

ANALISIS POTENSI PASAR EKSPOR UNTUK PRODUK BOLU LAPIS TALAS PADA NEGARA VIETNAM, THAILAND, DAN FILIPINA

Farhan Azka Hadaina

Bisnis Internasional Universitas Padjajaran
Jatinangor, Sumedang

Correspondence

Email: Farhan20008@mail.unpad.ac.id

No. Telp:

Submitted 23 Juli 2024

Accepted 26 Juli 2024

Published 2 Agustus 2024

ABSTRACT

This journal entitled "Analysis of Export Market Potential for Bolu Lapis Talas Products in Vietnam, Thailand, Philippines" discusses the market potential for Bolu Lapis Talas products in those countries. This research aims to provide an overview of how much potential it has, how big the challenges or obstacles are, and how to implement efficient marketing strategies based on the PESTLE, 4P Marketing Mix and SWOT analysis methods. This type of research is qualitative in the form of descriptive analysis because the data obtained in the research does not produce quantitative data such as numbers. This research instrument uses two types of data, namely primary data in the form of interviews with experts and business actors as well as observations, and secondary data in the form of scientific articles and scientific literature. The result is that the export destination countries, namely Vietnam, the Philippines and Thailand, have relatively similar economic, social, technological, legal and environmental conditions considering that these three countries are in the same region, namely Southeast Asia. The three countries have different political conditions with different historical backgrounds. Internal factors such as the uniqueness of the product itself have various advantages such as various types and good packaging. The conclusion of this final project report is that external and internal considerations are a means and reference in selecting NTE. These three countries have the same great potential and can be exploited so that the export opportunities for taro-coated cake can become wider.

Keywords: Export, Market Potential, Marketing Strategy.

ABSTRAK

Jurnal ini berjudul "Analisis Potensi Pasar Ekspor untuk Produk Bolu Lapis Talas pada Negara Vietnam, Thailand, dan Filipina" membahas mengenai potensi pasar untuk produk Bolu Lapis Talas yang ada di negara tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran seberapa besar potensi yang dimiliki, seberapa besar tantangan atau hambatannya, serta bagaimana implementasi strategi pemasaran yang efisien digunakan dengan berdasar pada metode analisis PESTLE, Mix Marketing 4P, dan SWOT. Jenis penelitian ini adalah kualitatif berupa analisis deskriptif karena data yang didapatkan pada penelitian tidak menghasilkan data yang bersifat kuantitatif seperti angka. Adapun instrumen penelitian ini menggunakan dua jenis data yaitu data primer berupa wawancara dengan tenaga ahli maupun pelaku usaha serta observasi, dan data sekunder berupa artikel-artikel ilmiah maupun literatur ilmiah. Adapun hasilnya adalah bahwa negara tujuan ekspor yaitu Vietnam, Filipina dan Thailand memiliki kondisi ekonomi, sosial, teknologi, legal dan lingkungan yang relatif sama mengingat ketiga negara ini berada di satu wilayah yang sama yaitu Asia Tenggara. ketiga negara memiliki kondisi politik yang berbeda dengan latar belakang sejarah yang berbeda pula. Adapun faktor internal seperti keunikan produk itu sendiri memiliki berbagai kelebihan seperti jenis yang bermacam-macam serta pengemasan yang cukup baik. Kesimpulan dari laporan tugas akhir ini adalah adanya pertimbangan eksternal dan internal menjadi sarana dan referensi dalam pemilihan NTE. Ketiga negara ini memiliki potensi yang sama besar dan dapat dimanfaatkan agar peluang ekspor bolu lapis talas dapat semakin luas

Kata Kunci: Ekspor, Potensi Pasar, Strategi Pemasaran

PENDAHULUAN

Bolu Lapis Talas merupakan makanan khas daerah bogor dimana dalam pembuatannya menggunakan tepung talas sebagai bahan bakunya. Talas merupakan bahan pangan yang kaya akan karbohidrat sehingga cocok diolah menjadi tepung. Mereka menetapkan harga Rp. 37,000 untuk ukuran 500-gram dan Rp. 19,0000 untuk ukuran 250 gram. Talas sendiri merupakan komoditas utama di daerah Bogor sehingga sangat memungkinkan bagi perusahaan-perusahaan produsen makanan untuk melakukan inovasi dan memanfaatkan talas dalam produksi produk mereka. Talas (HS Code: 171440) sendiri dalam bentuk mentah sudah menjadi

salah satu komoditas ekspor dari Indonesia bersamaan dengan kentang dan umbi-umbian lainnya.

