah kolesterol, dan memiliki kandungan karoten tinggi. Minyak sawit juga diolah menjadi bahan baku margarin. Minyak inti menjadi bahan baku minyak alkohol dan industri kosmetik.

Buah diproses dengan membuat lunak bagian daging buah dengan temperatur 90°C. Daging yang telah lunak dipaksa untuk berpisah dengan bagian inti dan cangkang dengan *pressing* pada mesin silinder berlubang. Daging inti dan cangkang dipisahkan dengan pemanasan dan teknik *pressing*. Setelah itu dialirkan ke dalam lumpur sehingga sisa cangkang akan turun ke bagian bawah lumpur. Sisa pengolahan buah sawit sangat potensial menjadi bahan campuran makanan ternak dan difermentasikan menjadi kompos.

PERKEMBANGAN INDUSTRI KELAPA SAWIT

Kelapa sawit sebagai tanaman penghasil minyak sawit dan inti sawit merupakan salah satu primadona tanaman perkebunan yang menjadi sumber penghasil devisa non migas bagi Indonesia. Cerahnya prospek komoditi minyak kelapa sawit dalam perdagangan minyak nabati dunia telah mendorong pemerintah Indonesia untuk memacu pengembangan areal perkebunan kelapa sawit. Berkembangnya sub sektor perkebunan kelapa sawit di Indonesia tidak lepas dari adanya kebijakan pemerintah yang memberikan berbagai insentif, terutama kemudahan dalam hal perijinan dan bantuan subsidi investasi untuk pembangunan perkebunan rakyat dengan pola PIR-Bun dan dalam pembukaan wilayah baru untuk areal



perkebunan besar swasta.

Pada awalnya, pelaku usaha kelapa sawit terbatas pada perusahaan asing berskala besar dan terintegrasi antara budidaya, pengolahan Pabrik Kelapa Sawit (PKS), dan pemasaran hasilnya. Hal ini berlangsung hingga periode awal Republik. Sekitar 1958, beberapa perusahaan Belanda dinasionalisasikan dan diambil alih sebagai Perusahaan Perkebunan Negara. Rakyat menjadi pelaku usaha perkebunan kelapa sawit baru sekitar tahun 1980 dengan dikembangkannya program PIR (Perkebunan Inti Rakyat) dalam rangka program akselerasi pembangunan perkebunan. Terdapat beberapa versi PIR sesuai dengan sasaran dan sumber pendanaannya, seperti PIR-BUN atau *NES (Nucleus Estate and Smallholder)*, PIR-TRANS dan PIR-KKPA telah mempercepat perkembangan usaha perkebunan rakyat ini.

Perkembangan kelapa sawit rakyat ini dapat dikatakan fenomenal. Berawal pada tahun 1980, dalam sepuluh tahun pertama mencapai sekitar 300 ribu Ha, sepuluh tahun berikutnya mencapai sejuta hektar lebih, dan kini telah mencapai lebih dari 1,8 juta ha. Dari luas areal kelapa sawit rakyat ini, disamping perkebunan plasma, sebagian besar adalah perkebunan swadaya

yang berinvestasi menggunakan dana sendiri atau pinjaman, termotivasi oleh pengalaman sukses petani lain serta prospek bisnis yang cerah.

Sekitar 26.90 persen penguasaan perkebunan swasta nasional terkonsentrasi pada lima pelaku usaha swasta besar, yaitu Raja Garuda Mas, Wilmar Group, Guthrie group, Sinar Mas dan Astra Agro Lestari. Data-data pada tahun 2002 tersebut mencerminkan kebutuhan akan pabrik kelapa sawit di Indonesia masih cukup besar. Hal inilah yang kemudian mendorong tumbuh dan berkembangnya PKS tanpa kebun. Hadirnya PKS tanpa kebun pada satu sisi dapat membawa manfaat bagi pekebun, namun disisi lain untuk daerah yang telah berlebih kapasitas produksinya menjadi permasalahan yang mengganggu keharmonisan kemitraan plasma-inti yang ada.

KEBIJAKAN PEMERINTAH

Pengaturan mengenai pembangunan Perkebunan di Indonesia secara khusus diatur melalui Undang - undang No. 18 Tahun 2004 tentang Perkebunan. Salah satu pertimbangan yang mendasari lahirnya UU No.18/2004 tersebut adalah bumi dan air dan kekayaan alam yang terkandung di dalamnya merupakan potensi yang sangat besar dalam pembangunan perekonomian nasional termasuk didalamnya pembangunan perkebunan dalam mewujudkan kemakmuran dan kesejahteraan rakyat secara berkeadilan. Guna mewujudkan kesejahteraan dan kemakmuran rakyat secara berkeadilan, maka perkebunan perlu dijamin keberlanjutannya serta ditingkatkan fungsi dan peranannya

UU No.18/2004 mengatur bahwa untuk melakukan usaha perkebunan, baik budidaya tanaman perkebunan maupun industri pengolahan hasil perkebunan, dengan luas dan kapasitas produksi tertentu wajib memiliki izin usaha perkebunan dari Gubernur untuk wilayah lintas kabupaten/kota dan Bupati/Walikota untuk wilayah kabupaten/kota. Namun, khusus untuk pekebun (yang terdefiniskan di dalam ketentuan umum UU No.18/2004 sebagai perorangan warga negara Indonesia yang melakukan usaha perkebunan dengan 2 penggunaan kata "dan atau" di dalam pasal ini menyiratkan maksud bahwa usaha perkebunan tidak harus dilakukan secara terintegrasi antara budidaya tanaman dengan usaha industri pengolahan hasil perkebunan. skala usaha tidak mencapai skala tertentu) kecuali dari ketentuan perizinan dimaksud, atau tidak wajib memperoleh (mengurus) izin usaha perkebunan.

