

LAPORAN INFORMASI PASAR PINANG DI INDIA



INDONESIAN TRADE PROMOTION CENTER (ITPC)
CHENNAI

2022

RINGKASAN EKSEKUTIF

Pinang, yang juga dikenal sebagai supari yang merupakan biji yang diperoleh dari pohon pinang. Pinang merupakan buah komersial penting di Asia Tenggara. Ada dua jenis buah pinang yang tersedia di pasaran yaitu pinang merah dan pinang putih. Pinang merah diperoleh dari pinang hijau, pinang putih dihasilkan dari kacang matang. Buah pinang terdiri dari polisakarida lemak, polifenol, protein, dan serat. Pinang adalah salah satu bahan utuh yang digunakan untuk membuat pan masala. Selain itu, juga digunakan sebagai bahan rumah tangga untuk menyiapkan dengan menggabungkan dengan daun sirih. Selain itu, tanin yang merupakan hasil samping dari pengolahan buah pinang yang belum matang digunakan dalam pewarnaan sebagai pewarna makanan, penyamakan kulit, pakaian, dan lain-lain. India adalah penghasil pinang terbesar. Negara penghasil pinang lainnya antara lain Bangladesh, Indonesia, Myanmar, Cina, Malaysia, dan Thailand.

Pertumbuhan pasar pinang terutama disebabkan oleh meningkatnya konsumsi pinang di negara-negara maju dan berkembang di Asia-Pasifik. Negara konsumen utama di Asia-Pasifik adalah India, Cina, Indonesia, Bangladesh, Myanmar. India adalah konsumen terbesar pinang diikuti oleh Cina dan Myanmar. Namun, konsumsi per kapita pinang tinggi di Myanmar diikuti oleh Bangladesh, India, Indonesia, dan Cina. Konsumsi pinang diperkirakan akan meningkat dalam waktu dekat karena peningkatan konsumsi pinang dalam berbagai olahan.

Karena sejumlah konsumen dipengaruhi oleh konsumsi rutin pinang, India dan beberapa pemerintah telah menerapkan berbagai peraturan tentang produksi pinang dan industri konsumen. Fakta ini menghambat pertumbuhan pasar. Selain itu, peningkatan kesadaran di kalangan konsumen tentang gaya hidup sehat dan dampak parah dari mengkonsumsi pinang dan produknya diharapkan dapat menahan pertumbuhan pasar pinang di masa depan. Namun demikian, buah pinang mengandung 8 hingga 12% lemak yang dapat diekstraksi dan digunakan dalam produk kembang gula. Selain itu, lemak halus dari pinang lebih keras dibandingkan dengan mentega kakao, yang dapat digunakan untuk memblender. Hal ini menjadi kesempatan bagi produsen dan diharapkan dapat mendorong pertumbuhan pasar pinang di tahun-tahun mendatang.

Laporan Informasi Pasar Pinang India

Tabel Isi

| | |
|--|----|
| Bab I Pendahuluan | 1 |
| 1.1 Tujuan | 1 |
| 1.2 Metodologi dan Sumber Data | 1 |
| 1.3 Lingkup Laporan | 1 |
| 1.4 Informasi Umum India | 2 |
| Bab II Profil Pinang di Indonesia | 9 |
| 2.1 Profil Industri | 9 |
| 2.2 Data Pemasok | 10 |
| 2.3 Data Ekspor | 10 |
| 2.4 Kapasitas Produksi | 12 |
| 2.5 Tren di Indonesia | 14 |
| 2.6 Informasi Sertifikasi | 15 |
| 2.7 Hambatan Ekspor | 15 |
| Bab III Peluang di Pasar India | 16 |
| 3.1 Tren Produk | 16 |
| 3.2 Struktur Pasar | 22 |
| 3.3 Saluran Distribusi | 32 |
| 3.4 Persepsi Pinang India di Pasar India | 33 |
| Bab IV Persyaratan Produk | 34 |
| 4.1 Persyaratan Produk | 34 |
| 4.2 Peraturan Pemasaran | 37 |
| 4.3 Metode Transaksi | 40 |
| 4.4 Informasi Harga | 45 |
| 4.5 Pesaing | 46 |
| Bab V Kesimpulan dan Referensi | 47 |
| 5.1 Kesimpulan | 47 |
| 5.2 Referensi | 48 |
| Lampiran A Daftar Importir Pinang | 49 |
| Lampiran B Informasi Berguna | 50 |
| Lampiran C Informasi Kontak | 51 |

Daftar Tabel

| | |
|--|------|
| Tabel 1: Geografi India | 2 |
| Tabel 2: Penduduk India | 3 |
| Tabel 3: Pemerintahan India | 4 |
| Tabel 4: Daftar Pelabuhan Laut Utama di India | 8 |
| Tabel 5 : Daftar pemasok pinang | 10 |
| Tabel 6: Data Ekspor Pinang (Kode HS 08028000) dari Indonesia ke India untuk Januari – Desember 2021 | 10 |
| Tabel 7 : Data Ekspor Pinang (Kode HS 08028000) dari Indonesia ke Dunia Periode Januari – Desember 2021 | 11 |
| Tabel 8 : Luas Tanaman dan Hasil Areca di Sumatera Utara | 12 |
| Tabel 9 : Produksi, Luas Panen, dan Produktivitas Buah Pinang Tahun 2019 Di Provinsi Nusa Tenggara Barat | 13 |
| Tabel 10 : Luas, Produksi dan Petani Komoditi Pinang Provinsi Kalimantan Barat | 13 |
| Tabel 11 : Pinang : Luas, Produksi dan Produktivitas Negara Bagian di India | 17 |
| Tabel 12 : India Impor Pinang dari Dunia 5 Tahun - Nilai dalam Jutaan USD | 18 |
| Tabel 13 : Kebijakan Impor Pinang | 35 |
| Tabel 14 : Tarif Impor Pinang di India | 36 |
| Tabel 15 : Sumber Pemerintah yang Berguna di India | 39 |
| Tabel 16 : Jadwal Pameran Potensial di India untuk Pinang / Rempah | 39 |
| Tabel 17 : Kelebihan dan Kekurangan dari <i>Cash in Advance</i> | 41 |
| Tabel 18 : Kelebihan dan Kekurangan dari <i>Letters of Credit</i> | 41 |
| Tabel 19: Kelebihan dan Kekurangan dari <i>Documentary Collections</i> | 42 |
| Tabel 20 : Kelebihan dan Kekurangan dari <i>Open Account</i> | 43 |
| Tabel 21 : Kelebihan dan Kekurangan dari <i>Consignment</i> | 43 |
| Tabel 22 : Data Harga pinang per negara bagian selama Januari 2022 | 4345 |

Daftar Gambar

| | |
|---|----|
| Gambar 1: Lokasi Pelabuhan Laut Utama di India | 8 |
| Gambar 2 : Data India Impor Pinang dari Word Januari – Desember 2021 Kode HS 080280 | 17 |
| Gambar 3 : India Impor Pinang dari Dunia Selama 5 Tahun | 18 |
| Gambar 4 : India Impor Pinang dari Indonesia Selama 5 Tahun | 19 |
| Gambar 5 : <i>Scented Supari</i> yang tersedia di Pasar India | 23 |
| Gambar 4 : <i>Pan Masala</i> | 25 |
| Gambar 7 : <i>Pan Masala</i> di Jalanan India | 25 |
| Gambar 8 : <i>Rajnigandha Pan Masala</i> | 27 |
| Gambar 9 : <i>RMD Pan Masala</i> | 25 |
| Gambar 10 : <i>Pan Parag Pan Masala</i> | 27 |
| Gambar 11 : <i>Pan Vilas Pan Masala</i> | 28 |
| Gambar 12 : Pinang Merah | 29 |
| Gambar 13 : Pinang Putih | 29 |
| Gambar 14 : Jalur Pemasaran Pinang di Karnataka | 32 |

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Tujuan

Memberikan informasi tentang pinang di pasar India untuk membantu eksportir, produsen, distributor Indonesia untuk mempelajari pasar yang ada, pelanggan, kendala, persaingan, dan potensi pertumbuhan di pasar India. Tujuan utama dari laporan industri Pinang adalah untuk memberikan wawasan utama tentang Posisi Persaingan, Tren Saat Ini, Potensi Pasar, Tingkat Pertumbuhan, dan Statistik Alternatif yang Relevan.

1.2 Metodelogi dan Sumber Data

Metodologi diikuti untuk pekerjaan laporan merupakan penelitian sekunder dan primer. Rincian pekerjaan penelitian telah disediakan di bawah ini:

Penelitian Sekunder

Penelitian sekunder dilakukan untuk mendapatkan informasi tentang:

- Skenario ekonomi makro ekonomi India
- Kebijakan dan peraturan pemerintah khusus sektor termasuk pajak dan bea masuk.

Detail spesifik sektor dan informasi yang relevan. Sumber utama informasinya 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. *Directorate General of Foreign Trade, Government of India, Ministry of Commerce and Industry*

1.3 Ruang Lingkup Laporan

Laporan ini menyoroti pinang sebagai produk potensial dari Indonesia di pasar India.

HS Code 080280 Areca Nut

1.4 Informasi Umum India

Gambaran tentang India

India adalah salah satu peradaban tertua di dunia dengan keragaman kaleidoskopik dan warisan budaya yang kaya. India telah mencapai kemajuan sosial-ekonomi serba sejak Kemerdekaan. Sebagai negara terbesar ke-7 di dunia, India berdiri terpisah dari negara-negara Asia lainnya, ditandai oleh pegunungan dan laut, yang memberi negara itu entitas geografis yang berbeda. Dibatasi oleh *Great Himalaya* di utara, membentang ke selatan dan di *Tropic of Cancer*, meruncing ke Samudra Hindia antara Teluk Benggala di timur dan Laut Arab di barat.

Tabel 1 : Geografi India

| Keterangan | Deskripsi |
|----------------------------|--|
| Lokasi | Semenanjung India dipisahkan dari daratan Asia oleh pegunungan Himalaya. Negara ini dikelilingi oleh Teluk Benggala di timur, Laut Arab di barat, dan Samudra Hindia di selatan.. |
| Koordinat Geografis | Terletak seluruhnya di Belahan Bumi Utara, Negara ini terbentang antara $8^{\circ} 4'$ dan $37^{\circ} 6'$ lintang utara Khatulistiwa, dan $68^{\circ} 7'$ dan $97^{\circ} 25'$ bujur timur |
| Waktu Standar India | GMT + 05:30 |
| Area | 3.3 Juta sq. km |
| Kode Negara Telepon | 91 |
| Negara Perbatasan | Afghanistan dan Pakistan di barat laut; Cina, Bhutan dan Nepal di utara; Myanmar ke timur jauh; dan Bangladesh di sebelah timur Bengal Barat. Sri Lanka dipisahkan dari India oleh saluran laut sempit, yang dibentuk oleh Selat Palk dan Teluk Mannar. |
| Garis pantai | 7.516,6 km meliputi daratan, Kepulauan Lakshadweep, dan Kepulauan Andaman & Nicobar. |
| Iklim | Iklim India secara luas dapat diklasifikasikan sebagai monsun tropis. <i>The Indian Meteorological Department (IMD)</i> menamakan empat musim resmi <ul style="list-style-type: none"> i. Musim dingin, dari Desember hingga awal April ii. Musim panas atau pra-musim, dari April hingga Juni (April hingga Juli di barat laut India) iii. Monsoon atau hujan, dari Juni hingga September iv. Pasca-monsoon, dari Oktober to Desember |
| Daerah Daratan | Daratan terdiri dari empat wilayah, yaitu zona pegunungan besar, dataran Gangga dan Indus, wilayah gurun, dan semenanjung selatan. |

| | |
|--|--|
| Sumber daya alam | Batubara, bijih besi, bijih mangan, mika, bauksit, minyak bumi, bijih titanium, kromit, gas alam, magnesit, batu kapur, tanah subur, dolomit, barit, kaolin, gipsum, apatit, fosforit, steatit, fluorit, dll. |
| Bahaya Alam | Banjir muson, banjir bandang, gempa bumi, kekeringan, dan tanah longsor. |
| Lingkungan - Isu Saat Ini | Pengendalian pencemaran udara, konservasi energi, pengelolaan limbah padat, konservasi minyak dan gas bumi, konservasi hutan, dll. |
| Lingkungan - Perjanjian Internasional | <i>Rio Declaration on environment and development, Cartagena Protocol on biosafety, Kyoto Protocol to the United Nations Framework Convention on climatic change, World Trade Agreement, Helsinki Protocol to LRTAP on the reduction of sulphur emissions of nitrogen oxides or their transboundary fluxes (Nox Protocol), and Geneva Protocol to LRTAP concerning the control of emissions of volatile organic compounds or their transboundary fluxes (VOCs Protocol).</i> |
| Geografi - Catatan | India menempati sebagian besar anak benua Asia selatan |

Tabel 2 : Penduduk India

| Informasi tentang Penduduk India | |
|---|--|
| Keterangan | Deskripsi |
| Populasi | Penduduk India, per 1 Maret 2011 mencapai 1.210,9 juta (623,2 juta laki-laki dan 587,6 juta perempuan) |
| Kebangsaan | Indian |
| Kelompok Etnis | Semua lima jenis ras utama - Australoid, Mongoloid, Europoid, Kaukasia, dan Negroid menemukan perwakilan di antara orang-orang India. |
| Agama | Menurut sensus tahun 2001, dari total populasi 1.028 juta di Negara, Hindu merupakan mayoritas dengan 80,5%, Muslim berada di urutan kedua dengan 13,4%, diikuti oleh Kristen, Sikh, Buddha, Jain, dan lain-lain. |
| Bahasa | Ada 22 bahasa berbeda yang telah diakui oleh Konstitusi India, di mana bahasa Hindi adalah Bahasa Resmi. Pasal 343(3) memberi wewenang kepada Parlemen untuk secara hukum menyediakan penggunaan bahasa Inggris secara berkelanjutan untuk tujuan resmi. |
| Literasi | Menurut hasil sementara sensus 2011, tingkat melek huruf di Negara ini mencapai 74,04 persen, 82,14% untuk laki-laki dan 65,46% untuk perempuan. |

Table 3 : Pemerintahan India

| Informasi tentang Pemerintahan India | |
|--------------------------------------|--|
| Detail | Keterangan |
| Nama negara | Republik India; Bharat Ganrajya |
| Tipe Pemerintah | Republik Demokratik Sosialis Berdaulat dengan Sistem Pemerintahan Parlementer. |
| Modal | New Delhi |
| Divisi Administrasi | 28 Negara Bagian dan 8 Wilayah Persatuan. |

Tinjauan Ekonomi India

India telah menjelma sebagai ekonomi utama dengan pertumbuhan tercepat di dunia dan diharapkan menjadi salah satu dari tiga kekuatan ekonomi teratas di dunia selama 10-15 tahun ke depan, didukung oleh demokrasi yang kuat dan kemitraan yang kuat.

Banyak perusahaan asing mendirikan fasilitas mereka di India karena berbagai inisiatif Pemerintah seperti *Make in India* dan *Digital India*. Mr Narendra Modi, Perdana Menteri India, meluncurkan inisiatif *Make in India* dengan tujuan untuk meningkatkan sektor manufaktur negara dan meningkatkan daya beli rata-rata konsumen India, yang selanjutnya akan mendorong permintaan dan memacu pembangunan, sehingga menguntungkan investor. Pemerintah India, di bawah inisiatif *Make in India*, berusaha untuk meningkatkan kontribusi yang dibuat oleh sektor manufaktur dengan tujuan untuk membawanya ke 25% dari PDB dari 17% saat ini. Selain itu, Pemerintah juga telah mencanangkan inisiatif *Digital India*, yang berfokus pada tiga komponen inti: penciptaan infrastruktur digital, penyampaian layanan secara digital, dan peningkatan literasi digital.

Sektor yang Berkembang

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

Impor dan Ekspor

Komoditas yang diekspor India ke dunia

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.

Komoditas yang Diimpor India dari dunia

Minyak 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.

25 Negara Utama tujuan ekspor India :

Amerika Serikat, RRT, Uni Emirat Arab, Hongkong, Bangladesh, Singapore, Inggris, Jerman, Nepal, Belanda, Malaysia, Saudi Arabia, Belgium, Indonesia, Vietnam, Perancis, Italia, Korea Selatan, Jepang, Brazil, Thailand, Australia, Turkey, Afrika Selatan, Sri Lanka.

25 Negara Utama Sumber Impor India:

RRT, Amerika Serikat, Uni Arab Emirat, Swiss, Arab Saudi, Hongkong, Irak, Singapura, Jerman, Korea Selatan, Indonesia, Jepang, Malaysia, Australia, Qatar, Afrika Selatan, Belgia, Vietnam, Thailand, Nigeria, Rusia, Kuwait, Inggris Raya, Prancis, Italia.

Sekilas Perpajakan di India

Struktur pajak di India dibagi menjadi pajak langsung dan tidak langsung - dipungut atas penghasilan kena pajak yang diperoleh individu dan atas penjualan dan penyediaan barang dan jasa masing-masing. Pajak dipungut oleh Pemerintah Pusat dan Pemerintah Negara Bagian. Beberapa pajak kecil juga dipungut oleh otoritas lokal, termasuk badan kota. Beberapa pajak langsung yang umum termasuk pajak penghasilan, bea materai, dan pendaftaran. Pajak tidak langsung termasuk bea masuk, GST pusat, cukai pusat dan PPN.

