

LANGKAH 2

MEMANTAPKAN KESIAPAN PRODUK EKSPOR

2.1. Memahami Klaster Produk UMKM Ekspor

“Suatu hari, Pak Ilyas merasa gembira dan antusias setelah mendapatkan telepon dari teman lamanya yang sekarang berdomisili di Filipina dan membutuhkan banyak rotan mentah. Ia pun segera menindaklanjuti berkoordinasi dengan seluruh anggota kelompok taninya. Ketika rotan dengan kapasitas sesuai pesanan sudah siap, Pak Ilyas kemudian mengontak perusahaan pengiriman untuk mengantarkan rotannya ke pinggir kapal di pelabuhan. Nah, dari petugas itulah baru Pak Ilyas tahu bahwa rotan mentah yang ia telah siapkan, tidak boleh lagi diekspor ke luar negeri”.

Jika kita berada di posisi Pak Ilyas, tentunya akan merasa sangat sedih, kan?

Itulah mengapa penting sekali untuk memahami klaster produk UMKM yang bisa diekspor. Bukan hanya karena negara kita melarang beberapa komoditas atau produk untuk diekspor, tapi ada juga produk atau komoditas kita yang dilarang masuk oleh negara-negara tertentu. Selain pengelompokan klaster produk berdasarkan regulasi, kita juga perlu memahami beberapa pengelompokan lain agar semakin paham dengan kesiapan produk kita sebagai produk ekspor. Nah, apa sajakah klaster dan sektor produk ekspor? Simak pembahasan lengkapnya berikut ini.

Pengelompokan Klaster Produk Berdasarkan Regulasi

Secara umum, pembagian kelompok dan klaster ini telah diatur dalam “Ketentuan Umum Bidang Ekspor” yang tertuang dalam Peraturan Menteri Perdagangan No 12 Tahun 2022 yang merupakan perubahan ketiga Permendag No. 19 Tahun 2021 tentang Kebijakan dan Pengaturan Ekspor. Menurut peraturan tersebut, barang atau produk yang dapat diekspor dikelompokkan dalam 3 kategori yaitu :

A Barang Dilarang Ekspor (*prohibited*)

Sesuai namanya, Barang Dilarang Ekspor adalah kategori barang-barang yang tidak boleh diekspor, baik oleh perorangan maupun badan usaha. Beberapa barang yang termasuk dalam kategori ini adalah rotan mentah, kayu dalam bentuk log, tanaman atau hewan langka, komoditas pertambangan seperti pasir silika, nikel, dan bauksit mentah, serta benda-benda cagar budaya.

B Barang Diatur Tata Niaga Ekspor

Ini merupakan kategori barang yang dibatasi atau diatur secara ketat tata niaga ekspornya atau dikenal juga dengan istilah Larangan Terbatas (Lartas). Barang-barang dalam klaster ini memiliki batas izin ekspor yang telah ditetapkan dan terdapat aturan khusus yang melindungi proses jual-belinya. Kegiatan ekspor untuk kategori barang ini hanya dapat dilakukan oleh eksportir yang telah mendapat persetujuan ekspor dari Kementerian Perdagangan atau pejabat yang ditunjuk (eksportir khusus). Barang-barang yang termasuk dalam kategori ini, antara lain adalah beras, kayu, bibit sapi, benih ikan bandeng dan lobster, inti kelapa sawit (*palm kernel*), bijih logam, dan pupuk urea.

C Barang Bebas Ekspor

Semua jenis barang yang tidak tercantum dalam peraturan di atas dikategorikan sebagai barang bebas ekspor, namun tentunya pelaku usaha tetap harus memenuhi persyaratan sebagai perusahaan eksportir dan memenuhi persyaratan dan standar produk ekspornya terlebih dahulu.

Pengelompokan Kluster Produk Berdasarkan Segmen Pasar

Produk UMKM pada umumnya adalah produk yang dibuat dengan kapasitas terbatas (bukan termasuk barang pabrikan atau produksi massal). Potensi dan peluang produk UMKM Ekspor cukup besar dan peluang pasar pun terbuka, namun memerlukan proses adaptasi terhadap tren dan standar global sehingga produknya layak untuk diekspor.

Secara umum, produk UMKM memang kurang bisa bersaing secara volume atau kapasitas produksi yang besar dengan korporasi. Namun UMKM dapat menawarkan nilai lain yang membuat produknya istimewa (*high value*). Makanya, kita juga perlu memahami pengelompokan produk berdasarkan segmen pasar konsumen yang akan membeli, mengonsumsi atau menggunakan produknya.

- a **Produk *mass market* (hampir semua kalangan)**, yaitu jenis produk yang bisa dikonsumsi hampir semua kalangan usia, jenis kelamin, maupun suku dan agama. Contohnya: mie instan halal, keripik atau *chips*, dan pakaian kaos santai atau sandal sehari-hari.
- b **Produk *segmented market* (kelompok konsumen tertentu)**, yaitu produk yang hanya bisa dikonsumsi oleh kelompok konsumen tertentu, contohnya *mukena*, *fashion* wanita, pakaian dalam wanita atau *lingerie*, dan makanan vegetarian.
- c **Produk *niche market* (ceruk konsumen tertentu)**, yaitu produk yang disukai atau hanya dikonsumsi sekelompok kecil atau ceruk konsumen tertentu, contoh: *fashion*

wanita ala *Korean Pop* atau *Harajuku Style*, *fashion* wanita dari tenun khas Flores atau susu kedelai untuk kalangan vegan atau *cookies gluten free* khusus untuk penderita *gerd*.

Dalam hal ini, UMKM yang kapasitas produksinya masih belum memadai, dapat mencari dan menemukan ceruk/*niche market* yang sesuai agar UMKM tetap bisa berhasil memulai ekspor karena menawarkan nilai tambah yang tinggi (*high added value*) yang unik. Jadi strategi *high value* untuk melayani ceruk pasar ini lebih logis untuk jangka pendek, dibandingkan strategi *high volume*.

Secara paralel, UMKM juga bisa berupaya meningkatkan skala produksinya, khususnya dengan cara berkelompok atau membuat kluster rumah produksi dengan produsen produk sejenis. Alternatif lainnya adalah membuat *Factory Sharing* atau Rumah Produksi Bersama. Oleh karena itu jika ada pesanan dalam jumlah besar dapat dikerjakan bersama secara berkelompok dengan *supply* bahan baku dan SDM dengan kemampuan pengerjaan yang sama supaya mudah untuk *quality control* di tiap fase.

Parameter Produk yang Diminati Pasar Global

Ada beberapa faktor yang berasal dari perspektif konsumen yang membuat sebuah produk diminati dan laku terjual. Jika seluruh faktor tersebut kuat, maka produk tersebut akan mudah untuk dijual dan permintaan akan terus mengalir (*repeat order*). Namun jika beberapa faktor lemah, maka tidak mudah menjual produk tersebut. Untuk itu harus diadakan riset dan pengembangan ulang produk seperti apa yang dapat laku di pasar.

Pemetaan Parameter Minat Konsumen Luar Negeri terhadap Produk UMKM

Tabel 2.1-1 Pemetaan Parameter Minat Konsumen Luar Negeri terhadap Produk UMKM

No	Parameter	Kluster atau jenis produk				
		Fasion	Kriya	Furniture	Pangan Kemasan	Komoditas
1	Bentuk umum, secara tekstur dan struktur badan	✓	✓	✓		✓ contoh: kayu
2	Desain	✓	✓	✓		
3	Citarasa (Aroma & Rasa)				✓	✓ contoh: kopi, vanili, dll
4	Harga (terjangkau, layak, sesuai dengan <i>value</i>)			✓ (jika bukan produk antik/eksotik)	✓	
5	Kemasan (desain menarik, mudah dibawa, bisa jadi hadiah atau hampers praktis).	✓			✓	
6	Nilai tambah (<i>added value</i>): <i>product story telling</i> , nilai sejarah atau filosofi produk	✓	✓	✓	✓	
7	Sertifikasi	✓	✓	✓	✓	✓
8	Fitur produk (fungsi, kegunaan, manfaat) sertifikasi					

Produk Unggulan Ekspor UMKM di Indonesia

Indonesia kaya akan sumber daya alam, baik itu di hasil bumi berupa minyak bumi, pertambangan hingga hasil pertanian, perkebunan, tanaman budidaya maupun hasil lautnya yang melimpah menjadi produk unggulan di pasar global. Selain itu, Indonesia juga kaya akan budaya dan kreativitas sehingga berbagai produk kerajinan Indonesia yang terbuat dari kayu, rotan, logam, tekstil serta anyaman menjadi produk unggulan untuk diekspor. Untuk itu kualitas dan keunikan menjadi nilai tambah (*added value*) yang harus dimiliki oleh pelaku UMKM.

