

Laporan Informasi Pasar Kopra, Produk Kelapa, Arang Kelapa di India



RINGKASAN EKSEKUTIF

Kelapa adalah produk serbaguna dan memiliki banyak kegunaan. Hampir semua bagian dari kelapa yang baru ditanam, dapat dimakan atau lainnya, digunakan dengan cara tertentu.

Kelapa ditanam di lebih dari 90 negara di dunia tetapi India sebagai produsen terbesar menempati posisi penting dalam ekonomi kelapa dunia. Tiga negara produsen teratas, India, Indonesia dan Filipina. India adalah salah satu produsen kelapa terkemuka di dunia, menghasilkan 13 miliar Kelapa per tahun. Kelapa sebagian besar dibudidayakan di daerah pesisir negara itu. Di India, kelapa dibudidayakan terutama di daerah pesisir Kerala, Tamil Nadu, Karnataka dan Andhra Pradesh dan keempat produsen ini bersama-sama menyumbang lebih dari 90 persen dari total area dan produksi di negara tersebut. Namun demikian, sektor kelapa dihadapkan pada beberapa kendala dan tantangan seperti produktivitas yang rendah dan fluktuatif akibat tanaman yang sudah tua, kurangnya bahan tanam yang berkualitas, timbulnya penyakit dan serangga hama, manajemen pertanian yang buruk, kurangnya tenaga terampil, kurangnya fasilitas irigasi yang terjamin, manajemen dan infrastruktur pasca panen yang buruk, kurangnya akses ke pasar yang terjamin, dan persaingan dari minyak pengganti.

Minyak kelapa memiliki keunggulan dibandingkan minyak nabati lainnya seperti minyak sawit di negara ini, mengingat nilai makanan, aroma, dan rasa yang khas serta preferensi di wilayah selatan. Karena minyak kelapa lebih mahal daripada minyak sawit, oleh karena itu, konsumen yang sensitif terhadap harga cenderung beralih ke minyak nabati yang lebih murah seperti minyak sawit.

Di tengah meningkatnya persaingan ketat di pasar global yang timbul dari lingkungan perdagangan yang diliberalisasi, prospek masa depan industri kelapa hanya terletak pada kemampuan kompetitifnya secara keseluruhan. Industri harus memanfaatkan seluruh potensi kelapa sebagai sumber daya terbarukan, yang dapat digunakan untuk menghasilkan berbagai produk alami yang ramah lingkungan, dengan beragam penggunaan akhir dan aplikasi. Demikian pula, negara-negara penghasil kelapa perlu memanfaatkan sepenuhnya keunggulan kompetitif masing-masing, dalam budidaya, pengolahan, dan pemasaran kelapa.

Pasar Kopra, Produk Kelapa dan Arang Kelapa di India

Daftar Isi

Ringkasan Eksekutif	i
Bab 1	1
Pendahuluan	1
1.1 Tujuan Laporan	1
1.2 Metodologi dan Sumber Data	1
1.3 Deskripsi Produk dan Ruang Lingkup Laporan	1
1.3.1 Profil dan Deskripsi Produk	1
1.3.2 Pasar Produk dan Ukuran Pasar	2
1.3.3 Ruang Lingkup Laporan	5
1.4 India Info Umum dan Statistik Perdagangan Kopra, Arang Produk Kelapa	6
1.4.1 Impor India dari Dunia (5 Tahun Terakhir)	12
1.4.2 Impor India dari Indonesia (5 tahun terakhir)	12
1.4.3 Impor India dari negara lain (5 tahun terakhir)	13
1.5 Pasar Kopra, Produk Kelapa, Arang Kelapa di India	16
Bab 2	28
Analisis Pasar dan Produk	28
2.1 Tren Produk	28
2.2 Struktur Pasar	31
2.3 Jalur Distribusi	34
2.4 Persepsi untuk Kopra, Produk Kelapa dan Arang Kelapa Indonesia di Pasar India	38
2.5 Kekuatan, Kelemahan, Peluang, Ancaman, Kelemahan Kopra, Produk Kelapa dan Arang Kelapa di India	40
Bab 3	41
Persyaratan dan Peraturan & Kebijakan Produk	41
3.1 Peraturan dan Kebijakan Distribusi Produk	41
3.1.1 Kebijakan dan Peraturan Impor Kopra, Produk Kelapa dan Arang di India	42
3.1.2 Peraturan dan Kebijakan Pelabelan di India	47
3.1.3 Peraturan dan Kebijakan Pengemasan Kopra, Produk Kelapa dan Arang di India	49
3.1.4 Peraturan dan Kebijakan Distribusi Produk	50
3.2 Peraturan dan Kebijakan Pemasaran	50
3.3 Metode Transaksi	53
3.4 Informasi Harga	56
3.5 Pesaing	58
3.5.1 Pesaing Produk Khusus (Produk Lokal dan Asing)	58
3.5.2 Strategi Yang Dilakukan Pesaing untuk Memasarkan Produk Indonesia di India	65
3.6 Informasi Penting Lainnya	66

Bab 4	70
Kesimpulan dan Rekomendasi Kebijakan	70
4.1 Kesimpulan	70
4.2 Rekomendasi	71
4.3 Referensi	72
LAMPIRAN	
Lampiran A Daftar Importir India	73
Lampiran B Daftar Pameran	76
Lampiran C Informasi yang Berguna	77
Lampiran D Asosiasi	77
Lampiran E Daftar Eksportir Indonesia	78
Lampiran F Kontak Informasi	83

Daftar Tabel

Tabel 1. <i>Wholesale Price India (WPI) India 2020</i>	6
Tabel 2. <i>Consumer Price Index (CPI) India 2020</i>	7
Tabel 3. Impor India dari dunia (5 Tahun Terakhir)	12
Tabel 4. Impor India dari Indonesia (5 Tahun Terakhir)	12
Tabel 5. India Impor dari Luar Negeri (5 Tahun Terakhir) Komoditi: 120300 Kopra	13
Tabel 6. India Impor dari negara lain (5 Tahun Terakhir) Komoditi: 151319 Kelapa (Kopra) Minyak sulingan dan fraksi	13
Tabel 7. India Impor dari Negara Lain (5 Tahun Terakhir) Komoditi: 151321 Inti Sawit / Minyak Babasu Dan Fraksinya	14
Tabel 8. India Impor dari Negara Lain (5 Tahun Terakhir) Komoditi: 151329 <i>Refined Palm Kernel</i> / Babasu Oil Dan Fraksinya	15
Tabel 9. India Impor dari Luar Negeri (5 Tahun Terakhir) Komoditi: 080111 Kelapa Kering	15
Tabel 10. India Impor dari negara lain (5 Tahun Terakhir) Komoditi: 440290 Arang Kayu (Termasuk Batok atau Arang Kelapa), Diaglomerasi: lain-lain:	16
Tabel 11. Statistik Kelapa di India	31
Tabel 12. Struktur Pajak	42
Tabel 13. Kebijakan dan Ketentuan Impor Kode HS 12030000	42
Tabel 14. Persentase Pajak Tambahan Kode HS 12030000	42
Tabel 15. Kebijakan dan Ketentuan Impor Kode HS 15131900	43
Tabel 16. Revisi Kebijakan Impor Kopra & Minyak Kelapa	43
Tabel 17. Kebijakan dan Ketentuan Impor Kode HS 15132110	44
Tabel 18. Kebijakan dan Ketentuan Impor Kode HS 15132910	44
Tabel 19. Persentase Pajak Tambahan Kode HS 1513	44
Tabel 20 Kebijakan dan Peraturan Impor Kode HS 08011100	45
Tabel 21. Revisi Kebijakan Impor 0801 11 00	45
Tabel 22. Persentase Pajak Tambahan Kode HS 0801	46
Tabel 23. Peraturan dan Kebijakan Impor Kode HS 44029010	46
Tabel 24. Peraturan dan Kebijakan Impor Kode HS 44029090	46
Tabel 25. Catatan – <i>Role of Origin</i>	47
Tabel 26. Peraturan dan Kebijakan Impor Kode HS 44029010	47
Tabel 27. Ukuran Logo	48
Tabel 28. Informasi Harga	58

PICTURES LIST

Gambar 1. Karbon Aktif	28
Gambar 2. Sahasra Beauty Bali Virgin Coconut Oil	39
Gambar 3. Produk Kelapa Kara	39
Gambar 4: Produk Marico Ltd.	59
Gambar 5. Produk Coco Soul	60
Gambar 6. Produk Nihar	60
Gambar 7 Produk Flareon	61
Gambar 8. Produk VESP	62
Gambar 9. Produk Palmo	63
Gambar 10: Produk Asli Thailand	64

Diagram

Diagram 1. Pola Konsumsi Kelapa di India	33
--	----

BAB I

PENGANTAR

1.1 Tujuan

Memberikan informasi tentang pasar Kopra, Produk Kelapa dan Arang di India untuk membantu eksportir, produsen, distributor Indonesia untuk mempelajari pasar yang ada, pelanggan, kendala, persaingan, dan potensi pertumbuhan di pasar India.

1.2 Metodologi dan Sumber Data

Metodologi yang digunakan untuk laporan ini merupakan penelitian sekunder dan primer. Penelitian Sekunder

Penelitian sekunder telah dilakukan untuk memperoleh informasi tentang:

- Skenario ekonomi makro ekonomi India
- Kebijakan dan peraturan pemerintah sektor tertentu termasuk pajak dan bea masuk.
- Data Impor

Rincian spesifik sektor dan informasi yang relevan dengan sumber informasi utamanya adalah:

- a. Department of Commerce, Ministry of Commerce and Industry Government of India, Indian Trade Portal*
- b. Ministry of Finance – Department of Revenue, Central Board of Indirect Taxes and Customs Goods and Services Tax*
- c. Coconut Development Board, Ministry of Agriculture and Farmers Welfare, Government of India*
- d. Directorate General of Foreign Trade, Government of India, Ministry of Commerce and Industry*

1.3 Deskripsi Produk dan Cakupan Laporan

1.3.1 Pemilihan Produk, Profil dan Deskripsi Produk

Laporan di sektor kelapa ini untuk kopra, produk kelapa dan arang kelapa sebagai produk potensial dari pohon kelapa dan menilai kelayakan untuk meningkatkan rantai nilai dari kopra ke minyak kelapa dan produk sampingan lainnya. Sehubungan dengan permintaan global untuk minyak nabati, minyak kelapa secara tradisional menduduki peringkat rendah di antara pilihan konsumen, tetapi dalam beberapa tahun terakhir hal ini telah berubah dengan meningkatnya kesadaran akan manfaat kesehatan dari memasak dengan minyak kelapa. Selain itu, penggunaan kelapa lainnya termasuk bubuk kelapa kering yang sangat populer, kosmetik dan produk perawatan kesehatan, oleokimia dan geotekstil semuanya digabungkan untuk menjadikan produk kelapa sebagai produk hijau yang permintaannya relatif tinggi.

Bagian laporan ini menyajikan studi tentang kekuatan dan kelemahan sektor tersebut. Laporan ini mengeksplorasi karakteristik umum dari sektor tersebut, peluang pasar potensial dan kebijakan impor di India.

Kelapa adalah tanaman perkebunan yang populer dan ditanam di lebih dari 90 negara di seluruh dunia. Meskipun cukup sulit untuk membangun kebun kelapa, namun setelah dilakukan ternyata sangat bermanfaat karena kelapa dipanen sepanjang tahun. Produksi kelapa dunia mencapai sekitar 55 juta ton per tahun. Indonesia dan Filipina adalah penghasil utama buah kelapa di dunia.

Kelapa adalah salah satu pohon atau buah terpenting yang sebelumnya tumbuh di wilayah India-Indonesia tetapi sekarang tumbuh di sebagian besar negara di wilayah tropis. Ada banyak sekali penggunaan komersial dari berbagai bagian kelapa dan turunannya. Bagian-bagian berbeda dari kelapa yang digunakan adalah kulitnya, bagian dalam kelapa, airnya, daunnya, dan lainnya. Batok kelapa yang sebelumnya dibuang sekarang digunakan untuk berbagai macam aplikasi yang digunakan dalam bentuk arang, digunakan untuk membuat kerajinan tangan, karbon aktif tempurung kelapa digunakan dalam pasta gigi, obat-obatan, sabun dan lainnya. Permintaan akan bubuk tempurung kelapa dalam berbagai aplikasi diperoleh melalui daya tahan, ketangguhan, daya serap dan ketahanan air yang lebih baik untuk adanya pengumpulan jamur.

Kopra, bagian dalam kelapa yang dikeringkan, inti dari buah kelapa (*Cocos nucifera*). Kopra dapat digunakan untuk minyak kelapa yang diekstraksi darinya dan untuk residu yang dihasilkan, bungkil kelapa, yang sebagian besar digunakan untuk pakan ternak.

Arang adalah bahan bakar padat yang digunakan untuk memanaskan dan memasak yang dibuat melalui proses karbonisasi, yaitu proses di mana zat karbon kompleks — seperti kayu atau biomassa lainnya dipecah melalui proses pemanasan lambat menjadi karbon dan senyawa kimia lainnya.

1.3.2 Pasar Produk dan Ukuran Pasar

Produksi kopra adalah aktivitas komersial utama yang berpusat di sekitar budidaya kelapa. Kelapa tumbuh di berbagai jenis tanah seperti lempung berpasir merah, *alluvial*, *laterit*, berpasir pantai dan lainnya.

Tidak ada musim khusus untuk menanam kelapa. Tapi biasanya ditanam selama bulan Juni-Juli dan Des-Jan. Umur pohon kelapa sekitar 60 tahun. Pohon kelapa mulai berbunga setelah 5 hingga 6 tahun sejak tanam.

Kerala, Karnataka, Tamil Nadu, dan Andhra Pradesh adalah negara bagian terkenal untuk produksi kopra di India.

Filipina, Indonesia, India, Vietnam, Meksiko, Papua Nugini, Thailand, Sri Lanka, Kepulauan Solomon dan Malaysia adalah negara penghasil kopra teratas dunia.

Papua Nugini, Indonesia, India, Kepulauan Solomon, Thailand dan Malaysia merupakan negara pengekspor utama kopra.

Pusat perdagangan lokal untuk Kopra di India adalah:

Karnataka (Hassan, Koppal, Tumkur)

Kerala (Alappuzha, Ernakulam, Kannur, Kasargod, Kozhikode, Thiruvananthapuram)

Tamil Nadu (Erode)

Kopra diperdagangkan di pasar berjangka komoditas di *the National Multi Commodity Exchange of India Ltd (NMCE)*.

Pasar arang global diperkirakan akan tumbuh secara signifikan selama periode yang diproyeksikan karena meningkatnya permintaan untuk produk dalam memasak dan produksi logam, bangunan & konstruksi, perawatan kesehatan, filter industri, dan aplikasi farmasi. Arang dapat digunakan sebagai bahan bakar pengganti batu bara dalam memasak. Selain itu, adopsi gaya *barbeque* yang berkembang dalam masakan restoran diharapkan dapat mendorong permintaan arang.

Dalam produksi logam, arang dapat terbakar hingga 370 Derajat Celcius dengan emisi dioksida yang relatif rendah. Pada baja dan besi, arang digunakan sebagai bahan bakar metalurgi karena kapasitas pemanasannya yang tinggi. Dengan pertumbuhan industri bangunan & konstruksi di negara berkembang seperti India dan Cina, permintaan akan besi dan baja tumbuh, yang kemungkinan akan berdampak positif terhadap pertumbuhan pasar arang. Arang aktif, bila dicampur dengan semen, meningkatkan kekuatan komprehensifnya dan berfungsi sebagai pengikat pada beton ringan. Selain itu, arang aktif mengurangi adanya pori-pori pada beton konvensional sehingga meningkatkan performa beton. Meningkatnya permintaan semen dari industri konstruksi, terutama di Asia-Pasifik, diharapkan dapat mendorong pertumbuhan pasar arang.

Arang aktif dapat digunakan sebagai agen detoksifikasi dalam industri perawatan kesehatan dan farmasi. Produk ini memurnikan darah, mengurangi gangguan pencernaan, dan meningkatkan perlindungan anti jamur. Bubuk arang dapat dengan mudah digunakan jika terjadi keracunan, obat-obatan, dan overdosis alkohol karena merupakan penyerap yang bagus. Produk ini juga membantu membuang racun berbahaya dalam tubuh manusia. Dengan penelitian yang berkembang di bidang medis untuk menggunakan arang dalam aplikasi perawatan kesehatan, permintaan akan produk tersebut kemungkinan akan meningkat di tahun-tahun mendatang.

Untuk pasar produk pencuci muka yang berasal dari arang di Asia-Pasifik diperkirakan akan menguasai pangsa pasar global selama periode prakiraan, terutama karena kehadiran sejumlah besar produsen produk kosmetik di negara berkembang seperti China, India, Korea Selatan, dan Jepang. Selain itu, meningkatnya pendapatan yang dapat dibelanjakan di kalangan konsumen di kawasan ini, ditambah dengan ketersediaan sumber daya alam yang sangat besar untuk memproduksi produk berbasis arang di negara-negara tersebut, yang secara signifikan akan berkontribusi pada pertumbuhan pasar pencuci muka arang di Asia-Pasifik.

Perkembangan industri *baking* akibat perubahan gaya hidup & kebiasaan makan konsumen telah mendorong tumbuhnya pasar bubuk kelapa kering. Dengan mudah kelapa didapatnya di pasar melalui toko ritel, online, supermarket, yang telah mendorong pertumbuhan pasar.

Namun, pasokan kelapa diperkirakan tidak pasti di masa depan karena perubahan iklim yang merugikan, yang kemungkinan akan menghambat pertumbuhan pasar bubuk kelapa kering di tahun-tahun mendatang.

Selain itu, ketersediaan beberapa pengganti bubuk kelapa kering di pasaran seperti kelapa segar, Kelapa Brazil, atau *macadamia* yang menawarkan rasa & tekstur serupa seperti bubuk kelapa kering menjadi penahan utama pasar. Sebaliknya, peningkatan pilihan konsumen terhadap bahan organik yang akan digunakan dalam makanan mereka diantisipasi akan meningkatkan permintaan akan bubuk kelapa kering organik, sehingga menawarkan peluang remunerasi untuk perluasan pasar dalam waktu dekat.

India adalah negara penghasil kelapa terbesar ketiga di dunia. Kopra dan minyak kelapa merupakan dua produk utama industri pengolahan kelapa. Hampir 60% dari total produksi kacang-kacangan digunakan untuk keperluan makanan dan sisanya digunakan untuk ekstraksi minyak. Terlepas dari kenyataan bahwa negara kita memiliki bahan baku yang diperlukan untuk meluncurkan lini produk baru, kemajuan minimal telah terjadi dalam penerapan teknologi modern untuk pemanfaatan penuh berbagai produk kelapa seperti kelapa kering, bubuk krim kelapa, parutan kelapa yang dihilangkan lemaknya sebagai, air kelapa dalam kemasan, dan lainnya. Kelapa kering banyak digunakan dalam pembuatan manisan, kembang gula, pembuatan kari, dan lainnya. Saat ini sekitar 4000 ton kelapa kering diproduksi setiap tahun. Konsentrasi utama unit yang memproduksi kelapa kering berada di Kerala, Tamil Nadu, Andhra Pradesh, Karnataka, Orissa dan Maharashtra. Kelapa kering tidak hanya menjadi produk yang memiliki nilai tambah, tetapi sebagai industri padat karya juga akan membuka lapangan kerja yang besar.

Sebagai barang konsumsi massal, kelapa kering memiliki pasar yang bagus. Saat ini sekitar 4000 ton kelapa kering diproduksi setiap tahun dan digunakan terutama oleh industri kembang gula dan biskuit. Kelapa kering mungkin mendapatkan pasar yang bagus di daerah di mana kelapa tidak diproduksi, khususnya di India Utara. Kebiasaan makan masyarakat saat ini berubah dengan sangat cepat dan sejumlah jenis makanan diperkenalkan setiap hari di mana kelapa kering juga dapat digunakan. Jadi ada ruang lingkup yang baik untuk unit skala kecil baru yang akan muncul di lini produksi ini.

1.3.3 Lingkup Laporan

Kopra

Kode HS	Deskripsi
1203	Kopra
120300	Kopra

1513 Kelapa (Kopra), Inti Sawit Atau Minyak Babassu Serta Fraksi Daripadanya, Dimurnikan Atau Tidak, Tapi Tidak Dimodifikasi Secara Kimiawi

15131900 Minyak kelapa (kopra), inti sawit atau babassu dan fraksinya, dimurnikan maupun tidak, tetapi tidak dimodifikasi secara kimiawi: Minyak kelapa (kopra) dan fraksinya: Lain-lain

15132110 Minyak kelapa (kopra), inti sawit atau babassu dan fraksinya, dimurnikan maupun tidak, tetapi tidak dimodifikasi secara kimiawi: Minyak inti sawit atau minyak babassu dan fraksinya: Minyak Mentah: Minyak inti sawit.

151329 Kernel kelapa sawit murni / babasu minyak dan turunannya

Nilai Tambah Produk Kelapa dari Kelapa

0801 Kelapa, kacang Brazil dan kacang mete, segar atau kering, baik atau tidak dikupas atau dikupas.

08011100 Kelapa, kacang brazil dan kacang mete, segar atau dikeringkan, dikupas atau dikupas maupun tidak: Kelapa: Kering

4402 Arang Kayu (Termasuk Batok atau Arang kelapa), Baik atau tidak teraglomerasi.

44029090 Arang kayu (termasuk arang batok atau kelapa), diaglomerasi maupun tidak: Lainnya: Lainnya

1.4 Info Umum Negara India dan Statistik Perdagangan Kopra, Produk Kelapa dan Arang

Demografi

Setelah Cina, India adalah negara terpadat kedua di dunia - dengan populasi saat ini melebihi 1,3 miliar. Dengan hanya sepertiga dari luas daratan Cina, populasi India tertinggal hanya 47 Juta. Negara ini memiliki kepadatan penduduk yang tinggi yaitu 450 orang per km persegi, yang mendukung skala ekonomi dan menawarkan basis konsumen yang luas dan beragam. Sekitar 62,5% penduduk India termasuk dalam kelompok usia kerja 15-59 tahun.

Daerah

India adalah negara terbesar ketujuh dalam hal luas daratan, dengan luas 2,9 juta km persegi. total lahan pertanian adalah sekitar 60,4%, dimana 52,6% adalah subur. Sekitar 23,8% dari total luas daratan ditutupi oleh hutan. Negara ini memiliki perbatasan darat 15.200 km dan garis pantai 7.516 km. India ditentukan oleh Pegunungan Himalaya, pegunungan terbesar di dunia, membentang dari utara ke timur laut negara itu. Negara ini memiliki Gurun Thar dan Rann Kutch di barat, dan daerah aliran sungai Dataran Indo-Gangga di timur. Gangga, sungai terbesar di India mengalir melalui 11 negara bagian di utara sebelum memasuki Bangladesh. Selanjutnya, India dikelilingi oleh Laut Arab dan Samudra Hindia di sebelah barat dan selatan masing-masing - dan Teluk Benggala di sebelah timur.

Inflasi

Inflasi di India diukur menggunakan *Consumer Price Index (CPI)*, yang mengukur perubahan harga 260 komoditas dan jasa di tingkat ritel. Negara itu bergeser dari *Wholesale Price Index (WPI)* ke CPI.

Tabel 1 : *Wholesale Price India (WPI) India 2020*

	Jan	Feb	Mar	Apr	May	Jun	Jul	Aug	Sep	Okt	Nov	Des
2020	3,1	2,26	1		-	-	-	0.16	1.32	1.48	1.55	
					3.21	1.81	0.58					
2019	2,76	2,93	3,10		2.79	2.02	1.17	1.17	0.33	1.48	0.58	

https://eaindustry.nic.in/wpi_press_release_archive.asp

Tabel 2 : Consumer Price Index (CPI) India 2020

Consumer Price Index (CPI) untuk wilayah pedesaan dan Kota dan Gabungan

	<i>Rural</i>	<i>Urban</i>	<i>Combination</i>
Januari 2020	7,73	7,39	7,59
Februari 2020	6,67	6,57	6,58
Maret 2020	6,09	5,66	5,91
April 2020	-	-	-
Mei 2020	-	-	-
Juni 2020	6,34	6,12	6,23
Juli 2020	7,04	6,84	6,93
Agustus 2020	6,66	6,80	6,69
September 2020	7,36	7,26	7,27
Oktober 2020	7,75	7,33	7,61
November 2020	7,20	6,73	6,93
December 2020	4.07	5.19	4.59

Sumber : Government of India, Ministry of Statistics and Programme Implementation National Statistical Office

Note : CPI (General) tidak dirilis untuk April & Mei 2020.

Perkembangan Sektoral

Sektor-sektor utama yang mendorong pertumbuhan ekonomi India meliputi - konstruksi, layanan keuangan, teknologi, otomotif, dan perawatan kesehatan. Dengan diluncurkannya prakarsa 'Make in India', negara ini telah mengalami peningkatan dalam pembangunan infrastruktur, dengan pertumbuhan 5,6% diharapkan di sektor tersebut antara 2016-20. Pertumbuhan di sektor jasa keuangan India didorong oleh peningkatan pendapatan dan kesadaran, dengan industri manajemen aset India mencapai \$ 321 miliar pada Februari 2019, dan menjadi salah satu yang tumbuh paling cepat secara global. India memiliki basis pelanggan internet terbesar kedua di dunia, dan merupakan pusat start-up teknologi terbesar ketiga. Pasar teknologi domestiknya tumbuh paling cepat di kawasan Asia-Pasifik. Sektor otomotif India diharapkan tumbuh pada tingkat pertumbuhan tahunan gabungan (CAGR) sebesar 15% menjadi \$ 300 miliar pada tahun 2026, dan menjadi pasar otomotif terbesar ketiga dalam hal volume. Sektor perawatan kesehatan di India diharapkan tumbuh pada CAGR 22,9% menjadi \$ 372 miliar pada tahun 2022.

Impor dan ekspor

Komoditi Ekspor :

Produk minyak bumi, bahan bakar mineral termasuk minyak, permata, logam mulia, mesin termasuk komputer, organik, mesin listrik, peralatan, bahan kimia, besi, baja, dan produk farmasi.

Komoditi Impor :

Minyak bumi mentah, emas, mutiara, batu mulia, produk minyak bumi, Instrumen telekomunikasi, komponen elektronik, mesin industri, komponen elektronik, lemak hewani / nabati, minyak, lilin, Plastik, barang plastik, dan peralatan medis.

Undang-undang Tarif Bea Cukai dan Undang-undang Tarif Cukai Pusat telah menetapkan bea masuk yang dikenakan atas perdagangan. *The Directorate General of Foreign Trade (DGFT)* adalah badan yang mempromosikan dan memfasilitasi perdagangan luar negeri, melaksanakan *The Foreign Trade Policy (FTP)* dan mengeluarkan otorisasi kepada eksportir.

25 Negara Utama Tujuan Utama India

- | | | |
|-------------------|------------------|------------------|
| 1. USA | 11. Malaysia | 21. Indonesia |
| 2. UAE | 12. Saudi Arabia | 22. South Africa |
| 3. China | 13. Belgium | 23. Brazil |
| 4. Hong Kong | 14. France | 24. Spain |
| 5. Singapore | 15. Vietnam | 25. Srilanka |
| 6. United Kingdom | 16. Italy | |
| 7. Netherlands | 17. Turkey | |
| 8. Germany | 18. South Kora | |
| 9. Bangladesh | 19. Japan | |
| 10. Nepal | 20. Thailand | |

25 Negara Utama Sumber Impor India

- | | | |
|-----------------|---------------|--------------------|
| 1. China | 11. Germany | 21. South Africa |
| 2. USA | 12. Japan | 22. Thailand |
| 3. UAE | 13. Malaysia | 23. United Kingdom |
| 4. Saudi Arabia | 14. France | 24. Venezuela |
| 5. Iraq | 15. Australia | 25. France |
| 6. Hongkong | 16. Qatar | |
| 7. Switzerland | 17. Kuwait | |
| 8. South Korea | 18. Belgium | |
| 9. Indonesia | 19. Vietnam | |
| 10. Singapore | 20. Russia | |

Produk Domestik Bruto (PDB)

PDB India diperkirakan berkontraksi sebesar 7,7 persen pada Tahun Anggaran 2020-21, terdiri dari penurunan tajam sebesar 15,7 persen pada paruh pertama dan penurunan 0,1 persen pada paruh kedua. Dari segi sektor, pertanian tetap menjadi lapisan perak sementara layanan berbasis kontak, manufaktur, konstruksi terpukul paling parah, dan terus pulih dengan mantap. Konsumsi pemerintah dan ekspor bersih telah menahan pertumbuhan agar tidak turun lebih jauh.

