



**ANALISIS INTELIJEN BISNIS**  
**PRODUK TEH**  
**DI PASAR KANADA**

**ATASE PERDAGANGAN OTTAWA-KANADA**  
**2020**

## KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, Atase Perdagangan Ottawa - Kanada telah menyelesaikan Intelijen Bisnis edisi 2020 yang berjudul “Intelijen Bisnis Produk Teh di Pasar Kanada”. Intelijen Bisnis ini merupakan pembahasan singkat tentang potensi dan kondisi pasar produk teh di Kanada. Penulisan Intelijen Bisnis ini mengacu pada keputusan Menteri Perdagangan RI Nomor 63 Tahun 2018 tentang Pedoman Penyusunan dan Mekanisme Pelaporan Perwakilan Perdagangan di Luar Negeri.

Pembuatan Intelijen Bisnis ini merupakan bagian dari tugas Atase Perdagangan di luar negeri yang merupakan informasi terkini tentang suatu produk di suatu negara, mencakup peraturan, potensi dan strategi, peluang dan hambatan, serta informasi yang diperlukan lainnya. Dengan demikian Intelijen Bisnis ini diharapkan dapat membantu upaya peningkatan pemasaran produk teh di pasar Kanada.

Untuk kesempurnaan Intelijen Bisnis ini, kritik dan saran sangat diharapkan. Semoga tulisan ini bermanfaat dan dapat memperkaya informasi dunia perdagangan luar negeri kita.

Terima kasih

*Atase Perdagangan Ottawa - Kanada*

## RINGKASAN EKSEKUTIF

Teh adalah minuman yang paling sering dikonsumsi dengan beberapa manfaat kesehatan. Minuman teh mengandung antioksidan potensial yang dikenal sebagai flavonoid, yang menstabilkan radikal bebas berbahaya di dalam tubuh. Selain itu, teh mengandung vitamin C, K, B12, B6, E, mineral kalium, mangan, magnesium, kalsium dan asam amino yang berbeda seperti L-theanine.

Meskipun Kanada bukan negara penghasil teh utama, negara ini memiliki pasar teh yang cukup besar. Kanada menempati peringkat kesembilan belas dalam hal pendapatan teh pada 2018, dengan pasar teh Kanada bernilai sekitar USD 1,23 miliar (euromonitor, 2020). Pasar teh Kanada bernilai USD 437 juta pada tahun 2019 dan diharapkan mencapai USD 503 juta pada tahun 2023. Ini menjadi peluang untuk produk teh Indonesia di pasar Kanada, mengingat total ukuran pasar untuk produk teh di Kanada bernilai USD 699 juta pada tahun 2019 dan diproyeksikan mencapai USD 838 juta pada tahun 2023 (statista, 2020).

Pertumbuhan pasar teh di Kanada didorong oleh meningkatnya kekhawatiran terkait kesehatan masyarakat, yang mengalihkan preferensi konsumen dari minuman berkarbonasi ke teh. Meningkatnya tren ke kafe, pertumbuhan pendapatan, perubahan selera masyarakat, dan pengenalan bahan tambahan sehat dalam teh oleh pelaku pasar juga merupakan beberapa faktor lain yang mendorong pertumbuhan pasar teh. Selain itu, pertumbuhan permintaan dari populasi muda yang sadar kesehatan dan pengenalan rasa dan varietas baru akan memberikan peluang untuk pertumbuhan pasar produk tersebut.

Peluang produk Indonesia untuk produk Teh ke pasar Kanada sangat potensial. Saat ini Indonesia masuk dalam posisi ke-16 sebagai negara asal impor produk Teh di Kanada. Melihat dari perkembangan nilai ekspor produk teh, sudah sepatutnya Indonesia mempertahankan bahkan meningkatkan ekspor produk Teh Indonesia ke Kanada dengan semakin besarnya pasar Kanada dan pertumbuhan konsumsi teh yang semakin meningkat serta tingkat pertumbuhan pendapatan yang cukup tinggi di Kanada.

## DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR .....	ii
RINGKASAN EKSEKUTIF .....	iii
DAFTAR ISI .....	iv
DAFTAR TABEL .....	v
DAFTAR GAMBAR .....	vi
BAB I. PENDAHULUAN .....	1
1.1 TUJUAN .....	1
1.2 METODOLOGI .....	1
1.2.1 METODOLOGI .....	1
1.2.2 SUMBER DATA .....	2
1.3 BATASAN PRODUK .....	2
1.4 GAMBARAN UMUM KANADA .....	3
BAB II. PELUANG PASAR TEH DI KANADA .....	11
2.1 TREND PRODUK .....	12
2.2 STRUKTUR PASAR PRODUK TEH DI KANADA .....	17
2.2.1 ANALISA IMPOR TEH DI KANADA .....	18
2.2.2 ANALISA EKSPOR TEH DI KANADA .....	20
2.3 SALURAN DISTRIBUSI .....	21
2.4 PERSEPSI TERHADAP PRODUK TEH INDONESIA .....	25
BAB III. PERSYARATAN PRODUK .....	30
3.1 KETENTUAN PRODUK .....	30
3.2 KETENTUAN PEMASARAN .....	31
3.3 METODE TRANSAKSI .....	32
3.4 INFORMASI HARGA .....	35
3.5 KOMPETITOR .....	38
BAB IV. KESIMPULAN .....	41
LAMPIRAN .....	44
DAFTAR IMPORTIR .....	44
DAFTAR PAMERAN .....	44
SUMBER INFORMASI YANG BERGUNA .....	45
DAFTAR PUSTAKA .....	47

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Batasan Produk Teh .....	2
Tabel 2. Makroekonomi Kanada .....	4
Tabel 3. Indikator Makro Kanada .....	7
Tabel 4. Transportasi dan Infrastruktur di Kanada .....	8
Tabel 5. Daftar Bandar Udara di Kanada .....	8
Tabel 6. Daftar Pelabuhan di Kanada .....	9
Tabel 7. Impor Produk Teh Kanada dari Dunia .....	15
Tabel 8. Impor Produk Teh Kanada dari Indonesia .....	16
Tabel 9. Negara Asal Impor Produk Teh Kanada (USD Juta) .....	19
Tabel 10. Produksi Teh di Indonesia .....	25
Tabel 11. Profil Negara Pengekspor Produk Teh di Dunia .....	40

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Piramida Usia Penduduk Kanada tahun 2018 dan 2030 .....	6
Gambar 2. Profil Konsumen untuk Konsumsi Teh di Kanada (%) .....	14
Gambar 3. Profil Peminum Teh di Kanada .....	17
Gambar 4. Impor Produk Teh Kanada dari Dunia Tahun 2010-2019 (USD Juta).....	19
Gambar 5. Ekspor Teh Kanada ke Dunia Tahun 2010-2019 (USD Juta) .....	21
Gambar 6. Distribusi Penjualan Produk Teh di Kanada .....	22
Gambar 7. Distribusi Pembelian Produk Teh di Kanada .....	23
Gambar 8. Rantai Pasokan Teh .....	24
Gambar 9. Harga eceran rata-rata untuk teh di Kanada 2015-2020 (dalam CAD per 72 kantong) .....	35
Gambar 10. Jenis teh dan harganya di Pasar Kanada .....	38
Gambar 11. Pangsa Pasar Negara Pemasok Produk Teh ke Kanada .....	39

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 TUJUAN

Analisis Intelijen Bisnis produk Teh di pasar Kanada ini membahas potensi dan kondisi pasar produk Teh di Kanada. Penulisan Analisis Intelijen Bisnis ini mengacu pada keputusan Menteri Perdagangan RI Nomor 63 Tahun 2018 tentang Pedoman Penyusunan dan Mekanisme Pelaporan Perwakilan Perdagangan di Luar Negeri.

Pembuatan Analisis Intelijen Bisnis ini merupakan bagian dari tugas Atase Perdagangan di luar negeri yang merupakan informasi terkini tentang suatu produk di suatu negara yang mencakup peraturan, potensi dan strategi, peluang dan hambatan, serta informasi yang diperlukan lainnya. Dengan demikian pembuatan Analisis Intelijen Bisnis ini bertujuan untuk membantu upaya peningkatan pemasaran produk Teh di pasar Kanada. Secara khusus, tujuan disusunnya Analisis Intelijen Bisnis Produk Teh ini adalah:

1. Untuk memberikan pengetahuan dan informasi tentang *trend* produk Teh dan bagaimana peluang memanfaatkan pasar di Kanada.
2. Untuk memberikan pengetahuan dan informasi tentang perkembangan produk Teh di Kanada serta posisi pesaing produk Teh di Kanada.
3. Untuk memberikan strategi yang perlu dilakukan dalam memasuki pasar Kanada bagi pelaku usaha yang baru dan yang akan melakukan ekspansi di pasar Kanada.

### 1.2 METODOLOGI

#### 1.2.1 METODOLOGI

Analisis intelijen bisnis produk Teh ini disusun dengan menggunakan data primer (wawancara dengan pelaku usaha) dan data sekunder. Pengumpulan data dilakukan dengan metode *purposive sampling* secara kualitatif dan kuantitatif. Metode kualitatif dilakukan dengan melakukan wawancara, sedangkan kuantitatif dilakukan untuk menghitung kinerja perdagangan produk Teh di pasar Kanada.

#### 1.2.2 SUMBER DATA

Jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini terbagi atas:

1. Data sekunder diperoleh dari Badan Pusat Statistik, Kementerian Perdagangan serta data-data lainnya yang mendukung. Sebagai pembanding (verifikasi) digunakan juga data dari *Trademap*, Statista, Euromonitor serta WTO.
2. Analisis ini juga menggunakan data primer yang dikumpulkan melalui *survey* dan wawancara. Penggunaan data ini untuk menangkap keragaman respon dari berbagai pemangku kepentingan untuk merumuskan kebijakan.

### 1.3 BATASAN PRODUK

Teh adalah minuman yang paling sering dikonsumsi dengan beberapa manfaat kesehatan. Minuman teh mengandung antioksidan potensial yang dikenal sebagai flavonoid, yang menstabilkan radikal bebas berbahaya di dalam tubuh. Selain itu, teh mengandung vitamin C, K, B12, B6, E, mineral kalium, mangan, magnesium, kalsium dan asam amino yang berbeda seperti L-theanine. Beberapa studi dan penelitian tentang teh menunjukkan bahwa teh dapat mencegah kanker, menurunkan kolesterol, memfasilitasi penurunan berat badan, dan meningkatkan kekebalan. Teh dapat dikategorikan menjadi teh hitam dan hijau berdasarkan tingkat fermentasi atau oksidasi (worldteanews, 2017).

Dalam Analisis Intelijen Bisnis ini batasan produk Teh menggunakan nomenklatur *Harmonized System* (HS). Klasifikasi batasan produk pada Analisis Intelijen Bisnis ini diberikan pada tabel 1. berikut:

**Tabel 1. Batasan Produk Teh**

Kode HS	Deskripsi dalam Bahasa Indonesia	Deskripsi dalam Bahasa Inggris
090210	Teh hijau (tidak difermentasi) dikemas langsung dalam kemasan tidak melebihi 3 kg:	Green tea (not fermented) in immediate packings of a content not exceeding 3 kg:

090220	Teh hijau lainnya (tidak difermentasi):	Other green tea (not fermented):
090230	Teh hitam (difermentasi) dan teh difermentasi sebagian, dikemas langsung dalam kemasan tidak melebihi 3 kg:	Black tea (fermented) and partly fermented tea, in immediate packings of a content not exceeding 3 kg:
090240	Teh hitam lainnya (difermentasi) dan teh lainnya yang difermentasi sebagian:	Other black tea (fermented) and other partly fermented tea:

Sumber: BTKI, 2017

#### 1.4 GAMBARAN UMUM KANADA

Kanada terletak di bagian Utara Amerika Utara, berbatasan dengan Samudra Atlantik Utara di timur, Samudra Pasifik Utara di barat, dan Samudra Arktik di utara, dan berbatasan langsung dengan utara Amerika Serikat.

Kanada merupakan negara dengan wilayah yang dianugerahi sumber daya alam yang kaya. Kanada menjadi sebuah wilayah dengan pemerintahan sendiri pada tahun 1867, dengan tetap mempertahankan ikatan dengan Kerajaan Inggris. Kanada mengembalikan konstitusinya dari Inggris pada tahun 1982. Secara ekonomi dan teknologi, negara ini telah berkembang sejajar dengan Amerika Serikat, yang merupakan negara tetangganya di sebelah selatan yang memiliki perbatasan internasional terpanjang di dunia.

Kanada menghadapi tantangan politik dalam memenuhi tuntutan publik untuk peningkatan kualitas dalam perawatan kesehatan, pendidikan, layanan sosial, dan daya saing ekonomi, serta menanggapi kekhawatiran tertentu dari Quebec yang didominasi francophone. Kanada juga bertujuan untuk mengembangkan sumber daya energinya yang beragam dengan tetap menjaga komitmennya terhadap lingkungan (CIA, 2020).

**Tabel 2. Makroekonomi Kanada**

Lokasi:	terletak di bagian Utara Amerika Utara, berbatasan dengan Samudra Atlantik Utara di timur, Samudra Pasifik Utara di barat, dan Samudra Arktik di utara, dan berbatasa langsung dengan utara Amerika Serikat.	
Area:	Total:	9,984,670 km persegi
	Daratan:	9,093,507 km persegi
	Perairan:	891,163 km persegi
	Catatan:	sedikit lebih besar dari Amerika Serikat
Batas Negara:	Amerika Serikat 8893 km (termasuk 2477km dengan Alaska)	
	Catatan:	Kanada adalah negara terbesar di dunia yang hanya berbatasan dengan satu negara
Garis pantai:	202,080 km	
Iklim:	bervariasi dari beriklim sedang di selatan hingga subarktik dan Arktik di utara	
Sumber daya alam:	bauksit, bijih besi, nikel, seng, tembaga, emas, timbal, unsur tanah jarang, molibdenum, kalium, berlian, perak, ikan, kayu, margasatwa, batu bara, minyak bumi, gas alam, tenaga air	
Penggunaan lahan:		
	Pertanian	6.8%
	Hutan	34,1%
	Lain-lain	59.1%
	tanah subur: 4,7%/ tanaman permanen: 0,5%/ padang rumput permanen: 1,6%	
Distribusi populasi:	sebagian besar orang Kanada ditempatkan di wilayah terputus-putus dalam jarak sekitar 300 km dari perbatasan bagian selatan dengan Amerika Serikat; provinsi terpadat adalah Ontario, diikuti oleh Quebec dan British Columbia	

Sumber: *Central Intelligence Agency, 2020*

Kanada mempunyai bentuk pemerintahan demokrasi parlementer federal (Parlemen Kanada) di bawah monarki konstitusional; alam Persemakmuran; otoritas federal dan negara bagian dan tanggung jawab diatur dalam konstitusi. Hari Kemerdekaan Kanada adalah 1 Juli 1867 (penyatuan koloni Inggris di Amerika Utara) dan 11 Desember 1931 (diakui oleh Inggris berdasarkan Statute of Westminster). Kanada terdiri dari 10 provinsi dan 3 teritori, yaitu Alberta, British Columbia, Manitoba, New Brunswick, Newfoundland and Labrador, Northwest Territories, Nova Scotia, Nunavut, Ontario, Prince Edward Island, Quebec, Saskatchewan, dan Yukon.