Pengelompokkan Berdasarkan Kategori Umum Produk UMKM Unggulan Ekspor

1 Produk Pangan Olahan (*processed food*) atau Makanan-Minuman Kemasan

Klaster ini terdiri dari produk yang umumnya dibuat dari bahan baku pertanian, perkebunan, peternakan, perikanan dan holtikultura yang diolah melalui proses pengolahan tertentu

sehingga menjadi produk makanan jadi, setengah jadi, dan siap dikonsumsi langsung. Pengolahan yang dimaksud tentu harus memenuhi standar yang berlaku. Produk juga harus dikemas rapat supaya tahan lama (minimal 1 tahun) dengan material kemasan aluminium, plastik, kaleng dan gelas/kaca. Selain harus memiliki standar dan sertifikasi internasional, hal yang harus diperhatikan dalam produk makanan-minuman kemasan adalah citarasa dan selera konsumen pada Negara Tujuan Ekspor (NTE).

Beberapa kategori produk pangan olahan (dalam kemasan) yang diproduksi oleh UMKM yang dapat diekspor antara lain:

- a Produk lauk: rendang, abon, sarden, gudeg, bakso, mie, pasta, dsb
- b Produk pelengkap lauk (*condiment*): saus, sambal, bawang merah/putih goreng, acar
- c Produk camilan (*snack*): kripik, krupuk, kue, buah dan sayuran kering
- d Produk manisan/asinan: permen, gula-gula, manisan buah, asinan sayur
- e Produk bumbu masak: bawang merah, bumbu instan

- f Produk minuman: kopi, teh, sari buah, minuman rempah dalam kemasan

Catatan: tidak termasuk produk kuliner yang diolah untuk langsung disajikan tanpa melalui proses pengolahan dan pengemasan standar dan sertifikasi internasional (contoh: nasi goreng, nasi uduk, mie ayam), yang memang umumnya tidak bisa dikirim jarak jauh.

2 Produk Fashion & Aksesoris

Produk *fashion* yang dibuat oleh UMKM pada umumnya terbuat dari kain tradisional (batik, tenun), kain dengan teknik *shibori*, *ecoprint*, hasil rajutan, serta produk kulit yang dibuat secara *handmade* atau dengan alat bantu manual. Pengerjaan dan proses produksinya juga dilakukan di konveksi kecil. Sementara produk aksesoris adalah produk akhir yang menjadi pelengkap *fashion*, antara lain berupa tas, alas kaki (sepatu, sandal), topi, *scarf*/syal, dasi, dsb, yang umumnya bahkan dikerjakan di rumah.

Untuk kategori produk ini, Sobat Ekspor perlu merancang dan menawarkan produk yang sesuai dengan tren dan musim di NTE, khususnya jika menasar negara dengan empat musim; yaitu musim semi (*spring*), panas (*summer*), gugur (*autumn/fall*) dan musim dingin (*winter*).

3 Produk Furniture dan Home Décor

Produk *furniture* dan *home décor* adalah salah satu produk unggulan Indonesia yang sudah sangat terkenal di pasar internasional dan memiliki nilai ekspor tinggi, khususnya yang terbuat dari kayu dan olahan kayu, rotan, bambu serta anyaman tanaman kering (anyaman mendong, daun pandan, eceng gondok, dan purun) untuk *home décor*. Selain material tersebut, produk *furniture* dan *home décor* juga dapat terbuat dari produk tekstil, logam, batu, keramik, kaca, akrilik dan material sintetis. Hal yang perlu diperhatikan dari produk *furniture* dan *home décor* secara teknis adalah kualitas bahan baku, teknis pembuatan dan *finishing*-nya.

Selain itu, pelaku UMKM harus mengikuti dan memahami tren desain dan selera konsumen, khususnya untuk negara dengan pergantian 4 musim di mana orang sering mengganti tema interior rumah/hunian dengan mendekorasi ruangan yang sesuai dengan musimnya, serta

yang sesuai dengan hari besar di negara mereka. Misalnya saja adanya hari raya setempat, seperti Lebaran, Natal, Diwali, Hari Nasional, dan lain-lain.

4 Produk Kerajinan atau Kriya (Handicraft)

Produk Kerajinan atau Kriya (*handicraft*) pada umumnya adalah produk yang dibuat secara manual buatan tangan atau *handmade* dengan metode tradisional dalam jumlah yang terbatas (*limited*) atau sering disebut juga sebagai produk artisan.

Produk kerajinan dapat berupa *home décor* atau produk aksesoris *fashion* dan produk perlengkapan spa. Material bahannya dapat sangat beragam, terbuat dari kayu, rotan, bambu, gerabah, keramik, logam, kaca, perca sisa tekstil, serta anyaman rotan dan tumbuhan yang dikeringkan (pandan, eceng gondok, dan sebagainya).

Termasuk juga perlengkapan spa yang terbuat dari sabun dan minyak dari tumbuhan dan rempah. Beberapa produk juga terbuat dari bahan limbah yang didaur ulang (*upcycle*) seperti dari bahan plastik dan kertas yang dapat dianyam dibuat tas, keranjang, dsb. Produk yang menarik konsumen luar negeri dengan harga cukup tinggi umumnya adalah yang memiliki nilai tambah berikut:

- a Memiliki desain dan nilai seni yang tinggi.
- b Bahan baku yang sangat langka, terbatas atau eksotis karena nilai historis budaya tertentu.
- c Dibuat oleh para pengrajin artisan dari kelompok masyarakat khusus atau minoritas (kelompok perempuan, masyarakat suku pedalaman, komunitas difabel, dan sebagainya) serta terdapat cerita (*story telling*) mengenai produk tersebut (misalnya: produk makanan yang dibuat dari resep warisan turun menurun & produk kain yang memiliki motif atau cara pembuatan dengan metode kuno).

5 Produk Agrikultur dan Holtikultura

Produk agrikultur dan holtikultura memiliki nilai ekspor yang cukup besar karena mencakup bahan baku industri pangan dan nonpangan, pangan segar, hingga tanaman herbal dan hias.

A Produk Agrikultur adalah produk hasil sektor pertanian, perkebunan, perhutanan serta peternakan dan perikanan. Produk agrikultur ini sering disebut dengan istilah “komoditas” dibanding “produk” yang lebih umum digunakan untuk barang hasil industri yang mengalami proses pengolahan dan pencampuran bahan tertentu. Komiditi agrikultur terbagi atas:

- a Produk pertanian/tanaman budidaya
- b Produk perkebunan
- c Produk kehutanan
- d Produk peternakan
- e Produk perikanan

B Produk Holtikultura adalah jenis tanaman hasil budidaya kebun, baik yang bisa langsung dikonsumsi sebagai pangan segar maupun tidak. Klaster ini terbagi atas:

- a Produk Tanaman Sayur-Sayuran (*Olericultural Plants*)
- b Produk Tanaman Buah-Buahan (*Fruticultural Plants*)
- c Produk Tanaman Obat atau Herbal (*Biopharmaceutical Plants*)
- d Produk Tanaman Hias (*Floricultural Plants*)

Hal-hal yang harus dipahami pada Produk Agrikultur dan Holtikultura untuk diekspor antara lain:

- a Produk harus mengikuti standar *Good Agriculture Practises (GAP)*, yaitu panduan cara budidaya tanaman yang baik, benar, ramah lingkungan dan aman dikonsumsi. Tanaman hasil uji laboratoriumnya terdeteksi mengandung pestisida yang tinggi umumnya tidak bisa ekspor.
- b Siklus masa panen dan masa tanam, apakah dapat berlangsung sepanjang tahun atau musiman.
- c *Volume* ruang yang diperlukan untuk pengemasan dan pengepakkannya karena akan berpengaruh ke biaya transportasi, logistik, dan tentunya harga jual ekspornya menjadi tinggi.

d Penanganan khusus yang dibutuhkan untuk mempertahankan kesegarannya, khususnya untuk komoditas jenis tanaman *perishable* atau tanaman segar yang mudah atau cepat layu dan busuk. Penanganan tersebut tentu akan memiliki implikasi biaya tersendiri sehingga juga akan mempengaruhi harga jual ekspornya.

Jika sudah paham seluk-beluk pengelompokan sektor produk untuk ekspor, tentunya kasus yang dialami Pak Ilyas dapat dihindari. Ingat, Indonesia kaya akan berbagai produk yang potensial untuk diekspor ke pasar global, terutama di sektor UMKM. Baik produk *fashion*, makanan kemasan, kerajinan, hingga pertanian, semuanya memiliki daya tarik di mata pasar dunia. Jadi, jangan takut untuk punya cita-cita ekspor karena pasar global menanti produk kita. Di mana ada kemauan, disitu pasti ada jalan. Semangat ya, Sobat Ekspor!

