

INDONESIAN TRADE PROMOTION CENTRE VANCOUVER, CANADA

INTELIJEN BISNIS PRODUK PALA DI KANADA



Diterbitkan:

November 2021

Daftar Isi

BAB 1 – PENDAHULUAN.....	2
1.1 TUJUAN.....	2
1.2 METODOLOGI.....	2
1.3 BATASAN PRODUK.....	2
1.4 GAMBARAN UMUM NEGARA.....	2
BAB 2 - PELUANG PASAR.....	4
2.1 TREN PRODUK	4
2.2 STRUKTUR PASAR.....	5
2.3 SALURAN DISTRIBUSI.....	8
2.4 PERSEPSI TERHADAP PRODUK INDONESIA.....	9
BAB 3 - PERSYARATAN PRODUK.....	9
3.1 KETENTUAN PRODUK.....	9
3.2 KETENTUAN PEMASARAN	10
3.3 METODE TRANSAKSI.....	12
3.4 INFORMASI HARGA.....	15
3.5 KOMPETITOR.....	18
BAB 4 - KESIMPULAN	19
BAB 5 - LAMPIRAN.....	20
5.1 DAFTAR IMPORTIR.....	20
5.2 DAFTAR PAMERAN	24
5.3 DAFTAR INFORMASI YANG BERGUNA.....	25

BAB 1 – PENDAHULUAN

1.1 TUJUAN

Laporan Intelijen Bisnis Produk Pala merupakan laporan tentang analisis data dan informasi komoditi pala. Adapun tujuan disusunnya laporan ini adalah sebagai media informasi yang relevan bagi pelaku usaha serta sebagai media pendukung bagi pengambilan kebijakan terkait perilaku, tren bisnis maupun peluang produksi, pasar serta pemilihan mitra bisnis dalam memasuki pasar bisnis pala dengan negara tujuan Kanada.

1.2 METODOLOGI

Data dan informasi primer yang terhimpun dalam laporan *Business Intelligent* produk pala ini merupakan data yang diperoleh dari *Trade Data Online (Statistics Canada)*. Selain itu, data sekunder dari *Trade Statistics for International Development (ITC Trade Map)*, website maupun sumber data online lainnya digunakan sebagai data tambahan dalam menganalisis pasar pala di Kanada ini. Data yang telah didapat kemudian diolah dan dianalisis yang kemudian hasil dari analisis tersebut disusun secara deskriptif maupun statistik.

1.3 BATASAN PRODUK

Batasan produk yang digunakan dalam laporan ini didasarkan atas klasifikasi produk berdasarkan *Harmonized System (HS)*. HS merupakan nomenklatur yang disepakati secara internasional dalam pegklasifikasian produk berdasarkan kode. Kode inilah yang nantinya akan menentukan besaran biaya, pajak dan atau kewajiban lainnya serta persyaratan ijin ekspor. HS untuk pala terdaftar pada kategori HS 0908 dengan klasifikasi pala, bunga pala dan kapulaga (*nutmeg, mace and cardamoms*). Adapun untuk pala pembagian klasifikasi produknya adalah sebagai berikut:

- 090811, rempah-rempah, pala, tidak dihancurkan atau tidak ditumbuk (utuh);
- 090812, rempah-rempah, pala, dihancurkan atau ditumbuk (bubuk);
- 090821, rempah-rempah, bunga pala, tidak dihancurkan atau tidak ditumbuk (utuh);
- 090831, rempah-rempah, bunga pala, dihancurkan atau ditumbuk (bubuk);
- 090831, rempah-rempah, kapulaga, tidak dihancurkan atau tidak ditumbuk (utuh);
- 090832, rempah-rempah, kapulaga, dihancurkan atau ditumbuk (bubuk).

1.4 GAMBARAN UMUM NEGARA

Kondisi Geografis

Secara geografis Kanada terletak di benua Amerika Utara yang berbatasan dengan Samudra Pasifik di sebelah Barat, sebelah Selatan dan separuh Barat berbatasan dengan Amerika Serikat, Timur berbatasan dengan Samudra Atlantik, Selat Davis dan Teluk Baffin dan sebelah utara berbatasan dengan Samudra Arktik. Kanada merupakan negara terbesar kedua di dunia dengan

cakupan luas wilayah sebesar 9.984.670 km² yang secara administratif merupakan negara federal yang terdiri dari 10 Provinsi dan 3 (tiga) wilayah teritorial. Ibukota negara Kanada adalah Ottawa.

Gambar 1 . Peta Geografis Kanada



Sumber: Geografi.org

Kondisi Pemerintahan

Sebagai negara Monarki Konstitusional dengan sistem pemerintahan demokrasi federal, Kanada terdiri atas tiga tingkatan pemerintahan yaitu Federal, Provinsi dan Kotamadya (lokal/regional). Dalam sistem ini, Kepala Pemerintahan adalah Perdana Menteri sedangkan Kepala Negara Kanada adalah Ratu dan Gubernur Jenderal yang diangkat oleh Ratu atas nasehat Perdana Menteri. Kanada terdiri atas 10 Provinsi dan 3 (tiga) Wilayah Teritori. Provinsi memiliki otonomi yang lebih besar dibandingkan pemerintahan Federal.

Kondisi perekonomian

Kanada merupakan salah satu negara dengan perekonomian yang kuat, bahkan menduduki peringkat 10 besar secara global dan termasuk dalam kelompok G7 (*Group of the Seven*) yang merupakan kelompok negara-negara besar dan kaya selain negara Inggris, Perancis, Jerman, Italia, Jepang, dan Amerika Serikat (AS). Perekonomian Kanada sebagian besar didukung dari sektor

rumah tangga, pengeluaran pemerintah dan investasi. Sementara sektor jasa menyumbang 70% dari sektor riil dan 28% dari sektor industri

Sebagai negara dengan ekonomi yang besar, selama masa pandemi *Corona Virus Diseases* (COVID-19), Kanada juga mengalami resesi. Namun, meskipun sempat mengalami penurunan Produk Domestik Bruto (PDB) hampir 12% pada kuartal kedua tahun 2020, ekonomi Kanada mulai mengalami kemajuan dengan adanya peningkatan PDB sebesar 9,1% pada kuartal ketiga, dan mengalami kenaikan sebesar 2,2% pada kuartal ke-4 tahun 2020 dan kenaikan 1,4% pada kuartal pertama tahun 2021¹.

Untuk sektor ekspor dan impor sendiri peningkatan mulai terjadi pada kuartal awal 2021. Kegiatan ekspor bergerak naik sebesar 1,5%, meskipun jika dibandingkan dengan kuartal awal 2020 terjadi penurunan sebesar 3,0%. Sementara untuk impor mengalami kenaikan 1,1% pada kuartal pertama 2021. Untuk sektor ekspor peningkatan terlihat pada sektor industri transportasi seperti ekspor pesawat terbang, dan kapal laut. Sedangkan pada sektor impor, produksi metal, komputer dan peripheral komputer dan jasa mendominasi kegiatan impor di Kanada.