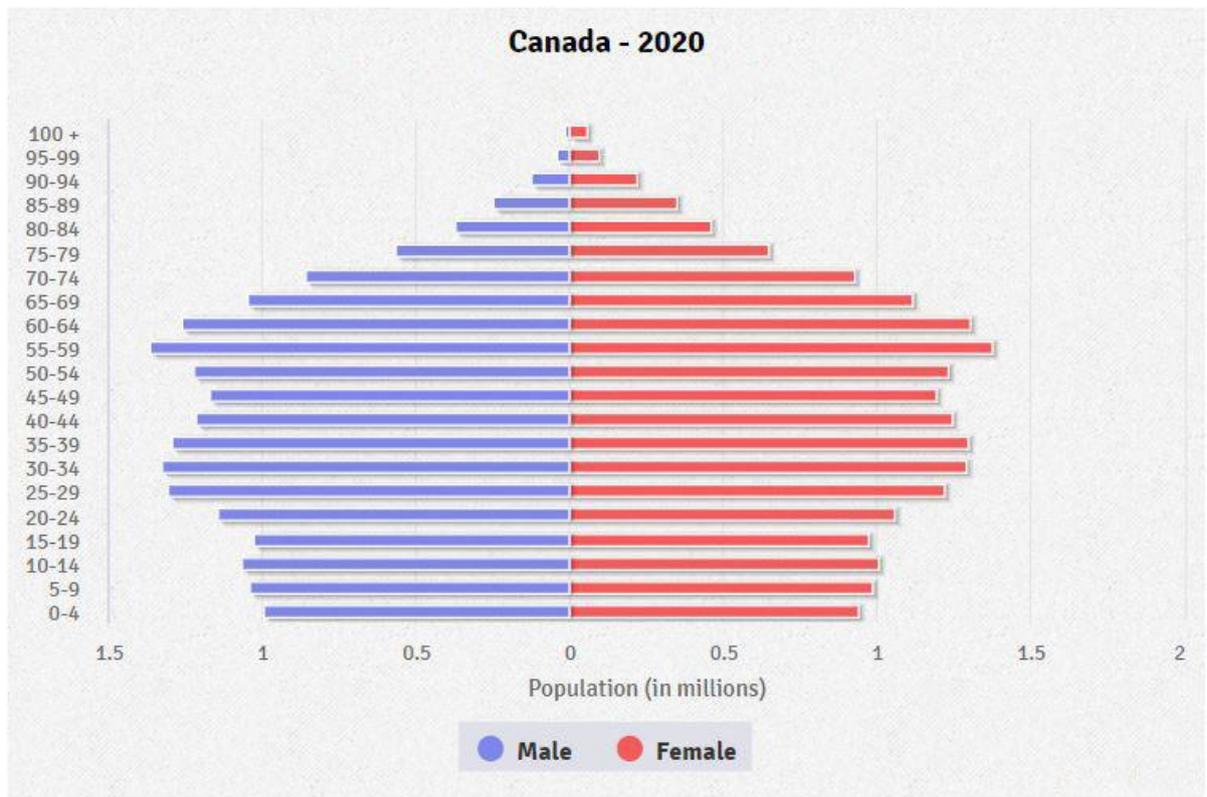
Kanada memiliki kesamaan dengan Amerika Serikat sistem ekonominya yang berorientasi pasar, pola produksi, dan standar hidup yang tinggi. Sejak Perang Dunia II, Kanada mengalami pertumbuhan yang mengesankan pada sektor manufaktur, pertambangan, dan jasa yang telah mengubah negara tersebut dari ekonomi pedesaan menjadi ekonomi industri dan perkotaan. Kanada memiliki sektor minyak dan gas alam yang besar dengan mayoritas produksi minyak mentahnya berasal dari kilang minyak di provinsi-provinsi barat, terutama Alberta. Kanada sekarang menempati urutan ketiga di dunia dalam kepemilikan cadangan minyak, berada di bawah Venezuela dan Arab Saudi dan merupakan produsen minyak terbesar ketujuh dunia.

Perjanjian Perdagangan Bebas Kanada-Amerika Serikat tahun 1989 dan Perjanjian Perdagangan Bebas Amerika Utara tahun 1994 (yang mencakup Meksiko) secara dramatis meningkatkan perdagangan dan integrasi ekonomi antara Amerika Serikat dan Kanada. Kanada dan Amerika Serikat menikmati hubungan perdagangan dan investasi bilateral paling komprehensif di dunia, dengan perdagangan barang dan jasa senilai lebih dari USD 680 miliar pada tahun 2017, dan saham investasi dua arah lebih dari USD 800 miliar. Lebih dari tiga perempat ekspor barang dagangan Kanada ditujukan ke Amerika Serikat setiap tahun. Kanada adalah pemasok energi asing terbesar ke Amerika Serikat, termasuk minyak, gas alam, dan tenaga listrik, dan sumber utama impor uranium Amerika Serikat.

Mengingat sumber daya alamnya yang melimpah, tenaga kerja yang sangat terampil, dan persediaan modal modern, Kanada menikmati pertumbuhan ekonomi yang kuat dari tahun 1993 hingga 2007. Krisis ekonomi global tahun 2007-2008 membawa ekonomi Kanada ke dalam resesi tajam pada akhir tahun 2008, dan

Ottawa mencatatkan defisit fiskal yang pertama pada tahun 2009 setelah 12 tahun surplus. Bank-bank besar Kanada bangkit dari krisis keuangan 2008-2009 dan merupakan yang terkuat di dunia, karena adanya tradisi sektor keuangan dengan melakukan praktik pinjaman konservatif dan permodalan yang kuat.

Populasi Kanada saat ini berjumlah 37.694.085 (CIA, 2020). Sebaran penduduk Kanada di wilayah perkotaan, yaitu 6,197 juta di Toronto, 4,221 juta di Montreal, 2,581 juta di Vancouver, 1,547 juta di Calgary, 1.461 juta di Edmonton, dan 1,393 juta di Ottawa (ibukota) (2020).



**Gambar 1. Piramida Usia Penduduk Kanada tahun 2018 dan 2030**

Sumber: *Central Intelligence Agency, 2020*

Dari gambar di atas, dapat terlihat distribusi populasi Kanada yang dapat dikelompokkan menjadi:

1. 0-14 tahun: 15,99% (laki-laki 3.094.008 / perempuan 2.931.953)
2. 15-24 tahun: 11,14% (laki-laki 2.167.013 / perempuan 2.032.064)
3. 25-54 tahun: 39,81% (laki-laki 7.527.554 / perempuan 7.478.737)

4. 55-64 tahun: 14,08% (laki-laki 2.624.474 / perempuan 2.682.858)
5. 65 tahun ke atas: 18,98% (laki-laki 3.274.298 / perempuan 3.881.126)

Kondisi makroekonomi Kanada mengindikasikan bahwa dengan populasi Kanada yang cukup besar, inflasi Kanada berada di bawah level 5%,, yaitu hanya sebesar 1,6% pada tahun 2017. Tingkat inflasi ini sedikit lebih tinggi dari tahun sebelumnya, dengan tingkat inflasi sebesar 1,4% pada tahun 2016. Pada tahun 2019, inflasi Kanada meningkat menjadi 1,9%. Tingkat GDP Kanada cenderung mengalami peningkatan dari tahun ke tahun dengan tingkat GDP pada tahun 2016, 2017, dan 2018 masing-masing sebesar USD 42.322, USD 45.148, dan USD 46.313. Hanya pada tahun 2019 mengalami sedikit penurunan menjadi sebesar USD 46.196 (World Bank, 2020).

**Tabel 3. Indikator Makro Kanada**

GDP, current prices (USD Miliar)	1.736,43
GDP percapita (USD)	46.194,72
Inflasi, <i>average consumer prices</i> (%)	1,9
Populasi (Juta)	37,5

Sumber: World Bank, 2020

Infrastruktur di Kanada terdiri dari jaringan jalan raya yang memiliki panjang total 1 juta km. Secara teoritis, ini adalah terbentang jalan sepanjang 27,73 meter untuk setiap penduduk dari 38 juta penduduk negara itu. Kanada menempati urutan ke-17 dalam hal ketersediaan jalan raya di dunia. Kanada memiliki rel kereta dengan panjang 2,07 meter untuk setiap penduduk, dan menempatkan Kanada di urutan ke-2 di dunia.

Saluran air mengacu pada lalu lintas pedalaman di sungai dan kanal. Jumlah pelabuhan juga termasuk yang berada di garis pantai sepanjang 202.080 km. Transportasi di Kanada meliputi udara, laut dan darat.

**Tabel 4. Transportasi dan Infrastuktur di Kanada**

	Total	Per 1 Juta Penduduk	Per km2
Jalan raya	1,042,300 km	27,728.66 km	104.39 m
Jalur kereta api	77,900 km	2,073.25 km	7.81 m

Saluran air	636 km	16.92 km	0.06
Pelabuhan komersial	669	17.8	0
Bandar udara	1,467	39.03	0.147

Sumber: World Data.Info, 2020

Bandara utama di Kanada yang menawarkan fitur kelas dunia adalah Bandara Internasional Toronto Pearson (YYZ), Bandara Internasional Montreal Pierre Elliott Trudeau (YUL), Bandara Internasional Ottawa McDonald-Cartier (YOW), dan Bandara Internasional Calgary (YYC).

**Tabel 5. Daftar Bandar Udara di Kanada**

Nama Bandara	Kota
Lester B. Pearson International Airport	Toronto
Montreal / Pierre Elliott Trudeau International Airport	Montréal
Vancouver International Airport	Vancouver
Calgary International Airport	Calgary
Edmonton International Airport	Edmonton
Halifax / Stanfield International Airport	Halifax
Ottawa Macdonald-Cartier International Airport	Ottawa
Quebec Jean Lesage International Airport	Quebec
Yellowknife Airport	Yellowknife
Winnipeg / James Armstrong Richardson International Airport	Winnipeg
St. John's International Airport	St. John's
Kelowna International Airport	Kelowna
Sept-Îles Airport	Sept-Îles
Greater Moncton International Airport	Moncton
Thunder Bay Airport	Thunder Bay
Wabush Airport	Wabush
Victoria International Airport	Victoria
Fort McMurray Airport	Fort McMurray
Comox Airport	Comox
Regina International Airport	Regina
Timmins/Victor M. Power	Timmins
Saskatoon John G. Diefenbaker International Airport	Saskatoon

Northwest Regional Airport Terrace-Kitimat	Terrace
Inuvik Mike Zubko Airport	Inuvik
Kamloops Airport	Kamloops
Waterloo Airport	Kitchener
Windsor Airport	Windsor
Rankin Inlet Airport	Rankin Inlet
Sudbury Airport	Sudbury
Rouyn Noranda Airport	Rouyn-Noranda

Sumber : *Worlddata.info, 2020*

Selain bandara udara dan kereta api sebagai sarana transportasi barang dan penumpang, terdapat juga pelabuhan dimana Kanada memiliki lebih dari 550 fasilitas pelabuhan. Tujuh belas adalah Otoritas Pelabuhan Kanada karena kepentingan strategis, regional, nasional, kontinental dan internasional mereka. Port Metro Vancouver adalah Pelabuhan terbesar dan paling lengkap di Kanada dan merupakan pelabuhan ekspor terbesar di Amerika Utara.

**Tabel 6. Daftar Pelabuhan di Kanada**

Major Seaport(S):	Halifax, Saint John (New Brunswick), Vancouver
Oil Terminal(S):	Lower Lakes terminal
	container port(s) (TEUs): Montreal (1,537,669), Vancouver (3,252,225) (2017)
LNG Terminal(S) (Import):	Saint John
River And Lake Port(S):	Montreal, Quebec City, Sept-Isles (St. Lawrence)
Dry Bulk Cargo Port(S):	Port-Cartier (iron ore and grain), Fraser River Port (Fraser) Hamilton (Lake Ontario)

Sumber : CIA, 2020

## BAB II

### PELUANG PASAR TEH DI KANADA

Teh merupakan minuman aromatik yang berasal dari tumbuhan *Camellia Sinensis*. Ini adalah salah satu minuman yang paling banyak dikonsumsi di dunia setelah air mineral. Teh dapat dikategorikan menggunakan beberapa kriteria berbeda, dengan klasifikasi yang paling umum adalah tingkat oksidasi. Tingkat oksidasi yang berbeda dapat menghasilkan teh hijau, kuning, oolong, dan hitam. Teh hitam dan teh hijau adalah teh paling populer sementara teh herbal semakin populer. Teh dianggap sebagai minuman sehat karena mengandung sejumlah antioksidan kuat, dan mineral seperti kalium, mangan, magnesium dan kalsium. Konsumsi teh secara teratur membantu mengurangi kerusakan sel yang disebabkan oleh radikal bebas serta menurunkan kadar kolesterol dan memfasilitasi penurunan berat badan yang sehat.