Box 2.1 Daftar materi tambahan untuk mendalami pengetahuan pada bagian ini:

- 1 Daftar lengkap pengkategorian barang yang dapat diekspor, silahkan akses [Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 12 Tahun 2022](#)
- 2 Informasi seputar produk yang dilarang masuk ke Amerika Serikat atau boleh masuk dengan aturan tertentu, silahkan akses di [link ini](#).
- 3 Informasi seputar produk yang dilarang masuk ke Uni Eropa, silahkan akses di [link ini](#).
- 4 [Sebelum Mengekspor, Pahami Dulu Barang Yang Dilarang dan Dibatasi Ekspornya](#) dari [ukmindonesia.id](#).
- 5 [Ekspor Tidak Melulu Soal Negara Besar, Coba Cek Potensi Pasar NonTradisional](#) dari [ukmindonesia.id](#).
- 6 [Potensi Ekspor Produk Recycle dan Upcycle Sampah](#) dari [ukmindonesia.id](#)
- 7 [Potensi Ekspor Produk Seafood](#) dari [ukmindonesia.id](#)
- 8 [Potensi Ekspor Buah dan Sayur Segar](#) dari [ukmindonesia.id](#)
- 9 [Aroma Segar Bisnis Kopi Indonesia Dari Hulu ke Hilir](#) dari [ukmindonesia.id](#)

2.2. Pengembangan dan Penyesuaian Produk dengan Standar Global

Data dari Kementerian Koperasi dan UKM mengungkap pelaku Usaha Mikro berbagai sektor mencapai angka 64 juta orang. Sementara berdasarkan data *BPS tahun 2019*, ada sekitar 4.4 juta UMKM di sektor Industri Pengolahan, namun 96 persen diantaranya tidak memiliki sertifikasi usaha, seperti Sertifikasi Standar Mutu (PIRT), Halal, dan BPOM; dan mayoritas belum memiliki legalitas badan usaha formal dan belum juga mendaftarkan Hak atas Kekayaan Intelektual. Kurang lengkapnya legalitas usaha & sertifikasi ini menjadi salah satu faktor mengapa UMKM kita sulit bersaing di pasar global.

Banyak UMKM yang memiliki produk siap ekspor masih perlu beradaptasi terlebih dulu agar produknya bisa lebih disesuaikan dengan permintaan pasar di Negara Tujuan Ekspor. Makanya penting bagi Sobat Ekspor untuk mengenal dan mengetahui berbagai macam standarisasi yang menjadi acuan di pasar global. Berikut ulasannya.

Mengenal Standar Mutu Produk Global

Standarisasi adalah suatu upaya untuk menjaga mutu dan kualitas produk serta efisiensi proses usaha melalui suatu ketentuan prosedur standar yang diakui secara global sehingga dapat menjadi acuan bagi pelaku usaha yang bergerak di bidang usaha yang sama di berbagai penjuru dunia. Standarisasi banyak macamnya sesuai bidang usaha masing-masing, mulai dari sektor pangan olahan, *fashion*, *furniture*, kerajinan, serta agrikultur dan holtikultura.

Pentingnya Standarisasi Produk di Pasar Global

- 1 Memberi kepastian bahwa produk diakui kualitasnya secara internasional sehingga bisa diperdagangkan lintas negara.
- 2 Memberi jaminan dan perlindungan kepada konsumen bahwa kualitas produk sesuai dengan apa yang dijanjikan sehingga meningkatkan kepercayaan diri.
- 3 Memberi kemudahan dalam pengembangan usaha, seperti melalui waralaba dan lisensi.

- 4 Merupakan aset pelaku usaha untuk mengembangkan usaha untuk mendapatkan proyek atau investor.

Standardisasi Dasar 5K (Kualitas, Kuantitas, Kapasitas produksi, Kontinuitas Bahan Baku, dan Kemasan)

1 KUALITAS

Baik tidaknya kualitas atau mutu suatu produk, biasanya dinilai secara visual dan sentuhan/raba serta dibuktikan juga dengan uji laboratorium. Ragam kelas kualitas yaitu kualitas premium, *grade*, dan curah. Beberapa contoh parameter kualitas adalah:

- a Tampilan visual material utama atau kualitas *finishing* secara utuh.
- b Citarasa (misalnya untuk produk pangan olahan/makanan-minuman);
- c Detail teknis, seperti kerapihan dan kekuatan jahitan, klem, kancing, serta kelancaran & kekokohan ritsleting (khususnya untuk produk *fashion* dan kerajinan);
- d Estetika: Keindahan dan kreativitas desain, padanan warna, serta detail penunjang produk seperti keunikan bahan yang digunakan dan kekuatan cerita atau filosofinya (jika ada).

2 KUANTITAS

Adalah jumlah optimal stok produk yang dapat disediakan atau siap dipasok oleh UMKM dalam kondisi *business as usual* atau sesuai kebiasaan yang dilakukan selama ini.

3 KAPASITAS PRODUKSI

Adalah jumlah maksimal kesanggupan produksi dari alat/mesin dan kemampuan SDM yang dimiliki untuk memproduksi barang yang sesuai spesifikasi dan kualifikasi yang konsisten. Umumnya UMKM belum maksimal menggunakan ketersediaan sumber dayanya karena hanya memproduksi 1 *shift* per hari. Jadi, untuk menghitung kapasitas produksi ini umumnya dengan mengkali 2-3 kuantitas produksi saat ini, dengan asumsi peralatan yang ada digunakan untuk 2-3 *shift* per hari (sesuai

kemungkinan maksimal yang realistis) sehingga kapasitas produksi dapat ditingkatkan dengan menambah *shift* kerja karyawan saja, tanpa perlu membeli peralatan baru.

Ingat, dalam hal ini pelaku UMKM harus jujur terhadap *buyer* mengenai kemampuan dan kapasitas produksinya, juga kesanggupan menambah SDM produksi secara segera. Peralnya, di titik ini UMKM kerap menyanggupi berapapun permintaan *buyer* padahal belum tentu dapat memenuhi.

4 KONTINUITAS BAHAN BAKU

Adalah kepastian kesiapan pasokan atau *supply* bahan baku secara kualitas dan kuantitas untuk menunjang kelancaran produksi untuk memenuhi pesanan ekspor. Dalam hal ini, hal-hal yang perlu diperhatikan antara lain:

- a Lokasi asal bahan baku, apakah beda kota, beda provinsi atau bahkan perlu diimpor dulu.
- b Karakteristik alamiah bahan baku, apakah merupakan sumber daya alam yang tersedia secara musiman (tergantung panen), dan apakah bisa disimpan untuk jangka waktu lama atau tidak.

5 KEMASAN DAN PELABELAN

Kemasan (*packaging*) adalah wadah atau pembungkus suatu produk untuk keamanan dan higienitas penyimpanan dan distribusi agar dapat tetap terjaga kualitasnya ketika sampai di tangan konsumen untuk dikonsumsi atau digunakan. Kemasan yang digunakan untuk produk ekspor haruslah teruji dan memenuhi standar regulasi kesehatan, keamanan dan keramahan lingkungan. Ada 3 (tiga) jenis kemasan ekspor yang utama, yaitu :

- a **Kemasan Primer** merupakan kemasan yang bersentuhan langsung dengan produk tersebut.
- b **Kemasan Sekunder** merupakan kemasan kedua setelah kemasan primer yang membungkus produk tersebut.
- c **Kemasan Tersier** merupakan kemasan ketiga yang akan membungkus semua.

Manfaat dari penggunaan kemasan pada produk ekspor, antara lain adalah:

- a **Perlindungan Fisik:** Secara fungsional memenuhi persyaratan untuk perlindungan fisik produk terhadap kotoran, suhu, kontaminasi, guncangan dari luar (khususnya produk makanan).
- b **Pemasaran:** Secara estetika desain dan tampilan kemasan, bentuk, warna, proporsi yang menarik dan mengandung label informasi seputar keunggulan produknya bagi konsumen.
- c **Kenyamanan:** Kemasan memiliki fitur yang menambah kenyamanan dalam distribusi, tampilan & penggunaan. Misalnya, kemasan kotak kardus yang mudah disusun di kontainer atau kemasan produk pangan dengan *sealer* yang bisa dibuka tutup.

Sementara itu, pelabelan (*labelling*) ini seperti kartu identitas jati diri produk secara tertulis yang mendeskripsikan nama, *brand* dan logo produk, material, ukuran, takaran, kandungan gizi, cara penggunaan, cara perawatan serta logo sertifikasi yang dimiliki (HACCP, organik, dan lain-lain). Ini wajib dilakukan setelah pengemasan barang dan sebelum pengiriman barang ke NTE. Pelabelan yang baik akan mengurangi risiko kerusakan dan kehilangan barang, serta memberikan informasi lengkap pada importir dan konsumen akhir. Sementara manfaat pelabelan bagi produk, antara lain adalah:

- a Menampilkan identitas atau “jati diri dan asal usul” produk (*product identity and traceability*).
- b Alat komunikasi tertulis dari produsen untuk pembeli atau konsumennya.
- c Pelayanan informasi, misalnya dengan menampilkan nomor *call center* atau alamat *website* sebagai media penyampaian kritik, saran, dan layanan purna jual ke konsumen.
- d Memenuhi persyaratan standar mutu produk tertentu.

Pentingnya Konsistensi dan Komitmen

Hal yang paling pokok setelah Standar 5K terpenuhi adalah menjaga konsistensi dan komitmen. Usahakan semua hal dari segi kualitas, kuantitas, kapasitas produksi, kontinuitas bahan

baku dan kemasan yang baik dapat dikelola secara konsisten sehingga pembeli dapat mempercayai integritas dan kredibilitas kita. Standar perusahaan juga dapat ditetapkan dan dibuat dokumentasi tertulis sebagai *Standard Operating Procedure* (SOP) untuk dipatuhi semua karyawan dan pemangku kepentingan yang terkait. Sistem dan SOP yang terdokumentasi dapat menjadi bagian dari pemenuhan syarat untuk memperoleh suatu sertifikasi.