Perpajakan

Struktur pajak di India dibagi menjadi pajak langsung dan tidak langsung - yang dipungut atas penghasilan kena pajak yang diperoleh individu dan atas penjualan dan penyediaan barang dan jasa masing-masing. Pajak dipungut oleh Pemerintah Pusat dan Negara Bagian. Beberapa pajak kecil juga dikenakan oleh otoritas lokal, termasuk badan-badan

kota. Beberapa pajak langsung yang umum termasuk pajak pendapatan, bea materai dan pendaftaran. Pajak tidak langsung termasuk bea masuk, GST pusat, cukai pusat dan PPN.

Pemerintah India mengeluarkan Amandemen pada Agustus 2016 untuk meluncurkan Pajak Barang dan Jasa (GST) - menyederhanakan struktur pajak tidak langsung yang kompleks. Struktur tarif GST telah diterapkan sebagaimana berikut :

- 5% - barang yang umum digunakan, termasuk barang dan jasa
- 12% - Tarif standar barang dan jasa (saat ini pajak atas tarif yang dikurangi)
- 18% - Tarif standar
- 28% - Barang mewah seperti tembakau, barang mewah kelas atas
- 0% - Barang pokok termasuk makanan dan layanan tertentu

Transportasi: Darat, Udara dan Air

Transportasi di India terdiri dari transportasi darat, air dan udara. Transportasi umum adalah moda transportasi jalan raya utama bagi sebagian besar warga India, dan sistem transportasi umum India termasuk yang paling banyak digunakan di dunia.

Jaringan jalan raya India adalah yang terbesar kedua dan salah satu yang tersibuk di dunia. Jaringan kereta api India adalah yang terbesar keempat dan tersibuk kedua di dunia, mengangkut 8,44 miliar penumpang dan 1,23 miliar ton barang setiap tahun, pada 2019. Penerbangan di India secara luas dibagi menjadi penerbangan militer dan sipil yang merupakan pasar penerbangan dengan pertumbuhan tercepat di dunia (data *The International Air Transport Association (IATA)*) dan Bangalore dengan 65% pangsa nasional adalah pusat manufaktur penerbangan terbesar di India. Jaringan saluran air India, berupa sungai, kanal, *backwaters* dan anak sungai, merupakan jaringan saluran air terbesar kesembilan di dunia. Transportasi kargo melalui jalur air sangat kurang dimanfaatkan di India dengan total kargo yang dipindahkan (dalam ton kilometer) melalui jalur air pedalaman menjadi 0,1 persen dari total lalu lintas darat di India.

Infrastruktur

India saat ini memiliki 77 pelabuhan utama dan non-utama yang menangani kargo, 86 bandara internasional dan domestik, dan lebih dari 5,5 juta km jaringan jalan raya. Negara ini menempati peringkat ke-44 dalam 167 negara Indeks Kinerja Logistik yang dikeluarkan oleh Bank Dunia pada tahun 2018. India telah menyaksikan pertumbuhan substansial dalam pengeluaran infrastruktur selama beberapa tahun terakhir, dengan alokasi anggaran lebih dari \$ 83 miliar untuk tahun fiskal 2018-19. Inisiatif seperti '*Bharatmala Pariyojana*', '*Proyek Sagarmala*', '*Smart Cities Mission*' dan '*Housing for All*' berkontribusi pada pertumbuhan peluang di sektor infrastruktur.

Sektor konstruksi (pembangunan dan kegiatan terkait) menarik *Foreign Direct Investment* (FDI) senilai \$ 3,3 miliar pada 2017-18. Sektor ini membutuhkan investasi \$ 777,7 miliar pada tahun 2022 untuk memastikan pembangunan infrastruktur yang berkelanjutan.

Sebagai salah satu semenanjung terbesar di dunia, India adalah pusat impor dan ekspor global yang ramai. Dengan begitu banyak pelabuhan utama di India yang membantu

menopang ekonomi berkembang India, perusahaan dari seluruh dunia melihat lebih dekat ke India sebagai markas potensial untuk operasi perdagangan global.

Sembilan negara bagian pesisir Maharashtra, Karnataka, Kerala, Goa, Gujarat, Tamil Nadu, Andhra Pradesh, Odisha, dan Benggala Barat menampung sebagian besar pelabuhan di India. Berikut adalah sepuluh pelabuhan pengiriman peti kemas dan kargo terbesar di India saat ini:

1. Pelabuhan Kandla

Terletak 90 kilometer dari Teluk Kutch, Pelabuhan Kandla dibangun pada tahun 1950-an di daerah Kandla Creek sebagai pelabuhan pemrosesan ekspor pertama di India. Pelabuhan ini adalah pelabuhan peti kemas terbesar di India dalam hal nilai dan jumlah kargo yang melewatinya setiap tahun. Pelabuhan ini juga dikenal sebagai pelabuhan paling makmur dan tersibuk, berkat profitabilitasnya yang tinggi untuk mengekspor biji-bijian dan mengimpor minyak. Saat ini, impor termasuk minyak bumi, mesin berat, garam, tekstil, dan bahan kimia.

2. Pelabuhan *Mumbai*

Pelabuhan *Mumbai* adalah pelabuhan terbesar di India berdasarkan ukuran dan lalu lintas pengiriman. Terletak di Mumbai barat di pantai barat India, Pelabuhan *Mumbai* terletak di pelabuhan alami. Kedalaman air mencapai 10-12 meter, memungkinkan dermaga dan jalur yang mudah untuk kapal kargo besar. Menangani sekitar 20 persen perdagangan luar negeri India, Pelabuhan Mumbai sangat penting bagi perekonomian dan operasi perdagangan India. Pelabuhan ini memiliki empat dermaga yang menangani banyak impor dan ekspor, termasuk minyak mentah dan minyak bumi, serta bahan kimia cair, tekstil, tembakau, mangan, kulit, dan mesin berat.

3. Pelabuhan *Chennai*

Sebagai pelabuhan terbesar kedua di India, Pelabuhan *Chennai* (juga dikenal sebagai pelabuhan Madras) menangani lebih dari 100 juta metrik ton kargo per tahun. Pelabuhan ini mulai beroperasi pada tahun 1881 sebagai pelabuhan ketiga yang didirikan di India. Pelabuhan *Chennai* terletak di Pantai *Coromandel* di Teluk Benggala. Pelabuhan ini berfungsi sebagai pelabuhan utama Tamil Nadu dan penyumbang besar bagi ekonomi lokal. Selain aktivitas pengiriman kargo dan peti kemas yang ramai, Pelabuhan *Chennai* menarik banyak wisatawan setiap tahun karena mercusuar di sekitarnya.

4. Pelabuhan *Port Blair*

Salah satu pelabuhan utama termuda di India, *Port Blair* dinyatakan sebagai pelabuhan pengiriman dan kargo resmi oleh pemerintah India karena kontribusinya yang signifikan terhadap perekonomian. Pelabuhan ini berada di dalam pelabuhan alami dengan kedalaman dua belas hingga tiga belas meter. Pelabuhan ini dapat menampung kapal kargo hingga panjang 500 kaki. Dinamai setelah ibu kota Andaman, di Kepulauan Nicobar, *Port Blair* berfungsi sebagai titik penghubung antara Teluk Benggala dan Laut Andaman.

5. Pelabuhan *Kolkata*

Dikenal sebagai "Gerbang India Timur", Pelabuhan Kolkata mengelola kargo yang datang dari Australia dan Asia Tenggara. Pelabuhan ini menggunakan dua sistem dermaga, dermaga Haldia dan dermaga Kolkata. Pelabuhan ini adalah pelabuhan tersibuk untuk perdagangan rami, dan pengekspor utama baja, bijih besi, tembaga, kulit, teh, dan batu bara. Impor meliputi mesin berat, kertas, pupuk, produk kimia, dan minyak mentah. Ini adalah pelabuhan sungai alami dan dapat dengan mudah menampung kapal hingga panjang 500 kaki.

6. Pelabuhan Tuticorin

Pelabuhan *Tuticorin* adalah pelabuhan segala cuaca yang menarik volume besar lalu lintas pengiriman global. Terletak di dalam pelabuhan buatan, memiliki kedalaman pelabuhan 10 meter. *Tuticorin* pernah dikenal sebagai pelabuhan utama perdagangan maritim dan pemancingan mutiara. Impor dan ekspor utama meliputi garam, biji-bijian, minyak goreng, minyak bumi, dan batu bara.

7. Pelabuhan Cochin

Pelabuhan *Cochin* adalah salah satu pelabuhan dengan pertumbuhan tercepat di India dan Laut Arab. Terletak di antara pulau Willingdon dan Vallarpadam, Pelabuhan ini mengelola 11 juta metrik ton barang impor saja setiap tahun. Impor dan ekspor terutama terdiri dari teh, kopi, rempah-rempah, pupuk, dan minyak mineral. Dengan kedalaman pelabuhan hampir 14 meter dan kedalaman kargo lebih dari sembilan meter, kapal ini dapat dengan mudah menampung kapal dengan panjang lebih dari 500 kaki.

8. Pelabuhan Ennore

Dengan jalur kereta api dan jalan raya untuk mendukung transportasi laut, *Ennore Porthandles* menangani volume besar batu bara (lebih dari 16 juta metrik ton per tahun). Ada rencana untuk memperluas pelabuhan dengan tiga dermaga multiguna lagi dan lima dermaga peti kemas. Pelabuhan ini milik pribadi, tidak seperti banyak pelabuhan India yang dimiliki oleh pemerintah. Pelabuhan ini memiliki kedalaman pelabuhan 16 meter dan merupakan pelabuhan pemecah gelombang pantai dengan pelabuhan yang relatif kecil. Pelabuhan Ennore terletak 24 kilometer dari Pelabuhan *Chennai* di Pantai *Coromandel*.

9. Pelabuhan Panambur

Pelabuhan *Panambur* terletak di kota pesisir *Mangalore* dan diresmikan sebagai pelabuhan utama India pada tahun 1974. Pelabuhan ini adalah pelabuhan dalam segala cuaca dengan 17 tempat berlabuh, dan beroperasi sepanjang tahun. Melayani sebagai titik perdagangan untuk *Karnataka* dan *Kerala*, ia memindahkan banyak impor besar seperti pupuk, kayu, bubur kayu, minyak bumi, dan banyak lagi. Ekspor meliputi kopi, bijih besi, mangan, dan kacang mete.

10. Pelabuhan Vizag

Pelabuhan *Vizag* (atau *Visakhapatnam*) adalah galangan kapal tertua di India. Pelabuhan adalah satu-satunya pelabuhan alami di Teluk Benggala. Pelabuhan ini diresmikan sebagai pelabuhan utama pada tahun 1933 dan mengelola 1,2 juta metrik ton kargo di 24 tempat berlabuhnya setiap tahun, termasuk perdagangan laut bijih besi, pelet, batu bara,

aluminium, dan minyak. Rencana sedang dilakukan untuk melanjutkan modernisasi pelabuhan berkat investasi berkelanjutan oleh pemerintah India.

1.4 Statistik Kopra, Hasil Kelapa dan Arang

1.4.1 Impor India dari Dunia (5 Tahun Terakhir)

Tabel 3: Impor India dari dunia (5 Tahun terakhir)

Nilai dalam Juta USD

Kode HS	Deskripsi	2016	2017	2018	2019	2020	%Growth
120300	KOPRA	0	1,62	14,32	10,37	11,63	12,15
151319	MINYAK MURNI DAN FRAKSI KELAPA (KOPRA)	0,43	0,06	1,09	2,35	0,41	-82,55
151321	MENTAH KERNEL KELAPA SAWIT / BABASU MINYAK DAN TURUNANNYA	75,99	120,36	124,87	99,72	95,49	-4,24
151329	KERNEL KELAPA SAWIT MURNI / BABASU MINYAK DAN TURUNANNYA	5,08	3,5	2,76	4,42	7,13	61,31
080111	BUBUK KELAPA KERING	0,39	0,33	1,99	28,42	9,97	-64,92
440290	ARANG KAYU (TERMASUK SHELL / NUT CHARCOAL) TANPA AGGLOMERASI: LAINNYA	0,74	0,42	11,57	4,77	5,49	15,09

Sumber : Department of Commerce, Ministry of Commerce and Industry, January 2021

India impor dari Dunia untuk kode HS 120300 Kopra terlihat adanya pertumbuhan positif sebesar 12,15% bila dibandingkan dari tahun 2020 dan 2019 dengan nilai impor sebesar 11,63 Juta USD, komoditi minyak murni dan fraksi kelapa kopra sangat terlihat penurunan tajam sebesar -83,55 %. Kode HS 151321 Kernel kelapa sawit murni dan turunannya terlihat pertumbuhan positif sebesar 61,31 % dengan nilai impor 7,13 Juta USD. Komoditi bubuk kelapa kering terlihat penurunan permintaan sebesar -64,92% dan untuk komoditi arang kelapa terlihat pertumbuhan positif sebesar 15,09% namun masih dengan jumlah nilai impor yang relatif kecil.

1.4.2 Impor India dari Indonesia (5 tahun terakhir)

Tabel 4: Impor India dari Indonesia (5 Tahun Terakhir)

Nilai dalam Juta USD

Kode HS	Deskripsi	2016	2017	2018	2019	2020	%Growth
120300	KOPRA	0	1,62	14,32	10,36	11,52	11,20
151319	MINYAK MURNI DAN FRAKSI KELAPA (KOPRA)	0,42	0	0,97	2,03	0	-100,00
151321	MENTAH KERNEL KELAPA SAWIT / BABASU MINYAK DAN TURUNANNYA	48,07	61,41	69,9	44,9	57,91	28,98
151329	KERNEL KELAPA SAWIT MURNI / BABASU MINYAK DAN TURUNANNYA	2,21	2,69	1,67	2,53	3,42	35,18
080111	BUBUK KELAPA KERING	0,05	0,1	0	0	0	-
440290	ARANG KAYU (TERMASUK SHELL / NUT CHARCOAL)	0,01	0,04	2,95	1,06	0,77	-27,36

TANPA AGGLOMERASI:
LAINNYA

Sumber : *Department of Commerce, Ministry of Commerce and Industry, January 2021*

India impor dari Indonesia untuk komoditi Kopra dengan pertumbuhan sebesar 11,20 % dengan nilai impor pada tahun 2020 sebesar 11,52 Juta USD, komoditi minyak murni dan fraksi kelapa Kopra pada tahun 2020 India tidak mengimpor dari Indonesia. Komoditi Kelapa sawit kernel mentah terlihat peningkatan nilai impor pada tahun 2020 sebesar 27,91 Juta USD dengan persentase sebesar 28,98%. Minyak kernel kelapa sawit murni juga terlihat peningkatan sebesar 35,18% dengan nilai ekspor sebesar 3,42 Juta USD. India tidak mengimpor Bubuk kelapa kering dari Indonesia sejak tahun 2018.

1.4.3 Impor India dari negara lain (5 Tahun Terakhir)

Tabel 5: India Impor dari negara lain (5 Tahun Terakhir) Komoditi: 120300 Kopra
Nilai dalam Juta USD

Peringkat	Negara	2016	2017	2018	2019	2020	%Share 2019	%Share 2020	Trend % 20/19
	Dunia	0	1,62	14,32	10,37	11,63	100,00	100,00	0,00
1	INDONESIA	0	1,62	14,32	10,36	11,52	99,90	99,05	-0,85
2	PHILIPPINES	0	0	0	0,01	0,07	0,10	0,60	524,16
3	SINGAPORE	0	0	0	0	0,02	-	0,17	-
4	HONG KONG	0	0	0	0	0,02	-	0,17	-

Sumber : *Department of Commerce, Ministry of Commerce and Industry, January 2021*

Indonesia menjadi negara utama pengepor untuk komoditi kopra ke India dengan nilai ekspor sebesar 11,52 Juta USD dengan pangsa pasar di tahun 2020 sebesar 99,05 % , setelah itu diikuti oleh Filipina dengan pangsa pasar 0,60 % dan Singapore & Hongkong namun dengan pangsa pasar sangat sedikit.

Tabel 6: India Impor dari negara lain (5 Tahun Terakhir) Komoditi: 151319 Minyak Murni dan fraksi kelapa (Kopra)
Nilai dalam Juta USD

Peringkat	Negara	2016	2017	2018	2019	2020	%Share 2019	%Share 2020	%Growth
	Dunia	5,08	3,5	2,76	4,42	7,13	100,00	100,00	0,00
1	MALAYSIA	2,87	0,81	0,85	1,88	3,69	42,53	51,75	21,67
2	INDONESIA	2,21	2,69	1,67	2,53	3,42	57,24	47,97	-16,20

3	JERMAN	0	0	0,04	0,01	0,02	0,23	0,28	23,98
4	SINGAPORE	0	0	0,2	0	0	-	-	-

Sumber : Department of Commerce, Ministry of Commerce and Industry, January 2021

Negara pengekspor utama untuk komoditi minyak murni dan fraksi kelapa (Kopra) adalah negara Malaysia yang mempunyai pangsa pasar 51,75 % dan diikuti oleh Indonesia dengan pangsa pasar 48,97 %.

Tabel 7: Impor India dari negara lain (5 Tahun Terakhir) Komoditi: 151321 Mentah Kernel Kelapa Sawit / Babasu minyak dan turunannya.
Nilai dalam Juta USD

Peringkat	Negara	2016	2017	2018	2019	2020	%Share 2019	%Share 2020	%Growth
	Dunia	75,99	120,36	124,87	99,72	95,49	100,00	100,00	0,00
1	INDONESIA	48,07	61,41	69,9	44,9	57,91	45,03	60,65	34,69
2	MALAYSIA	27,73	56,86	42,77	54,08	35,71	54,23	37,40	-31,04
3	THAILAND	0	0	9,55	0	0,81	-	0,85	-
4	LIBERIA	0	0	0	0	0,66	-	0,69	-
5	BENIN	0	0	0,13	0,26	0,23	0,26	0,24	-7,62
6	TOGO	0	0	0,92	0,45	0,17	0,45	0,18	-60,55
7	UKRAINE	0	0	1,19	0	0	-	-	-
8	GUINEA	0	0	0	0,03	0	0,03	-	-100,00
9	NEGARA LAINNYA	0,19	2,09	0,41	0	0	-	-	-

Sumber : Department of Commerce, Ministry of Commerce and Industry, January 2021

Negara pengekspor utama untuk komoditi Kelapa sawit kernel mentah dan minyak turunannya pada tahun 2020 Indonesia merupakan negara utama yang mengekspor ke India dengan pangsa pasar sebesar 60,55 %, diikuti oleh Malaysia dengan pangsa pasar 37,50 % dan negara lain seperti Thailand, Liberia masing masing mempunyai pangsa pasar yang sedikit.

Tabel 8: Impor India dari negara lain (5 Tahun Terakhir) Komoditi: 151329 Kernel Kelapa Sawit Murni / Babasu Minyak dan Turunannya
Nilai dalam Juta USD

Peringkat	Negara	2016	2017	2018	2019	2020	%Share 2019	%Share 2020	%Growth
	Dunia	5,08	3,5	2,76	4,42	7,13	100,00	100,00	61,31
1	MALAYSIA	2,87	0,81	0,85	1,88	3,69	42,53	51,75	96,28
2	INDONESIA	2,21	2,69	1,67	2,53	3,42	57,24	47,97	35,18
3	JERMAN			0,04	0,01	0,02	0,23	0,28	100,00
4	SINGAPORE			0,2	0	0	-	-	-

Sumber : Department of Commerce, Ministry of Commerce and Industry, January 2021

Negara pengekspor utama komoditi Kernel Kelapa Sawit Murni dan turunannya pada tahun 2020 adalah Malaysia dengan pangsa pasar 51,75 %, diikuti oleh Indonesia dengan pangsa

pasar sebesar 47,97% dan Jerman namun dengan pangsa pasar yang sangat kecil sebesar 0,28%.

Tabel 9: Impor India dari negara lain (5 Tahun Terakhir) Komoditi: 080111 Bubuk Kelapa Kering
Nilai dalam Juta USD

Peringkat	Negara	2016	2017	2018	2019	2020	%Share 2019	%Share 2020	%Growth
	Dunia	0,39	0,33	1,99	28,42	9,97	100,00	100,00	0,00
1	SRI LANKA	0,34	0,23	1,96	28,29	9,88	99,54	99,10	-0,45
2	VIETNAM	0	0	0,02	0,11	0,08	0,39	0,80	107,31
3	UNI EMIRAT ARAB	0	0	0	0	0,01	-	0,10	-
4	THAILAND	0	0	0,01	0	0	-	-	-
5	SINGAPORE	0	0	0	0,02	0	0,07	-	-100,00
6	INDONESIA	0,05	0,1	0	0	0	-	-	-

Sumber : Department of Commerce, Ministry of Commerce and Industry, January 2021

Negara pengekspor utama komoditi Bubuk Kelapa Kering pada tahun 2020 adalah Sri Lanka dengan pangsa pasar 99,10 % dengan nilai ekspor namun masih dengan nilai ekspor yang relative kecil sebesar 9,88 Juta USD.

Keputusan pemerintah datang atas permintaan *the Coconut Development Board* untuk melindungi industri dalam negeri, yang hampir tutup karena impor besar-besaran bubuk kelapa kering. Pemerintah telah meminta pandangan *the Coconut Development Board* setelah impor yang tidak terkendali, terutama dari Sri Lanka, dengan harga yang sangat rendah karena harga kelapa mentah dalam negeri yang tinggi.

Tabel 10: Impor India dari negara lain (5 Tahun Terakhir) Komoditi: 440290 Arang Kayu (Termasuk Batok atau Arang Kelapa), diaglomerasi : Lainnya:
Nilai dalam Juta USD

Peringkat	Negara	2016	2017	2018	2019	2020	%Share 2019	%Share 2020	%Growth
	Dunia	0,74	0,42	11,57	4,77	5,49	100,00	100,00	0,00
1	SRI LANKA	0	0	0,02	1,61	2,73	33,75	49,73	47,33
2	INDONESIA	0,01	0,04	2,95	1,06	0,77	22,22	14,03	-36,89
3	PHILIPPINES	0,29		7,63	1,26	0,74	26,42	13,48	-48,97
4	RRT	0,23	0,3	0,81	0,7	0,73	14,68	13,30	-9,39
5	VIETNAM	0	0	0,03	0,01	0,29	0,21	5,28	2.419,67
6	BHUTAN	0	0,01	0	0,03	0,19	0,63	3,46	450,27
7	MALAYSIA	0,08	0,04	0,13	0,03	0,03	0,63	0,55	-13,11
8	INGGRIS	0	0	0	0	0,01	-	0,18	-
9	JERMAN	0	0	0	0,04	0	0,84	-	-100,00
10	UNI EMIRAT ARAB	0	0,01	0		0	-	-	-
11	SIERRA LEONE	0	0	0	0,02	0	0,42	-	-100,00
12	KOREA	0	0	0	0,01	0	0,21	-	-100,00

13	NIGERIA	0,03	0,02			0	-	-	-
14	RUSSIA	0.1				0	-	-	-

Negara pengekspor utama komoditi arang kayu kayu termasuk batok atau arang kelapa pada tahun 2020 adalah Sri Lanka dengan pangsa pasar 49,73, diikuti oleh Indonesia dengan pangsa pasar 14,03%, Filipina 13,48 % dan RRT 13,30%.

1.5 Pasar Kopra, Produk Kelapa, Arang di India

Kopra

Kopra digunakan untuk berbagai kegunaan dan kopra kelapa adalah produk sampingan dan produk utamanya adalah minyak kelapa. Bahkan menggunakan produk sampingan ini ada banyak keuntungan darinya. Kopra kelapa digunakan untuk berbagai aplikasi dan ada banyak sekali manfaat dari produk komersial ini.

Biasanya kopra kelapa memiliki sejarah yang luar biasa dan diyakini bahwa kopra tersebut berasal dari nama asli yang disebut kata Tamil call kopprai. Irisan kopra kelapa juga digunakan untuk upacara keagamaan Hindu. Kopra kelapa dipercaya memiliki sejarah besar pada awal zaman Hindu. Namun, Kopra diperkenalkan ke Eropa pada akhir 1800 sebagai sumber lemak yang dapat dimakan dan kemudian menjadi populer di Amerika Serikat juga. Mereka percaya bahwa kelapa membantu meningkatkan penglihatan.

Jenis Kelapa Kopra

Kopra dapat diklasifikasikan menjadi dua bagian utama, yaitu penggilingan kopra dan bagian lainnya pada kopra yang dapat dimakan. Klasifikasi ini pada dasarnya tergantung pada cara pengeringan yang digunakan untuk mengeringkan kelapa.

- **Kopra Giling:** Biasanya kopra giling digunakan untuk ekstrak untuk mendapatkan minyak kelapa dan kopra yang dapat dimakan digunakan sebagai buah kering. Kopra giling adalah daging buah kelapa yang dikeringkan dengan sinar matahari atau secara artifisial dengan menggunakan alat pengering udara panas untuk menghilangkan kandungan air dari buah kelapa tersebut. Ini adalah jenis kopra kelapa yang paling terkenal dan sisa kopra yang digiling digunakan untuk pakan hewan ternak.
- **Kopra yang Dapat Dimakan:** Di India, perbandingan yang dapat dimakan ini juga digunakan untuk beberapa tujuan keagamaan. Kopra berbentuk bola dan cangkir. Ada berbagai jenis kopra yang dapat dimakan yang digunakan dan harganya berubah sesuai dengan ukuran dan warna kopra. Seluruh perbandingan ini dikenal sebagai kopra yang dapat dimakan yang kurang dikeringkan dibandingkan dengan kopra kelapa kering utuh.

Kopra yang dapat dimakan berkualitas tinggi dan dibuat dalam bentuk bola atau cangkir. Kopra giling sebagian besar dalam bentuk cangkir dan sebagian kecil dalam bentuk keripik. Kopra yang dapat dimakan digunakan untuk berbagai olahan manis rumah tangga, terutama di India utara dan juga sebagai bahan dalam olahan buah pinang untuk dikunyah.

Di India, Kopra juga telah digunakan dalam masakan India tradisional. Pada umumnya masyarakat di India menggunakan kopra dalam kari, bubuk rempah-rempah dan juga manisan. Kopra sangat kaya zat besi, kalsium, serat dan banyak mineral. Secara tradisional kopra telah digunakan untuk memperkuat tulang dan meningkatkan kesehatan secara keseluruhan.

Produksi kopra bola yang dapat dimakan sebagian besar terkonsentrasi di daerah Tumkur dan Tipkur di Negara Bagian Karnataka dan sebagian kecil di bagian utara Kerala dan di Andhra Pradesh.

Kopra bola diproduksi dengan menyimpan kelapa yang sudah matang sepenuhnya (berumur 12 bulan) dalam bentuk yang belum digiling untuk jangka waktu 8 sampai 12 bulan di atas *platform* yang ditinggikan, biasanya terbuat dari bambu di dalam gudang atau bangunan tempat tinggal. Selama masa penyimpanan, air di dalam kelapa terserap di dalam kernel yang akhirnya mengering dan terlepas dari cangkang dalam bentuk bola. Suara berderak akan terdengar saat kelapa diguncang. Pada tahap ini kulit dan kulit kopra dibuang dengan hati-hati agar kopra bagian dalamnya terlepas dalam bentuk bola. Biasanya kopra bola berwarna krem, manis dan lembut, dan kualitas penyimpanan kopra bola lebih dari 12 bulan jika disimpan dengan benar. Jenis bola kopra di Kerala disebut "Boda". Kopra yang dapat dimakan diproduksi dalam bentuk cangkir juga. Untuk membuat kopra cup yang dapat dimakan, kelapa pilihan yang sudah matang disimpan di gudang untuk jangka waktu yang lama. Kelapa setelah disimpan dikeringkan, dipotong menjadi cangkir dan dikeringkan di bawah sinar matahari terbuka sampai diperoleh kopra berkualitas baik. Kopra yang dapat dimakan memiliki harga premium dibandingkan jenis kopra lainnya. Merek kopra yang dapat dimakan yang populer adalah "*Rajpur*", "*Malathi*", "*Dilpasant*" dan "*White*". Di beberapa tempat, pemanasan tidak langsung digunakan untuk memproses kopra cangkir yang dapat dimakan.