BAB 2 - PELUANG PASAR

2.1 TREN PRODUK



Sumber: *freepic*

Pala merupakan salah satu primadona rempah-rempah dunia yang menjadi komoditas perdagangan. Tanaman ini selain merupakan tanaman asli Indonesia juga tersebar pada wilayah atau negara yang memiliki iklim tropis termasuk diantaranya Guangdong dan Yunan di Cina, Taiwan, Malaysia, Grenada di Kepulauan Karibia, Kerala di India, Sri Lanka, dan Afrika Selatan. Di Indonesia sendiri, daerah penghasil utama pala adalah Kepulauan Maluku, Sulawesi Utara, Sumatra Barat, Nanggroe Aceh Darusalam, Jawa Barat dan Papua.

Selain sebagai rempah, pala juga merupakan tanaman yang buah dan bijinya dapat dimanfaatkan sebagai bahan industri makanan dan minuman, itulah mengapa pala merupakan tanaman dengan nilai ekonomis yang tinggi. Pala merupakan tanaman *Myristica fragrans* yang dapat tumbuh setinggi 9 hingga 20 meter dengan tipe percabangan menyebar yang menghasilkan biji dan aril. Produk dari pala sendiri yaitu biji dan bunga pala. Biji pala dapat diolah menjadi dua jenis yaitu mentega pala (Nutmeg butter) dan minyak esensial. Terdapat tiga kualifikasi biji pala yaitu sound,

¹ Statistic Canada. 2021. <https://www150.statcan.gc.ca/n1/daily-quotidien/210601/dq210601b-eng.htm?HPA=1&indid=3278-1&indgeo=0>

substandard dan distilling. Kualitas sound adalah biji pala yang digunakan sebagai rempah-rempah halus dan ekstraksi oleoresin. Kualitas substandard yaitu biji pala yang digunakan sebagai rempah-rempah halus, ekstraksi oleoresin dan distilasi minyak atsiri. Sedangkan distilling yaitu biji pala dengan kualitas rendah yang umumnya digunakan dalam ekstraksi biji pala².

Biji, fuli dan minyak pala merupakan komoditas ekspor dan digunakan dalam industri makanan dan minuman. Produk pala untuk keperluan ekspor sendiri terbagi menjadi 4 (empat) kategori dan 2 (dua) kategori tambahan dari kapulaga (kode HS 0908). Produknya terdiri atas pala (utuh dan bubuk), bunga pala (utuh dan bubuk) dan kapulaga (utuh dan bubuk) seperti yang terlihat pada gambar 2.

Gambar 2
Pala, Bunga Pala dan Kapulaga (Utuh dan Bubuk)



Pala Utuh



Bunga Pala Kering



Kapulaga Kering



Pala Bubuk



Pala dan Bunga Pala



Kapulaga Bubuk

Sumber: *Freepic*

2.2 STRUKTUR PASAR

Sebagai salah satu negara mitra dalam perdagangan, hubungan Indonesia Kanada juga terjalin melalui perdagangan baik dalam kegiatan ekspor maupun impor. Tabel 1 menunjukkan jumlah ekspor dan impor yang dilaksanakan oleh kedua negara dalam kurun waktu 5 tahun. Dari tabel tersebut, dapat dilihat bahwa nilai impor dari Kanada ke Indonesia jauh lebih besar dibandingkan nilai ekspor Indonesia-Kanada. Sedangkan untuk pangsa ekspor sendiri, komoditi non migas masih mendominasi nilai ekspor ke Kanada.

² <http://e-journal.uajy.ac.id/17666/3/BL014922.pdf>

Tabel 1
Ekspor dan Impor Indonesia – Kanada (2016-2021) dalam ribu USD

Uraian	2016	2017	2018	2019	2020	2021
EKSPOR	732,447.3	821,233.1	913,889.2	858,206.0	789,116.4	485,771.9
MIGAS	121.4	100	123.1	86.3	24.4	0
NON MIGAS	732,326.0	821,133.1	913,766.1	858,119.7	789,092.0	485,771.9
IMPOR	1,383,029.9	1,553,625.8	1,840,749.5	1,838,717.0	1,615,460.4	1,045,933.0
MIGAS	512.5	672.1	1,031.9	623.3	383.5	401.2
NON MIGAS	1,382,517.4	1,552,953.8	1,839,717.6	1,838,093.7	1,615,076.9	1,045,531.8

Sumber: Statistik Kemendag, 2021

Salah satu komoditi non migas yang menjadi pilihan utama Kanada dari Indonesia adalah rempah-rempah. Sebagai negara dengan iklim tropis, Indonesia merupakan negara yang memiliki daya saing rempah yang baik di pasar global. Bahkan pada tahun 2015 Indonesia termasuk dalam peringkat ke-4 besar pengekspor rempah dengan persentase ekspor sebesar 8,8 persen ke seluruh dunia³. Dengan reputasi produksi yang mampu bersaing, peluang Indonesia sebagai produsen rempah dunia dapat berkontribusi terhadap perekonomian nasional. Apalagi, permintaan terhadap rempah semakin meningkat setiap tahunnya. Terjadi kenaikan dalam ekspor Indonesia pada produksi kelompok teh dan rempah ke dunia sebesar rata-rata 4-6 % dalam kurun waktu 2018 – 2020 dengan capaian nilai USD 1,7 Milliar di tahun 2020⁴.

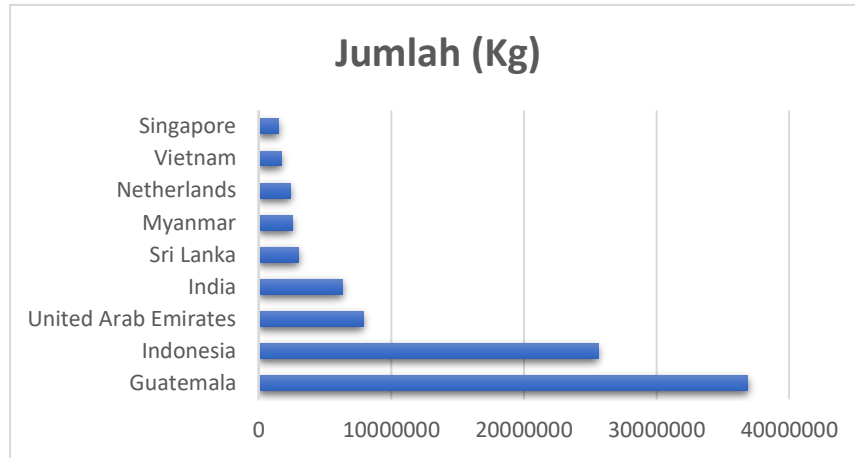
Pala merupakan salah satu komoditi rempah dengan prospek yang menjanjikan. Saat ini, Indonesia termasuk dalam 10 besar negara pengekspor pala. Bahkan pada tahun 2019, Indonesia tercatat sebagai negara pengekspor pala kedua terbesar di dunia setelah Guatemala (lihat tabel 2) dengan jumlah ekspor mencapai 26 juta kg dengan nilai ekspor mencapai USD 159 juta. Negara tujuan ekspor Indonesia untuk komoditi Pala terbesar saat ini yaitu Vietnam, China, Jerman, Belanda dan Amerika Serikat.