Pemerintah India meloloskan Amandemen pada Agustus 2016 untuk meluncurkan Pajak Barang dan Jasa (GST) - menyederhanakan struktur pajak tidak langsung berganda yang kompleks. Struktur tarif GST telah diterapkan di bawah lima tarif:

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

Transportasi: Darat, Udara dan Air

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

Jaringan jalan 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 per tahun, pada 2019. Penerbangan di India secara luas dibagi menjadi penerbangan militer dan sipil yang merupakan pasar penerbangan dengan pertumbuhan tercepat di India. Dunia (data IATA) dan Bangalore dengan 65% pangsa nasional adalah pusat manufaktur penerbangan terbesar di India. Jaringan saluran air India, berupa sungai, kanal, daerah terpencil dan anak sungai, merupakan jaringan saluran air terbesar kesembilan di dunia. Transportasi barang melalui jalur air sangat kurang dimanfaatkan di India dengan total kargo yang dipindahkan (dalam ton kilometer) oleh 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. Negara ini berada di peringkat ke-44 dalam Indeks Kinerja Logistik 167 negara yang dikeluarkan oleh Bank Dunia pada tahun 2018. India telah menyaksikan pertumbuhan substansial dalam belanja infrastruktur selama beberapa tahun terakhir, dengan alokasi anggaran lebih dari \$83 miliar untuk tahun fiskal 2018-19. Inisiatif seperti '*Bharatmala Pariyojana*', '*Sagarmala Project*', '*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 sebesar \$777,7 miliar pada tahun 2022 untuk memastikan pembangunan infrastruktur yang berkelanjutan

Pelabuhan Laut Utama India

Dengan garis pantai lebih dari 7.500 km, India membentuk salah satu semenanjung terbesar di dunia. Negara ini memiliki 13 pelabuhan laut utama dan sekitar 200 pelabuhan laut non-utama dan pelabuhan perantara. Semua pelabuhan laut terletak di negara bagian berikut - Maharashtra, Gujarat, Odisha, Tamil Nadu, Daman dan Diu, Andhra Pradesh, Kepulauan Andaman dan Nicobar, Kerala, Karnataka, Benggala Barat, Lakshadweep, Puducherry dan Goa. Pelabuhan-pelabuhan besar dikelola oleh Kementerian Perkapalan Pemerintah Pusat, sedangkan pelabuhan-pelabuhan kecil diurus oleh Kementerian Negara-Negara Bagian di mana mereka berada. Beberapa pelabuhan laut utama di India disebutkan sebagai berikut:

Pelabuhan Mumbai: Terletak di daratan barat Mumbai, itu adalah pelabuhan terbesar di India. Sekitar seperlima dari perdagangan luar negeri India terutama dalam minyak mineral dan kargo kering ditangani oleh Pelabuhan Mumbai saja. Pelabuhan Kandla: Terletak di Teluk Kutch, pelabuhan ini adalah salah satu pelabuhan terkemuka di Pantai Barat negara itu. Pelabuhan ini dikembangkan untuk mengurangi kepadatan Pelabuhan Mumba.

Pelabuhan Chennai: Pelabuhan terbesar kedua di India, Pelabuhan Chennai (atau Pelabuhan Madras) terutama menangani pupuk, kargo umum, bijih besi dan produk minyak bumi.

Pelabuhan Jawaharlal Nehru (atau Pelabuhan Nhava Sheva): Terletak di wilayah Konkan, ini adalah pelabuhan utama Laut Arab dan menangani volume besar lalu lintas kargo domestik dan lalu lintas peti kemas internasional.

Pelabuhan Haldia: Sebuah pelabuhan utama yang terletak di dekat Sungai Hooghly di Benggala Barat, itu adalah pusat industri goni yang paling penting. Hal ini juga dikenal sebagai 'Gerbang India Timur'.

Pelabuhan Ennore: Terletak di utara Chennai, pelabuhan ini didirikan untuk mengurangi kemacetan di Pelabuhan Chennai. Ini juga merupakan pelabuhan perusahaan pertama di India.

Pelabuhan Kochi (atau Pelabuhan Cochin): Pelabuhan Kochi terletak di jalur laut Laut Arab dan Samudra Hindia. Ekspor teh dan kopi serta impor pupuk kimia dan minyak mineral ditangani oleh pelabuhan.

Pelabuhan Paradip: Pelabuhan air dalam buatan yang terletak di Odisha adalah pelabuhan penting di pantai timur. Batubara, bijih besi dan kargo kering lainnya ditangani di pelabuhan. Ini memiliki pabrik penanganan dingin, sistem kereta api dan jalan raya nasional yang menghubungkannya ke jaringan jalan di seluruh negeri.

Pelabuhan Tuticorin: Pelabuhan Tuticorin adalah salah satu pelabuhan utama di Tamil Nadu dan salah satu terminal peti kemas terbesar di India. Pelabuhan ini menangani perdagangan batu bara, biji-bijian makanan, garam, gula, produk minyak bumi dan minyak nabati dan melakukan perdagangan besar dengan negara tetangga Sri Lanka.

Pelabuhan Mangalore Baru: Terletak di ujung selatan pantai Karnataka, itu juga merupakan pelabuhan penting di India. Pelabuhan tersebut mengekspor komoditas seperti batu granit, jambu mete, mangan dan kopi serta mengimpor produk-produk seperti LPG, kayu, peti kemas dan lain-lain.

Tabel 4 : Daftar Pelabuhan Laut Utama di India

| Nama Pelabuhan Laut | Lokasi |
|---|--------------------------------------|
| <i>Chennai Port or Madras Port</i> | <i>Chennai, Madras</i> |
| <i>Haldia (Kolkata Dock System & Haldia Dock Complex)</i> | <i>Kolkata</i> |
| <i>Jawaharlal Nehru Port, also known as Nhava Sheva</i> | <i>Maharashtra, South Mumbai</i> |
| <i>Kamarajar Port or Ennore Port</i> | <i>Ennore, Chennai</i> |
| <i>Deendayal Port Trust (Kandla)</i> | <i>Gujarat, Gulf of Kutch</i> |
| <i>Kochi Port or Cochin Port</i> | <i>Kochi, Kerala</i> |
| <i>New Mangalore Port</i> | <i>Mangalore, Karnataka</i> |
| <i>Mormugao Port</i> | <i>Panaji, Goa</i> |
| <i>Mumbai Port</i> | <i>West Mumbai, Maharashtra</i> |
| <i>Panaji</i> | <i>Panaji Goa</i> |
| <i>Paradip</i> | <i>Jagatsinghpur, Odisha</i> |
| <i>Tuticorin Port (now called V.O.Chidambaram Port)</i> | <i>Tuticorin, Tamil Nadu</i> |
| <i>Visakhapatnam Port</i> | <i>Visakhapatnam, Andhra Pradesh</i> |



Gambar 1 : Lokasi Pelabuhan Laut Utama di India

BAB II

PROFIL PINANG INDONESIA

2.1 Profil Industri

Pinang adalah salah satu komoditas ekspor Indonesia yang memiliki permintaan lumayan tinggi. Biji Pinang sendiri sangat berguna. Tidak ada yang mubadzir dari pohon ini. Mulai dari Akar, Buah hingga Upih Pinang, semuanya memiliki manfaat yang luar biasa bagi kesehatan tubuh manusia untuk bahan makanan, dan juga bahan baku industry seperti pewarna kulit dan obat.

Komoditas pinang sudah tak asing lagi di Tanah Air. Tradisi makan pinang sempat turun menurun dan menjadi warisan budaya Indonesia. Kebiasaan menginang menurut sejarah telah berlangsung lama, yaitu lebih dari 3.000 tahun yang lampau atau pada zaman Neolitik, hingga saat ini.

Produksi komoditas pinang di Tanah Air juga tak bisa dipandang sebelah mata. Indonesia merupakan produsen kelima terbesar komoditas pinang di dunia setelah India, Taiwan, Myanmar dan Bangladesh.

Setidaknya terdapat 14 provinsi di Indonesia yang memproduksi pinang. Ditjen Perkebunan Kementerian Pertanian mencatat, penyebaran tanaman Pinang (*Areccha catechu L*) di Indonesia dengan area cukup baik terdapat di Aceh, Sumatera Utara, Sumatera Barat, Jambi, Bengkulu, Riau, Jawa Barat, Jawa Tengah, Jawa Timur, Nusa Tenggara Barat, Kalimantan Barat, Kalimantan Selatan, Papua dan Irian Jaya Barat.

Pasar biji pinang cukup luas meliputi negara India, Bangladesh, Iran, Afganistan, China dan Myanmar. Selama ini eksportir di Indonesia mengekspor biji pinang dalam bentuk mentah ke berbagai negara tujuan tersebut. Dinegara tujuan, biji pinang ada yang dikonsumsi namun juga sebagian besar diolah kembali menjadi produk atau bahan pembuat kosmetika dengan merek luar.

Pinang yang wilayah penyebaran populasinya berada di desa Molinow, Mongkonai, Pobundayan, dan Bilalang Baru Kota Kotamobagu ini memiliki keunggulan ukuran buah yang besar, kadar tannin yang tinggi dan juga potensi produksi yang tinggi.

Permintaan pinang datang dari dalam negeri maupun luar negeri. Dari dalam negeri, pinang dicari oleh banyak pembeli dari surabaya yang akan di jual ke Indonesia timur yaitu Nusa Tenggara Timur dan Papua.

Indonesia juga merupakan negara pengekspor terbesar pinang dunia. Komoditi dengan nama dagang Areca nuts dan berkode Harmonized System (HS) 080280 ini sering diminta untuk keperluan upacara keagamaan atau dijadikan pewarna kain, diolah menjadi permen atau untuk kosmetika.

Biji pinang adalah pewarna alami yang dapat digunakan untuk kebutuhan industri. Aplikasi teknologi ekstraksi dan spray dryer dapat mendongkrak kapasitas produksi pewarna dari pinang agar dapat memenuhi kebutuhan industri tersebut.

2.2 Data Pemasok

Tabel 5 : Daftar pemasok pinang

| Nama Perusahaan | Kota | Website | Email |
|--|------------------------------|---|--|
| Cv Sukses Jaya Makmur | Padang - West Sumatra | | spicesorganicindo@gmail.com |
| Surya Nusantara Trade | Mojokerto | | mohammadnetto@gmail.com |
| CV. Firshaf Enterprise | Pontianak / Kalimantan Barat | | firshaf.enterprise@gmail.com |
| CV Tata Niaga Lestari | Aceh | www.tataniaga.online | iqbal@tataniaga.online |
| CV. Adyatama Agrindo | Sumatera Utara | https://www.adyatamaagrindo.com/ | adyatamaagrindo@gmail.com |
| PT Incopalm Global Agro | Jakarta | - | info@indopalmresources.com , erwin.tay889@gmail.com |
| PT Goldena Agro Indonesia | Jakarta | http://www.goldena-agro.com/ | info@goldena-agro.com |
| PT Rajawali Agung Pratama | Jakarta Selatan | https://rajatamaspices.com/index.php/about/ | https://rajatamaspices.com/index.php/about/# |
| PT Henson Jaya Bersama | Jakarta Selatan | | hensonjaya@gmail.com |
| PT Boymaxwell Indojoya Grup | Banda Aceh | www.boymaxwell.com | marketing@boymaxwell.com |
| PT Dwi Warna Sejahtera | Jakarta | https://dwiwarnainti.com/ | exports@dwiwarnainti.com |
| CV.Uscar Agro Indonesia | Aceh | | uscaragro@gmail.com |
| PT Xilfar Ekspor Indonesia (SENTOSAINDONESIAN INGREDI Ent) | Pekanbaru | | silvia@sentosa-indonesian-ingredient.com |

2.3 Data Ekspor

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) di Indonesia, komoditas Kode HS 08028000 (Areca Nut) selama periode Januari – Desember 2021

Tabel 6 : Data Ekspor Pinang (Kode HS 08028000) dari Indonesia ke India Periode Januari – Desember 2021

| Pelabuhan Asal | Jumlah Nilai Ekspor dalam USD |
|----------------------|-------------------------------|
| BELAWAN | 17.628.468,03 |
| JAMBI | 4.567.242,60 |
| KUALA TUNGKAL | 1.547.488,05 |
| PANJANG | 47.033,00 |
| PONTIANAK | 8.100,00 |
| TANJUNG PERAK | 184.435,44 |

| | |
|----------------------|----------------------|
| TANJUNG PRIOK | 1.516.745,44 |
| Grand Total | 25.499.512,56 |

Sumber <https://www.bps.go.id/exim/>

Tabel 7 : Data Ekspor Pinang (Kode HS 08028000) dari Indonesia ke Dunia Periode Januari – Desember 2021

| Negara Tujuan Ekspor | Jumlah Nilai Ekspor dalam USD |
|----------------------------|-------------------------------|
| THAILAND | 154.052.593,0 |
| IRAN (ISLAMIC REPUBLIC OF) | 43.226.899,8 |
| BANGLADESH | 27.494.200,0 |
| INDIA | 25.499.512,6 |
| RRT | 12.128.568,3 |
| PAKISTAN | 7.330.365,5 |
| SINGAPORE | 7.236.911,1 |
| UNITED ARAB EMIRATES | 6.330.788,3 |
| NEPAL | 6.279.117,6 |
| AFGHANISTAN | 2.896.445,0 |
| KAMBOJA | 976.560,8 |
| HONG KONG | 573.259,3 |
| MALAYSIA | 480.281,0 |
| VIET NAM | 398.278,4 |
| SAUDI ARABIA | 333.877,0 |
| PHILIPPINES | 279.234,5 |
| MALDIVES | 80.347,0 |
| MYANMAR | 66.360,0 |
| YEMEN | 38.660,0 |
| KOREA | 37.706,7 |
| FRANCE | 35.429,0 |
| SRI LANKA | 30.358,9 |
| JAPAN | 24.896,8 |
| FIJI | 4.055,0 |
| TAIWAN | 3.082,0 |
| AFRIKA SELATAN | 1.100,0 |
| QATAR | 309,2 |
| TIMOR TIMUR | 64,0 |
| Total | 295.839.260,4 |

Sumber <https://www.bps.go.id/exim/>

2.4 Kapasitas Produksi

Tabel 8 : Luas Tanaman dan Produk Pinang di Sumatera Utara

| Kabupaten Kota | Luas Tanaman dan Produksi Pinang Tanaman Perkebunan Rakyat menurut Kabupaten/Kota | | | | | |
|---------------------|---|----------|----------|----------------|----------|----------|
| | Luas Tanaman (Ha) | | | Produksi (ton) | | |
| | 2017 | 2018 | 2019 | 2017 | 2018 | 2019 |
| Sumatera Utara | 5 983,85 | 6 152,57 | 6 192,00 | 4 261,34 | 4 089,77 | 4 113,00 |
| Nias | 172,00 | 202,00 | 202,00 | 86,00 | 90,00 | 90,00 |
| Mandailing Natal | 115,79 | 115,79 | 118,00 | 84,13 | 84,13 | 84,00 |
| Tapanuli Selatan | 170,40 | 206,90 | 210,00 | 152,10 | 159,05 | 159,00 |
| Tapanuli Tengah | 114,87 | 115,57 | 116,00 | 35,00 | 35,00 | 35,00 |
| Tapanuli Utara | 198,25 | 209,80 | 209,00 | 74,97 | 76,82 | 77,00 |
| Toba Samosir | 15,50 | 15,70 | 17,00 | 8,69 | 8,45 | 8,00 |
| Labuhan Batu | 19,00 | 19,00 | 19,00 | 5,60 | 6,00 | 6,00 |
| Asahan | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| Simalungun | 536,55 | 563,96 | 564,00 | 308,05 | 357,55 | 358,00 |
| Dairi | 103,50 | 103,50 | 105,00 | 45,26 | 46,12 | 56,00 |
| Karo | 35,00 | 61,50 | 63,00 | 21,35 | 38,52 | 49,00 |
| Deli Serdang | 1 581,55 | 1 581,55 | 1 581,00 | 1 581,55 | 1 143,22 | 1 144,00 |
| Langkat | 562,30 | 540,30 | 541,00 | 521,00 | 521,00 | 521,00 |
| Nias Selatan | 757,00 | 763,50 | 764,00 | 185,34 | 185,34 | 185,00 |
| Humbang Hasundutan | 109,30 | 111,00 | 114,00 | 96,70 | 100,01 | 102,00 |
| Pakpak Bharat | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| Samosir | 14,50 | 16,20 | 14,00 | 5,00 | 6,30 | 6,00 |
| Serdang Bedagai | 288,95 | 287,00 | 287,00 | 327,42 | 428,00 | 428,00 |
| Batu Bara | 30,50 | 30,50 | 54,00 | 25,50 | 25,50 | 26,00 |
| Padang Lawas Utara | 444,65 | 448,00 | 449,00 | 312,67 | 352,77 | 353,00 |
| Padang Lawas | 121,13 | 121,00 | 121,00 | 81,35 | 83,00 | 83,00 |
| Labuhanbatu Selatan | 34,40 | 37,00 | 39,00 | 12,00 | 12,00 | 12,00 |
| Labuanbatu Utara | 146,17 | 153,00 | 153,00 | 83,66 | 86,76 | 87,00 |
| Nias Utara | 220,00 | 225,00 | 227,00 | 99,00 | 103,00 | 103,00 |
| Nias Barat | 108,00 | 136,80 | 136,00 | 52,00 | 81,23 | 81,00 |
| Sibolga | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| Tanjungbalai | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| Pematangsiantar | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| Tebing Tinggi | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| Medan | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |

| Kabupaten Kota | Luas Tanaman dan Produksi Pinang Tanaman Perkebunan Rakyat menurut Kabupaten/Kota | | | | | |
|-----------------|---|-------|-------|----------------|-------|-------|
| | Luas Tanaman (Ha) | | | Produksi (ton) | | |
| | 2017 | 2018 | 2019 | 2017 | 2018 | 2019 |
| Binjai | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| Padangsidimpuan | 56,54 | 59,00 | 59,00 | 46,00 | 49,00 | 49,00 |
| Gunungsitoli | 28,00 | 29,00 | 30,00 | 11,00 | 11,00 | 11,00 |