Pembuatan barang ini berada di sektor yang tidak terorganisir dan kebanyakan di rumah tangga. Tidak ada informasi yang tepat tersedia sehubungan dengan jumlah unit dan data terkait. Total produksi kopra yang dapat dimakan baik cup maupun ball adalah 0,1 juta ton per tahun.

Kopra sebagai Pangan Hewan

Dalam budaya Asia, kelapa yang matang dikeringkan dan diambil minyaknya dan bagian terbaiknya digunakan untuk pakan ternak. Kopra baik digunakan sebagai pakan kuda dan sapi dan pakan ternak berbahan dasar kopra ini mengandung protein dan lemak yang lebih tinggi. Kadang-kadang makanan berbahan dasar kopra ini digunakan untuk memanaskan dan memasang protein tinggi untuk pakan hewan ternak. Tepung kopra menjadi pakan ternak utama yang digunakan di India, diimpor dari Indonesia dan didistribusikan di antara para pedagang lokal..

Berikut ini adalah beberapa kegunaan umum kopra:

- Minyak kelapa biasa digunakan dalam memanggang dan memasak
- Minyak kelapa adalah bahan favorit dalam produk kecantikan karena kelembapan dan teksturnya
- Bungkil kelapa hasil pembuatan kopra biasa digunakan sebagai makanan ternak
- Aroma kelapa banyak digunakan pada produk seperti lilin dan sabun
- Minyak kelapa adalah lemak yang dapat dimakan sebanding dengan mentega atau margarin

Pemain utama di pasar Kopra Kelapa India meliputi:

- SPS Coconut Products, <http://www.spscoconuts.com>
- SMS Exporters, <http://www.smscoco.com>
- Dalcoexim, <http://www.dalcoexim.com/coconut-copra.php>
- Anitha Exports, <http://www.anithaexports.asia>
- Mokshita International, <https://mokshitaintl.com>
- Vashini Exports, <http://www.vashiniexports.com>

Pasar Produk Kelapa Berdasarkan Jenis

- Air kelapa
- Minyak kelapa
- Santan
- Produk Kelapa Kering
- Lainnya

Air Kelapa

Air kelapa mengacu pada endosperm cair dari kelapa lunak pada usia sekitar 9 bulan sejak penyerbukan, periode sebelum endosperm padat atau daging putih terbentuk. Air kelapa adalah minuman murni dan bergizi dalam keadaan alami. Sabut kelapa merupakan kemasan yang sangat baik untuk air yang mengandung gula, mineral, asam amino dan vitamin.

Air kelapa yang lembut merupakan sumber alami elektrolit, mineral, vitamin, karbohidrat kompleks, asam amino dan nutrisi lainnya. Kandungan karbohidrat alami berkisar antara 4-5% larutan cair. Ini membuat air kelapa sangat cocok untuk pasar minuman olahraga yang sedang berkembang. Menurut *Sports Science Institute (USA)*, minuman olahraga yang mengandung di bawah 5% karbohidrat cenderung memberikan manfaat, sedangkan yang melebihi 10% kandungan karbohidrat, seperti kebanyakan minuman ringan dikaitkan dengan kram perut, mual dan diare.

Berbagai khasiat obat dari air kelapa lunak yang dilaporkan adalah: -

1. Baik untuk memberi makan bayi yang mengalami gangguan usus.
2. Media rehidrasi oral
3. Mengandung senyawa organik yang memiliki sifat pemacu pertumbuhan
4. Menjaga tubuh tetap dingin
5. Aplikasi pada tubuh mencegah biang keringat dan bisul musim panas dan meredakan ruam yang disebabkan oleh cacar air, cacar air, campak, dll.
6. Membunuh cacingan
7. Adanya garam dan albumen membuatnya menjadi minuman yang baik dalam kasus kolera

8. Memeriksa infeksi saluran kencing.
9. Tonik yang sangat baik untuk orang tua dan orang sakit
10. Menyembuhkan malnutrisi.
11. Diuretik
12. Efektif dalam pengobatan batu ginjal dan uretra
13. Dapat disuntikkan secara intravena dalam kasus darurat.
14. Ditemukan sebagai pengganti plasma darah karena steril, tidak menghasilkan panas, tidak merusak sel darah merah dan mudah diterima oleh tubuh.
15. Membantu penyerapan cepat obat dan membuat konsentrasi puncaknya dalam darah lebih mudah dengan efek elektrolitiknya.
16. Antiseptik urin dan menghilangkan racun jika terjadi keracunan mineral.

Minyak kelapa

Minyak kelapa banyak digunakan di sektor makanan, perlengkapan mandi dan industri karena karakteristiknya yang unik.

Minyak Kelapa Murni: induk dari semua minyak

1. *Virgin coconut oil (VCO)* kaya akan vitamin, mineral dan anti-oksidan, sehingga menjadikannya 'Induk dari semua minyak'.
2. Diekstrak dari inti kelapa segar tanpa proses kimiawi, merupakan minyak kelapa yang paling murni, berwarna putih air.
3. Minyak kelapa murni merupakan sumber utama Asam *Lauric* dan Vitamin E.
4. Minyak kelapa murni bebas dari asam lemak trans, *high in medium chain fats* (MCFA) atau *Medium Chain Triglycerides* (MCT) yang dikenal sebagai asam laurat, yang identik dengan kelompok lemak khusus yang ditemukan dalam ASI manusia.
5. VCO banyak dikonsumsi sebagai minyak MCT untuk pengobatan penurunan berat badan, dan lainnya
6. MCT lebih mudah dan cepat dicerna daripada jenis lemak lainnya, karena membutuhkan jumlah enzim dan asam empedu yang lebih rendah untuk penyerapan usus.
7. MCT dimetabolisme dengan sangat cepat di hati dan dilaporkan mendorong peningkatan pengeluaran energi, sekaligus menurunkan penyimpanan lemak.
8. Sejumlah penelitian menunjukkan bahwa mengganti Minyak MCT dengan lemak lain dalam makanan sehat dapat membantu mendukung berat badan dan komposisi tubuh yang sehat.
9. Minyak ini berkualitas tinggi menjadikannya minyak pijat yang ideal untuk bayi dan juga untuk aplikasi kulit dan rambut.
10. Melindungi kulit dari infeksi yang disebabkan oleh bakteri, virus dan jamur, mencegah ketombe dan rambut rontok.
11. Bahkan meredakan nyeri otot
12. Lengkapi tubuh Anda dengan antioksidan. Antioksidan adalah pertahanan alami tubuh Anda melawan radikal bebas.
13. Mencegah reaksi berantai radikal bebas dan mars kendur serta keriput sedap dipandang.
14. Kaya Vitamin C dan Vitamin E, minyak kelapa murni memperlambat proses penuaan dan memastikan yang terbaik untuk hidup dan kecantikan kulit Anda.
15. VCO juga membantu dalam penyerapan vitamin A, D, E dan K. yang larut dalam lemak.

Segmen Pasar Produk Kelapa Berdasarkan Penerapan Makanan

Bubuk Kelapa kering

Bubuk Kelapa Kering diperoleh dengan cara dikeringkan atau diparut biji kelapa setelah uji coklat dihilangkan. Penggunaan bubuk kelapa kering ekstensif dalam kembang gula, puding dan banyak olahan makanan lainnya sebagai pengganti kelapa parut mentah. Bubuk kelapa kering adalah kelapa parut halus, dikeringkan, tanpa pemanis, diperoleh dengan mengeringkan parutan atau inti giling. Bubuk kelapa kering digunakan sebagai pengganti kelapa parut mentah dalam kembang gula, makanan penutup seperti puding, kue, kue kering, dan olahan makanan lainnya.

Kegunaan.

Bubuk kelapa kering digunakan sebagai bahan dalam resep gurih dan manis, untuk memberi rasa dan tekstur kelapa sebagai topping. Tanpa kolesterol dan kaya serat makanan. Bubuk kelapa kering dapat ditambahkan ke sereal panas atau dingin dan sebagai tambahan untuk makanan yang dipanggang juga dikonsumsi sebagai makanan ringan.

Industri kelapa kering telah ada di India selama empat puluh tahun terakhir. Meskipun ketersediaan bahan baku melimpah, industri ini tidak dapat mencatat pertumbuhan yang berarti. Ada sekitar 32 unit di India yang memproduksi kelapa kering, yang berlokasi di Karnataka, Tamil Nadu, Andhra Pradesh, Kerala dan Orissa. Mayoritas unit ini terkonsentrasi di Tiptur, Tumkur, Aresekere dan Hassan dari Negara Bagian Karnataka. Saat ini, tidak ada pengering yang secara khusus dibuat di dalam negeri yang sesuai dengan kebutuhan unit kelapa kering dan karenanya unit tersebut bergantung pada pengering teh lama yang dimodifikasi sesuai untuk tujuan ini. Kebutuhan mendesak industri ini adalah menyediakan unit-unit jenis pengering yang tepat yang digunakan untuk tujuan ini, dan menyediakan bantuan keuangan bagi mereka untuk memenuhi kebutuhan modal kerja.

Proses pembuatannya melibatkan pemilihan kelapa yang sudah matang, dibumbui, tidak berkecambah, tidak rusak, dikupas, dihilangkan dengan pahat kapak kecil, pengupas testa menggunakan pisau pengupas, mengiris kernel dan membuang air, mencuci, mensterilkan (*blansing*) menggunakan air panas, hancur menjadi potongan-potongan granular ukuran 1-5 mm, pengeringan dalam jenis *batch driver* baki semi-otomatis atau pengering *bed fluida* untuk menurunkan kelembapan hingga 3%, mendinginkan produk ke suhu kamar, mengayak, menilai, dan mengemas dalam polietilen yang dilapisi kertas kerajinan.

Sri Lanka, Filipina, Indonesia dan Malaysia adalah negara produsen utama. Negara lain yang memproduksi kelapa kering dalam jumlah kecil adalah India, Fiji, Tonga, Pantai Gading, dan Brasil. Di antara pasar ekspor utamanya adalah Amerika Serikat, Inggris, Prancis, Belanda, Italia, Eropa Timur, Australia, Jepang, Taiwan, dan negara-negara Timur Tengah.

Variasi penjualan musiman menunjukkan bahwa selama bulan-bulan musim panas serta musim festival seperti Pooja dan musim pernikahan di India Utara, permintaan akan produk ini lebih banyak.

Berbagai tahapan proses tersebut adalah pemecahan cangkang, pengupasan atau pengupas, disintegrasi, pengeringan, penyaringan dan pengepakan yang pemecahan dan pengupasannya dilakukan sepenuhnya dengan operasi manual.

Kelapa kering dijual dalam kemasan 25 kg dan 15 kg secara lepas atau dalam kemasan konsumen 1 kg.

Kapasitas unit di India jika dibandingkan dengan unit di Sri Lanka atau Filipina cukup sedikit. Salah satu masalah utama yang ditimbulkan oleh unit adalah tidak tersedianya pengering yang sesuai.

Belakangan ini, teknologi ekstraksi sebagian minyak dari kelapa kering dikembangkan untuk menghasilkan produk dengan biaya rendah. Penerapan teknologi ini menghasilkan kelapa kering yang dihilangkan lemaknya dan minyak kelapa kualitas unggul dengan harga yang lebih baik daripada kualitas minyak biasa. Kelapa yang dihilangkan lemaknya lebih disukai di beberapa unit pengolahan makanan karena tidak menyebabkan bau tengik pada produk akhir sehingga memastikan umur simpan yang lebih lama.

Pemain utama bubuk kelapa kering di pasar India termasuk

- Sree Krishna Coconut Product Company, <http://www.desiccatedcoconutpowder.in>
- Kasturi Coconut Processing, <https://www.kasturicoconutprocessing.com>
- Shriram Coconut Products Limited, <http://www.palmo.in/index.php>
- V V Industries, <http://www.desiccatedcoconutpowder.com>

Ada juga laporan bahwa kelapa kering sedang diimpor dengan menyamar sebagai pakan ternak, bungkil kelapa dan bungkil kopra. Ini digunakan dalam permen, biskuit, kembang gula, dan kari dll.

Kelapa kering adalah industri terbesar setelah minyak kelapa dan berada dalam lintasan pertumbuhan hingga saat ini setelah peningkatan kemampuan pemrosesan pabrik.

Namun, impor yang tidak terkendali telah membuat sektor domestik dalam kesulitan.

Ada juga laporan bahwa produk impor dicampur dengan merek lokal, yang merugikan produsen lokal dan produk mereka. Impor juga menyebabkan penurunan harga kelapa mentah dalam negeri.

Segmen Pasar Produk Kelapa Berdasarkan Penerapan Kosmetik

Minyak kelapa

Minyak kelapa digunakan di dalam negeri sebagai minyak goreng, minyak rambut, minyak untuk tubuh dan minyak industri. Minyak kelapa terbuat dari kopra yang dikeringkan dengan kadar air maksimum enam persen. Pemasakan kopra dengan uap juga dilakukan oleh beberapa pabrik penggilingan untuk meningkatkan kualitas dan aroma minyak. Minyak kelapa dipasarkan dalam jumlah besar maupun dalam kemasan mulai dari sachet berisi 5 ml hingga kaleng 15kg. Minyak kelapa bermerek dalam kemasan kecil terutama dipasarkan sebagai minyak rambut dan minyak tubuh. Ada beberapa merek yang terkenal dengan kualitas minyak superiornya yang memiliki pasar ekspor ke seluruh dunia. India memiliki keunggulan kualitas yang tidak ada duanya di sektor ini. Minyak kelapa olahan juga diproduksi di dalam negeri untuk keperluan industri. Minyak kelapa olahan terutama digunakan dalam pembuatan biskuit, coklat, dan makanan manis lainnya, es krim, produk farmasi, dan cat mahal. Umumnya minyak kelapa yang disaring digunakan untuk keperluan memasak dan perlengkapan mandi.

Minyak kelapa murni

Minyak kelapa murni terbuat dari susu yang diekstrak dari inti mentahnya. *Virgin Coconut Oil (VCO)* kaya akan vitamin, mineral, dan anti-oksidan, sehingga menjadikannya "induk dari semua minyak". Diekstrak dari inti kelapa segar tanpa proses kimiawi, VCO adalah bentuk paling murni dari minyak kelapa, berwarna putih air. Minyak kelapa murni merupakan sumber utama Asam laurat dan Vitamin E. Minyak kelapa murni bebas dari asam lemak trans, *High in Medium Chain Fats (MCFA)* atau *Medium Chain Triglycerides (MCT)* yang dikenal sebagai asam laurat, yang identik dengan golongan khusus lemak yang ditemukan dalam ASI manusia. VCO banyak dikonsumsi sebagai minyak MCT untuk perawatan penurunan berat badan, dan lainnya. VCO adalah minyak pijat yang ideal untuk bayi dan juga untuk aplikasi kulit dan rambut. Melindungi kulit dari infeksi yang disebabkan oleh bakteri, virus dan jamur, mencegah ketombe dan rambut rontok. Bahkan meredakan nyeri otot. Minyak kelapa murni memperlambat proses penuaan dan membantu penyerapan vitamin A, D, E, dan K. yang larut dalam lemak.

Pemain utama *Virgin Coconut Oil* di pasar India meliputi::

- Sun Bionaturals (India) Private Limited, <https://www.sunasia.in>
- KOKOs VCO Pvt. Ltd. <https://kokosvco.com>

Arang

Arang digunakan sebagai jenis bahan bakar, paling sering untuk bahan bakar panggangan untuk memasak. Ada beberapa jenis yang dapat dipilih oleh koki, dengan jenis yang paling umum adalah briket, *lump*, dan diekstrusi.

Di antara berbagai jenis briket, ada beberapa jenis arang. Umumnya briket ini dibuat dari kombinasi arang, karbon mineral, batubara coklat, boraks, natrium nitrat, serbuk gergaji, batu kapur, dan pati. Masing-masing bahan ini memiliki khasiat tersendiri untuk berkontribusi pada briket arang. Arang, bersama dengan karbon mineral dan batubara coklat, berfungsi sebagai sumber panas. Boraks adalah agen siaran pers, sedangkan pati adalah pengikat. Natrium nitrat dan serbuk gergaji membantu pengapian, dan pati adalah pengikat.

Jenis briket lain yang berbeda dapat dipasarkan sebagai "alami". Dalam kasus ini, arang mungkin hanya mengandung arang dan pati. Yang lain lagi mengandung bahan tambahan, seperti cairan korek api atau parafin, agar lebih mudah disinari. Penambahan bahan-bahan tersebut tidak membahayakan kesehatan karena bahan bakar akan habis terbakar sebelum mencemari makanan.

Ada juga arang berbeda lainnya yang mengandung bahan yang dimaksudkan untuk membantu menambah rasa pada makanan, seperti *mesquite*. Bahan-bahan ini adalah bagian dari arang dan oleh karena itu tidak terbakar seperti cairan korek api. Asap yang dihasilkan dari pembakaran berbagai jenis arang ini mengandung perasa, yang ditambahkan ke makanan selama memasak.

Beberapa jenis arang adalah:

- Arang Kayu Keras / *Lump*: Ini adalah arang tradisional yang dibuat langsung dari bahan kayu keras. Biasanya menghasilkan abu jauh lebih sedikit daripada briket.

Arang kayu sangat bagus untuk barbeque, tidak mengandung bahan kimia pengikat atau bahan penyulut.

- Arang industri– Arang industri adalah arang bergradasi yang khusus digunakan dalam industri apa pun yang memiliki tungku.
- Arang tempurung kelapa: Arang tempurung kelapa adalah arang balok kompak yang terbuat dari batok kelapa. Sebagai bahan bakar, arang ini melepaskan lebih banyak panas dan bertahan lebih lama daripada arang lainnya.
- Arang aktif : arang ini adalah bentuk karbon yang diproses untuk memiliki pori-pori kecil dengan volume rendah yang meningkatkan luas permukaan yang tersedia untuk penyerapan atau reaksi kimia. Ini digunakan dalam pemurnian udara, pemurnian emas, pemurnian air, pengolahan limbah dan lainnya.
- Arang briket serbuk gergaji: Arang serbuk gergaji dibuat dengan mengompresi serbuk gergaji tanpa bahan pengikat atau aditif. Ini memiliki lubang bundar di tengah, dengan persimpangan heksagonal. Ini digunakan terutama untuk barbekyu karena tidak menghasilkan bau, tidak ada asap, sedikit abu, panas tinggi, dan jam pembakaran yang lama.

Jenis Arang

Arang adalah cara yang bagus untuk memanaskan, memasak, dan menambahkan rasa berasap yang jelas pada makanan Anda yang paling populer. Baik Anda lebih suka memasak dengan briket arang atau arang kayu alami, kami memiliki pilihan jenis arang yang sesuai dengan kebutuhan bisnis Anda.

- *Natural Lump / Natural Wood Charcoal*

Ada banyak manfaat memasak dengan arang kayu alami. Arang kayu alami terbakar sangat panas dengan suhu mencapai antara 800 - 1.000 derajat Fahrenheit. Satu pon arang kayu alami menghasilkan panas yang setara dengan dua pon briket arang, jadi ini juga akan menghemat uang Anda.

Fitur arang kayu alami:

- 100% alami tanpa aditif
- Terbuat dari kayu keras terbaru
- Menyala dengan sangat mudah, bersih terbakar, dan menghasilkan sedikit abu
- Api dari arang kayu alami akan dengan cepat mencapai suhu memasak hanya dalam 7-10 menit

- **Briket Arang**

Metode populer lainnya untuk memasak dengan arang adalah menggunakan briket arang. Briket arang sering kali dipandang sebagai opsi termudah dan paling nyaman.

Fitur briket arang:

Dapat digunakan

- untuk memanaskan, memasak, dan juga menambah rasa pada makanan
- Membakar lebih lama dan lebih merata dibandingkan arang alami
- Ukurannya lebih konsisten
- Diperlukan waktu 20-25 menit untuk mencapai suhu memasak, kira-kira dua kali lipat waktu arang gumpalan alami.

Terbuat dari Apa Arang?

Sementara arang alam terdiri dari kayu keras, briket terdiri dari beberapa komponen: arang kayu keras, batu bara, nitrat, kapur, dan pati. Setiap komponen memiliki tujuan yang penting, memberikan briket masing-masing kualitasnya yang khas. Beberapa juru masak menyukai briket karena kualitas ini; yang lain menemukan bahwa briket mengeluarkan bau kimiawi. Dampak lingkungan mereka juga menjadi perhatian sebagian konsumen.

Arang *Lump* vs Briket

Saat memilih bahan bakar, penting untuk mengetahui apa yang Anda butuhkan dan opsi apa yang akan memberikan hasil yang diinginkan. Di bawah ini adalah garis besar singkat keuntungan arang. Perlu diingat bahwa jika arang tidak berhasil untuk Anda, kayu selalu menjadi pilihan.

Memasak dengan Arang

Sebelum menyalakan arang dan menyalakan api, penting untuk memahami cara memasak dengannya. Penggunaan yang tidak tepat dapat merusak makanan dan membahayakan karyawan, pelanggan, dan area sekitarnya..

Penggunaan Arang

Industri Agarbatti

Bubuk arang merupakan bahan utama agarbatti yang dicampur dengan 2-3 bahan lainnya membentuk campuran yang digulung di atas batang untuk membuat agarbatti. Bubuk arang ini digunakan dalam puja dan dikenal sebagai bahan suci di setiap rumah tangga.

Industri Setrika

Arang digunakan untuk memanaskan Setrika Arang yang digunakan untuk mengepres pakaian. Arang menghasilkan panas yang seragam, tanpa asap dan tahan lama. Arang adalah bahan bakar yang paling hemat biaya untuk menyetrikan.

Pandai besi

Blacksmith menggunakan arang untuk menempa besi dengan memanaskan tungku. Setrika menjadi lunak dengan memanaskannya menggunakan arang dan dapat dibentuk atau diasah sesuai penggunaan.

Demikian pula Tukang Emas menggunakan proses yang sama untuk mencetak emas dan mendesain ornamen.

Industri baterai untuk peleburan Timbal

Baterai timbal-asam saat menjadi skrap dilebur dalam suhu tinggi untuk memisahkan timbal dari skrap. Arang digunakan untuk melakukan proses tersebut.

Penggunaan Arang untuk Rumah Tangga

Arang untuk rumah tangga digunakan terutama untuk memasak makanan. Arang digunakan di kompor untuk memasak makanan. Arang bersifat murni dan tidak mengandung racun. Arang yang kami produksi dan suplai tidak memiliki asap, tidak berbau, tidak ada percikan api, tidak beracun di alam, mudah menyala, waktu pembakaran lama, ekonomis dan ramah lingkungan.

Perapian Domestik

Selama musim dingin Arang digunakan di tempat Api / *Angeethi* / *Brazier* untuk menjaga rumah tetap hangat.

Barbeque

Arang banyak digunakan dalam *Barbeque* untuk memanggang / memanggang makanan nabati dan non-nabati pada suhu yang terkontrol sehingga memberikan aroma arang yang menyejukkan dalam makanan.

Industri

- Beberapa penggunaan arang industri adalah untuk menghasilkan logam dari bijihnya dengan menggunakan bahan pereduksi.
- Arang digunakan dalam industri *Ferro-Allow* untuk menyalakan tungku untuk memisahkan logam dari bijihnya, menggunakannya sebagai agen pereduksi.
- Salah satu pemanfaatan arang industri adalah dengan metode filtering yaitu penyaringan pada penggunaan bed karbon aktif untuk menghilangkan kontaminan dan pengotor, menggunakan adsorpsi kimiawi. Setiap partikel / butiran karbon menyediakan luas permukaan / struktur pori yang besar, memungkinkan kontaminan terpapar semaksimal mungkin ke situs aktif di dalam media filter.
- Arang digunakan untuk penerangan awal tungku di industri apa pun karena kebiasaan pembakarannya yang cepat dengan GCV yang tinggi.

Meningkatnya popularitas makanan yang panggang dan industri baja dan semen yang berkembang, di mana suhu panas sangat penting, adalah beberapa faktor kunci di balik perluasan industri briket arang di wilayah tersebut.

Pasar Dominasi Briket Arang Heksagonal, di bawah Segmen Jenis

Kategori heksagonal menyumbang pangsa terbesar di pasar briket arang Asia pada tahun 2019, berdasarkan jenisnya. Hal ini terutama disebabkan oleh kesukaannya di antara restoran dan hotel untuk menyiapkan makanan panggang. Bentuk heksagonal memberikan pemanasan yang seragam selama memanggang, sehingga menghasilkan makanan yang enak. Lebih lanjut, konversi yang mudah dari arang berbentuk tidak seragam menjadi bentuk heksagonal, yang menghasilkan ketersediaan yang lebih tinggi, juga mendorong permintaannya.

Sektor Industri Merangkul Arang, Sebagai Pengganti Batubara

Berdasarkan aplikasinya, penggunaan briket arang dalam aplikasi industri diproyeksikan akan menunjukkan pertumbuhan tercepat selama periode prakiraan. Industri lebih memilih arang, sebagai pengganti batubara, untuk berkontribusi dalam mitigasi pemanasan global,

karena pembakarannya tidak menyebabkan emisi asap. Lebih lanjut, di beberapa negara, pemerintah memberlakukan peraturan ketat untuk melindungi lingkungan, yang pada gilirannya menambah permintaan bahan bakar non-asap, termasuk arang.

Selain itu, briket arang digunakan dalam pembuatan silikon, yang meningkat di wilayah ini karena meningkatnya penggunaan paduan aluminium-silikon di sektor otomotif. Hal ini, pada gilirannya, berkontribusi pada pertumbuhan pasar briket arang di Asia.

Basis Produksi Besar Menjadikan India Industri Briket Arang Terbesar di Asia

India memegang pangsa pasar terbesar, dari sisi volume, di pasar briket arang Asia pada tahun 2019. Sesuai dengan *Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO)*, India memproduksi 2.880 ribu ton arang pada tahun 2018, yang merupakan tertinggi di Asia. Di India, kehadiran sejumlah besar produsen arang dan konsumsi arang dalam jumlah besar untuk persiapan makanan di daerah pedesaan dan di industri metalurgi, untuk berbagai proses intensif panas, mendorong pertumbuhan pasar. Selanjutnya, pilihan makanan konsumen yang berubah juga mendorong permintaan briket arang di daerah tersebut.

Briket arang semakin banyak digunakan sebagai bahan bakar untuk penggunaan *Barbeque*, dengan *Barbeque* itu sendiri lebih disukai daripada pemanggang gas, karena briket tersebut tidak hanya memberikan eksterior karamel pada makanan, tetapi juga memberikan rasa berasap padanya. Oleh karena itu, kecenderungan konsumen yang meningkat terhadap makanan panggang mengakibatkan meningkatnya konsumsi briket arang di kawasan Asia.

Meningkatkan Penggunaan Briket Arang dalam *Recreational Cooking*

Penggunaan briket arang dalam memasak meningkat secara signifikan di negara-negara Asia. Asia memiliki budaya yang beragam, dengan setiap negara memiliki gaya memasak dan masakan khasnya. Namun, peningkatan kesadaran akan gaya hidup sehat dan perubahan preferensi makanan masyarakat dapat dilihat di setiap negara. Alhasil, konsumsi pangan yang dibakar atau dimasak semakin meningkat di daerah tersebut, yang pada gilirannya mendorong permintaan briket arang sebagai bahan bakar memasak.

Hanya ada beberapa unit skala kecil untuk pembuatan serbuk tempurung kelapa, arang dan lainnya di dalam negeri. Arang kelapa berada di negara bagian Karnataka, Tamil Nadu dan Andhra Pradesh. Industri-industri ini belum berkembang di jalur modern.

Ada juga beberapa unit yang memproduksi barang kerajinan dari kerang dan pelepah di Kerala. Unit skala kecil ini terkonsentrasi terutama di distrik Ernakulam di Negara Bagian Kerala.