Terkait dengan pola usaha perkebunan, Pasal 22 UU

No.18/2004 menyebutkan bahwa perusahaan perkebunan melakukan kemitraan yang saling menguntungkan, saling menghargai, saling bertanggungjawab, saling memperkuat dan saling ketergantungan dengan pekebun, karyawan dan masyarakat sekitar. Adapun pola kemitraan usaha perkebunan dapat berupa kerjasama penyediaan sarana produksi, kerjasama produksi, pengolahan dan pemasaran, transportasi, kerjasama operasional, kepemilikan saham dan jasa pendukung lainnya.

Terkait dengan Perizinan usaha, Permentan Nomor 26/Permentan/OT.140/2/2007 mengatur bahwa untuk usaha industri pengolahan hasil perkebunan yang WAJIB mendapat izin usaha perkebunan untuk pengolahan (IUP-P) adalah yang memiliki kapasitas produksi pengolahan 5 ton tandan buah segar per jam. Sedangkan untuk yang berkapasitas dibawah dari kapasitas tersebut cukup mendaftarkannya yang kemudian dibuktikan dengan Surat Tanda Daftar Usaha Industri Pengolahan Hasil Perkebunan (STD-P) yang diterbitkan oleh Bupati/Walikota.

Melalui Peraturan Menteri Pertanian No 395/Kpts/OT.140/11/2005 diatur mengenai Pedoman Penetapan Harga Pembelian TBS Kelapa Sawit Produksi Pekebun. Pekebun di dalam Permentan ini di definisikan sebagai perorangan WNI yang melakukan usaha perkebunan sebagai peserta pengembangan pola perusahaan inti rakyat (PIR) atau yang melakukan kemitraan usaha

dengan perusahaan mitra. Tujuan dari pengaturan harga TBS melalui Permentan 395 tersebut adalah untuk memberikan perlindungan dalam perolehan harga wajar dari TBS kelapa sawit produksi petani dan menghindari persaingan tidak sehat diantara pabrik kelapa sawit.

Berkaitan dengan pola kemitraan, Permentan No.26/2007 mengatur bahwa kemitraan pengolahan dilakukan secara tertulis dalam bentuk perjanjian yang berisikan hak dan kewajiban, pembinaan dan pengembangan usaha, pendanaan, jangka waktu dan penyelesaian perselisihan yang ditandatangani kedua belah pihak dengan diketahui Bupati/Walikota. Adapun jangka waktu perjanjian kemitraan pengolahan paling singkat untuk masa 3 (tiga) tahun.

Hal yang perlu mendapatkan perhatian bersama adalah bahwa pola kemitraan (PIR) yang selama ini dilakukan belum dalam pola kemitraan yang diharapkan. Pekebun plasma cenderung diperlakukan tidak adil karena sering dirugikan dalam timbangan, rendemen, dan harga. Tingkat ketergantungan yang tinggi dari pekebun (perkebunan rakyat) dengan industri pengolahan kelapa sawit berpotensi menimbulkan praktek monopsoni dan atau perjanjian tertutup sebagaimana telah dilarang oleh UU No.5/1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.



KIAT-KIAT MENGHADAPI KAMPANYE NEGATIF KELAPA SAWIT



Isu negatif yang kerap dihembuskan oleh negara-negara maju pada pengembangan kelapa sawit Indonesia juga masih belum jelas, apakah memang benar-benar untuk melindungi dunia dari ancaman perubahan iklim atau sekedar untuk mempertahankan kepentingan negara-negara maju tersebut. Tetapi yang sering menjadi pertanyaan besar dari para pemangku kepentingan industri kelapa sawit nasional adalah adanya komitmen dari pemimpin Indonesia yang berjanji akan mengurangi laju pemanasan global dengan cara mengurangi kadar emisi karbon hingga 26 persen, padahal tidak

ada negara lain yang mau berjanji mengurangi emisi karbon setinggi Indonesia.

Penerapan konsensus moratorium ini juga sangat berpotensi untuk menimbulkan efek domino diantaranya mematikan perkembangan kemitraan perusahaan perkebunan kelapa sawit dengan para petani dalam pengembangan program inti plasma. Bila sampai hal itu terjadi maka otomatis kesempatan masyarakat untuk memperluas penanaman pohon kelapa sawit mungkin tertutup. Oleh karena itu, jalan tengah yang diambil adalah pemerintah

seyogyanya semakin intensif mengkampanyekan *Indonesia Sustainable Palm Oil* (ISPO), sebagai sebuah aturan yang perlu ditegakkan, yang dapat menepis tekanan kampanye negatif. Pemerintah juga harus menyediakan program penyuluhan dan pendampingan implementasi ISPO untuk para petani kelapa sawit, terutama para petani mandiri. Selain itu, pemerintah juga harus mulai melancarkan strategi kebijakan pengembangan industri nasional berbasis kelapa sawit. Caranya dengan mempercepat peningkatan kapasitas sumber daya manusia, terutama para petani plasma dan petani mandiri, serta mengembangkan kewirausahaan berbasis rantai pasok dan rantai nilai kelapa sawit.

Pemerintah juga dihimbau untuk secepatnya meningkatkan modal sosial masyarakat perkelapa-sawitan nasional melalui desentralisasi, kerjasama kemitraan dan pemberdayaan masyarakat, termasuk diantaranya melalui perbaikan infrastruktur, pembangunan kapasitas sektor agribisnis/agroindustri, penerapan kebijakan teknologi informasi dan komunikasi serta penyertaan petani sebagai petani plasma. Selain itu, komitmen melakukan revitalisasi produksi perkebunan sawit seyogyanya juga dilakukan melalui kegiatan litbang dan diversifikasi produk, dengan cara memperbaiki berbagai faktor investasi dalam teknologi informasi dan komunikasi, serta mendirikan pusat-pusat fasilitasi asistensi untuk masyarakat atau *'community assistance facilitation centers'*. Didalam pusat *assitensi* ini perlu disusun program peningkatan kinerja litbang serta perbaikan fasilitas pengolahan dan penanganan pasca panen kelapa sawit secara *komprehensif*. Penguatan di atas akan mampu mendukung sistem agribisnis/agroindustri kelapa sawit yang kompetitif dan efisien serta memperbaiki viabilitas klaster industri kelapa sawit di pedesaan secara berkelanjutan.

