



POTENSI EKSPOR CENGKEH

1. Potensi Pasar Global Cengkeh

- **Nilai pasar global:** diperkirakan mencapai **USD 5–6 miliar** dalam beberapa tahun ke depan dengan pertumbuhan stabil (CAGR ~3–4%).
- **Permintaan utama:**
 - **Industri rokok kretek** (dominan di Indonesia sendiri) → menyerap >80% produksi domestik.
 - **Industri makanan & minuman** (bumbu, bakery, saus, minuman beraroma).
 - **Farmasi & nutraceutical** (obat herbal, antiseptik, produk kesehatan).
 - **Minyak atsiri (clove oil/eugenol)** → bahan baku flavor, parfum, obat kumur, kosmetik.

Indonesia adalah produsen & konsumen cengkeh terbesar dunia (lebih dari 60–70% supply global). Selain Indonesia, produsen lain adalah Madagaskar, Tanzania, Sri Lanka, India, dan Komoro.

2. Daerah Penghasil Cengkeh di Indonesia

- **Maluku & Maluku Utara** → dikenal sebagai “Spice Islands”, penghasil cengkeh berkualitas tinggi.
- **Sulawesi Utara, Sulawesi Tengah, Sulawesi Selatan** → penyumbang besar untuk industri kretek.
- **Nusa Tenggara Timur (NTT).**
- **Sumatera (Aceh, Sumatera Utara, Lampung).**
- **Jawa Timur (Banyuwangi, Jember).**

3. Jenis & Spesifikasi yang Diminati

- **Whole cloves:** utuh, ukuran seragam, warna coklat tua kehitaman, kadar minyak atsiri tinggi ($\geq 15\%$), kadar air rendah ($\leq 12\%$).
- **Clove stems:** dipakai untuk minyak atsiri, farmasi, flavor.
- **Clove powder:** untuk industri makanan & minuman.
- **Clove oil (eugenol oil):** bahan baku kosmetik, farmasi, flavor, aromaterapi

Spesifikasi umum buyer internasional:

- Moisture content $\leq 12\%$
- Ash content $\leq 7\%$
- Volatile oil $\geq 15\%$
- Eugenol content tinggi (untuk clove oil)
- Bebas dari kontaminasi (debu, jamur, pestisida)

4. Pasar Tujuan Utama

- **India** → untuk industri makanan, obat, dan religius (permintaan besar, terutama whole cloves).
- **Pakistan, Bangladesh, Timur Tengah (UAE, Saudi Arabia, Oman)** → konsumsi rumah tangga & kuliner.
- **Eropa (Belanda, Jerman, UK, Spanyol)** → industri makanan, bakery, farmasi, kosmetik.
- **Amerika Serikat** → makanan, farmasi, flavor.
- **Tiongkok** → farmasi tradisional & kuliner.
- **Afrika Timur (Kenya, Tanzania, Madagaskar)** → kadang juga mengimpor untuk kebutuhan ulang ekspor.

5. Apa yang Perlu Disiapkan untuk Ekspor

Dokumen ekspor: Invoice, Packing List, COO (Certificate of Origin), Phytosanitary Certificate, Fumigation Certificate, Lab Test Certificate (kadar minyak, moisture, eugenol).

Sertifikasi tambahan (sesuai target pasar): HACCP, ISO 22000, Organic, Fair Trade, Kosher/Halal (jika target pasar Muslim & Eropa/AS).

Quality control: sortasi ketat, pengeringan hingga kadar air aman, storage di gudang kering berventilasi.

Packaging:

- Bulk: karung goni/jute bag 50–60 kg dengan inner liner food grade.
- Retail: pouch vakum, botol kaca, jar plastik kedap udara.

Supply chain: kerja sama langsung dengan petani di Maluku, Sulawesi, NTT → pastikan kontinuitas pasokan.

6. Strategi Ekspor

1. **Pemetaan Pasar** → fokus ke negara dengan permintaan tinggi & kurang produksi lokal (India, Timur Tengah, Eropa).
2. **Posisi Produk** → jangan bersaing hanya di harga (Vietnam & Madagaskar lebih murah), tapi tonjolkan kualitas:
 - “Indonesian Cloves – High Eugenol Content, Premium Spice from the Spice Islands.”

3. Segmentasi:

- **Whole cloves premium** → untuk pasar retail/Eropa/USA.
- **Bulk cloves** → untuk India, Timur Tengah.
- **Clove oil** → untuk kosmetik, farmasi, flavor.

4. **Branding & GI (Geographical Indication)** → dorong branding cengkeh Maluku/Sulawesi untuk nilai tambah.

5. **Pameran dagang & B2B platform** → SIAL, Anuga, Gulfood, Foodex, + B2B marketplace (Alibaba, Tradewheel).

6. **Kemitraan buyer jangka panjang** → tawarkan kontrak 6–12 bulan, bukan spot trading.

7. **Diversifikasi produk** → jangan hanya whole cloves, tapi juga powder & essential oil → margin lebih tinggi.

7. Roadmap 2 Tahun

Tahun 1 (Fondasi):

- Identifikasi supplier kuat (Maluku, Sulawesi).
- QC & standardisasi pasca panen (moisture, grading).
- Uji lab + dokumen phytosanitary.
- Ekspor uji coba 1–2 kontainer ke India/Timur Tengah.
- Bangun branding “Indonesian Premium Cloves”.

Tahun 2 (Scale Up & Diversifikasi):

- Dapatkan sertifikasi HACCP/ISO/Organic.
- Masuk pasar Eropa & USA dengan retail packaging.
- Kembangkan produk clove oil & clove powder.
- Jalin kontrak tahunan dengan buyer besar (India, Middle East).
- Ikut 1–2 pameran internasional → perkuat jaringan buyer.