³ Kompas.com <https://travel.kompas.com/read/2020/04/19/213100327/sejarah-pala-rempah-dengan-kisah-penuh-darah?page=all>.

⁴Trademap. 2021.

https://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_TS.aspx?nvpm=1%7c360%7c%7c%7c09%7c%7c%7c2%7c1%7c1%7c2%7c2%7c1%7c2%7c5%7c1%7c1

Tabel 2
Daftar Negara Pengekspor Komoditi Pala, Bunga Pala dan Kapulaga
dengan Kode HS 0908 Terbesar tahun 2019 (per Kg)



Sumber: *World Integrated Trade Solution, 2019*⁵

Ekspor Pala ke Kanada secara umum tidak begitu besar bila dibandingkan dengan negara seperti Vietnam, China, Jerman, Belanda dan Amerika Serikat, karena Kanada bukan merupakan negara utama target ekspor pala. Meskipun bukan merupakan pasar utama ekspor pala, permintaan pasar Kanada sendiri tidak bisa dikatakan kurang penting karena dibandingkan dengan negara lainnya, Indonesia merupakan negara eksportir yang menduduki peringkat pertama di Kanada. Pada tahun 2016 – 2017, nilai ekspor pala bahkan mencapai USD 1,2 juta dengan jumlah ekspor mencapai 200an kilogram. Meskipun terjadi penurunan hampir setengah persen pada dua tahun berikutnya, namun pada tahun 2020 nilai ekspor pala kembali meningkat pada angka penjualan 125,334 kilogram dengan nilai ekspor mencapai USD 500 ribu.

Tabel 3
Ekspor Komoditi Pala (HS 0908) Ke Kanada (2016-2020)

Tahun	Kode HS	Nilai Ekspor (USD)	Jumlah (Kg)
2016	0908	1,265,590	224,700
2017	0908	1,157,747	216,450
2018	0908	878,138	152,778
2019	0908	448,289	86,448
2020	0908	543,764	125,334

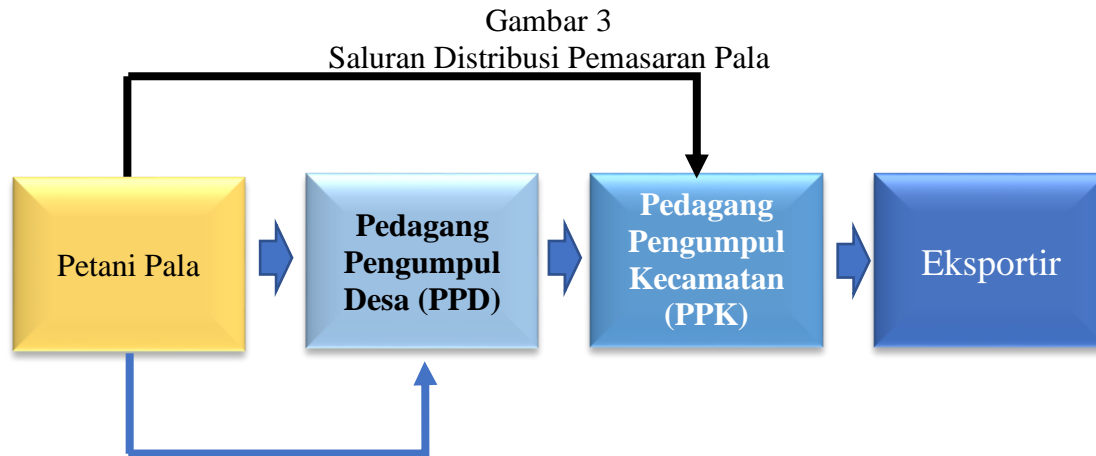
Sumber: *UN Comtrade Database, 2021*⁶

⁵ *World Integrated Trade Solution, 2019. Nutmeg, mace and cardamoms exports by country in 2019.* Data excel <https://wits.worldbank.org/trade/comtrade/en/country/ALL/year/2019/tradeflow/Exports/partner/WLD/product/0908#>

⁶ <https://comtrade.un.org/data/>

2.3 SALURAN DISTRIBUSI

Dalam pemasaran pala, penjualan disesuaikan dengan hasil panen dari petani. Pala bisa dijual dalam keadaan basah/belum dijemur atau juga dalam keadaan kering. Dalam penjualan tersebut petani bebas memilih pemasaran mana yang sekiranya bermanfaat baik dari segi kemudahan maupun dari profit yang diinginkan. Sebagai salah satu contoh distribusi yang dilaksanakan pada komoditi pala yang dilaksanakan di Banda memiliki Maluku Utara, saluran distribusi pemasaran untuk ekspor pala terdiri mulai dari petani, pedagang dan eksportir. Sedangkan untuk pedagang sendiri terdiri dari beberapa jenis yaitu mulai dari pengumpul pala desa, kecamatan sampai dengan Provinsi.



Sumber: Lawalata, 2019⁷

Gambar 3 menunjukkan model saluran distribusi pemasaran pala. Terdapat 2 (dua) jenis alur distribusi berdasarkan gambar. Secara umum terdapat dua model distribusi pemasaran pala yaitu:

1. Saluran Pendek: Petani Pala, Pedagang Pengumpul Kecamatan, Eksportir.
2. Salurang Panjang: Petani Pala, Pedagang Pengumpul Desa, Pedagang Pengumpul Kecamatan, Eksportir.

Model pertama merupakan model paling sederhana dalam distribusi pemasaran pala. Pada model ini hasil panen pala dari petani secara langsung dijual atau dikumpulkan kepada Pedagang Kecamatan. Umumnya model ini lebih sering dilaksanakan oleh petani yang berdomisili di sekitar kecamatan atau dilaksanakan petani dari segi keuntungan harga jual karena petani langsung berhadapan dengan pedagang pengumpul kecamatan karena tidak memerlukan pihak pengumpul desa lagi.

Sedangkan model kedua sering disebut sebagai model saluran panjang distribusi, model ini biasa dilaksanakan oleh petani desa yang jarak dan medan tempuh menuju pengumpul kecamatan, kelemahan model ini karena banyak pos yang harus dilewati tentunya sangat berdampak pada keuntungan yang diperoleh oleh petani. Informasi terkait data supplier pala dapat diakses pada Indotrading https://www.indotrading.com/company_biji-pala_2757/.