Seluruh unsur standardisasi produk, mulai dari Kualitas, Kuantitas, Kapasitas Produksi, Kontinuitas Bahan Baku, hingga Kemasan dan Pelabelan Produk memiliki fungsi yang sama

pentingnya dalam kegiatan ekspor. Setiap NTE memiliki aturan sendiri yang harus dipenuhi terkait lima unsur tadi, yang bertujuan untuk menjamin keamanan, keselamatan, dan kesehatan dari seluruh SDM yang terlibat di dalam kegiatan ekspor dan juga konsumen.

Selain itu, standardisasi tersebut juga sangat penting untuk meningkatkan kepercayaan konsumen pada produk kita. Jadi, Sobat Ekspor perlu memastikan agar semua unsur tadi sudah sesuai standar. Untuk memperdalam pengetahuan seputar ini, Sobat Ekspor dapat membacanya di bagian [4.3 Regulasi dan Standar Spesifik pada Negara Tujuan Ekspor](#).

Box 2.2 Daftar materi tambahan untuk mendalami pengetahuan pada bagian ini:

- 1 [Standar & Peraturan Internasional](#) dari Kementerian Perdagangan
- 2 [Apa Itu Standar Mutu?](#) dari [ukmindonesia.id](#)
- 3 [Tips Menentukan Produk Yang Tepat Untuk Ekspor](#) dari [ukmindonesia.id](#)
- 4 [Pembinaan & Pendampingan UMKM dalam memenuhi Standardisasi & Sertifikasi Internasional](#) dari [Surveyor Indonesia](#)
- 5 [Mengenal Standar K3 Untuk Produksi](#) dari [ukmindonesia.id](#)
- 6 [Standar Yang Khusus Untuk Unggul Dalam Ekspor](#) dari [ukmindonesia.id](#)
- 7 [Cara Beradaptasi Sesuai Perkembangan Permintaan Pasar](#) dari [ukmindonesia.id](#)
- 8 [Tips Memilih Bahan Baku dan Pemasok Untuk Mendukung Produktivitas Bisnis](#) dari [ukmindonesia.id](#)
- 9 [Tips Memantau dan Mencatat Persediaan Bahan Baku Bagi UMKM](#) dari [ukmindonesia.id](#)
- 10 [Pentingnya Kontrak Pengadaan Bahan Baku Bagi UMKM](#) dari [ukmindonesia.id](#)

2.3. Menghitung Harga Pokok Produksi Dasar

Harga Pokok Produksi atau yang disingkat (HPP) adalah gambaran mengenai perkiraan biaya yang dikeluarkan oleh usaha secara langsung maupun tidak langsung pada proses produksi sehingga menentukan besarnya biaya produksi per unit produk yang akan dijual. Biaya langsung umumnya berkaitan dengan bahan baku, energi (gas, listrik, dll), dan SDM produksi; sementara biaya tidak langsung berkaitan dengan biaya transportasi maupun administrasi untuk pengadaan bahan baku.

Oleh sebab itu, Sobat Ekspor perlu menghitung HPP dengan benar untuk mengetahui perhitungan

harga yang bisa dijadikan sebagai harga dasar dalam menjual produk. Jangan lupa, bahwa sebagai eksportir, kita memerlukan ketelitian yang tinggi dalam menghitung HPP. Pasalnya, jika salah hitung, bisa-bisa usaha kita bukannya untung, melainkan malah buntung. Oleh karena itu, mari pahami seluk beluk perhitungan HPP melalui penjabaran berikut ini.

Komponen-Komponen Perhitungan HPP

Dalam konteks eksportir, kita dapat membagi HPP menjadi 2 bagian berdasarkan awal rangkaian proses ekspor dimulai yakni:

- 1 HPP Eksportir Produsen
- 2 HPP Eksportir NonProdusen

Eksportir produsen adalah seorang eksportir yang mengekspor hasil produksinya sendiri. Sebaliknya, eksportir nonprodusen adalah yang mengekspor produk bukan berasal dari produksinya sendiri.

Perhitungan HPP Produsen berbeda-beda untuk setiap produk, bisa sederhana dan bisa sangat kompleks, tergantung keragaman bahan baku, SDM pendukung, dan teknologi produksinya. Maka dari itu, dalam buku ini kita akan membahas HPP nonprodusen di mana langkah awal perhitungan dimulai dari diketahuinya harga beli barang (*buying price*) yang sebenarnya sepadan dengan HPP Produsen. Metode perhitungan detailnya dapat dipelajari melalui materi tambahan yang telah disediakan di akhir bagian ini.

Menghitung Harga Pokok Produksi Dasar

Untuk memudahkan Sobat Ekspor memahami konsep HPP Dasar untuk tujuan ekspor, kita langsung saja membahasnya melalui ilustrasi kasus berikut ini:

PT Maju Tak Gentar di Sulawesi Selatan akan mengekspor produk kerajinan sapu lidi ke China sebanyak 100 ton. Produk sapu lidi tersebut dibuat dari lidi sawit yang dibeli dari pengepul penadah lidi sawit basah di Sulawesi Tenggara dan Sulawesi Tengah. Harga lidi sawit basah di tempat penampungan adalah Rp500 per kg. Biaya muat ke truk Rp5.000 per ton. Biaya angkut dan penurunan sampai di gudang PT Maju Tak Gentar Rp10.000 per ton. Upah pengeringan Rp2.000 per ton. Upah menyortir Rp1.000 per ton. Sebanyak 20% lidi yang keringsusut dan rusak. Hitunglah Harga Pokok Produksi Dasar lidi sawit untuk produk kerajinan sapu lidi tersebut.

Box 2.3-1 Perhitungan Harga Pokok Produksi Dasar produk Sapu Lidi Sawit

Diketahui:

Pesanan dari China = 100 ton.

Penyusutan lidi basah ke lidi kering dan risiko kerusakan adalah 20% atau lidi kering yang dapat dihasilkan adalah 80% dari total lidi basah.

Sehingga, untuk bisa mengirimkan **100 ton lidi kering**, maka jumlah lidi basah yang perlu dibeli adalah:

$$\begin{aligned} 80\% \times Z \text{ ton Lidi Basah} &= 100 \text{ ton Lidi Kering} \\ Z \text{ ton Lidi Basah} &= 100 \text{ ton Lidi Kering} \div 80\% = 100 \text{ ton} \div (80/100) \\ &= 100 \text{ ton Lidi Kering} \times (100/80) \\ &= 125 \text{ ton} \end{aligned}$$

Jadi, jumlah Lidi Basah yang harus dibeli adalah **125 ton atau 125.000 kg**

Selanjutnya, jumlah Biaya untuk Pembelian dan Pengadaan 125 ton Lidi Basah adalah:

a. Biaya pembelian	= 125.000 kg x Rp500/kg	= Rp 62.500.000
b. Biaya memuat ke truk	= 125 ton x Rp5.000/ton	= Rp 625.000
c. Biaya angkut & bongkar ke gudang	= 125 ton x Rp10.000/ton	= Rp 1.250.000

----- +
Total Biaya Pengadaan Lidi Basah = Rp 64.375.000

Untuk mengeringkan Lidi Basah, terdapat biaya pengeringan Rp2000/ton dan penyortiran Rp1000/ton sehingga:

Total Biaya Pengeringan dan penyortiran = (Rp2.000 + Rp1.000) x 125 ton = Rp375.000

Jadi, Total Biaya Pengadaan Lidi Kering = Rp64.375.000 + 375.000 = Rp64.750.000

Maka, Harga Pokok Produksi Dasar Lidi Sawit = Rp64.750.000 ÷ 125.000 kg
 = Rp518/kg

Kesimpulan:

Dari ilustrasi ini dapat disimpulkan bahwa HPP Dasar produk ekspor berbeda dengan Harga Beli produk. Apabila Sobat Ekspor tidak teliti dalam hal ini, dan menetapkan Harga Jual Ekspor hanya dari Harga Beli produk atau HPP Produsen, maka akan ada risiko kerugian. Pada kasus ini, selisih Rp18 per kg untuk transaksi sebanyak 125 ton adalah Rp2.250.000.

Seperti yang telah disebutkan sebelumnya, mengetahui & bisa mempraktikkan perhitungan HPP adalah hal yang penting bagi pelaku UMKM. Terutama jika Sobat Ekspor ingin segera masuk ke kancah perdagangan ekspor. Perhitungan HPP Dasar ini adalah hal krusial, dan salah melakukannya bisa berakibat fatal bagi bisnis.