Para pemangku kepentingan industri kelapa sawit nasional juga harus mampu mendorong pertumbuhan produktivitas ekonomi non budidaya di pedesaan, tetapi tetap terkait dengan industri kelapa sawit. Hal ini penting untuk memperbaiki pengelolaan sumber daya alam dengan melaksanakan panduan ISPO. Selain itu juga perlu dibangun kapasitas keahlian manajerial teknis dan jasa di semua level dan memperhatikan kepentingan para petani plasma kelapa sawit. Cara budidaya kelapa sawit ramah lingkungan yang dilakukan oleh para petani seyogyanya ditingkatkan, apalagi perkebunan kelapa sawit Indonesia tidak hanya didominasi satu golongan saja yakni pihak swasta saja, karena para petani sawit mandiri pun mempunyai porsi besar dalam pengembangan

industri sawit nasional.

Bila semua isu positif dalam budidaya dan pengelolaan sistem budidaya perkebunan kelapa sawit dapat diinformasikan ke seluruh pelosok dunia, maka gelombang isu negatif akan dapat ditepis, dan semua pihak dapat merasakan manfaatnya dari hasil perkebunan kelapa sawit nasional. Komoditas kelapa sawit telah terbukti memberikan kontribusi yang sangat besar bagi perekonomian Indonesia, serta menjadi sektor yang mampu meningkatkan taraf hidup masyarakat, sehingga koordinasi kinerja, termasuk kampanye positif harus dilakukan secara sinergis, terkoordinasi dengan baik dan dilakukan secara berkelanjutan.

MENEPIS ISU NEGATIF MELALUI KAMPANYE

Kementerian Pertanian melakukan kampanye *green product* (produk ramah lingkungan) kelapa sawit ke Eropa yaitu Spanyol dan Perancis untuk mengantisipasi isu negatif tentang komoditas sawit terkait dengan masalah lingkungan. Menteri Pertanian Suswono menjelaskan hal ini saat menggelar jumpa pers di Jakarta pada Sabtu (30/4) sekaligus mensosialisasikan Misi kegiatan *"palm oil campaign"* tersebut dalam rangka menginformasikan kebijakan Kementan dalam mengembangkan industri kelapa sawit nasional dengan memperhatikan prinsip keberlanjutan (*sustainability*).

Kampanye yang dilakukan dalam bentuk seminar dan pertemuan dengan pejabat terkait di kedua negara tersebut sekaligus untuk menyampaikan perhatian dan keberatan Indonesia terhadap pandangan negatif LSM pada pengembangan kelapa sawit dan aturan negara importir yang berdampak negatif terhadap ekspor minyak sawit. Dalam pertemuan dengan Menteri Lingkungan, Pedesaan dan Perikanan Spanyol, Mentan Suswono menjelaskan komitmen pemerintah Indonesia dalam implementasi *Indonesia Sustainable Palm Oil System* dan *concern* terhadap kriteria lingkungan yang tercantum dalam *Renewable Energy Directive* (RED) yang berpotensi sebagai Non Tariff Barrier dalam perdagangan. Hal serupa juga disampaikan Mentan saat bertemu dengan Menteri Pertanian Perancis. Pada kesempatan tersebut, pemerintah Perancis dapat memahami pandangan Indonesia dan mengharapkan dapat memperoleh masukan dari hasil penelitian tentang minyak sawit yang dapat digunakan sebagai evaluasi kebijakan terkait dengan penggunaan sawit di negara tersebut.

Selain ke Spanyol dan Perancis, Pemerintah Indonesia

juga akan melakukan kampanye serupa ke Amerika Serikat pada 23 Mei 2011. Pada kesempatan ini Mentan akan menuturkan secara gamblang bagaimana pengembangan kelapa sawit di Indonesia. "Rencananya, kita juga akan menyerahkan orang utan kepada kebun binatang di AS untuk menunjukkan perhatian pemerintah terhadap satwa tersebut terkait pengembangan industri sawit," papar Mentan. Menurut Mentan, kampanye negatif terhadap kelapa sawit Indonesia yang dilakukan oleh negara-negara maju dengan mengangkat isu lingkungan sebenarnya lebih berdasarkan karena persaingan dagang bukan semata-mata karena masalah lingkungan. Padahal, saat ini penggunaan lahan untuk pengembangan kelapa sawit di Indonesia hanya sekitar 6 persen dari total luas hutan di tanah air yang mencapai 137 juta hektar. Selain itu tambahnya, perkebunan kelapa sawit memberikan kontribusi sekitar 45-46 persen terhadap pengurangan emisi karbon.

PENERAPAN ISPO (INDONESIA SUSTAINABLE PALM OIL)

Indonesia Sustainable Palm Oil (ISPO) dibuat bukan karena tekanan negara lain, bukan karena ada RSPO, bukan karena adanya kampanye negatif kelapa sawit. ISPO dibuat karena seperti yang diamanatkan dalam

UUD 1945 yang sudah diamandemen, yaitu pasal 33. Demikian penegasan Menteri Pertanian Suswono ketika melaunching ISPO di Medan.

ISPO bersifat wajib dan setiap pelanggaran akan ditindak. ISPO bertujuan untuk melindungi dan melestarikan kelapa sawit di pasar global. Dalam penerapannya berupa sertifikasi perkebunan milik perusahaan besar swasta dan BUMN serta sertifikasi perkebunan rakyat, sehingga perlu adanya dukungan semua pihak dalam penerapannya.

Mentan berkeyakinan pengembangan kelapa sawit di Indonesia selama ini sudah taat azas yaitu sesuai dengan peraturan yang berlaku. Pemerintah ingin menegaskan lagi pengembangan kelapa sawit sudah sesuai dengan kaidah pembangunan berkelanjutan berbasis sumber daya alam dan lingkungan menjadi satu ekosistem pembangunan secara holistik.