Tabel Umbi-umbian yang Menjadi Komoditas Ekspor (Trademap.com)

HS8	Code	Product label	Select your indicators							
			Value exported in 2022 (USD thousand)	Trade balance 2022 (USD thousand)	Annual growth in value between 2018-2022 (% p.a.)	Annual growth in quantity between 2018-2022 (% p.a.)	Annual growth in value between 2021-2022 (% p.a.)	Annual growth of world imports between 2018-2022 (% p.a.)	Share in world exports (%)	Ranking in world exports
	TOTAL	All products	291,979,103	54,532,046	14	1	26	7	1.2	27
	071430	Yams "Dioscorea spp.", fresh, chilled, frozen or dried, whether or not sliced or in the form . . .	4	-97	0	6	86	5	0	52
	071410	Fresh, chilled, frozen or dried roots and tubers of manioc "cassava", whether or not sliced . . .	1,032	936	-20	-7	-52	26	0	19
	071490	Arrowroot, salep, Jerusalem artichokes and similar roots and tubers with high starch or inulin . . .	1,250	293	-40	9	-64	18	0.6	17
	071440	Taro "Colocasia spp.", fresh, chilled, frozen or dried, whether or not sliced or in the form . . .	1,399	983	-15	-4	-59	6	0.9	12
	071420	Sweet potatoes, fresh, chilled, frozen or dried, whether or not sliced or in the form of pellets	12,134	12,134	7	9	11	8	1.8	11

Sources: ITC calculations based on BPS-Statistics Indonesia statistics.

Berdasarkan data diatas, Talas dari Indonesia memiliki nilai ekspor sebesar US\$1,399,000 dan memiliki sebesar 0.9% dari total ekspor talas yang ada di dunia pada tahun 2022 (Trademap.org, 2022b). Meskipun memiliki penurunan kuantitas ekspor sebesar -4%, Talas tetap menjadi komoditas utama dalam hal ekspor produk umbi-umbian. Secara nasional, jumlah produksi talas memang belum tercatat, namun Bogor telah menjadi salah satu penghasil talas yang mampu memproduksi lebih dari 57 ribu ton per tahun (Kementerian Perdagangan Republik Indonesia, 2013). Untuk produk dengan HS Code 1905 yaitu Roti, kue kering, kue, biskuit dan produk roti lainnya, mengandung kakao maupun tidak; wafer komuni, selongsong kosong dari jenis yang cocok untuk keperluan farmasi, sealing wafers, rice paper dan produk yang semacam itu, memiliki 1,8% dari total ekspor dunia untuk produk ini dan menempati peringkat 13 di dunia untuk ekspor produk ini. (Trademap.org, 2022a)

Tabel Negara yang mengimpor produk HS 1905 (Trademap.com)

Bilateral trade at 6-digit	Importers	Value exported in 2022 (USD thousand)	Trade balance 2022 (USD thousand)	Share in Indonesia's exports (%)	Quantity exported in 2022	Quantity unit	Unit value (USD/unit)	Growth in exported value between 2018-2022 (% p.a.)	Growth in exported quantity between 2018-2022 (% p.a.)	Growth in exported value between 2021-2022 (% p.a.)
	World	896,088	720,578	100	351,457	Tons	2,550	7	7	16
	China	240,566	232,221	26.8	82,857	Tons	2,903	9	9	0
	Viet Nam	101,950	78,547	11.4	33,058	Tons	3,084	2	3	26
	Philippines	87,074	86,928	9.7	37,543	Tons	2,319	-1	-3	54
	Thailand	83,645	44,448	9.3	35,944	Tons	2,327	13	12	41
	Malaysia	73,562	-8,142	8.2	33,379	Tons	2,204	15	13	39
	Australia	39,513	38,331	4.4	16,270	Tons	2,429	12	10	30

Berdasarkan data diatas dapat dilihat bahwa Cina menjadi importir nomor satu untuk produk dengan HS Code 1905 dari Indonesia. Indonesia mengekspor dengan nilai sebesar US\$240,566,000 atau sebesar 82,857-ton pada tahun 2022 dan terjadi peningkatan nilai ekspor sebesar 9%. Hal ini membuat Cina memiliki bagian sebesar 26.8% dari total ekspor produk terkait dari Indonesia. Di peringkat ke dua ada Vietnam dengan nilai ekspor Indonesia untuk Produk terkait sebesar US\$101,950,000 atau setara dengan 33,058-ton pada tahun 2022 dan memberikan peningkatan nilai ekspor sebesar 2%. Hal ini membuat Vietnam memiliki bagian sebesar 11.4% dari total ekspor produk terkait dari Indonesia. Sementara itu untuk nilai ekspor produk dengan HS Code 1905 untuk seluruh target pasar Indonesia adalah sebesar US\$896,088,000 pada tahun 2022 dan sebesar 351,457-ton yang memberikan peningkatan sebesar 7% untuk nilai ekspor Indonesia untuk produk dengan HS Code 1905. Berdasarkan



interpretasi data diatas menunjukkan bahwa adanya peningkatan produk ekspor secara global untuk produk terkait sehingga menjadikannya salah satu kelompok produk ekspor berasal dari Indonesia yang menjanjikan di dunia. Penjualan produk Lapis Talas secara domestik pun dapat dibidang menjanjikan.