Namun, jangan khawatir jika Sobat Ekspor masih cukup kaku dalam hitung-menghitung seperti ini. Sebagai solusi, Sobat Ekspor bisa konsultasi dengan mentor, mitra bisnis pendukung (jasa eksportir), menyewa akuntan atau meminta karyawan bagian keuangan untuk kuasai urusan ini. Sobat Ekspor juga bisa mencoba menghubungi *Free Trade Agreement Center* – Kementerian Perdagangan RI [disini](#). Tak hanya itu, sudah tersedia juga ragam aplikasi *digital* yang siap membantu Sobat Ekspor untuk mengelola seluruh perhitungan keuangan dagang. Jadi, kita cukup mengetahui dasar-dasar perhitungan HPP agar bisa menentukan harga jual yang tepat. Semangat Ekspor!

Box 2.3-2 Daftar materi tambahan untuk mendalami pengetahuan pada bagian ini:

- 1 **Menghitung Harga Pokok Penjualan (HPP) untuk Usaha Produksi** dari [ukmindonesia.id](#)
- 2 **Menghitung Harga Pokok Penjualan (HPP) Untuk Usaha Dagang** dari [ukmindonesia.id](#)
- 3 **Mengenal Layanan Konsultasi seputar ekspor untuk mengoptimalkan perjanjian perdagangan bebas Indonesia di Free Trade Center** – dari Kementerian Perdagangan RI

2.4. Perizinan, Standar Mutu dan Sertifikasi Pasar Global

Ibu Laksmi, seorang pengrajin perak asal Bali, berkenalan dengan seorang turis asal Prancis yang tertarik memasarkan barang dagangannya di

Eropa. Menurut si turis, kerajinan perak Ibu Laksmi punya motif unik khas Indonesia yang bisa menarik buyer di negaranya. Berhasil diyakinkan, Ibu Laksmi pun mulai menyiapkan beberapa keperluan ekspor dan menyiapkan skala produksi yang cukup besar. Sayangnya, saat sampai di Prancis, kerajinan perak tersebut ditahan lantaran setelah diuji, ditemukan kandungan nikel. Usut punya usut, Prancis ternyata melarang penggunaan nikel sebagai campuran sepuhan perhiasan. Alhasil, gagal sudah usaha ekspor pertama Ibu Laksmi.

Jika Pak Ilyas gagal ekspor karena tak tahu bahwa rotan sudah dilarang ekspor, melalui kasus Ibu Laksmi, kita belajar bahwa perencanaan kegiatan ekspor tidak boleh dilakukan dengan gegabah dan terburu-buru. Sebab, tiap-tiap negara memiliki aturan perizinan, standar mutu, dan sertifikasi yang diwajibkan untuk para eksportir yang ingin memasukkan produknya ke pasar mereka. Nah, tentunya penting bagi Sobat Ekspor untuk memahami standar-standar tersebut agar kegiatan ekspor bisa senantiasa berjalan lancar. Simak penjelasan lengkap mengenai perizinan, standar mutu, dan sertifikasi pasar global berikut ini.

Definisi dan Pengaturan Ekspor dalam Peraturan Kemendagri

Berdasarkan Permendag No.19/2021 tentang **Kebijakan dan Pengaturan Ekspor**, kegiatan ekspor diartikan sebagai suatu kegiatan perdagangan dengan mengirimkan barang keluar dari daerah kepabeanaan wilayah Indonesia dengan tujuan komersial. Pelaksanaannya harus memenuhi ketentuan dan peraturan yang berlaku di Indonesia (tercatat di kepabeanaan / Bea Cukai) dan di *Custom* /Kepabeanaan Negara Tujuan Ekspor (NTE).

Sementara itu, eksportir diartikan sebagai orang/ perseorangan atau lembaga atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum, yang melakukan kegiatan ekspor. Eksportir wajib memiliki Nomor Induk Berusaha (NIB) selama usaha berjalan. Syarat Legalitas yang diperlukan bagi eksportir yaitu:

Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) dan Nomor Induk Berusaha (NIB) yang sudah memiliki Akses Kepabeanaan Ekspor agar dapat digunakan untuk melakukan pelaporan Pemberitahuan Ekspor Barang (PEB) ketika akan melakukan pengiriman barang ekspor.

Standardisasi dan Sertifikasi Pasar *Global*

Sertifikasi adalah dokumen bukti legal bahwa kualitas proses, produk, dan pelayanan bisnis kita telah memenuhi standar mutu yang ditetapkan oleh sertifikasi standar tertentu. Setiap proses asesmen sertifikasi diperlukan dukungan dokumen pendukung sebagai bukti, berupa Standar Operasional Prosedur, dilengkapi dengan bukti pendukung lainnya (seperti hasil uji laboratorium).

1 Standar Sertifikasi Primer atau Standar Wajib Nasional (*Mandatory*)

Merupakan standar utama untuk ekspor yang diwajibkan pemerintah melalui regulasi. Biasanya, standar wajib ini berupa spesifikasi teknis dari produk yang didistribusikan ke pasar. Penerapan standar ini bertujuan untuk menjamin keamanan dan keselamatan, mencegah penipuan, serta menghindari ketidaksesuaian produk.

Contoh: Sertifikat PIRT, Halal, Izin Edar BPOM, dan SNI karena semua sertifikasi standar ini telah dibakukan ke dalam regulasi di Republik Indonesia untuk pelaku atau produk tertentu.

2 Standar Sertifikasi Sekunder atau Sertifikasi Umum Internasional

Merupakan standar sertifikasi internasional di luar regulasi dari pemerintah Indonesia, namun merupakan standar internasional yang dibutuhkan oleh kebanyakan *buyer* atau importir dan distributor di negara tujuan ekspor. Tujuan sertifikasi ini adalah agar para *buyer/importir* memprioritaskan keamanan produk untuk menjaga reputasi dengan konsumennya. Oleh karena itu sertifikasi keamanan produk yang sudah termasuk standar wajib.

Contoh: Hazard Analysis and Critical Control Points (HACCP), Batas Maksimal Residu Pestisida dan Batas Kontaminasi (melalui *Certificate of Analysis* atau COA), dsb.

3 Standar Sertifikasi Khusus

Adalah sertifikasi yang dipersyaratkan oleh segmen pasar tertentu, baik nasional maupun internasional. Pada umumnya diterbitkan oleh instansi pemerintah maupun swasta di negara tujuan ekspor atau perwakilan di negara terdekat. Tujuan dari standar ini adalah memenuhi kebutuhan segmen konsumen tertentu dalam standar spesifikasi teknis terkait kualitas produk seperti Indikasi Geografi (IG), manajemen kerja (ISO). Selain itu standar ini juga dapat merupakan *value added* bagi pelaku usaha yang sudah memilikinya sehingga harga jual dapat lebih tinggi di pasaran.

Contoh: Organik, *Eco-friendly*, *Fair Trade*, Vegan, Non-gmo.



Perencanaan kegiatan ekspor tidak boleh dilakukan dengan gegabah dan terburu-buru. Sebab, tiap-tiap negara memiliki aturan perizinan, standar mutu, dan sertifikasi yang diwajibkan untuk para eksportir yang ingin memasukkan produknya ke pasar mereka.



Standardisasi dan Sertifikasi yang Harus Dipenuhi Berdasarkan Kategori Produk

Tabel 2.4-1 Standardisasi Kategori Pangan Olahan

Jenis Standard	Deskripsi Singkat
Selera dan cita rasa	Kesesuaian kecenderungan apa yang menjadi selera dan cita rasa konsumen di negara tujuan ekspor.
Proses produksi	Proses produksi dari penerimaan bahan baku sampai <i>shipment</i> dan fasilitas gudang harus terdokumentasi dan tersertifikasi.
Gramasi	Standar ukuran menyangkut berat atau isi. Misalnya produk pangan di Amerika Serikat lebih sering menggunakan satuan oz (<i>ounce</i>) dan <i>pound</i> , sementara di Asia satuan gram dan kilogram. Untuk produk minuman (cairan), umumnya menggunakan satuan mililiter (ml), liter (lt) atau <i>cubical centimeter</i> (cc).
Sertifikasi wajib	GMP, HACCP dan sertifikat izin edar di negara tujuan ekspor. Sertifikasi dan registrasi di negara tujuan ekspor (EU , FDA SFDA)
Sertifikasi tambahan	ISO 22000, FFCP, BRC Global Standard
Pengemasan	Kemasan merupakan faktor terpenting untuk produk pangan olahan. Pastikan kemasan aman dari perubahan bentuk, rasa dan kesehatan. Tidak ada kebocoran yang dapat mengakibatkan udara, zat, organisme masuk & keluar.
Pelabelan	Standar internasional berupa <i>ingredients</i> , <i>nutrition facts</i> , tanggal produksi, tanggal kadaluarsa, berat produk, nama eksportir, nama importir, serta cara mengkonsumsi dan pengolahannya. Bahasa juga ditulis dengan bahasa yang dipakai di negara tujuan minimal bahasa Inggris.

