

Ramai-Ramai Unjuk Gigi

Industri makanan dan minuman dikenal sebagai bisnis yang tidak memiliki waktu istirahat. Jadi, pintar-pintarlah meraup peluang dengan ide yang orisinal.

Marchelo

SETIAP hari, manusia selalu mengonsumsi makanan dan minuman sebagai kebutuhan utama. Makanya, kompetisinya berlangsung ketat, di level mana pun. Mau yang kelas skala kecil, menengah, maupun besar.

Semakin tinggi skala bisnisnya, peluang memenangi labanya makin terbuka lebar. Namun jangan salah, gemerincing laba juga sepadan dengan tingginya risiko yang harus dihadapi di industri ini.

Sebuah produk yang hari ini memimpin pasar bisa saja tergeser ke posisi terbawah dalam waktu singkat jika malah berinovasi. Semua atas nama selera pasar (*market taste*).

Apa pun bentuknya, yang penting produk itu harus orisinal, unik, bergizi, dan higienis. Ambil contoh, kerupuk yang dikenal sebagai kudapan khas Indonesia sejak lama.

Kerupuk yang rasanya gurih dan garing ini berasal dari berbagai macam bahan baku. Salah satu jenis kerupuk yang populer di lidah orang Indonesia adalah kerupuk udang (*shrimp crackers*).

Kini, kerupuk telah menjadi makanan ringan sehat dan bergizi yang dikenal luas sampai ke mancanegara. Di Eropa, kerupuk

udang bermerek nasional Finna, kini sudah menjadi produk kerupuk unggulan yang dicari.

Produk orisinal lain yang sukses melakukan penetrasi pasar ekspor adalah mi instan Indomie yang diproduksi PT Indofood Sukses Makmur Tbk dan permen Kopiko yang dirilis PT Mayora Indah Tbk.

Masih ada lagi beragam produk berbasis kacang-kacangan yang dibuat oleh PT Garuda-



Membuka pabrik di luar negeri bukan berarti tidak nasionalis. Ini keharusan bagi produk yang ingin *go global*."

Thomas Dharmawan
Ketua Komite Tetap Kadin Indonesia

food Putra Putri Jaya, yang telah merintis usaha kacang tanpa merek sejak 1979.

Di industri minyak sawit mentah (*crude palm oil/CPO*), siapa tidak kenal Indonesia? PT Sinar Mas Agro Resources and Technology Tbk dan PT Astra

Agro Lestari Tbk merupakan dua produsen CPO yang sangat diperhitungkan di mata internasional.

Begitu juga dengan usaha yang dirintis PT Japfa Comfeed Indonesia Tbk. Perusahaan ini mengolah segala macam bahan untuk pembuatan/produksi bahan makanan hewan, pembibitan, peternakan, dan perikanan.

Di industri air minum dalam kemasan, siapa tidak kenal Aqua? Produk orisinal asal Indonesia ini menjadi salah satu unit bisnis bergengsi yang dikelola Grup Danone, produsen makanan dan minuman asal Prancis.

Terus diburu

Menurut Ketua Komite Tetap Industri Makanan, Minuman, dan Tembakau Kamar Dagang dan Industri (Kadin) Indonesia Thomas Darmawan, produk orisinal memang akan terus diburu oleh para investor asing. Untuk itu, Indonesia perlu mencontoh negara barat dalam mempromosikan produk makanan dan minuman agar dikenal secara global.

Ada empat hal yang harus dicermati pebisnis di industri ini. Pertama, kebutuhan riset penting untuk membuat produk tersebut memiliki kelebihan dan keunikan di antara produk kompetitor lainnya.



INDUSTRI MAKANAN DAN MINUMAN: Pekerja mengontrol produksi di pabrik Ajinomoto di Mojokerto, Jawa Timur, beberapa waktu lalu. Agar dapat menjadi merek yang dikenal dunia, kemasan atau *packaging* produk makanan dan minuman Indonesia harus terlihat menarik.

Kedua, produk itu harus higienis. Terlebih, keamanan makanan dan perlindungan konsumen akhir-akhir ini menjadi isu yang harus dipikirkan.

Ketiga, agar dapat menjadi merek yang dikenal dunia, kemasan atau *packaging* produk makanan dan minuman Indonesia harus terlihat menarik. "Setidaknya tampilan berperan penting sebagai kesan pertama produk tersebut," sahutnya.

Keempat, memperluas jaringan produksi dan promosi dengan membangun pabrik di luar negeri merupakan keharusan. "Ini bisa menghemat biaya. Banyak produsen global yang menempuh cara ini."

Ia mencontohkan, permen Kopiko memiliki pabrik di Thailand. Indomie yang memiliki pabrik di India dan China. Sebaliknya, Danone yang membangun pabriknya di Indonesia, Grup Unilever yang mengakuisisi pabrik Kecap Bango dan Taro Snack, Aqua yang dibeli Danone, serta Ades yang diakuisisi Nestle.

"Membuka pabrik di luar negeri bukan berarti tidak nasionalis. Ini keharusan bagi produk yang ingin *go global* untuk memperpendek jaringan produksi sehingga harganya bersaing dengan kompetitor lokal," serunya.

Dari sisi kebijakan, industri

makanan dan minuman kerap mengalami persoalan bahan baku. Ini bukan hanya problem Indonesia, tetapi juga problem dunia, menyusul buruknya iklim yang akhirnya merusak hasil panen, seperti yang dialami komoditas gula.

Ketua Umum Gabungan Pengusaha Makanan dan Minuman Indonesia (Gapmmi) Adhi Siswaja Lukman mengutarakan, sekitar 60%-70% komposisi bahan baku produk makanan dan minuman berasal dari gula rafinasi.