Dalam melakukan ekspor ke negara tujuan, produsen tentunya harus memperhatikan kompetitor baik dari lokal maupun luar negeri. Selain itu konsumen yang ditargetkan dapat berupa diaspora WNI yang berada di negara tujuan, turis, maupun warga local. Melihat adanya peluang ekspor produk Bolu Lapis Talas membuat penulis tertarik meneliti bagaimana potensi pasar di negara yang akan menjadi target pasar ekspor dan bagaimana strategi pemasaran efektif yang dapat diterapkan untuk produk Bolu Lapis Talas. Penelitian ini akan memperhatikan berbagai faktor di negara target pasar seperti kondisi kultur di negara tersebut, hal apa saja yang dapat menjadikan negara tersebut dapat menjadi target pasar ekspor untuk produk Bolu Lapis Talas, tantangan yang bisa menjadi hambatan ekspor produk Bolu Lapis Talas, dan bagaimana tingkat konsumsi ataupun tingkat ekspor untuk produk yang sejenis. Nantinya NTE yang akan dipilih juga diharapkan menjadi refrensi bagi berbagai produk turunan talas lainnya seperti kripik talas, stik talas, dan lain-lain sehingga dapat dijadikan serta memunculkan potensi ekspor bagi produk-produk tersebut.

METODE PENELITIAN

Analisis PESTLE merupakan suatu metode analisis yang dapat wyang dapat memengaruhi perusahaan. Analisis PESTLE biasa digunakan Ketika suatu perusahaan ingin melakukan ekspansi perusahaan berupa perluasan penjualan produk tertentu di negara tujuan. Faktor-faktor yang termasuk dalam analisis PESTLE adalah:

Tabel Analisis PESTLE

Nomor	Faktor-Faktor	Uraian
1	Political	Faktor ini mempertimbangkan hal-hal seperti stabilitas politik, peraturan perdagangan internasional, serta penegakan hukum yang ada di negara tujuan.
2	Economic	Faktor ini mempertimbangkan hal-hal seperti Tingkat inflasi, nilai tukar mata uang, suku bunga, dan pendapatan konsumen yang ada di negara terkait.
3	Social	Faktor ini mempertimbangkan hal seperti kultur, kebiasaan, gaya hidup, serta karakteristik demografis di suatu negara tertentu
4	Technological	Faktor ini mempertimbangkan hal seperti Tingkat inovasi, perkembangan teknologi, kesadaran teknologi, dan otomatisasi yang ada di negara tertentu.

5	Legal	Faktor ini mempertimbangkan hal seperti undang-undang kesehatan untuk produk yang akan di impor, bagaimana regulasi terkait impor produk makanan.
6	Enviromental	Faktor ini mempertimbangkan hal seperti lokasi geografis, dan bisnis yang keberlanjutan

Analisis PESTLE ini akan dilangsungkan pada negara Vietnam, Thailand, serta Filipina. Alasan dalam pemilihan negara ini karena secara kondisi geografis terletak di satu regional sengan Indonesia sehingga proses distribusi produk akan lebih cepat dan mudah. Selain itu adanya Kerjasama perdagangan bebas antara negara ASEAN mempermudah akses pasar bagi pelaku usaha. Ketiga negara ini juga menjadi negara pengimpor produk dengan HS code yang sama dengan bolu lapis talas maupun produk sejenis

PEMBAHASAN

1. Aspek Politik

Vietnam

Vietnam berdiri sebagai negara berkembang dengan ideologi pemahaman komunis. Selain itu Vietnam mengalami reformasi ekonomi dari ekonomi tertutup menjadi ekonomi liberal yang masih dalam pengawasan pemerintah pusat. (Sabtu et al., 2020). Reformasi ini dinamakan Doi Moi dan diwujudkan atas dasar banyaknya permasalahan yang menimpa Vietnam pasca perang saudara seperti permasalahan pengangguran yang meledak pasca perang saudara ini. (Sabtu et al., 2020). Reformasi ekonomi ini disambut baik oleh banyak negara sehingga Vietnam Kembali mendapat bantuan dari negara-negara di dunia. Hingga saat ini Vietnam tergabung dalam berbagai perjanjian perdagangan multi-lateral seperti perjanjian perdagangan bebas ASEAN atau AFTA sehingga aktivitas perdagangan internasional Vietnam memiliki Kerjasama secara langsung dengan berbagai negara.

Filipina

Filipina merupakan suatu negara yang menggunakan sistem pemerintahan demokrasi presidensial. Presiden dipilih secara langsung oleh rakyat melalui pemilihan umum yang dilangsungkan setiap enam tahun. Kebijakan perdagangan Internasional, Filipina bergabung dengan AFTA (ASEAN Free Trade Area) sehingga adanya Kerjasama Multi-Lateral antar negara ASEAN yang dapat berguna untuk mengurangi hambatan perdagangan serta menurunkan tariff masuk untuk barang yang akan di impor oleh Filipina. Filipina juga memiliki lembaga *Bureau of Customs* yang bergerak sebagai badan pengawas kegiatan ekspor impor. Selain itu adanya *Bureau of Philipinnes Standard* dan *Food and Drug Administration* mengharuskan semua produk Impor sesuai dengan standar yang ditetapkan oleh Filipina.