Tabel 2.4-2 Standardisasi Kategori *Fashion* dan Aksesoris

Jenis Standard	Deskripsi Singkat
Bahan / Material	<p>Kain harus tidak mudah sobek. Tekstur permukaan kain lembut, nyaman di kulit, tidak kasar dan menyebabkan iritasi pada kulit.</p> <p>Pewarna kain dengan bahan kimia dibawah ambang batas yang ditentukan (pada lab yang diakui internasional).</p> <p>Khususnya untuk pakaian yang diperuntukkan bagi bayi dan anak kecil harus melakukan uji lab (misalnya untuk uji ketahanan dari api dan kandungan kimia).</p>
Ukuran	<p>Ukuran/<i>chart size</i> harus memperhatikan negara tujuan ekspor.</p> <p>Ukuran konsumen Asia berbeda dengan orang Eropa dan Amerika Serikat. Hal ini krusial khususnya untuk produk kain, pakaian, dan alas kaki.</p> <p>Standar kain nada yang menggunakan <i>yard</i>, meter, centimeter atau <i>feet</i>. yang dipakai pada umumnya adalah standar ukuran Jepang (mewakili kawasan Asia), UK (United Kingdom) mewakili Eropa dan US (Amerika Serikat). Jika suatu merek memiliki standar ukurannya sendiri, sebaiknya disajikan padanannya jika diukur dengan standar umum lainnya.</p> <p>Misalnya produk celana merek X ukurannya 120, ini setara dengan ukuran 38 standar UK (Inggris). Di UK orang lebih umum menggunakan satuan ukuran incih sementara di Asia lebih umum digunakan centimeter. Jadi untuk menjelaskan rincian standar ukuran 38 UK, dapat menggunakan satuan <i>inch</i> ketika menjelaskan panjang celana dan lebar pinggangnya.</p>
Aksesoris penunjang	<p>Kancing tidak mudah pecah atau copot. Ritsleting kuat, tidak mudah copot dan lancar, tidak mudah macet atau rusak relnya (tidak berfungsi lagi).</p>

Teknis produksi	Jahitan rapi, obras, neci: rapat, kuat, tidak mudah lepas atau terurai. Tidak ada benang terurai.
Pelabelan	Pelabelan penting untuk menginformasikan ukuran (sesuai standar internasional / standard negara wajib : Asia, Eropa, Amerika) komposisi bahan, serta instruksi pencucian dan penyimpanan
Pengemasan	Kemasan tidak ada persyaratan signifikan. Yang utama adalah pengemasan sekunder dan tersier untuk distributor.
Sertifikasi	Sertifikasi SNI untuk produk bayi dan anak-anak serta uji lab di negara tujuan ekspor untuk mendeteksi kadar karsinogen, kadar formaldehida dan kadar logam terekstraksi pada kain.

Tabel 2.4-5 Standardisasi Kategori *Furniture* dan *Home Décor*

Jenis Standard	Deskripsi Singkat
Proses produksi	Proses produksi <i>furniture</i> berbahan kayu, rotan dan logam secara umum harus memiliki SOP mulai proses perolehan material, pengeringan, pemotongan, pembentukan konstruksi/ <i>molding</i> , penyerutan, hingga <i>finishing</i> dan perakitan/ <i>assembly</i> .
<i>Finishing</i>	<i>Finishing</i> dengan natural, pernis, plitur, cat, melamin, dan lainnya. Sebaiknya, juga ada cadangan <i>finishing</i> cat/pernis yang disertakan pada pengiriman, sehingga jika ada cacat pada saat pengiriman dapat segera diperbaiki (<i>finishing</i> ulang, penambalan dll).

Pengemasan	Kemasan pada <i>furniture</i> yang berfungsi melindungi permukaan dan ujung/sudut supaya tidak terbentur/tergores yang mengakibatkan kerusakan/kecacatan pada produk pada saat pengiriman.
Pelabelan	Standar pelabelan pada produk <i>furniture</i> biasanya berkaitan dengan penamaan dan komposisi serta penamaan bahan, gambar tampak depan-belakang, cara pemakaian, cara perakitan, cara perawatan. Label dapat ditempel pada <i>box</i> kemasan atau buku/lembar terpisah yang dicantolkan pada produk dengan kode produk yang sesuai.
Sertifikasi	Hampir seluruh negara mensyaratkan sertifikat SVLK (Sistem Verifikasi Legal Kayu) untuk memastikan produk kayu berasal dari sumber dan pengelolaannya memenuhi aspek legalitas. Selain itu juga terdapat permintaan pengujian seperti uji ketahanan, kadar air, ketahanan jamur.

Tabel 2.4-4 Standardisasi Kategori Kerajinan, Kriya (*Craft*) atau Artisan

Jenis Standard	Deskripsi Singkat
Proses Pp	Bagian standar terpenting pada produk kerajinan adalah konsistensi hasil produk jadi (desain, ukuran, warna, mutu material yang harus seragam, khususnya jika ada <i>order</i> dalam jumlah banyak). Namun kualitas bahan baku, teknik pembuatan dan <i>finishing</i> tetap harus berstandar tinggi.
Bahan kimia	Standar ketentuan pemakaian bahan kimia yang di tiap negara pun berbeda, contohnya Prancis : bahan <i>chrome</i> atau sepuh yang tidak diperbolehkan yakni nikel, tapi di negara tujuan ekspor lainnya diperbolehkan dengan mengikuti ambang batas.
Pengemasan	Standar bahan kemasan yang diperbolehkan untuk produk <i>furniture</i> harus kuat dan aman
Pelabelan	Standar pelabelan pada produk <i>furniture</i> biasanya berkaitan dengan komposisi bahan, penamaan bahan, lokasi produksi, batas waktu penggunaan

Tabel 2.4-3 Standardisasi Kategori *Furniture* dan *Home Décor*

Jenis Standard	Deskripsi Singkat
Bentuk fisik	Bentuk utuh sesuai ukuran yang distandarkan, segar tidak layu dan menuju busuk, padat (tidak penyok atau kopong) , warna sesuai aslinya ketika ranum (tidak mentah dan tidak terlalu matang/ <i>over ripped</i>).
Selera dan cita rasa	Rasanya tidak berubah dan sesuai dengan cita rasa buah dan sayur ketika matang sempurna (tidak masam dan tidak terlalu manis – sebagian sudah mengandung alkohol)
Proses produksi (proses tanam, panen dan pengolahan pascapanen)	Proses produksi mengikuti kaidah GAP (<i>Good Agricultural Practices</i>).
Sertifikasi wajib	<p>Karantina tanaman sebelum ekspor, <i>Certificate of Analysis</i> (hasil tes laboratorium untuk mengetahui kadar kimia dan mikrobiologis) SKA (Sertifikat Keterangan Asal) atau COO (<i>Certificate of Origins</i>)</p> <p>Sertifikasi dan registrasi di negara tujuan ekspor: (<i>Control Union EU Certification</i>) untuk negara-negara Uni-Eropa, USDA untuk USA, JAS untuk Jepang, dsb).</p>
Sertifikasi tambahan	Organik, <i>Fair Trade</i> , Non-GMO
Kontaminasi	Wajib mematuhi standar ambang batas cemaran kontaminan tertentu seperti logam berat, contoh: <i>zinc, copper, mercury</i> . Juga cemaran kontaminasi mikrobiologi, antara lain : <i>E coli, Salmonella</i> , dan bakteri lain.
Pengemasan	Kemasan aman dari perubahan bentuk, rasa dan kesehatan. Tidak ada kebocoran yang dapat mengakibatkan udara, zat, organisme masuk atau keluar.
Pelabelan	Pelabelan standar internasional wajib dipenuhi karena merupakan informasi yang harus diketahui <i>buyer</i> (importir, distributor atau konsumen akhir).

Mengenal standardisasi mutu dan sertifikasi yang berlaku di negara tujuan ekspor sifatnya penting bagi kinerja produk kita di pasar global. Belum lagi, setiap kategori dan sektor bisnis memerlukan sertifikasi yang berbeda sesuai bahan pembuatannya. Karena itulah, untuk menghindari kejadian seperti yang dialami Ibu Laksmi, Sobat Ekspor harus memahami betul

apa saja persyaratan dan standar spesifik dari masing-masing negara tersebut. Namun, tidak perlu terlalu pusing, observasi singkat di internet dan sumber tertulis bisa memberi kita pengetahuan tentang hal ini. Yuk, mulai siapkan pengetahuan tentang standar mutu dan sertifikasi pasar global dari sekarang!