⁷ Lawalata, 2019. Analisis Saluran Pemasaran Pala Banda (Myristica Fragrans Houtt) di Kecamatan Banda Neira Kabupaten Maluku Tengah

2.4 PERSEPSI TERHADAP PRODUK INDONESIA

Komoditi pala Indonesia mendapatkan respon yang positif di Kanada, yang ditunjukkan dari masuknya Indonesia sebagai 10 besar negara importir di Kanada. Bahkan Indonesia merupakan negara importir pala terbesar pertama, mengalahkan Guatemala dan India pada posisi kedua dan ketiga dalam kurun waktu 5 (lima) tahun berurut-urut.

Tabel 4
Importer Komoditi Pala, Bunga Pala dan Kapulaga
dengan Kode HS 0908 ke Kanada dalam ton (2016-2020)

Exporters	2016	2017	2018	2019	2020
World	772	807	1000	707	1169
Indonesia	238	219	302	213	362
Guatemala	103	181	198	182	250
India	175	182	195	163	235
Grenada	137	76	200	63	192
Sri Lanka	8	10	9	14	31
Viet Nam	1	1	7	5	25
United States of America	84	89	54	32	22
Pakistan	2	3	2	5	18
Honduras	3	11	5	3	8
China	5	6	15	7	6

Source: Trademap, 2021⁸

BAB 3 - PERSYARATAN PRODUK

3.1 KETENTUAN PRODUK

Untuk mengukur kualitas produk makanan, Kanada memiliki Lembaga yaitu *Canadian Food Inspection Agency* (CFIA). Lembaga CFIA ini bertugas dalam mengatur aktivitas produk makanan Kanada. Dalam memastikan kualitas impor produksi makanan, CFIA juga dibantu *Canada Border Services Agency* mengatur tentang ketentuan impor produk.

Terkait kebijakan makanan di Kanada, setiap produk yang akan dipasarkan di Kanada harus memenuhi standar keamanan dan higienitas sehingga tidak menimbulkan masalah kesehatan. Produk yang dipasarkan di Kanada harus memenuhi persyaratan yang ditentukan oleh *Food And Drugs Act Regulations Canada*. Untuk produk pala yang masuk dalam kategori rempah, ketentuan produksi pala yang masuk ke Kanada adalah produk harus diproduksi, disiapkan, diawetkan, dikemas dan disimpan dengan sanitasi yang baik. Untuk itu baik produsen dan importir harus memberikan informasi detail terkait produk dalam proses impor. Ketentuan syarat untuk produk pala dapat dilihat pada Bagian B Divisi *B.07.001 - DIVISION 7 - Spices, Dressings and Seasonings* dengan perincian syarat produk sebagai berikut:

⁸

https://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_TS.aspx?nvpm=1%7c124%7c%7c%7c%7c0908%7c%7c%7c4%7c1%7c1%7c1%7c2%7c1%7c2%7c2%7c1%7c1

Gambar 4 Ketentuan Produk

B.07.006 [S]. Kapulaga or Biji Kapulaga, putih atau hijau, utuh atau bubuk, atau rimpang kering dari *Elettaria cardamomum Maton* memuat:

- (a) tidak lebih dari
 - (i) tujuh persen abu total,
 - (ii) tiga persen abu tidak larut dalam asam klorida,
 - (iii) 13 per kelembaban persen, dan
- (b) tidak kurang dari tiga mililiter minyak atsiri per 100 gram rempah-rempah

B.07.006 [S]. Fuli (Bunga Pala), utuh atau bubuk, atau rimpang kering dari *Myristica fragrans Houttyn* memuat:

- (a) tidak lebih dari
 - (i) 3,5 persen abu total,
 - (ii) 0,5 persen abu tidak larut dalam asam klorida,
 - (iii) delapan persen kelembaban, dan
- (b) tidak kurang dari 11 mililiter minyak atsiri per 100 gram rempah-rempah, dan Total ekstrak non volatil yang dihasilkan, yaitu
- (c) etil eter, tidak kurang dari 20 persen atau lebih dari 35 persen,
- (d) etil eter, setelah awal ekstraksi dengan petroleum eter tidak boleh lebih dari lima Persen

B.07.006 [S]. Pala, utuh atau bubuk, atau rimpang kering dari *Myristica fragrans Houttyn*, atau pala kering yang dilapisi dengan larutan kapur memuat

- (a) tidak lebih dari
 - (i) tiga persen abu total,
 - (ii) 0,5 persen abu tidak larut dalam asam klorida,
 - (iii) delapan persen kelembaban, dan
- (b) tidak kurang dari
 - (i) 25 persen ekstrak eter non volatil
 - (ii) 6,5 mililiter minyak atsiri per 100 gram rempah-rempah

Sumber: https://laws-lois.justice.gc.ca/eng/regulations/c.r.c.,_c._870/page-37.html#h-570402

3.2 KETENTUAN PEMASARAN

1. Produk

Ketentuan pemasaran produk pala selain diatur oleh pemerintah, juga harus mengikuti ketentuan yang diatur oleh negara importir. Secara umum ketentuan pemasaran harus memperhatikan proses penanganan pascapanen yang meliputi pemisahan produk (daging buah, biji dan fuli), pengeringan, sortasi, penyimpanan dan pengemasan. Kelima hal tersebut menjadi penting karena akan sangat berpengaruh terhadap kualitas dan kebersihan produk yang dihasilkan.

Pada proses awal pemisahan antara daging buah, biji dan fuli harus dilakukan pada tempat yang bersih dan kering serta harus dilakukan secara hati-hati. Kehati-hatian diperlukan agar saat memisahkan buah dan biji tidak terjadi kerusakan. Selanjutnya, pada proses pemisahan, produk dipisahkan berdasarkan jenisnya (gemuk/utuh, kecil/keriput, rusak). Sedangkan pada proses pengeringan, yang harus diperhatikan adalah pengeringan dan pengapuran produk harus sesuai standar yang disyaratkan importir (*lihat gambar 4 ketentuan produk*). Pada proses sortasi pemisahan pala dilakukan berdasarkan kualitas produk. Secara umum kualitas produk dibagi atas Kualitas I (ABCD), Kualitas II (Rimple atau SS), ualitas III (BWP = Broken, Wormy, Punky), whole atau broken (utuh dan tidak utuh).

2. Harga

Harga pala dan turunannya sangat dipengaruhi oleh kondisi pasar dunia. Penentuan harga secara pasti belum ditetapkan, karena selain dipengaruhi harga pasar global, kualitas produk juga sangat berpengaruh terhadap harga yang ditawarkan, semakin baik suatu produk maka harganya juga akan semakin bertambah. Umumnya pembagian harga berdasarkan mutu diatur dalam Standar Nasional Indonesia (SNI) dengan memperhatikan kadar air, kadar kerusakan biji, kebersihan produk dari kotoran serangga atau benda asing lainnya. Sedangkan ketentuan khusus mengacu pada ketentuan negara importir.