Thailand

Thailand merupakan negara monarki konstitusional dimana Raja merupakan kepala negara namun kepala pemerintahan dipegang oleh kekuasaan Perdana Menteri. Secara perdagangan internasional, Thailand ikut dalam AFTA (ASEAN Free Trade Area) dimana adanya kerjasama multilateral antar negara-negara ASEAN dengan Thailand. Kerjasama ini memungkinkan bagi eksportir terutama dari Indonesia untuk melakukan ekspor barang dengan bebas tariff bea masuk. Pemerintah Thailand sendiri memberikan berbagai persyaratan yang

cukup ketat berupa labeling untuk produk seperti *dairy foods*, *canned foods*, minuman, minyak konsumsi serta produk MSG. (Sekretariat Nasional, 2017)

2. Aspek Ekonomi

Vietnam

Pada tahun 2024, inflasi di Vietnam diperkirakan mencapai 3,5% hingga 4%, meningkat dari 3,25% pada tahun 2023. Kenaikan ini dipicu oleh pertumbuhan ekonomi, peningkatan jumlah uang beredar, serta biaya yang lebih tinggi di sektor kesehatan, pendidikan, dan listrik. Kenaikan upah pada Juli 2024 juga diproyeksikan menyumbang 0,3% terhadap inflasi (Focus Economics, 2023). Meski ada tekanan inflasi, prospek ekonomi Vietnam tetap kuat dengan pertumbuhan PDB sebesar 5,66% pada kuartal pertama 2024, mencerminkan pemulihan di sektor manufaktur, jasa, dan ekspor. Bank Dunia memproyeksikan pertumbuhan PDB sebesar 5,5% pada 2024 (Vietnam Briefing, 2024). Secara keseluruhan, meskipun inflasi Vietnam lebih tinggi dibandingkan tren global, prospek ekonominya tetap positif berkat kinerja kuat di sektor-sektor utama dan kebijakan fiskal yang proaktif (Focus Economics, 2023). PDB Vietnam sendiri pada tahun 2023 berada di angka US\$ 433,7 Miliar dan diproyeksikan meningkat hingga US\$ 684,01 Miliar pada tahun 2029. (O'Neill, 2024). Pergerakan fluktuatif dari GDP Vietnam ini menunjukkan adanya perkembangan ekonomi sehingga kemampuan daya beli serta konsumsi masyarakatnya semakin kuat.

Filipina

Tingkat inflasi di Filipina telah mengalami variasi selama tahun 2024. Pada bulan Mei 2024, inflasi meningkat sedikit menjadi 3,9% dari 3,8% pada bulan April 2024. Kenaikan ini terutama disebabkan oleh peningkatan harga di sektor perumahan, air, listrik, gas, dan bahan bakar lainnya, serta transportasi. (Philippine Statistics Authority, 2024). Meskipun begitu tingkat inflasi Filipina secara keseluruhan dari bulan Januari hingga Mei 2024 lebih rendah apabila dibandingkan pada tahun sebelumnya dengan periode yang sama. Tingkat inflasi Filipina sedikit di atas batas ideal inflasi suatu negara dimana dikatakan ideal apabila berada di angka dua hingga tiga persen. Namun Tingkat inflasi akan menjadi perhatian bagi pelaku ekspor yang ingin melakukan ekspor ke negara Filipina karena dapat memengaruhi daya beli masyarakat serta harga barang ekspor. PDB Filipina berada di angka US\$ 440 miliar pada tahun 2023. Meningkat dari tahun 2022 yang berada di angka US\$ 404 miliar. Pertumbuhan PDB di Filipina di stimulasi oleh berbagai sektor industri seperti keuangan, manufaktur, dan perdagangan (Fuentes, 2024). Saat ini memang mata uang Filipina, peso sedang melemah terhadap dolar Amerika Serikat. Per tanggal 10 Juni 1 USD setara dengan 58 PHP. Nilai ini meningkat dimana sebelumnya pada awal tahun 2024 1 USD setara dengan 56 PHP. Tentunya banyak faktor yang dapat memengaruhi tingkat PDB, Inflasi, serta Nilai tukar. Namun beberapa aspek diatas tetap menjadi pertimbangan dalam melakukan ekspor ke negara Filipina.

Thailand

Thailand termasuk sebagai negara ASEAN yang memiliki tingkat pertumbuhan ekonomi paling stabil. Rata-rata pertumbuhan ekonomi Thailand berkisar antara 3% hingga 4% setiap tahunnya. Tingkat inflasi Thailand berada di angka 0,63% pada bulan Mei tahun 2024. (Bureau of Trade and Economic Indices and Ministry of Commerce of Thailand, 2024). Hal ini menandakan bahwa adanya stabilitas ekonomi pada negara Thailand. PDB Thailand berada di angka US\$ 495,5 miliar pada tahun 2022. Lebih tinggi dari dua negara NTE lainnya yaitu Vietnam dan Filipina (Trading Economics, 2022). Pada tahun 2024, produk domestik bruto (PDB) Thailand diproyeksikan tumbuh moderat. Bank of Thailand memperkirakan pertumbuhan PDB sebesar 3,2%, yang bisa meningkat menjadi 3,8% jika proyek digital berhasil (Chutijirawong & Sangmanacharoen, 2024).