Box 2.4 Daftar materi tambahan untuk mendalami pengetahuan pada bagian ini:

- 1 [Why Certification?](#) dari [sme.org](#)
- 2 [Kursus Online UMKM - Mengenal Standar Mutu dan Bersiap Go Global](#), khususnya di materi [Membuat Standar Mutu Produk Usaha](#) dari [tumbu.co.id](#)
- 3 [Sistem Distribusi, Perizinan, dan Logistik Ekspor](#) dari [ukmindonesia.id](#)
- 4 [Sebelum Mengekspor, UKM Perlu Memperhatikan Hal Ini](#) dari [ukmindonesia.id](#)
- 5 [Standar yang Wajib Dipenuhi dalam Ekspor](#) dari [ukmindonesia.id](#)
- 6 [Standar yang Umum Dibutuhkan Pembeli Ekspor](#) dari [ukmindonesia.id](#)
- 7 [Standar yang Khusus untuk Unggul dalam Ekspor](#) dari [ukmindonesia.id](#)
- 8 [Mengenal Ragam Standar Global Produk Ekspor](#) dari [ukmindonesia.id](#)
- 9 [Langkah Mengajukan Sertifikasi Halal](#) dari [ukmindonesia.id](#)
- 10 [Mengenal International Organization for Standardization \(ISO\)](#) dari [ukmindonesia.id](#)
- 11 [Mengenal Sertifikasi ISO dan Manfaatnya Untuk Bisnis](#) dari [ukmindonesia.id](#)
- 12 [Tips Mengurus Perizinan dan Legalitas Usaha Bagi UMKM](#) dari [ukmindonesia.id](#)
- 13 [Sertifikat Pangan Organik](#) dari [ukmindonesia.id](#)
- 14 [Sertifikat Produk Perikanan](#) oleh [ukmindonesia.id](#)
- 15 [Sertifikat Kontrol Veteriner](#) dari [ukmindonesia.id](#)
- 16 [Mengenal ISO 22000 - Sistem Manajemen Keamanan Pangan](#) dari [ukmindonesia.id](#)
- 17 [Mengenal Hazard Analysis And Critical Control Points \(HACCP\)](#) dari [ukmindonesia.id](#)
- 18 [Apa Itu Certificate of Analysis \(COA\)?](#) dari [ukmindonesia.id](#)

2.5 Kemasan (*Packaging*) dan Pelabelan (*Labelling*)

Sobat Ekspor, berhati-hatilah, sebab kemasan sebuah produk bisa jadi pisau bermata dua. Kemasan produk yang punya desain simpel, dengan warna elegan, tepat guna, dan tersegel dengan baik bisa menarik *customer* untuk membelinya. Sebaliknya, kemasan yang terkesan asal-asalan, berbahan tipis, dengan desain yang tidak rapat, tentu memberi kesan akan sebuah produk yang tidak dibuat dengan serius. Apalagi jika tidak ada pelabelan yang memberikan info tentang nilai gizi, jaminan keamanan, komposisi bahan, dan hal-hal lainnya.

Dalam kegiatan ekspor, kemasan dan pelabelan merupakan dua hal yang krusial. Terdapat aturan-aturan dan standar yang mengatur penempatannya di sebuah produk. Karena itu, pelaku UMKM yang berorientasi ekspor harus paham mengenai penempatan kemasan dalam produk ekspor, seperti yang dijelaskan dalam pembahasan berikut ini.

Konsep Kemasan

Menurut Kotler & Keller (2009:27), pengemasan adalah kegiatan merancang dan memproduksi wadah, kemasan atau bungkus sebuah produk. Biasanya, fungsi utama dari kemasan adalah untuk menjaga produk. Namun, sekarang kemasan menjadi faktor yang cukup penting sebagai alat pemasaran (Rangkuti, 2010:132).

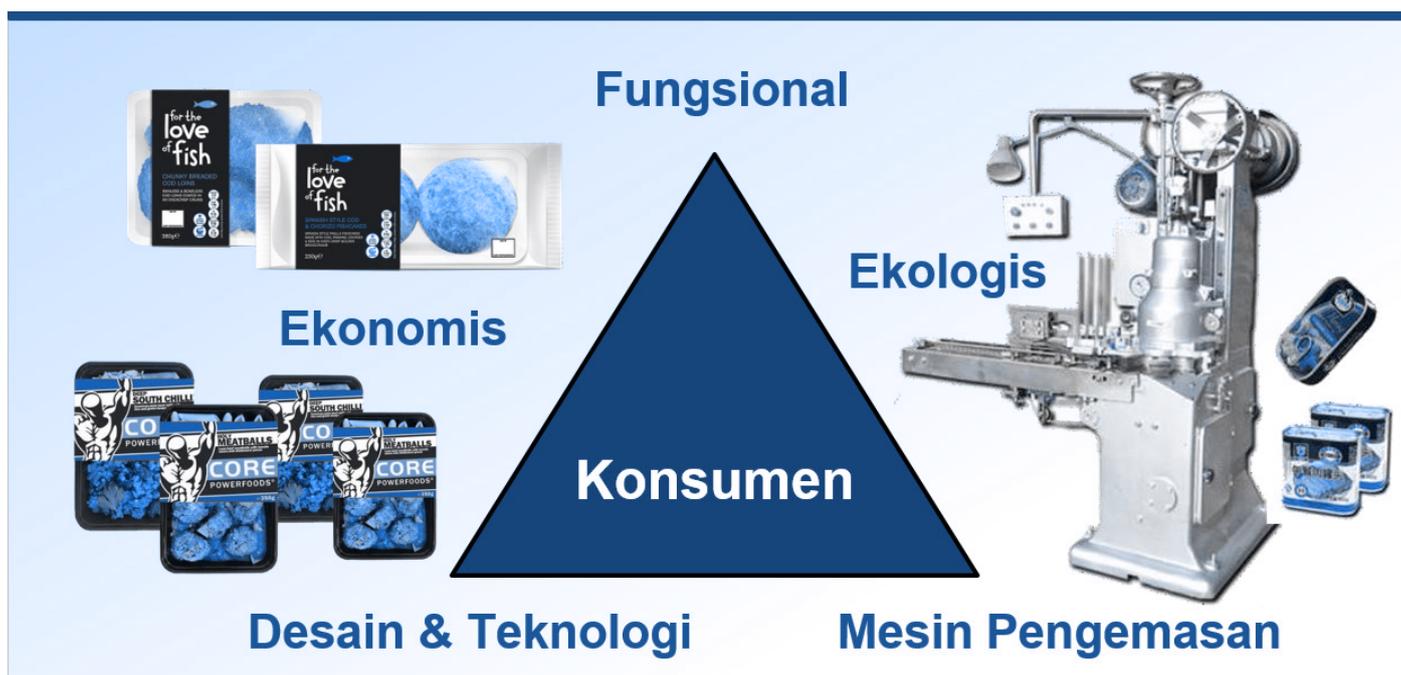
Kemasan Dapat Menjadi Salah Satu *Branding Tools* untuk Produk UMKM

Memberikan nilai yang berbeda dari produk serupa sehingga dapat meningkatkan daya tarik calon pembeli serta menjadi sarana informasi dan iklan.

1 Prinsip Pengemasan

Sobat Ekspor, pada prinsipnya, sebuah kemasan yang baik haruslah memiliki nilai ekonomis, fungsional, dan mempunyai desain menarik di mata konsumen. Tidak hanya itu, belakangan nilai ekologis yang terkait prinsip ramah lingkungan juga bisa menjadi nilai tambah di pasar global. Penjelasannya selengkapny mengenai prinsip pengemasan dapat Sobat Ekspor lihat pada tautan [Modul *Go Global: Ragam Standar Global Kemasan dan Label*](#).

Gambar 2.5-1 Prinsip Pengemasan



2 Fungsi Pengemasan

Secara teknis, fungsi kemasan mencakup :

- a Menyimpan produk
- b Melindungi produk sehingga menjamin kualitas, keamanan, kesegaran, dan warna.
- c Memberikan informasi produk melalui grafis, narasi, dan pelabelan.
- d Mudah digunakan & memberikan kenyamanan
- e Logistik (transportasi, pergudangan, pengiriman ke konsumen)

Sementara dalam konteks membangun *brand image*, fungsi kemasan adalah sebagai :

- a *Corporate Identity*
- b *Corporate Image*
- c *Silent Salesman*
- d *Silent Ambassador*
- e *Branding Produk*

3 Bahan Kemasan

- a Kertas/*Paper*, *Carton Corrugated Boxes*/ KKG *Plastic Rigid*
- b *Flexible dan Multilayer Glass, Jars* / Gelas Kaca
- c Logam / Kaleng / (*Kaleng / Drum, Metal Can*)
- d *Aluminum Foil*
- e *Sack Kayu / Wood*
- f Plastik/*PET PET (polyethylene terephthalate)*;

Berikut adalah jenis bahan dan material kemasan plastik:

- a PETE (*Polyethylene Terephthalate*) atau Kode 1
- b HDPE (*High-Density Polyethylene*) atau Kode 2
- c PVC (*Polyvinyl Chloride*) atau Kode 3
- d LDPE (*Low-Density Polyethylene*) atau Kode 4
- e PP (*Polypropylene*) atau Kode 5

Gambar 2.5-2 Fungsi Pengemasan



- f PS (*Polystyrene*) atau Kode 6
- g Bahan Plastik Lain (*BPA, Polycarbonate, dan LEXAN*) atau Kode 7

4 Teknologi Pengemasan

- a *Active & Intelligent Packaging*
- b *MAP (Modified Atmosphere Packaging)*
- c *Vacuum Pack (preserve the freshness of food)*
- d *Frozen Food (Freezing food preserves)*
- e *Retort Packaging (for Ready to Eat Meals)*

5 Spesifikasi Kemasan

Untuk memilih secara spesifik kemasan jenis apa yang akan digunakan, Sobat Ekspor dapat menjadikan beberapa hal berikut sebagai bahan pertimbangan :

- a Bentuk produk: cair, padat, gas;
- b Manfaat dan kegunaan produk;
- c Produk pangan dan nonpangan;
- d Produk tahan lama atau mudah rusak;
- e Cara penanganan, pengangkutan dan penyimpanan produk;
- f Produk ramah lingkungan atau tidak;
- g Ukuran, bentuk dan bobot yang sesuai dengan norma atau standar yang ada;
- h Ketahanan produk untuk menerima beban atau ditumpuk;
- i Lama penyimpanan produk sampai diterima oleh konsumen;
- j Cara dan jarak pengangkutan produk;
- k Kebutuhan kemasan primer, sekunder dan tersier;
- l Tampilan produk berkaitan dengan estetika dan kesan mewah;
- m Nilai produk;
- n Produk berbahaya atau tidak.