3. Tempat atau distribusi (Transportasi)

Selain masalah produk, dan harga hal lain yang harus diperhatikan dalam pemasaran yaitu terkait tempat dan distribusi produk. Tempat dan distribusi mencakup mulai dari tempat atau lokasi pengemasan, penyimpanan barang sampai dengan sistem transportasi yang digunakan dalam proses distribusi. Penyimpanan produk harus dilakukan di tempat yang kering dan teduh, dapat disimpan di dalam karung atau kaleng yang tertutup rapat. Proses pengemasan dapat dilakukan menggunakan karung goni berlapis. Umumnya untuk pala dalam 1 sak dengan berat kisarn 75 – 90 kg tergantung pada jenis. Pada pengemasan jika terdapat permintaan pengawetan biji dapat dilakukan fumigasi dengan ketentuan berada di ruang tertutup rapat selama 2x24 jam. Persyaratan dokumen harus sudah dipastikan saat akan mengirimkan barang agar tidak terjadi permasalahan waktu yang akan berdampak pada kualitas produk.

4. Promosi

Hal yang tidak kalah penting yaitu promotor eksportir harus melakukan promosi guna mengenalkan produk pada target importir.

Selain ke-empat strategi pemasaran di atas, dibawah ini adalah pemetaan analisis SWOT untuk melihat potensi pemasaran pala di Kanada.

Tabel 5
Analisis SWOT PADA Produk Pala Indonesia

<i>Strength</i> (Keunggulan)	<i>Weakness</i> (Kelemahan)
<ul style="list-style-type: none"> - Permintaan produk lebih tinggi dibandingkan dengan permintaan pada negara eksportir lainnya; - Memiliki harga yang terjangkau. 	<ul style="list-style-type: none"> - Standar mutu pala yang masih kurang; - Informasi pasar pala di Kanada masih sangat sedikit.
<i>Opportunity</i> (Peluang)	<i>Threat</i> (Ancaman)
<ul style="list-style-type: none"> - Masih tingginya permintaan pala Indonesia dibandingkan eksportir negara lain, memungkinkan peningkatan kerjasama dengan baik dengan produsen, distributor dan importir; - Peningkatan bahan mentah pala menjadi bahan olahan untuk menambah nilai jual; - Karena masih minimnya informasi pasar Kanada, promosi dapat membantu mengenalkan produk lebih luas. 	<ul style="list-style-type: none"> - Harga yang masih rendah, meskipun jumlah ekspor tinggi namun harga masih belum bersaing; - Pengawasan standar mutu yang kurang bisa menimbulkan penolakan produk (penolakan umumnya terjadi di negara Eropa karena kurangnya sanitasi dan higienitas produk).

3.3 METODE TRANSAKSI

Terdapat beberapa alternatif transaksi dalam transaksi ekspor:

1. *Advance Payment* (Pembayaran Di Muka);
2. *Letter of Credit* (L/C);
3. *Document Against Payment* (D/P);
4. *Document Against Acceptance* (D/A);
5. *Open Account*;
6. *Consignment*.

Tabel 6
Perbandingan Metode Transaksi Ekspor

No	Metode	Deskripsi	Keuntungan dan Resiko	
			Eksportir	Importir
1	Advance Payment	Importir harus melakukan pembayaran di awal kepada eksportir sebelum barang-barang tersebut dikirimkan (nominal/besaran pembayaran tergantung kesepakatan dengan importer) baik dilakukan dengan sistem pembayaran tunai atau Telegraphic Transfer (T/T)	Menguntungkan bagi eksportir karena menerima pembayaran terlebih dahulu. Tapi tetap harus amanah dan siap untuk mengirim barang sesuai pesanan.	Terdapat resiko gagal atau terlambatnya pengiriman barang. Kualitas dan jumlah barang bisa juga tidak sesuai harapan
2	Letter of Credit (L/C)	Surat dari importir yang memastikan pembayaran kepada eksportir yang dijamin dan dikeluarkan oleh bank penjamin setelah produk dan dokumen ekspor dikirimkan	Dapat mengirim barang dengan tenang karena ada jaminan pembayaran dari bank setelah menyampaikan bukti penyelesaian pengiriman dan sesuai dengan persyaratan dalam L/C. Namun terdapat biaya cukup mahal dari bank untuk penerbitan (biasanya eksportir hanya menanggung biaya selain penerbitan).	Dapat mengalokasikan dana dengan tenang karena ditampung di bank penjamin terlebih dahulu, dan kemudian diteruskan ke eksportir jika importir memperoleh barang dari eksportir yang sesuai dengan kesepakatan. Namun terdapat biaya cukup mahal dari bank untuk penerbitan (biasanya berdasarkan persentase total transaksi dan ditanggung oleh importir)
3	Document Against Payment (D/P)	Mirip L/C, tapi importir melakukan pembayaran sebelum mengambil dokumen ekspor (untuk mengambil barang) melalui bank.	Ada ketenangan bahwa barang tidak akan bisa diambil jika importir belum melakukan pembayaran. Tapi tidak ada peran penjaminan dari bank. Jadi importir bisa saja membatalkan pesanan. Biaya lebih murah daripada L/C karena resiko bagi bank lebih kecil.	Ada ketenangan karena bisa bayar setelah barang tiba di negara importir dan diperiksa kesesuaiannya melalui dokumen Biaya lebih murah daripada L/C karena resiko bagi bank lebih kecil

No	Metode	Deskripsi	Eksportir	Importir
4	Document Against Aacceptance (D/A)	Mirip L/C, tapi importir melakukan pembayaran sebelum mengambil dokumen ekspor (untuk mengambil barang) melalui bank.	Ada ketenangan bahwa barang tidak akan bisa diambil jika imprtir belum melakukan pembayaran. Tapi tidak ada peran penjaminan dari bank. Jadi importir bisa saja membatalkan pesanan. Biaya lebih murah daripada L/C karena resiko bagi bank lebih kecil.	Ada ketenangan karena bisa bayar setelah barang tiba di negara importir dan diperiksa kesesuaiannya melalui dokumen. Terdapat juga jangka waktu pembayaran setelah menyetujuinya Biaya lebih murah daripada L/C karena resiko bagi bank lebih kecil
5	Open Account	Importir tidak akan melakukan pembayaran apapun sebelum barang diterima oleh importir negara tujuan.	Terdapat resiko terlambat pembayaran atau bahkan bisa jadi tidak dibayar. Tidak ada pihak yang menjamin.	Menguntungkan bagi importir karena menerima barang terlebih dahulu sebelum membayar. Biasanya terdapat juga jangka waktu pembayaran
6	Consignment	Eksportir mengirimkan barang kepada importir sebagai titipan untuk dijualkan oleh importir. Namun, barang yang tidak terjual akan dikirimkan kembali (retur) ke eksportir.	Kemungkinan pembayaran terlambat dan bahkan bisa jadi merugi karena barang belum tentu terjual serta tidak ada jaminan pembayaran.	Menguntungkan bagi importir karena dapat menerima barang sebelum membayar dan bisa membayarnya ketika sudah ada penjualan.