Pasar teh dunia bernilai USD 55.144 juta pada tahun 2019, dan diproyeksikan mencapai USD 68.950 juta pada tahun 2027. Segmen teh hijau merupakan kontributor pasar tertinggi, dengan USD 16.362 juta di tahun 2019, dan diperkirakan mencapai USD 26.110 juta pada tahun 2027. Selama lebih dari satu dekade, China telah menjadi produsen teh terbesar di dunia. China adalah salah satu negara yang menyumbang pangsa terbesar untuk produk teh dari total pasar pada tahun 2019. Pada 2018, China menghasilkan lebih dari 2,6 juta metrik ton teh. Negara penghasil teh utama lainnya termasuk India, Kenya dan Sri Lanka (alliedmarketresearch, 2020).

Meskipun Kanada bukan negara penghasil teh utama, negara ini memiliki pasar teh yang cukup besar. Kanada menempati peringkat kesembilan belas dalam hal pendapatan teh pada 2018, dengan pasar teh Kanada bernilai sekitar USD 1,23 miliar (euromonitor, 2020). Penjualan produsen kopi dan teh pada tahun 2018 mencapai CAD 2,31 miliar. Karena Kanada bukan produsen utama teh, impor produk tersebut melebihi ekspor. Pada tahun 2018, impor teh mencapai sekitar 32.820 metrik ton, sedangkan ekspor teh mencapai sekitar 2.680 metrik ton pada tahun 2018 (statista, 2020).

Pada tahun 2019, sebanyak 52,63 juta unit teh terjual di Kanada dan harga eceran rata-rata sebesar CAD 4,4 dolar per 72 kantong pada tahun 2018. Penjualan teh di Kanada dapat dikategorikan menjadi tiga jenis produk utama, yaitu teh khusus (specialty tea), teh biasa (regular tea) dan teh bubuk (loose tea) (statista, 2020). Pada 2018, penjualan teh khusus mencapai CAD 146,76 juta. Dari segi rasa, teh rasa pekoe jeruk (orange pekoe) memiliki penjualan terbesar, mencapai lebih dari CAD 75 juta pada 2019.

Pasar teh Kanada bernilai USD 437 juta pada tahun 2019 dan diharapkan mencapai USD 503 juta pada tahun 2023. Ini menjadi peluang untuk produk teh Indonesia di pasar Kanada, mengingat total ukuran pasar untuk produk teh di Kanada bernilai USD 699 juta pada tahun 2019 dan diproyeksikan mencapai USD 838 juta pada tahun 2023 (statista, 2020).

## 2.1 TREND PRODUK

Teh telah sangat populer di pasar negara maju, karena adanya budaya minum teh. Pertumbuhan kesadaran kesehatan dan peningkatan pendapatan telah membantu pertumbuhan pasar teh. Selain itu, pengenalan bahan tambahan yang sehat dalam teh oleh pelaku pasar merupakan beberapa faktor lain yang mendorong pertumbuhan pasar. Namun, tren peningkatan konsumsi kopi dan fluktuasi harga bahan baku yang disebabkan oleh kondisi iklim yang tidak menentu menjadi kendala utama pasar ini. Sebaliknya, pertumbuhan permintaan teh herbal dan pengenalan rasa baru serta banyaknya varietas teh akan memberikan peluang pertumbuhan bagi pasar teh.

Pertumbuhan pasar teh di Kanada didorong oleh meningkatnya kekhawatiran terkait kesehatan masyarakat, yang mengalihkan preferensi konsumen dari minuman berkarbonasi ke teh. Selain itu, meningkatnya tren ke kafe, pertumbuhan pendapatan, perubahan selera masyarakat, dan pengenalan bahan tambahan sehat dalam teh oleh pelaku pasar merupakan beberapa faktor lain yang mendorong pertumbuhan pasar teh. Selain itu, pertumbuhan permintaan dari populasi muda yang sadar kesehatan dan pengenalan rasa dan varietas baru juga akan memberikan peluang untuk pertumbuhan pasar produk tersebut.

Rumah tangga di Kanada menghabiskan rata-rata CAD 23 dolar untuk membeli produk teh pada 2017. Menurut survei tahun 2019, 27,4% responden Kanada menyatakan meminum teh setiap hari, sementara 17,9% menyatakan teh rasa peko jeruk adalah rasa teh favorit. Mengenai lokasi pembelian, lebih dari dua pertiga konsumen Kanada menyatakan bahwa umumnya membeli teh di supermarket, sementara sekitar 12% membeli teh di kedai teh khusus (Statista, 2020).

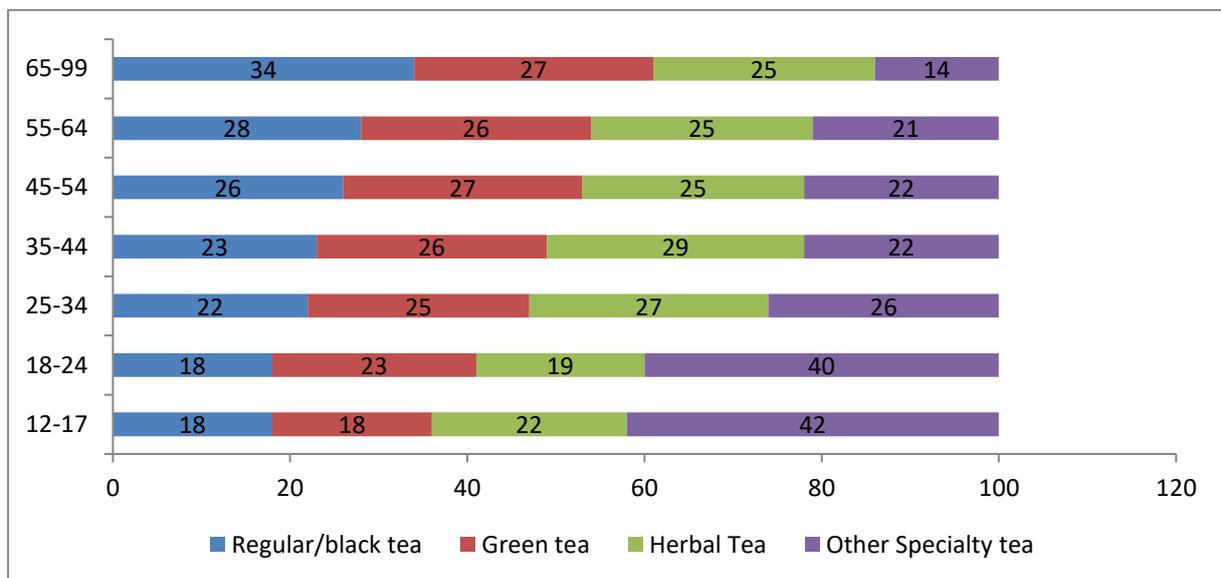
Jumlah rata-rata kopi yang diminum oleh konsumen Kanada menurun dari tahun sebelumnya, sedangkan teh naik beberapa liter. Konsumsi teh meningkat dibandingkan minuman ringan dan air kemasan. Peningkatan konsumsi teh di Kanada salah satunya karena konsumen Kanada menyukai teh hitam tradisionalnya. Teh merupakan bagian dari kehidupan sehari-hari yaitu dapat dinikmati di waktu sarapan, makan siang dan makan malam (Roberge, 2016).

Sebelum membeli produk teh, konsumen Kanada suka mencicipi teh tersebut terlebih dahulu. Tren produk teh di Kanada yaitu konsumen mencari rasa yang lebih kuat, oleh karena itu produsen teh memproduksi teh dengan campuran lebih pedas. Teh lain yang populer adalah oolong, yang memiliki rasa antara teh hijau dan hitam. Sub-segmen kecil lainnya seperti teh putih dan rooibos juga populer. Perusahaan telah memproduksi banyak rasa baru untuk teh putih, yang paling populer adalah buah delima dan blueberry. Rasa baru membuat konsumen bersemangat. Perusahaan teh menjadi semakin kreatif dengan menambahkan bahan lainnya ke dalam campuran teh yaitu kapulaga atau rempah-rempah. Beberapa perusahaan membuat campuran teh musiman, seperti teh berbahan labu untuk musim gugur, cokelat mint dan permen untuk musim dingin, dan lebih banyak campuran bunga untuk musim panas.

Konsumen milenial memberi andil yang cukup besar dalam meningkatnya minat terhadap teh terutama teh dengan rasa baru. Konsumen milenial yaitu konsumen yang lahir antara tahun 1981- 1996, dengan rentang usia 18-33 tahun. Menurut studi dari Nielsen, sebanyak 55% di segala kalangan usia mengkonsumsi teh, artinya minum setidaknya 1 cangkir teh per minggu. Untuk konsumen milenial,

sebanyak 64% mengkonsumsi teh, dan kelompok umur yang paling banyak mengkonsumsi teh adalah umur 20-29 tahun (Nielsen,2018).

Konsumen milenial juga merupakan kelompok yang paling tertarik dengan teh khusus. Konsumen yang berusia di atas 65 tahun masih lebih menyukai teh hitam biasa. Gambar di bawah ini menunjukkan bahwa konsumen muda merajai pasar teh, oleh karena itu perusahaan beralih fokus dari teh hitam menjadi teh khusus lainnya untuk menarik minat konsumen milenial.



**Gambar 2. Profil Konsumen untuk konsumsi Teh di Kanada (%)**

Sumber : Nielsen, 2018

Studi Nielsen juga menunjukkan bahwa konsumen Kanada tidak khawatir tentang harga teh dan lebih menyukai teh dengan banyak jenisnya. Hal terpenting yang dicari konsumen saat membeli teh yaitu jenis teh, rasa, merek dan terakhir yaitu harga. Harga menjadi hal yang kurang penting bagi konsumen Kanada, tetapi konsumen tetap ingin mendapatkan nilai terbaik untuk teh, oleh karena itu konsumen Kanada mencoba teh terlebih dahulu sebelum membeli. Konsumen teh milenial menikmati teh dan kopi secara seimbang. Konsumen menyukai teh hijau dan hitam, dan cenderung minum teh hijau pada hari kerja. Preferensi konsumen Kanada dalam meminum teh yaitu teh membantu agar lebih rileks, dan membantu untuk tidur.

**Tabel 7. Impor Produk Teh Kanada dari Dunia  
2015 - 2019**

Kode HS	Deskripsi	Impor Kanada dari Dunia (USD Juta)					Average Growth (%)
		2015	2016	2017	2018	2019	
'090210	Green tea in immediate packings of <= 3 kg	31,53	30,76	34,26	35,88	33,13	1,50
'090220	Green tea in immediate packings of > 3 kg	7,45	10,86	13,22	13,02	12,01	14,56
'090230	Black fermented tea and partly fermented tea, whether or not flavoured, in immediate packings ...	71,97	74,53	75,89	72,36	66,71	-1,77
'090240	Black fermented tea and partly fermented tea, whether or not flavoured, in immediate packings ...	23,08	24,83	26,34	24,36	26,95	4,19
	Total	134,04	140,97	149,71	145,62	138,80	0,99

Sumber: Trademap, 2020

Total impor Kanada dari dunia untuk produk Teh selama lima tahun cenderung mengalami peningkatan walaupun kadang mengalami penurunan. Rata-rata pertumbuhan total Impor teh selama 5 tahun yaitu 0,99%. Impor tertinggi terjadi pada tahun 2017 dengan nilai sebesar USD 149,71 juta, walaupun di tahun 2019 mengalami sedikit penurunan menjadi sebesar USD 138,80 juta atau sekitar -4,7%. Produk yang mempunyai nilai impor terbesar adalah produk dengan HS 090230 (*Black fermented tea and partly fermented tea, whether or not flavoured, in immediate packings...*) dimana pada tahun 2019, Kanada mengimpor dari dunia sebesar USD 66,71 juta. Impor produk ini mengalami peningkatan sampai tahun 2017 dan kemudian turun -7,8% atau sebesar USD 66,71 di tahun 2019. Rata-rata pertumbuhan impor yang positif dan besar yaitu dari produk dengan HS 090220 (*Green tea in immediate packings of > 3 kg*) dengan rata-rata pertumbuhan 5 tahun sebesar 14,56%. Produk selanjutnya yang mempunyai impor besar dari dunia yaitu HS 090210 (*Green tea in immediate packings of <= 3 kg*) dimana produk ini cenderung

meningkat untuk impornya dengan rata-rata pertumbuhan 5 tahun sebesar 1,5%, walaupun pada tahun 2019 terjadi penurunan.

**Tabel 8. Impor Produk Teh Kanada dari Indonesia**

Kode HS	Deskripsi	Impor Kanada dari Indonesia (USD Ribu)				
		2015	2016	2017	2018	2019
'090210	Green tea in immediate packings of <= 3 kg	13	14	5	0	1
'090230	Black fermented tea and partly fermented tea, whether or not flavoured, in immediate packings ...	10	30	20	7	14
'090220	Green tea in immediate packings of > 3 kg	26	4	41	16	112
'090240	Black fermented tea and partly fermented tea, whether or not flavoured, in immediate packings ...	435	458	445	468	374
	Total	484	506	511	491	501

Sumber: Trademap, 2020

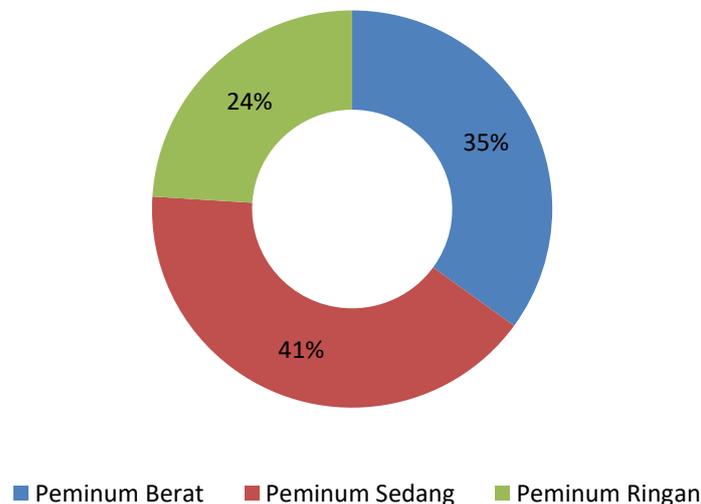
Peluang produk Indonesia untuk produk Teh ke pasar Kanada sangat potensial. Saat ini Indonesia masuk dalam posisi ke-16 sebagai negara asal impor produk Teh di Kanada. Ekspor Teh Indonesia ke Kanada pada tahun 2015 sebesar USD 484 juta dan sempat mengalami sedikit penurunan pada tahun 2018 menjadi sebesar USD 491 juta. Akan tetapi peningkatan kembali dicapai pada tahun 2019 dengan nilai ekspor sebesar USD 501 juta. Ekspor terbesar yaitu dari HS 090240 (*Black fermented tea and partly fermented tea, whether or not flavoured, in immediate packings ...*) sebesar USD 374 juta di tahun 2019 yang mana produk ini sangat digemari konsumen di Kanada. Ekspor terbesar kedua yaitu jenis produk teh dengan HS 090220 (*Green tea in immediate packings of > 3 kg*) sebesar USD 112 juta di tahun 2019.