Landasan perundangannya adakah satu. Penyelenggaraan dilakukan lintas sektor tidak hanya kementerian pertanian saja tetapi harus taat pada peraturan perundangan yang dikeluarkan instansi lain seperti Kementerian Kehutanan, Lingkungan Hidup, Kehakiman, Ham dan lainnya. ISPO merupakan penerapan seluruh paket perundangan yang terkait di dalam industri kelapa sawit.



CHINA BELUM TERPENGARUH KAMPANYE NEGATIF KELAPA SAWIT

Maraknya kampanye negatif mengenai perkebunan sawit dan minyak kelapa sawit mengharuskan pemerintah Indonesia aktif membendung citra negatif, termasuk di China. LSM di Indonesia maupun di beberapa negara saat ini kian gencar mengkampanyekan mengenai perkebunan sawit yang mereka nilai telah banyak merusak hutan untuk perluasan perkebunan sawit. Sementara minyak goreng atau makanan yang dibuat dari bahan baku minyak kelapa sawit (CPO) dinilai oleh LSM, mengandung zat yang tidak baik untuk kesehatan terutama jantung.

Data Kementerian Pertanian (Kementan) yang bersumber Statistik Minyak Sawit Indonesia menunjukkan perolehan devisa Indonesia dari minyak sawit dalam lima tahun terakhir memang menunjukkan peningkatan. Tahun 2003 nilai ekspor CPO Indonesia bernilai 1,06 miliar dolar AS, naik jadi 1,44 miliar dolar AS tahun 2004, naik lagi jadi 1,59 miliar dolar AS tahun 2005, tahun 2006 naik lagi jadi 1,99 miliar dolar AS dan tahun 2007 mencapai 3,74 miliar dolar AS.

Sementara bila dilihat dari volume ekspor juga naik dari 2,89 juta ton tahun 2003 menjadi 3,82 juta ton



tahun 2004, naik lagi jadi 4,56 juta ton tahun 2005, naik lagi jadi 5,20 juta ton tahun 2006 dan tahun 2007 sebesar 5,71 juta ton.

Volume dan nilai ekspor tersebut belum lagi yang berasal dari komoditi dari hasil perkebunan sawit di luar CPO, seperti minyak kernel sawit yang setiap tahun juga menunjukkan kecenderungan meningkat.

Melihat potensi perkebunan sawit dan produk yang dihasilkan bermanfaat banyak bagi perolehan devisa disamping tidak mengganggu ekosistem, tak ada jalan lain bagi pemerintah untuk terus mengkampanyekan sektor perkebunan itu.

"Kita akan terus menyampaikan informasi yang sebenarnya mengenai perkebunan kelapa sawit dan manfaatnya sekalipun jumlah kampanye hitam terus dilancarkan," kata Dirjen Pengolahan dan Pemasaran Produk Pertanian Kementan Zaenal Bachruddin, usai berbicara dalam seminar Promosi Berkelanjutan Minyak Sawit, di Beijing pekan lalu,

Dalam seminar yang dihadiri puluhan pengusaha China tersebut, ia mengatakan pihaknya telah berulang kali menerangkan bahwa perkebunan sawit tidak berkaitan dengan pembukaan hutan baru, walaupun ada menggunakan bukan hutan. "Itu yang harus kita garis bawahi. Kementan dan Dewan Minyak Sawit Indonesia selalu mengatakan tanaman sawit sesungguhnya memiliki kesamaan dengan pohon-pohon yang ada di hutan, karena memiliki tinggi yang sama dibanding dengan tanaman kacang-kacangan. Selain itu pohon kelapa sawit juga mampu menyerap banyak oksigen dibanding pohon kacang-kacangan, sehingga jika ada pihak yang mengatakan pohon sawit merusak lingkungan adalah tidak benar.

Satu hal penting yang lain adalah kelapa sawit, terutama buahnya, juga bisa dimanfaatkan sebagai bahan baku biodiesel, yang bisa dipergunakan sebagai bahan bakar alternatif menggantikan BBM, yang kian langka. Terkait dengan tuduhan perkebunan kelapa sawit yang merusak hutan, ia mengatakan tuduhan itu juga tidak benar karena pembukaan kebun sawit selama ini menggunakan lahan marjinal yang tidak merusak hutan.

Manajer Umum PT. Sinar Mas, Beijing Le Dong, mengatakan masyarakat China tidak terpengaruh dengan maraknya kampanye penolakan CPO yang belakangan kian marak dikumandangkan sejumlah pihak sehingga peluang ekspor komoditi perkebunan ke negara itu tetap terbuka. "Maraknya kampanye penolakan perkebunan sawit serta penggunaan CPO tidak mempengaruhi pemasaran dan konsumen

di China. Masyarakat di sini umumnya paham soal manfaat CPO," kata Le Dong. Menurutnya, maraknya kampanye penolakan CPO oleh sejumlah pihak dinilai oleh masyarakat China sangat bisa dan terlalu mengada-ngada sehingga penggunaan CPO untuk berbagai keperluan makanan di China sampai kini tidak mengalami pengaruh. Justru kondisi yang terjadi adalah sejumlah perusahaan China berminat melakukan kerjasama atau investasi bidang kelapa sawit di Indonesia mengingat hasil perkebunan itu sangat dibutuhkan di China.

Untuk menangkal maraknya kampanye penolakan CPO, ia menilai, perlu adanya pertukaran informasi mengenai manfaat dan kegunaan CPO di kalangan pemerintah dan masyarakat, sehingga diharapkan tidak ada lagi keraguan mengenai manfaat komoditi itu. Atase Perdagangan Beijing Imbang Listiyadi, mengatakan sejumlah pengusaha di China memang banyak yang menginginkan impor CPO dari Indonesia dan merupakan salah satu andalan perdagangan Indonesia ke negara itu. "Tren permintaan China terhadap CPO Indonesia memang naik dan merupakan salah satu produk utama yang diperdagangkan oleh Indonesia dan diperkirakan kebutuhan mendatang akan terus meningkat," katanya. Dia juga mengatakan sampai kini konsumen di China belum terpengaruh adanya kampanye penolakan penggunaan CPO terlihat masih tingginya permintaan komoditi itu dari pengusaha setempat.