Sumber: Dinas Perkebunan Provinsi Sumatera Utara

Sumber : <https://sumut.bps.go.id/indicator/54/220/1/luas-tanaman-dan-produksi-pinang-tanaman-perkebunan-rakyat-menurut-kabupaten-kota.htm!>

Rekapitulasi Produksi, Luas Panen, dan Produktivitas Pinang Di Provinsi Nusa Tenggara Barat

Tabel 9 : Produksi, Luas Panen, dan Produktivitas Pinang Tahun 2019 di Provinsi Nusa Tenggara Barat

| Kabupaten Kota | Luas Panen (Ha) | Produktivitas (Ku/Ha) | Produksi (Ton) |
|----------------|-----------------|-----------------------|----------------|
| Kota Mataram | 2,36 | - | 0,96 |
| Lombok Utara | 27,45 | 1,59 | 4,37 |
| Lombok Barat | 88,72 | 4,13 | 36,66 |
| Lombok Tengah | 220,65 | 1,7 | 37,43 |
| Lombok Timur | 69,2 | 4,45 | 30,77 |
| Sumbawa Barat | 32 | - | 9,47 |
| Sumbawa | 55,35 | 5 | 27,67 |
| Dompu | 21,33 | - | 7,4 |
| Bima | 7 | - | 9,5 |
| Kota Bima | 13,33 | - | 18,99 |

Sumber : <https://data.ntbprov.go.id/dataset/rekapitulasi-produksi-luas-panten-dan-produktivitas-pinang-di-provinsi-ntb>

Tabel 10 : Luas, Produksi dan Petani Komoditi Pinang Provinsi Kalimantan Barat

| No. | KABUPATEN | LUAS MENURUT KEADAAN TANAMAN (Ha) | | | JUMLAH | PRODUKSI (Ton) | RERATA PRODUKSI (Kg/Ha/Thn) | JUMLAH PETANI (KK) |
|-----|--------------|-----------------------------------|----------------------|-------------------|--------|----------------|-----------------------------|--------------------|
| | | Tanaman Muda | Tanaman Menghasilkan | Tanaman Tua/Rusak | | | | |
| [1] | [2] | [3] | [4] | [5] | [6] | [7] | [10] | [11] |
| 1 | SAMBAS | 39 | 12 | 5 | 56 | 8 | 667 | 363 |
| 2 | BENGKAYANG | 27 | 38 | 17 | 82 | 17 | 447 | 208 |
| 3 | LANDAK | - | - | - | 0 | - | 0 | - |
| 4 | MEMPAWAH | 207 | 134 | 30 | 371 | 196 | 1.463 | 1.109 |
| 5 | SANGGAU | - | - | - | 0 | - | 0 | - |
| 6 | KETAPANG | - | - | - | 0 | - | 0 | - |
| 7 | SINTANG | 9 | 193 | 7 | 209 | 80 | 415 | 1.255 |
| 8 | KAPUAS HULU | - | 1 | 2 | 3 | 1 | 1.000 | 10 |
| 9 | SEKADAU | 5 | 12 | 8 | 25 | 2 | 167 | 136 |
| 10 | MELAWI | 2 | 77 | 67 | 146 | 10 | 130 | 617 |
| 11 | KAYONG UTARA | - | 17 | - | 17 | 1 | 59 | 47 |
| 12 | KUBU RAYA | 193 | 675 | 27 | 895 | 608 | 901 | 2.620 |
| 13 | SINGKAWANG | 12 | 21 | - | 33 | 13 | 619 | 119 |
| | JUMLAH | 494 | 1.180 | 163 | 1.837 | 936 | 793 | 6.484 |

2.5 Tren di Indonesia

Buah pinang kerap digunakan dalam tradisi menyirih oleh sebagian masyarakat Indonesia. Selain itu, buah pinang juga bisa diolah menjadi jus, kopi, jamu, atau dikonsumsi dalam bentuk suplemen.

Kebutuhan pasar dunia akan buah pinang belah semakin meningkat, melihat potensi yang sangat bagus tersebut, Pasar biji pinang cukup luas meliputi negara India, Bangladesh, Iran, Afganistan, China dan Myanmar. Eksportir di Indonesia mengekspor biji pinang dalam bentuk mentah ke berbagai negara tujuan tersebut.

Pemanfaatan pohon pinang saat ini sudah beragam, mulai ditanam sebagai pohon hias, batang pinang tua bisa digunakan sebagai bahan perkakas, pelepas pinang atau *upih* digunakan sebagai wadah makanan dibeberapa negara, seperti India. Sedangkan biji pinang dikeringkan untuk diperdagangkan dipasar domestik maupun ekspor.

Pengolahan pinang yang banyak diproduksi di Indonesia adalah pinang belah kering dan pinang bulat utuh kering. Selain itu pinang iris koin, pinang rebus dan pinang muda mulai dilirik untuk pasar ekspor yang spesifik. Selain itu, kulit pinang juga mulai diperdagangkan untuk kebutuhan bahan baku produk herbal di luar negeri.

Masyarakat Papua memiliki budaya yang begitu kaya. Berbicara tentang budaya, tentu tidak lepas dari tradisi yang diwariskan dari satu generasi ke generasi berikutnya. Salah satu tradisi yang masih melekat di masyarakat Papua hingga saat ini adalah tradisi mengunyah buah Pinang.

Masyarakat Papua gemar mengunyah Pinang karena Pinang menguatkan gigi dan gusi. Tidak hanya itu, mereka menikmati buah Pinang karena sensasi tersendiri dari rasanya. Kombinasi manis keasaman seperti rasa pasta gigi inilah yang menjadi sensasi mengunyah pinang. Bahkan, beberapa masyarakat mengatakan bahwa tidak ada makanan atau bumbu lain yang rasanya menandingi buah Pinang. Mereka menganggap buah Pinang seperti candu, karena bila mereka tidak mengunyahnya, seperti ada yang kurang dalam hidup mereka. Walaupun demikian, Pinang sama sekali tidak mengandung zat adiktif yang berbahaya.

2.6 Informasi Sertifikasi

Karantina yang dilakukan terhadap komoditas ini sehingga dapat memenuhi persyaratan *Sanitary* dan *Phytosanitary* (SPS) atau persyaratan kesehatan karantina dari negara mitra dagang, yaitu bebas hama dan penyakit target.

2.7 Hambatan Ekspor

Indonesia tengah kesulitan mengekspor pinang ke Pakistan, India, serta Bangladesh. Indonesia sulit mengekspor pinang ke Pakistan lantaran adanya larangan pemerintah Pakistan untuk mengimpor pinang. Sementara, India dan Bangladesh menerapkan bea masuk yang tinggi untuk impor pinang.

Pakistan melarang masuknya impor pinang lantaran pinang dianggap menimbulkan pengaruh buruk pada kesehatan. Karena itu, untuk mengatasi hal ini Indonesia harus memberikan data-data terkait pinang untuk menunjukkan bahwa tidak ada masalah yang ditimbulkan pinang.

India menerapkan bea masuk yang tinggi untuk melindungi produksi pinang India. Pasalnya, India termasuk produsen pinang dalam jumlah yang cukup besar. Karena itu, Indonesia harus melakukan diplomasi yang kuat ke India.

Untuk melindungi petani India, Pemerintah India menaikkan Harga Minimum Impor dari Rs.162/menjadi Rs.251/-per kg pada bulan Januari 2017. Representasi diterima mengenai impor pinang skala besar meskipun pengenaan *Minimum Import Price (MIP)*, sehingga merugikan petani. Untuk mengatasi masalah tersebut, Pemerintah lebih lanjut mengubah kebijakan impor pinang pada Juli 2018 dengan melarang impornya di bawah MIP Rs.251/- per KG untuk harga CIF.

BAB III

PELUANG DI PASAR INDIA

3.1 Tren Produk

Pinang (*Areca catechu L*) adalah tanaman komersial penting yang dibudidayakan di daerah tropis India, Afrika Timur, Asia Timur Jauh, dan Pasifik Selatan. India adalah produsen dan konsumen utama buah pinang di dunia. Produksi pinang di India adalah yang terbesar di dunia. Diperkirakan hampir sepuluh juta orang bergantung pada industri pinang untuk mata pencaharian mereka di India. Buah pinang digunakan dalam pengobatan herbal tradisional. Pinang memiliki karakteristik *astringent* dan rasa sedikit pahit. Pinang dapat digunakan dalam keadaan segar atau dapat dikeringkan dan diawetkan sebelum digunakan, dengan dijemur, dipanggang atau dipanggang. Sejak dahulu kala, pinang digunakan untuk mengunyah atau pengunyahan di seluruh dunia, terutama di anak benua India dan bagian lain di Asia Tenggara karena diyakini memiliki banyak khasiat obat. Di India, penggunaan pinang telah diketahui sejak 1300 SM seperti yang dikutip oleh *Sisu Mayana* dalam 'Anjana Chaitra' dan praktik mengunyahnya dari 650 SM seperti yang disebutkan oleh *Magha* dalam 'Shishupala Vadha'.

Di India, pinang dan daun sirih dianggap suci dan tidak ada fungsi upacara yang lengkap tanpanya. Pinang memainkan peran penting dalam fungsi agama, sosial dan budaya dan dalam kehidupan ekonomi masyarakat di India dan juga disebut "pinang" dan digunakan terutama untuk tujuan pengunyahan. Selain dikunyah dalam bentuk mentah atau kering oleh sekitar 30% pria India dan 7% wanita India, pinang digunakan dalam pengobatan ayurveda dan dalam upacara keagamaan Hindu, sebagai persembahan kepada dewa atau tanda selama kelahiran, pernikahan, dan bahkan kematian

Pohon pinang adalah sumber kacang kunyah yang umum, yang dikenal sebagai pinang atau Supari. Di India ini banyak digunakan oleh sebagian besar orang dan sangat terkait dengan praktik keagamaan. India adalah penghasil pinang terbesar dan sekaligus konsumen terbesar juga. Negara bagian utama yang membudidayakan tanaman ini adalah Karnataka (40%), Kerala (25%), Assam (20%), Tamil Nadu, Meghalaya dan Benggala Barat.

Petani India yang menanamnya, banyak nya terdapat di negara bagian Karnataka di selatan menghasilkan sebagian besar pinang sangat menguntungkan.

India adalah konsumen dan produsen pinang terbesar di dunia, karena konsumsi pinang yang tinggi menyebabkan masalah kesehatan yang parah, karena sejumlah besar orang yang terkena dampak konsumsi pinang, pemerintah India dan beberapa pemerintah telah mengajukan berbagai peraturan tentang produksi pinang dan industri konsumen. India telah menghasilkan atas lebih dari setengah produksi pinang global dan masih mengimpor berbagai buah pinang dari negara lain dalam jumlah besar.

Tabel 11 : Pinang: Berdasarkan Area, Produksi dan Produktivitas Negara di India

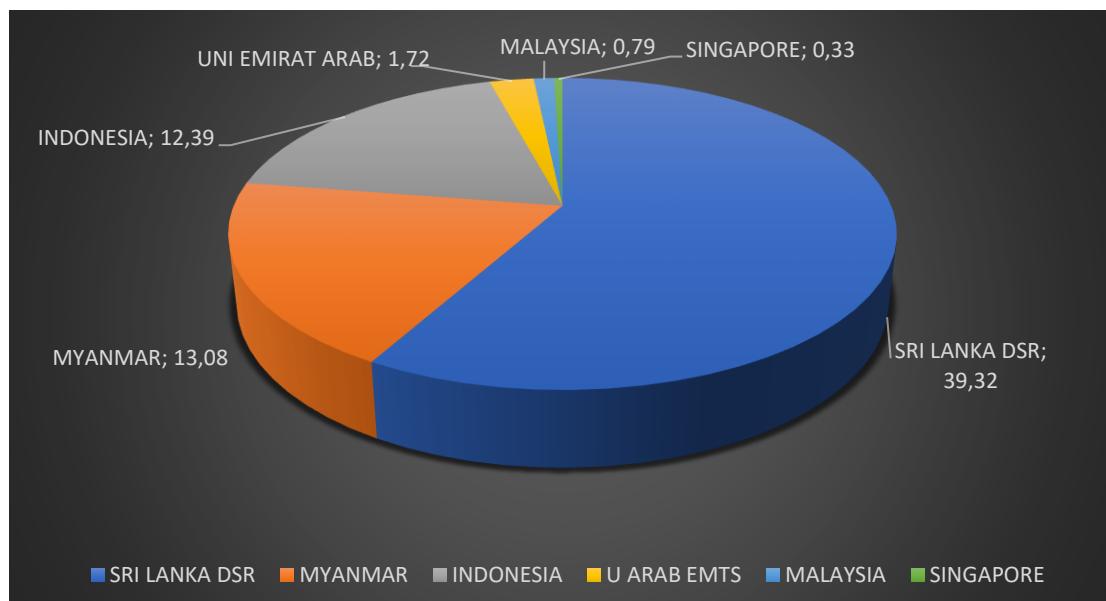
ARECANUT: AREA, PRODUCTION AND PRODUCTIVITY, STATEWISE

(Area: '000 ha, Production:'000 tonnes, Yield: kg/ha)

| | 2017-18 | | | 2018-19 | | | 2019-20 (Final) | | | 2020-21 Adv. Est | | |
|---------------------------|---------|---------|-------|---------|----------|-------|-----------------|----------|-------|------------------|----------|-------|
| | Area | Prod.n. | Yield | Area | Prod.n. | Yield | Area | Prod.n. | Yield | Area | Prod.n. | Yield |
| Andhra Pradesh | 0.70 | 4.37 | 6268 | 0.976 | 5.317 | 5448 | 1.096 | 10.418 | 9505 | 2.033 | 4.066 | 2000 |
| Assam | 67.06 | 52.88 | 788 | 67.210 | 47.327 | 704 | 67.021 | 50.040 | 747 | 67.021 | 50.040 | 747 |
| Goa | 1.84 | 3.30 | 1797 | 1.836 | 3.296 | 1795 | 1.971 | 3.704 | 1879 | 2.000 | 4.100 | 2050 |
| Karnataka | 279.459 | 606.183 | 2169 | 476.379 | 850.779 | 1786 | 500.522 | 1081.840 | 2161 | 500.000 | 950.000 | 1900 |
| Kerala | 94.58 | 108.52 | 1147 | 95.739 | 99.925 | 1044 | 96.921 | 92.755 | 957 | 96.784 | 92.599 | 957 |
| Maharashtra | 1.81 | 2.87 | 1590 | 1.827 | 3.973 | 2175 | 2.666 | 5.000 | 1875 | 2.147 | 3.841 | 1789 |
| Meghalaya | 18.21 | 23.99 | 1317 | 18.220 | 23.999 | 1317 | 17.951 | 24.467 | 1363 | 18.143 | 24.096 | 1328 |
| Mizoram | 12.14 | 8.38 | 690 | 12.140 | 10.470 | 862 | 13.000 | 10.840 | 834 | 12.285 | 9.240 | 752 |
| Nagaland | 0.39 | 2.30 | 5897 | 0.194 | 1.170 | 6029 | 0.216 | 1.197 | 5540 | 0.298 | 1.742 | 5854 |
| Tamil Nadu | 6.74 | 14.93 | 2215 | 6.869 | 10.941 | 1593 | 6.843 | 13.543 | 1979 | 7.568 | 15.309 | 2023 |
| Tripura | 5.99 | 20.41 | 3409 | 6.731 | 23.020 | 3420 | 7.167 | 24.511 | 3420 | 6.146 | 19.465 | 3167 |
| West Bengal | 11.58 | 22.95 | 1982 | 11.775 | 23.056 | 1958 | 11.890 | 23.857 | 2006 | 11.913 | 23.338 | 1959 |
| Andaman & Nicobar Islands | 4.70 | 10.50 | 2234 | 4.076 | 12.389 | 3040 | 4.336 | 10.589 | 2442 | 4.434 | 11.022 | 2486 |
| Pondicherry | 0.05 | 0.08 | 1500 | 0.052 | 0.078 | 1500 | 0.052 | 0.078 | 1500 | 0.052 | 0.082 | 1565 |
| All India | 505.236 | 881.645 | 1745 | 704.024 | 1115.740 | 1585 | 731.652 | 1352.839 | 1849 | 730.823 | 1208.938 | 1654 |

Sumber : *The Directorate of Arecaanut and Spices Development (DASD), Ministry of Agriculture and Farmers Welfare, Government of India.* <https://www.dasd.gov.in/index.php/content/index/statistics>