Arang tempurung kelapa diproduksi dengan membakar kulit kacang yang sudah matang sepenuhnya dalam pasokan udara terbatas yang cukup hanya untuk karbonisasi, tetapi tidak untuk penghancuran total. Hasil arang dalam metode lubang tradisional hanya sedikit di bawah 30 persen dari berat cangkang aslinya. Di India, hasil rata-rata dalam metode tradisional adalah 35 kg arang dari 1000 cangkang utuh atau sekitar 30.000 cangkang utuh menghasilkan 1 ton arang. Cangkang diubah menjadi arang tempurung melalui proses karbonisasi di dalam lubang lumpur, tempat pembakaran batu bata dan tungku logam. Untuk mendapatkan arang yang berkualitas sebaiknya digunakan cangkang yang benar-

benar kering, bersih, dan matang. Sekarang beberapa metode modern sedang populer untuk produksi arang. Di unit pemulihan panas limbah modern, panas yang dihasilkan dari pembakaran batok kelapa digunakan untuk mengeringkan kopra dan arang tempurung diperoleh sebagai produk sampingan.

Teknologi Pemulihan Panas Limbah.

Teknologi pemulihan panas limbah saat ini tersedia di dalam negeri untuk karbonisasi tempurung kelapa. Teknologi ini bermanfaat dalam mengurangi masalah asap dan menghasilkan arang yang bersih dan berkarbonisasi dengan baik menggunakan batok kelapa. Gas buang, selama karbonisasi, dilewatkan melalui proses penukar panas, menghasilkan panas yang dapat digunakan secara efektif untuk operasi pengeringan dalam pembuatan kopra, produksi D.C. dan industri sabut. Penerapan teknologi *Waste Heat Unit (WHU)* akan menghasilkan arang tempurung kelapa yang dapat dimanfaatkan untuk pembuatan karbon aktif.

Filipina, Sri Lanka dan India merupakan pemasok utama arang tempurung kelapa. Produksi arang tempurung kelapa dan konversi selanjutnya menjadi karbon aktif telah membuka jalan bagi pemrosesan tingkat industri untuk menambah nilai produk sampingan ini.

Karbon aktif

Karbon Aktif adalah bentuk karbon non-grafit yang dapat dihasilkan dari bahan berkarbon apapun. Karbon aktif berbahan dasar tempurung kelapa dinilai lebih unggul dibandingkan dengan yang diperoleh dari sumber lain karena struktur pori makronya yang kecil sehingga lebih efektif untuk adsorpsi gas / uap dan untuk menghilangkan warna dan bau senyawa. Karbon aktif banyak digunakan dalam pemurnian dan pemutihan minyak nabati dan larutan kimia, pemurnian air, pemulihan pelarut dan uap lainnya, pemulihan emas, dan dalam masker gas untuk perlindungan terhadap gas beracun. Rata-rata 3 ton arang tempurung kelapa akan menghasilkan 1 ton karbon aktif.



Gambar 1 : Karbon Aktif

Meskipun karbon aktif dapat dibuat dari berbagai jenis biomassa, karbon aktif berbahan dasar tempurung kelapa dilaporkan memiliki kualitas yang unggul dan harga yang terjangkau di pasar internasional. Permintaan dunia akan karbon aktif diperkirakan mencapai 1,2 juta ton. Jepang, AS, Jerman, Singapura, Ghana, Korea & Taiwan adalah importir utama karbon aktif. Filipina, Sri Lanka, India, Indonesia, Thailand adalah negara penghasil karbon aktif utama

BAB II

Analisis Pasar dan Produk

2.1 Tren Produk

Skenario India

Merupakan fakta yang diakui dengan baik bahwa India adalah salah satu penghasil kelapa terbesar. Kelapa di India sebagian besar merupakan tanaman petani kecil yang menyumbang sekitar Rs.83.000 juta per tahun yang merupakan sekitar 2% dari kontribusi pertanian & sektor terkait dengan lebih dari 10 juta keluarga petani bergantung pada tanaman untuk mata pencaharian mereka.

Meskipun merupakan penghasil utama kelapa, India mengonsumsi lebih dari 50% produksi kelapa dari 15,84 miliar kelapa per tahun sebagai kelapa mentah untuk keperluan kuliner dan keagamaan. 35% dari produksi digunakan untuk konversi ke kopra, 11% untuk kelapa lunak, 2% untuk pembibitan dan hampir tidak 2% digunakan untuk penambahan nilai dan keperluan industri. Oleh karena itu, India perlu melakukan penelitian dan pengembangan yang lebih intensif serta alih teknologi pemanfaatan dan diversifikasi produk baik untuk pangan maupun non pangan sehingga terjadi praktek penetapan harga kelapa berdasarkan harga pasar kelapa yang ada minyak bisa dihilangkan.

Keunggulan kelapa memiliki ratusan kegunaan yang tidak dapat diklaim oleh benih minyak atau tanaman hortikultura lainnya. Produk kelapa dan produk sampingan dapat digunakan secara komersial untuk berbagai tujuan. Kelapa merupakan bahan pangan sekaligus tanaman berbiji minyak. Kelapa juga merupakan sumber serat, kayu, dan bahan bakar. Kelapa sawit juga merupakan tanaman minuman di banyak negara bagian di negara ini. Kernel merupakan bagian integral dari makanan orang-orang di Pantai Barat India. Santan kelapa bergizi diperoleh dari kernel, yang menghasilkan minyak saat mendidih. Santan merupakan bahan penting dalam banyak olahan kuliner.

Minyak kelapa menghasilkan banyak oleokimia yang memiliki aplikasi luas di berbagai sektor. Minyak kelapa juga dapat diubah menjadi bio-diesel. Bungkil kelapa, residu yang diperoleh setelah ekstraksi minyak dari kopra, merupakan pakan ternak yang baik. Kelapa sawit menghasilkan *toddy*, dari gula-gula, cuka dan arak diproduksi. Kayu kelapa digunakan dalam konstruksi rumah dan untuk membuat furniture, panel dinding, show piece dan ubin lantai. Perbungaan kelapa digunakan untuk membuat obat ayurveda. Kelapa yang lunak digunakan sebagai minuman kesehatan dan olahraga bergizi dan merupakan dasar untuk banyak olahan ayurveda. Air dari kacang matang menghasilkan produk seperti cuka, jelly, nata de coco dan anggur. Cangkang digunakan sebagai bahan bakar selain pembuatan berbagai produk komersial seperti bubuk cangkang, arang tempurung, karbon aktif berbasis cangkang, cangkir es krim, kancing pakaian, barang utilitas dan barang pertunjukan.

Kelapa dibudidayakan di India sejak zaman kuno. Kelapa dilaporkan diperkenalkan dari Sri Lanka saat ini dan diyakini telah menyebar ke seluruh dunia melalui laut dan pelancong. Di India, kelapa melekat pada semua fungsi upacara Budaya Hindu dan dipersembahkan kepada Dewa dalam semua jenis Puja. Kelapa digunakan dengan banyak cara di India. Di

beberapa bagian India Selatan, kelapa juga digunakan secara ekstensif di banyak sayuran kari. Minyak kelapa adalah minyak goreng utama di bagian selatan India. Santan yang berasal dari kelapa parut *blending* adalah bahan utama dari *chutney* kelapa mereka. Di *Bengal* juga santan digunakan dalam pembuatan kari non vegetarian.

Kernel kering atau kopra adalah sumber terkaya minyak goreng di *Kerala*, yang juga digunakan sebagai minyak rambut, minyak tubuh, dan minyak industri di seluruh negeri. Minyak kelapa adalah iluminasi dan pelumas juga. Minyak kelapa merupakan bahan di sebagian besar produk kosmetik premium.

Ada dua jenis kopra yang diproduksi di India, yaitu milling dan edible. Kategori kopra giling digunakan untuk mengekstrak minyak, sedangkan kopra yang dapat dimakan dikonsumsi sebagai buah kering selain digunakan untuk tujuan keagamaan.

Minyak kelapa

Minyak kelapa digunakan di negara ini untuk tujuan yang dapat dimakan dan tidak dapat dimakan. Dibuat dari kopra kering yang memiliki kadar air maksimal 6%. Selain itu, minyak kelapa olahan banyak digunakan dalam pembuatan biskuit, cokelat, dan makanan manis lainnya, es krim serta produk farmasi. Minyak kelapa murni terbuat dari susu yang diekstrak dari inti mentahnya dan sangat kaya akan vitamin, mineral, dan anti-oksidan.

Arang tempurung kelapa

Arang tempurung merupakan produk penting yang diperoleh dari tempurung kelapa. Arang tempurung digunakan secara luas sebagai bahan bakar rumah tangga dan industri. Arang tempurung kelapa merupakan hasil samping industri minyak kelapa yang diperoleh setelah ekstraksi kelapa untuk produksi minyak kelapa. Cangkang harus dimodifikasi secara fisik dan kimiawi untuk meningkatkan sifat adsorpsi terhadap molekul organik atau ion logam, yang secara rutin ditemukan dalam air dan air limbah. Ini dilakukan secara efektif dengan mengubah cangkang menjadi karbon aktif. Arang tempurung kelapa dilaporkan sebagai sumber daya yang cocok untuk persiapan karbon aktif.

Cara pembuatan arang batok kelapa ada banyak cara, tetapi cara *drum* dan cara penambangan adalah yang paling banyak digunakan. Pada umumnya arang tempurung dibuat dengan cara membakar batok kelapa dalam persediaan oksigen yang terbatas. Penting untuk diketahui bahwa oksigen dapat menghancurkan cangkang jika udaranya tidak terbatas. Ini harus digunakan cangkang yang bersih, benar-benar kering dan matang untuk mendapatkan arang berkualitas tinggi. Arang tempurung kelapa ditemukan menjadi bahan yang cocok dalam pengembangan lapangan golf, menurut sumber Dewan Pengembangan Kelapa di sini. Di lapangan golf, lapisan arang tempurung kelapa diletakkan hingga kedalaman tertentu bersama dengan pasir dan biomassa lainnya sebelum rumput ditanam.

Arang Batok Kelapa sangat diakui oleh pelanggan karena kualitas terbaik dan daya tahan simpan yang lama. Arang Batok kelapa memiliki komposisi yang akurat dan daya simpan yang lama. Selain itu, arang batok kelapa diproses di fasilitas canggih sesuai permintaan dan spesifikasi pasar yang memastikan pengiriman Arang Batok Kelapa yang sempurna. Satu ton batok kelapa dibeli dengan harga Rs 4.000. Karbon aktif berbasis cangkang digunakan secara luas untuk pemurnian dan pemutihan minyak nabati dan larutan kimia,

pemurnian air, pemulihan pelarut dan emas. Arang Batok kelapa juga digunakan dalam masker gas dan berbagai filter.

Karbon aktif yang dihasilkan dari arang tempurung kelapa digunakan secara luas di pasaran dunia dalam berbagai aplikasi industri seperti penjernihan udara, gas, cairan dan emas olahan. Arang juga digunakan dalam pencampuran bahan kimia dan pembuatan produk farmasi, mengawetkan buah dan sayuran, dan banyak aplikasi lainnya.

Batok kelapa yang sangat murni dan efisien, cenderung lebih padat dengan jumlah pori mikro yang lebih banyak serta formulator dan pengaman pengaman dan produsen dari keluhan pelanggan yang timbul dari masalah debu.

Karbon aktif, yang lebih umum dikenal sebagai arang, banyak digunakan di seluruh industri farmasi sebagai adsorben untuk menghilangkan polutan, bau, dan gas berbahaya dari produk kemasan. Ini karena strukturnya yang amorf dan sangat berpori, yang menyediakan area permukaan yang luas untuk adsorpsi gas dan molekul organik yang mudah menguap. Namun, yang sama pentingnya, produsen dan distributor memilih arang aktif untuk kemasan mereka karena sangat efektif jika dikombinasikan dengan zat lain, seperti pengering untuk mengontrol kelembapan dan bau.

Penggunaan briket arang tempurung kelapa dalam *barbeque* dan pemeliharaan unggas menjadi populer. Jika tren ini terus berlanjut, penggunaan arang tempurung kelapa dapat berkembang pesat dan meningkatkan permintaannya secara signifikan.

Arang dan kemurnian zat apa pun kini telah menjadi kebutuhan dasar zat kimia apa pun. Begitu banyak produk yang diperoleh dengan pengolahan berwarna kotor dan memiliki banyak kotoran. Masalah ini dapat dengan mudah diatasi dengan adsorpsi dimana karbon telah menjadi salah satu bahan yang paling umum digunakan untuk tujuan tersebut, materi hewan. Produk amorf yang dihasilkan termasuk kokas arang dan kokas minyak bumi.

Karbon aktif butiran digunakan untuk pemurnian gas atau cairan dan dapat digunakan dalam kolom kemasan karbon vertikal. Ia menemukan aplikasi dalam persiapan pil dan tabel pencernaan. Sifat adsorptifnya digunakan dalam pengobatan minyak lambung karena hiperasiditas.

Karena ekspansi industri farmasi dan minyak nabati, permintaan karbon aktif diperkirakan akan meningkat tajam di tahun-tahun mendatang. Selain permintaan di pasar India, ada juga permintaan besar karbon aktif di luar negeri untuk karbon aktif berkualitas tinggi. Jadi unit memiliki cakupan yang sangat baik..

Statistik Kelapa di India

NO	Negara Bagian	Area('000 Hektar)	Produksi (Juta)	Produktifitas (Kelapa/Hektar)
	2018 - 2019			
1	Mizoram	00,03	00,15	5.000
2	Arunachal Pradesh	00,07	00,30	4.615
3	Telangana	00,46	05,59	12.232
4	Nagaland	01,06	09,02	8.477
5	Chhattisgarh	01,52	10,93	7.210
6	Tripura	04,61	18,37	3.987
7	Bihar	11,92	78,12	6.551
8	Assam	20,61	182,78	8.868
9	Gujarat	26,91	259,57	9.646
10	Maharashtra	27,18	208,93	7.687
11	West Bengal	30,82	384,17	12/467
12	Odisha	46,67	286,20	6.132
13	Others	49,56	274,83	5.545
14	Andhra Pradesh	111,82	1.567,60	14.019
15	Tamil Nadu	436,94	5.370,39	12.291
16	Karnataka	619,78	4.947,74	7.983
17	Kerala	760,95	7.683,55	10.097
	All India	2.150,89	21.288,24	9.897

Sumber : <https://www.coconutboard.gov.in/presentation/statistics/statistics.aspx>

Catatan: Data terbaru hanya tersedia hingga 2018-2019

2.2 Struktur Pasar

Kelapa sangat penting untuk keperluan rumah tangga, petani kelapa membantu untuk produk yang dapat dipasarkan produsen. Kelapa telah menjadi pemasaran budidaya di India sejak lama. Sebagian besar komoditas unggulan ekspor negara dunia.

Praktik pemasaran kelapa saat ini menjadi kendala utama karena memberi petani rata-rata margin keuntungan yang sangat kecil. Jarang ada petani yang menjual produknya langsung ke pasar grosir karena perjalanan dari pertanian ke pasar yang buruk dan kurangnya

transportasi. Demikian pula, seperti pada sektor tanaman lainnya, petani kelapa menanggung fluktuasi harga domestik yang lebih rendah seperti yang ditentukan oleh pasar dunia.

Efisiensi pemasaran mengacu pada keefektifan atau kompetensi yang dengannya struktur pasar menjalankan fungsi yang ditentukan. Efisiensi pemasaran secara langsung berkaitan dengan biaya yang terlibat dalam pengangkutan barang dari produsen ke konsumen dan kuantitas layanan yang ditawarkan. Penurunan biaya pemasaran, tanpa mengurangi kepuasan konsumen, menunjukkan peningkatan efisiensi. Tingkat kepuasan konsumen yang lebih tinggi, dengan biaya pemasaran yang lebih tinggi, mungkin telah meningkatkan efisiensi, jika kepuasan tambahan yang diperoleh konsumen, melebihi biaya tambahan yang dikeluarkan pada proses pemasaran. Tetapi perubahan yang mengurangi biaya serta kepuasan konsumen tidak perlu menunjukkan peningkatan efisiensi pemasaran.

Pemasaran kelapa seperti halnya komoditas hortikultura lainnya, secara gagasannya memiliki dua aspek yaitu kegiatan pemasaran, di mana penjual dan pembeli saling berkoordinasi dalam kegiatan masing-masing, di mana barang dan jasa dari produsen bergerak melalui jalur tertentu dengan penerapan alat pemasaran secara sadar. Aspek lainnya adalah kegiatan promosi pemasaran, yang terdiri dari pengumpulan informasi, data, kompilasi, analisis, interpretasi data dan menyampaikan informasi valid yang dihasilkan kepada petani, pedagang, organisasi bisnis dan instansi terkait lainnya untuk memfasilitasi fungsi pemasaran. Alat yang digunakan untuk kegiatan promosi pasar adalah riset pemasaran, periklanan dan koordinasi yang efektif antara produsen dan konsumen. Sedangkan kegiatan promosi pemasaran berperan mendukung dan memperkuat kegiatan pemasaran, namun di kemudian hari diperlukan keahlian profesional dan komersial.

Pemasaran kelapa berbeda dari buah-buahan segar lainnya karena keawetan alami kelapa, yang dijual sebagai kelapa muda segar serta air kelapa dan kelapa kering. Praktik Pemasaran yang diikuti kurang lebih serupa. Ternyata tidak banyak berbeda kecuali perubahan praktek pasca panen karena bentuk kelapa dan hasil kelapa yang dikonsumsi di daerah tersebut.

Pola Konsumsi Kelapa

Pola konsumsi kelapa di India disajikan dibawah ini. Dari total produksi kelapa, sekitar 45 persen dijadikan Kelapa mentah, 16 persen sebagai Kelapa empuk, dan 39 persen dijadikan kopra. Sekitar 70 persen kelapa mentah digunakan untuk keperluan rumah tangga dan sisanya 30 persen digunakan untuk keperluan industri terutama sebagai kelapa kering (50%), kelapa beku / parut (38%) dan minyak kelapa murni (10%). Hampir 77 persen kopra digunakan untuk penggilingan untuk menghasilkan minyak kelapa untuk dimakan (40%), perlengkapan mandi (40%) dan kegunaan lain (20%) dan sekitar 23 persen kopra digunakan untuk konsumsi langsung.

Pola Konsumsi Kelapa di India

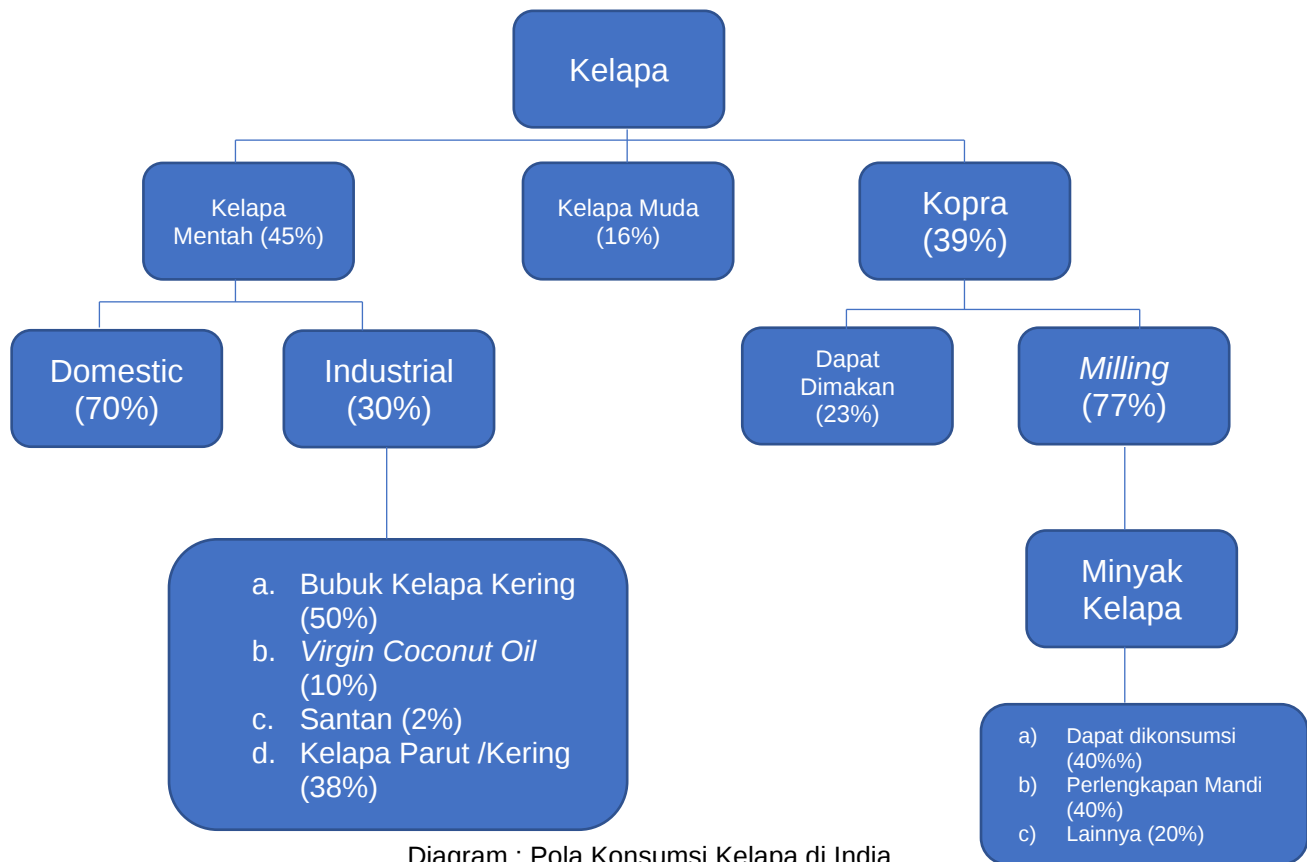


Diagram : Pola Konsumsi Kelapa di India

Sumber: Coconut Development Board <https://cacp.dacnet.nic.in/ViewReports.aspx?Input=2&PageId=37&KeyId=689>

Dalam industri non-makanan, minyak kelapa sejauh ini merupakan satu-satunya sumber minyak nabati yang dikenal secara komersial yang sangat kaya akan asam lemak laurat, alkohol lemak, metil ester, lemak amina dan gliserol yang merupakan dasar pembuatan sabun, deterjen, surfaktan, sabun metalik, produk plastik dan karet, lilin dan krayon, kosmetik, perlengkapan mandi, pelumas sintetis, dan minyak pemotongan. Peluang pasar ini yang belum pernah terjadi sebelumnya yang perlu didukung oleh pemasaran internal dan sistem informasi yang diarahkan untuk memfasilitasi dan meningkatkan kesadaran petani dan produsen serta meningkatkan investasi di sektor kelapa.

Beberapa Penggunaan Arang untuk Industri

Bahan Bakar Memasak: Memanggang di luar ruangan (Briket arang) dan barbeque.

Logam Berat: Besi peleburan

Pemurnian / Filtrasi: Filter arang, menghilangkan bahan pewarna dari larutan, industri lem dan gelatin, Hindari Fluorida, Pemurnian gula

Seni: Pensil arang, tongkat

Hortikultura: Untuk memperbaiki tanah, tumpukan kompos untuk meningkatkan kandungan karbonnya

Obat-obatan: Suplemen diet untuk masalah lambung, biskuit arang, Pemutih gigi, Mengobati keracunan alkohol, Anti penuaan, Mengurangi kolesterol tinggi

Pengasapan : *Hookah*

Otomotif, Kimia, Bahan Bakar: Syngas (Campuran CO + H₂ + CO₂ + N₂) / Gas Kayu / Gas Produsen / Gas hisap

Karbon Di-Sulfida: Vulkanisasi Karet, Jumlah Pewarna yang Mengandung Belerang
Otomotif: Baterai Arang

2.3 Saluran Distribusi

Pemasaran kelapa, kopra dan minyak kelapa sebagian besar berada di tangan pedagang swasta di India. Organisasi koperasi dan instansi Pemerintah juga telah memasuki bidang pengolahan dan pemasaran buah kelapa.

Jenis pembeli kelapa: Pedagang, pembuat kelapa / kopra dan agen dari seluruh dealer penjualan.

Saluran distribusi

- Importir - Pedagang – Konsumen
- Importir - Agen Dealer Grosir / pembuat kopra lokal - Dealer grosir (pabrik)
- Importir - Komunitas Pemasaran - Pedagang penjualan utuh

Pasar, berdasarkan Saluran Distribusi produk kelapa:

- Supermarket / Hypermarket
- Toko Grosir / Eceran
- Saluran Online
- Saluran Distribusi Lainnya

Prospek produk nilai tambah kelapa di Delhi dan NCR

Kelapa menyediakan beragam produk. Kelapa adalah tanaman unik, di mana setiap bagian berguna dalam satu atau lain cara. Produk komersial utama kelapa adalah kopra yang darinya dihasilkan minyak kelapa. Produk kelapa bernilai tambah lainnya antara lain kelapa kering, krim kelapa, *virgin oil*, cuka, air kelapa muda, produk berbahan dasar santan, Produk Kelapa merek *Neera* dan produk sampingnya serta produk industri lain yang tidak dapat dimakan seperti sabut. Dari banyak produk ini tersedia di seluruh dunia, tetapi beberapa tidak. Mayoritas penduduk India utara tidak mengetahui berbagai produk kelapa bernilai tambah yang tersedia dan penggunaannya dalam kehidupan sehari-hari.

Survei acak dilakukan di beberapa mal dan gerai ritel di wilayah *New Delhi* dan *NCR* untuk mendapatkan gambaran tentang ketersediaan berbagai produk kelapa di wilayah tersebut. Survei tersebut mengungkapkan bahwa minyak rambut kelapa dan air kelapa muda adalah produk yang banyak diminati di Delhi dan sekitarnya. Minyak kelapa untuk tujuan yang dapat

dimakan terutama tersedia di toko-toko India Selatan. Minyak rambut kelapa dari berbagai merek tersedia di semua gerai ritel kecil yang menandakan bahwa sebagian besar masyarakat di wilayah utara masih menganggapnya sebagai minyak rambut yang baik dan bukan sebagai media memasak. Namun di luar etnis mana pun, semua orang suka menikmati air kelapa yang lembut dan daging kelapa yang lembut. Memahami ruang lingkup air kelapa di India utara terutama di bulan-bulan musim panas, banyak pelaku bisnis yang melakukan distribusi dan pemasaran air kelapa yang dikemas. Alhasil, air kelapa yang dikemas bisa dilihat di banyak gerai ritel. Dirasakan bahwa jika air kelapa mendapat penerimaan sebanyak ini di kalangan masyarakat Delhi, Produk *Neera*, minuman kesehatan bergizi dari kelapa akan menggantikan semua minuman ringan berkarbonasi, begitu orang Delhi mendapat kesempatan untuk mencicipinya selama musim panas yang parah dan berkepanjangan. Selain produk dalam negeri, banyak produk kelapa asing juga tersedia di super market yang sebagian besar mencakup produk kelapa dari Thailand. Diantaranya, air kelapa dengan potongan daging buah yang tersuspensi atau nata-de-coco atau diperkaya dengan leci atau sari mangga juga semakin populer di daerah ini, meski memiliki harga yang tinggi dibandingkan produk India.

Santan dan krim juga diimpor dari Thailand dan dipasarkan oleh para pebisnis India, yang populer di kalangan koki dan pembuat roti. Santan / krim yang dipasarkan oleh perusahaan di India yaitu *Dabur* dan *Nestle* memiliki penerimaan yang luas di kalangan ibu rumah tangga, sebagai pembuat manisan skala kecil dan tukang roti. Meskipun banyak perusahaan berbahan dasar kelapa dari India Selatan memproduksi dan memasarkan produk yang sama, mereka hanya dikenal di antara sejumlah kecil orang dari selatan. Kampanye publik yang luas dan iklan TV akan menciptakan permintaan yang sangat baik di antara orang-orang akan produk-produk ini yang digunakan dalam persiapan berbagai manisan dan makanan penutup.

Cokelat susu batangan dengan isi kelapa (*Bounty*) yang diproduksi dan dipasarkan oleh *Mars International* merupakan salah satu cokelat favorit untuk segala usia. Cokelat buatan India dengan isi kelapa tidak ditemukan di toko mana pun. Tampaknya ada ruang lingkup yang baik untuk cokelat semacam itu jika ada publisitas yang baik.

Ketersediaan produk kelapa asing di pasar Delhi meningkat dari hari ke hari terlepas dari harganya yang tinggi dibandingkan dengan produk India. Ini menunjukkan bahwa ada permintaan besar untuk produk olahan berkualitas tinggi di India utara. Selain itu, ada populasi besar India Selatan yang tinggal di *New Delhi* dan *NCR* yang terbiasa dengan berbagai produk kelapa. Pasokan produk kelapa ini sama sekali tidak mencukupi.