PELUANG KERJASAMA

Perkebunan sawit masih menjadi sektor perkebunan yang potensial untuk dikembangkan Indonesia bersama-sama investor asing karena memiliki nilai ekonomi yang tinggi. "Sektor perkebunan sawit masih memberikan peluang bisnis yang menjanjikan dan investor China diundang untuk bekerjasama di bidang itu," kata Zaenal Bachruddin.

Dalam seminar yang dihadiri puluhan pengusaha China tersebut, ia mengatakan, perkebunan kelapa sawit di Indonesia saat ini menjadi salah satu andalan perolehan devisa nasional, khususnya yang dihasilkan minyak kelapa sawit (CPO) dan produk turunannya. Luas perkebunan kelapa sawit di Indonesia pun terus bertambah setiap tahunnya, yakni dari 4,16 juta ha tahun 2000 naik menjadi 5,07 juta ha tahun 2002, naik menjadi 5,57 juta ha tahun 2004, menjadi 6,28 juta hektar tahun 2006 dan 2007 mencapai 6,32 juta ha.

"Perkebunan sawit di Indonesia ada yang dimiliki perkebunan rakyat, milik pemerintah dan milik swasta.

Perkebunan milik swasta memiliki lahan yang lebih luas dibanding milik rakyat dan pemerintah,” katanya menambahkan.

Zaenal mengatakan, kesempatan bertatap muka dengan puluhan pengusaha China ini dimanfaatkan betul oleh Kementan untuk mencari sebanyak mungkin pengusaha China untuk menanamkan modalnya di Indonesia, mengingat masa depan CPO masih sangat terbuka dan luas.

“Kementan bersama Dewan Minyak Sawit Indonesia akan bersama-sama terus mempromosikan potensi perkebunan sawit dan CPO kepada para pengusaha dan investor asing termasuk China, mengingat peluang komoditi perkebunan itu masih sangat terbuka luas,” katanya.

PT. SMART (SINAR MAS AGRO RESOURCES AND TECHNOLOGY) TBK

PT. Sinar Mas Agro Resources and Technology Tbk, disingkat PT. SMART Tbk, berdiri pada tahun 1962 dengan nama awal adalah PT. Maskapai Perkebunan Sumcoma Padang Halaban bergerak dibidang perkebunan dan industri kelapa sawit (CPO) didalam perkembangannya setelah mencatatkan sahamnya pada Bursa Efek Jakarta dan Bursa Efek Surabaya pada tahun 1992 mengubah nama perusahaan menjadi PT. Sinar Mas Agro Resources and Technology Tbk,

disingkat PT. SMART Tbk. Waktu terus berjalan dan PT. SMART, Tbk terus berkembang dimana pada tahun 2003 dengan capaian CPO sebesar 343,000 ton menerima sertifikat ISO 14001 : 2000 atas lingkungan. Tahun 2005 FILMA menerima status ‘Superbrand’ dan ‘Indonesian Customer Loyalty Award’, mengkonversikan hutang pemegang saham sebesar US\$ 205 juta menjadi ekuitas, dan menjadi anggota aktif RSPO (*Roundtable on Sustainable Palm Oil*), lembaga internasional dibidang pengembangan dan promosi CPO berbasis di Kuala Lumpur, Malaysia.

Setelah menerima sertifikasi HACCP untuk pabrik penyulingan atas pemenuhan standar keamanan pangan, SMARTRI juga menerima sertifikasi ISO 17025 atas kompetensi laboratorium kalibrasi dan pengujian pada tahun 2006. Puncaknya, pada tahun 2009 produksi CPO PT. SMART, Tbk mencapai rekor 640,000 ton dan menerima penghargaan ‘Human Resources Excellence Award’, dan tahun 2010 meningkatkan kapasitas pabrik penyulingan sebesar 300,000 ton per tahun dengan membangun pabrik di Marunda, Bekasi.

Saat ini, PT. SMART, Tbk merupakan salah satu perusahaan publik produk konsumen berbasis kelapa sawit terintegrasi yang terbesar di Indonesia, dengan aktivitas utama mulai dari penanaman, pemanenan, pengolahan tandan buah segar (TBS) menjadi minyak kelapa sawit (CPO) dan inti sawit (PK), serta penyulingan CPO menjadi produk industri dan konsumen seperti



minyak goreng, *margarine* dan *shortening*. Luas kebun yang dikelola di Indonesia mencapai 134,000 Ha termasuk plasma dengan hasil buah rata-rata per hektar mencapai 20,9 ton melebihi rata-rata industri. TBS selanjutnya diolah di pabrik pengolahan PT. SMART, Tbk dengan kapasitas sebesar 3,7 juta ton per tahun menjadi CPO dengan kapasitas 1,14 juta ton per tahun, dan dan PK dengan kapasitas 354,000 ton per tahun, menghasilkan inti sawit dan *palm kernel* yang dijual di dalam negeri maupun diekspor. Merek utama penjualan produk PT. SMART, Tbk antara lain adalah Filma (terregistrasi) dan Kunci Mas (terregistrasi).

Upaya PT. SMART, Tbk di dalam pengembangan ekspornya, dilakukan antara lain dengan memperbanyak ukuran kemasan sesuai kebutuhan konsumen; meningkatkan *loadability* dan *container* agar kompetitif; memperbanyak *range* produk dari segi *quality* (misalnya *melting point*) menyesuaikan dengan produk akhir dan dari segi *flavor* sesuai permintaan pasar, dan pemberian *budget* lebih untuk R & D. Hasil yang dicapai adalah meningkatnya hasil penjualan dan nilai ekspor dari US\$ 431,1 juta pada tahun 2005, naik menjadi US\$ 481,8 juta pada tahun 2006, meningkat kembali menjadi US\$ 813,1 juta pada tahun 2007. Tahun 2008 walaupun terjadi krisis global, total penjualan dan ekspor mencapai US\$ 1,58 milyar, sedangkan pada tahun 2009 turun menjadi US\$ 1,28 milyar.