India Impor Pinang dari Dunia untuk Periode Jan-Des 2021 - Nilai dalam Jutaan USD



Gambar 2 : Data India Impor Pinang dari Dunia Periode Januari – Desember 2021 Kode HS 080280

Source : <https://tradenstat.commerce.gov.in/meidb/comcntq.asp?ie=i>

India Impor Pinang dari Dunia 5 Tahun - Nilai dalam Jutaan USD

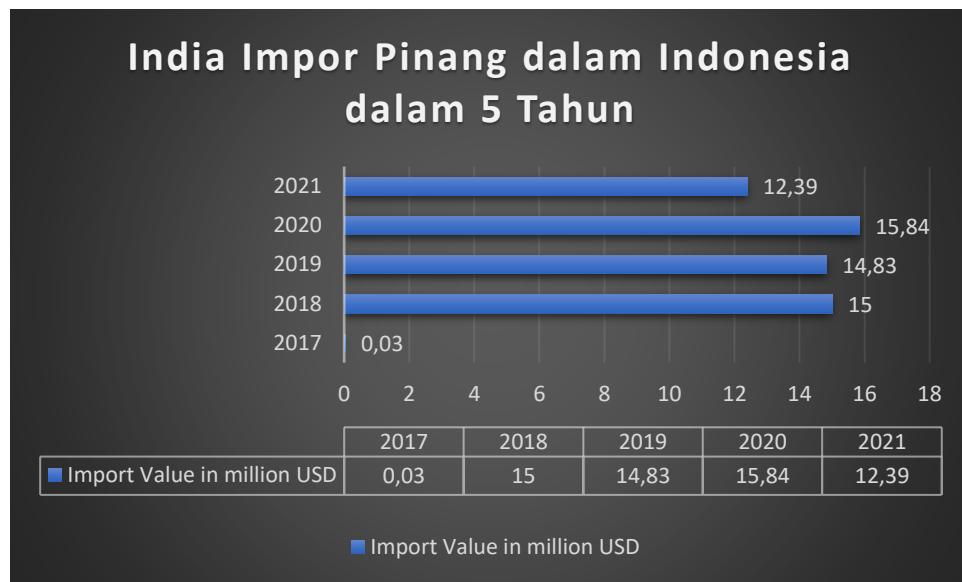


Gambar 3 : India Impor Pinang dari Dunia Selama 5 Tahun

Tabel 12 : India Impor Pinang dari Dunia 5 Tahun - Nilai dalam Jutaan USD

| S.No. | Country | Jan-Dec 2017 | Jan-Dec 2018 | Jan-Dec 2019 | Jan-Dec 2020 | Jan-Dec 2021 | %Share 2020 | %Share 2021 | %Growth 21/20 |
|-------|-----------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|-------------|-------------|---------------|
| | World | 50,66 | 55,96 | 38,27 | 75,16 | 67,63 | 100,00 | 100,00 | 0,00 |
| 1. | SRI LANKA | 48,96 | 40,87 | 23,22 | 51,59 | 39,32 | 68,64 | 58,14 | -15,30 |
| 2. | MYANMAR | 1,57 | | | 7,73 | 13,08 | 10,28 | 19,34 | 88,05 |
| 3. | INDONESIA | 0,03 | 15,00 | 14,83 | 15,84 | 12,39 | 21,08 | 18,32 | -13,07 |
| 4. | UNI EMIRAT ARAB | | | | | 1,72 | - | 2,54 | - |
| 5. | MALAYSIA | | | | | 0,79 | - | 1,17 | - |
| 6. | SINGAPORE | | | | | 0,33 | - | 0,49 | - |
| 7. | NEPAL | | | | | 0 | - | - | - |
| 8. | VIETNAM SOC REP | | 0,08 | 0,21 | | | - | - | - |
| 9. | AFGHANISTAN | | 0,01 | 0,01 | 0 | | - | - | - |
| 10. | CANADA | | | | | | - | - | - |
| | Negara Lainnya | 0,1 | | | | | - | - | - |

- India mengimpor Pinang senilai 67,63 USD juta dari dunia pada tahun 2021.
- Srilanka, Myanmar dan Indonesia merupakan negara pengekspor utama pinang ke India
- India mengimpor Pinang senilai 39,32 USD Juta dari Srilanka pada Januari – Desember 2021. Nilai ini turun -15,30 % dari tahun sebelumnya di 2020 senilai 51,59 juta USD
- India mengimpor Pinang senilai 12,39 USD Juta dari Myanmar pada Januari – Desember 2021. Pertumbuhannya meningkat 88,05% dari tahun sebelumnya 2020 senilai 7,73 USD juta.
- India mengimpor Pinang senilai 13,08 USD Juta dari Indonesia pada Januari – Desember 2021. Nilai ini turun -13,07% dari tahun sebelumnya 2020 senilai 15,84 USD juta



Gambar 4 : India Impor Pinang dari Indonesia Selama 5 Tahun

Kegunaan Produk

Penggunaan Tradisional: Praktek mengunyah pinang baik sendiri, atau dalam kombinasi dengan daun sirih, jeruk nipis, tembakau, kapur barus atau rempah-rempah kombinasi kemudian disebut tambula, telah ada sejak zaman dahulu. Mengunyah dikatakan dapat meningkatkan Pinang juga dipercaya dapat memperkuat gusi, gigi, membersihkan dan menghilangkan bau mulut. Pinang juga merupakan makanan pembuka dan stimulan. Kebiasaan mengunyah juga lazim di negara lain, seperti Nepal, Sri Lanka, Burma, Thailand, Cina Selatan, Sumatra, Afrika, Arab, Pakistan, dan Bangladesh.

Selain dikunyah dalam bentuk mentah atau kering oleh sekitar 30% pria India dan 7% wanita India, pinang digunakan dalam pengobatan ayurveda dan dalam upacara keagamaan Hindu, sebagai persembahan kepada dewa atau tanda selama kelahiran, pernikahan, dan bahkan kematian.

Nasib petani pinang meningkat terutama pada 1980-an ketika produsen mulai membuat dan menjual *gutka*, atau sirih, yang merupakan campuran tembakau dan pinang yang dihancurkan. Paan masala, versi bebas tembakaunya, umumnya dianggap tidak berbahaya dan dikonsumsi oleh tua dan muda.

Konsumsi pinang tidak hanya mendarah daging di India tetapi juga memperoleh potensi komersial yang besar; digunakan sebagai bahan utama dalam beberapa jenis sediaan tembakau tanpa asap. Selain itu, ekstensi merek non-tembakau juga dipasarkan dan diiklankan secara agresif yang mengarah ke penggunaan pinang yang lebih tinggi di India.

Pinang merupakan zat yang paling adiktif setelah nikotin, alkohol, kafein di dunia dan mudah dikonsumsi oleh anak-anak/remaja. Berbagai data laporan penelitian menunjukkan bahwa banyak pengguna percaya bahwa konsumsi buah pinang bermanfaat untuk pencernaan dan juga memiliki efek euforia (gembira). Pada abad tahun yang lalu, masyarakat India dan asing juga percaya bahwa tanaman pinang memiliki banyak khasiat obat/farmakologis. Di

India, pinang dan daun tanaman diyakini sebagai tanaman suci dan menurut kepercayaan masyarakat fungsi ritual tidak lengkap tanpa penggunaan kacang dan daun tanaman juga berguna untuk tujuan dekorasi.

Sejak dahulu kala, pinang digunakan untuk mengunyah karena diyakini memiliki banyak khasiat obat. Pinang memiliki tempat penting dalam sistem pengobatan India kuno seperti Ayurveda, Unani dan Homeopati. *The World Health Organization (WHO)* telah mendaftarkan sebanyak 25 efek menguntungkan yang berbeda dari buah pinang pada umat manusia. Mengunyah pinang mempermanis nafas, menghilangkan rasa tidak enak dari mulut, memperkuat gusi dan memeriksa keringat. Pinang memiliki antioksidan kuat, anti-inflamasi dan analgesik, antiulcer, hipolipidemik, antidiabetik dan neuroprotektif. Pinang juga secara tradisional digunakan dalam sejumlah penyakit untuk pencahar, pencernaan, karminatif, antiulser, antidiare, anthelmintik, antimalaria, antihipertensi, diuretik, penyembuhan, antibakteri, hipoglikemik, sifat antimulitas.

Tujuan Sosial Keagamaan: Disebut poogiphalam dalam literatur *Sansekerta* dan telah terjalin erat dengan praktik keagamaan dan sosial budaya negara ini. Ini adalah praktek umum bahkan sampai pada hari ini, dalam upacara agama Hindu, untuk mempersembahkan dua daun dan satu buah pinang yang disebut *Tambula* kepada gambar Tuhan selama ibadah. Orang yang dipuja dipersembahkan potongan pinang dengan daun sirih, sebagai tanda hormat dan penyambutan ke dalam rumah. Sekali lagi pertukaran pinang saat masuk, dengan daun sirih di antara pihak-pihak yang melangsungkan pernikahan, merupakan bagian penting dari upacara pertunangan

Penggunaan Obat: Berkennaan dengan sifat obat dari pinang, digunakan untuk melawan leukoderma, kusta, batuk, cocok, cacing, anemia dan obesitas. Pinang juga telah disebutkan untuk digunakan sebagai pencahar dan salep bersama dengan beberapa bahan lain untuk pengobatan bisul hidung. Pinang digambarkan sebagai pedas, pahit, pedas dan manis dan dapat menghilangkan rasa gas, menghilangkan *phigm* dan bau tak sedap dan 29 membunuh cacing. Jika pinang di api kadang-kadang dan dicampur dengan *buttermilk* bersama kunyit, pinang juga sebagai obat terbaik untuk diare, sakit kuning dll. Pinang dalam bentuk bubuk bersama dengan magnesium tretilinate, dapat diberikan untuk Sakit Maag, pasien setelah makan, karena, mengandung lebih banyak kalsium, itu baik. Jika diberikan kepada wanita, setelah melahirkan. Pinang adalah obat terbaik, bahkan untuk sembelit

Sifat farmakologis / Obat penting dari pinang

Sifat Antioksidan dari pinang

Banyak peneliti Studi menunjukkan bahwa etanol, ekstrak metanol pinang tanaman memiliki aktivitas anti-oksidan, aktivitas pemulung radikal bebas. Dalam evaluasi ekstrak etanolik pinang menunjukkan efek yang mirip dengan tokoferol (Vitamin E) dan menunjukkan efek yang lebih tinggi daripada asam askorbat (Vitamin C) dan di sisi lain ekstrak etanol menunjukkan aktivitas radikal bebas yang kuat dengan menggunakan teknik resonansi spin elektron. Karena adanya beberapa senyawa bioaktif seperti senyawa fenolik, flavonoid dalam ekstrak metanol tanaman menunjukkan efek yang signifikan terhadap oksidasi. Oleh karena itu, pinang juga berguna untuk produksi beberapa agen anti-oksidatif alami.

Pinang memiliki aktivitas anti-inflamasi

Ekstrak buah pinang yang memiliki efek antiinflamasi dioleskan pada inflamasi yang berguna untuk menghambat aktivitas *hyaluronidase (Haase)* pada mencit yang menyebabkan tertundanya hipersensitivitas/reaksi yang tidak diinginkan dengan menggunakan minyak puring akibat edema. Pinang juga berguna untuk produksi produk kosmetik anti-inflamasi alami.

Pinang memiliki aktivitas anti alergi

Ekstrak pinang memiliki aktivitas anti alergi. Dalam evaluasi penelitian menunjukkan bahwa pinang memiliki efek penghambatan yang kuat terhadap antigen yang menyebabkan degranulasi (proses kehilangan butiran) di sel mast. Hal ini berguna dalam pengobatan beberapa penyakit alergi.

Pinang memiliki aktivitas anti-cacing/anti-parasit

Ekstrak rebusan pinang mengandung arekolin dan garam yang efektif melawan infeksi taeniasis (infeksi parasit yang disebabkan oleh spesies cacing pita) dan arekolin efektif terhadap beberapa infeksi cacing parasit seperti *fasciolopsis cestode, ascariasis, heterales* dan *Rallietina tetragona* (cacing pita parasit) dll. Penelitian lain menunjukkan bahwa tanaman pinang berguna melawan cacing pita, cacing gelang dan infeksi cacing parasit lainnya pada anjing untuk tujuan hewan, digunakan sebagai vermifuge (obat anti-cacing).

Aktivitas anti-penuaan buah pinang

Pinang memiliki sifat anti-penuaan baik dalam pemberian ekstrak secara in vitro maupun in vivo. Dalam penelitian menemukan bahwa ekstrak pinang bermanfaat untuk sintesis kolagen dan meningkatkan proses sintesis. Kolagen sangat penting untuk kulit karena adanya efek menguntungkan ini buah pinang berguna untuk melindungi terhadap kerutan pada kulit dan meningkatkan / memperbaiki kulit hidrasi, memperbaiki/meningkatkan kulit.

Pinang memiliki aktivitas peningkatan memori dan pembelajaran

Di India, pinang (basah dan kering keduanya) biasa dikonsumsi oleh orang-orang setelah tembakau dan alkohol, nikotin dll. Pinang yang matang dijemur di bawah sinar matahari selama 40- 45 hari dan sembuh dengan aman setelah dikeringkan akan digunakan atau dikunyah. Dan pinang basah dicuci sebelum digunakan, Dalam penelitian ditemukan bahwa kedua jenis pinang (keriting atau basah) memiliki efek meningkatkan memori dan meningkatkan daya belajar pada model tikus. Pemberian ekstrak secara oral pada tikus dengan dosis tergantung berat badan (500mg/kg). Dan setelah 21 hari.

Bermanfaat dalam pengobatan diabetes

Ekstrak pinang digunakan dalam pengobatan diabetes karena mengandung alkaloid utama seperti *arecoline* yang bertanggung jawab untuk efek hipoglikemik. Dalam evaluasi penelitian menunjukkan bahwa ekstrak pinang memiliki efek hipoglikemik pada dosis rendah (0,05-0,25 mg/kg) berat badan pada hewan diabetes. Ekstrak buah pinang memiliki aktivitas penghambatan -glukosidase dan berguna untuk mencegah/menghentikan pembentukan kadar glukosa yang tinggi dalam darah.

3.1 Struktur Pasar

Segmen Pasar Utama

Pinang diolah menjadi *Pan-masala*, *Scented supari* dan *Tanin*, yang semakin populer di tanah air. Ada 150 jenis perdagangan pinang, berbeda dalam kematangan, kondisi pengolahan dan karakteristik rasa sesuai kebutuhan pasar di berbagai pusat perdagangan negara.

Pasar Utama Pinang di India

Berdasarkan Produk :

- *Scented Supari*,
- *Tannin*
- *Pan Masala*

Scented Supari

Scented Supari adalah pinang pahit lembut beraroma dan dikenal karena rasa dan rasanya yang menyegarkan & sejuk. Rasanya seperti *Sweet Pan* pohon pinang (Supari), ditanam di Bengal, Mysore, Sri Lanka dll. Hasil panennya dianggap sangat baik di Sri Lanka. Sirih (*Piper betel*) adalah daun tanaman merambat yang termasuk dalam famili *Piperaceae*, yang meliputi lada dan kava. Pinang baik sebagai stimulan ringan dan untuk sifat obatnya. Daun sirih sebagian besar dikonsumsi di Asia dan di tempat lain di dunia oleh beberapa emigran Asia, sebagai sirih atau panci, dengan atau tanpa tembakau dengan efek kesehatan yang merugikan. Sirih terkenal karena menodai gigi pengguna biasa. Pinang ditemukan di berbagai tempat dan hasilnya berbeda karena perubahan iklim.

Pinang, yang dikenal sebagai Supari Beraroma di India, adalah penyegar mulut tradisional yang diproduksi menggunakan berbagai wewangian dan rasa. *Scented Supari* memiliki tempat khusus dalam ritus dan upacara India juga. Nama botani supari adalah sirih piper dan juga dikenal dengan nama sirih chavica, artanthe hixagona. Mengunyah sirih telah dilakukan oleh penduduk asli di berbagai negara sejak zaman. Jadi mengingat permintaan produsen yang memanfaatkan supari sebagai bahan baku untuk membuat berbagai bahan kunyah seperti Supari, jambu *Pan Chap*, *Pan Masala*, supari manis, supari wangi dll. Masyarakat India mengunyahnya untuk mengurangi stres, mendapatkan perasaan sejahtera, dan meningkatkan kesadaran. Pinang mengandung tiga alkaloid utama: *arccosine*, *pilocarpine*, dan *muscarinic*. Digunakan untuk menyegarkan mulut. *Scented Supari* menyegarkan mulut dan bernafas dengan rasanya.

Permintaan supari beraroma manis dan produknya terus meningkat di India. India adalah produsen pinang tertinggi dengan produksi sekitar 3,3 ratus ribu ton dan total areal budidaya 2,64 ratus ribu hektar. Di India, beberapa negara penghasil supari utama adalah Kerala, Karnataka, Assam, Meghalaya, Tamil Nadu, dan Benggala Barat. Selain dari konsumsi domestik, negara India memperoleh mata uang asing dari ekspor. Pada dasarnya supari adalah penyegar mulut. Orang-orang di semua kelompok umur mengunyah supari secara teratur. Namun, supari mentah bukanlah barang konsumsi. *Scented Supari* membutuhkan pemrosesan dan pengemasan yang tepat untuk membuatnya dapat dikonsumsi manusia.