Hyderabad, pasar potensial untuk produk kelapa yang memiliki nilai tambah

Coconut nature's supermarket adalah toko swalayan dari mana kami mendapatkan berbagai jenis produk seperti kelapa, air, minyak, kopra, sabut, sekam dan lainnya. Kelapa telah diproduksi di India sejak jaman dahulu dan memiliki peran penting dalam Budaya India. India adalah salah satu produsen kelapa terkemuka di dunia. Andhra Pradesh menempati posisi pertama dalam produktivitas kelapa dan posisi keempat di daerah di bawah kelapa di antara negara-negara bagian penghasil kelapa utama, Tamil Nadu, Kerala dan Karnataka. Kelapa menempati hampir 1,02 ratus ribu hektar di Andhra Pradesh dengan tingkat produksi tahunan 1678 juta kacang yang menyumbang 6,03% area dan 8,52% produksi di negara ini. Tanaman adalah salah satu tanaman hortikultura penting yang dibudidayakan di negara bagian. Sebagian besar kelapa yang diproduksi di negara bagian Andhra Pradesh

digunakan sebagai kelapa yang lembut, sebagai kelapa kuil, kacang yang dapat dimakan untuk tujuan kuliner atau sebagai kopra yang dapat dimakan. Pengolahan kopra, ekstraksi minyak kelapa dan pembuatan sabut adalah industri berbasis kelapa tradisional di negara bagian.

Sebuah penelitian dilakukan untuk mengeksplorasi ketersediaan berbagai produk kelapa yang memiliki nilai tambah di toko-toko ritel besar dan pusat perbelanjaan yang terletak di Hyderabad. 16 supermarket / mal besar seperti *Reliance market, D mart, Walmart, More hyper market, Ratnadeep, Inorbit Mall, Big bazar, Forum Mall, Manjeera Mall, hyper market Spencer*, dan lainnya telah dikunjungi sebagai bagian dari studi ini. Diketahui bahwa semua supermarket memiliki ragam produk kelapa yang dapat dimakan dan tidak dapat dimakan di raknya. Produk utama yang dapat dimakan yang ditemukan adalah kopra potong, santan, bubuk kelapa, air kelapa muda, bubuk kelapa kering, penganan berbahan dasar kelapa dan coklat.

Kopra potong terlihat di pasar utama *Hyderabad* karena kegunaannya dalam item kuliner di daerah ini. Orang-orang *Andhra Pradesh* kebanyakan memanfaatkan kelapa untuk membuat kopra yang dapat dimakan untuk keperluan rumah tangga mereka. Kopra potong digunakan di sini sebagai bahan utama dalam berbagai masakan. Karena penggunaan kulinernya, ada permintaan kopra di negara bagian itu sepanjang musim. *Amalapuram, Ampajipeta* dan *Palakol* adalah pusat perdagangan penting kelapa dan kopra. Semua pasar super dan mal telah memotong kopra dalam kemasannya sendiri. Pengecer membelinya dari grosir dan mengemas ulang dan menjual dengan label mereka sendiri. Meskipun kopra dijual dengan harga yang sangat tinggi di gerai pengecer, petani bahkan tidak mendapatkan separuh dari bagian keuntungannya. Hal ini merupakan jalan yang baik bagi Organisasi Pengusaha Tani di sektor kelapa untuk menjadi bagian dari sektor ini dan mendapatkan harga yang terbaik dan maksimal untuk hasil produksinya daripada hanya menjadi produsen kopra semata.

Bubuk kelapa kering adalah produk lain yang ditemukan di sebagian besar supermarket dan mal dalam kemasan kecil. Santan juga memiliki posisi yang menonjol jika dibandingkan dengan produk kelapa lainnya. Santan Dabur tersedia di hampir semua supermarket. Beberapa diantaranya diproduksi di *Nepal* dan diimpor oleh *Dabur India Ltd.* Hal ini menunjukkan tingginya permintaan santan di perkotaan. Kelompok berpenghasilan tinggi menggunakan santan kemasan untuk menyiapkan berbagai hidangan. Labu kuning berbahan dasar santan dengan merek '*Mapro*' juga ditemukan di banyak pasar selama penelitian berlangsung. Produksi dan pemasaran santan dirasa memiliki cakupan yang luar biasa di *Andhra Pradesh*.

Bahkan penganan berbahan dasar kelapa seperti biskuit dan kue kering memiliki rak terpisah di semua supermarket. *Britania, Nice time* dan *Parle's coconut* adalah sedikit dari biskuit berbahan dasar kelapa yang dapat ditemukan di semua toko dan pasar super.

Air kelapa muda kemasan dari *M / s Push, Manjeshwar*, Kerala memiliki waralaba di *Hyderabad* dan perusahaan mendistribusikan air kelapa muda kemasan ke *Q mart, Ratnadeep, Max hyper, Spencer's* dan *Heritage fresh*. Air kelapa lembut dari *M / s Cocojel*

North-East India - pusat produk kelapa bernilai tambah yang baru muncul

India Timur Laut yang terdiri dari tujuh negara bagian-Assam, *Meghalaya*, *Manipur*, *Mizoram*, *Nagaland*, *Arunachal Pradesh* dan *Tripura* secara bertahap menjadi pasar potensial untuk produk kelapa yang memiliki nilai tambah. Produk yang dapat dimakan seperti biskuit dan kue kelapa, air kelapa, krim kelapa, santan bubuk, minyak kelapa, dan lainnya. Sekarang tersedia di rak-rak toko ritel dan pusat perbelanjaan di *North-East India*.

Bihu adalah festival terpenting di negara bagian *Assam* yang dirayakan tiga kali dalam setahun, selama April-Mei, Januari dan Oktober, diikuti dengan *Durgapuja* yang dirayakan pada bulan Oktober. Selama festival ini, produk kelapa rumahan yang disebut *pitha* dan *laru* sangat diminati di antara orang Assam dan Bengali yang tinggal di Assam. Selama kesempatan ini, produk ini tersedia secara komersial di bazaar, toko ritel, dan lainnya.

Dari produk yang tidak bisa dimakan, kelapa adalah tradisi kuno untuk menggunakan minyak rambut kelapa di antara masyarakat di negara bagian *Assam*. Selain minyak rambut, sampo dan sabun berbahan dasar kelapa juga tersedia di pasar dan menjadi produk yang semakin penting.

Potensi pasar produk kelapa (yang dapat dimakan & tidak dapat dimakan) membutuhkan survei detail di *North-East India* dan karenanya strategi pasar dapat dibingkai mengenai promosi pasar, logistik, keterkaitan ke belakang dan ke depan, dan lainnya.

Produk yang dapat dimakan seperti biskuit kelapa, santan, santan bubuk, krim kelapa, air kelapa, acar kelapa, *pitha roti* kelapa, acar kelapa dan labu kelapa dan produk yang tidak dapat dimakan seperti sampo kelapa, minyak rambut kelapa dan sabun kelapa tersedia dalam berbagai toko di *North-East India*.

Strategi pemasaran kelapa dan produk bernilai tambahnya di Odisha

Kelapa adalah pohon yang mempunyai banyak manfaat, pemberian alam bagi umat manusia, karena merupakan sumber makanan, minuman, minyak sayur, serat, kayu, produk kesehatan dan merupakan sumber mata pencaharian penting bagi masyarakat. Total luas lahan kelapa di *Odisha* adalah 5.5297 hektar dengan total produksi 2.942 ratus ribu kelapa, sehingga menempati posisi kelima di antara negara bagian India dalam hal luas dan produksi kelapa (2013-14). Produktivitas kelapa di negara bagian ini adalah 6.080 kelapa / hektar, yang lebih rendah dibandingkan dengan produktivitas kelapa di India. Dari 30 distrik di *Odisha*, sekitar 60 persen dari luas dan produksi kelapa berasal dari distrik pesisir *Puri*, *Cuttack*, *Balasore*, *Nayagarh* dan *Ganjam* yang tidak terbagi.

Pemasaran produk apa pun adalah mengkomunikasikan nilai produk, layanan, atau merek kepada pelanggan, untuk tujuan mempromosikan atau menjual produk, layanan, atau merek tersebut. Kegiatan yang berkaitan dengan pemasaran atau promosi pasar kelapa, kopra dan minyak kelapa saja selama tahun-tahun sebelumnya telah menghasilkan perubahan yang luar biasa. Jadi ruang lingkup pemasaran diperluas hingga mencakup berbagai produk kelapa.

Menurut *Odisha*, nilai tambah dalam kelapa terbatas pada minyak kelapa. Di negara bagian tersebut, kelapa terutama digunakan untuk tujuan keagamaan dan hanya sebagian kecil

penduduk yang menggunakan minyak kelapa untuk keperluan kuliner. Tetapi unit skala kecil muncul di negara bagian untuk produksi kue dan manisan dari kelapa.

Survei dilakukan di supermarket *majo* di *Bhubaneswar*, seperti *Big Bazar*, *Reliance fresh*, *Vishal* untuk menjajaki ketersediaan berbagai produk bernilai tambah kelapa. Produk utama yang diidentifikasi adalah air kelapa kemasan, biskuit kelapa dan minyak kelapa, manisan kelapa, santan bubuk, santan, biskuit kelapa, santan, minyak rambut kelapa yang diperkaya, minyak rambut bergizi, biskuit kelapa yang ditaburi gula, kondisioner, *body lotion* (mentega kelapa), kopra bola, losion tubuh (santan), sampo, dan lainnya

2.4 Persepsi Pasar Kopra, Produk Kelapa, dan Arang Indonesia di India

Kekurangan kopra kadang terjadi dan memaksa pedagang minyak kelapa di India mencari alternatif sumber untuk memenuhi permintaan. Beberapa pedagang termasuk beberapa perusahaan korporat yang bergerak dalam bisnis minyak kelapa bermerek kini sedang mencari kopra dari Indonesia, *Andaman* dan *Lakshadweep*. Namun, kualitas kopra semacam itu adalah yang terpenting dan pedagang menunggu sampel sebelum melanjutkannya. terbatasnya pasokan kopra untuk permintaan yang lebih tinggi akan produk sampingan kelapa seperti bubuk kelapa, minyak kelapa murni, kelapa kering, dan lainnya.

Virgin Coconut Oil (VCO) semakin populer sebagai makanan fungsional dan kesadaran publik meningkat. Diharapkan *VCO* akan mengalami pertumbuhan pasar yang dramatis. Studi mengungkapkan bahwa *VCO* juga membantu meningkatkan glukosa darah dan profil lipid penderita diabetes tipe 2, karena kesiapannya untuk memberikan energi ke sel-sel tubuh. *Virgin Coconut Oil (VCO)* diperoleh dengan menggunakan daging kelapa segar atau yang disebut non-kopra. Bahan kimia dan pemanas tinggi tidak digunakan dalam pemurnian lebih lanjut, karena minyak kelapa murni alami sangat stabil dengan umur simpan beberapa tahun. *VCO* juga digunakan sebagai minyak pijat dan pelembab. Selama berabad-abad, tabib tradisional di India dan Pasifik Selatan telah menggunakan minyak kelapa untuk pijat untuk menenangkan dan mendinginkan tubuh. *VCO* digunakan untuk meringankan gejala eksim, dan penyakit kulit ringan lainnya, seperti ruam popok. Karena cepat diserap oleh kulit, tidak meninggalkan rasa lengket. Lebih dari 70% produksi minyak kelapa dunia berasal dari Filipina dan Indonesia. *Sahasra Beauty Bali Virgin Coconut Oil*, bersumber langsung dari lokasi eksotis Bali, Indonesia, minyak kelapa ini dibuat dalam jumlah kecil tanpa panas untuk menjaga kelembapannya. Minyak yang diperas dengan dingin sangat cocok untuk memperbaiki rambut kering, rusak dan untuk pijat seluruh tubuh kapan saja sepanjang hari, dapat digunakan dari ujung kepala hingga ujung kaki. Produk ini merupakan salah satu produk minyak pijat yang direferensikan oleh situs Vogue India. <https://www.vogue.in/content/8-body-massage-oils-that-are-perfect-for-your-next-selfcare-sunday>



Gambar 2 : Sahasra Beauty Bali Virgin Coconut Oil

KARA adalah merek lokal Indonesia yang dimiliki oleh Sambu Group. KARA telah bekerjasama dengan petani kelapa lokal dan menggunakan kelapa Indonesia sebagai bahan dasar dalam menciptakan berbagai produk olahan kelapa. Lebih dari 90% pasokan pasokan kelapa KARA berasal dari petani kelapa Indonesia, sedangkan perkebunan kelapa Sambu Group sebagai pemilik merek KARA hanya mencukupi kurang dari 10% dari kebutuhan pasokan kelapa. Kelapa adalah bahan serbaguna yang digunakan dalam banyak resep. Menawarkan alternatif yang lebih sehat, produk kuliner kelapa banyak dicari karena rasa dan teksturnya yang lembut. Kara telah memperkenalkan krim kelapa ke Singapura, Indonesia dan Malaysia sejak tahun 1989 sebagai solusi yang sehat, higienis dan nyaman untuk produk kelapa dan juga ke Pasar India. Santan Kara dan Kara Coco tersedia di supermarket India dan *platform online* seperti *amazon.in*, *flipkart*, *bigbasket*, *naturebasket*. Ulasan pelanggan produk Santan Kara terlihat positif sebagai produk berkualitas baik dan bermanfaat untuk menyiapkan berbagai hidangan di India.



Picture 3 : Produk Kelapa Kara

Arang tempurung kelapa digunakan oleh industri sebagai bahan bakar. Arang tempurung kelapa adalah bahan baku pembuatan 'karbon aktif', yang memiliki industri besar di India Filipina, Indonesia dan Sri Lanka adalah produsen utama karbon aktif berbasis tempurung kelapa di masa lalu. Arang tempurung kelapa juga tersedia di platform *e-commerce* seperti *tradeindia.com*.

2.5 Kekuatan, Kelemahan, Peluang, Ancaman, Kelemahan Kopra, Produk Kelapa, dan Arang di India

Kekuatan industri kelapa India

- Salah satu penghasil kelapa terbesar di dunia yang memproduksi 13 milyar kelapa per tahun.
- Kawasan kelapa didistribusikan di 18 negara bagian dan tiga wilayah persatuan di bawah kondisi agroklimat yang berbeda.
- Banyaknya koperasi petani dalam pengolahan primer dan pemasaran.
- Instansi pemerintah seperti *Kerafed*, Perusahaan Perdagangan Negara, Federasi Pemasaran Negara Bagian Kerala dan Federasi Pemasaran Negara Bagian Karnataka dalam pembuatan dan pemasaran minyak kelapa bermerek dalam kemasan kecil
- Ratusan perusahaan swasta ternama dan mapan di bidang manufaktur dan pemasaran berbagai produk kelapa termasuk minyak kelapa bermerek dalam kemasan kecil.
- Berbagai macam produk kelapa, baik yang dapat dimakan maupun yang tidak dapat dimakan, tersedia untuk ekspor.
- Pengetahuan teknis dan tenaga terlatih untuk pembuatan berbagai produk berbahan dasar kelapa.
- Ketersediaan dukungan penelitian oleh organisasi penelitian ternama seperti *Council of Scientific and Industrial Research (CSIR)*, *The Indian Council of Agricultural Research (ICAR)* dan *The Defence Research and Development Organisation (DRDO)*.

Kelemahan

- Kapasitas pemrosesan pabrik tidak mencukupi
- Infrastruktur yang tidak memadai untuk pembuatan dan transportasi
- Kurangnya ketersediaan keuangan bagi petani kecil

Peluang

- Meningkatnya popularitas produk kelapa
- Meningkatkan kualitas dan keamanan pangan untuk memenuhi standar kualitas dunia yang terus berkembang
- Penambahan nilai di seluruh lini produk kelapa untuk memotivasi penanaman kembali
- Minyak kelapa menawarkan manfaat kesehatan
- Sertifikasi organik

Ancaman

- Pohon yang menua, persediaan menurun
- Pengelolaan pohon yang buruk mendorong hama dan penyakit
- Perubahan kebijakan pemerintah
- Meningkatnya standar kualitas pasar dan negara pesaing

BAB III

Persyaratan dan Peraturan & Kebijakan Produk

3.1 Peraturan & Kebijakan Produk di India

The Importer -Exporter Code (IEC) adalah nomor identifikasi bisnis utama yang wajib untuk Ekspor atau Impor. Tidak seorang pun boleh mengimpor atau mengekspor kecuali berdasarkan Nomor IEC yang diberikan oleh *The Directorate General of Foreign Trade (DGFT) India*. Dalam hal impor atau ekspor layanan atau teknologi, IEC hanya akan disyaratkan jika penyedia layanan atau teknologi mengambil keuntungan berdasarkan Kebijakan Perdagangan Luar Negeri atau berurusan dengan layanan atau teknologi tertentu.

Sifat perusahaan yang memperoleh IEC dapat berupa salah satu dari berikut - "*Proprietorship, Partnership, LLP, Limited Company, Trust, HUF and Society.*" Konsekuensinya setelah pengenalan GST, nomor IEC sama dengan PAN perusahaan. IEC akan diterbitkan secara terpisah oleh *The Directorate General of Foreign Trade (DGFT)*.

Apa itu *Goods and Services Tax (GST)* di India?

GST dikenal sebagai Pajak Barang dan Jasa. GST adalah pajak tidak langsung yang telah menggantikan banyak pajak tidak langsung di India seperti cukai, PPN, pajak jasa, dll. Undang-Undang Pajak Barang dan Jasa disahkan di Parlemen pada tanggal 29 Maret 2017 dan mulai berlaku pada tanggal 1 Juli 2017.

Dengan kata lain, *Goods and Services Tax (GST)* dikenakan atas penyediaan barang dan jasa. Undang-Undang Pajak Barang dan Jasa di India adalah pajak berbasis tujuan yang komprehensif dan bertingkat yang dikenakan pada setiap penambahan nilai. GST adalah undang-undang pajak tidak langsung domestik tunggal untuk seluruh negara bagian.

Sebelum Pajak Barang dan Jasa diberlakukan, struktur pungutan pajak tidak langsung di India adalah sebagai berikut:

Di bawah rezim GST, pajak dipungut di setiap titik penjualan. Untuk penjualan dalam negara bagian, GST Pusat dan GST Negara Bagian akan dikenakan. Semua penjualan antar negara bagian dibebankan ke GST Terpadu.

Tahapan ganda

Sebuah *item* mengalami beberapa kali pergantian tangan di sepanjang rantai pasokannya: Mulai dari produksi hingga penjualan akhir ke konsumen.

Tahapan-tahapan berikut ini:

- Pembelian bahan mentah
- Produksi atau manufaktur
- Pergudangan barang jadi
- Menjual ke pedagang grosir
- Penjualan produk ke pengecer
- Menjual ke konsumen akhir

Apa saja komponen *Goods and Services Tax (GST)*?

Ada tiga pajak yang berlaku di bawah sistem ini: *CGST, SGST & IGST*.

- *CGST*: Ini adalah pajak atas penjualan yang dikumpulkan oleh *the Central Government on an intra-state* (misalnya, transaksi yang terjadi di *Maharashtra*).
- *SGST*: Ini adalah pajak atas penjualan yang dikumpulkan oleh *the state government on an intra-state* (misalnya, transaksi yang terjadi di dalam *Maharashtra*).
- *IGST*: Ini adalah pajak atas penjualan yang dikumpulkan oleh *the Central Government for an inter-state* (misalnya, *Maharashtra* ke *Tamil Nadu*).

Dalam kebanyakan kasus, struktur pajak di bawah rezim baru adalah sebagai berikut:

Tabel 12: Struktur Pajak

Transaksi	Rezim Baru	Rezim Lama	Distribusi Pendapatan
Dijual di dalam Negara Bagian	<i>CGST + SGST</i>	<i>VAT + Central Excise/Service tax</i>	Pendapatan akan dibagi rata antara Pusat dan Negara Bagian
Dijual ke Negara Bagian lain	<i>IGST</i>	<i>Central Sales Tax + Excise/Service Tax</i>	Hanya akan ada satu jenis pajak (pusat) dalam kasus penjualan antar negara bagian. Pusat kemudian akan membagi pendapatan <i>IGST</i> berdasarkan tujuan barang.

3.1.1 Kebijakan dan Peraturan Impor di India

Tabel 13: Kebijakan dan Peraturan Impor Kode HS 12030000

12030000 Kopra		
Kebijakan : Dapat Diimpor secara Bebas		
Indonesia(as of 31-12-2020)		
Most Favoured Nation Tariff	70 %	
ASEAN-India Free Trade Agreement Preferential Tariff	No Preference	
ASEAN-India Free Trade Agreement Preferential Rules Of Origin	Not Applicable*	

Sumber: Department of Commerce, Ministry of Commerce and Industry Government of India, Indian Trade Portal

Tabel 14: Persentase Pajak Tambahan Kode HS 12030000

Kode HS	Deskripsi	CGST Rate (%)	SGST / UTGST Rate (%)	IGST Rate (%)	Compensation Cess
1203	Kopra	2,5	2,5	5	

Sumber : Ministry of Finance – Department of Revenue, Central Board of Indirect Taxes and Customs Goods and Services Tax

Tabel 15: Kebijakan dan Peraturan Impor Kode HS 15131900

15131900 Minyak kelapa (kopra), inti sawit atau babassu dan fraksinya, dimurnikan maupun tidak, tetapi tidak dimodifikasi secara kimiawi: Minyak kelapa (kopra) dan fraksinya: Lain-lain Kebijakan : Dapat Diimpor secara Bebas Impor diizinkan melalui STE kecuali STC sesuai dengan paragraf 2.20 dari Pembaruan Kebijakan Perdagangan Luar Negeri sesuai Pemberitahuan no 46 / 2015-20 tanggal 21 Des 2020		
Indonesia(as of 31-12-2020)		
Most Favoured Nation Tariff	100	
ASEAN-India Free Trade Agreement Preferential Tariff	No Preference	
ASEAN-India Free Trade Agreement Preferential Rules Of Origin	Not Applicable*	

Sumber: Department of Commerce, Ministry of Commerce and Industry Government of India, Indian Trade Portal **The Directorate General of Foreign Trade (DGFT) India mengubah kebijakan impor Kopra & Minyak Kelapa**

Impor Kopra dengan Kode HS 1203 00 00 diperbolehkan melalui MMTC; Sedangkan minyak kelapa impor dengan kode HS 1513 11 00 (Mentah) dan 1513 19 00 (Lainnya) diperbolehkan melalui STE, kecuali STC. Kementerian Perdagangan dan Perindustrian (Departemen Perdagangan) Direktorat Jenderal Perdagangan Luar Negeri, Notifikasi No. 46 / 2015-2020 New Delhi, 21 Desember 2020

Tabel 16: Revisi Kebijakan Impor Kopra & Minyak Kelapa

KODE HS	Deskripsi	Kebijakan	Ketentuan Kebijakan sebeumnya	Ketentuan Kebijakan yang Direvisi
1203 00 00	Kopra	<i>State Trading Enterprise</i>	Impor diizinkan melalui STC sesuai dengan Paragraf 2.20 Kebijakan Perdagangan Luar Negeri.	Impor diizinkan melalui MMTC sesuai dengan Paragraf 2.20 Kebijakan Perdagangan Luar Negeri.
1513 11 00	Minyak Kelapa (Kopra) dan turunannya:- Minyak Mentah	<i>State Trading Enterprise</i>	Impor diizinkan melalui STE sesuai dengan Paragraf 2.20 Kebijakan Perdagangan Luar Negeri	Impor diizinkan melalui STE, kecuali STC, tunduk pada Paragraf 2.20 Kebijakan Perdagangan Luar Negeri.
1513 19 00	Minyak kelapa (kopra) dan fraksinya: -	<i>State Trading Enterprise</i>	Impor diizinkan melalui STE sesuai dengan Paragraf 2.20 Kebijakan Perdagangan Luar Negeri	Impor diizinkan melalui STE, kecuali STC yang tunduk pada Paragraf 2.20 Kebijakan Perdagangan Luar Negeri.

Dengan adanya pemberitahuan ini: Impor Kopra dengan Kode HS 1203 00 00 diperbolehkan melalui MMTC; Sedangkan minyak kelapa impor dengan kode HS 1513 11 00 (Mentah) dan 1513 19 00 (Lainnya) diperbolehkan melalui STE, kecuali STC.

Catatan : State Trading Corporation (STC), Minerals and Metals Trading Corporation (MMTC)

Tabel 17: Kebijakan dan Peraturan Impor Kode HS 15132110

15132110 Minyak kelapa (kopra), inti sawit atau babassu dan fraksinya, dimurnikan maupun tidak, tetapi tidak dimodifikasi secara kimiawi: Minyak inti sawit atau minyak babassu dan fraksinya: Minyak Mentah: Minyak inti sawit		
Kebijakan: Dapat Diimpor Secara Bebas		
Indonesia(as of 31-12-2020)		
Most Favoured Nation Tariff	100	
ASEAN-India Free Trade Agreement Preferential Tariff	No Preference	
ASEAN-India Free Trade Agreement Preferential Rules Of Origin	Not Applicable*	

Sumber: Department of Commerce, Ministry of Commerce and Industry Government of India, Indian Trade Portal

Tabel 18: Kebijakan dan Peraturan Impor Kode HS 15132910

15132910 Kelapa (kopra), inti sawit atau minyak babassu dan fraksinya, dimurnikan maupun tidak, tetapi tidak dimodifikasi secara kimiawi: Minyak inti sawit atau babassu dan fraksinya: Lain-lain: Minyak inti sawit dan fraksinya		
Kebijakan: Dapat Diimpor Secara Bebas		
Indonesia(as of 16-02-2021)		
Most Favoured Nation Tariff	100	
ASEAN-India Free Trade Agreement Preferential Tariff	No Preference	
ASEAN-India Free Trade Agreement Preferential Rules Of Origin	Not Applicable*	

Sumber: Department of Commerce, Ministry of Commerce and Industry Government of India, Indian Trade Portal

Tabel 19: Persentase Pajak Tambahan Kode HS 1513

Kode HS	Deskripsi	CGST Rate (%)	SGST / UTGST Rate (%)	IGST Rate (%)	Compensation Cess
1513	Kelapa (kopra), inti sawit atau minyak babassu dan fraksinya, dimurnikan maupun tidak, tetapi tidak dimodifikasi secara kimia.	2,5	2,5	5	

Sumber : Ministry of Finance – Department of Revenue, Central Board of Indirect Taxes and Customs Goods and Services Tax

Tabel 20: Kebijakan dan Peraturan Impor Kode HS 08011100

08011100 Kelapa, kacang brazil dan kacang mete, segar atau dikeringkan, dikupas atau dikupas maupun tidak: Kelapa: Kering Kebijakan: Dilarang - Nilai CIF Impor di bawah Rs.150 / kg Dilarang Batasan: Namun, impor gratis jika nilai CIF adalah Rs. 150 ke atas per kg Diperbarui sesuai Pemberitahuan 40 / 2015-20 tanggal 8 Jan 2020	
Indonesia(as of 16-02-2021)	
Most Favoured Nation Tariff	70
ASEAN-India Free Trade Agreement Preferential Tariff	No Preference
ASEAN-India Free Trade Agreement Preferential Rules Of Origin	Not Applicable*

Sumber: Department of Commerce, Ministry of Commerce and Industry Government of India, Indian Trade Portal

Government of India, Ministry of Commerce & Industry, Department of Commerce, Direktorat Jenderal Perdagangan Luar Negeri, Notification No. 40 / 2015-2020-DGFT New Delhi, Tanggal: 8 Januari 2020

Perihal: Perubahan kebijakan impor dan penggabungan ketentuan dengan kode HS 0801 11 00 dari Bab 8 ITC (HS), 2017, Schedule - I (Kebijakan Impor).