"Maka, pemerintah wajib menjaga ketersediaan dan harga gula tetap stabil. Jangan gara-gara tidak ada gula, industri

tidak tumbuh," ujar Adhi. Kebijakan lain yang ditunggu-tunggu kalangan industri adalah upaya pemerintah melindungi produk lokal melalui harmonisasi tarif bea masuk yang proporsional.

Sejatinya upaya maksimal untuk memajukan industri makanan dan minuman haruslah dilakukan secara bersama-sama, antara pengusaha dan pemerintah.

Jika semua daya dan upaya dilakukan dengan kecepatan penuh, kendala apa pun bisa dihadapi. (P-4)

marchelo@mediaindonesia.com

JAPFA PERSEMBAHKAN

JAPFA4Kids Awards 2010

Dalam upaya memberikan pemahaman mengenai pentingnya asupan makanan bergizi bagi para murid dan tata kelola sekolah yang baik bagi para guru, JAPFA menggelar JAPFA4Kids Awards 2010.

PROGRAM ini dirancang sebagai kesiambangunan program JAPFA4Kids anak Indonesia peduli gizi 2008 - 2009. JAPFA 4Kids AWARDS yang telah digelar awal tahun ini hingga Agustus ini untuk memotivasi kreativitas, meningkatkan kemampuan dan pemahaman tentang gizi serta kualitas belajar mengajar dalam kegiatan yang bertajuk "JAPFA4Kids AWARDS", berupa *students and schools competition*.

JAPFA4Kids AWARDS Students Competition adalah kompetisi berupa lomba mewarnai dan mengarang yang terbagi untuk siswa kelas 1-3 dan 4-5.

Sedangkan untuk kompetisi sekolah pesertanya adalah para kepala sekolah dan guru di setiap sekolah. Mereka diuji kualitas pengelolaan sekolah, berdasarkan pelatihan 5S yang sudah pernah diberikan. Pelatihan 5S merupakan pelatihan yang diadaptasi dari budaya Jepang, yaitu (*seiri/pilah, seiton/tata, seiso/bersihkan, seiketsu/mantapkan, shitsuke/biasakan*).

Nantinya akan dilihat seberapa jauh penerapan 5S dilaksanakan dalam bentuk menjaga kebersihan, ketertiban dalam menata ruang dan alat-alat, serta upaya peningkatan kualitas belajar.

Mengingat besar dan luasnya animo para siswa dalam kegiatan ini, kompetisi dibagi dalam empat wilayah sesuai dengan wilayah operasi perusahaan.

Terdiri dari W1 "Jawa bagian timur" yang meliputi: Sidoarjo 1,2, dan 3; Surabaya;

Jombang; Probolinggo; Semarang 1 dan 2 serta Jogjakarta. W2 "Jawa bagian barat" yang meliputi: Tangerang 1,2, dan 3; Cianjur 1 dan 2; Subang, Indramayuserta Cirebon. W3 "Bali dan Sulawesi" meliputi: Makassar, Maros, Bali 1 (Tabanan), Bali 2 (Klungkung), Bali 3 (Bangli 1 dan 2). W4 "Sumatera" meliputi Aceh, Medan, Lampung Tengah dan Lampung Timur.



Kami sengaja mengundang mereka ke Jakarta untuk berbagi kegembiraan, menambah wawasan dan memberi pengalaman baru."

Ign. Herry Wibowo
Direktur JAPFA

Para pemenang dari setiap wilayah, diundang ke Jakarta untuk mengikuti perlombaan menentukan juara nasional. Mereka menghabiskan waktu selama lebih kurang 5 hari di Jakarta. Selama 5 hari itu, selain mengikuti perlombaan, mereka diajak mengunjungi Museum IPTEK di TMII, mengunjungi pabrik pembuatan SO GOOD & SOZZIS, dan Dunia Fantasi di Taman Impian Jaya Ancol. JAPFA telah

menyediakan akomodasi dan transportasi gratis bagi mereka selama mereka di Jakarta.

Untuk juara *Students Competitions* mendapat sejumlah hadiah dengan total hadiah Rp88 juta rupiah untuk kategori *Students Competition*. Sedangkan untuk juara *Schools Competition* berhak atas sejumlah hadiah dengan total hadiah Rp250 juta serta meraih gelar sebagai sekolah bergengsi.

Para peserta JAPFA4Kids Awards 2010 tingkat nasional, datang dari Yogyakarta, Sidoarjo, Bali, Makassar, Aceh, dan Lampung. "Kami sengaja mengundang mereka ke Jakarta untuk berbagi kegembiraan, menambah wawasan dan memberi pengalaman baru. Kami ajak mereka jalan-jalan ke Taman Mini Indonesia Indah, mengunjungi pabrik pengolahan produk konsumen kami, dan ke Dunia Fantasi," ujar Direktur JAPFA Ign. Herry Wibowo.

Selain mengikuti kegiatan di Jakarta, mereka mengikuti kegiatan di Purwakarta pada 4 Agustus lalu. Para pemenang itu hadir dalam kegiatan JAPFA4Kids, yakni program kepedulian untuk kesehatan anak-anak Indonesia dan perbaikan manajemen sekolah. Kegiatan itu bertajuk Anak Indonesia Peduli Gizi.

JAPFA berharap dengan kegiatan semacam ini akan terus mendorong serta memotivasi para siswa sekolah dasar dan para guru untuk terus menjaga serta meningkatkan kreativitas dan inovasi mereka dalam kegiatan belajar-mengajar sehingga mampu menghasilkan murid-murid yang berkualitas. (* /S-1)