Sumber: UKM Indonesia⁹

⁹ UKM indonesia, n.d. Mengenal berbagai Metode Pembayaran Ekspor <https://www.ukmindonesia.id/baca-artikel/358>

3.4 INFORMASI HARGA

Nilai ekspor pala Indonesia ke Kanada mengalami perubahan setiap tahunnya. Untuk pala sendiri harga pada tahun 2019 dengan 170 ribu kg nilai ekspor pala mencapai USD 1,3 Juta. Nilai terendah adalah ekspor kapulaga yang hanya mencapai USD 5 ribu.

--

Tabel 7
Jumlah dan Nilai Ekspor Pala (HS0908) ke Kanada (2018 – 2019)

Product Code	Product Description	Year	Trade Value 1000USD	Quantity (Kg)
090810	Spices; nutmeg	2019	1340.05	178469
090820	Spices; mace	2019	220.03	34376
090830	Spices; cardamoms	2019	0.05	20
090810	Spices; nutmeg	2018	722.24	140253
090820	Spices; mace	2018	155.15	12500
090830	Spices; cardamoms	2018	0.75	25

Sumber: <https://wits.worldbank.org/>

Sementara pada pencarian harga pala pada retail e-market adalah sebagai berikut:

Tabel 8 Marketplace dan Harga Pala

No	Market Place	Merk	Tipe	Volume	Harga* (USD)
1	The Spice Trader Canada		Pala utuh	50 gr	7.75
			Pala bubuk	50 gr	8.95
2	Amazon Canada	365 Everyday Value	Pala bubuk organik	53 gr	5.99
		Club House	Pala bubuk	39 gr/ 525 gr	6.19/ 23.87
		McCormick Gourmet	Pala bubuk	51 gr	9.69
		Simply Organic	Pala bubuk	75 gr	18.76
			Pala bubuk organik	65 gr	34.99
3	IGA Marketplace	Spice & co	Pala bubuk	40 gr	3.29
			Pala utuh	8 biji	3.29
		Masterfood	Pala bubuk	30 gr	3.14
4	Fresh St. Market	Organic Fair	Pala bubuk	40 gr	11.99
		Nature's Choice	Pala bubuk	28 gr	2.99
5	Real Canadian Superstore	No Name	Pala Bubuk	125 gr	3.29**
		Suraj	Pala Bubuk	100 gr	3.28**
6	Walmart	Great Value	Pala Bubuk	80 gr	1.97**

*Harga pada tahun 2021 (harga sewaktu-waktu bisa berubah)

** Harga CAD (Dollar Canada)

Gambar 5
Produk Pala berdasarkan Marketplace



Sumber: The Spice Trader Canada



Sumber: Amazon Canada



Sumber: IGA Marketplace



Sumber: Fresh St. Market



Sumber: Real Canadian Superstore



Sumber: Walmart

3.5 KOMPETITOR

Meskipun dipasok dari beberapa negara yang berbeda, di Kanada umumnya masyarakat mengetahui bahwa pala adalah komoditi yang berasal Kota Banda yang dijuluki sebagai pulau rempah-rempah di Indonesia. Namun, saat ini, terdapat beberapa negara pengimpor pala yang harus bersaing dengan Indonesia.

Tabel 9
Importer Komoditi Pala, Bunga Pala dan Kapulaga
dengan Kode HS 0908 ke Kanada dalam ton dan Nilai Ekspor dalam USD/ton (2016-2020)

No	Exporters	2016	2017	2018	2019	2020
1	World	772	807	1000	707	1169
		8,816	10,224	9,801	12,608	12,979
2	Indonesia	238	219	302	213	362
		6,824	6,927	6,808	7,324	5,580
3	Guatemala	103	181	198	182	250
		9,699	12,177	15,081	20,923	26,148
4	India	175	182	195	163	235
		9,823	11,577	11,754	11,393	16,332
5	Grenada	137	76	200	63	192
		7,752	7,421	5,745	6,524	5,599
6	Sri Lanka	8	10	9	14	31
		12,000	13,800	16,778	12,071	7,419
7	Viet Nam	1	1	7	5	25
		15,000	20,000	8,571	8,200	8,080
8	United States of America	84	89	54	32	22
		12,619	12,955	13,148	19,500	27,227
9	Pakistan	2	3	2	5	18
		4,500	3,333	9,000	3,400	4,833
10	Honduras	3	11	5	3	8
		6,000	7,455	11,800	30,000	24,625

Sumber: Trade Map

Tabel 9 menunjukkan 10 besar negara-negara pengimpor pala yang masuk ke Kanada dalam rentang waktu 5 (lima) tahun. Berdasarkan data yang ada, dapat dilihat bahwa dibandingkan negara lain, Indonesia cukup mendapat tempat di Kanada, karena Indonesia mendominasi jumlah pala terbanyak dibandingkan negara lainnya. bahkan setiap tahunnya Indonesia berhasil mengimpor 200 – 300an ton pala setiap tahunnya. Namun yang harus menjadi perhatian bagi para importer adalah meskipun nilai kuantitas pala ke Kanada sangat besar namun dari segi harga, Indonesia masih kurang jika dibandingkan dengan pala yang diekspor oleh Guatemala, USA, Honduras yang bahkan bisa mencapai nilai diatas USD 20 ribu/ton.

Kedua faktor tersebut tentunya merupakan keunggulan atau justru kekurangan di Indonesia, namun, dengan kemampuan menghasilkan produksi pala yang tinggi dengan harga yang terjangkau, seharusnya bisa menjadi nilai tambah untuk memulai bisnis pala di Kanada.

BAB 4 - KESIMPULAN

Sebagai negara penghasil rempah-rempah yang diakui secara global, Indonesia telah memiliki nilai jual yang dapat digunakan guna mengembangkan ekspor pala di Kanada. Meskipun bukan merupakan negara utama target ekspor pala, kebutuhan pala di Kanada juga semakin meningkat setiap tahunnya. Dengan hubungan bilateral kedua negara yang terus menunjukkan sisi yang positif memungkinkan ekspor pala semakin berkembang.