Dalam pelaksanaan kewenangan yang diberikan oleh Bagian 3 dari FT (D&R) Act, 1992, dibaca dengan paragraf 1.02 dan 2.01 dari Kebijakan Perdagangan Luar Negeri, 2015-2020, sebagaimana telah diubah dari waktu ke waktu, Pemerintah Pusat dengan ini mengubah impor kebijakan kelapa kering dengan kode HS 0801 11 00 Bab 8 ITC (HS) 2017, Schedule - I (Kebijakan Impor) dan memuat ketentuan kebijakan sebagai berikut:

Tabel 21: Revisi Kebijakan Impor 0801 11 00

Kode HS	Deskripsi	Kebijakan impor yang ada	Kebijakan impor yang direvisi	Ketentuan kebijakan
0801 11 00	Kelapa kering	Bebas	Dilarang	Namun, dapat di impor jika nilai CIF adalah Rs. 150 / - dan lebih tinggi per Kilogram

Dengan adanya pemberitahuan ini : Impor kelapa kering dengan nilai CIF Rs.150 / -dan di atas per Kilogram adalah 'Bebas diimpor' dan impor di bawah nilai CIF dari Rs.150 / - per Kilogram adalah 'Dilarang'.

Tabel 22: Persentase Pajak Tambahan Kode HS 0801

Kode HS	Deskripsi	CGST Rate (%)	SGST / UTGST Rate (%)	IGST Rate (%)	Compensation Cess
0801	Kacang mete, dikupas atau dikupas, kelapa kering maupun tidak	2,5	2,5	5	
0801	Kacang Brazil, dikeringkan, dikupas atau dikupas maupun tidak	6	6	12	
0801	Kelapa, segar atau kering, dikupas atau dikupas maupun tidak	0	0	0	
0801	Kacang Brazil, segar, dikupas atau dikupas maupun tidak	0	0	0	

Sumber : Ministry of Finance – Department of Revenue, Central Board of Indirect Taxes and Customs Goods and Services Tax

Tabel 23: Kebijakan dan Peraturan Impor Kode HS 44029010

44029010 Arang kayu (termasuk arang batok atau kacang), diaglomerasi maupun tidak: Lain-lain: Dari tempurung kelapa	
Kebijakan: Dapat Diimpor Secara Bebas	
Indonesia(as of 16-02-2021)	
Most Favoured Nation Tariff	5
ASEAN-India Free Trade Agreement Preferential Tariff	0
ASEAN-India Free Trade Agreement Preferential Rules Of Origin	CTSH + 35% RVC

Tabel 24: Peraturan dan Kebijakan Impor Kode HS 44029090

44029090 Arang kayu (termasuk arang batok atau kelapa), diaglomerasi maupun tidak: Lainnya: Lainnya	
Kebijakan: Dapat Diimpor Secara Bebas	
Indonesia(as of 16-02-2021)	
Most Favoured Nation Tariff	5
ASEAN-India Free Trade Agreement Preferential Tariff	0
ASEAN-India Free Trade Agreement Preferential Rules Of Origin	CTSH + 35% RVC

Table 25 : Catatan – *Role of Origin*

Note - Rules of Origin	
Wholly Obtained and Produced	<i>Wholly obtained in a beneficiary country</i>
CC	<i>Change in Chapter</i>
CTH	<i>Change in Tariff Heading</i>
CTSH	<i>Change in Tariff Sub Heading</i>
RVC	<i>Regional Value Content</i>

Tabel 26: Peraturan dan Kebijakan Impor Kode HS 44029010

KODE HS	Deskripsi	CGST Rate (%)	SGST / UTGST Rate (%)	IGST Rate (%)	Compensation Cess
4402	Arang kayu (termasuk arang batok atau Kelapa), diaglomerasi maupun tidak	0	0	0	

Sumber : Ministry of Finance – Department of Revenue, Central Board of Indirect Taxes and Customs Goods and Services Tax

3.1.2 Peraturan dan Kebijakan Pelabelan di India

Sesuai Peraturan *Food Safety and Standards (Packaging and Labelling)*, 2011
Ketentuan Umum

Setiap makanan kemasan harus memiliki label yang berisi informasi seperti yang dipersyaratkan di sini kecuali ditentukan lain, yaitu.

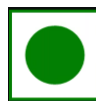
- Pernyataan khusus yang diwajibkan menurut peraturan ini untuk dicantumkan pada label harus dalam bahasa Inggris atau Hindi dalam naskah *Devnagri*: asalkan tidak ada di sini yang akan mencegah penggunaan bahasa lain selain bahasa yang dipersyaratkan menurut peraturan ini.
- Makanan kemasan tidak boleh dideskripsikan atau ditunjukkan pada label apa pun atau dengan cara pelabelan apa pun yang salah, menyesatkan atau menipu atau kemungkinan menciptakan kesan yang salah tentang karakternya dalam hal apa pun;
- Label pada makanan kemasan harus diterapkan sedemikian rupa sehingga tidak lepas dari wadah;
- Isi label harus jelas, menonjol, tidak terhapuskan dan mudah terbaca oleh konsumen dalam kondisi pembelian dan penggunaan normal;
- Jika wadah ditutup dengan pembungkus, pembungkus harus memuat informasi yang diperlukan atau label pada wadah harus mudah terbaca melalui pembungkus luar dan tidak terhalang olehnya;

- Pernyataan tentang *Vegetarian* atau *Non-vegetarian* -
Setiap paket makanan "*Non Vegetarian*" harus mencantumkan pernyataan tentang berlakunya dengan simbol dan kode warna seperti yang ditetapkan di bawah ini untuk menunjukkan bahwa produk tersebut adalah Makanan *Non-Vegetarian*. Simbol terdiri dari lingkaran berwarna coklat yang diameternya tidak kurang dari ukuran minimum yang ditentukan di dalam kotak dengan garis luar coklat yang sisi-sisinya dua kali lipat diameter lingkaran seperti yang ditunjukkan di bawah ini:



Jika setiap artikel makanan mengandung telur hanya sebagai bahan *Non-Vegetarian*, pabrikan, atau pengemas atau penjual dapat memberikan pernyataan tentang efek ini selain simbol tersebut.

Setiap paket Makanan *Vegetarian* harus menanggung pernyataan tentang efek ini dengan simbol dan kode warna seperti yang ditetapkan di bawah ini untuk tujuan ini untuk menunjukkan bahwa produk tersebut adalah Makanan *Vegetarian*. Simbol terdiri dari lingkaran berwarna hijau dengan diameter tidak kurang dari ukuran minimum yang ditentukan pada Tabel di bawah ini, di dalam kotak dengan garis luar hijau berukuran dua kali lipat diameter lingkaran, seperti yang ditunjukkan di bawah ini:



(iv) Ukuran logo

Tabel 27: Ukuran Logo

Luas tampilan panel utama	Ukuran diameter minimum dalam mm
Bentuk persegi sampai 100 cm.	3
Bentuk persegi diatas 100 hingga 500 cm	4
Bentuk persegi di atas 500 cm sampai dengan 2500 cm.	6
Bentuk persegi di atas 2500 cm	8

Simbol harus ditampilkan dengan jelas

- pada kemasan yang memiliki latar belakang kontras pada panel tampilan utama;
- sangat dekat dengan nama atau merek produk;
- pada label, wadah, pamflet, selebaran, iklan di media apapun;

Pelabelan Makanan Pra-kemasan

Selain persyaratan label umum yang ditentukan dalam setiap kemasan pangan harus mencantumkan informasi berikut pada labelnya, yaitu, -

1. Nama Pangan: Nama pangan harus mencantumkan nama dagang atau deskripsi pangan yang tertera pada kemasan.
2. Daftar Bahan: Kecuali makanan bahan tunggal, daftar bahan dicantumkan pada label dengan cara sebagai berikut: -
 - (a) Daftar bahan harus memuat judul yang sesuai, seperti istilah "Bahan";
 - (b) Nama bahan yang digunakan dalam produk harus dicantumkan dalam urutan menurun dari komposisinya menurut berat atau volumenya, tergantung pada keadaan, pada saat pembuatannya;
 - (c) Nama spesifik harus digunakan untuk bahan dalam daftar Bahan;

3.1.3 Peraturan dan Kebijakan Pengemasan Kopra, Produk Kelapa dan Kopra di India

Ketentuan Umum

1. Peralatan atau wadah yang terbuat dari bahan atau logam berikut, bila digunakan dalam penyiapan, pengemasan, dan penyimpanan makanan akan dianggap tidak layak untuk dikonsumsi manusia:

- (a) wadah yang sudah berkarat;
- (b) wadah berenamel yang telah terkelupas dan berkarat;
- (c) Wadah tembaga atau kuningan yang tidak diberi timah dengan benar
- (d) wadah yang terbuat dari aluminium yang komposisi kimianya tidak sesuai dengan IS: 20 spesifikasi untuk *Cast Aluminium & Aluminium Alloy* untuk perkakas atau IS: 21 spesifikasi untuk *Wrought Aluminium dan Aluminium Alloy* untuk perkakas.

2. Wadah yang terbuat dari bahan plastik harus sesuai dengan Spesifikasi Standar India berikut, digunakan sebagai peralatan atau wadah untuk mengemas atau menyimpan baik sebagian atau seluruhnya, barang makanan yaitu: -

- (i) IS: 10146 (Spesifikasi *Polietilen* yang bersentuhan dengan bahan makanan);
- (ii) IS: 10142 (Spesifikasi *Polimer Styrene* dalam kontak dengan bahan makanan);
- (iii) IS: 10151 (Spesifikasi *Polyvinyl Chloride (PVC)*, kontak dengan bahan makanan);
- (iv) IS: 10910 (Spesifikasi *Polypropylene* yang kontak dengan bahan makanan);
- (v) IS: 11434 (Spesifikasi *Resin Ionomer* yang bersentuhan dengan bahan makanan);
- (vi) IS: 11704 Spesifikasi kopolimer *Ethylene Acrylic Acid (EAA)*.
- (vii) IS: 12252 - Spesifikasi *Poly alkylene terephthalates (PET)*.
- (viii) IS: 12247 - Spesifikasi *Nylon 6 Polymer*;
- (ix) IS: 13601 - *Ethylene Vinyl Acetate (EVA)*;
- (x) IS: 13576 - *Ethylene Metha Acrylic Acid (EMAA)*
- (xi) Timah dan wadah plastik yang pernah digunakan tidak boleh digunakan kembali untuk kemasan minyak dan lemak nabati;

Dengan ketentuan bahwa peralatan atau wadah yang terbuat dari tembaga kaleng, meskipun tidak benar dapat digunakan untuk pembuatan gula permen atau minyak esensial dan hanya menggunakan peralatan atau kontainer tersebut harus tidak dianggap untuk membuat gula permen atau minyak esensial tidak layak untuk konsumsi manusia.

Persyaratan kemasan umum untuk produk Kalengan,

- Semua kontainer harus dikemas dan disegel dengan aman.
- Bagian luar kaleng harus bebas dari penyok, karat, perforasi, dan distorsi jahitan.
- Kaleng harus bebas dari kebocoran..

3.1.4 Peraturan dan Kebijakan Distribusi Produk

- Identifikasi Federasi Pemasaran Koperasi, *National Agricultural Cooperative Marketing Federation of India Ltd. (NAFED)*, rantai ritel, jaringan pemasaran lain di daerah tersebut
- Pendaftaran vendor untuk unit pemrosesan / Konsorsium dengan jaringan yang sudah mapan
- Pemanfaatan infrastruktur yang ada. Keuntungan tambahan dari basis pelanggan yang sudah mapan

3.2 Peraturan dan Kebijakan Pemasaran

Segmentasi pasar

Untuk mengimplementasikan konsep pemasaran dan memuaskan kebutuhan pelanggan dengan sukses, penawaran produk yang berbeda harus dibuat untuk kelompok pelanggan yang beragam. Teknik yang digunakan oleh pemasar untuk memahami sifat pasar yang beragam disebut segmentasi pasar. Segmentasi pasar diartikan sebagai identifikasi individu atau organisasi dengan karakteristik serupa yang mempunyai implikasi signifikan bagi penentuan strategi pemasaran.

Segmentasi pasar melibatkan pembagian pasar yang beragam menjadi sejumlah sub-pasar kecil yang memiliki ciri-ciri umum. Tujuannya adalah untuk mengidentifikasi kelompok pelanggan dengan persyaratan serupa sehingga mereka dapat dilayani secara efektif. Hampir tidak mungkin untuk membuat bauran pemasaran yang memenuhi kebutuhan khusus setiap individu dengan tepat.

Ada banyak alasan bagi perusahaan untuk menyegmentasikan pasarnya. Ini memungkinkan perusahaan mendapat kesempatan untuk meningkatkan keuntungan mereka. Banyak pelanggan yang bersedia membayar mahal untuk produk yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Melalui segmentasi pasar, perusahaan dapat memeriksa peluang pertumbuhan dan memperluas lini produk mereka. Di banyak pasar kompetitif, perusahaan tidak mampu bersaing di semua segmen secara efektif; dengan melakukan segmentasi pasar, perusahaan dapat mengidentifikasi segmen mana yang paling efektif untuk bersaing dan mengembangkan strategi yang sesuai untuk segmen tersebut.

Setelah segmen pasar diidentifikasi, aktivitas penting berikutnya adalah pemilihan sasaran pasar. Pemasaran target mengacu pada pilihan segmen tertentu untuk dilayani dan merupakan elemen kunci dalam strategi pemasaran.

Tujuan dari evaluasi segmen pasar adalah agar perusahaan sampai pada pilihan satu atau lebih segmen untuk dipusatkan. Ada empat strategi pemasaran target umum yang dapat dipilih: pemasaran yang tidak dibedakan, pemasaran yang dibedakan, pemasaran yang terfokus, dan pemasaran yang disesuaikan.

Pemasaran yang tidak dibedakan

Analisis pasar terkadang akan mengungkapkan tidak ada perbedaan yang mencolok dalam karakteristik pelanggan yang memiliki implikasi untuk strategi pemasaran. Alternatifnya, biaya pengembangan bauran pemasaran terpisah untuk segmen yang berbeda mungkin lebih besar daripada keuntungan potensial dari pemenuhan kebutuhan pelanggan secara lebih tepat. Dalam keadaan ini, perusahaan memutuskan untuk mengembangkan bauran pemasaran tunggal untuk seluruh pasar. Tidak adanya segmentasi disebut pemasaran yang tidak dibedakan. Perusahaan yang tidak memiliki orientasi pemasaran dapat mempraktikkan pemasaran yang tidak dibedakan karena kurangnya pengetahuan pelanggan. Pemasaran yang tidak dibedakan lebih nyaman bagi para manajer karena mereka harus mengembangkan hanya satu produk / strategi pemasaran. Gula dan garam adalah contoh produk yang dapat dipasarkan secara efektif melalui strategi yang tidak dibedakan.

Pemasaran yang Dibedakan

Pemasaran khusus dipadukan dapat dikembangkan untuk menarik semua atau beberapa segmen ketika segmentasi pasar mengungkapkan beberapa target potensial. Ini disebut pemasaran yang dibedakan. Ini merupakan strategi penargetan pasar populer yang dapat ditemukan di berbagai sektor seperti mobil, hotel, dan ritel mode. Strategi pemasaran yang dibedakan memanfaatkan perbedaan antara segmen pemasaran dengan merancang paduan pemasaran khusus untuk setiap segmen. Perusahaan produsen kelapa yang memproduksi *Neera* dapat mengidentifikasi segmentasi pasar berbasis tahapan kehidupan dan memproduksi *Flavoured Neera* untuk anak-anak dan *Carbonated Neera* untuk kaum muda dan *Plain Neera* untuk pelanggan paruh baya.

Pemasaran yang Disesuaikan

Persyaratan pelanggan individu di beberapa pasar adalah unik, dan daya beli mereka cukup untuk membuat desain paduan pemasaran yang berbeda untuk setiap pelanggan. Segmentasi pada tingkat terpilah ini mengarah pada penggunaan pemasaran yang disesuaikan.

Penentuan posisi

Penentuan posisi dapat didefinisikan sebagai tindakan merancang penawaran perusahaan sehingga menempati posisi yang bermakna dan berbeda di benak pelanggan target. *Positioning* pada dasarnya adalah tindakan menghubungkan produk atau layanan perusahaan ke solusi yang dicari konsumen dan memastikan bahwa, ketika pelanggan

memikirkan kebutuhan tersebut, merek adalah salah satu yang pertama terlintas dalam pikiran.

Penentuan posisi itu penting dan sulit. Hal ini penting karena saat ini kita hidup dalam masyarakat yang terlalu banyak berkomunikasi. Konsumen terus-menerus dihadapkan pada ribuan pesan pemasaran per hari. Untuk mengatasi kebingungan ini, perusahaan membutuhkan pesan yang sederhana, langsung, dan selaras dengan kebutuhan pelanggan. Kegagalan untuk mendapatkan posisi dalam benak pelanggan secara signifikan meningkatkan kemungkinan kegagalan di pasar.

Branding

Mengembangkan merek itu sulit, mahal dan membutuhkan waktu. Merek memungkinkan perusahaan untuk membedakan produk mereka dari penawaran kompetitif. Nilai finansial perusahaan bisa sangat ditingkatkan dengan memiliki merek yang kuat. Konsep ekuitas merek digunakan untuk mengukur kekuatan merek di pasar dan ekuitas merek yang tinggi menghasilkan nilai nyata bagi perusahaan dalam hal peningkatan penjualan dan laba. Nama merek yang kuat dapat berdampak positif pada persepsi dan preferensi konsumen. Hal ini pada gilirannya mengarah pada loyalitas merek di mana pelanggan yang puas terus membeli merek yang disukai. Dampak kuat, persepsi positif yang dipegang oleh konsumen tentang merek ternama membuat merek baru sulit bersaing. Bahkan jika merek baru berkinerja baik pada pengujian tertutup, ini mungkin tidak cukup untuk menjatuhkan pemimpin pasar dari posisi teratas.

Merek-merek terkemuka di pasar yang kuat jarang yang termurah. Hal ini karena ekuitas merek mereka yang superior berarti konsumen menerima nilai tambah dari pesaing mereka yang kurang kuat. Merek yang kuat juga mencapai distribusi dengan lebih mudah dan berada dalam posisi yang lebih baik untuk menolak permintaan pengecer.

Promosi kelapa dan produk bernilai tambahnya - Strategi Pemasaran

Kegiatan promosi pasar terdiri dari pengumpulan informasi dan menyampaikannya kepada konsumen, petani, pedagang, organisasi bisnis dan instansi terkait lainnya untuk memfasilitasi fungsi pemasaran. Alat yang digunakan untuk kegiatan promosi pasar adalah riset pemasaran, periklanan dan koordinasi yang efektif antara produsen dan konsumen. Kegiatan promosi pasar memainkan peran pendukung dan penguatan dalam kegiatan pemasaran yang membutuhkan keterampilan profesional dan komersial.

Keranjang produk bisa dibuat dari kelapa dengan sederet produk bernilai tambah. Beberapa produk yang dapat dibuat dari kelapa dijelaskan di bawah ini. Petani kelapa di negara India melalui kolektif para petani perlu berusaha untuk menghasilkan berbagai produk untuk mewujudkan harga kelapa yang adil, wajar dan stabil.

Tantangan

Mengembangkan basis pelanggan merupakan tantangan utama dalam pemasaran produk kelapa. Namun, hal ini dapat dipermudah dengan mengembangkan jaringan distribusi, rantai pasokan, dan pusat transportasi yang tepat untuk menyederhanakan pergerakan produk. Karena kelapa dibudidayakan terutama di negara bagian Selatan yaitu, *Kerala, Karnataka, Tamil Nadu dan Andhra Pradesh* dan secara nominal di daerah pesisir

Maharashtra, Goa, Gujarat, Orissa dan Benggala Barat dan sebagian besar unit pengolahan kelapa terletak di negara bagian ini, pemasaran produk-produk ini perlu ditargetkan di wilayah non-tradisional.

Pendekatan

Penciptaan kesadaran serta kampanye promosi produk kelapa yang memiliki nilai tambah adalah kebutuhan saat ini. Hal ini dapat diwujudkan melalui kampanye yang terus menerus untuk menginformasikan, menginspirasi dan memotivasi konsumen melalui berbagai kampanye promosi produk. Distributor dan *dealer* terkemuka perlu diidentifikasi agar produk kelapa yang dikomersialkan selalu tersedia di pasar. Produsen produk harus memastikan pasokan produk tidak terganggu. Kualitas produk harus sesuai dengan kepuasan konsumen dan kemasan harus menarik sehingga konsumen akan terkesan dan akan membeli produk tersebut. Pajak Pertambahan Nilai atau perpajakan terpadu sistem perlu diikuti dan harus dipastikan bahwa rezim pajak yang sama di seluruh negeri untuk kelapa dan produknya. Untuk menciptakan lebih banyak kesadaran tentang nilai tambah produk kelapa dirasa perlu untuk berpartisipasi dalam pameran lokal, *festival melas*, melakukan wirausaha dan *B2B* untuk menciptakan jangkauan produk yang maksimal. Melibatkan lembaga manajemen ternama untuk melakukan aktivitas promosi pasar untuk mempromosikan produk kelapa juga akan memastikan tingginya rezim.

3.3 Metode Transaksi

Setelah importir puas dengan sampel produk dan kelayakan kredit pemasok atau eksportir, Importir dapat melanjutkan untuk menyelesaikan persyaratan kontrak impor. Pada tahap ini importir perlu menyusun syarat dan ketentuan kontrak dengan sangat hati-hati dan komprehensif. Tidak boleh ada ambiguitas mengenai spesifikasi pasti barang dan syarat pembelian termasuk harga impor, cara pembayaran, jenis kemasan, pelabuhan pengiriman, jadwal pengiriman, penggantian barang cacat yang disediakan, layanan purna jual / cakupan garansi, dll.

Aspek yang berbeda dari kontrak impor disebutkan karena beberapa di antaranya mungkin relevan dan yang lainnya mungkin tidak:

Spesifikasi Produk: Seorang importir harus dengan jelas menyebutkan setiap detail menit tentang produk. Faktor ini terkadang menjadi sangat penting saat mengimpor produk atau barang pesanan khusus.

Standar Produk: Importir harus memeriksa apakah produk yang diimpor memenuhi standar produk seperti sertifikasi *ISO* dan Sertifikasi *Agmark*.

Kuantitas: Sebelum melakukan pemesanan impor, importir harus mengevaluasi pasar dalam negeri. Hal ini akan membantu importir untuk menilai jumlah sebenarnya dari produk yang akan diimpor.

Inspeksi: Importir harus memperjelas cuaca pemeriksaan produk impor akan dilakukan oleh pihak importir atau pihak eksportir atau oleh lembaga pihak ketiga. Dalam hal

pemeriksaan dilakukan oleh pihak ketiga, importir juga harus menjelaskan siapa yang akan menanggung biaya pemeriksaan.

Ketentuan Pengiriman: Istilah pengiriman menentukan kewajiban dan tanggung jawab pembeli dan penjual selama pengiriman barang. Importir harus memeriksa semua persyaratan pengiriman seperti yang disebutkan dalam Incoterms untuk menghindari keraguan fitur.

Ketentuan Pembayaran: Metode pembayaran merupakan bagian penting dari kontrak impor. Kedudukan kredit importir, riwayat pembayaran sebelumnya, peraturan tentang valuta asing dan perizinan di berbagai negara, serta praktik bisnis terserah semuanya memiliki pengaruh dalam pemilihan metode pembayaran.

Izin Impor: Importir harus mengecek apakah barang yang akan diimpor memerlukan izin atau tidak. Importir juga harus memeriksa apakah barang yang diimpor dilarang atau dibatasi.

Bea: Sebaiknya importir mengetahui semua bea dan pungutan yang dibebankan atas barang impor.

Jangka Waktu Pengiriman / Pengiriman: Importir harus menetapkan tanggal tertentu untuk pengiriman produk, yang juga dapat diterima oleh eksportir yang mengeksport barang. Importir juga harus menyebutkan biaya yang akan dikenakan importir kepada eksportir jika terjadi keterlambatan pengiriman.

Pengemasan, Pelabelan dan Pemasaran: Pengemasan dan pelabelan yang tepat tidak hanya membuat produk akhir terlihat menarik tetapi juga menghemat banyak uang dengan menyelamatkan produk dari penanganan yang salah dalam proses ekspor. Jadi, importir harus menyebutkan seluruh persyaratannya secara rinci dan dengan preferensi pada label produk.

Asuransi: Importir dapat meminta eksportir untuk mengasuransikan barang dan menanggung biaya asuransi impor. Asuransi juga bisa dilakukan dari sisi importir tapi harus jelas di dokumen.

Tidak ada definisi impor pribadi yang ditentukan sebelumnya. Secara umum, impor pribadi adalah pembelian langsung barang-barang asing dari perusahaan pesanan pos luar negeri, pengecer, produsen, atau oleh individu untuk tujuan penggunaan pribadi.

Jenis – jenis pembayaran yang paling umum adalah sebagai berikut:

- *Consignment Purchase*
- *Cash-in-Advance (Pre-Payment)*
- *Down Payment*
- *Open Account*
- *Documentary Collections*
- *Letters of Credit*

Consignment Purchase

Consignment purchase dapat menjadi metode pembayaran yang paling menguntungkan bagi importir. Dalam metode pembelian ini, importir melakukan pembayaran hanya setelah barang atau barang impor dijual ke pengguna akhir. Jika tidak ada penjualan, barang yang sama dikembalikan ke pemasok asing. *Consignment purchase* dianggap sebagai metode pembayaran yang paling berisiko dan memakan waktu bagi eksportir.

Cash-in-Advance (Pre-Payment)

Cash in Advance adalah metode pembayaran di muka dimana importir melakukan pembayaran atas barang yang akan diimpor terlebih dahulu sebelum pengiriman barang. Importir harus percaya bahwa pemasok akan mengirimkan produk tepat waktu dan barang akan seperti yang diiklankan. Metode pembayaran *Cash-in-Advance* menciptakan banyak faktor risiko bagi para importir. Namun, metode pembayaran ini tidak mahal karena melibatkan kontak langsung importir-eksportir tanpa keterlibatan bank komersial.

Dalam perdagangan internasional, metode *Cash in Advance* biasanya dilakukan saat -

- Importir belum lama berdiri.
- Status kredit Importir diragukan atau tidak memuaskan.
- Resiko negara atau politik sangat tinggi di negara pengimpor.
- Produk dalam permintaan tinggi dan penjual tidak harus mengakomodasi permintaan pembiayaan dari Importir untuk menjual barang dagangan.

Down Payment

Dalam metode pembayaran uang muka, importir membayar sebagian kecil dari jumlah total barang yang akan diimpor di muka. Metode uang muka memiliki kelebihan dan kekurangan. Keuntungannya adalah hal itu mendorong eksportir atau penjual untuk memulai kinerja tanpa importir atau pembeli membayar harga penuh yang disepakati sebelumnya dan kerugiannya adalah ada kemungkinan Penjual atau eksportir tidak akan pernah mengirimkan barang meskipun Pembeli sedang down. pembayaran.

Open Account

Dalam hal *open account*, importir mengambil pengiriman barang dan memastikan pemasok untuk melakukan pembayaran pada tanggal tertentu di masa depan. Importir juga tidak diharuskan untuk menerbitkan instrumen yang dapat dinegosiasikan yang membuktikan komitmen hukumnya untuk membayar pada waktu yang ditentukan. Jenis metode pembayaran ini banyak terlihat dimana ketika importir / pembeli memiliki sejarah kredit yang kuat dan dikenal baik oleh penjual. Metode pembayaran *Open Account* tidak menawarkan perlindungan dalam kasus non-pembayaran kepada penjual.

Ada banyak keuntungan dan kerugian dari persyaratan *open account*. Di bawah metode pembayaran *open account*, hak milik atas barang biasanya berpindah dari penjual ke pembeli sebelum pembayaran dan membuat penjual berisiko gagal bayar oleh Pembeli. Selain itu, mungkin ada penundaan waktu pembayaran, tergantung pada seberapa cepat

dokumen dipertukarkan antara Penjual dan Pembeli. Meskipun jangka waktu pembayaran ini melibatkan pembatasan paling sedikit dan biaya terendah untuk Pembeli, ini juga memberi Penjual tingkat risiko pembayaran tertinggi dan hanya digunakan antara Pembeli dan Penjual yang memiliki hubungan jangka panjang yang melibatkan tingkat yang tinggi saling percaya

Documentary Collections

Documentary Collection adalah metode pembayaran bank penting di mana transaksi penjualan diselesaikan oleh bank melalui pertukaran dokumen. Dalam proses ini penjual menginstruksikan banknya untuk meneruskan dokumen yang terkait dengan ekspor barang ke bank pembeli dengan permintaan untuk menyerahkan dokumen tersebut kepada pembeli untuk pembayaran, menunjukkan kapan dan dalam kondisi apa dokumen tersebut dapat dirilis kepada pembeli.