Peningkatan penjualan dan ekspor yang dicapai masih ingin terus ditingkatkan di tahun-tahun mendatang, karena masih banyak yang masih perlu dikembangkan dan ditingkatkan baik volume maupun nilainya terutama peningkatan ekspor yang terhambat kondisi logistik dan infrastruktur yang belum memadai di Indonesia.

Mekanisme penjualan PT. SMART, Tbk dilakukan melalui penjualan langsung ke konsumen, melalui distributor, melalui *broker* dan penjualan melalui *representative office*. Untuk berpromosi produk di dalam negeri dan luar negeri, PT. SMART mengikuti eksibisi di dalam negeri dan manca negara, promosi periklanan melalui media cetak dan elektronik (internet, TV komersial dan majalah). Untuk penyaluran minyak goreng murah bekerjasama dengan petani plasma dan Dinas UKM.

Untuk menjaga lingkungan, PT. SMART, Tbk membangun sistem pembuangan limbah yang ramah lingkungan dan bekerjasama dengan perusahaan jasa pengolah limbah teraudit resmi, dan penyelamatan planet bumi melalui penanaman hutan mangrove. Dibidang CSR (*Corporate Social Responsibility*) dengan



masyarakat setempat adalah mengalokasikan pekerjaan bagi penduduk setempat, pendirian sarana sosial dan pendidikan, bazaar, beasiswa bagi karyawan berprestasi dan penduduk setempat.

Dibidang penelitian dan pengembangan (R & D), PT. SMART, Tbk membangun TPD (*Technical Product Development*) untuk pengembangan produk baru secara rutin berdasarkan ISO 9001 : 2008 (*management system*) dan ISO 22000 : 2005 (*food safety management*), serta SMARTRI (riset bibit unggul).

Upaya untuk kesinambungan ekspor dilakukan melalui promosi, analisa resiko yang mungkin terjadi di negara tujuan, meningkatkan penjualan *brand*, memastikan pertumbuhan *sales volume* dan nilai, mencari mitra bisnis yang tepat dan dapat dipertanggungjawabkan di negara tujuan, serta investasi. Kebutuhan informasi pasar diperoleh melalui KBRI, perwakilan asing di Indonesia, DITJEN PEN, Kemendag, lembaga riset pasar internasional dan KADIN. Hal-hal yang diperlukan oleh PT. SMART didalam mendukung pengembangan ekspor perusahaannya antara lain : perlunya sikap tegas pemerintah dalam menentang kampanye negatif kelapa sawit; penetapan bunga pinjaman yang rendah oleh bank; dukungan promosi dari DITJEN PEN, Kemendag, insentif pajak ekspor, pengurangan kendala ekspor, dukungan Kemenperin dan dukungan Kemenlu.

PT. Musim Mas



Jatuh bangun dan kerja keras dalam mencapai kesuksesan menembus pasar luar negeri merupakan suatu gambaran betapa sulitnya menghadapi persaingan pasar. Pengembangan produk dan analisa pasar yang cerdas akan membuahkan suatu penetrasi yang tepat sasaran. Hal ini yang dilakukan oleh Bapak Anwar Karim. Putra Medan ini mengarungi pasar global dibawah bendera PT. Musim Mas, perusahaan yang bergerak dibidang minyak sawit. Tidak sia-sia apa yang telah dilakukan, tahun 2010 adalah merupakan tahun prestasi PT. Musim Mas, dimana perusahaan ini mendapatkan penghargaan Primaniyarta dari Kementerian Perdagangan. Penghargaan ini diberikan karena prestasi ekspornya. Penghargaan ini diberikan untuk mendorong dan memotivasi perusahaan ekspor lainnya untuk berprestasi dibidang ekspor.

UPAYA PENGEMBANGAN PRODUK EKSPOR.

Perkembangan PT. Musim Mas termasuk unik, karena dimulai dari *downstream* (sabun), kemudian berkembang ke *upstream* (perkebunan) dan dengan bertambahnya produksi Minyak Kelapa Sawit (CPO) serta meningkatnya permintaan pasar, PT. Musim Mas mengembangkan produknya ke arah *downstream* dengan mengembangkan produk-produk turunan minyak kelapa sawit seperti: *fatty alcohol*, *fatty acid*, *specialty fats* dan biodiesel. Saat ini sinergi dan integrasi dari *upstream*, *midstream* dan *downstream* menjadikan Musim Mas sebuah perusahaan yang terintegrasi untuk menghasilkan produk dengan sumber daya yang berpotensi untuk bersaing di pasar global.



RIWAYAT SINGKAT PERUSAHAAN

Pendiri PT. Musim Mas, Bapak Anwar Karim (alm) adalah pelopor pertama di Indonesia dalam pengolahan minyak sawit menjadi minyak goreng.

PRESTASI EKSPOR

Dalam 5 tahun terakhir ini Musim Mas menjadi penghasil produk *oleochemical* terbesar dan terus mengembangkan produk turunan CPO dengan produk baru seperti *Cocoa Butter Substitute* dan Vitamin E. Prestasi ekspor telah memberikan kepuasan tersendiri namun tetap akan melakukan pengembangan keanekaragaman produk turunan CPO. Penjualan produk ke pembeli tanpa melalui perantara dengan cara membuka kantor perwakilan di luar negeri.

Pembagian tugas ke marketing berdasarkan jenis produk, sehingga dapat dimaksimalkan pada saat melakukan promosi dalam kegiatan pameran di luar negeri maupun dalam negeri.

Pengembangan kerjasama dengan pemasok UKM telah lama dilakukan, dengan memberikan kesempatan kepada kontraktor kecil untuk membangun pabrik dan fasilitas Musim Mas, serta menjadi bapak angkat dalam program KKPA membantu petani mendapatkan sertifikat (RSPO). Disamping itu Musim Mas sedang mengembangkan sistem *Clean Development Mechanism* (CDM) di Pabrik Kelapa Sawit. Dengan sistem ini *Green House*

Gas Emission dapat dikurangi (memanfaatkan Gas Methane dari limbah minyak kelapa sawit), serta menggunakan cangkang sebagai bahan bakar untuk menggantikan bahan bakar dari sumber alam.