Pertumbuhan ekonomi Thailand pada tahun ini didorong oleh pemulihan sektor pariwisata dan peningkatan konsumsi pribadi. Sektor pariwisata, yang sebelumnya terdampak pandemi, mulai pulih dengan kebijakan pembebasan visa untuk wisatawan Tiongkok yang diharapkan meningkatkan jumlah wisatawan (Chutijirawong & Sangmanacharoen, 2024). Secara keseluruhan, meskipun ada hambatan ekonomi, sektor pariwisata dan konsumsi pribadi diharapkan menjadi pendorong utama pertumbuhan PDB Thailand pada tahun 2024. Per Juni 2024, nilai tukar baht Thailand terhadap dolar AS mengalami fluktuasi, dengan 1 dolar AS setara dengan sekitar 34-35 baht. Hal ini dipengaruhi oleh adanya ketidakpastian ekonomi global yang disebabkan oleh berbagai macam konflik yang terjadi di dunia serta adanya berbagai perubahan kebijakan moneter yang dilakukan oleh negara-negara maju. (Morgan, 2023)

3. Aspek Sosial

Vietnam

Vietnam merupakan negara berkembang yang memiliki populasi kurang lebih 98 juta orang. Dimana adanya dominasi oleh kelompok Masyarakat yang berusia 15 hingga 64 memegang total persentase sebesar 68,49% dari total jumlah penduduk Vietnam dan kurang lebih 40% berusia dibawah 25 tahun. (Statista, 2022). Populasi muda yang besar dan kelas menengah yang berkembang mempengaruhi pola konsumsi, termasuk meningkatnya permintaan akan makanan dan minuman manis. Terlebih lagi adanya globalisasi meningkatkan permintaan akan produk-produk manis.

Filipina

Di Filipina, konsumsi makanan dan minuman manis sangat dipengaruhi oleh budaya dan gaya hidup masyarakat. Masyarakat Filipina memiliki kecenderungan yang kuat terhadap makanan manis, yang tercermin dalam berbagai makanan penutup dan camilan tradisional yang tersebar di seluruh daerah di Filipina. Setiap daerah memiliki makanan manis khasnya masing-masing, seperti *tupig* dari daerah bernama Pangasinan yang terbuat dari beras ketan dan kelapa muda, serta *suman*, sejenis kue yang juga berbahan dasar beras ketan dan kelapa (The Daily Roar, 2024). Pandemi COVID-19 bahkan meningkatkan konsumsi makanan manis, dengan banyak orang Filipina yang menggemari coklat, permen, dan makanan manis lainnya selama masa sulit tersebut (Peneva, 2022). Gaya hidup masyarakat kota Filipina yang serba cepat juga meningkatkan permintaan akan produk manis seperti minuman-minuman manis maupun makanan seperti roti dan kue manis. Konsumsi produk-produk manis di Filipina juga tidak terlepas dari adanya kolonialisasi Spanyol pada masa penjajahan. Selama kurang lebih 300 tahun penjajahan, Spanyol membawa dan memperkenalkan bahan-bahan masakan baru seperti gula, susu, dan berbagai rempah-rempah yang sebelumnya tidak diketahui oleh Masyarakat Filipina. Hal ini juga termasuk dalam memperkenalkan teknik-teknik baru dalam memasak. Salah satu contohnya adalah makanan *Leche Flan* yang mirip dengan *Spanish Flan*. (Peneva, 2022).

Thailand

Konsumsi makanan manis di Thailand juga dipengaruhi oleh berbagai acara kebudayaan dan keagamaan sebagai pelengkap untuk kegiatan keagamaan maupun perayaan besar. Sebagai contoh, dalam upacara pernikahan tradisional Thailand, makanan manis seperti *foi thong* (benang emas) disajikan untuk melambangkan keberuntungan dan kemakmuran. Selain itu Perayaan *Loy Krathong*, yang dikenal sebagai festival cahaya, juga sering menyertakan makanan manis seperti *kanom tom* (bola kelapa manis) dan *kanom krok* (panekuk dari kelapa) sebagai hidangan tradisional. (Puranabhandu, 2021).

4. Aspek Teknologi

Vietnam

Perkembangan teknologi di Vietnam memiliki dampak signifikan terhadap industri impor makanan, terutama melalui peningkatan efisiensi logistik, pelacakan produk, dan proses perdagangan. Teknologi memungkinkan perusahaan logistik untuk melakukan otomatisasi terhadap banyak aspek manajemen rantai pasokan. Termasuk aspek pergudangan, distribusi, dan pengiriman. Hal ini membantu mengoptimalkan operasi logistik, sehingga impor makanan menjadi lebih efisien dan dapat diandalkan. Selain itu tentunya sistem pelacakan digital memungkinkan importir dan konsumen untuk mengawasi perjalanan produk makanan secara keseluruhan, memastikan bahwa produk tersebut memenuhi standar kualitas dan keamanan yang ditetapkan (Le, 2024).