Melihat dari perkembangan nilai ekspor produk teh, sudah sepatutnya Indonesia mempertahankan bahkan meningkatkan ekspor produk Teh Indonesia ke Kanada dengan semakin besarnya pasar Kanada dan pertumbuhan konsumsi teh yang semakin meningkat serta tingkat pertumbuhan pendapatan yang cukup tinggi di Kanada.

## 2.2 STRUKTUR PASAR PRODUK TEH DI KANADA

Konsumen Kanada lebih banyak mengonsumsi teh herbal pada malam hari karena dipercaya sebagai alat bantu tidur. Konsumen percaya bahwa teh panas mengandung anti oksidan, alami, meredakan kecemasan, membantu mengurangi masuk angin, dan membantu mengurangi sakit kepala. Teh herbal, di sisi lain, meredakan kecemasan, dan membantu untuk tidur.

Struktur pasar peminum teh di Kanada yaitu 55% wanita, 39% tinggal di perkotaan, wilayah nya sebagian besar di Ontario (51%) dan Kanada Barat (26%), sebanyak 35% dalam 3-4 orang dalam satu rumah tangga, serta sebanyak 41% merupakan peminum sedang (Louise Roberge, 2020).



**Gambar 3. Profil Peminum Teh di Kanada**

Sumber : Roberge, 2020

Peminum teh di Kanada tersegmentasi menjadi tiga kategori yaitu :

1. Sebanyak 35% merupakan peminum berat yaitu orang yang minum 8 cangkir teh atau lebih per minggu, jumlah rata-rata cangkir per minggu 14 cangkir, rumah tangga yang lebih tua tanpa anak serta cenderung wanita.
2. Sebanyak 41% merupakan peminum sedang yaitu orang yang minum 3-7 cangkir teh per minggu, jumlah rata-rata cangkir per minggu 5.0 cangkir, mirip dengan rata-rata responden dalam hal usia, pendapatan dan ukuran rumah tangga.

3. Sebanyak 23% merupakan peminum ringan yaitu orang yang minum 1-2 cangkir teh per minggu, Jumlah rata-rata cangkir per minggu 1.5 cangkir, rumah tangga yang lebih muda dan cenderung beranggotakan satu orang.

Konsumsi teh di gerai layanan makanan seperti Tim Hortons dan Starbucks masih menjadi tren di Kanada, kondisi ini juga memperlihatkan kesadaran konsumen yang lebih tinggi terhadap teh sebagai alternatif pengganti kopi. Hal ini juga menguntungkan penjualan eceran, dengan konsumen mencicipi teh di kafe sebelum mencari jenis teh serupa untuk diminum di rumah saat berbelanja.

Perusahaan yang memegang pangsa pasar terbesar dalam industri teh di Kanada yaitu Davids Tea Inc., perusahaan ini terus memimpin industri teh melalui branding yang kuat dan kemasan yang menarik. Davids Tea Inc. terus memimpin industri teh pada tahun 2019, perusahaan ini membentuk permintaan konsumen yang kuat terutama dengan produknya dalam teh buah/herbal.

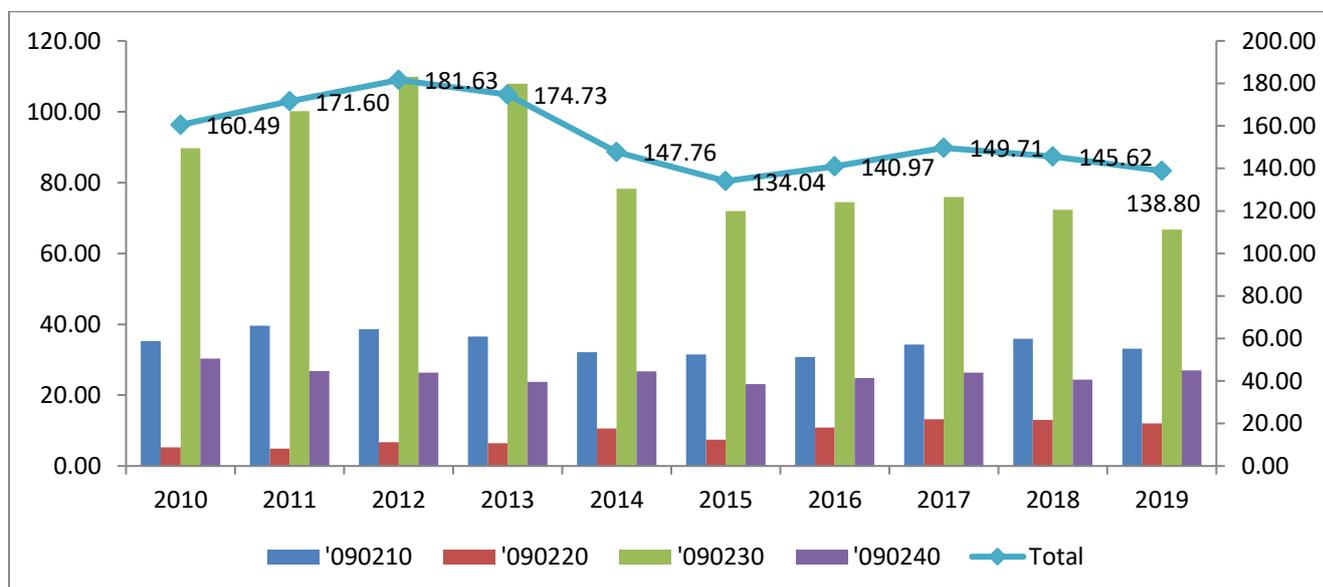
Perusahaan teh terpopuler kedua di Kanada yaitu Tata Global Beverages Canada Inc., memperkenalkan teh super Tetley dengan vitamin dan mineral. Perusahaan saat ini berfokus pada teh yang diperkaya dengan vitamin dan mineral, yang dikenal sebagai Tetley Super Teas, pada akhir 2018. Varietas teh baru ini adalah tersedia dalam varietas Immune, Boost dan Antiox, dengan ketiganya ditujukan untuk menawarkan manfaat kesehatan dan menarik bagi konsumen yang mempunyai gaya hidup aktif dan sibuk.

Produsen teh di Kanada berlomba-lomba menarik permintaan konsumen dengan rasa teh yang eksotis dan baru. Salah satu contohnya adalah teh herbal Lemon Moringa dan Mint Guayusa dari Celestial Seasonings.

### 2.2.1 ANALISA IMPOR TEH DI KANADA

Total impor Kanada dari dunia untuk produk Teh selama 10 tahun mengalami fluktuasi. Hal ini dapat terlihat pada tahun 2010, Kanada mengimpor Teh sebesar USD 160,49 juta, kemudian meningkat menjadi USD 174,73 juta pada tahun 2013. Akan tetapi pada tahun-tahun berikutnya cenderung mengalami penurunan dengan titik terendah menjadi USD 134,04 juta dolar pada tahun 2015. Setelah itu mulai merangkak naik pada tahun 2016 dengan nilai impor menjadi

sebesar USD 140,97 juta, dan kemudian mengalami sedikit penurunan pada tahun 2019 menjadi sebesar USD 138,80 juta.



**Gambar 4. Impor Produk Teh Kanada dari Dunia Tahun 2010 - 2019 (USD Juta)**

Sumber: Trademap, 2020

Amerika menjadi salah satu negara yang paling besar dalam mengekspor produk Teh ke Kanada dengan nilai sebesar USD 41,81 juta dengan pangsa sebesar 30,13% dari total impor Teh Kanada pada tahun 2019. Setelahnya ada India dengan pangsa 13,24% dari total impor Kanada dan nilai sebesar USD 18,38 juta pada tahun 2019. Eksportir terbesar ketiga, keempat, dan kelima yaitu RRT, Inggris, dan Jepang sebesar USD 17,22 juta, USD 16,29 juta, dan USD 9,09 juta. Indonesia saat ini berada di peringkat ke-16 negara eksportir utama Teh ke Kanada dengan nilai sebesar USD 0,50 juta di tahun 2019 dan pangsa sebesar 0,36% dari total impor Teh Kanada.

**Tabel 9. Negara Asal Impor Produk Teh Kanada (USD Juta)**

No	Eksportir	2015	2016	2017	2018	2019	Share (%)
	World	134,04	140,97	149,71	145,62	138,80	100,00
1	United States of America	42,32	43,15	44,72	44,24	41,81	30,13
2	India	13,87	17,37	18,81	14,95	18,38	13,24
3	China	25,15	26,51	24,70	23,39	17,22	12,40

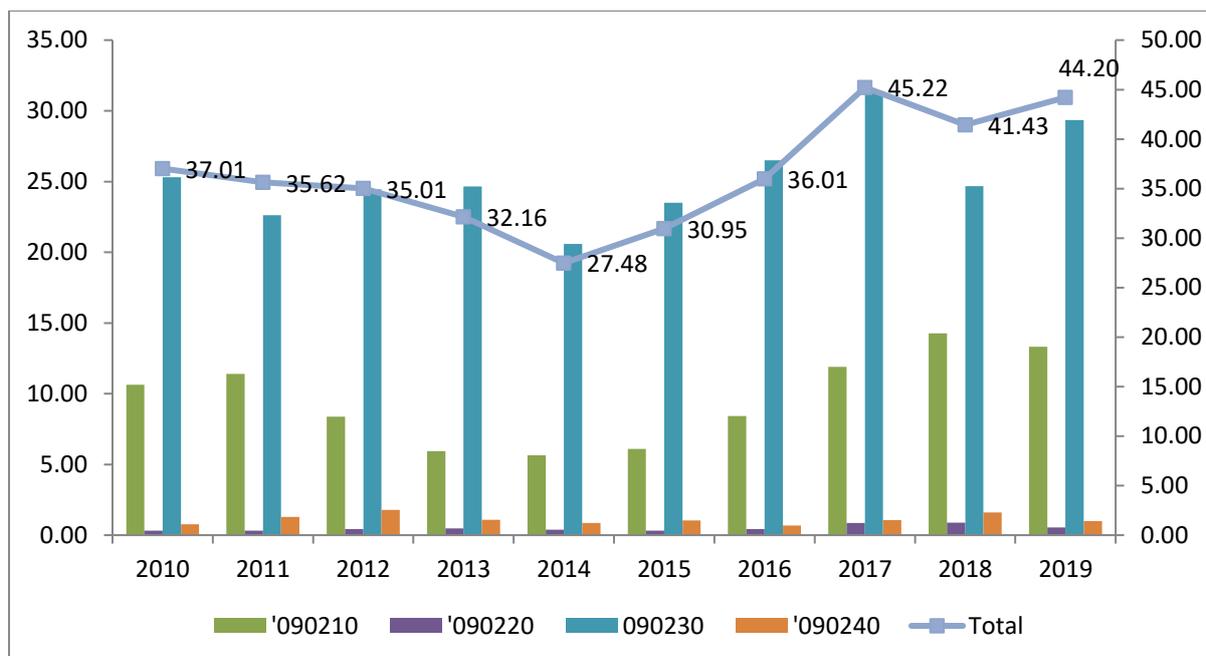
4	United Kingdom	17,76	16,54	17,46	18,51	16,29	11,74
5	Japan	6,97	7,75	10,14	10,77	9,09	6,55
6	Sri Lanka	6,15	5,81	6,15	6,40	5,93	4,27
7	Taipei, Chinese	2,79	3,06	3,45	4,80	5,12	3,69
8	Poland	0,98	0,84	1,17	1,13	4,96	3,57
9	Canada	3,42	4,30	6,30	4,91	4,47	3,22
10	Kenya	2,87	3,20	3,43	3,49	3,65	2,63
16	Indonesia	0,48	0,51	0,51	0,49	0,50	0,36
21	Viet Nam	0,43	0,58	0,34	0,36	0,22	0,16
26	Thailand	0,05	0,19	0,20	0,15	0,15	0,11

Sumber: Trademap, 2020

Untuk negara ASEAN lainnya pesaing Indonesia, yaitu Vietnam dan Thailand berada di peringkat ke-21 dan ke-26 untuk impor produk Teh ke pasar Kanada dengan total impor masing-masing sebesar USD 0,22 juta dan USD 0,15 juta. Potensi ekspor Indonesia cukup besar untuk produk ini mengingat Kanada menyukai produk teh hitam dan teh hijau, jenis teh yang di ekspor oleh Indonesia.

## 2.2.2 ANALISA EKSPOR TEH DI KANADA

Dari sisi ekspor, kinerja Kanada cukup baik dalam mengeksport produk Teh, terlihat dari data ekspor Kanada ke dunia selama 10 tahun yang cenderung mengalami peningkatan walau sempat menurun cukup tajam di tahun 2014. Ekspor Teh Kanada didominasi pada produk dengan HS 090230 (*Black fermented tea and partly fermented tea, whether or not flavoured, in immediate packings ...*) yang mencatatkan nilai ekspor tertinggi dibandingkan produk Teh lainnya. Untuk total ekspornya, pada tahun 2010, Kanada berhasil mengeksport Teh dengan nilai sebesar USD 37,01 juta, ekspor teh Kanada terus mengalami peningkatan meskipun di tahun 2014 turun cukup tajam menjadi hanya sebesar USD 27,48 namun kemudian meningkat kembali pada tahun 2019 menjadi sebesar USD 44,20 juta.