Dalam lima tahun berurut-urut Indonesia menempatkan diri sebagai penyumbang ekspor pala terbesar pertama di Kanada. Pasar pala di Kanada memiliki potensi yang sangat baik dan sayang jika dilewatkan. Selain harus memperhatikan jumlah ekspor pala, pemerintah dan eksporter harus meningkatkan kualitas pala yang ada. Negara-negara maju sangat terkenal akan standar mutu dan kualitas produk, apalagi jika itu adalah produk makanan. Untuk itu para eksporter harus menjamin kualitas pala baik dari segi kebersihan, higienitas dan kualitas produk, karena sampai saat ini nilai jual pala masih rendah jika dibandingkan dengan negara-negara importir lainnya.

Namun, meskipun pangsa pasar pala merupakan salah satu komoditi yang cukup menjanjikan di masa mendatang, harus diakui bahwa informasi terkait tren pasar pala di Kanada masih sangat minim. Hal ini akan menyulitkan baik bagi para pelaku usaha baru yang ingin memulai bisnis pala di Kanada. Untuk itulah, diperlukan usaha, baik dari pemerintah maupun dari kalangan pelaku usaha guna memaksimalkan potensi pala yang ada. Masih diperlukan banyak promosi dalam pengembangan ekspor pala Kanada ini, karena potensi pasar yang besar namun tanpa adanya promosi yang baik akan merugikan bagi Indonesia.

BAB 5 - LAMPIRAN

5.1 DAFTAR IMPORTIR

0908 - Canadian Importers Database (CID)

Major Canadian Importers in 2019

Market Concentration & Major Canadian Importers

1) 090811 - Nutmeg, neither crushed nor ground

Market concentration

Number of importers	Value of imports (\$CDN)	Cumulative % of imports
5	881,170	75.86%
All	1,161,555	100.00%

Major Canadian importers in 2019

Company name (alphabetical order)	City	Province	Postal code Footnote 3
ALTIUS SPICES AND SEASONINGS INC./ALTIUS EPICES ET ASSAISONN	Baie-D'urfé	Quebec	H9X 3S4
HALFORD-LEWIS LIMITED/LIMITEE	Saint-Laurent	Quebec	H4S 1S1
LES ALIMENTS CONCENTRES C E L L , S E C	Pointe-Claire	Quebec	H9R 4Z2
SHASHI FOODS INC.	Toronto	Ontario	M4G 4H2
WORLEE INTERNATIONAL INC.	Saint-Laurent	Quebec	H4T 4L5

2) 090812 – Nutmeg, crushed or ground

Market concentration

Number of importers	Value of imports (\$CDN)	Cumulative % of imports
3	968,646	47.45%
6	1,255,150	61.48%
10	1,413,459	69.24%
15	1,503,308	73.64%
20	1,562,390	76.53%
25	1,597,417	78.25%
34	1,643,108	80.49%
All	2,041,469	100.00%

Major Canadian importers Footnote2 in 2019

Company name (alphabetical order)	City	Province	Postal code Footnote3
A. BOSA & CO. LTD.	Vancouver	British Columbia	V5K 4Y3
ASIAN FOOD CENTRE	Toronto	Ontario	M9V 3Z7
BAINS WHOLESALE FOODS LTD.	Surrey	British Columbia	V3S 8E7
CALGARY PRODUCE MARKET	Calgary	Alberta	T3J 3Z5
CLUBHOUSE DIVISION	London	Ontario	N5V 3K5
CONAGRA BRANDS CANADA INC./MARQUES CONAGRA CANADA INC.	Mississauga	Ontario	L4W 5K7
DAWN FOOD PRODUCTS CANADA LTD.	Brampton	Ontario	L6T 0C8
ECOMA ORGANICS LTD.	Toronto	Ontario	M2J 1R3
EDOKO FOOD IMPORTERS LTD.	Toronto	Ontario	M3J 2Z6
EVE FOOD CANADA	Richmond Hill	Ontario	L4S 1G6
FRITO LAY CANADA	Mississauga	Ontario	L4W 0C3
FRONTIER COOPERATIVE HERBS	Norway	Iowa	
FRUITICANA PRODUCE LTD.	Surrey	British Columbia	V3W 4H7
GATHERING PLACE TRADING	Whaletown	British Columbia	V0P 1Z0
GREENWORLD FOOD EXPRESS INC.	Mississauga	Ontario	L4W 1R8
HORIZON DISTRIBUTORS LTD.	Burnaby	British Columbia	V3N 0B2
LES ALIMENTS CONCENTRES CELL, SEC	Pointe-Claire	Quebec	H9R 4Z2
LES INGREDIENTS ALIMENTAIRES BSA INC.	Saint-Léonard	Quebec	H1P 3E1
LOBLAWS INC.	Brampton	Ontario	L6Y 5S5
MALABAR SUPER SPICE COMPANY LTD.	Burlington	Ontario	L7T 2X5
NADOR CAFE	Québec	Quebec	G1M 2Y2
NIAGARA FLAVORS INC.	Brampton	Ontario	L6Y 6C1
ONTARIO NATURAL FOOD COMPANY INC.	Mississauga	Ontario	L5R 3K2
ORGANIC CONNECTIONS LTD	Wainfleet	Ontario	L0S 1V0
PACIFIC BLENDS LTD.	Port Coquitlam	British Columbia	V3C 5W9
QUALITY NATURAL FOODS CANADA INC.	Toronto	Ontario	M1S 4A4
RECTOR FOODS LIMITED	Brampton	Ontario	L6S 6C6
ROSE HILL FOODS INC. LES ALIMENTS ROSE HILL INC.	Saint-Laurent	Quebec	H4S 2A2
SATAU INC	Dollard-des-Ormeaux	Quebec	H9B 2N4
SHASHI FOODS INC.	Toronto	Ontario	M4G 4H2
STARBUCKS COFFEE CANADA, INC.	Toronto	Ontario	M2N 6L7
THE SILK ROAD SPICE MERCHANT,LTD.	Calgary	Alberta	T2G 1L6
UNFI CANADA, INC.	Concord	Ontario	L4K 2N1
WAL-MART CANADA CORP/LA COMPAGNIE WAL-MART DU CANADA	Mississauga	Ontario	L5N 1P9

3) 090821 - Mace, neither crushed nor ground

Market concentration

Number of importers	Value of imports (\$CDN)	Cumulative % of imports
3	134,733	78.23%
All	172,234	100.00%

Major Canadian importers in 2019

Company name (alphabetical order)	City	Province	Postal code
ALTIUS SPICES AND SEASONINGS INC./ALTIUS EPICES ET ASSAISONN	Baie-D'urfé	Quebec	H9X 3S4
HALFORD-LEWIS LIMITED/LIMITEE	Saint-Laurent	Quebec	H4S 1S1
LES ALIMENTS CONCENTRES C E LL , S E C	Pointe-Claire	Quebec	H9R 4Z2
SHASHI FOODS INC.	Toronto	Ontario	M4G 4H2
WORLEE INTERNATIONAL INC.	Saint-Laurent	Quebec	H4T 4L5