6 Pemilihan Bahan Kemasan

Dalam memilih bahan untuk dibuat kemasan, pelaku usaha sebaiknya mempertimbangkan hal-hal berikut:

- a Pengelolaan, pengangkutan, dan distribusinya mudah.
- b Efisien penggunaan ruangan yang optimal, misalnya dalam peti kemas.
- c Melindungi dari kerusakan fisik, kotoran, perubahan kadar air dan kontaminasi sehingga produk tetap bersih.
- d Efisien dan ekonomis pada proses pengisian produk ke dalam kemasan.

- e Ukuran, bentuk dan bobot sesuai standar yang ada, mudah dibuat dan dibentuk atau dicetak.
- f Identitas, informasi dan penampilan produk yang jelas, untuk membantu promosi atau penjualan.

7 Desain Kemasan

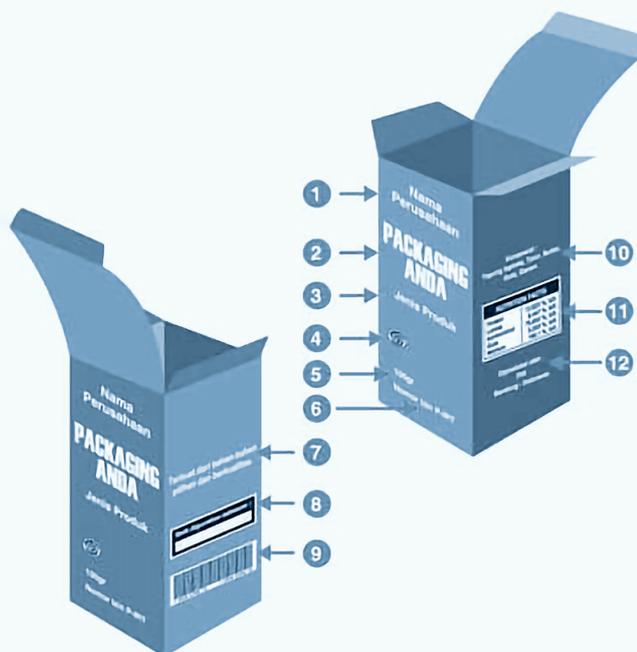
Saat membuat desain kemasan, Sobat Ekspor bisa mempertimbangkan faktor-faktor berikut:

- a Tentukan desain simpel hingga mewah sesuai karakteristik produk
- b *Branding dan Market Positioning*
- c Mengidentifikasi produk
- d Perhatikan penulisan huruf harus jelas
- e Ramah lingkungan
- f Perhatikan pelanggan
- g Kemasan sebagai wujud investasi meningkatkan nilai produk
- h Melindungi produk
- i Pertimbangkan kendala
- j Hargai Hak atas Kekayaan Intelektual (HKI) pelaku usaha lain

“ Dalam kegiatan ekspor, kemasan dan pelabelan merupakan dua hal yang krusial. Terdapat aturan-aturan dan standar yang mengatur penempatannya di sebuah produk. Karenanya, pelaku UMKM yang berorientasi ekspor harus paham mengenai penempatan kemasan dalam produk ekspor. ”

Gambar 2.5-3 Hal yang Wajib untuk *Packaging*

Apa yang WAJIB Untuk Packaging Anda



- 1 Brand Nama/Logo/Merk Dagang**
Merupakan nama dagang dari Perusahaan anda.
(contoh: Nestle, Indofood, AmWay, dll)
- 2 Nama Produk**
Nama yang diberikan kepada produk anda.
(contoh: Indomie, Supermie, Milo, dll)
- 3 Jenis Produk**
Jenis produk yang anda pasarkan.
(contoh: Susu Cokelat, KripiK Pisang, dll)
- 4 Logo Halal**
Tanda sertifikat bahwa produk anda dapat dikonsumsi oleh umat muslim. Tanda ini dikeluarkan oleh Din POM dan MUI Provinsi tempat dimana anda berdomisili.
- 5 Berat Netto Produk Anda**
- 6 PIRT (Perizinan)**
Nomor sertifikat izin yang menyatakan bahwa produk anda telah lulus uji klinis yang dikeluarkan oleh Dinas Kesehatan di provinsi anda.
- 7 Penjelasan Produk**
Penjelasan singkat tentang keunggulan produk anda.
- 8 Expiry Date**
Tanggal masih dapat dipergunakan atau tidak dari produk yang dibungkus dalam tersebut sebuah packaging
- 9 Barcode**
Sistem registrasi komputerisasi batang
- 10 Komposisi**
Kandungan bahan-bahan yang dipakai untuk membuat produk anda.
- 11 Kandungan Gizi**
Kandungan Gizi yang dimiliki oleh produk anda.
- 12 Alamat & Keterangan Produsen**
Alamat dari anda sebagai produsen. Berguna apabila ada keluhan dari konsumen.

Pelabelan

Pelabelan (*labelling*) dapat dimaknai sebagai kartu identitas jati diri produk secara tertulis mendeskripsikan nama, *brand* dan logo produk, material, ukuran, takaran, kandungan gizi, cara penggunaan, cara perawatan serta logo sertifikasi yang dimiliki (HACCP, organik dll).

Dalam membuat kemasan untuk pasar global, tidak jauh berbeda dengan lokal namun yang harus diperhatikan adalah standar kemasan harus sesuai dengan standar yang berlaku di negara tujuan ekspor. Baik material kemasan, desain dan tata letak *labelling* pada kemasan umumnya diatur dalam peraturan *Food & Drugs Administration*. Misalnya saja, peraturan di FDA USA dan di SFDA di Saudi Arabia, yang mengharuskan produk yang masuk ke negara tersebut wajib mengikuti petunjuk pembuatan kemasan dan pembuatan label dipaparkan secara detail, seperti :

- a** Bahan/material kemasan yang diizinkan (khususnya untuk *canning & bottling*, harus *nontoxic, noncontaminant*, dan lain-lain)
- b** Tata *layout labelling*, termasuk hal-hal apa saja yang harus dicantumkan pada label, seperti *ingredient, nutrition fact*, kontak layanan konsumen, dan keterangan asal produk.
- c** Aturan besaran *font* pada *labelling*, di mana harus menggunakan jenis bentuk huruf (*font*) dengan ukuran yang dapat dibaca.
- d** Bahasa dan aksara yang tercantum, yang harus menggunakan minimal 2 (dua) bahasa, yaitu bahasa Inggris dan bahasa setempat. Misalnya bahasa Inggris (aksara Latin) dan bahasa Arab (aksara Arab). Beberapa produk terdapat berbagai label dengan 3-4 bahasa dan aksara (Inggris, Arab, Jepang dan China).

Tidak mungkin kita bisa bersaing dengan produk asing jika masih menganggap remeh masalah kemasan. Pada perdagangan bebas (globalisasi), pelaku usaha wajib membuat kemasan yang sesuai dengan standar yang berlaku secara internasional, namun dengan merek yang dapat disesuaikan agar dapat diterima dan dimengerti oleh konsumen di negara tujuan ekspor. Oleh karena itu, selain membuat kemasan tepat guna, jangan lupa juga untuk merancang desain kemasan secara menarik ya, Sobat Ekspor!

Box 2-5 Daftar materi tambahan untuk mendalami pengetahuan pada bagian ini:

- 1 **Standar yang Wajib Dipenuhi dalam Ekspor** dari SMESTA Kemenkop UKM.
- 2 **Pelabelan yang Layak dalam Standar Ekspor** dari SMESTA Kemenkop UKM.
- 3 **Mempersiapkan Kemasan (*Packaging*) untuk Memenuhi Standar Ekspor** dari ukmindonesia.id.
- 4 **Menerapkan Pelabelan (*Labelling*) yang Layak dalam Standar Ekspor** dari ukmindonesia.id.
- 5 **Mengenal Ragam Standar *Global* Kemasan dan *Label*** dari ukmindonesia.id.
- 6 **Cara Mengurus Sertifikat Merek** dari ukmindonesia.id
- 7 **Tingkatkan Kepercayaan Konsumen Melalui Pencantuman *Label* Kemasan *Nutrition Fact*** dari ukmindonesia.id
- 8 **Karakteristik Kemasan Produk** dari ukmindonesia.id
- 9 **Tips Desain Kemasan Untuk Menonjolkan Keunggulan Produk dan Citra *Brand*** dari ukmindonesia.id
- 10 **Tata Cara Pencantuman *Label Nutrition Facts* Pada Kemasan Produk** dari ukmindonesia.id