Filipina

Perkembangan teknologi di Filipina memiliki dampak besar pada industri impor makanan. Teknologi memengaruhi berbagai aspek seperti efisiensi rantai pasok, strategi pemasaran, dan penggunaan teknologi digital. Teknologi telah meningkatkan efisiensi dalam *Cold Chain Management* dimana berperan penting untuk menjaga kesegaran dan kualitas makanan impor selama proses distribusi. Penggunaan teknologi pendinginan canggih dan fasilitas penyimpanan dingin modern membantu mengurangi kerugian yang sebelumnya tinggi karena kurangnya fasilitas penyimpanan yang baik. Inovasi ini memungkinkan pengiriman makanan yang lebih segar dan berkualitas lebih tinggi kepada konsumen. (Yoshimoto, 2019).

Thailand

Teknologi digital seperti big data dan Internet of Things (IoT) telah digunakan untuk meningkatkan efisiensi dalam rantai pasokan makanan. Sistem pelacakan digital dan manajemen inventaris real-time memungkinkan pengawasan yang lebih baik terhadap produk impor, memastikan bahwa makanan tiba dalam kondisi baik dan tepat waktu. (Sirikeratikul, 2023). Selain itu sama halnya dengan Filipina, Thailand mengimplementasikan *Cold Chain Management* dengan adanya penyediaan fasilitas penyimpanan dingin modern dan transportasi dengan pendingin modern yang membantu menjaga kesegaran dan kualitas produk makanan impor. Teknologi ini sangat penting untuk produk yang memerlukan penyimpanan pada suhu tertentu untuk mempertahankan kualitasnya, seperti produk susu, daging, dan buah-buahan. (Sirikeratikul, 2023)

5. Aspek Legal

Vietnam

Pada bulan Juni tahun 2023, Vietnam mengeluarkan undang-undang perlindungan konsumen baru yang dimana perubahannya mengatur bahwa perusahaan harus memberikan perhatian khusus bagi konsumen yang rentan. Dalam konteksnya rentan diartikan sebagai orang dengan kebutuhan khusus, anak-anak, orang tua, ibu hamil, hingga anggota keluarga yang kekurangan. Selanjutnya, mengelompokkan produk cacat kedalam dua kelompok yaitu; Produk cacat yang dapat membahayakan properti konsumen serta produk cacat yang dapat membahayakan kesehatan konsumen. Produk yang didapati tergolong dalam kelompok terkait harus segera ditarik dari peredaran pasar dan diumumkan menggunakan berbagai media seperti koran, majalah, radio, hingga televisi. Selanjutnya, perusahaan wajib memiliki izin dari setiap konsumen apabila mereka menggunakan pihak ketiga dalam menangani data konsumen. Selanjutnya, UU Perlindungan Konsumen Vietnam yang baru mendefinisikan "Influencer" sebagai orang yang ahli ataupun memiliki kredibilitas dalam bidang terkait. (Tilleke & Gibbins, 2023).

Filipina

Filipina memiliki Undang-undang yang mengatur perlindungan bagi konsumen di Filipina (Republic Act No. 7394) dimana undang-undang ini berlaku pada 15 Juli 1992 (Asean Consumer, 2023). Undang-undang ini dirancang untuk memastikan konsumen produk di Filipina mendapatkan haknya seperti hak atas kebutuhan dasar, hak atas informasi dan pilihan serta hak terhadap ganti rugi dan representasi (Asean Consumer, 2023). Esensi dari hak-hak ini antara lain adalah konsumen di berhak atas akses untuk berbagai kebutuhan pokok seperti makan, minuman, pakaian, dan sanitasi. Konsumen berhak atas informasi yang akurat terkait kandungan produk, harga, kualitas, hingga resiko pembelian. Konsumen juga berhak atas ganti rugi atas produk cacat dan representasi produk yang tidak sesuai. (Asean Consumer, 2023).

Thailand

Sama halnya dengan Vietnam dan Filipina, Undang-undang perlindungan konsumen ditujukan untuk melindungi hak-hak konsumen, memberikan praktik jual beli yang adil, dan memastikan adanya penyediaan produk barang dan jasa yang sesuai dengan standar. (Siam Legal, 2024). Aspek-aspek utama dalam UU perlindungan konsumen mencakup hak atas keselamatan, informasi, pilihan, dan ganti rugi.

6. Aspek Lingkungan**Vietnam**

Kondisi iklim dan cuaca di Vietnam kurang lebih sama dengan di Indonesia. Musim panas atau kemarau berkisar dari bulan Maret hingga Agustus dan Musim hujan dari bulan September hingga Februari. Sehingga proses distribusi bahan impor kurang lebih memiliki prosedur yang sama dengan Indonesia. Masalah lingkungan telah menjadi permasalahan umum yang sering terjadi di dunia, terutama di negara berkembang. Adanya perkembangan juga pertumbuhan penduduk seiring berjalannya waktu membuat adanya penurunan kualitas lingkungan. Dilansir dari Asia Society, permintaan akan pangan serta tempat tinggal membuat adanya kegiatan penggudulan hutan secara besar-besaran yang mengakibatkan adanya penurunan kualitas tanah sebagai sarana pertanian. Selain itu, adanya tingkat industrialisasi yang tinggi juga menyebabkan terjadinya polusi air yang terjadi di berbagai kota