Gambar 5 : Scented Supari yang tersedia di Pasar India

Tanin

Tanin adalah Polifenol yang larut dalam air yang tersebar luas di banyak spesies tanaman dan terdapat dalam banyak makanan nabati. Tanin terjadi secara normal di akar, kayu, kulit kayu, daun, dan buah dari banyak tanaman, di mana mereka berperan dalam perlindungan dari pemangsaan, dan mungkin juga sebagai pestisida, dan dalam regulasi pertumbuhan tanaman. Reaktivitas tanin terkondensasi dengan molekul biologis penting seperti protein, ion logam dan polisakarida memiliki konsekuensi nutrisi dan fisiologis penting, dan karenanya penentuan kandungan tanin dalam bahan tanaman penting. Tanin menunjukkan banyak fungsi biologis yang signifikan seperti perlindungan terhadap stres oksidatif, dan penyakit degeneratif.

Tanin diperoleh sebagai produk sampingan dari proses penyiapan buah pinang yang belum matang untuk tujuan pengunyahan. Sedimen yang terdapat pada tanin bila dikeringkan disebut serbuk pinang. Ini dapat digunakan sebagai perekat dalam pembuatan papan plywood. Kemungkinan lain penggunaan tanin pinang adalah sebagai pewarna makanan yang aman. Tinta tulis hitam dengan kualitas yang dapat diterima dapat disiapkan. Selain itu, tanin juga berguna untuk melindungi perabotan rumah tangga. Kegunaan lain tanin adalah sebagai perekat pada industri kayu lapis dan sebagai pewarna tekstil.

Meningkatnya permintaan dari berbagai industri pengguna akhir seperti kulit, anggur, dan perekat kayu merupakan faktor pendorong utama untuk pertumbuhan pasar tanin. Sifat anti-oksidasi dan dekomposisi tanin merupakan faktor utama permintaan tanin di industri manufaktur kulit dan fermentasi anggur. Meningkatnya konsumsi alkohol diharapkan dapat mendorong pertumbuhan pasar tanin. Selain itu, permintaan tanin dalam pembuatan perekat kayu dan obat-obatan diperkirakan akan mendorong pertumbuhan pasar tanin secara positif selama periode perkiraan.

Pinang diimpor untuk ekstraksi tanin. Setelah ekstraksi, pinang dijual ke produsen Gutka dengan harga murah. Juga, di India Utara, pinang dibeli secara ilegal. Meskipun ada permintaan yang baik untuk itu di Gujarat, ada permintaan yang rendah untuk itu di Kerala, di mana penggunaan gutka lebih sedikit. Gutka di India adalah salah satu contohnya. Gutka

adalah nama generik untuk produk yang mengandung tembakau, pinang, dan beberapa zat lain dalam bentuk bubuk atau butiran dan dijual dalam sachet aluminium foil kecil. Satu-satunya penggunaan yang diketahui dari produk ini adalah dimasukkan ke dalam mulut dan kemudian dikunyah dan dihisap. Kemudian, umumnya dimuntahkan, atau kadang-kadang ditelan. Sebagai produk komersial, *gutka* diperkenalkan kurang dari tiga dekade yang lalu, tetapi saat ini ada ribuan produsen mulai dari yang kecil hingga yang sangat besar, dengan omset tahunan gabungan dalam urutan beberapa ratus juta dolar Amerika

Tanin memainkan peran yang sangat signifikan sebagai bahan baku untuk industri hijau yang berkelanjutan. Oleh karena itu, tanin terutama digunakan di berbagai jenis industri seperti kulit, pakan, perikanan, minuman, dll. Tanin juga menemukan aplikasi sebagai agen obat potensial, antioksidan, chelators logam; dan berfungsi sebagai penghambat enzim pro-oksidatif berbahaya dan proses peroksidasi lipid. Baru-baru ini, beberapa sifat penting seperti antiseptik, antikarsinogenik, dan anti-inflamasi tanin telah didokumentasikan pada manusia yang menjadikannya kandidat yang cocok untuk industri farmasi dan *nutraceutical*. Karena kekhawatiran saat ini terkait dengan senyawa sintetis yang digunakan dalam kesehatan manusia dan industri makanan, yang meninggalkan efek yang sangat merugikan pada tubuh manusia dan lingkungan, tanin dapat menawarkan alternatif untuk bahan kimia berbahaya ini di industri yang baru muncul.

Pan-masala

Pan masala adalah campuran pinang dengan jeruk nipis, *catechu* dan bahan penyedap lainnya. *Pan masala* tersedia secara luas dan digunakan oleh semua bagian masyarakat India. *Pan masala* adalah genotoksik karena meningkatkan pertukaran kromatin saudara perempuan dan penyimpangan kromatin.

Pan Masala adalah istilah umum yang digunakan untuk produk yang mengandung pinang yang diproduksi. Industri *Pan masala* dan dipasarkan secara komersial. *Pan masala* tersedia dalam sachet kecil yang nyaman untuk penggunaan individu.

Di India, permintaan *pan masala* meningkat karena pemain utama memperkenalkan versi produk baru seperti cokelat, biji adas berlapis gula, kapulaga, kunyit (Kesar), *gulkand* (kelopak mawar yang diawetkan dengan manis), dan kacang sirih berlapis perak untuk meningkatkan rasa dan memperluas basis klien mereka. Permintaan *pan masala* telah berkembang di bagian pedesaan dan perkotaan India, karena pendapatan pelanggan yang meningkat dan operasi promosi yang kuat dari produsen. Perusahaan yang berbeda telah mulai menawarkan *pan masala* dalam format kemasan baru seperti paket foil yang menarik, sachet, kaleng, dan kantong yang mudah disimpan dan diangkut dengan mudah. Selain itu, teknik pengemasan ini membantu meningkatkan umur simpan produk dan mempertahankan baunya. *Pan Masala* semakin meningkatkan pertumbuhan pasar pan masala di India. Menurut negara bagian, pasar pan masala Uttar Pradesh diantisipasi menjadi yang terbesar, karena meningkatnya permintaan dari populasi yang terus bertambah dan basis pelanggan *pan masala* yang besar di negara bagian itu. Selain itu, kehadiran produsen terkemuka dan permintaan yang meningkat di wilayah ini berkontribusi pada pertumbuhan pasar.



Gambar 6 : Pan Masala



Gambar 7 : Pan Masala Makanan Jalanan di India
Pemain Utama Pan Masala di India

- *DS Group*
- *Manikchand Group of Companies*
- *Kothari Products Limited*
- *Godfrey Phillips India Limited*

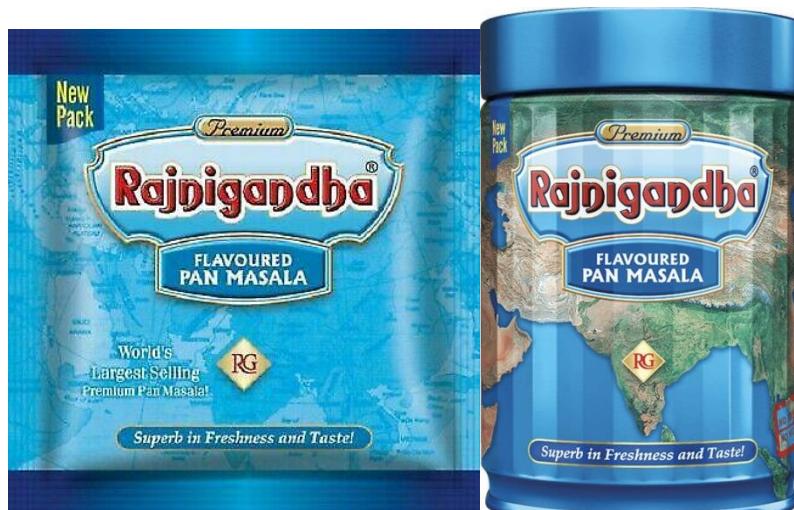
DS Group

Untuk melanjutkan warisan Paan, pada tahun 1983, *DS Group* memperkenalkan *Rajnigandha Pan Masala*, penawaran produk *pan masala* premium untuk memuaskan pecinta Paan yang cerdas, yang menginginkan rasa sempurna dari Paan lama mereka yang enak dalam bentuk kering. *Rajnigandha* telah memberi penggemarnya untuk memilih selera mereka, pan masala dapat dibawa untuk bepergian bersama mereka, untuk disimpan bersama mereka, berguna untuk digunakan kapan saja dan di mana saja.

Merek ini ditargetkan pada segmen premium dan merupakan penjualan premium *Pan Masala* terbesar di dunia. Jaringan distribusi merek yang kuat didukung oleh agen, dealer, dan pengecer yang efisien di seluruh negeri.

Gairah untuk kesempurnaan dan kualitas telah menjadi premis utama untuk merek sejak kemunculannya. Dalam tradisi keunggulan sejati, hari ini *Rajnigandha* dikenal karena pengalaman rasanya yang konsisten dan lezat.

Dorongan pada kualitas dimulai dengan pengadaan bahan-bahan pilihan terbaik dan pemrosesan di kelas dunia, fasilitas manufaktur modern di Guwahati, Noida dan Kundli. Keahlian penelitian dan pengembangan yang unggul dan kebijakan Kualitas memastikan bahwa pelanggan selalu menerima *Rajnigandha* dengan khas yang sama yang telah membuatnya menjadi cita rasa jutaan penikmat Pan Masala di seluruh dunia. *Rajnigandha* adalah Pan Masala yang sepenuhnya bebas tembakau atau nikotin.



Gambar 8 : Rajnigandha Pan Masala

Manikchand Group

Manikchand Group didirikan dengan visi tunggal untuk mencapai kepemimpinan mutlak melalui keunggulan berkelanjutan dan komitmen teguh. Saat ini, dengan bisnis yang mencakup 12 industri, dan kehadiran di tiga benua, Grup telah mewujudkan visi ini, dan siap untuk melambung lebih tinggi lagi.

Divisi Pan Masala dari *Dhariwal Industries Ltd.*, sebuah perusahaan di bawah kepemimpinan merek Grup Manikchand, memproduksi Tembakau, Pan Masala dan Penyegar Mulut. Perusahaan ini memelopori Jarda pada tahun 1959 dalam kemasan poli food grade. Pada tahun 1991, perusahaan merevolusi selera negara dengan memperkenalkan rangkaian produk premium *Pan Masala* dan *Gutkha*. Penikmat rasa di 50 negara menyukai produk nya dan segera menjadikannya sebagai pemain utama di antara produk *Pan Masala* dan *Gutkha*.

Dari resep tradisional yang menggunakan bahan-bahan seperti parfum alami, kapulaga premium, kunyit, pinang dan *katechu* hingga campuran yang lebih kontemporer dan inovatif yang memastikan rasa yang bertahan lama & menyegarkan, produk kami telah menetapkan kualitas dan keunggulannya di antara pelanggan kami.

Selain produk tembakau, perushaaan ini juga telah memperkenalkan ke pasar berbagai produk inovatif non-tembakau, non-pinang dan non-catechu. *Meetha pan Calcutta*, adalah inovasi yang dibuat dari Calcutta meetha patta dan bahan-bahan alami pilihan seperti kurma, kapulaga, mint, dll. Tujuan nya adalah memberikan rasa otentik yang sesungguhnya kepada pelanggan kami dalam bentuk yang nyaman dan higienis.



Gambar 9 : RMD Pan Masala

Kothari Products Limited

Kothari Products Ltd. (KPL) adalah perusahaan terbatas publik yang merupakan pemain utama di industri pan masala dan gutkha. Perusahaan ini memasarkan pan masala dengan nama merek *Pan Parag*, tembakau kunyah rasa dengan nama merek *Parag* dan mengemas minyak kelapa dengan nama merek *7-up*.



Gambar 10 : Pan Parag Pan Masala

Godfrey Phillips India Limited

Godfrey Phillips India Limited, perusahaan unggulan *Modi Enterprises*, adalah salah satu perusahaan FMCG terbesar di India. Perusahaan telah memperluas kepentingan bisnisnya dalam produk kunyah, penyegar mulut, penganaan dan ritel. Untuk membuat *Pan Vilas* pan masala yang lezat, *Godfrey Phillips India* menggunakan bahan-bahan berkualitas tinggi, yaitu pinang dari Karnataka, *Catechu* dari Himachal, dan kapulaga paling beraroma dari Kerala. *Pan Vilas pan masala*, *Pan Vilas Silver Dewz – elaichi* berlapis perak (biji kapulaga) dan permen funda goli semuanya diproduksi oleh Perusahaan.

Untuk membuat *Pan Vilas Pan Masala* yang lezat, *Godfrey Phillips India* menggunakan bahan-bahan berkualitas tinggi –pinang dari Karnataka, *Catechu* dari Himachal, dan Kapulaga paling beraroma dari Kerela. *Pan Vilas* diolah lebih lanjut menggunakan minyak esensial paling premium untuk memastikan rasa menyegarkan yang kaya. '*Shauk Badi Cheez Hai*' tagline merek ini adalah untuk konsumen cerdas yang membedakan diri mereka dengan selera dan preferensi kerajaan namun unik.

Pan Vilas telah mencapai pangsa pasar yang cukup besar di Gujarat bersama dengan kehadiran yang kuat di negara bagian *Uttar Pradesh*, *Madhya Pradesh*, *Rajasthan*, *Odisha*, dan *Delhi*. Merek ini tersedia di seluruh India dan memastikan konsumen setia dapat menikmati rasa yang kaya dan menyegarkan ke mana pun mereka pergi.



Gambar 11 : Pan Parag Pan Masala

Pasar Utama Pinang di India

Berdasarkan Jenis :

- Pinang Merah
- Pinang Putih

Di India ada dua varietas pinang. Berdasarkan pengolahannya, pinang diklasifikasikan menjadi varietas putih dan merah. Pinang putih dibuat dengan mengeringkan pinang matang di bawah sinar matahari dan mengupasnya. Pinang merah dibuat dengan cara mengupas kulit pinang hijau, lalu direbus dan dikeringkan. Stok lama pinang putih memiliki harga yang lebih mahal daripada stok baru di pasar konsumen. Sementara pinang putih digunakan untuk menyiapkan 'paan', varietas merah terutama digunakan dalam 'paan masala'. Chali (pinang putih) dan jenis rebus merah (lunak atau matang). Chali terutama diproduksi di *Dakshina Kannada* dan sebagian distrik *Uttara Kannada*. Chali digunakan dalam persiapan supari beraroma dan sangat diminati di India Utara. Pinang putih diproduksi dengan cara memanen kacang yang sudah matang dan kemudian dijemur selama kurang lebih 2 bulan. Pada varietas merah pinang hijau diperpanjang, direbus dan kemudian kulit luarnya dibuang. Terkadang pinang bahkan ditumbuk di tanah untuk tujuan fermentasi untuk meningkatkan rasa, lebih disukai disebut sebagai "*Mojha Tamul*" di Assam.



Gambar 12 : Pinang Merah



Gambar 13 : Pinang Putih

Pemasaran pinang adalah pelaksanaan sistematis dari kegiatan usaha pinang yang berkaitan dengan pengolahan, perakitan, grading, penyimpanan, pengemasan, penambahan nilai, standardisasi, branding, pengangkutan, pembiayaan, penjualan dan pendistribusian untuk mencapai hasil pinang dari titik petani penghasil hingga petani dan titik konsumen akhir. Dalam proses produksi pemasaran pinang menjadi titik awal pemasaran memberikan dasar, bentuk dan warna yang tepat untuk pengaturan pemasaran. Oleh karena itu, berdasarkan sifat konsentrasi dan pola konsumsi produksi pinang, struktur pasar yang ada dapat dibagi menjadi tiga bagian.

1. Pasar Utama : Adalah pengaturan pemasaran pinang dimana pinang mengalir dari produsen ke pedagang di pasar perdana melalui partisipasi aktif dari perantara.

2. Pasar Sekunder : Pasar Sekunder adalah suatu penataan pasar grosir dimana produk pinang diproses dan ditangani dalam jumlah besar untuk mencapai titik terminal.

3. Pasar Terminal: Pasar terminal pinang adalah titik akhir pasar dimana pinang didistribusikan ke konsumen akhir melalui jaringan ritel yang sudah mapan. Dalam memulai proses pengarahan arus produksi pinang dari sentra produksi ke konsumsi, petani, pedagang merangkap petani, pembudidaya tanaman, pedagang kecil, pedagang desa, agen komisi, pengolah, pengepul, koperasi, pengecer, pedagang grosir , komisioner, calo, pengangkut, Panitia Pasar Hasil Pertanian, tukang timbang dan kuli akan berpartisipasi dan merupakan keseluruhan jaringan sistem pemasaran pinang. Akhirnya keberhasilan utama sistem pemasaran pinang tergantung pada tingkat produksi dan partisipasi aktif dari para pemasar. 'Pembuangan hasil pinang secara efisien adalah pokok bahasan pemasaran pinang'. Aspek produksi dan pengolahan akan memberikan kontribusi terhadap permasalahan dan prospek pemasaran pinang.