Kategori	India	Uni Eropa (EU)	Amerika Serikat (USA)	Timur Tengah (UAE, Saudi, Oman)
Regulasi & Otoritas	- FSSAI (Food Safety & Standards Authority of India)- Spices Board of India (importer)	- EU Food Safety Law- EFSA (European Food Safety Authority)- Pesticide MRL & aflatoxin limits	- FDA & EPA- FSMA (Food Safety Modernization Act)	- SFDA (Saudi Food & Drug Authority)- ESMA (UAE Standards & Metrology Authority)
Standar Mutu	- Moisture $\leq$ 12%- Volatile oil $\geq$ 15%- Ash $\leq$ 7%- Bebas kotoran	- Moisture $\leq$ 12%- Volatile oil $\geq$ 15%- Aflatoxin & mycotoxin test- Heavy metals (Pb, Cd, Hg) rendah	- Moisture $\leq$ 12%- Volatile oil $\geq$ 15%- Zero tolerance Salmonella- Aflatoxin ketat	- Moisture $\leq$ 12%- Volatile oil $\geq$ 15%- Halal compliance- Bebas kontaminasi
Dokumen Wajib	- Invoice & Packing List- Bill of Lading- COO- Phytosanitary Cert.- Lab Test (moisture, volatile oil)	- Invoice & Packing List- Bill of Lading- COO- Phytosanitary Cert.- Lab Test (pesticides, aflatoxin, heavy metals)- Fumigation Cert.	- Invoice & Packing List- Bill of Lading- COO- Phytosanitary Cert.- Lab Test (aflatoxin, Salmonella, moisture, volatile oil)- FDA Prior Notice	- Invoice & Packing List- Bill of Lading- COO- Phytosanitary Cert.- Halal Cert.- Lab Test (moisture, volatile oil, cleanliness)
Sertifikasi Tambahan	- AGMARK (opsional, untuk kualitas premium)	- HACCP / ISO 22000- Organic (opsional, premium)- Fair Trade (opsional)	- HACCP / ISO 22000- GFSI (BRC, SQF, FSSC 22000 jika buyer retail besar)	- Halal (wajib)- HACCP (disarankan)
Labeling	- Nama produk- Berat bersih- Negara asal- Batch/lot- Best before	- Nama produk- Berat bersih (kg/g)- Negara asal- Lot/batch- Expiry date- Storage condition	- Nama produk- Net weight (oz/lbs + g)- Origin country- Lot/batch- Best before	- Nama produk- Berat bersih- Negara asal- Batch/lot- Expiry date- Halal logo

Aspek	Calpari (Sulawesi, Indonesia)	Zanzibar (Tanzania, Afrika Timur)	Ambon (Maluku, Indonesia)
Asal & Persebaran	Sulawesi (Toraja, Enrekang, Luwu, Sultra)	Tanzania, Madagaskar, Zanzibar (Afrika Timur)	Maluku (Ambon, Ternate, sekitarnya)
Ciri Fisik	Kelopak panjang, warna cokelat cerah, lebih ramping	Bunga lebih besar, tebal, warna gelap (hampir kehitaman)	Ukuran medium, warna lebih gelap dibanding Calpari
Aroma & Rasa	Aroma wangi manis & lembut, tidak terlalu tajam, aftertaste bersih	Aroma sangat kuat, pedas tajam, lebih “keras” → favorit untuk industri rokok	Aroma kuat, agak spicy, tajam → mirip Zanzibar tapi tidak sepekat itu
Kadar Minyak Atsiri	Tinggi (15–20%), dengan kandungan eugenol stabil	Sangat tinggi (18–22%), sering dipakai untuk clove oil	Sedang–tinggi (15–18%), tergantung daerah produksi
Kegunaan Utama	- Rokok kretek premium- Minyak atsiri (farmasi, kosmetik)- Bumbu dapur ekspor	- Minyak atsiri (clove oil, eugenol farmasi)- Rokok & obat herbal	- Rokok kretek- Rempah ekspor- Minyak atsiri
Pasar Utama	India, Timur Tengah, EU niche, USA (oil)	Eropa, USA, India, farmasi global	Indonesia (kretek), sebagian Asia & Eropa
Keunggulan	- Lebih wangi lembut, cocok pasar niche (premium spice & flavoring)- Potensi branding asal Sulawesi	- Supply besar, konsisten, aroma kuat- Dominan di pasar minyak atsiri	- Citarasa khas Maluku (heritage), diterima di industri kretek
Kelemahan	- Volume terbatas, supply chain fragmentasi- Harga lebih tinggi	- Reputasi bulk commodity (lebih massal)- Kurang cocok untuk segmen premium spice	- Produksi fluktuatif, tidak sebesar Sulawesi atau Zanzibar

Perbandingan

- **Calpari (Sulawesi)** → unggul di aroma lembut & wangi manis, cocok untuk pasar niche (premium spice, flavoring, clove oil berkualitas tinggi).
- **Zanzibar (Afrika)** → unggul di volume & aroma tajam, cocok untuk pasar massal & industri minyak atsiri.
- **Ambon (Maluku)** → unggul di heritage & rokok kretek, tapi volume lebih kecil & rasa lebih tajam dibanding Calpari.

Strategi

- **Tahun 1:** volume → India & Timur Tengah (whole cloves + clove oil basic).
- **Tahun 2:** premium → EU & USA (whole cloves premium, organic, clove oil farmasi).
- **Kunci sukses:** konsistensi mutu + diferensiasi brand (Calpari = Sulawesi heritage, bukan komoditas massal).