**Gambar 5. Ekspor Teh Kanada ke Dunia Tahun 2010-2019 (USD Juta)**

Sumber: Trademap, 2020

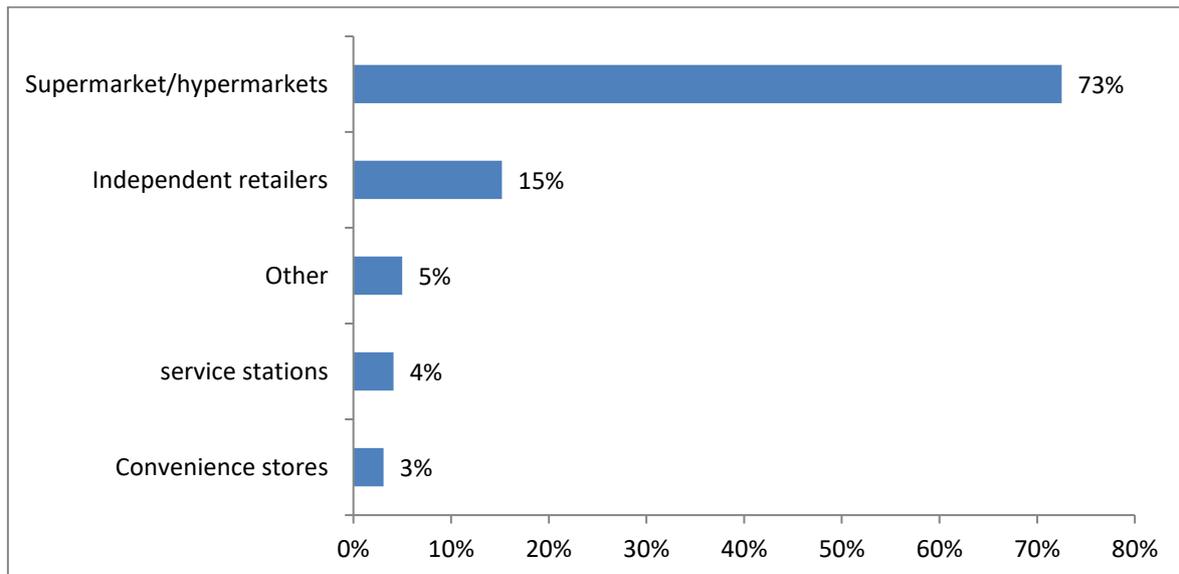
Produksi teh di Kanada terutama dalam mencampur, pembuatan ekstrak teh termasuk instan dan kering, dan pengemasan serta pembuatan teh herbal. Pada tahun 2020 industri teh Kanada tumbuh sebesar USD 20 miliar, industri teh di Kanada sangat dinamis, perusahaan berlomba-lomba mencari pasar dengan membuat teh jenis baru, eksotik dan teh premium yang mewah.

### 2.3 SALURAN DISTRIBUSI

Di Kanada, teh tersedia di hampir setiap restoran dan tempat makan. Kedai kopi, toko donat, toko khusus teh, dan semua jenis toko menawarkan minuman teh atau dengan makanan. Dengan aksesibilitas yang mudah, dan konsumen Kanada (terutama milenial) sibuk dan bergerak sepanjang waktu, maka pertumbuhan pasar teh akan semakin tinggi. Tren saat ini, lebih banyak konsumen minum teh di luar rumah di kafe, toko kopi dan toko teh.

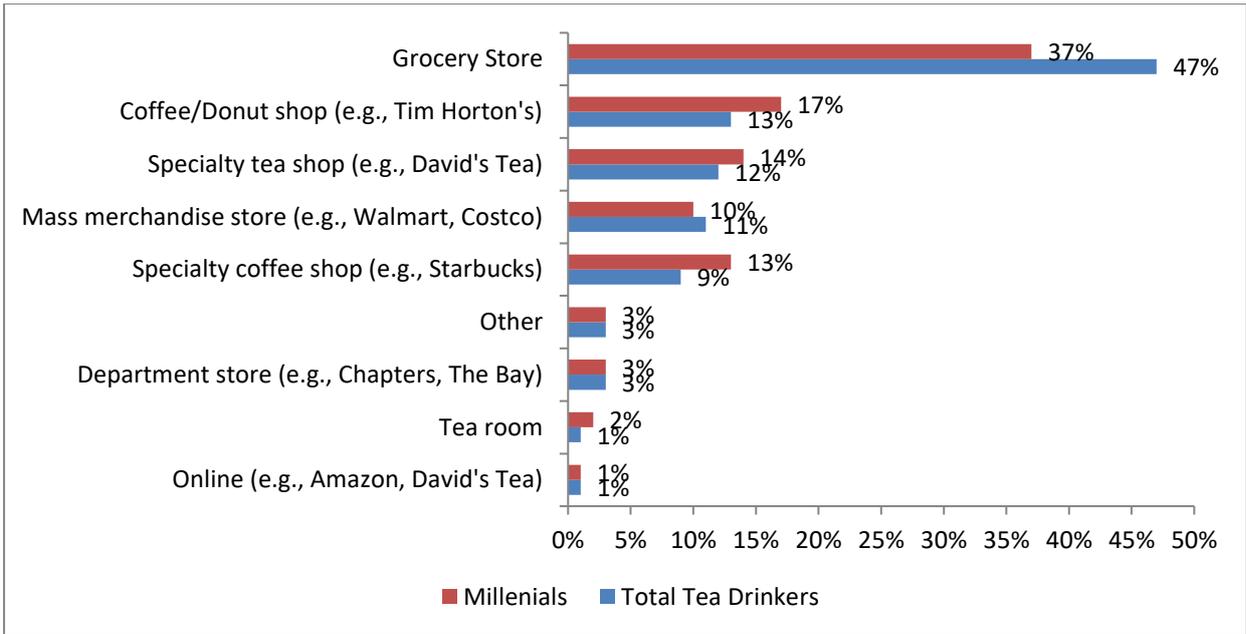
Berdasarkan saluran distribusinya, Supermarket/Hypermarket masih merupakan pilihan terbanyak untuk membeli produk teh pada tahun 2019. Hal ini dapat dikaitkan dengan opsi-opsi seperti one stop solution yang disediakan oleh ritel tersebut menjadikannya pilihan yang sangat populer untuk berbelanja untuk

konsumen. Selain itu, ritel ini menawarkan berbagai macam produk dengan harga kompetitif kepada pelanggan dan biasanya berlokasi di area yang mudah dijangkau. Namun, segmen online dari pasar teh global diperkirakan akan mengalami pertumbuhan tercepat, karena peningkatan penetrasi internet dan peningkatan penggunaan smartphone untuk belanja online karena memungkinkan konsumen untuk membandingkan produk secara real time dan mengambil keputusan yang tepat.



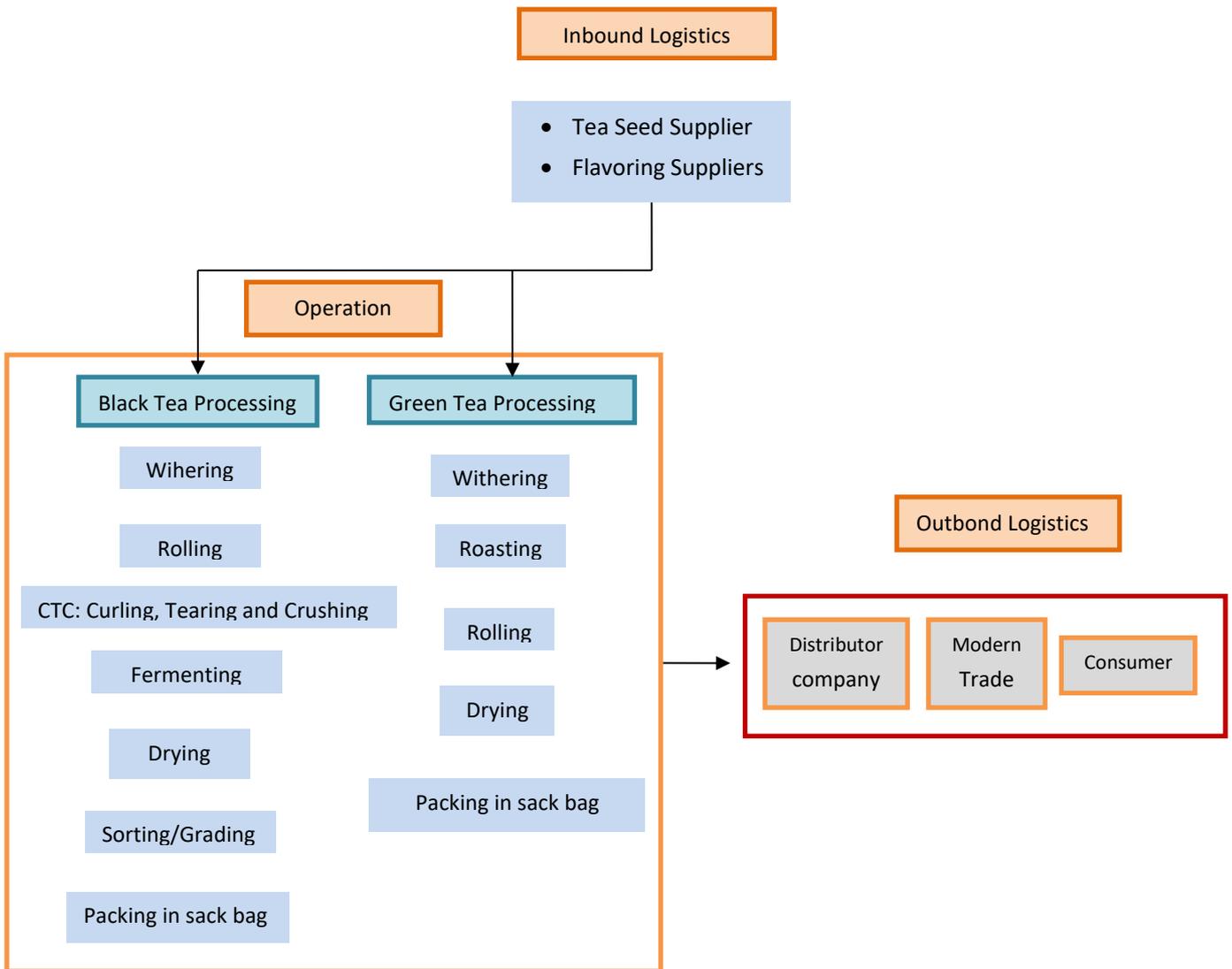
**Gambar 6. Distribusi penjualan produk Teh di Kanada**  
Sumber : Statista, 2020

Di Kanada, supermarket/hypermarket menyumbang sebesar 73% dari total pemasaran teh, toko bahan makanan (pengecer) menyumbang 15% dari total pemasaran teh, lainnya yaitu toko khusus menyumbang sebesar 5%. Jika dilihat lebih detail lagi, kaum milenial membeli teh di luar rumah atau di kedai khusus teh dan kopi. Millenial Kanada membeli aksesoris teh dan teh di kedai kopi bergaya Tim Horton, diikuti oleh kedai teh khusus seperti David's Tea, lainnya melakukan pembelian teh di kedai kopi khusus seperti Starbucks dalam 12 bulan terakhir. Hanya 1% yang membeli teh secara online dan 1% melaporkan membeli teh di ruang minum teh tradisional.



**Gambar 7. Distribusi Pembelian Produk Teh di Kanada**  
 Sumber: Nielsen, 2016

Sebanyak 94% Konsumen di Kanada lebih menyukai minum teh dengan model kantong teh. Daun lepas (loose tea) adalah yang paling populer kedua dengan 61% konsumen menggunakannya, dan yang ketiga adalah pod instan dengan penggunaan 39%. Konsumen Kanada paling menyukai model kantong teh karena dijual mana-mana dan lebih murah dibandingkan jenis teh lainnya. Teh daun lepas tetap populer karena memiliki kualitas tertinggi, dan seduhan teh kualitas tertinggi. Pod instan, digunakan terutama untuk kenyamanan dan untuk menjamu tamu.



**Gambar 8. Rantai Pasokan Teh**  
 Sumber : Tipayawong, et al., 2017

Rantai pasokan teh terdiri dari: 1. *Inbound Logistics* yaitu sebagian daun teh berasal dari perkebunan perusahaan dan sebagian lainnya daun teh yang diimpor. 2. *Operation* yaitu produksi perusahaan untuk produksi massal dan permintaan khusus. Prosedur produksi sangat rumit dan terdiri dari banyak langkah-langkah untuk mendapatkan produk seperti teh serta ekstraksi daun teh kering. Proses ini membutuhkan staf untuk menyortir daun, menemukan daun teh kuncup atau bahan asing lainnya. 3. *Outbound Logistics* yaitu Pemasaran dan Penjualan hingga sampai kepada konsumen.

## 2.4 PERSEPSI TERHADAP PRODUK TEH INDONESIA

Teh Indonesia dikenal memiliki kandungan katekin (antioksidan alami) tertinggi di dunia. Sebagian besar produksi teh di Indonesia merupakan teh hitam, disusul teh hijau. Perkebunan teh besar di Indonesia biasanya dikelola oleh Badan Usaha Milik Negara (misalnya Perkebunan Nusantara). Beberapa contoh petani teh swasta besar di Indonesia adalah Kabepe Chakra dan Gunung Slamet. Perusahaan konsumen Unilever Indonesia membeli bahan baku teh dari perkebunan besar milik negara atau swasta untuk memproduksi produk tehnya.

Dibandingkan dengan negara penghasil teh utama lainnya, hasil panen Indonesia (per hektar) rendah karena kebanyakan petani kecil tidak memiliki sarana keuangan dan keahlian untuk mengoptimalkan produksi, sementara sebagian besar teh Indonesia ditanam dari biji. Produksi teh Indonesia telah menurun dalam beberapa tahun terakhir karena beberapa perkebunan teh diubah menjadi perkebunan kelapa sawit, sementara perkebunan teh lainnya telah berganti untuk produksi sayuran atau tanaman lain yang dianggap lebih menguntungkan. Meskipun terjadi penurunan luas lahan, produksi teh relatif stabil. Hal ini menunjukkan bahwa perkebunan teh yang tersisa semakin produktif.