Skenario pemasaran pinang di distrik *Uttar Kannada*

Meskipun produksi tersebar luas di seluruh Distrik, pemasaran terutama terkonsentrasi di *Sirsi*, *Yellapur*, *Kumta* dan *Honnavar*. Agricultural Produce Market Committee (APMC) cabang berfungsi di sini dengan tujuan terbaik untuk memberikan perlindungan kepada petani dari eksplorasi pedagang swasta. Tidak ada fasilitas dan pusat pemasaran yang mapan di *Ankola*, *Bhatkal*, *Joida* dan *Mundgod*. Oleh karena itu, para petani ini bergantung pada pusat-pusat pasar terdekat di Kabupaten dan Kabupaten tetangga. Mayoritas petani *Ankola*, *Mundgod* dan *Joida* lebih memilih untuk menjual produk di pasar *Yellapur*. Faktor kedekatan membuat mereka mengikuti langkah ini. Beberapa petani *Mundgod* Taluk lebih memilih untuk berjualan di pasar *Sirsi* yang lebih dekat dengan mereka. Sedangkan petani dari *Bhatkal* mengambil kesempatan untuk menjual pinang di sentra pasar *Kumta* dan *Honnavar* dan *Kundapur* di Distrik *Udupi* dan *Sagar* di Distrik *Shimoga*. Pasar *Sirsi* adalah salah satu pasar pinang yang terkenal di negara bagian dan Distrik Inggris. Di sini semua jenis pinang yang diproduksi di Kabupaten dijual kecuali varietas "Pabrik". Ini menarik pinang dari daerah *Sirsi*, *Yellapur*, *Kumta*, *Mundgod* dan *Soraba* Taluka dari *Shimoga District*. Ini merupakan pasar pinang terkemuka dari wilayah *Malanadu* dan Kabupaten. demikian juga. Hal ini telah melampaui semua pasar lain di Distrik. Para petani yang tinggal di wilayah ini memiliki keyakinan atas prinsip-prinsip koperasi. Oleh karena itu, mereka menjual produk melalui koperasi primer atau pemasaran yang berfungsi secara transparan dan sistematis.

Siddapur tidak ketinggalan. *Siddapur* menarik pinang dari daerah *Siddapur* dan bagian dari *Sagardan Sorab* Taluk dari Distrik tetangga. Semua buah pinang yang diproduksi di wilayah *Malnadu* dijual di pasar ini. *Yellapur* adalah pusat pasar berkembang lainnya di Distrik., yang terkenal sebagai pasar untuk varietas 'Supari Merah' atau 'Aapi'. *Yellapur* menarik pinang dari daerah sekitar *Yellapur*, *Sirsi*, *Mundgod*, *Joida*, *Dandeli* dan *Ankola*. Semua jenis pinang daerah ini ditransaksikan disini.

Pusat pemasaran di daerah pesisir terkenal dengan aneka buah pinang kering (yaitu, '*Chali'*) Pemasaran '*factory*' (buah pinang yang difermentasi") terlihat di sini. Di wilayah ini *Kumta* dan *Honnnavar* muncul sebagai pusat pemasaran utama pinang. Pasar *Kumta* memimpin dalam hal kedatangan dan penjualan buah pinang dibandingkan dengan pasar *Honnavar*. Ini menarik pinang dari daerah *Kumta*, *Honnavar*, *Anokola* dan *Bhatkal*. Hal ini diidentifikasi sebagai pasar terkemuka sabuk pantai. *Honnavar* adalah pusat pemasaran utama lainnya di bagian ghat di bawah ini. Itu juga terkenal dengan varietas kering dan tipe *factory*. Tempat ini juga terkenal sebagai pusat penjualan buah pinang. Bagi para petani *Bhatkal*, merupakan pasar yang nyaman untuk menjual varietas kering. Namun, dalam hal volume bisnis, itu adalah pusat kecil dari Distrik.

Pemasaran pinang di Uttar kann

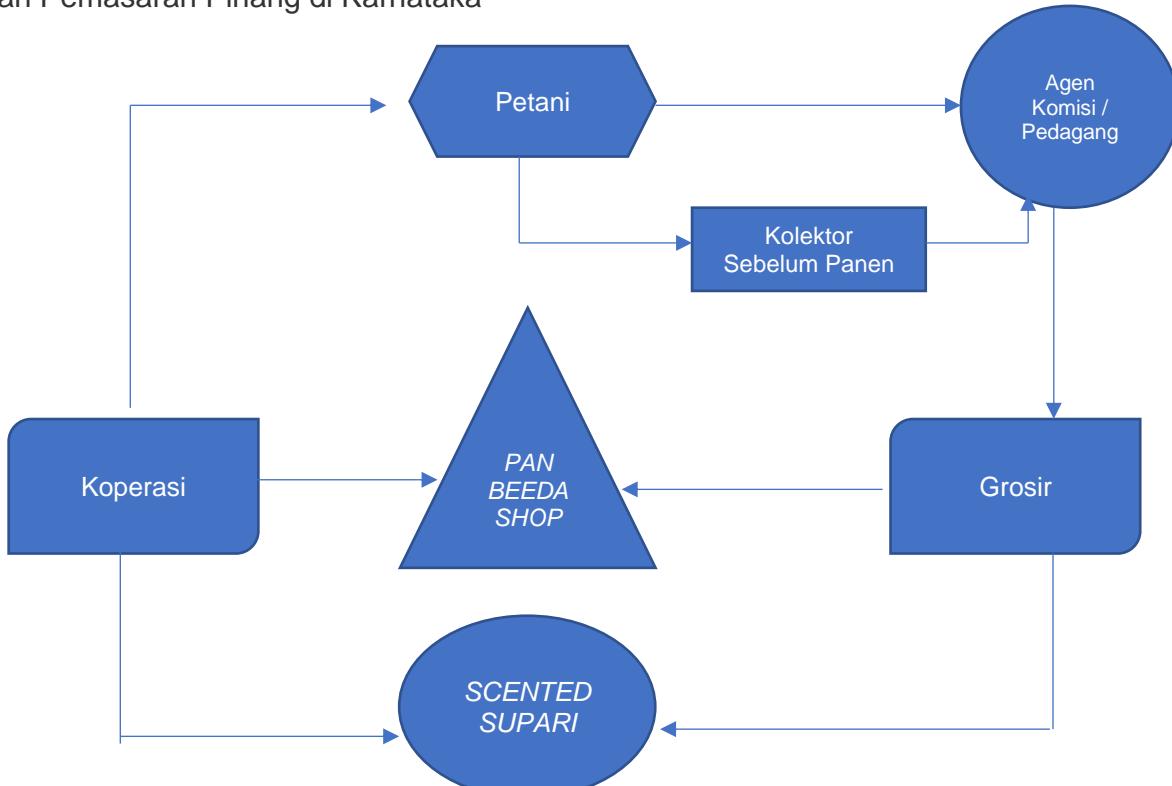
Berikut ini adalah fitur-fitur penting tentang produk pinang yang harus dipahami saat merencanakan dan menerapkan strategi pemasaran.

1. Produksi terkonsentrasi di seluruh Distrik dan pasar terkonsentrasi di kantor pusat Taluka.
2. Sekitar 5 persen produksi dikonsumsi di Kabupaten dan 95 persen sisanya tersedia untuk pemasaran.
3. Konsumsi buah pinang tersebar luas.
4. Masalah pemasaran terkait di bidang produksi dan pengolahan dalam hubungannya dengan pedagang dan konsumen.
5. Produksi bersifat musiman dan panen dilakukan setahun sekali. Pinang bersifat *semi-perishable* dan dapat disimpan hingga 2- 2,5 tahun.
6. Permintaan pinang mendominasi sepanjang tahun.
7. Produsen dan pedagang pinang mengalami perasaan pahit dan lebih baik dengan perilaku harga.
8. Pajak penjualan yang dikenakan pada pinang tinggi. Selanjutnya dipungut di berbagai titik, sehingga konsumen harus merogoh kocek lebih dalam.
9. Penghindaran pajak sudah menjadi aturan pemasaran pinang. Oleh karena itu, sikap petani dan pedagang turut andil dalam munculnya tren *second sale*.
10. Struktur pasar terdiri dari pasar primer, sekunder dan terminal.

3.2 Saluran Distribusi

Fungsionaris pemasaran yang terlibat dalam proses ini terdiri dari pedagang, eksportir CAS, pedagang desa, pedagang kecil dan kontraktor tanaman. Semua perantara ini beroperasi lebih jauh dari koperasi yang berlokasi di kantor pusat Taluk. Pedagang akhir pada gilirannya membelinya dari pasar terbuka yang disediakan oleh masyarakat ini dan komisi agaen lainnya. Sebelum menjual ke pedagang akhir di pasar sekunder dilakukan penilaian komersial. Pinang varietas merah dari wilayah *Malnadu* memenuhi permintaan di pasar *Karnataka*, *Bombay*, *Nagpur* dan *Lucknow*. Munculnya pengembangan VAP pinang dan pengembangan industri gutkha telah membuka pintu air untuk pendapatan baru bagi petani. Mereka lebih menyukai varietas merah, khususnya untuk produksi gutkha. Varietas putih "*Chali*" memiliki permintaan yang baik di pasar *Bombay* dan *Gujarat* juga. Varietas pabrik memiliki permintaan yang baik di pasar lokal maupun di pasar *Bombay*. Namun, produsen paling tidak terganggu dalam penilaian komersial karena mereka tidak memiliki banyak pengetahuan tentang pemasaran sekunder. Bahkan sebagian besar petani tidak mengetahui di mana dijual pinang, apa yang dilakukan setelah dijual, di mana dan bagaimana penggunaannya. Produsen menjual produk mereka di pasar primer setelah melakukan penilaian tradisional terutama "*Rashi*", "*Bette*", "*Api/Chikani*" dan "*Kempgotu*" dalam varietas merah, "*Chali*", "*Bilegotu*", "*chilikempu*", "*Vodaku*", "*Koka*", "*Factry*", "*Niradike*" atau "*Gotadike*" dalam varietas putih.

Saluran Pemasaran Pinang di Karnataka



Gambar 14 : Saluran Pemasaran Pinang di Karnataka

Source : <https://www.krishisewa.com/production-technology/61-arecanut.html>

Segmen pelanggan

Produk Pinang dapat dijual ke pelanggan berikut:

1. Pedagang grosir
2. Pedagang Eceran
3. Agen komisi
4. Lembaga Pemasaran seperti CAMPCO

Dari pilihan yang tersedia di atas, masyarakat dapat memetik manfaat maksimal dengan menjual hasil produksi ke pedagang grosir yang tersedia di pasar Mangalore. Masyarakat akan mengidentifikasi pedagang grosir dan membuat kesepakatan dengan mereka untuk memasarkan produknya.

Menjual pinang olahan ini di pasar membutuhkan produk yang siap pasar untuk dijual. Buah pinang perlu digiling dan dikemas agar siap dipasarkan

3.3 Persepsi Pinang Indonesia di Pasar India

Pinang dengan nama dagang *Betel Nut* dan memiliki *Harmonized Code (HS)* 080280 dari Indonesia sangat diminati oleh banyak negara importir pinang seperti India, Pakistan, Bangladesh, Thailand, Myanmar, Nepal, Tiongkok, Saudi Arabia hingga Inggris.

Di negara importir ini, mengkonsumsi pinang merupakan kebiasaan dan bagian dari budaya yang diwariskan secara turun menurun. Sebagian biji pinang juga diolah lagi menjadi permen, makanan kecil dan campuran obat-obat herbal dan makanan. Ada permintaan besar di India untuk pinang Indonesia yang mereka bisa mendapatkan harga yang lebih murah, pembeli India juga dapat mengimpor dalam jumlah yang lebih sedikit dari kantor pos atau kantor pos asing dari Indonesia. Pembeli India mengimpor pinang mentah berwarna kehijauan.

Source : <https://www.youtube.com/watch?v=F8N2iLGV94Q>

Kualitas rendah pinang Indonesia bernilai puluhan juta membanjiri pasar di India. Pedagang pinang dari India menghindari perdagangan dengan Indonesia karena hampir 108% bea masuk dipungut atas kiriman tersebut. Para pedagang ini berharap bisa melalui Myanmar melalui laut ke pelabuhan *Rangon* di mana bea masuk harus dibayar sekitar empat puluh persen untuk pengiriman buah pinang dari Indonesia. Diketahui bahwa para pedagang membeli buah pinang kualitas terendah dan terburuk dari Indonesia yang jauh lebih murah daripada varietas India.

(Source : <https://timesofindia.indiatimes.com/city/nagpur/inferior-quality-indonesian-betel-nuts-worth-crores-flooding-markets/articleshow/84077890.cms>)

BAB IV

PERSYARATAN PRODUK

4.1 Persyaratan Produk

Pastikan keamanan pangan dalam impor pinang: Peraturan FSSAI

The Food Safety and Standards Authority of India (FSSAI) telah memutuskan bahwa semua impor pinang akan diuji, dalam upaya untuk memastikan kepatuhan terhadap standar keamanan pangan dalam pengiriman tersebut sebelum diberikan izin di bea cukai.

FSSAI telah mengarahkan pejabatnya yang berwenang untuk memastikan bahwa semua pengiriman buah pinang yang diimpor harus melalui "pengambilan sampel dan pengujian 100 persen" daripada memberikan izin berdasarkan pernyataan penilaian sendiri yang diajukan oleh importir.

Secara berurutan, disebutkan bahwa buah pinang yang merupakan buah rentan terhadap pembentukan jamur selama produksi, penyimpanan dan transportasi. "Dengan demikian, telah diputuskan bahwa pengiriman pinang/pinang impor tidak boleh melalui *Risk Management System (RMS)* dan semua kiriman yang diimpor harus dilakukan pengambilan sampel dan pengujian 100 persen.

Di bawah mekanisme RMS, barang impor mendapatkan izin berdasarkan deklarasi *self assessment* yang disajikan oleh importir. Sebagian besar kiriman tersebut dipilih untuk "tidak ada penilaian dan pemeriksaan" dan hanya menjalani pemeriksaan acak oleh petugas yang berwenang.

FSSAI telah menetapkan standar untuk pinang dalam Peraturan *Food Safety and Standards (Food Products standards and Food Additives)* 2011. Selain itu, FSSAI tahun lalu telah menetapkan batas aflatoksin dalam buah pinang melalui amandemen Peraturan Keamanan dan Standar Pangan (Kontaminan, Racun & Residu), 2011.

FSSAI juga telah menyarankan petugas yang berwenang untuk waspada dan secara ketat memastikan kepatuhan terhadap Keamanan Pangan dan Peraturan Standar sebelum memberikan izin untuk pengiriman pinang impor.

FSSAI telah menyarankan kantor lapangannya untuk secara ketat mematuhi standar kualitas pinang sebelum menyelesaikan pengiriman impor. Selain itu, Biro Standar India telah diminta untuk merumuskan standar untuk pinang. Hal ini dilakukan dengan tujuan untuk mencegah pinang kualitas rendah memasuki pasar India dan mengganggu kestabilan harga domestik.

Source : https://fssai.gov.in/upload/media/FSSAI_News_Arecanut_BusinessLine_26_11_2018.pdf
https://commerce.gov.in/wp-content/uploads/2020/03/MOC_636971594841752055_LS-26-06-2019.pdf

Kebijakan Impor

Telah menyarankan kantor lapangannya untuk secara ketat mematuhi standar kualitas pinang sebelum menyelesaikan pengiriman impor. Selain itu, Biro Standar India telah diminta untuk merumuskan standar untuk pinang. Hal ini dilakukan dengan tujuan untuk mencegah masuknya buah pinang kualitas rendah.

Tabel 13 : Kebijakan Impor Pinang

| Kode HS | Deskripsi | Kebijakan Sebelumnya | Perubahan Kebijakan | Kebijakan Sebelumnya | Perubahan Kebijakan |
|----------|-----------|----------------------|---------------------|--|---|
| | Pinang | | | | |
| 08028010 | Utuh | Bebas | Dilarang | Nilai CIF yang diberikan adalah 251 rupees dan harga diatas nya lebih per kilogram | Namun, dapat diimpor jika nilai CIF lebih dari 251 rupees per kilogramnya |
| 08028020 | Dibelah | Bebas | Dilarang | Nilai CIF yang diberikan adalah 251 rupees dan harga diatas nya lebih per kilogram | Namun, dapat diimpor jika nilai CIF lebih dari 251 rupees per kilogramnya |
| 08028030 | Ground | Bebas | Dilarang | Nilai CIF yang diberikan adalah 251 rupees dan harga diatas nya lebih per kilogram | Namun, dapat diimpor jika nilai CIF lebih dari 251 rupees per kilogramnya |
| 08028090 | Lainnya | Bebas | Dilarang | Nilai CIF yang diberikan adalah 251 rupees dan harga diatas nya lebih per kilogram | Namun, dapat diimpor jika nilai CIF lebih dari 251 rupees per kilogramnya |

Sumber : <https://content.dgft.gov.in/Website/Noti%202020%20eng.pdf>

Efek pemberitahuan ini. Impor pinang di atas nilai *Cost, insurance, and freight (CIF)* diatas 251 rupees per kilogram dapat diimpor sedangkan Impor di bawah nilai CIF 251 rupees per kilogram dilarang.

Untuk impor dari negara mitra *Free Trade Agreement*nya, otoritas pabean telah disarankan untuk memeriksa Aturan Asal dengan sangat hati-hati untuk memastikan bahwa pinang ditanam di negara-negara selain *The South Asian Association for Regional Cooperation (SAARC)* tidak diimpor melalui negara tetangga dengan mengambil keuntungan dari bea masuk yang rendah di bawah *The South Asian Free Trade Area (SAFTA)*.