Pembeli dapat memperoleh kepemilikan barang dan membersihkannya melalui bea cukai, jika pembeli memiliki dokumen pengiriman seperti bill of lading asli, sertifikat asal, dll. Namun, dokumen tersebut hanya diberikan kepada pembeli setelah pembayaran dilakukan ("*Documents against Payment* ") atau perjanjian pembayaran telah diberikan - pembeli telah menerima wesel yang diterbitkan oleh penjual dan harus dibayarkan pada tanggal tertentu di masa mendatang (tanggal jatuh tempo) ("*Documents against Acceptance*").

Documentary Collections memudahkan operasi ekspor-impor dengan biaya rendah. Tetapi tidak memberikan tingkat perlindungan yang sama dengan letter of credit karena tidak melibatkan jaminan bank apa pun seperti letter of credit.

Letter of Credit

A *letter of credit* adalah metode pembayaran paling terkenal dalam perdagangan internasional. Berdasarkan *import letter of credit*, bank importir menjamin pemasok bahwa bank akan membayar jumlah yang disebutkan dalam perjanjian, setelah pemasok atau eksportir memenuhi syarat dan ketentuan dari *letter of credit*. Dalam metode pembayaran ini, memainkan peran perantara untuk membantu menyelesaikan transaksi perdagangan. Transaksi bank hanya dalam dokumen dan tidak memeriksa barang itu sendiri. *Letter of Credit* diterbitkan sesuai dengan *Uniforms Customs & Practice untuk Documentary Credits (UCPDC)(UCP)*. Seperangkat aturan ini diproduksi oleh *the International Chamber of Commerce and Industries (CII)*.

Documents Against Acceptance

Instruksi yang diberikan oleh eksportir kepada bank bahwa dokumen-dokumen yang dilampirkan pada wesel untuk diambil hanya dapat dikirimkan ke pihak penarik dibandingkan dengan penerimaan wesel tersebut.

3.4 Informasi Harga

Harga kelapa di India secara historis terintegrasi dengan harga minyak kelapa. Karenanya, tak ayal, harga kelapa yang diterima petani terintegrasi dengan *Minimum Support Price (MSP)* dari Kopra. Secara umum, petani lebih memilih menjual kelapa segar pada saat harga kelapa menarik, karena petani menerima sejumlah remunerasi sebagai uang tunai siap pakai dan dapat terhindar dari biaya pengolahan dan pengangkutan. Sebaliknya, jika kopra dan harga minyak menguntungkan; petani lebih memilih untuk melakukan setidaknya pemrosesan tingkat primer yang akan meningkatkan produksi kopra di tingkat petani. Oleh karena itu, MSP untuk kopra yang ditetapkan pada tingkat yang lebih tinggi tentunya akan mempengaruhi dan bertindak sebagai pendorong penambahan nilai primer pada kelapa.

Namun demikian, perlu disebutkan bahwa sistem pengadaan kopra di dalam negeri selalu berfungsi pada tingkat yang kurang optimal dan tidak pernah efektif dalam mengangkat harga pasar ke tingkat yang optimal. *The National Agricultural Cooperative Marketing Federation of India Ltd. (NAFED)* adalah badan negara yang mengendalikan pengadaan kopra. Masalah utama yang dihadapi oleh *NAFED* dalam hal pengadaan besar-besaran adalah, menemukan jalan pasar yang tepat untuk mendorong produk dengan margin yang wajar dan kurangnya jalan seperti itu telah mengakibatkan kegagalan pasar di masa lalu.

Minimum Support Price (MSP) Harus sedemikian rupa sehingga menjamin insentif untuk pengolahan kepada petani kelapa dibandingkan dengan menjual kelapa segar. Faktor terkait lainnya dalam konteks pembahasan ini adalah kurangnya efektivitas dan efisiensi pengadaan kopra oleh instansi dan sarana prasarana penyimpanan kopra yang tidak memadai. Patut dicatat bahwa hampir sepanjang tahun, kopra diperdagangkan di bawah MSP. Efektivitas dan efisiensi mekanisme dukungan harga dapat ditingkatkan hanya dengan jumlah pengadaan yang memadai dan dengan memastikan bahwa petani asli diuntungkan oleh sistem pengadaan. Penting juga untuk merancang pola pengadaan sedemikian rupa sehingga diperoleh kuantitas yang memadai sepanjang tahun, tanpa batasan bulanan.

Dalam ekonomi pasar, harga ditentukan oleh kekuatan dasar permintaan dan penawaran. Permintaan kopra ditentukan oleh permintaan salah satu produk akhir utamanya yaitu minyak kelapa. Harga minyak kelapa, pada gilirannya, ditentukan oleh permintaan dan penawaran pasarnya sendiri dan keuntungannya dalam satu tahun mempengaruhi pasokan kopra di tahun berikutnya.

Karena minyak kelapa adalah faktor penentu, analisis ketersediaan (produksi + impor + persediaan bawaan) dan penggunaan (konsumsi dan penggunaan keseluruhan) memberikan gambaran yang cukup baik tentang situasi permintaan-penawaran. Indikator ringkasan, rasio stok terhadap penggunaan, menangkap kelangkaan atau kelimpahan minyak kelapa ini dibandingkan dengan permintaannya dengan cukup baik. Rasio ini dengan demikian merupakan parameter penting yang mengungkapkan perilaku pasar.

Harga kelapa

- Perekonomian berbasis kelapa di negara ini bergantung pada satu komoditas, yaitu minyak kelapa.
- Harga kelapa dan kopra diperoleh berdasarkan aturan harga minyak kelapa.

- Harga minyak bergantung pada fluktuasi yang luas tergantung pada permintaan dan penawaran, ketersediaan minyak dan lemak pengganti, dll.
- Pemerintah India menetapkan harga dukungan untuk penggilingan kopra dan kopra bola untuk menghindari jatuhnya harga.
- Musiman merupakan faktor lain yang sangat terlihat dalam harga pasar kelapa. Secara umum, harga kelapa tetap rendah selama musim hujan dan dengan dimulainya musim dingin, harga mulai naik. Berdasarkan harga bulanan, terlihat bahwa harga tertinggi terjadi pada bulan November-Desember dan harga terendah pada bulan Mei-Juni.

Komoditi	Harga Minimal	Harga Maksimal
Minyak Kelapa	18,000 Rs/Kwintal	21,500 Rs/ Kwintal
Kelapa	1,200 Rs/ Kwintal	18,000 Rs/ Kwintal
Bubuk Kelapa Kering	130 Rs/Kg	350 Rs/kg
Arang Kelapa	16 Rs/Kg	60 Rs/Kg
Virgin Coconut Oil	150 Rs/Litre	435 Rs/Litre

Sumber : agmark.gov.in. & Indiamart.com. Catatan Harga per 15 Maret 2021

3.5 Pesaing

3.5.1 Pesaing Produk Khusus (Produk Lokal dan Asing)

SPS Coconut Products

SPS Coconut Products adalah Produsen dan eksportir terkenal dari Kelapa Kering, Kopra yang dapat dimakan, Bubuk Kelapa, Kopra yang digiling, Kopra Kering, Kopra, Kelapa Alam, Batok Kelapa, Bubuk Batok Kelapa. Perusahaan kami memiliki rekam jejak yang luar biasa dalam memproduksi dan mengekspor produk kelapa berkualitas, yang diproses secara alami, kaya akan protein, manfaat nutrisi, dan banyak lainnya. Keberhasilan organisasi adalah hasil dari riset pasarnya yang luas serta pengetahuan mendalam tentang domain masing-masing yang membuat kami memahami kebutuhan klien.

SPS Coconut products mengkhususkan diri dalam meneliti, memproduksi dan mengirimkan barang komoditas sesuai kebutuhan pelanggan nya. Pendekatan perusahaan bersifat serba guna dan fleksibel, menghormati tradisi individu orang-orang dan perusahaan dari budaya berbeda yang diperdagangkan dengannya. Perusahaan mempercayai bahwa dalam membangun hubungan bisnis yang kuat berdasarkan kepercayaan dan transparansi untuk membangun aktivitas perdagangan yang bertujuan untuk mendapatkan keuntungan dari kualitas pasar asli yang dipilihnya untuk beroperasi.

V V Industries

VV Industries adalah salah satu produsen dan eksportir bubuk kelapa kering terbesar di Asia Selatan. Nama merek yang terkenal dengan produk berkualitas dan jumlah besar yang kami produksi & suplai secara lokal dan internasional.

Jaringan sumber daya mereka yang kuat, dengan pengalaman 15+ tahun, dan gradasi teknologi yang konstan telah membantu kami menghasilkan kualitas kelas superior yang benar-benar bebas bakteri. Bubuk kelapa kualitas tinggi yang diproduksi jauh berbeda dari pesaingnya dari *Vietnam* atau *Sri Lanka*, namun hemat biaya memenuhi Standar Internasional. **VV Industries** sekarang mengekspor ke lebih dari 14 negara dan terus-menerus dalam mode ekspansi.

Nama Merek Terdaftar mereka adalah "OM SAKTHI" memiliki lebih dari 100 pelanggan di dalam negeri di India. Lini produknya yang lain meliputi Bubuk Batok Kelapa, Minyak Kelapa Murni & Batok Kelapa Mentah.

Marico Ltd

Marico Ltd adalah salah satu perusahaan barang konsumen terkemuka di India yang beroperasi di bidang kesehatan, kecantikan, dan kebugaran. Dengan kantor pusatnya di Mumbai, *Marico* hadir di lebih dari 25 negara di pasar negara berkembang di Asia dan Afrika. *Marico* memelihara merek terkemuka di seluruh kategori perawatan rambut, perawatan kulit, minyak nabati, makanan sehat, kebersihan, perawatan pria, dan perawatan kain. Pada 2019-20, perusahaan menghasilkan omset sebesar INR 73,1 miliar (USD 1,03 miliar) melalui produknya yang dijual di India dan pasar tertentu di Asia dan Afrika. *Marico* menyentuh kehidupan 1 dari setiap 3 orang India, melalui portofolio mereknya seperti *Parachute*, *Saffola*, *Saffola FITTIFY Gourmet*, *Coco Soul*, *Parachute Advansed*, *Hair & Care*, *Nihar Naturals*, *Livon*, *Set Wet*, *Set Wet Studio X*, *Veggie Clean*, *Kaya Youth*, *Travel Protect*, *House Protect*, *Mediker*, *Revive* dan *Beardo*. *Marico* memiliki 8 pabrik di India yang berlokasi di *Pondicherry*, *Perundurai*, *Jalgaon*, *Guwahati*, *Baddi*, *Paonta Sahib* dan *Sanand*. Portofolio produk konsumen internasional berkontribusi sekitar 23% dari pendapatan Grup, dengan merek seperti *Parachute*, *Saffola*, *Parachute Advansed*, *Mediker SafeLife*, *Just For Baby*, *HairCode*, *Fiancée*, *Caivil*, *Hercules*, *Black Chic*, *Code 10*, *Ingwe*, *X- Men*, *Sedure*, *Thuan Phat* dan *Isoplus*..



Gambar 4 : Produk *Marico Ltd*

Perawatan penting untuk rambut, *Parachute Advansed Coconut Hair Oil* membuat rambut lebih ternutrisi dan kuat. Produk ini menembus lebih baik (penetrasi hingga 90%) ke dalam batang rambut dan memberikan kondisioner alami, nutrisi tambahan, dan perlindungan pada rambut.



Gambar 5 : Produk Coco Soul

Coco Soul Virgin Coconut oil (VCNO) is 100% murni dan alami dengan profil nutrisi yang kaya. Ini secara khusus dibuat dari kelapa mentah segar melalui proses tanpa panas yang sangat diteliti; teknologi ekstraksi dingin, sehingga cocok untuk konsumsi mentah. VCNO adalah salah satu sumber nabati terkaya yang terjadi secara alami *Medium Chain Triglycerides (MCTs)* yang membantu dalam manajemen berat badan. VCNO relevan dalam skenario pasca COVID, karena asupan rutinnya (konsumsi langsung atau dengan makanan) membantu meningkatkan kekebalan. Dianjurkan juga untuk mengonsumsi 2 sendok minyak kelapa murni setiap hari untuk awal hari yang sehat dan energik.



Gambar 6 : Produk Nihar

Portofolio *Nihar Naturals* saat ini menawarkan solusi berkualitas untuk kebutuhan wanita. Portofolionya meliputi *Nihar Naturals Coconut Hair Oil* dan *Nihar Naturals Shanti Badam Amla Hair Oil*.

Flareon Briquettes

Flareon merupakan bagian dari **Senthil Group of Companies** yang memiliki kepentingan di bidang unggas, tekstil, real estate, keuangan dan karbon aktif. **Flareon** sangat sadar akan tanggung jawab lingkungan dan memastikan bahwa perusahaannya memberi lebih banyak daripada yang diambil dari alam. **Flareon** menyadari dampak lingkungan yang ditimbulkan bisnis kami dalam hal konsumsi energi dan kami terus berupaya untuk mengimbangi dampak ini. **Flareon** memiliki perkebunan lebih dari 20 ribu pohon dari berbagai spesies yang beragam dan kami juga memiliki kapasitas terpasang tenaga angin 1MW.

Flareon briquette merupakan upaya lain dari perusahaan dalam membuat produk yang ramah lingkungan. Briketnya telah merevolusi industri arang. **Flareon** bangga dengan kenyataan bahwa briketnya menggantikan arang kayu di banyak industri karena memiliki keunggulan luar biasa di setiap area dan bahkan lebih hemat biaya daripada arang kayu. Ini adalah kontribusi kecil dari mereka dalam upaya “menyelamatkan pohon”.



Picture 7: Produk Flareon

VESP Energy

VESP Energy adalah produsen profesional terkemuka dan pengeksportir briket arang tempurung kelapa kelas premium. **VESP Energy** selalu memahami persyaratan dasar dan memastikan produk berkualitas bagi pelanggan berharganya. **VESP Energy** tidak hanya menghargai produknya tetapi juga memeriksa sebelum pengiriman. Kebijakan ini telah membantunya mengembangkan dan mempertahankan reputasi tinggi di antara kliennya. Infrastruktur **VESP Energy** yang sangat luas tanpa kerumitan yang dilengkapi dengan mesin canggih membantunya menghasilkan produk dalam jumlah besar dalam jangka waktu yang minimum. Visi **VESP Energy** adalah mengembangkan dan menumbuhkan kesadaran tentang bahan bakar alternatif memasak alami yang bebas polusi dan melestarikan ekosistem yang ada..



Gambar 8 : Produk **VESP**



Picture 9 : Produk Palmo

Palmo adalah merek *Shriram Coconut Products Limited (SCPL)*, salah satu pelopor dalam pembuatan komersial produk olahan kelapa termasuk bubuk santan, kelapa kering dan minyak kelapa murni. Didirikan pada tahun 1994 dan menjadi perusahaan pertama yang memproduksi Bubuk Santan Kelapa kering di India.

Palmo menggunakan kelapa India yang matang, dipetik dengan tangan, dan lezat untuk diproses. Cangkang dan kulitnya dibuang dan daging putihnya disterilkan, sebelum diproduksi. Seluruh proses dilakukan di pabrik mutakhir dalam kondisi higienis yang ketat. Pengontrolan kualitas diterapkan pada setiap tahap pemrosesan, mulai dari pemilihan kelapa. Serangkaian uji fisik, kimia dan mikrobiologi dilakukan untuk memenuhi standar kualitas internasional. *SCPL* telah membentuk tim ahli teknologi makanan terlatih untuk memastikan kontrol kualitas yang ketat dan peningkatan berkelanjutan dari teknologi pemrosesan. Untuk memastikan konsistensi dan kebersihan, sebagian besar proses dilakukan secara mekanis. Semua limbah proses diolah secara efisien di pabrik pengolahan modern dan tempat pemrosesan merupakan kepedulian *SCPL* terhadap lingkungan.

Real Thai

Thaitan Foods International Co Ltd. Berawal untuk memperkenalkan dan menyediakan makanan *Thailand* kepada konsumen global, yang disiapkan dengan baik menggunakan varietas rempah-rempah dan bahan-bahan yang sehat. Dengan tujuan menjadi pemimpin dalam manufaktur makanan dan bisnis ekspor, perusahaan secara strategis mulai memasarkan dan memproduksi produk siap saji *Thailand*.

Sekarang produk Real Thai adalah salah satu eksportir paling aktif dan inovatif di Thailand yang dengan bangga mempersembahkan variasi makanan Thai dengan merek "*Real Thai*". *Real Thai* termasuk saus bumbu *Thailand*, pasta *Thailand*, set makanan siap makan *Thailand*. Sesuai dengan komitmen dan kontribusi jangka panjangnya, *Real Thai* bertujuan untuk memasarkan produk makanan asli Thailand kami ke seluruh dunia. Dan, dengan kualitas dan kenyamanannya, *Real Thai* sangat yakin dengan tanggapan positif global dan mampu dengan kuat membangun reputasi yang sangat baik dan standar tinggi dari nama merek the "*Real Thai*"



Gambar 10 : Produk Real Thai

Produk asli Thailand tersedia di toko online seperti *Amazon*, *Nature basket*, *Big Basket* and *supermarket store* in India.

3.5.2 Strategi Yang Dilakukan Pesaing untuk Memasarkan Produk Indonesia di India

- Identifikasi keranjang produk
- Pemilihan sasaran pasar. Sebelum membuat keputusan apa pun, eksportir perlu memahami target pasarnya, potensinya, bisnis lain di dalam pasar, dan apa permintaan produknya.
- Promosi kelapa dan produk bernilai tambahnya.
- Perkembangan produk dan diversifikasi produk di beberapa negara penghasil kelapa berkembang pesat. Akibatnya terjadi peningkatan permintaan produk kelapa yang memiliki nilai tambah di pasar internasional. Oleh karena itu, perlu dilakukan diversifikasi produk dan pemanfaatan produk sampingan melalui penambahan nilai
- Pemasaran kelapa berbeda dengan buah-buahan segar lainnya karena daya tahan alaminya, yang dijual sebagai kelapa segar, kelapa matang dan kacang kering. Sekarang kelapa hari tersedia dalam berbagai bentuk nilai tambah itu juga dalam kemasan yang dapat dikonsumsi. Pemasaran produk kelapa seperti halnya produk hortikultura lainnya, memiliki dua aspek yaitu aktivitas pemasaran dan aktivitas promosi pasar. Dalam aktivitas pemasaran, penjual dan pembeli memiliki koordinasi timbal balik dalam aktivitas satu sama lain, di mana barang dan jasa dari produsen bergerak melalui jalur tertentu dengan penerapan alat pemasaran secara sadar. Kegiatan promosi pasar terdiri dari pengumpulan informasi dan menyampaikannya kepada konsumen, petani, pedagang, organisasi bisnis dan instansi terkait lainnya untuk memfasilitasi fungsi pemasaran. Alat yang digunakan untuk kegiatan promosi pasar adalah riset pemasaran, periklanan dan koordinasi yang efektif antara produsen dan konsumen. Kegiatan promosi pasar memainkan peran pendukung dan penguatan dalam kegiatan pemasaran yang membutuhkan keterampilan profesional dan komersial.
- Pemilihan pasar sasaran. Daerah perkotaan dengan penduduk. Wilayah perkotaan memiliki potensi karena pertumbuhan penduduk perkotaan. Orang perkotaan bereksperimen dengan produk baru. Sektor kelas menengah dan kelas atas yang terus berkembang. Bersedia membayar harga premium untuk produk berkualitas. Rantai ritel yang mapan untuk meningkatkan penetrasi pasar.
- Merek yang kuat juga lebih mudah didistribusikan.

3.6 Informasi Penting Lainnya

The Customs (Administration of Rules of Origin under Trade Agreements) Rules, 2020 (CAROTAR, 2020), dikeluarkan pada 21 Agustus 2020 oleh the Central Board of Indirect Taxes and Customs Government of India. Peraturan ini mulai berlaku mulai 21 September 2020. CAROTAR 2020 ("Aturan") bertujuan untuk menambah prosedur sertifikasi operasional yang ada yang ditentukan dalam perjanjian perdagangan yang berbeda seperti Free Trade Agreements (FTA), Perjanjian Perdagangan Preferensial, Perjanjian Kerja Sama Ekonomi Komprehensif dan Perjanjian Kemitraan Ekonomi Komprehensif.

Selama bertahun-tahun di India, telah terjadi pengurangan yang mengejutkan dalam bea masuk preferensi di bawah FTA dan peningkatan volume perdagangan preferensial. Contoh penyalahgunaan yang sering terjadi penyalahgunaan oleh pedagang yang salah menyatakan negara asal barang impor untuk memanfaatkan konsesi bea yang tidak semestinya telah menjadi perhatian Pemerintah.

Karenanya, untuk membatasi penyalahgunaan, Pasal 28DA dari Undang-Undang Kepabeanan, 1962 disisipkan oleh klausul 110 Undang-Undang Keuangan, 2020. Bagian ini mengatur uji tuntas di pihak importir untuk memastikan bahwa persyaratan kriteria asal terpenuhi. Importir harus memiliki informasi terkait asal yang memadai tentang barang impor dan hanya menyerahkan Surat Keterangan Asal saja tidak cukup.

Pemerintah Pusat mengeluarkan CAROTAR 2020 sebagaimana disyaratkan berdasarkan Pasal 28DA dari Undang-undang Kepabeanan melalui Pemberitahuan No. 81/2020-Bea Cukai (NT) tanggal 21 Agustus 2020. Seorang importir harus melakukan uji tuntas sebelum mengimpor barang untuk memastikan bahwa barang tersebut memenuhi ketentuan asal yang ditentukan. Kriteria CAROTAR mengharuskan importir untuk meyakinkan dirinya sendiri bahwa barang yang diimpor memenuhi kriteria asal yang ditentukan dan melakukan uji tuntas dasar sebelum mengimpornya.

Hal utama pada ketentuan CAROTAR 2020.

- Aturan menentukan sejauh mana informasi yang akan dimiliki oleh importir.
- Seorang importir perlu menyimpan informasi terkait asal khusus untuk setiap *Bill of Entry (B / E)* selama minimal 5 tahun. Jangka waktu lima tahun dimulai dari tanggal pengajuan *B / E*.
- Peraturan mengamanatkan dimasukkannya informasi terkait asal tertentu di *B / E*.
- Ketentuan ini memberikan skenario di mana verifikasi dapat dimulai dari negara pengekspor.
- Ketentuan ini menetapkan batas waktu untuk penerimaan informasi dari otoritas verifikasi, tidak disediakan dalam Perjanjian Dagang.
- Ketentuan ini mengatur waktu untuk menyelesaikan keputusan berdasarkan informasi yang diterima dari importir atau otoritas verifikasi.
- Ketentuan ini mengatur tindakan yang dapat diambil atas barang identik yang diimpor ketika barang tidak memenuhi kriteria asal.

Peraturan Berdasarkan CAROTAR 2020

CAROTAR 2020 berlaku efektif mulai 21 September 2020. Aturan yang tercantum dalam CAROTAR 2020 adalah sebagai berikut.

Aturan 3 - Klaim tarif preferensial

Importir atau agennya harus membuat pernyataan di *bill of entry* bahwa mereka memenuhi syarat sebagai barang asal untuk mengklaim tarif preferensial berdasarkan perjanjian masing-masing saat mengajukan *Bill of Entry*. Importir juga harus menunjukkan surat keterangan asal yang mencakup setiap barang yang diklaim di bawah tarif bea preferensi.

Importir harus memasukkan rincian sertifikat asal berikut ini dalam Bill of Entry

- Nomor referensi surat keterangan asal,
- Kriteria asal,
- Tanggal penerbitan surat keterangan asal,
- Detail jika negara ketiga mengeluarkan sertifikat asal,
- Detail jika kumulasi atau akumulasi diterapkan,
- Rincian apakah barang diangkut langsung dari negara asal.

Tarif klaim preferensial tugas dapat ditolak tanpa verifikasi jika sertifikat asal

- Tidak lengkap dan tidak sesuai dengan yang ditentukan oleh Ketentuan Asal Barang,
- Memiliki perubahan yang tidak disahkan oleh kantor otoritas yang mengeluarkan,
- Diberikan setelah habis masa berlakunya, atau
- Dikeluarkan untuk barang yang tidak memenuhi syarat untuk perlakuan tarif preferensial berdasarkan perjanjian perdagangan.

Aturan 4 - Informasi terkait asal yang harus dimiliki oleh importir

Setiap importir yang ingin mengklaim tarif preferensial harus memiliki informasi seperti yang ditunjukkan dalam Formulir I Peraturan dan menyerahkan hal yang sama, jika diminta, kepada petugas yang tepat. Formulir I memberikan daftar informasi dasar minimum yang harus diketahui importir saat mengklaim tarif preferensial untuk mengimpor barang.

Importir harus memiliki semua dokumen pendukung yang terkait dengan Formulir I minimal 5 tahun sejak pengajuan bill of entry. Importir harus berhati-hati untuk memastikan kebenaran dan keakuratan yang berkaitan dengan informasi dan dokumen yang diperolehnya terkait Formulir I.

Aturan 5 - Permintaan informasi dari importir

Selama proses bea cukai, petugas yang tepat dapat meminta informasi dan dokumen dari importir sesuai dengan Peraturan 4, jika petugas memiliki alasan untuk meyakini bahwa kriteria asal yang ditentukan dalam masing-masing Ketentuan Asal Barang tidak terpenuhi. Importir perlu memberikan informasi dan dokumen kepada petugas yang tepat sesuai permintaan dalam waktu sepuluh hari sejak tanggal permintaan tersebut.

Jika petugas yakin bahwa Peraturan Asal masing-masing dipenuhi berdasarkan dokumen dan informasi yang diperoleh dari importir, importir harus menginformasikan hal yang sama secara tertulis dalam waktu lima belas hari kepada importir. Jika importir tidak dapat memberikan informasi dan dokumen yang diperlukan atau ditemukan tidak cukup untuk menyimpulkan bahwa kriteria asal terpenuhi, petugas akan meneruskan proposal verifikasi kepada petugas nodal yang ditunjuk dalam ketentuan Aturan 6.

Aturan 6 - Permintaan verifikasi

Semua permintaan verifikasi di bawah aturan ini dibuat melalui petugas yang ditunjuk oleh Dewan. Petugas dapat meminta verifikasi surat keterangan asal dari Otoritas Verifikasi jika

- Adanya keraguan mengenai keaslian atau keaslian surat keterangan asal, atau
- Ada alasan untuk meyakini bahwa klaim oleh importir tentang tarif preferensial adalah tidak sah, atau
- Kriteria negara asal yang diberikan dalam sertifikat asal tidak terpenuhi, atau
- Saat verifikasi dilakukan secara acak untuk memverifikasi apakah barang memenuhi kriteria asal untuk tujuan uji tuntas.

Ketika permintaan verifikasi dimulai selama proses bea cukai, perlakuan tarif preferensial untuk barang impor dapat ditangguhkan hingga verifikasi selesai. Petugas akan menyelesaikan verifikasi dalam empat puluh lima hari setelah menerima informasi yang diminta.

Petugas dapat menolak klaim tarif preferensial tanpa verifikasi lebih lanjut. Importir bisa menyangkal klaim tersebut Ketika

- Otoritas Verifikasi tidak menanggapi permintaan verifikasi dalam waktu yang ditentukan, atau
- Otoritas Verifikasi tidak menyatakan informasi yang diminta dengan cara yang ditentukan dalam Aturan Asal, atau
- Informasi dan dokumen yang tersedia memberikan bukti yang cukup bahwa barang yang diimpor tidak memenuhi kriteria asal yang ditentukan dalam Ketentuan Asal Barang masing-masing.

Aturan 7 - Barang yang serupa

Ketika ditentukan bahwa barang importir tidak memenuhi kriteria asal sebagaimana ditentukan dalam Ketentuan Asal Barang, Komisaris Bea Cukai atau Komisaris Utama Bea Cukai dapat menolak klaim tarif preferensial untuk barang yang serupa yang diimpor oleh importir dari eksportir atau produsen yang sama. Komisaris Bea Cukai atau Komisaris Utama Bea Cukai dapat menolak klaim untuk barang yang serupa yang diajukan sebelum atau setelah penentuan barang yang ditolak yang diimpor oleh eksportir atau produsen yang sama tanpa verifikasi lebih lanjut.