**Tabel 10. Produksi Teh di Indonesia**

	2014	2015	2016	2017	2018
<b>Produksi Teh dalam metric tons</b>	146.682	130.000	n.a	139.362	140.234

Sumber : BPS, 2019

Provinsi yang memproduksi teh paling banyak di Indonesia adalah: Jawa Barat (menyumbang sekitar 70 persen dari produksi teh nasional), Jawa Tengah serta Sumatera Utara. Hampir setengah dari produksi teh Indonesia diekspor ke luar negeri. Pasar ekspor utama adalah Rusia, Inggris Raya, dan Pakistan. Teh Indonesia yang diekspor terutama berasal dari perkebunan besar negara, baik milik negara maupun swasta (biasanya teh bermutu tinggi atau premium), sedangkan mayoritas petani kecil lebih berorientasi pada pasar domestik (memiliki kualitas teh yang lebih rendah dan harga jual yang lebih murah). Para petani kecil, yang kebanyakan

menggunakan teknologi lama dan metode pertanian yang buruk, biasanya tidak memiliki fasilitas pengolahan. Pasar domestik untuk teh di Indonesia tidak besar, tercermin dari tingkat konsumsi teh per kapita Indonesia yang rendah. Pada 2014, orang Indonesia mengonsumsi rata-rata 0,32 kilogram teh per orang per tahun (rata-rata dunia adalah 0,57 kilogram pada 2014, sedangkan Turki adalah pemimpin yang jelas dengan 7,54 kilogram).

Seperti halnya komoditas lain, Indonesia mengandalkan ekspor teh mentah (daun) yang merupakan produk primer (hulu). Keterbelakangan industri hilir teh Indonesia membatasi daya saing industri teh Indonesia di pasar internasional. Ekspor produk teh hilir hanya menyumbang sekitar 6 persen dari total ekspor teh. Mayoritas teh yang diekspor ke luar negeri merupakan teh daun yang berkualitas tinggi, sehingga hanya menyisakan daun teh kualitas medium hingga rendah untuk pasar dalam negeri. Ada peningkatan permintaan dari pasar domestik Indonesia dalam beberapa tahun terakhir, terutama dari industri minuman di mana minuman teh dalam kemasan dan siap saji telah cukup populer di kalangan milenial.

Jenis teh yang diproduksi di Indonesia yaitu : 1. Teh melati. Teh melati ternyata menjadi pilihan utama para pecinta teh di Indonesia. Terutama, teh melati terdiri dari bahan dasar teh putih atau teh hijau. Tehnya terasa lembut dan manis. 2. Teh Oolong. Dikenal sebagai semi-fermentasi dan diproses dan terdiri dari bahan baku yang unik. Varietas tertentu teh Oolong menawarkan aroma yang unik. Saat ini teh Oolong diproduksi di Indonesia di Oolong Bengkulu, Java Oolong, Oolong Organik Banten. 3. Teh Hijau. Variasi teh ini diperoleh tanpa melalui proses fermentasi. Teh ini dibuat dengan menonaktifkan enzim fenolase, yang ada di pucuk daun teh segar sambil memanaskannya untuk mencegah oksidasi katekin. Pemanasan terutama dapat dilakukan dengan dua cara yaitu mengukus dan memanggang. 4. Teh Hitam. Teh ini telah mendapatkan reputasi tinggi sebagai teh merah. Habitat bagian timur menyebutnya teh merah karena larutan teh yang dihasilkan dari teh tersebut berwarna merah. Namun, teh ini dikenal sebagai teh hitam di antara orang-orang di bagian barat karena daun teh yang digunakan untuk pembuatan bir terutama berwarna hitam. Teh hitam dikenal sebagai teh yang paling banyak digunakan di negara Indonesia. Teh hitam berasal dari proses fermentasi. Fermentasi tidak memanfaatkan mikroba sebagai sumber enzim. 5. Teh putih. Teh Indonesia jenis ini

tidak mengalami fermentasi apapun. Di sini, prosedur pengeringan dan penguapan dilakukan secara singkat. Teh jenis ini dikenal sebagai teh Dewi Dewi karena berasal dari kuncup daun pohon terbaik. 6. Teh Merah. Teh jenis ini berasal dari bunga rosella yang merupakan tanaman dari famili kembang sepatu. Teh ini memiliki rasa segar dan warna merah cerah. Teh ini mengandung vitamin C serta mineral penting lainnya. 7. Teh Merah Oriental. Variasi teh merah tersebut berasal dari daun teh hitam jenis sinesis. Jenis teh ini diproduksi melalui prosedur oksidasi lengkap, yang mengurangi rasa pahit daunnya. Aroma teh jenis ini sangat kuat. Daun teh diketahui diseduh dengan air hampir sembilan puluh lima derajat celcius. 8. Teh Kuning. Ini dianggap sebagai teh spesial yang diproses dengan cara yang mirip dengan teh hijau. Diketahui memiliki fase pengeringan yang lambat di mana daun teh dibiarkan setelah itu mulai menguning. Jenis teh seperti itu berwarna hijau kekuningan dan memberikan aroma yang berbeda dari teh hijau dan teh putih. 9. Teh Rooibos. Teh jenis ini telah mendapatkan reputasi tinggi dalam mengatasi asma, alergi, dan masalah kulit tertentu. Dulu, penanaman jenis teh ini hanya mungkin dilakukan di Afrika Selatan. Namun, saat ini, varietas teh ini juga bisa ditanam di Indonesia. Teh jenis ini memiliki sifat meningkatkan kekebalan karena kandungan fitonutrien dan antioksidan yang lebih tinggi. 10. Teh Pu-Erh. Varietas ini bisa digunakan untuk mengolah teh dalam bentuk mentah. Selama penyimpanan, teh jenis ini mengalami oksidasi mikrobiologis tahap kedua. Varietas teh ini berasal dari daun teh yang dioksidasi secara artifisial untuk menyusun kembali rasa teh pu-erh mentah. Jenis teh tersebut dibuat dengan mengatur suhu dan kelembaban daun teh.

Perusahaan teh di Indonesia lainnya yaitu Tangmas mengungguli Sinar Sosro. Terlepas dari kenyataan bahwa Tangmas, pemain lama teh hijau, mengalami pertumbuhan nilai yang lebih lambat dan sedikit kehilangan pangsa nilai ritel dalam kategori tersebut serta teh hitam pada tahun 2019. Unilever Indonesia, yang memimpin pasar teh dengan merek Sariwangi, dengan penjualan teh hitam sedikit meningkat pada tahun 2019. Pada bulan Januari 2019, perusahaan meluncurkan kampanye baru “Mari kita bicara tentang Indonesia” yang mempromosikan keragaman adat istiadat di Indonesia.

Persepsi Konsumen di Kanada untuk produk teh hampir serupa, banyaknya perusahaan dengan berbagai macam merek yang masuk kedalam pasar industri

minuman teh di Kanada memberikan pilihan yang beragam bagi konsumen. Branding atau merk digunakan untuk menciptakan keterikatan emosional pada produk dan perusahaan (Dolak, 2003; Kotler & Armstrong, 1999). Upaya pencitraan merek menciptakan rasa keterlibatan, rasa berkualitas tinggi, dan aura kualitas tak berwujud yang mengelilingi nama merek, tanda, atau simbol (Aaker, 2002; Dolak, 2003). Merek pada dasarnya menciptakan persepsi di benak konsumen bahwa produk dan jasa tersebut unik dan tidak ada yang serupa di pasar.

Sedikitnya produk dari Indonesia di Kanada menyebabkan sulit untuk menayakan kepada konsumen mengenai produk dari Indonesia. Kebanyakan konsumen di Kanada menyatakan bahwa alasan utama untuk mengonsumsi teh adalah ingin merasa santai dan membantu untuk tidur. Alasan lain yaitu konsumsi teh untuk kesehatan dan konsumen di Kanada lebih menyukai teh dengan kemasan kantong daripada teh dengan kemasan lainnya.

Banyak konsumen yang diwawancarai di Kanada mencari berbagai produk teh. Perusahaan-perusahaan teh di Indonesia memiliki pengetahuan terbatas tentang tren tersebut, belum memahami pasar dan kebutuhannya terutama tidak mengetahui apa yang dicari pembeli di Kanada dan dalam hal persyaratan khusus serta jenis bahan. Indonesia belum hadir di pasar teh dengan tren terbaru, meskipun Indonesia memiliki keanekaragaman hayati dan pengetahuan tradisional untuk menyaingi pemain kunci, seperti China.

Kekhawatiran utama pembeli tentang eksportir teh dari Indonesia terkait dengan ketidak konsistenan dalam kualitas. Perusahaan yang lebih kecil mengalami kesulitan untuk memenuhi persyaratan sehubungan dengan standardisasi, kepatuhan fasilitas, konsistensi kualitas, dokumentasi, dan keandalan. Perusahaan lebih kecil mempunyai pengetahuan yang tidak memadai tentang kontrol kualitas dan manajemen.

Di sisi lain, pembeli menunjukkan minat yang kuat di Indonesia sebagai sumber untuk menjadi pemasok dapat menyediakan bahan baku teh untuk memproduksi produk-produk teh. Pembeli yang diwawancarai tidak dapat menilai kinerja produk Indonesia dibandingkan dengan negara lain. Negara pemasok produk teh yang disukai tergantung pada produk spesifik yang pembeli cari.

Pembeli memiliki kepercayaan pada Indonesia dalam hal pasokan ekstrak dasar. Seorang pembeli menyebutkan bahwa Indonesia memiliki 'beberapa perusahaan pemasok teh berkualitas tinggi di Asia'. Varietas teh daun hitam Indonesia merupakan varietas terbaik dan sering dibandingkan dengan teh yang tumbuh di Sri Lanka dan diproduksi hampir seluruhnya untuk ekspor. Teh daun hitam dari perkebunan Cibuna, Santosa, Taloon dan Malabar layak untuk dicari, begitu juga yang berasal dari perkebunan Bah Butong, Gunong Rosa dan Gunong Dempo di Sumatera. Ini menjadi potensi bagi produk teh di Indonesia, sehingga perlu untuk membangun kesadaran di antara pembeli Kanada tentang bahan-bahan Indonesia dan sejarah penggunaannya, serta kualitas eksportir Indonesia untuk memasok bahan-bahan ini sesuai dengan Persyaratan dari pembeli. Teh Indonesia terkenal di seluruh dunia karena tingkat katekinnya yang tinggi, fenol alami dan antioksidan, yang berperan penting dalam membantu menjaga kesehatan usus dan jantung.

### **BAB III**

#### **PERSYARATAN PRODUK**

Kanada memiliki peraturan dan persyaratan bagi produk Teh yang akan dipasarkan di Kanada. Ketentuan produk dan ketentuan pemasaran ditetapkan Pemerintah Kanada yang digunakan sebagai acuan dan rambu-rambu yang harus dipatuhi bagi para produsen dan importer sehingga produk Teh yang dipasarkan telah sesuai baik dari segi spesifikasi produk dan kelengkapan persyaratan pemasaran.

Produsen dan pemasok berbagai Teh harus memenuhi peraturan dan standar khusus sebelum masuk ke pasar Kanada. Hal ini dimaksudkan agar masyarakat sebagai konsumen dijamin untuk mendapatkan produk dengan kualitas dan keamanan yang baik.

### 3.1 KETENTUAN PRODUK

Sejak April 1997, semua pemerintah federal mengamanatkan inspeksi makanan dan layanan karantina untuk domestik dan makanan impor telah diatur di bawah *The Canadian Food Inspection Agency* (CFIA). Tiga otoritas yang bertanggung jawab atas keselamatan makanan di Kanada di bawah Menteri Kesehatan adalah: *Health Canada* (HC), *the Public Health Agency of Canada* (PHAC) dan tanggung jawab keamanan pangan oleh *Canadian Food Inspection Agency* (CFIA). Seluruh standar keamanan makanan dan minuman tecantum dalam *Food and Drug Regulation* yang di atur oleh CFIA.

Khusus untuk produk teh yang juga sebagai obat seperti teh hijau, selain masuk dalam *Food and Drug Regulation* juga diatur dalam *Natural Health Product Regulation* (NHPR) apabila dijual dalam bentuk non-food seperti tablet atau pil. Selain standar kesehatan, teh juga menjadi objek periksa CFIA terkait dengan *the consumer packaging and labeling Act*. Berdasarkan regulasi ini, setiap produk teh yang masuk ke Kanada harus dikemas sedemikian rupa sehingga tidak memberikan informasi yang tidak benar kepada konsumen, baik dari segi asal muasal, kualitas, kuantitas dan berat produk teh. Mulai tahun 2007, telah diwajibkan untuk mencantumkan *nutrition labeling* bagi hampir semua produk *pre-packaged*.

Beberapa ketentuan yang harus dipenuhi oleh eksportir di negara asal maupun importer di Kanada berdasarkan regulasi-regulasi yaitu : Kewajiban bebas dari hama dan kandungan tanah; memenuhi *standard and guidelines for microbiological safety of food; Canadian standard (“maximum levels”) for various chemical contaminants*

*in food; list of maximum residue limits regulated under the pest control products Act; Guidelines for the general cleanliness of food*; termasuk di dalamnya persyaratan kesehatan dengan guidelines yang jelas terkait dengan standar kandungan zat additives, bahan pengawet, antioksidan (*sulfur dioxide*), pewarna buatan, pestisida, residu kimia dan pemalsuan makanan.

Selain itu produk harus memenuhi persyaratan mutu dan label. Sesuai dengan *consumer packaging dan labelling Act and regulations* secara umum diwajibkan bagi produk masuk Kanada untuk : Label harus dalam dua bahasa (Bahasa Inggris dan Perancis); Label harus mencantumkan informasi yang jelas tentang makanan yang dijual misalnya informasi ingredients makanan, data presentase kandungan nutrisi makanan, nama produk dan jenis, warna produk (apabila dimungkinkan), berat dalam kg, jumlah, ukuran kemasan, negara asal, nama dan alamat pembuat.