4) 090822 - Mace, crushed or ground

Market concentration

Number of importers	Value of imports (\$CDN)	Cumulative % of imports
5	336,797	77.65%
All	433,747	100.00%

Major Canadian importers in 2019

Company name (alphabetical order)	City	Province	Postal code Footnote3
CLUBHOUSE DIVISION	London	Ontario	N5V 3K5
GRIFFITH FOODS LIMITED	Toronto	Ontario	M1L 3J8
LES INGREDIENTS ALIMENTAIRES BSA INC.	Saint-Léonard	Quebec	H1P 3E1
SHASHI FOODS INC.	Toronto	Ontario	M4G 4H2
WORLEE INTERNATIONAL INC.	Saint-Laurent	Quebec	H4T 4L5

5) 090831 - Cardamons, neither crushed nor ground

Market concentration

Number of importers	Value of imports (\$CDN)	Cumulative % of imports
3	3,408,080	52.45%
6	4,332,362	66.67%
10	5,213,826	80.23%
All	6,498,386	100.00%

Major Canadian importers in 2019

Company name (alphabetical order)	City	Province	Postal code Footnote3
BAINS WHOLESALE FOODS LTD.	Surrey	British Columbia	V3S 8E7
FRUITICANA PRODUCE LTD.	Surrey	British Columbia	V3W 4H7
GAGAN FOODS INTERNATIONAL LTD.	Delta	British Columbia	V4G 0A5
LES ALIMENTS CONCENTRES C E LL, S E C	Pointe-Claire	Quebec	H9R 4Z2
LES ALIMENTS NUTRIFRESH LIMITEE/NUTRIFRESH FOODS LIMITED	Saint-Laurent	Quebec	H4R 2N6
PUNJAB TRADING INC	Mississauga	Ontario	L5T 1L5
QUALITY NATURAL FOODS CANADA INC.	Toronto	Ontario	M1S 4A4
SHAH TRADING COMPANY LIMITED	Saint-Laurent	Quebec	H4S 1Y6
SHASHI FOODS INC.	Toronto	Ontario	M4G 4H2
THE CHAI COMPANY INC.	Delta	British Columbia	V4G 1C6
WORLEE INTERNATIONAL INC.	Saint-Laurent	Quebec	H4T 4L5

6) 090832 - Cardamons, crushed or ground

Market concentration

Number of importers	Value of imports (\$CDN)	Cumulative % of imports
3	727,001	47.80%
6	978,560	64.34%
10	1,128,375	74.19%
15	1,214,699	79.86%
All	1,520,973	100.00%

Major Canadian importers in 2019

Company name (alphabetical order)	City	Province	Postal code Footnote3
CANADIAN ORGANIC SPICE & HERBCO. INC.	Watson	Saskatchewan	S0K 4V0
CLUBHOUSE DIVISION	London	Ontario	N5V 3K5
DATTANI WHOLESALERS	Calgary	Alberta	T2E 6T5
FIRST CHOICE FOODS INC.	Burnaby	British Columbia	V5J 5M8
GLOBAL GOURMET FOODS INC.	Richmond	British Columbia	V6X 1T5
LES ALIMENTS G. DION	Saint-Jérôme	Quebec	J7Y 4C7
LES INGREDIENTS ALIMENTAIRES BSA INC.	Saint-Léonard	Quebec	H1P 3E1
MINAMI INC.	Concord	Ontario	L4K 3N4
MOTHER PARKER'S TEA & COFFEE INC.	Mississauga	Ontario	L4Y 1S4
ORGANIC CONNECTIONS LTD	Wainfleet	Ontario	L0S 1V0
PACIFIC BLENDS LTD.	Port Coquitlam	British Columbia	V3C 5W9
SPICE CENTRE	Edmonton	Alberta	T6E 5P2
THE CHAI COMPANY INC.	Delta	British Columbia	V4G 1C6
TRANS-HERB E INC	Saint-Bruno	Quebec	J3V 6L8
UNILEVER COSMETICS INTERNATIONAL CANADA	Toronto	Ontario	M4W 3R2

Sumber: <https://www.ic.gc.ca/app/scr/ic/sbms/cid/searchProductResults.html?dy=2019&keyword=0908&searchedKeyword=0908>

5.2 DAFTAR PAMERAN

Berikut adalah daftar pameran virtual, maupun hybrid fisik yang berhubungan dengan produk pala yang akan diselenggarakan pada tahun 2022:

Nama Pameran	Tanggal Pameran	Website	Fisik/ Virtual
Restaurant Canada Show	27 Februari-1 Maret 2022	https://www.rcshow.com	Fisik Toronto
International Spice Conference	2-4 Maret 2022	https://www.internationalspiceconference.com	Hybrid Virtual dan Fisik (India)
SIAL Canada – an international trade fair for food	20-22 April 2022	https://sialcanada.com/en/	Fisik (Toronto, ON)
Functional Food & Advanced Nutraceuticals	25-26 April 2022	https://functionalfood.conferenceseries.com/	Virtual (Webinar)
Grocery & Specialty Food West 2022	25-26 April 2022	https://gsfshow.com	Fisik (Vancouver, BC)
Spices and Herbs Global Expo	1-5 Mei 2022	https://www.macfrut.com/en/c/131/spices_herbs_global_expo_	Fisik Italy
Global Food Security Food Safety & Sustainability	16-17 September 2022	https://foodsecurity.conferenceseries.com/	Fisik (Vancouver, BC)
Food Fraud and Safety	28-29 Oktober 2022	https://food.conferenceseries.com	Fisik (Vancouver, BC)

5.3 DAFTAR INFORMASI YANG BERGUNA

Laman website resmi Kanada yang memuat informasi persyaratan impor

<https://www.cbsa-asfc.gc.ca/import/menu-eng.html>

Laman website Trade Data Online Kanada dan Badan Sensus USA

<https://www.ic.gc.ca/eic/site/tdo-dcd.nsf/eng/home>

situs Buyer and Supplier di Kanada

<https://www.go4worldbusiness.com/buyers/canada/nutmeg.html>

Pasar Amazon untuk Produk-Produk Indonesia di Kanada dan Amerika Utara

<https://www.archipelago-store.com/id/beranda>

Lampiran Peraturan Menteri Pertanian Nomor 53/Permentan/OT.140/9/2012 tanggal 4

September 2012 tentang Pedoman Penanganan Pascapanen Pala

<http://www.flevin.com/id/lgs/legislation/Mirror/czozNToiZD1ibisyMDEyJmY9Ym45MTAtMjAxMmxhbXAucGRmJmpzPTEiOw==.pdf>

Laman daring yang menyediakan informasi perdagangan internasional yang berhubungan dengan lebih dari 2,2 juta perusahaan di 70 negara.

<https://ca.kompas.com>