Ketika klaim ditolak atas barang yang sama, Komisaris Utama Bea Cukai atau Komisaris Bea Cukai dapat mengembalikan perlakuan tarif preferensial atas barang yang serupa dengan efek prospektif. Bea cukai dapat memperbaharui jika eksportir atau produsen

memodifikasi manufaktur atau kondisi terkait asal lainnya untuk memenuhi persyaratan asal dari Ketentuan Asal Barang berdasarkan perjanjian perdagangan.

CAROTAR memberikan informasi dasar minimum yang perlu diketahui importir sebelum mengimpor barang. Aturan-aturan ini membantu importir untuk memastikan negara asal, membantu Otoritas Bea Cukai dalam kelancaran izin impor barang di bawah *FTA* dan mengklaim bea konsesi. Ini memperkuat tangan Bea Cukai untuk memeriksa penyalahgunaan konsesi bea berdasarkan *FTA*.

Sumber : [https://www.cbic.gov.in/resources//htdocs-cbec/customs/cs-act/formatted-htmls/RevisedCus\(AdminofRules\)Rules2020.pdf](https://www.cbic.gov.in/resources//htdocs-cbec/customs/cs-act/formatted-htmls/RevisedCus(AdminofRules)Rules2020.pdf)

BAB IV

Kesimpulan, Rekomendasi, Referensi

4.1 Kesimpulan

Kelapa adalah tanaman serbaguna yang ditanam di seluruh dunia. India, Filipina dan Indonesia adalah penghasil utama penghitungan kelapa. Untuk tiga perempat produksi kelapa global. India menyumbang hampir 31% dari produksi kelapa dunia. Kerala, Tamil Nadu, Karnataka dan Andhra Pradesh adalah produsen kelapa terkemuka di negara ini. Pasar kelapa, kopra dan minyak kelapa terkonsentrasi di empat negara bagian selatan India ini. Harga kelapa dan minyak kelapa dipengaruhi oleh banyak faktor yaitu. produksi, permintaan global, keputusan kebijakan pemerintah yang dirumuskan dari waktu ke waktu, harga minyak nabati lainnya, dll. Daya jual dan realisasi harga kelapa dan produk kelapa menentukan keamanan finansial para petani kelapa. Perilaku harga kelapa dan produknya memiliki pengaruh yang besar terhadap perekonomian pedesaan di banyak negara bagian India.

Pengenalan produk baru ke pasar adalah sumber kehidupan kesuksesan perusahaan. Selera pelanggan yang berubah, kemajuan teknologi, dan tekanan persaingan membuat perusahaan tidak dapat mengandalkan kesuksesan produk masa lalu. Tingkat risiko dan imbalan yang terlibat akan bervariasi sesuai dengan kategori produk baru. Produk baru ke pasar biasanya membawa risiko tertinggi karena seringkali sulit untuk memprediksi reaksi konsumen. Seringkali, riset pasar tidak dapat diandalkan dalam memprediksi permintaan karena orang tidak memahami manfaat penuh dari produk sebelum dipasarkan dan mereka mendapat kesempatan untuk mengalaminya.

Pemasaran kelapa berbeda dengan buah-buahan segar lainnya karena daya tahan alamnya, yaitu buah kelapa segar empuk, kacang matang dan kacang kering. Sekarang kelapa tersedia dalam berbagai bentuk nilai tambah itu juga dalam kemasan yang dapat dikonsumsi. Pemasaran produk kelapa seperti halnya produk hortikultura lainnya, memiliki dua aspek yaitu aktivitas pemasaran dan aktivitas promosi pasar. Dalam aktivitas pemasaran, penjual dan pembeli memiliki koordinasi timbal balik dalam aktivitas satu sama lain, di mana barang dan jasa dari produsen bergerak melalui jalur tertentu dengan penerapan alat pemasaran secara sadar. Kegiatan promosi pasar terdiri dari pengumpulan informasi dan menyampaikannya kepada konsumen, petani, pedagang, organisasi bisnis dan instansi terkait lainnya untuk memfasilitasi fungsi pemasaran. Alat yang digunakan untuk kegiatan promosi pasar adalah riset pemasaran, periklanan dan koordinasi yang efektif antara produsen dan konsumen. Kegiatan promosi pasar memainkan peran pendukung dan penguatan dalam kegiatan pemasaran yang membutuhkan keterampilan profesional dan komersial. Petani kelapa di negara kita melalui kolektif petani mereka perlu berusaha menghasilkan berbagai produk untuk mewujudkan harga kelapa yang adil, wajar, dan stabil.

4.2 Rekomendasi

- Eksportir perlu membuat *company profile* dan *website* untuk produknya. Jendela ini akan dikunjungi oleh orang-orang dari seluruh dunia, dan cara eksportir menyajikan profil perusahaan dapat meningkatkan peluang pelaku usaha melakukan bisnis yang lebih menarik dengan mengunggah gambar dengan logo perusahaannya, lengkapi bagian informasi kontak, verifikasi profil perusahaan Anda, sertakan tautan ke situs web dan halaman media sosial perusahaan, mencantumkan semua barang dan layanan yang ditawarkan bisnis perusahaan. Lengkapi bagian informasi bisnis seperti afiliasi, sertifikasi, klien utama dan lokasi kantor Anda secara lengkap. Buat deskripsi yang menarik, ringkas, dan lengkap yang merangkum tentang perusahaan seperti kisah sukses, klien yang telah sudah bekerja sama, dan faktor yang menurut perusahaan akan membantu menarik lebih banyak klien.
- Eksportir memerlukan beberapa data riset pasar seperti pasar potensial, pesaing, komoditas potensial di negara yang terakreditasi.
- Tentukan sejak awal sebelum mengembangkan suatu produk, eksportir harus memikirkan target pasarnya. Konsumen berpenghasilan menengah dan menengah atas India di kota-kota besar menuntut kualitas di berbagai produk dan layanan, terutama yang berfokus pada kesehatan dan kebugaran, serta pendidikan. Pasar konsumen pedesaan di India, yang terdiri dari 700 juta orang, saat ini sebagian besar kurang terlayani untuk barang dan jasa kesehatan dan kebugaran, pendidikan dan barang dan jasa konsumen lainnya, sehingga menyisakan banyak peluang untuk tumbuh.
- Adaptasi produk dan layanan. Eksportir mungkin perlu menyesuaikan produknya untuk memenuhi pilihan atau persyaratan India. Beradaptasi dengan peraturan, selera, dan pilihan budaya setempat sangat meningkatkan peluang eksportir untuk sukses.
- Menghubungi perwakilan perdagangan Indonesia di India, Indonesian Trade Promotion Center (ITPC) Chennai & Atase Perdagangan, Kedutaan Besar Indonesia, New Delhi untuk konsultasi mengenai pemilihan Importir & distributor dan metode pemasaran di India dan untuk peluang promosi di berbagai *web* dan *portal online* dan mendapatkan daftar pembeli potensial.
- Berpartisipasi dalam pameran dagang internasional, seminar dan konferensi terkait Industri yang diadakan baik di India dan atau di negara-negara sekitarnya serta berpartisipasi dalam pameran yang diadakan di Indonesia dengan mengundang pembeli dari India.
- Eksportir dapat meminta dokumen perusahaan dari pembeli potensial seperti Sertifikat Pendaftaran Perusahaan, Sertifikat GST, Sertifikasi Ekspor Impor dan referensi *contact person* untuk memvalidasi perusahaan dengan Bantuan ITPC

4.3 Referensi

- ITC-Kode HS, *Tariff/Preferential Tariff/SPS-TBT/GST/Kebijakan Ekspor Impor* (2021), *Indian Trade Portal*. Diperoleh pada bulan Januari – Maret 2021, bersumber dari <https://www.indiantradeportal.in>
- Statistik Perdagangan India (2021), *Department of Commerce, Ministry of Commerce and Industry, Government of India*. Diperoleh pada tanggal 31 Januari 2021, bersumber dari <https://tradestat.commerce.gov.in/meidb/default.asp>
- FSSAI (2021), *Food Safety and Standards (Licensing and Registration of Food Businesses) Regulation, 2011*. Diperoleh pada tanggal 31 Januari 2021, bersumber dari https://www.fssai.gov.in/upload/uploadfiles/files/Licensing_Regulations.pdf
- FSSAI (2021), *Food Safety and Standards (Packaging and Labelling) Regulation, 2011*, Diambil pada tanggal 31 Januari 2021, bersumber dari [https://www.fssai.gov.in/upload/uploadfiles/files/Packaging_Labelling_Regulations.p
df](https://www.fssai.gov.in/upload/uploadfiles/files/Packaging_Labelling_Regulations.pdf)
- CBES (2021), *Pajak Barang & Jasa di India, Ministry of Finance – Department of Revenue, Central Board of Indirect Taxes and Customs Goods and Services Tax*. Diperoleh pada tanggal 31 Januari 2021, bersumber dari <https://www.cbic.gov.in>
- DGFT India (2021) *Regulatory Updates, Notification. The Directorate General of Foreign Trade (DGFT), Government of India Ministry of Commerce and Industry*. Diperoleh pada tanggal 1 Februari 2021, bersumber dari <https://www.dgft.gov.in/CP/>
- CBES (2021), *Import Duty Calculator in India*. Diperoleh pada tanggal 31 Januari 2021, bersumber dari <https://www.icegate.gov.in/Webappl/index.jsp>
- CBD (2021), *Coconut Development Board, Ministry of Agriculture and Farmers Welfare, Government of India*. Diperoleh pada tanggal 1 Maret 2021, bersumber dari <https://www.coconutboard.gov.in/index.aspx>
- AGMARKNET (2021), *Informasi tren harga mingguan untuk pasar penting terkait komoditas pertanian utama*. Diperoleh pada tanggal 15 Maret 2021, bersumber dari <https://agmarknet.gov.in/OtherPages/aboutus.aspx>

Lampiran A

Daftar Potential Buyer

Nama Perusahaan : Ajmi Flour Mills (India) Pvt Ltd
Alamat: Ajmi Gardens, Kalathukadavu P.O., Erattupetta, Kottayam, Kerala-686 579, India
Website : <https://www.ajmifoods.com>
Produk : Bubuk Kelapa Kering

Nama Perusahaan : SUNKRAFT AGRO LLP.
Alamat : 205 Silver Pearl, 213 Waterfield Road, Near China gate, Bandra West, Mumbai 400 050, Maharashtra, India Phone: +91-22-2640 7624/25/26
Contact Person : Ms. Beena Goradia (Head-International Business)
beena@sunkraftagro.com, +91 88792 22942
Website : <https://www.sunkraftagro.com>
Produk : *Virgin Coconut oil*

Nama Perusahaan : Natureway Agro Foods & Cosmetics
Alamat : No:4, D.I. Vedanayagam Road, Near Elims Nagar, Pappanchathiram Chennai - 600 123
Email : naturewayoils@gmail.com
Website : http://naturewaymart.com/contact_us.html
Produk : *Virgin Coconut oil*

Nama Perusahaan : Sri Sellandiamman Oil Mill,
Alamat : : D.No: 1/312, Kangayam Road, Amaravathipalayam, Muthur post, Kangayam (TK), Tirupur District, Tamil Nadu, India- 638105, sales@srmcoconutoil.com
Website : <https://www.srmcoconutoil.com>
Produk : Kopra

Nama Perusahaan : Vashini Exports
Alamat. : #B-303 Sriram Vijaya Hyyde park, Duraisamy layout, Peelamedu, Coimbatore, Tamilnadu, India- 641004
PH : +91 9842290222
Email : info@vashiniexports.com
Website : <http://www.vashiniexports.com/index.php>
Produk : Kopra

Nama Perusahaan : M N Foods
Alamat : 140, Gadodia Market, Khari Baoli, Chandni Chowk
Delhi - 110006, India
PH : +91 8048799438
Email : info@vashiniexports.com
Website : <https://www.everpik.co.in>
Produk : Bubuk Kelapa Kering

Nama Perusahaan : Kasturi Coconut Processing
Alamat : 673/50, Chowki Mutt Road, Keremegala Doddi, Lalagatha Post, Channapatna TQ,
Channapatna, Bangalore, Karnataka, India - 526160
Contact Person : Mr. Jithendra Kothari
Mobile : +91-9036186717
Email Address : jithenderkothari@yahoo.com
Alternate Email ID : jithenderkothari@gmail.com
Website : <https://www.kasturicoconutprocessing.com>
Produk : Kopra Kering, VCO, Bubuk Kelapa Kering, Sabut Kelapa

Nama Perusahaan : Lingappa And Company
Alamat : No. 24 A, 4th Cross, Behind Raitha Bhavan APMC Yard, Mavinathopu, Tiptur -
572201, Tumakuru, Karnataka, India
Phone : +91 8048717707
Website : <https://www.lingappaandco.com>
Produk : Kopra

Nama Perusahaan : P.K.VADUVAMMAL
Alamat : 97, Rasappa Chetty Street, Park Town
Chennai - 600003, Tamil Nadu, India
Phone : +91 8045385124
Website : <https://www.purecrop.in>
Produk : Kelapa Sekam, Kelapa Kering, Kopra, Kelapa Mentah

Nama Perusahaan : KM Oil Industries Private Limited
Alamat : Meenapatty, Karuvanchal, Kannur Kerala 670571, India
Phone : +91 9495281399
Website : <https://www.kmoil.in/#home>
Produk : Kopra

Nama Perusahaan : Mandhra Exports
Alamat : No.21/2A2B, Kasthuri Bhavanam, Amarjothi Nagar, S.I.H.S.Colony, Civil
Aerodrome Post, Coimbatore-641014, Tamilnadu, India
Phone : (+91)7449094499, D.Mayilvaganan
Website : www.mandhraexports.com
Email : mandhraexports@gmail.com, Info@mandhraexports.com

Nama Perusahaan : V9D Enterprises
Alamat : G-71, Arora Shoppers Park, Shakti Khand-2, Indirapuram, Ghaziabad, Uttar Pradesh - 201014, India
Contact Number : 91-9910002845, +91-9654000684
Address : v9denterprises@gmail.com
Website : <http://www.v9denterprises.com/>
Produk : Arang Kelapa

Nama Perusahaan : Sagar Charcoal And Firewood Depot
Address : No. 2-3-724/A/1/2, Zinda Tilismath Road, Amberpet Hyderabad - 500013, Telangana, India
Website : <https://www.sagarcharcoal.co.in>
Phone : + 91 8048406247
Produk : Arang Kelapa

Nama Perusahaan : Prakash Grinders
Alamat : Part Of 5-A, Industrial Area, Maxi Road Near Dainik Bhaskar Press, Ujjain, Ujjain, Madhya Pradesh, 456001
Phone : Mr. Gopal Khatri +919425915449, Mr. Shashi Khatri +919425332239, Mr. Prakash Khatri +918871881566
Website : <https://prakashgrinders.com>
Produk : Arang Kelapa

Lampiran B

Daftar Pameran

Agri Intex

<https://www.agriintex.codissia.com>

AGRI INTEX merupakan pameran untuk memperkenalkan pertanian kontemporer, hortikultura, peternakan sapi perah, dan teknologi pemrosesan makanan bersama dengan praktik terbaik mereka. Pameran ini dapat membantu petani dan pemilik platform yang tak terhitung jumlahnya. CODISSIA sepenuhnya siap untuk menyelenggarakan Pameran Dagang Pertanian Utama India AGRI INTEX 2021 dari tanggal 11 hingga 14 Juli 2021 di Kompleks Pameran Dagang CODISSIA, Coimbatore, Tamilnadu, India.

AGRI INTEX bersiap untuk pameran edisi ke-20. Dalam retrospeksi, 19 edisi yang sukses, lebih dari 100.000 pengunjung bisnis dan industri, lebih dari 450 peserta pameran, 970 stan, 300 kategori produk dan omset perdagangan lebih dari Rs. 1.000 juta di semua edisi sebelumnya. AGRI INTEX telah menyaksikan respon yang luar biasa dari industri dan semua perdagangan.

Annapoorna - ANUFOOD India

<https://www.anufoodindia.com>

Annapoorna - ANUFOOD India akan diadakan dari 6-8 September 2021 di *Bombay Exhibition Center*, Mumbai, India. Pameran ini adalah *platform B2B* terpenting untuk perdagangan makanan & minuman dan pasar ritel di India. Pameran ini diselenggarakan Kerjasama oleh *Koelnmesse YA Tradefair Pvt. Ltd.* and *Federation of Indian Chamber of Commerce and Industry (FICCI)*.

ANUFOOD India merupakan platform yang ideal untuk menghasilkan bisnis yang besar.

- Pameran perdagangan makanan & minuman terpenting di India
- Pasar impor pangan yang terus tumbuh sebesar 24% setiap tahun
- Pertemuan Penjual Pembeli dengan importir terkemuka
- Kompetisi memasak langsung & Kelas Master oleh Chef Selebritas
- Industri Ritel - Diskusi antara CEO oleh *RAI*
- Paviliun Internasional dari berbagai negara
- Cek toko dari pasar ritel India

LAMPIRAN C

INFORMASI YANG BERGUNA

- Food Safety and Standards Authority of India
<https://www.fssai.gov.in>
- Directorate General of Foreign Trade (DGFT) Udyog Bhawan, New Delhi.
<https://www.dgft.gov.in/CP/>
- Central Board of Indirect Taxes and Customs (CBIC) Government of India.
<https://www.cbic.gov.in>
- Goods and Services Tax, Government of India. <https://www.gst.gov.in>
- Indian Trade Portal, Department of Commerce, Ministry of Commerce and Industry Government of India. <https://www.indiantradeportal.in>
- The AGMARKNET. <https://agmarknet.gov.in/OtherPages/aboutus.aspx>
- Coconut Development Board, Ministry of Agriculture and Farmers Welfare, Government of India.
<https://www.coconutboard.gov.in/index.aspx>
- The Agricultural and Processed Food Products Export Development Authority (APEDA)
<https://apeda.gov.in/apedawebsite/>

Lampiran D

Daftar Asosiasi

Coconut Development Board

Coconut Development Board, Government of India,

Ministry of Agriculture & Farmers Welfare,

Alamat : P.B. No.1021, Kera Bhavan, SRV Road (Near SRV High School), Kochi – 682 011,
Ernakulam District, Kerala State, India

Kontak : 0484-2377737. Email : kochi.cdb@gov.in

Coconut Development Board (CDB) adalah badan hukum yang didirikan di bawah Kementerian Pertanian dan Kesejahteraan Petani, Pemerintah India untuk pengembangan terpadu budidaya dan industri kelapa di negara tersebut dengan fokus pada peningkatan produktivitas dan diversifikasi produk.

Dewan yang dibentuk pada 12 Januari 1981, berfungsi di bawah kendali administratif Kementerian Pertanian dan Kesejahteraan Petani, Pemerintah India, dengan Kantor Pusatnya di *Kochi* di *Kerala* dan Kantor Regional di *Bangalore* di *Karnataka*, *Chennai* di *Tamil Nadu*, *Guwahati* di *Assam* dan *Patna* di *Bihar*. Ada lima Pusat Negara Bagian yang terletak di *Pitapally* di *Odissa*, *Kolkata* di *Bengal Barat*, *Thane* di *Maharashtra*, *Vijayawada* di *Andhra Pradesh* dan *Port Blair* di Wilayah Persatuan Kepulauan *Andaman & Nicobar*. Dewan memiliki 12 Kebun Demonstrasi dan Produksi Benih di lokasi berbeda di negara ini dan sekarang 10 pertanian dipertahankan. Pusat Informasi dan Pengembangan Pasar telah didirikan di *Delhi*. Dewan telah mendirikan Pusat Pengembangan Teknologi di *Vazhakulam* dekat *Aluva* di *Kerala* dan kantor lapangan di *Thiruvananthapuram* di *Kerala*.

LAMPIRAN E

Daftar Eksportir

Nama Perusahaan	Alamat	Website	PIC Email	Produk
PT. Rodamas Inti International (RII)	Jl. Let. Jend. S. Parman Kav. 32-34	www.rodamas.com www.sasa.co.id	hadi.santoso@rodamas.co.id	Coconut Milk, Desiccated Coconut
Koperasi Wanita Srikandi	Gedung Pradja, Jl. Magelang KM.1 Kelurahan, Keseneng Kecamatan Purworejo, Center Java	http://www.kopwansrikandi.com/	icskoperasisrikandi@yahoo.com , kopwansrikandi71@gmail.com	Coconut Sugar, VCO
CV Itrade International	Jl. Raya Kalimanggis No. 20 Kel. Jatikarya Kec. Jatisampurna	http://itrade-id.com	cindi@itrade-id.com	Briquet Charcoal, Charcoal, Organic coconut sugar, VCO
PT. Alfa Asa Cipta	Perum Palem Kencana Blok 1 No. 146 Rt. 079 Rw. 008, Talang Kelapa, Alang-Alang Lebar		asacipta.alfa@gmail.com	Palm Sugar, Round Coconut
PT SARI MAS PERMAI	Jl Waru Gunung 23 Surabaya - Karang Pilang, Indonesia	http://www.sarimas.com	richard@sarimas.com	Coconut oil (RBD Coconut Oil, Crude Coconut Oil, CFAD, and RBD Hydrogenated Coconut Oil)
CV Tanaka Solution Agent	Perum Puri Sartika B75 Kelurahan Sukorejo	http://www.konan-ganexport.com/	cvtanakasolutionagent79@gmail.com	Dessicated Coconut, Coconut shell/charcoal, Semi

	Kecamatan Gunung Pati			Husked Coconut, Coconut Oil (VCO
PT Indo Sehat Sentosa	Dharmahusada Indah Timur 1/17 Blok M - 40	www.mothernature.co.id	silver@mothernature.co.id	Virgin Coconut Oil, Organic Coconut Sugar
CV Kusuma Bangkit Jaya	Semoteng No 23A			Briquette coconut charcoal
PT. BUMI INDOJAYA GEMILANG	Babatan Mukti II Blok N No.105, Babatan Wiyung	www.elvatara-indo.com	bumiindojayagemilang@gmail.com	COPRA, COCONUT SUGAR, VCO ETC
SAMARA FARM INDONESIA	SAMARA BUILDING, Jl Rancabolang No 152 A-B		ariefbustaman@sfindonesia.co.id	Coconut sugar
PT BORNEO BERKAH PERSADA	Jl.Haam Rifaddin Grand taman sari residence cluster derawan a4/3a		widya178@yahoo.co.id, Borneoberkahpersada@gmail.com	Coconut
PT. Coco Sugar Indonesia	Jalan Gerilya Timur 289B, Purwokerto, Jawa Tengah	http://www.cocosugar.com/	info@cocosugar.com	Organic Coconut Sugar
PT. Sennit Global Indonesia	AKR Tower 16th Floor Unit A, Kebun Jeruk		http://www.cocoindonesia.com/	Coconut Charcoal
PT Cemara Solusi Sukses	Ruko Golden Madrid Blok D No 26 Jl Letnan Sutopo BSD Sektor XIV		budimans.css@gmail.com	Coconut Shell Charcoal Briquet
PT. Wibawa Agro Indonesia	Tarumanegara St, Perum Grand Taruma, Ruko Dharmawangsa II/B/33	https://www.wibawaagro.com/	marketing@wibawaagro.com	Coconut Product
Java Sugar ID	PR Bancar Residence Blok F1, Tampingan Boja Kabupaten Kendal	https://jawasugarid.com	jawasugarid@gmail.com	coconut and arenga sugar

Java Indo Farms	Ds.Dayakan,Rt-5,Rw-2,Desa Purwomartani,Kec Kalasan,Kab Sleman		ajidsingh@yahoo.com	Coconut Nextar
Arunika	Belleza BSA 1st Floor SA1-06	http://arunikatulistwa.com/	zfahmi@arunikatulistwa.com	Coconut Shell Charcoal Briquette
CV Indo Coco Nucifera (premiumbriquette)	Jl. Mandiri VI, Jimbaran	http://www.premiumbriquette.com/	info@premiumbriquette.com	Coconut Shell Briquette, Wood & Coconut Charcoal, Virgin Coconut Oil, CFAD, CCNO & RBDCNO
CV Artha Sukses Berkah Manfaat	Garuda Regency Blok A No. 02 Giri Banyuwangi		asbmdir@gmail.com	Desicated Coconut, Copra,
PT PIDO	Jl Garuda No 36 RT RW 04	www.pidofood.com	ajidsingh@yahoo.com	Palm Sugar, Liquid Palm Sugar, Molded Palm Sugar, Coconut Sugar, White Sugar, Spice Sugar, Flavored Sugar,
CV Tata Niaga Lestari	Jl TWK Abdul Aziz No 32 Kel Merduati, Kecamatan Kuta Raja Banda Aceh	www.tataniaga.online		Virgin Coconut Oil
Nusantara Sembilan	Klaten, Central Java		nusantara.nine@gmail.com	Coconut shell charcoal
Makmur Bara Utama	Jalan Water Park Boulevard WP 3 No. 53, Sambikerep		liusprananta@gmail.com	Wood & Charcoal Product

PT Helix Mesindo International	Jl Pandanwangi Raya	https://www.macancharcoal.com/contact	helixmesindo@gmail.com	Charcoal and charcoal products,
PT. Sennit Global Indonesia	AKR Tower 16th Floor Unit A, Kebun Jeruk		http://www.cocoindonesia.com/	Coconut Charcoal
PT Cemara Solusi Sukses	Ruko Golden Madrid Blok D No 26 Jl Letnan Sutopo BSD Sektor XIV		budimans.css@gmail.com	Coconut Shell Charcoal Briquet
Terra Charcoal Indonesia	Jl Agung Niaga 4 Blok G4 No. 39	http://terracharcoal.com/	herrysukandar39@gmail.com	Charcoal
Arunika	Belleza BSA 1st Floor SA1-06	http://arunikatulistiwa.com/	zfahmi@arunikatulistiwa.com	Coconut Shell Charcoal Briquette
CV Indo Coco Nucifera (premiumbriquette)	Jl. Mandiri VI, Jimbaran	http://www.premiumbriquette.com/	info@premiumbriquette.com	Coconut Shell Briquette, Wood & Coconut Charcoal, Virgin Coconut Oil, CFAD, CCNO & RBDCNO
Nusantara Sembilan	Klaten, Central Java		nusantara.nine@gmail.com	Coconut shell charcoal

LAMPIRAN F

Kontak Informasi

Kedutaan Indian di Indonesia

JL HR Rasuna Said, Kav S-1 Kuningan, Jakarta Selatan, 12950, Indonesia Tel: +62-21-5204150 / 52 / 57 / 5264931

Fax : +62-21- 5204160, 5265622, 5264932, 5226833

Website: www.indianembassyjakarta.gov.in

Konsulat Jenderal India di Bali

Jl. Raya Puputan No.163, Renon, Kec. Denpasar Sel., Kota Denpasar, Bali 80235 Tel : (0361) 259502

Website: www.cgibali.gov.in

Konsulat Jenderal India di Medan

JL Uskup Agung A Sugiopranoto 19, Medan, 20152, Petisah Hulu, Medan Baru, Medan City, North Sumatra 20152

Tel : (061) 4556452

Website: www.cgimedan.gov.in

India Indonesia Chamber of Commerce (IndCham)

Office 4, Ground Floor, Simprug Indah

Jl. Teuku Nyak Arif, Kebayoran Lama Jakarta 12220 – Indonesia Phone : +62 21

29329841/42 Fax : +62 21 29329843

Email : indchamoffice@gmail.com

Contact Person : Ms. Widorna Pigriyosa

Website : www.indcham.or.id

Kedutaan Indonesia di New Delhi, India

50-A Kautilya Marg, Chanakyapuri, New Delhi 110021 Tel: +91-11- 26118642-46

Email: newdelhi.kbri@kemlu.go.id

Fax: +91-11-26874402, 26886763

Website: <https://kemlu.go.id/newdelhi/en>

Konsulat Jenderal Indonesia di Mumbai, Republik India

19 Altamount Rd. Cumballa Hill Mumbai 400026 INDIA Tel: +91 22 2351 1678/2353 0900/ 2353 0940

Email: indonesia@kjrimumbai.net

Fax: +91 22 2351 0941/ 2351 5862

Website: <http://www.kjrimumbai.net/>

Indonesian Trade Promotion Center (ITPC) Chennai

3rd Floor, Ispahani Center, 123/124, Nungambakkam High Road, Chennai 600034 – India

Tel: (+91) 44-4208 9196; Fax: (+91) 44-4208 9197

Email: inquiry@itpcchennai.com

Website: www.itpcchennai.com