### 3.2 KETENTUAN PEMASARAN

Canada Border Services Agency (2019) merilis prosedur dalam melakukan impor ke Kanada adalah sebagai berikut:

1. Sebelum mengimpor barang komersial ke Kanada, sebagai bisnis atau individu, Anda perlu mendapatkan Nomor Bisnis/*Business Number* (BN) yang dikeluarkan oleh *Canada Revenue Agency* (CRA) untuk akun impor / ekspor. Akun impor / ekspor ini gratis dan biasanya dapat diperoleh dalam hitungan menit.
2. Identifikasi barang yang ingin diimpor. Importir harus menyertakan deskripsi produk secara menyeluruh, informasi komposisi produk dan, jika memungkinkan, sampel produk. Informasi ini akan digunakan untuk menentukan klasifikasi tarif barang yang ingin diimpor. Nomor klarifikasi tarif akan digunakan untuk menentukan tarif bea yang akan diberlakukan.
3. Menggunakan layanan dari broker pabean berlisensi. Menggunakan jasa dari broker pabean berlisensi merupakan opsi dalam melakukan transaksi selain transaksi secara langsung dengan *Canada Border Services Agency* (CBSA).
4. Menentukan negara asal barang impor. Produk impor akan diidentifikasi negara asalnya dan tidak hanya berarti negara tempat produk dikirimkan kepada Anda. Ketentuan ini juga dapat mencakup dari mana masing-masing bagian produk

berasal, serta dari mana produk itu dirakit menjadi produk akhir. Pastikan barang yang ingin Anda impor diizinkan masuk ke Kanada.

5. Produk-produk tertentu tidak diperbolehkan untuk diimpor ke Kanada. Produk yang mengandung pornografi anak dan propaganda kebencian, serta produk-produk yang tidak memenuhi kualifikasi, seperti kasur bekas dan beberapa mobil bekas.
6. Produk yang diimpor sudah memenuhi persyaratan departemen dan lembaga pemerintah lainnya dan mungkin memerlukan izin, sertifikat, dan / atau inspeksi. CBSA bertanggung jawab untuk mengatur persyaratan impor yang diatur undang-undang atas nama departemen pemerintah lainnya. CBSA memberi lisensi kepada pialang pabean untuk melaksanakan tanggung jawab terkait bea cukai atas importir untuk mengeluarkan barang di seberang perbatasan Kanada. Layanan broker biasanya mencakup: Memperoleh pengeluaran barang impor; Membayar bea apa pun yang mungkin berlaku; Memperoleh, menyiapkan dan menyajikan atau mengirimkan dokumen atau data yang diperlukan; Memelihara catatan; dan Menanggapi masalah CBSA setelah pembayaran.

### 3.3 METODE TRANSAKSI

Setiap produk yang tiba di Kanada, baik permanen maupun sementara tunduk pada bea cukai untuk proses impor. Klasifikasi Kode harmoniasi (HS code) sangat penting dalam melakukan impor karena kode HS ini akan digunakan untuk besaran tarif yang akan dikenakan kepada produk yang diimpor. Kanada memiliki beberapa skema tarif, yaitu:

1. Tarif *Most-Favoured-Nation* (MFN) dimana barang yang berasal dari semua negara, kecuali Korea Utara, berhak menggunakan tarif bea yang ditentukan pada skema ini;
2. Tarif Preferensial. Skema tarif ini diberikan kepada negara-negara yang telah melakukan kerjasama bilateral dengan Kanada. Indonesia tidak termasuk dalam skema ini; dan
3. Ketentuan tarif khusus. Skema ini diberikan kepada: General Preferential Tariff (GPT); Least Developed Country Tariff (LDCT); Commonwealth

Caribbean Countries Tariff (CCCT); Australia Tariff (AUT); New Zealand Tariff (NZT).

Beberapa produk dikenai pajak barang dan jasa/ *goods and services tax* (GST), cukai, atau cukai dengan besaran 5%, kecuali untuk produk-produk seperti obat resep, alat kesehatan dan alat bantu, sembako, pertanian dan perikanan tidak dikenakan pajak.

Langkah selanjutnya adalah pengenaan bea masuk. Nilai bea adalah jumlah yang dibayarkan kepada vendor untuk barang tersebut. Nilai bea yang dibayarkan harus menyertakan bukti tanda terima atau faktur penjualan dari vendor Anda. Dokumen ini harus memuat uraian lengkap barang, harga jual dan ketentuan serta syarat penjualan.

Produk yang diimpor akan diidentifikasi mode pengirimannya, apakah melalui jalan raya, laut, kereta api, udara, pos atau jasa kurir. Importir akan diminta menentukan kantor CBSA tempat untuk merilis barang. Setelah itu, pelaporan dilakukan ke CBSA untuk memastikan logistik dari barang, apakah akan dibawa sendiri atau menggunakan layanan pengiriman.

Produk mungkin diperiksa oleh pejabat pemerintah untuk memeriksa kepatuhan terhadap persyaratan CBSA atau peraturan departemen pemerintah lainnya. Prosedur ini dilakukan tanpa biaya; namun, jika ada kebutuhan untuk menyewa perusahaan transportasi untuk memindahkan atau menangani barang, biaya tambahan mungkin dikenakan dari perusahaan tersebut atas layanan mereka. Ketidakpatuhan dengan persyaratan CBSA dapat mengakibatkan penilaian denda moneter di bawah *the Administrative Monetary Penalty System*.

Prosedur rilis barang mempunyai dua metode yang dapat dilakukan. Prosedur ini dapat dilakukan sendiri menyewa broker bea cukai berlisensi untuk melakukannya. CBSA akan menetapkan nomor transaksi 14-digit untuk setiap pengiriman untuk mengidentifikasi barang selama proses izin.

Metode 1: Penghitungan penuh dan pembayaran tugas untuk pengeluaran barang

Lengkapi dan tunjukkan dokumen akuntansi Formulir Pengodean Kepabeanan Kanada B3-3 Anda secara langsung di kantor CBSA. Informasi tambahan tentang pengkodean

dokumen akuntansi CBSA dapat ditemukan di Memorandum D17-1-10, Pengkodean Dokumen Akuntansi Kepabeanan.

Dokumen-dokumen yang dibutuhkan: Dua salinan Formulir A8A-B, Dokumen Kontrol Kargo/ Cargo Control Document (CCD); Dua salinan Formulir CI1, Faktur Bea Cukai Kanada (atau faktur komersial yang berisi data). Untuk informasi tentang persyaratan Faktur Bea Cukai Kanada, lihat Memorandum D1-4-1, Persyaratan Faktur CBSA. Salinan kertas dari semua izin impor, sertifikat, lisensi, atau dokumen yang diperlukan dari departemen dan lembaga pemerintah lainnya (OGD) atau salinan elektronik untuk peserta EDI (OGD Interface).

Beberapa kantor CBSA menyediakan sistem berbasis computer mandiri, Sistem Pemrosesan Entri Tunai Komersial (CCEPS), yang membantu dalam mengisi formulir pengkodean B3-3 dan secara otomatis menghitung bea dan pajak terutang. Pilihan dalam membayar bea dan pajak, yaitu: Tunai; Kartu debit (tersedia di sebagian besar kantor CBSA dan tunduk pada batas yang diberlakukan oleh lembaga keuangan kartu); Cek atau wesel bersertifikat (dibayarkan kepada Receiver General untuk Kanada); Cek perjalanan; Kartu kredit dengan jumlah kurang dari \$ 5.000; atau Cek tidak bersertifikat untuk jumlah di bawah \$ 2.500 jika kondisi tertentu terpenuhi (dibayarkan kepada Penerima Umum untuk Kanada).

Metode 2: Pelepasan barang sebelum pembayaran bea

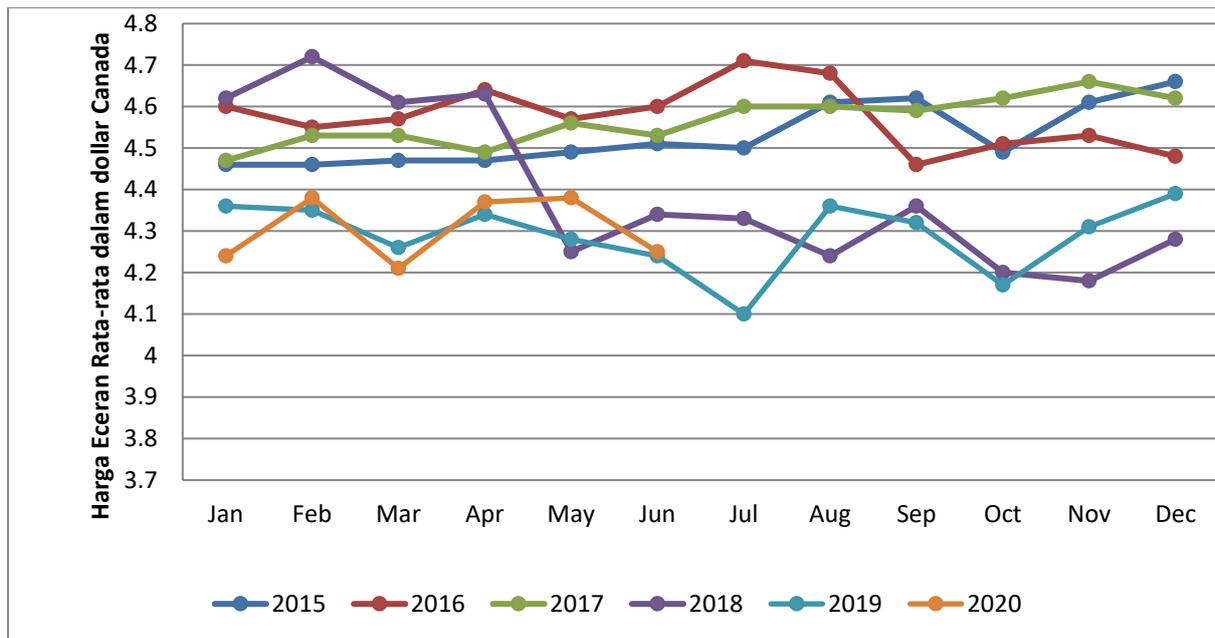
*Release on Minimum Documentation* (RMD) memungkinkan pengeluaran barang sebelum pembayaran bea dan pajak. Untuk memanfaatkan hak istimewa ini, importir harus mengikuti proses aplikasi, yang mencakup memposting jumlah keamanan yang disetujui dengan CBSA. Opsi ini umumnya digunakan oleh importir besar dengan volume impor tinggi. Opsi penghitungan RMD memerlukan transmisi elektronik permintaan pelepasan RMD menggunakan sistem *Electric Data Interchange* (EDI) dengan pengecualian tertentu.

### 3.4 INFORMASI HARGA

Dengan begitu banyak perusahaan teh yang memperkenalkan rasa dan teh baru, dan dengan pasar teh yang berkembang, pengecer harus selalu mendapatkan info terbaru tentang tren di pasar teh. Konsumen di Kanada tidak terlalu

menghawatirkan mengenai harga produk teh, mereka lebih memilih teh dengan banyak variasi, walaupun harga tidak begitu penting tetapi mereka tetap mau membeli teh dengan nilai yang baik sehingga biasanya konsumen di Kanada mencicipi teh terlebih dahulu sebelum membeli produk teh.

Harga eceran rata-rata untuk teh di Kanada tahun 2015-2020 sangat berfluktuasi. Harga rata-rata per 72 kantong teh yaitu sekitar CAD 4,1 hingga tertinggi di CAD 4,8.



**Gambar 9. Harga eceran rata-rata untuk teh di Kanada 2015-2020 (dalam CAD per 72 kantong)**

Sumber : Ibis World, 2020

Sebagian besar konsumen di Kanada membeli produk teh di Supermarket/Hypermart, mereka membeli di walmart atau coctco sisanya membeli di pengecer, toko bahan makanan dan toko khusus menjual teh. Harga produk teh di Supermarket/Hypermarket bervariasi berdasarkan merek dan jenis teh.

Jenis Produk Teh	Harga Produk
------------------	--------------

 <p>PG Tips Premium Black Tea Pyramid</p>	<p>\$99,25</p>
 <p>TEA BAGS-HIGGINS &amp; BURKE ORANGE PEKOE</p>	<p>\$8,79</p>
 <p>TWINING TEA, TEA KCUP ENGL BRKFST, 12 PC,</p>	<p>\$145,28</p>

 <p>Yorkshire Gold Tea 80 Tea Bags 250g (2 Pack)</p>	<p>\$22,95</p>
 <p>Hampstead Tea Sachets Darjeeling Organic Tea,</p>	<p>\$85,50</p>
 <p>Twinings of London Irish Breakfast Black Tea K-</p>	<p>\$145,28</p>

 <p data-bbox="244 616 593 683">Triple Green Matcha Tea Org 24 BAG</p>	<p data-bbox="691 197 790 230">\$22,40</p>
---	--

**Gambar 10. Jenis teh dan harganya di pasar Kanada**  
Sumber : Walmart Canada, 2020

### 3.5 KOMPETITOR

Berdasarkan analisis pasar teh di dunia, segmen teh hitam menghasilkan pendapatan tertinggi di tahun 2018 dan diperkirakan akan tetap mengungguli teh jenis lainnya. Hal ini dapat dikaitkan dengan peningkatan jumlah peminum teh di dunia. Selain itu, konsentrasi antioksidan dan polifenol yang tinggi membuat teh hitam sangat populer di kalangan kesehatan. Peningkatan kesadaran tentang kesehatan dan kebugaran serta peningkatan jumlah konsumen teh yang berpendidikan juga menjadi faktor peningkatan pendapatan teh hitam di Kanada. Peningkatan frekuensi iklan langsung ke pelanggan dan *celebrity endorsement* turut mendorong pertumbuhan segmen ini di pasar teh dunia.