Sertifikasi

Departemen Pertanian & Kerjasama Kementerian pertanian, Pemerintah India mengeluarkan *Plant Quarantine Order 2003* (Peraturan Impor ke India), Daftar VII Pinang (*Areca catechu*) adalah salah satu Daftar Tanaman/bahan tanam, di mana impor diperbolehkan berdasarkan sertifikat fitosanitasi yang dikeluarkan oleh negara pengekspor, pemeriksaan dilakukan oleh otoritas inspeksi dan pengasapan, jika diperlukan termasuk semua kondisi umum lainnya.

Sumber : https://ibkp.dbtindia.gov.in/DBT_Content_Test/CMS/Guidelines/20181115121925276_PlantQuarantine_order_2003.pdf

Tarif Impor

Tabel 14 : Tarif Impor Pinang di India

| Kode HS | Deskripsi | Most Favoured Nation Tariff % | ASEAN-India Free Trade Agreement Preferential Tariff % | Goods & Services Tax % |
|-----------------|---------------|-------------------------------|--|------------------------|
| | Pinang | | | |
| 08028010 | Utuh | 100 | Tidak Ada Preferensi | 12 |
| 08028020 | Dibelah | 100 | Tidak Ada Preferensi | 12 |
| 08028030 | Ground | 100 | Tidak Ada Preferensi | 12 |
| 08028090 | Lainnya | 100 | Tidak Ada Preferensi | 12 |

Sumber : <https://www.indiantradeportal.in/>

Pelabelan seluruh komoditas rempah dll, diimpor curah dalam jumlah besar

- Nama Komoditas
- Nama & Alamat lengkap importir

Pelabelan seluruh rempah-rempah dll, diimpor dalam paket

- Nama Komoditas/rempah-rempah
- Nama & Alamat lengkap pengepakan
- Tanggal pengepakan
- Nama & alamat importir
- Berat bersih
- Nomor Lot./No Kode/Nomor Batch.
- Tanggal Terbaik sebelum atau digunakan berdasarkan tanggal atau tanggal kedaluwarsa

Bahan Kemasan:

Pinang dikemas dalam karung goni untuk pemasaran. Tas goni mudah didapat di pasaran. Setiap karung memiliki kapasitas kemas 70kgs buah pinang.

4.2 Peraturan Pemasaran

Pinang dikonsumsi dalam bentuk mentah maupun olahan. Praktek konsumsi buah pinang mentah baik dalam bentuk segar maupun olahan berlaku di seluruh daerah penghasil, tetapi buah pinang olahan dalam bentuk nilai semakin banyak dikonsumsi di luar jalur produksi.

Di pasar primer, masyarakat seperti CAMPCO dan koperasi telah terlibat dalam pinang di berbagai daerah. Tujuan umum dari perkumpulan pemasaran ini adalah untuk memberikan pinjaman kepada para petani pinang. Mereka mengumpulkan hasil pinang dari petani anggota dan menjualnya melalui agen komisi ke pedagang grosir.

Mangalore muncul sebagai pusat dan pasar buah pinang. *Managalore* memiliki jaringan baik masyarakat pemasaran koperasi seperti SKACMS dan CAMPCO. Karena *Mangalore chali* atau supari memiliki merek dan permintaan uniknya sendiri di India Utara, semakin banyak di luar negara bagian tersebut, pedagang grosir menetap dengan baik di daerah tersebut, mereka menilai permintaan pembeli perspektif dan menjaga mereka tetap berhubungan dengan harga yang berlaku.

India adalah salah satu pasar konsumen terbesar di dunia, dengan populasi konsumen kelas menengahnya diperkirakan akan mencapai 200 juta pada tahun 2021 dan 475 juta pada tahun 2030. Namun ini adalah pasar konsumen yang kompleks dan beragam, dan sangat penting untuk menyesuaikan kebutuhan. Strategi pemasaran dan bahkan produk dengan preferensi lokal. Selain persaingan yang ketat dari pengecer lokal kecil dan besar serta perusahaan internasional, penjual harus mempertimbangkan keragaman latar belakang budaya, tingkat kekayaan dan kecanggihan yang berbeda, dan ukuran populasi dan luas tanah yang tipis.

Rencana pemasaran komprehensif yang mempertimbangkan elemen inti seperti merek, manajemen pemangku kepentingan, hubungan masyarakat, media (termasuk media digital dan sosial), dan proposisi nilai produk/merek dari eksportir sangat penting. Namun, ketahuilah bahwa penjual perlu terus-menerus menilai kembali strategi dan rencana pemasarannya. Lingkungan sosial ekonomi India terus berkembang dan berubah, yang pada gilirannya berdampak pada pilihan konsumen. Riset dapat membawa penjual sejauh ini, tetapi keahlian lokal akan membuat proses penyelidikan pasar dengan probabilitas tinggi menjadi lebih cepat dan efektif.

Orang biasanya melakukan penelitian secara online sebelum membeli secara offline. Eksportir akan memiliki kehadiran secara *online* dan pembeli yang mencoba menemukan eksportir online jika memiliki situs web. Rancang situs web untuk menginformasikan, melibatkan, dan mengonversi pengunjung menjadi pelanggan yang membayar. Situs web eksportir akan berfungsi sebagai toko internet di mana pelanggan dapat datang dan mendapatkan informasi tentang perusahaan eksportir dan dapat mengatasi masalah pelanggannya.

Menggunakan media sosial

Media sosial adalah platform yang luas. Media Sosial dapat membantu perusahaan eksportir menjangkau banyak orang. Sebagai eksportir harus mempertahankan kehadiran media sosial yang aktif untuk tetap berhubungan dengan target pasar. Misalnya, eksportir dapat menggunakan *Instagram* untuk mengembangkan halaman produknya. Selain itu, Eksportir dapat menggunakan situs media sosial lain seperti *Facebook*, *LinkedIn*, dll. untuk menjangkau audiens yang ditargetkan dengan biaya yang efektif.

Media sosial sangat meningkatkan kesadaran tentang bisnis eksportir. Tambahkan media sosial ke bauran pemasarannya dengan mengatur halaman bisnis nya di *Facebook*, *LinkedIn*, *Twitter*, *Instagram*, atau situs jejaring sosial apa pun yang kemungkinan besar akan dikunjungi pelanggannya. Media sosial bukan hanya alat untuk mendapatkan eksposur tetapi dapat membantu menghasilkan keterlibatan dengan bisnis dan mendapatkan lebih banyak pelanggan di depan pintu Anda.

Strategi branding yang efektif sangat penting untuk menjadi berbeda di pasar. Soroti keunikan produk eksportir, sehingga memiliki dampak yang mencolok di benak pelanggan. Strategi branding yang sukses akan memperkuat saham perusahaan eksportir di pasar. Logo perusahaan, bahan kemasan, dll semua harus dipertimbangkan.

Pasang video di situs berbagi video seperti YouTube dan Vimeo. Video adalah cara mudah untuk mendistribusikan informasi tentang bisnis eksportir dalam waktu singkat. Buat konten kreatif yang relevan dengan bisnis yang ingin dilihat orang. Video yang tertaut ke situs eksportir akan membantu peringkat situs nya lebih tinggi. Video informatif peringkat teratas di YouTube yang menyebutkan situs nya akan mengarahkan lalu lintas ke situs bisnis eksporir.

Produk promosi memberikan peluang bagi bisnis eksportir untuk menyampaikan pesan pemasarannya kepada pelanggan yang ditargetkan. Banyak orang yang rela berganti merek hanya untuk menerima barang hadiah promosi gratis. Gunakan produk promosi bermerek logo yang benar-benar akan digunakan pelanggan nya untuk merek bisnis nya. Sebuah penelitian menunjukkan bahwa 94% orang yang menerima produk promosi dapat mengingat siapa yang memberikannya dua tahun kemudian.

Temukan Importir India

Kegiatan Dagang

India menyelenggarakan acara perdagangan internasional dan pertemuan puncak dari waktu ke waktu di berbagai industri. Banyak importir, eksportir, produsen, dan pedagang lain dari berbagai negara di seluruh dunia berpartisipasi dalam kegiatan ini. Semua jenis bisnis dari pengusaha kecil hingga besar ambil bagian dalam acara perdagangan India. Pembeli dan pemasok India memamerkan produk mereka. Dari acara perdagangan, eksportir dapat langsung mendekati perusahaan eksport impor di India dan mendapatkan kesepakatan terbaik.

Sumber Informasi Pemerintah India

Sumber informasi pemerintah India seperti Kementerian Perdagangan & Industri juga merupakan pilihan terbaik dan andal untuk mendapatkan importir India secara langsung dan direktori eksportir India dengan informasi terbatas. Outsource pemerintah hanya memberikan informasi terbatas tentang produk ekspor India, permintaan produk India di pasar internasional, item impor utama India, pembeli & pemasok di India, dll. Untuk memiliki data ekspor impor India, Anda dapat memeriksa situs web berbagai kementerian pemerintah India. Misalnya, Kementerian Perdagangan & Perindustrian, Direktorat Jenderal Perdagangan Luar Negeri memperbarui situs webnya dengan adanya pemberitahuan publik terbaru, surat edaran, pemberitahuan perdagangan dan pemberitahuan tentang perdagangan produk India dan dengan berbagai negara. Di bawah ini adalah beberapa sumber pemerintah dengan tautan situs web mereka dari mana Anda dapat memiliki statistik impor India dan statistik ekspor India bersama dengan beberapa detail importir dan eksportir di India.

Tabel 15 : Sumber Informasi Pemerintah India yang berguna

| Sumber Informasi Pemerintah India | Website |
|---|--|
| <i>Open Government Data (OGD) Platform India</i> | data.gov.in/ |
| <i>Ministry of Commerce & Industry, Department of Commerce, Government of India</i> | commerce.nic.in/eidb/default.asp |
| <i>Indian Trade Portal</i> | indiantradeportal.in/ |
| <i>Ministry of Commerce & Industry, Directorate General of Foreign Trade</i> | dgft.gov.in/ |
| <i>Central Board of Excise and Customs</i> | cbec.gov.in/ |

Tabel 16 : Jadwal Pameran Potensial di India untuk Pinang / Rempah

| Nama Pameran | Lokasi Pameran | Tanggal | Website |
|--|--|----------------------|---|
| Annapoorna ANUFOOD India 2022 | Mumbai, Bombay Convention & Exhibition Centre (BCEC) | September 14-16 2022 | https://www.anufoodindia.com/ |
| International Spice Conference (ISC)Exhibition 2022 | Grand Hyatt Kochi, Bolgatty | March 2, 3 & 4, 2022 | https://www.internationalspiceconference.com/exhibition |
| AAHAR 2022 | Pragati Maidan, New Delhi | April 26-30, 2022. | https://indiatradefair.com/aahardelhi/ |

4.3 Metode Transaksi

Perdagangan impor diatur oleh *the Directorate General of Foreign Trade (DGFT)* di bawah Kementerian Perdagangan & Perindustrian, Departemen Perdagangan, dan Pemerintah India. Kategori Dealer Resmi – I (Kategori AD – I) bank harus memastikan bahwa impor ke India sesuai dengan Kebijakan Perdagangan Luar Negeri yang berlaku dan Aturan

Manajemen Valuta Asing (Transaksi Rekening Koran), 2000 dibuat oleh Pemerintah India vide Notification No GSR381 (E) tanggal 3 Mei 2000 dan Petunjuk yang dikeluarkan oleh Reserve Bank berdasarkan Foreign Exchange Management Act, 1999 dari waktu ke waktu.

Dokumen wajib yang diperlukan untuk impor barang di India

1. *Bill of Lading/Airway Bill/Lorry Receipt/ Railway Receipt/Postal Receipt in form CN-22 or CN 23 sesuai kebutuhan.*
2. *Commercial Invoice cum Packing List**
3. *Bill of Entry*

Catatan: *(i) Sesuai dengan Surat Edaran CBEC yang dikeluarkan berdasarkan Undang-Undang Kepabeanan, 1962
(ii) Faktur Komersial dan Daftar Kemasan yang terpisah juga akan diterima.

Untuk ekspor atau impor barang atau kategori barang tertentu, yang tunduk pada batasan/kondisi kebijakan atau memerlukan *No Objection Certificate (NOC)* atau kepatuhan khusus produk berdasarkan undang-undang apa pun, otoritas pengatur terkait dapat memberi tahu dokumen tambahan untuk tujuan ekspor atau impor.

Sumber : <https://content.dgft.gov.in/Website/dgftprod/a913d6f4-7830-42f6-822c-66fd85ac74f7/FTP%20Chapter2-Updated%20as%20on%202010.08.2021.pdf>

Metode pembayaran internasional utama yang digunakan di seluruh dunia saat ini meliputi:

- *Cash in Advance*
- *Letters of Credit*
- *Documentary Collections*
- *Open Account*
- *Consignment*

Cash in Advance

Juga dikenal sebagai pembayaran di muka, uang di muka adalah seperti kedengarannya. Pembeli menyelesaikan pembayaran dan membayar penjual secara penuh sebelum barang dagangan dikirimkan dan dikirimkan kepada pembeli. Meskipun ada banyak metode pembayaran tunai di muka yang tersedia, pembayaran kartu kredit dan transfer kawat (pembayaran elektronik melalui bank) adalah mode pembayaran yang lebih umum digunakan.

Meskipun ini merupakan pilihan yang menarik bagi penjual, ini menghadirkan risiko yang sangat tinggi bagi pembeli karena menghasilkan arus kas yang tidak menguntungkan dan tidak ada jaminan pasti untuk menerima barang atau kondisi di mana mereka tiba. *Cash in advance* umumnya merupakan opsi yang direkomendasikan untuk penjual yang berurusan dengan pembeli baru atau pembeli dengan peringkat kredit yang lemah, dan/atau untuk produk bernilai tinggi.

Metode uang muka lainnya meliputi:

- *Debit card payment*
- *Telegraphic transfer*
- *International cheque*
- *etc.*

Tabel 17 : Kelebihan dan Kekurangan dari *Cash in Advance*

| | Kelebihan | Kekurangan |
|---------------|--|--|
| <i>Buyer</i> | → Minimal | → Risiko tidak menerima kiriman atau menerima kiriman yang rusak → Arus uang yang tidak menguntungkan |
| <i>Seller</i> | → Amankan pembayaran penuh sebelum pengiriman → Tidak ada risiko non-pembayaran | → Risiko kehilangan bisnis dari pesaing jika menawarkan ini sebagai satu-satunya metode pembayaran internasional yang diterima |

A Letter of Credit

A Letter of Credit adalah salah satu metode pembayaran internasional yang paling aman bagi importir dan eksportir karena melibatkan bantuan lembaga keuangan mapan seperti bank sebagai perantara dan tingkat komitmen tertentu dari kedua belah pihak.

Dengan *Letter of Credit*, pembayaran dilakukan melalui bank pembeli dan penjual. Setelah konfirmasi syarat dan ketentuan perdagangan, pembeli menginstruksikan banknya untuk membayar jumlah yang disepakati oleh kedua belah pihak ke bank penjual. Bank pembeli kemudian mengirimkan *Letter of Credit* sebagai bukti dana yang cukup dan sah kepada bank penjual. Pembayaran hanya dikirimkan setelah semua kondisi yang disebutkan dipenuhi oleh kedua belah pihak dan pengiriman telah dikirimkan.

Letters of Credit juga kadang-kadang dikenal sebagai *LC*, kredit komersial bankir atau kredit dokumenter.

Tabel 18 : Kelebihan dan Kekurangan dari *Letters of Credit*

| | Kelebihan | Kekurangan |
|---------------|--|--|
| <i>Buyer</i> | → Jaminan kargo dikirim sebelum pembayaran → Kewajiban penjual untuk memenuhi kondisi yang dinyatakan dan dinegosiasikan | → Ketergantungan pada penjual untuk mengirimkan barang seperti yang ditentukan |
| <i>Seller</i> | → Bukti kredit pembeli asing yang andal sebelum pengiriman barang → Kewajiban pembeli untuk memenuhi kondisi yang dinyatakan dan dinegosiasikan → Pembayaran oleh bank pembeli jika terjadi kelalaian → Resiko rendah | → Minimal |

Documentary collections

Documentary Collections adalah proses di mana bank pembeli dan penjual bertindak sebagai fasilitator perdagangan.

Penjual menyerahkan dokumen yang dibutuhkan pembeli, seperti *Bill of Lading*, yang diperlukan untuk transfer hak milik atas barang, ke banknya. Bank penjual kemudian akan mengirimkan dokumen-dokumen ini ke bank pembeli bersama dengan instruksi pembayaran. Dokumen hanya dirilis sebagai imbalan pembayaran, yang dikirimkan segera atau pada tanggal tertentu di masa depan.

Dengan koleksi dokumenter, juga dikenal sebagai *Bills of Exchange*, penjual pada dasarnya menyerahkan tanggung jawab penagihan pembayaran kepada banknya.