Filipina

Sama halnya dengan Vietnam, Filipina menghadapi berbagai masalah lingkungan yang cukup serius. Polusi plastik adalah salah satu masalah lingkungan terbesar di Filipina. Sistem pengelolaan limbah yang tidak baik dan ketergantungan tinggi pada plastik sekali pakai menyebabkan negara ini menghasilkan sekitar 2,7 juta ton limbah plastik setiap tahun. Sebagian besar limbah ini berakhir di laut, menjadikan Filipina sebagai kontributor utama polusi plastik laut (Raji, 2024). Secara tidak langsung hal ini dapat memengaruhi impor produk makanan di Filipina. Tercemarnya air laut akibat penggunaan sampah plastik meningkatkan adanya potensi penyebaran resiko penyakit melalui air. Hal ini juga dapat menurunkan kepercayaan Masyarakat yang mulai sadar akan kesehatan lingkungan dan mulai mengurangi penggunaan bahan plastik.

Thailand

Thailand juga mengalami masalah lingkungan yang mirip dengan Vietnam serta Filipina. Masalah polusi yang terjadi mencemari Sungai serta sumber air di negara. Thailand memiliki sumber daya air yang cukup besar, namun jumlah air tawar yang tersedia per kapita telah menurun drastis dari sekitar 7.700 m³ per kapita pada tahun 1962 menjadi sekitar 3.300 m³ pada tahun 2014. Polusi dari limbah industri dan pertanian memperburuk kualitas air, berdampak langsung pada sektor pertanian dan perikanan. (Open Development Thailand,

2017). Selain masalah polusi air, Thailand juga memiliki masalah polusi udara yang diakibatkan oleh emisi kendaraan serta emisi industri.

KESIMPULAN

- 1) Politik: Vietnam memiliki stabilitas politik yang cukup baik meskipun memiliki sejarah konflik, dan reformasi ekonomi telah memperkuat hubungan perdagangan internasional. Filipina menghadapi beberapa masalah politik dan tingkat korupsi yang fluktuatif tetapi tetap menjadi mitra perdagangan penting melalui kesepakatan seperti AFTA. Thailand, meskipun memiliki sejarah kudeta militer, tetap stabil secara politik dan ekonomi dengan partisipasi aktif dalam AFTA.
- 2) Ekonomi: Ketiga negara menunjukkan prospek ekonomi yang baik dengan pertumbuhan GDP yang stabil. Namun, inflasi di Vietnam dan Filipina lebih tinggi dibandingkan Thailand, yang mempengaruhi daya beli konsumen.
- 3) Sosial: Ketiga negara memiliki budaya konsumsi makanan manis yang kuat, didukung oleh demografi muda dan pengaruh budaya yang meningkatkan permintaan akan produk makanan manis.
- 4) Teknologi: Perkembangan teknologi di Vietnam, Filipina, dan Thailand mendukung efisiensi rantai pasok dan pemasaran digital, yang merupakan peluang bagi Bolu Lapis Talas untuk mengoptimalkan distribusi dan meningkatkan akses pasar.
- 5) Legal: Ketiga negara memiliki regulasi yang ketat mengenai perlindungan konsumen dan keamanan pangan, yang harus dipatuhi oleh produsen Bolu Lapis Talas untuk memastikan kesesuaian produk dengan standar lokal.
- 6) Lingkungan: Masalah lingkungan seperti polusi dan perubahan iklim dapat mempengaruhi distribusi produk. Namun, kebijakan dan program keberlanjutan di ketiga negara ini dapat mendukung penggunaan kemasan ramah lingkungan dan praktik bisnis berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Asean Consumer. (2023). *Country Philippines ASEAN Consumer*. Asean Consumer. <https://www.aseanconsumer.org/selectcountry=Philippines>
- Bureau of Trade and Economic Indices and Ministry of Commerce of Thailand. (2024). *Thailand Inflation Rate*. Trading Economics. <https://id.tradingeconomics.com/thailand/inflation-rate-mom>
- Chutijirawong, N., & Sangmanacharoen, T. (2024). *2024 Thailand's Economic Outlook and Emerging Technology Trend*. Deloitte. <https://www2.deloitte.com/th/en/pages/about-deloitte/articles/2024-thailand-economic-outlook.html>
- Focus Economics. (2023). *Inflation in Vietnam*. <https://www.focus-economics.com/country-indicator/vietnam/inflation/>
- Fuentes, A. (2024). *Philippine GDP grows 5.7 percent in first quarter of 2024*. ABS CBN NEWS. <https://news.abs-cbn.com/business/2024/5/9/philippine-gdp-grows-5-7-percent-in-first-quarter-of-2024-834>
- Kementrian Perdagangan Republik Indonesia. (2013). *Market Brief: Ubi Kayu, Ubi Jalar & Talas*.
- Le, D. (2024). *The Developing IT Industry in Vietnam: Update 2023*. In Corp Vietnam. <https://vietnam.incorp.asia/it-industry-in-vietnam/>
- Morgan, A. (2023). *Thailand's 2024 inflation target approved: 1% to 3% range maintained*. Thaiger. <https://thethaiger.com/news/business/thailands-2024-inflation-target-approved-1-to-3-range-maintained>
- O'Neill, A. (2024). *Vietnam: Gross domestic product (GDP) in current prices from 1987 to 2029*. Statista. <https://www.statista.com/statistics/444733/gross-domestic-product-gdp->