Hubungan sosial terbina dengan melakukan kegiatan-kegiatan seperti merenovasi mesjid, melakukan pembagian paket lebaran, dan mendirikan klinik dan memberikan bantuan pengobatan gratis kepada masyarakat yang kurang mampu serta mendirikan sekolah dan beasiswa, juga menjual minyak goreng dengan harga subsidi pada masyarakat setempat.

In-house technology digunakan Musim Mas R & D untuk membuat produk-produk baru seperti *Cocoa Butter Replacer*, *Cocoa Butter Equivalent*, *Cocoa Butter Substitute*, Vitamin E dan lain sebagainya. Sehingga program ini ikut membantu dalam menjaga dan menghasilkan produk yang berkesinambungan. Inilah salah satu strategi dalam merambah pasar luar negeri. Tahun 2004 adalah tahun dimana Musim Mas menjadi anggota RSPO dan pada 2009 perusahaan pertama



Kisah sukses



di Indonesia yang mendapatkan Sertifikat RSPO. Ini berarti Musim Mas telah memenuhi 8 *Prinsip* dari 39 Kriteria dari RSPO.

Dari semua itu, tentu apabila membutuhkan informasi pasar, lembaga yang dihubungi tetap Kementerian Perdagangan serta unit-unit yang terkait.

Kegiatan Ditjen PEN

BULAN JUNI 2011

Guna mendukung terlaksananya visi dan misi Kementerian Perdagangan RI, selama bulan Juni 2011, Direktorat Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional telah melakukan berbagai kegiatan yang berkaitan dengan ruang lingkup tugas dan fungsinya. Kinerja Direktorat Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional dalam meningkatkan pengembangan ekspor dicapai melalui kegiatan-kegiatan yang meliputi kegiatan diversifikasi ekspor dan ekonomi kreatif, peningkatan kerjasama pengembangan ekspor, peningkatan pengembangan promosi dan pencitraan Indonesia, peningkatan layanan hubungan dagang dan informasi ekspor, serta pengembangan SDM melalui diklat ekspor.

Dalam mendukung program pengembangan ekspor sepanjang bulan Juni 2011, telah dilaksanakan beberapa kegiatan antara lain; perkembangan penyusunan cetak biru pengembangan batik Indonesia, pengembangan produk NTT orientasi ekspor, seminar nasional IKM batik dan pameran ECO Batik di DI Yogyakarta, pelaksanaan temu wicara di Serang, Banten, pembukaan Solo Batik Carnival (SBC) 2011, pelaksanaan temu wicara di Jayapura, Papua, dan pelaksanaan temu wicara di Palu, Sulawesi Tengah.

Kegiatan kerjasama pengembangan ekspor dilakukan melalui kegiatan: koordinasi Kemendag dengan API dan *Standard Chartered Bank*, pemantapan kerjasama pengembangan ekspor di Medan, identifikasi kerjasama pengembangan ekspor di beberapa



daerah, dan penyusunan kebijakan perlindungan tenaga kerja perempuan pelaku usaha kecil mikro (UKM).

Dibidang pengembangan promosi & pencitraan, telah melakukan kegiatan beberapa pameran yang diadakan Arab Saudi, Barcelona, Kanada, dan Sao Paulo, yang sebagian besar dikoordinasikan oleh ITPC di lokasi masing-masing. Untuk layanan *inquiry* telah diterima sebanyak 12 permintaan, kunjungan 5 *buyer* asing ke Indonesia, dan kunjungan tamu untuk memperoleh informasi yang tersedia di Perpustakaan Ekspor.

Dibidang pengembangan SDM ekspor, telah dilakukan beberapa pelatihan terkait baik di Jakarta maupun di berbagai daerah.

KUNCI KEBERHASILAN KOREA SELATAN



Korea Selatan berkembang menjadi salah satu dari empat macam Asia. Rahasianya terletak pada kepercayaan masyarakat Korea akan kerja keras, sesuai ajaran Confusius. Pembangunan karakter dan kebangsaan yang tangguh, jiwa kewirausahaan, tenaga kerja terlatih, pengelolaan utang luar negeri yang baik, pemerintahan yang relatif bersih, kondisi sosial politik yang relatif aman dan makro ekonomi yang solid menjadi tumpuannya.

Keberhasilan Korea Selatan tidak terlepas dari perhatian pemerintah terhadap pendidikan, pembangunan sumber daya manusia dan kegiatan industri berbasis budaya serta investasi besar di bidang riset teknologi dan kebijakan industri yang memberikan kontribusi besar bagi peningkatan ekonomi nasionalnya. Dari segi strategi kebijakan, pemerintah Korea Selatan menyadari pentingnya mengembangkan sektor

generatif, meliputi sektor ekonomi unggulan yang menjadi akumulasi kapital dan menciptakan *multiplier effect* pada industri turunan dan industri terkait.

Demi pembangunan ekonomi, langkah awal yang dilakukan adalah melakukan reformasi pendidikan hingga menyamai komitmen negara maju. Dengan jumlah lulusan S3 per kapita tertinggi di dunia dengan mayoritasnya lulusan Amerika. Diantara anggota G-20, Korea Selatan memiliki index inovasi tertinggi di dunia tahun 2009, hanya setingkat di bawah Singapura.

Menengok keberhasilan Korea Selatan tersebut, koordinasi kebijakan industrialisasi yang berorientasi ekspor, pusat dan daerah sangat penting bagi Indonesia, mengingat aktivitas industri yang masih berpusat di pulau Jawa. Kolaborasi yang baik antar pemerintah dengan pengusaha amat dibutuhkan dalam rangka mengikuti dinamika pasar global. (sf)

Daftar Importir



A.I. GROUP

57, Avenue Augustin Dumont F 92240
Malakoff Cedex, Malakoff Cedex, Germany
Phone : (33-1) 42530152
Fax : (33-1) 40928446
Website : www.aigroup.fr
Contact Person : Mojgan Strenna, Mr.
Product : Cocoa Beans, Whole Or Broken,
Raw Or Roasted.

