



E-PAPER PERPUSTAKAAN DPR-RI

<http://epaper.dpr.go.id>

Judul : PERDAGANGAN ASEAN - Menjadi Pasar Potensial Produk Halal
Tanggal : Jumat, 06 April 2018
Surat Kabar : Kompas
Halaman : 18

KOMPAS/IWAN SETIYAWAN Beragam makanan produk usaha kecil menengah (UKM) ditawarkan dalam pameran Indonesia Halal Business and Food Expo 2014 di Jakarta Convention Center, Jumat (19/12/2014). KUALA LUMPUR, KOMPAS – Kawasan Asia Tenggara masih menjadi pasar yang potensial bagi pemasaran berbagai produk halal. ASEAN tetap memegang peranan penting walaupun negara di luar ASEAN juga mulai berkembang. Hal itu disampaikan Pejabat Penghubung Investasi Indonesia Malaysia Eko Putro Sandjojo di Kuala Lumpur, Kamis (5/4/2018). Eko mengatakan, peningkatan produk domestik bruto (PDB) negara-negara ASEAN yang terus meningkat bisa menjadi indikasi cerahnya prospek bisnis produk halal. "Ekonomi Indonesia tumbuh. Saat ini, PDB Indonesia sudah 1 triliun dollar AS. Pada tahun 2050, PDB Indonesia akan mencapai 7 triliun-8 triliun dollar AS," kata Eko yang juga Menteri Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal, dan Transmigrasi. Jumlah penduduk Indonesia saat ini 261 juta orang dengan 40 persennya adalah angkatan kerja aktif. Bonus demografi juga menjadi peluang untuk produsen makanan halal. Eko mengatakan, pasar terbesar makanan halal di ASEAN adalah Indonesia, Malaysia, dan Brunei Darussalam. "Thailand bagian selatan juga menjadi pasar makanan halal yang potensial," ujarnya. Menurut Duta Besar Indonesia untuk Malaysia Rusdi Kirana, Malaysia meningkatkan penjualan makanan halal melalui ekspor. "Indonesia adalah pasar yang besar. Namun, kita juga berusaha agar tidak hanya menjadi pasar dengan mendorong pengusaha Indonesia turut mengeksport makanan halal," ujar Rusdi. Temu bisnis Direktur Promosi Ekspor dan Akses Pasar Wilayah ASEAN dan Oseania, Malaysia External Trade Development Corporation (Matrade) Raja Badrulnizam Raja Kamalzaman menuturkan, ASEAN tetap menjadi pasar yang potensial. Namun, permintaan produk halal dari sejumlah negara seperti Jepang, Korea, dan China terus meningkat. Selama ini Singapura dan Thailand termasuk lima besar tujuan ekspor produk halal dari Malaysia. Pada Selasa, Matrade mengadakan temu bisnis antara pelaku usaha Malaysia dan perusahaan dari berbagai negara di dunia dalam rangka Malaysia International Halal Showcase (Mihas) di Kuala Lumpur. Program temu bisnis International Sourcing Programme (INSP) tersebut diikuti oleh sekitar 200 perusahaan dari 40 negara. Ada sekitar 2.000 temu bisnis yang sudah dijadwalkan oleh penyelenggara. Dari sekitar 200 perusahaan yang datang, 33 di antaranya berasal dari ASEAN. Dari Indonesia, ada 9 perusahaan dengan beragam produk, seperti pasta dan mi, makanan kaleng, kopi, teh, bumbu dapur, dan kosmetik. Raja Bardrulnizam mengatakan, nilai ekspor Malaysia pada 2017 935,3 miliar ringgit. Singapura menjadi tujuan utama ekspor dengan nilai 135,5 miliar ringgit.