- in-vietnam/
Open Development Thailand. (2017). *Environment and natural resources*.
<https://thailand.opendevlopmentmekong.net/topics/environment-and-natural-resources/>
- Peneva, C. (2022). *Filipino Food Culture and Traditions*. Discover the Philippines.
<https://discoverthephilippines.info/filipino-food-culture-and-traditions/>
- Philippine Statistics Authority. (2024). *Consumer Price Index and Inflation Rate*.
<https://psa.gov.ph/price-indices/cpi-ir>
- Puranabhandu, O. (2021). Thailand's Food Trends in 2021. *United States Department of Agriculture, Foreign Agricultural Service*.
[https://apps.fas.usda.gov/newgainapi/api/Report/DownloadReportByFileName?fileName=Thailand%27s Food Trends in 2021_Bangkok_Thailand_01-25-2021](https://apps.fas.usda.gov/newgainapi/api/Report/DownloadReportByFileName?fileName=Thailand%27s%20Food%20Trends%20in%202021_Bangkok_Thailand_01-25-2021)
- Raji, K. (2024). *4 Biggest Environmental Issues in the Philippines in 2024*. Earth.Org.
<https://earth.org/environmental-issues-in-the-philippines/>
- Sabtu, M. H., Mohamad Suhaimy, K. A., & Razali, N. A. (2020). *Peranan Negara dalam Liberalisasi Ekonomi Vietnam: Analisis Terhadap Dasar Doi Moi 1986*. 1(1), 19–34.
<https://doi.org/10.30880/ahcs.2020.01.01.002>
- Sekretariat Nasional. (2017). *NILAI PERDAGANGAN THAILAND TERHADAP INDONESIA*.
<https://setnasasean.id/potensi-dan-peluang-bisnis/read/thailand>
- Siam Legal. (2024). *Consumer Protection Act*. <https://www.siam-legal.com/litigation/consumer-protection-thailand.php>
- Sirikeratikul, S. (2023). *Food Processing Ingredients*.
[https://apps.fas.usda.gov/newgainapi/api/Report/DownloadReportByFileName?fileName=Food Processing Ingredients_Bangkok_Thailand_TH2023-0020.pdf#:~:text=URL%3Ahttps%3A%2F%2Fapps.fas.usda.gov%2Fnewgainapi%2Fapi%2FReport%2FDownloadReportByFileName%3FfileName](https://apps.fas.usda.gov/newgainapi/api/Report/DownloadReportByFileName?fileName=Food%20Processing%20Ingredients_Bangkok_Thailand_TH2023-0020.pdf#:~:text=URL%3Ahttps%3A%2F%2Fapps.fas.usda.gov%2Fnewgainapi%2Fapi%2FReport%2FDownloadReportByFileName%3FfileName)
- Statista. (2022). *Vietnam: Age structure from 2012 to 2022*.
<https://www.statista.com/statistics/444599/age-structure-in-vietnam/>
- The Daily Roar. (2024). *The Philippines: A Country of Sweets*.
<https://thedailyroar.com/culture/the-philippines-a-country-of-sweets/>
- Tilleke & Gibbins. (2023). *Significant Aspects of Vietnam 's New Consumer Protection Law*. Trademap.org. (2022a). *List of importing markets for the product exported by Indonesia in 2022 Metadata Product: 1905 Bread, pastry, cakes, biscuits and other bakers' wares, whether or not containing cocoa; communion*.
https://www.trademap.org/Country_SelProductCountry.aspx?nvpm=1%7C360%7C%7C%7C%7C1905%7C%7C%7C4%7C1%7C1%7C2%7C1%7C1%7C2%7C1%7C1%7C1%7C1
- Trademap.org. (2022b). *List of products at 6 digits level exported by Indonesia in 2022 chilled, frozen or dried, whether or not sliced or in the form*. Trademap.Org.
https://www.trademap.org/Product_SelProductCountry.aspx?nvpm=1%7C360%7C%7C%7C%7C071440%7C%7C%7C6%7C1%7C1%7C2%7C1%7C1%7C1%7C1%7C1
- Trading Economics. (2022). *THAILAND - PDB*. <https://id.tradingeconomics.com/thailand/gdp>
- Vietnam Briefing. (2024). *Vietnam's State of the Economy: Q1 2024 Report*.
<https://www.vietnam-briefing.com/news/vietnams-state-of-the-economy-q1-2024-report.html/>
- Yoshimoto, D. (2019). Cold Chain Innovation Hub Research Report on Evaluating the Philippines' Food Cold Chain, Energy Efficiency and Environmental Impact. In *Cold Chain Innovation Hub*. <https://doi.org/10.31826/9781463236779-toc>