SAMYAR ENGINEERING GROUP

No. 2/28 Golshan St Ramezani St Ahmad
Abad Azadegan Highway, Tehran, Iran
Phone : (98 228) 2725526-7
Fax : (98 228) 2725526-7
Email : samyar@samyar.ir
Website : www.samyar.ir
Contact Person : S.Ahmadzadeh, Mr.
Product : Electrical Cables.

ALFINCOLES ENTERPRISES

3, Ignacia B/D, 1684 San Roque, Roxas
Philippines
Phone : (63) 36-621 1827
Fax : (63) 36-621 5008
Email : -
Website : -
Contact Person : Nick Villarruz, Mr.
Product : Machinery for Making Pulp of
Fibrous Cellulosic Material or for Finishing
Paper & Paperboard; Parts.

A.V.S BOULONNERIE

70/76 Rue Maurice Bouchery F 59472,
Seclin, Germany
Phone : (33-3) 20329927
Fax : (33-3) 20329657
Email : avs.boulonnerie@yahoo.fr
Website : www.avs-boulonnerie.fr
Contact Person : Le Perco, Ms.
Product : Cocoa Beans, Whole Or Broken,
Raw Or Roasted.

ANCHOR CHEMICALS INC.

8 Kalayaan Ave., Diliman Quezon City, Metro
Manila, Philippines
Phone : (63) 2-921 5766
Fax : (63) 2-921 5758
Email : -
Website : -
Contact Person : Cas Catarojja, Mr.
Product : Food And Pharmaceutical Grade Of
Calcium Carbonate.

SANTAM

No. 140 & 142, 17 Shahrivar Blvd , sanaye
Felezi St, 5Th km of old Karaj Road, Tehran
Iran
Phone : (98 21) 6681 4497-8
Fax : (98 21) 6681 6581
Email : info@santamco.com
Website : www.santamco.com
Contact Person : M.H.Mirsadeghi Esfahani,
Mr.
Product : Machinery.

SAM LIFT TRUCK CO

Unit 10, 3 rd Floor Simorgh Building
Bahadori Ave, Tehran, Iran
Phone : (98 411) 523 6441-5242 507
Fax : (98 411) 5234 780
Email : info@samliftruck.com
Website : www.samliftruck.com
Contact Person : M.A. Seyedi, Mr.
Product : Diesel-electric Locomotives.

ACCURATE DENTAL PRODUCTS

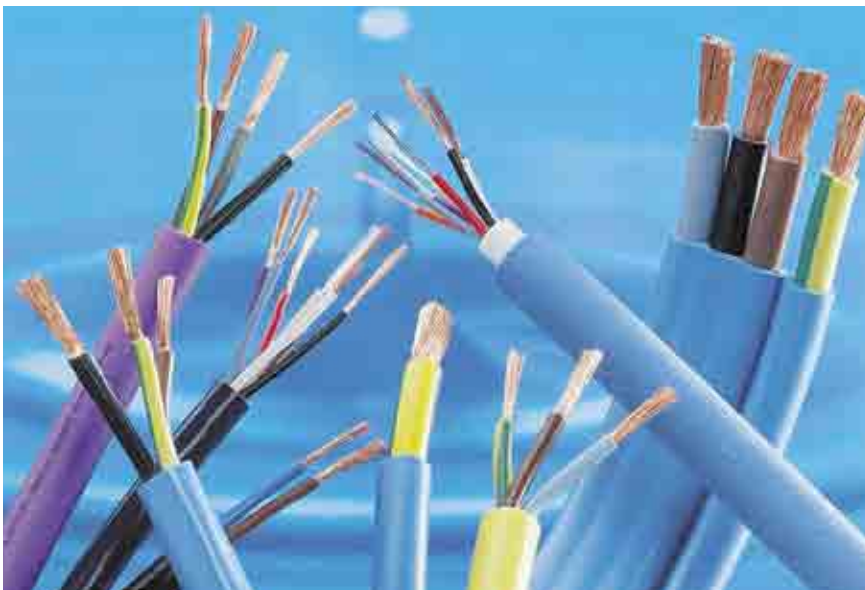
22 West Capitol DR., Cap Tolyo, Pasig City
Philippines
Phone : (63) 2-633 141
Fax : (63) 2-631 7034
Email : -
Website : -
Contact Person : Lourdes Jimenea
Villaroman, Mr.
Product : Other Medical Instruments &
Appliances, Inst./appl. used in med./surg./
dental/veterinary sciences, Medical, Surgical
or Laboratory Sterilizers.

ABIC SAVEURS DE MONDE

76, Rue De La Republique F 92190, Meudon
Germany
Phone : (33-1) 49661695
Fax : (33-1) 46239291
Email : info@abic-saveurs.com
Website : www.abic-saveurs.com
Contact Person : Abl Bariki, Mr.
Product : Cocoa Beans, Whole Or Broken,
Raw Or Roasted.

ROKH DESIGN GROUP

Unit 2 No. 33 4Th St Ahmad Ghasir Ave,
Tehran, Iran
Phone : (98 21) 8898 6224
Fax : (98 21) 8898 6224
Email : amirial@yahoo.com
Contact Person : A.Amiri, Mr.
Product : Compound Plasticisers for Rubber
or Plastic.



See you at...



T R A D E X P O
Indonesia

THE 26th TRADE EXPO INDONESIA

Exhibition • Trade Expo Forum • Product Presentation
• Networking Reception • Indonesian Iconic Pavilion

October 19 - 23, 2011

**Jakarta International Expo
Kemayoran-Jakarta, Indonesia**

DGNED - Directorate General of National Export Development
Jl. M.I. Ridwan Rais No. 5
Main Building 3th Floor
Jakarta, 10110, Indonesia
Phone : + 62 - 21 3858171
Fax: +62-21 2352 8652
email: p2ie@kemendag.go.id

DGNED
Directorate General of
National Export Development