Tabel 19: Kelebihan dan Kekurangan dari *Documentary Collections*

| Kelebihan | | Kekurangan |
|---------------|---|--|
| <i>Buyer</i> | → Lebih hemat daripada Letter of Credit | → Ketergantungan pada penjual untuk mengirimkan barang seperti yang ditentukan |
| <i>Seller</i> | → Minimal | → Tidak ada verifikasi yang terlibat → Tidak ada jaminan pembayaran dari bank → Tidak ada perlindungan terhadap pembatalan |

Open Account

Dengan ***Open Accounts*** (yang biasa disebut dengan *Accounts Payable*), barang dagangan dikirim dan dikirimkan sebelum pembayaran, terbukti menjadi pilihan yang sangat menarik bagi pembeli terutama dalam hal arus kas. Namun, di ujung lain spektrum, penjual dihadapkan pada risiko tinggi.

Dengan opsi pembayaran ini, penjual mengirimkan barang kepada pembeli dengan jangka waktu kredit terlampir. Ini biasanya dalam periode 30, 60, atau 90 hari, di mana pembeli harus melakukan pembayaran penuh.

Open Account biasanya hanya direkomendasikan untuk pembeli yang dapat dipercaya dan bereputasi baik, untuk pembeli dan penjual yang memiliki hubungan yang mapan dan saling percaya, dan/atau untuk ekspor dengan nilai yang relatif lebih rendah untuk meminimalkan risiko.

Tabel 20 : Kelebihan dan Kekurangan dari *Open Account*

| Kelebihan | | Kekurangan |
|---------------|--|-----------------------------|
| <i>Buyer</i> | → Menerima barang sebelum pembayaran jatuh tempo → Arus kas positif | → Minimal |
| <i>Seller</i> | → Dapat menarik pelanggan di pasar yang kompetitif | → Risiko gagal bayar tinggi |

Consignment

The consignment prosesnya mirip dengan *open accounts* dimana pembayaran hanya diselesaikan setelah penerimaan barang dagangan oleh pembeli.

Perbedaannya terletak pada titik pembayaran. Dengan konsinyasi, pembeli asing hanya berkewajiban untuk memenuhi pembayaran setelah menjual barang dagangannya kepada konsumen akhir. Metode pembayaran internasional ini didasarkan pada perjanjian di mana penjual asing mempertahankan kepemilikan barang dagangan sampai barang tersebut dijual. Sebagai gantinya, pembeli bertanggung jawab atas pengelolaan dan penjualan barang dagangan kepada pelanggan akhir.

Konsinyasi biasanya hanya direkomendasikan untuk pembeli dan penjual yang memiliki hubungan saling percaya atau distributor dan penyedia yang memiliki reputasi baik. Mengingat risiko tinggi yang terlibat, penjual harus memastikan bahwa mereka memiliki cakupan asuransi yang memadai yang dapat melindungi barang dari transit hingga penjualan akhir dan mengurangi kerusakan yang disebabkan oleh pembeli yang tidak membayar..

Tabel 21 : Kelebihan dan Kekurangan dari *Consignment*

| | Kelebihan | Kekurangan |
|--------|--|--|
| Buyer | <ul style="list-style-type: none"> → Pembayaran jatuh tempo hanya setelah penjualan akhir barang ke konsumen akhir → Penerimaan barang cepat | <ul style="list-style-type: none"> → Mungkin memiliki inventaris besar untuk dikelola → Minimal |
| Seller | <ul style="list-style-type: none"> → Biaya penyimpanan lebih rendah → Lebih sedikit manajemen inventaris → Lebih kompetitif | <ul style="list-style-type: none"> → Pembayaran tidak dijamin sampai penjualan akhir → Kurangnya akses dan pengelolaan barang dagangan |

Kontrak Penjualan

Kontrak penjualan adalah perjanjian antara pembeli dan penjual yang mencakup penjualan dan pengiriman barang.

Apa yang Harus Disertakan dalam Kontrak Penjualan

- Identifikasi Para Pihak

Salah satu hal pertama yang harus dilakukan kontrak penjualan adalah dengan jelas mengidentifikasi pihak-pihak yang terlibat, yang biasanya hanya pembeli dan penjual. Nama lengkap dan informasi kontak harus disediakan untuk semua pihak yang terlibat.
- Deskripsi Barang

Ini biasanya merupakan aspek terpenting dari kontrak penjualan karena kontrak tersebut mencantumkan barang atau jasa persis yang dibayar pembeli. Untuk alasan ini, deskripsi barang harus mencakup detail penting, seperti:

 - Jenis
 - Ukuran
 - Berat
 - Warna
 - Kuantitas

- Rencana pembayaran

Pembayaran biasanya merupakan syarat kontrak penjualan yang paling banyak dinegosiasikan, itulah sebabnya mengapa sangat penting untuk menuliskannya segera setelah Anda mencapai kesepakatan. Selain dari harga yang disepakati, termasuk penyesuaian atau deposit, kontrak penjualan Anda harus menguraikan:

- Bagaimana dan kapan pembeli akan menerima faktur
- Batas waktu pembayaran
- Metode pembayaran yang dapat diterima, seperti transfer email, draf bank, cek bersertifikat, uang tunai, dll
- Apakah pembayaran dapat dilakukan secara mencil atau sekaligus

Dalam kasus di mana pembeli tidak segera membayar tagihan penuh, surat sanggup biasanya ditambahkan ke kontrak penjualan. Surat sanggup adalah dokumen yang menjelaskan lebih rinci tentang persyaratan pembayaran, termasuk bunga yang akan dikenakan dan jadwal pembayaran.

- **Pengiriman**

Rincian tentang pengiriman barang dan/atau jasa juga harus dicantumkan dalam kontrak penjualan. Ini dapat mencakup hal-hal seperti:

- Biaya pengiriman
- Metode pengiriman
- Tempat pengiriman
- Waktu pengiriman
- Tanggung jawab atas pengiriman yang gagal atau kerusakan

Hal ini juga cukup umum untuk kontrak penjualan untuk memasukkan apa yang dikenal sebagai *force majeure*, yang merupakan klausul yang membahas ketidakmampuan untuk memberikan karena hal-hal yang berada di luar kendali kedua belah pihak, seperti kerusuhan, banjir, dan bencana alam lainnya.

- **Periode Inspeksi**

Periode inspeksi tidak termasuk dalam semua kontrak penjualan, tetapi ini bisa menjadi cara yang bagus untuk meningkatkan kepercayaan pembeli dan memberi mereka kesempatan untuk memeriksa item untuk memastikan bahwa itu memenuhi persyaratan perjanjian.

Waktu yang diberikan untuk periode inspeksi bervariasi tergantung pada jenis barang yang terlibat. Misalnya, ketika barang yang mudah rusak terlibat, pembeli biasanya harus memeriksa dan kemudian menerima atau menolak barang segera setelah barang dikirim.

- **Garansi**

Garansi adalah jaminan yang dapat ditegakkan secara hukum yang meyakinkan pembeli bahwa barang atau jasa yang diberikan akan memenuhi tingkat keandalan dan kualitas yang diharapkan.

- **Ketentuan Lain-lain**

Bergantung pada barang atau layanan yang Anda sediakan, Anda dapat menyertakan ketentuan tambahan ini dalam perjanjian penjualan Anda:

- Hukum yang Mengatur: Juga dikenal sebagai pilihan hukum, ini menguraikan hukum negara bagian mana yang berlaku untuk interpretasi dan penegakan kontrak.
- Keterpisahan: Ketentuan ini dibuat untuk memastikan bahwa semua ketentuan lainnya masih berlaku dan dapat dilaksanakan meskipun bagian dari kontrak tidak dapat dilaksanakan atau tidak sah.
- Kerahasiaan: Dalam transaksi di mana informasi rahasia dibagikan, ketentuan ini secara eksplisit membatasi distribusi rincian pribadi ini
- Pelanggaran Kontrak: Pelanggaran kontrak menguraikan apa yang akan terjadi jika salah satu pihak melanggar kontrak, kapan kontrak dapat diakhiri, dan tindakan apa pun yang dapat diambil salah satu pihak untuk memulihkan kerugian mereka jika kontrak dilanggar.
- Pemberitahuan: Bagian ini sangat berguna jika kedua belah pihak perlu tetap berkomunikasi selama transaksi karena menjelaskan bagaimana semua komunikasi harus dilakukan. Selain cara komunikasi, kadang-kadang bahkan menguraikan hari dan waktu komunikasi harus dilakukan.
- Amandemen: Bagian amandemen membahas langkah-langkah yang harus diambil jika syarat dan ketentuan kontrak perlu diubah secara formal.

4.4 Informasi Harga

Tabel 22 Data Harga pinang per negara bagian selama Januari 2022

| Negara Bagian | Rata-rata min_Harga Indian Rupees/ Quintal | Rata-rata dari max_price Indian Rupees/ Quintal |
|---------------|---|--|
| Goa | 39.525 | 45.880 |
| Karnataka | 32.389 | 41.827 |
| Kerala | 37.051 | 38.514 |
| Maharashtra | 50.000 | 60.000 |
| Meghalaya | 21.200 | 24.730 |
| Nagaland | 2.750 | 3.850 |
| Tamil Nadu | 1.900 | 2.100 |

Source : https://data.gov.in/catalog/variety-wise-daily-market-prices-data-arecanutbetelnutsupari?filters%5Bfield_catalog_reference%5D=255603&format=json&offset=0&limit=6&sort%5Bcreated%5D=desc

4.5 Pesaing

India mengimpor pinang dari Srilanka, Myanmar dan Indonesia. Sesuai perjanjian di bawah SAARC Preferential Trading Arrangement (SAPTA) dan *The South Asian Free Trade Area*(SAPFTA), konsesi ditukar dengan tarif preferensial pada bea masuk untuk mempromosikan perdagangan timbal balik dan kerja sama ekonomi di antara negara-negara anggota. Bea masuk sebesar 13% berlaku untuk buah pinang yang berasal dari negara anggota sedangkan bea masuk sebesar 113% dikenakan untuk negara bukan anggota. Anggotanya termasuk India, Bangladesh, Bhutan, Maladewa, Nepal, Pakistan, dan Sri Lanka.

India telah mengizinkan impor pinang dari Myanmar tanpa tarif sejak kedua negara menandatangani perjanjian perdagangan preferensial pada tahun 1994. Namun, tarif 40 persen untuk pinang mulai dikenakan pada 2018 karena pemerintah India mencurigai pinang dari Indonesia sedang diimpor melalui Myanmar.

Pedagang India membeli pinang dari Indonesia dan membawanya ke Myanmar melalui pintu perbatasan Myawaddy dan Mae Sot. Orang India bekerja sama dengan pedagang Myanmar untuk mengangkut barang melintasi India melalui Gerbang Tamu dan Reed.

Perdagangan gelap berkembang pesat di timur laut India, dengan pinang terutama diselundupkan ke negara bagian Mizoram dan Manipur, keduanya berbatasan dengan Myanmar barat. Pinang selundupan kemudian didistribusikan ke seluruh India, di mana hampir 10 persen populasi menggunakan kacang adiktif, yang memiliki sifat mirip dengan nikotin.

BAB V

KESIMPULAN DAN REFERENSI

5.1 Kesimpulan

Pinang secara botani dikenal sebagai *Areca catechu*, yang merupakan tanaman tropis ditemukan di seluruh Asia Tenggara. Pohon ini termasuk dalam jenis pohon palem dan berasal dari famili Arecaceae. Buah pinang dari pohon ini populer di India dengan nama sirih pinang atau supari. Ini adalah tanaman komersial penting di wilayah ini dan juga merupakan bagian dari persembahan ritual dalam agama Hindu. Pinang diambil dari bahasa melayu yang berarti 'serumpun kacang'. Secara global terutama ditanam di India, Bangladesh, Cina, Indonesia dan Myanmar. India memimpin produksi diikuti oleh Cina dan Bangladesh.

Pohon pinang adalah sumber kacang kunyah yang umum, yang dikenal sebagai pinang atau Supari. Di India ini banyak digunakan oleh sebagian besar orang dan sangat terkait dengan praktik keagamaan. Ada permintaan besar untuk pinang di India. Selain dikunyah, itu adalah bahan utama dalam berbagai jenis olahan tembakau tanpa asap. *The Global Adult Tobacco Survey India Report* (2016-17) menyatakan bahwa 8% penduduk India menggunakan buah pinang. India adalah produsen pinang terbesar dan sekaligus konsumen terbesar juga. Negara bagian utama yang membudidayakan tanaman ini adalah Karnataka (40%), Kerala (25%), Assam (20%), Tamil Nadu, Meghalaya dan Bengala Barat.

Pada tanggal 25 Juli 2018, Kementerian Perdagangan & Industri India melalui Notifikasi No. 20/2015-2020 melarang impor pinang jika nilai Cost Insurance Freight (CIF) dari impor tersebut di bawah harga INR 251 per kg . Sebelumnya pada 17 Januari 2017, harga impor minimal Rp 251 per kg dikenakan pada impor pinang. Namun demikian, hal ini masih memungkinkan impor yang dinilai lebih rendah dari harga minimum impor dengan membayar selisih bea masuk. Pemberitahuan saat ini menargetkan impor yang bernilai rendah ini dan melarangnya.

Bea masuk dasar 100% dipungut impor dari Indonesia di India Kebijakan impor untuk pinang dan bea tambahan. Pinang tidak termasuk dalam kategori Tarif Preferensial ASEAN - India.

Kami sangat menyarankan jika ada transaksi bisnis untuk komoditas pinang sebaiknya dilakukan dengan calon pembeli yang berpengalaman dan pengiriman langsung ke India bukan melalui agen dan dikirimkan melalui ke negara ketiga.

5.2 Referensi

- ITC-HS Code, Tariff/Preferential Tariff/SPS-TBT/GST/Export-Import Policy Condition (2021), Indian Trade Portal. Retrieved on 22 March 2022 from <https://www.indiantradeportal.in>
- Trade Statistic India (2021), Department of Commerce, Ministry of Commerce and Industry, Government of India, Retrieved on Jan 20 March 2022 from <https://tradestat.commerce.gov.in/meidb/default.asp>
- FSSAI (2021), Food Safety and Standards (Packaging and Labelling) Regulation, 2011, Retrieved on 22 March 2022 from https://www.fssai.gov.in/upload/uploadfiles/files/Packaging_Labelling_Regulations.pdf
- CBES (2021), GST Rates for Goods and services in India Ministry of Finance – Department of Revenue, Central Board of Indirect Taxes and Customs Goods and Services Tax. Retrieved on 22 March 2022 from <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. Retrieved on 22 March 2022 from <https://www.dgft.gov.in/CP/>
- CBES (2021), Import Duty Calculator in India. Retrieved from on 22 March 2022 from <https://www.icegate.gov.in/Webappl/index.jsp>
- Data Export Areca nut from Indonesia source. Badan Pusat Statistik (BPS) Retrieved on 22 March 2022 <https://www.bps.go.id/exim/>
- Indonesian Areca Nut Profile Industri. Retrieved from <https://www.pertanian.go.id/home/?show=news&act=view&id=3729>
<http://cybex.pertanian.go.id/mobile/artikel/80764/Budidaya-Manfaat-Dan-Potensi-Pasar-Buah-Pinang/>
<https://risehtunong.blogspot.com/2018/03/inilah-daerah-produksi-pinang-terbesar.html>
<https://www.bibitpinangunggul.com/2019/08/pengolahan-pinang-yang-banyak-manfaat-dan-dicari-banyak-negara.html>

LAMPIRAN A

Daftar Importir Pinang

| Nama Perusahaan | Alamat |
|--------------------------------|---|
| Dinesh Pouches Private Limited | Kaveri Sdf Complex Kasez Gandhidham Gujarat 370230 India Email : Dplmalani@gmail.com TIN NO 24011007039 CST NO 24511007039 GST NO 24AAACD4044L1ZU IEC CODE NO 1395008337 |
| Tirumala Agritech | No88a Nandhavanam Irugur Kulathur Road Coimbatore Tamilnadu India Email Id : tirumalaagritech@gmail.com IEC CODE CKFPB5688G GST NO 33CKFPB5688G1Z5 |
| GSM Global Inc | Unit No 106 206 Dwarika Sdf Kandla Sez Gandhidham Kutchh Gujarat 370230 India Email Id : Gsmglobal2021@gmail.com |
| Dry Nut Enterprises | 2204 First Floor Gali Hinga Beg Tilak Bazar Delhi 110006 India Email ID : radheyradheyoverseas@gmail.com GSTIN 07AAMFD5127F1ZJ IEC 0516946854 PAN AAMFD5127F |
| R B Industries | Shed No 325 Sector1 Phase1 Kandla Special Economic Zone Gandhidham Gujarat India 370230 Email: Rbindustries9@gmail.com IEC 3714002456 GSTIN 24AARFR4895D1ZR |
| Fox International | 479c New Katra Ishwar Bhawan Khari Baoli Delhi 110006 India Email Id Foxinternational2011@gmail.com FSSAI NO 10020011007241 IEC CODE 0511056681 GST NO 07ANYPK4182G1ZH PAN NO ANYPK4182G |

LAMPIRAN B 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>
- Ministry of Corporate Affairs, Government of India, verify Indian company based on CIN <https://www.mca.gov.in/mcafoportal/viewCompanyMasterData.do>
- Open Government Data (OGD) Platform India, <https://data.gov.in/>
- The Directorate of Areca Nut and Spices Development (DASD)
<https://www.dasd.gov.in/>
- The Agricultural and Processed Food Products Export Development Authority (APEDA)
<https://apeda.gov.in/apedawebsite/>

LAMPIRAN C Kontak Informasi

Kedutaan Besar India 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 Sugionpranoto 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 Besar Republik Indonesia, New Delhi

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 Republik 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