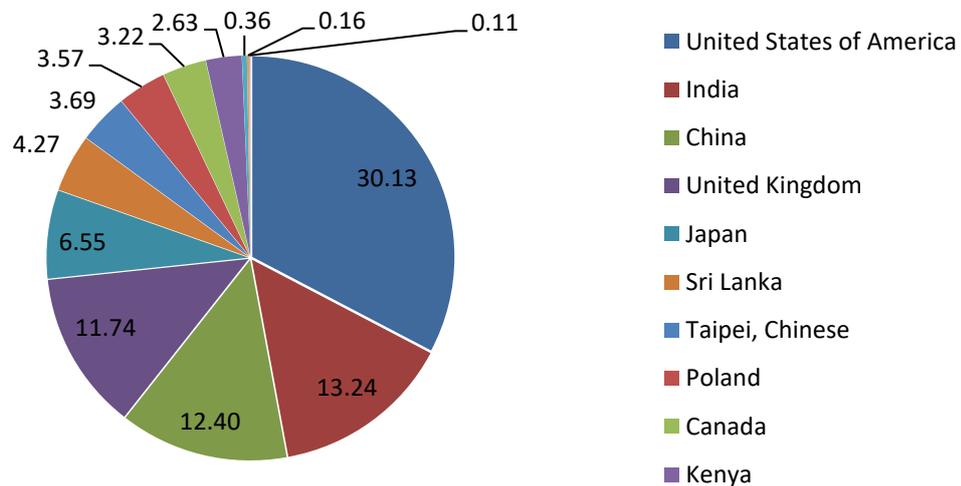
Jenis kantong teh merupakan yang paling diminati dengan pangsa tertinggi di pasar teh dunia. Ini dapat dikaitkan dengan fleksibilitas desain dan sifat penghalang yang sangat baik. Segmen kantong teh diperkirakan akan mengalami pertumbuhan tertinggi, karena kemudahan yang ditawarkannya dibandingkan teh kemasan jenis *loose tea*, karena menyeduh teh dengan kantong teh sangat mudah serta membuang kantong teh bekas menjadi lebih nyaman.

Asia-Pasifik adalah pasar terbesar yang tumbuh dengan CAGR 7,3% dari 2020-2027. Berdasarkan wilayah, Asia-Pasifik dan Eropa merupakan pasar teh yang paling besar. Hal ini dapat dikaitkan dengan konsumsi dan produksi teh yang tinggi di

wilayah tersebut. Cina diperkirakan tumbuh dengan CAGR tertinggi selama periode perkiraan, karena prevalensi budaya teh di negara tersebut.

Para pelaku industri teh telah mengadopsi ekspansi bisnis sebagai strategi pengembangan utama mereka untuk meningkatkan profitabilitas, dan memperbaiki posisi di pangsa pasar teh. Para pemain kunci juga mengandalkan peluncuran produk untuk meningkatkan portofolio produk mereka dan tetap relevan di pasar global. Para pemain kunci dunia di pasar teh yaitu Associated British Foods Plc., Barry's Tea Limited, Hain Celestial Group, Inc, ITO EN, Ltd., Mcleod Russel India Limited, Nestle SA, TaeTea, Tata Global Beverages, The Republic of Tea, Inc ., Dan Unilever Group.

Teh adalah minuman kedua yang paling banyak dikonsumsi di seluruh dunia, setelah air mineral. Pada tahun 2018, produksi teh dunia mencapai sekitar 5,8 juta metrik ton. Berdasarkan volume produksi China, India, Kenya, Sri Lanka, dan Indonesia termasuk di antara produsen teh utama pada tahun 2018. China memimpin atas sebagian besar dari total produksi teh dengan 2,62 juta metrik ton tahun itu. Dalam hal perdagangan, Pakistan adalah importir teh terkemuka, dengan nilai perdagangan sekitar 571 juta dolar AS.



**Gambar 11. Pangsa Pasar Negara Pemasok Produk Teh ke Kanada**  
 Sumber: Trademap, 2020

China memproduksi sekitar 40% teh dunia dengan produksi 2,4 juta ton. Teh di China terutama ditanam di provinsi Yunnan, Guangdong, dan Zhejiang. China

memproduksi beberapa teh terbaik di dunia yaitu Lapsang Souchong, Keemun, dan Green Gunpowder.

**Tabel 11. Profil Negara Pengekspor Produk Teh di Dunia**

No.	Country	Production (Tons)	Production per person (Kg)	Acreage (Hectare)	Yield (Kg/Hectare)
1	China	2.424.802	1,732	2.240.594	1.077,8
2	India	1.252.174	0,937	585.907	2.137,2
3	Kenya	473.000	9,283	218.500	2.164,8
4	Sri Lanka	349.308	16,289	231.628	1.508,1
5	Turkey	243.000	3,007	76.361	3.182,3
6	Vietnam	240.000	2,535	118.824	2.019,8
7	Indonesia	144.015	0,543	117.268	1.228,1
8	Myanmar	102.404	1,901	86.219	1.187,7
9	Argentina	89.609	2,014	27.720	2.375,7
10	Japan	80.200	0,634	44.078	1.819,5

Sumber: Ibis World, 2020

Pendapatan dari pasar teh China sangat besar, pada tahun 2018, angka pendapatan China mencapai lebih dari USD 80 miliar. Brasil menempati peringkat kedua, dengan pendapatan sekitar USD 15,3 miliar.

Negara kompetitor Indonesia di ASEAN untuk pasar teh yaitu Vietnam, di mana Prancis memperkenalkan tanaman tersebut selama masa pemerintahan kolonial. Vietnam memproduksi sekitar 240.000 ton teh per tahun. Provinsi Yen Bai di Vietnam Utara membudidayakan berbagai macam daun teh termasuk hijau, hitam, dan putih, serta beberapa teh khusus yang dibumbui dengan bunga termasuk teh teratai.

Indonesia memproduksi 144.000 ton teh setiap tahunnya. Tanaman ini diperkenalkan pada tahun 1700-an oleh Perusahaan Hindia Timur Belanda selama pemerintahan kolonial, yang sebagian besar memproduksi teh hitam dan hijau dari varietas Assam India. Iklim Indonesia memungkinkan varietas teh ini tumbuh subur.

## BAB IV

### KESIMPULAN

Teh merupakan minuman aromatik yang berasal dari tumbuhan *Camellia Sinensis*. Ini adalah salah satu minuman yang paling banyak dikonsumsi di dunia setelah air mineral. Teh dapat dikategorikan menggunakan beberapa kriteria berbeda, dengan klasifikasi yang paling umum adalah tingkat oksidasi. Tingkat oksidasi yang berbeda dapat menghasilkan teh hijau, kuning, oolong, dan hitam. Teh hitam dan teh hijau adalah teh paling populer sementara teh herbal semakin populer. Teh dianggap sebagai minuman sehat karena mengandung sejumlah antioksidan kuat, dan mineral seperti kalium, mangan, magnesium dan kalsium. Konsumsi teh secara teratur membantu mengurangi kerusakan sel yang disebabkan oleh radikal bebas serta menurunkan kadar kolesterol dan memfasilitasi penurunan berat badan yang sehat.

Meskipun Kanada bukan negara penghasil teh utama, negara ini memiliki pasar teh yang cukup besar. Kanada menempati peringkat kesembilan belas dalam hal pendapatan teh pada 2018, dengan pasar teh Kanada bernilai sekitar USD 1,23 miliar (euromonitor, 2020). Pasar teh Kanada bernilai USD 437 juta pada tahun 2019 dan diharapkan mencapai USD 503 juta pada tahun 2023. Ini menjadi peluang untuk produk teh Indonesia di pasar Kanada, mengingat total ukuran pasar untuk produk teh di Kanada bernilai USD 699 juta pada tahun 2019 dan diproyeksikan mencapai USD 838 juta pada tahun 2023 (statista, 2020).

Pertumbuhan pasar teh di Kanada didorong oleh meningkatnya kekhawatiran terkait kesehatan masyarakat, yang mengalihkan preferensi konsumen dari minuman berkarbonasi ke teh. Selain itu, meningkatnya tren ke kafe, pertumbuhan pendapatan, perubahan selera masyarakat, dan pengenalan bahan tambahan sehat dalam teh oleh pelaku pasar merupakan beberapa faktor lain yang mendorong pertumbuhan pasar teh. Pertumbuhan permintaan dari populasi muda yang sadar kesehatan dan pengenalan rasa dan varietas baru juga akan memberikan peluang untuk pertumbuhan pasar produk tersebut.

Peluang produk Indonesia untuk produk Teh ke pasar Kanada sangat potensial. Saat ini Indonesia masuk dalam posisi ke-16 sebagai negara asal impor produk Teh di Kanada. Ekspor Teh Indonesia ke Kanada pada tahun 2015 sebesar USD 484 juta dan sempat mengalami sedikit penurunan pada tahun 2018 menjadi sebesar USD 491 juta. Akan tetapi peningkatan kembali dicapai pada tahun 2019 dengan nilai ekspor

sebesar USD 501 juta. Ekspor terbesar yaitu dari HS 090240 (*Black fermented tea and partly fermented tea, whether or not flavoured, in immediate packings ...*) sebesar USD 374 juta di tahun 2019 yang mana produk ini sangat digemari konsumen di Kanada. Ekspor terbesar kedua yaitu jenis produk teh dengan HS 090220 (*Green tea in immediate packings of > 3 kg*) sebesar USD 112 juta di tahun 2019.

Perusahaan yang memegang pangsa pasar terbesar dalam industri teh di Kanada yaitu Davids Tea Inc., perusahaan ini terus memimpin industri teh melalui branding yang kuat dan kemasan yang menarik. Perusahaan teh terpopuler kedua di Kanada yaitu Tata Global Beverages Canada Inc., memperkenalkan teh super Tetley dengan vitamin dan mineral. Konsumsi teh di gerai layanan makanan seperti Tim Hortons dan Starbucks masih menjadi tren di Kanada, kondisi ini juga memperlihatkan kesadaran konsumen yang lebih tinggi terhadap teh sebagai alternatif pengganti kopi.

Produksi teh di Kanada terutama dalam mencampur, pembuatan ekstrak teh termasuk instan dan kering, dan pengemasan serta pembuatan teh herbal. Pada tahun 2020 industri teh Kanada tumbuh sebesar USD 20 miliar, industri teh di Kanada sangat dinamis, perusahaan berlomba-lomba mencari pasar dengan membuat teh jenis baru, eksotik dan teh premium yang mewah.

Distribusi penjualan teh di Kanada sebagian besar melalui supermarket/hypermarket, menyumbang sebesar 73% dari total pemasaran teh, toko bahan makanan (pengecer) menyumbang 15% dari total pemasaran teh, lainnya yaitu toko khusus menyumbang sebesar 5%. Jika dilihat lebih detail lagi, kaum milenial membeli teh di luar rumah atau di kedai khusus teh dan kopi. Millennial Kanada membeli aksesoris teh dan teh di kedai kopi bergaya Tim Horton, diikuti oleh kedai teh khusus seperti David's Tea, lainnya melaporkan pembelian teh di kedai kopi khusus seperti Starbucks dalam 12 bulan terakhir. Hanya 1% yang membeli teh secara online dan 1% melaporkan membeli teh di ruang minum teh tradisional.

Pembeli memiliki kepercayaan pada Indonesia dalam hal pasokan ekstrak dasar. Seorang pembeli menyebutkan bahwa Indonesia memiliki 'beberapa perusahaan pemasok teh berkualitas tinggi di Asia'. Varietas teh daun hitam Indonesia merupakan varietas terbaik dan sering dibandingkan dengan teh yang

tumbuh di Sri Lanka dan diproduksi hampir seluruhnya untuk ekspor. Ini menjadi potensi bagi produk teh di Indonesia, sehingga perlu untuk membangun kesadaran di antara pembeli Kanada tentang bahan-bahan Indonesia dan sejarah penggunaannya, serta kualitas eksportir Indonesia untuk memasok bahan-bahan ini sesuai dengan Persyaratan dari pembeli. Teh Indonesia terkenal di seluruh dunia karena tingkat katekinnya yang tinggi, fenol alami dan antioksidan, yang berperan penting dalam membantu menjaga kesehatan usus dan jantung.

Beberapa ketentuan harus dipenuhi oleh eksportir di negara asal maupun importer produk teh di Kanada, selain itu produk harus memenuhi persyaratan mutu dan label. Khusus untuk produk teh yang juga sebagai obat seperti teh hijau, selain masuk dalam *Food and Drug Regulation* juga diatur dalam *Natural Health Product Regulation* (NHPR) apabila dijual dalam bentuk non-food seperti tablet atau pil. Selain standar kesehatan, teh juga menjadi objek periksa CFIA terkait dengan *the consumer packaging and labeling Act*.

Asia-Pasifik adalah pasar terbesar teh yang tumbuh dengan CAGR 7,3% dari 2020-2027. Berdasarkan wilayah, Asia-Pasifik dan Eropa merupakan pasar teh yang sangat besar. Cina diperkirakan tumbuh dengan CAGR tertinggi selama periode perkiraan, karena prevalensi budaya teh.

Negara kompetitor Indonesia di ASEAN untuk pasar teh yaitu Vietnam, di mana Prancis memperkenalkan tanaman tersebut selama masa pemerintahan kolonial. Vietnam memproduksi sekitar 240.000 ton teh per tahun.

Melihat dari perkembangan nilai ekspor produk teh, sudah sepatutnya Indonesia mempertahankan bahkan meningkatkan ekspor produk Teh Indonesia ke Kanada dengan semakin besarnya pasar Kanada dan pertumbuhan konsumsi teh yang semakin meningkat serta tingkat pertumbuhan pendapatan yang cukup tinggi di Kanada.

## LAMPIRAN

### DAFTAR IMPORTIR

Tabel Daftar Importir Teh di Kanada

No	Nama Perusahaan	Kota	Provinsi	Kode Pos
1	A. HOLLIDAY & COMPANY INC.	Toronto	Ontario	M2P 2A8
2	ARBONNE INTERNATIONAL DISTRIBUTION, INC.	Irvine	California	
3	ASSOCIATED BRANDS INC.	Stoney Creek	Ontario	L8E 5S3
4	DAVIDSTEAM INC.	Mont-Royal	Quebec	H4P 1M2
5	ELAND LOGISTICS INC.	Mississauga	Ontario	L4W 2S5
6	EUROTRADE IMPORT-EXPORT INC.	Mississauga	Ontario	L4W 2T7
7	FINLAY TEA SOLUTIONS US INC.	Florham Park	New Jersey	
8	G. E. BARBOUR INC.	Sussex	New Brunswick	E4E 3H1
9	GP INTERNATIONAL INC.	Mississauga	Ontario	L5R 3W8
10	KEFIPLANT INC.	Drummondville	Quebec	J2C 8V6
11	KEURIG CANADA INC.	Montréal	Quebec	H1Z 4K3
12	MOTHER PARKER'S TEA & COFFEE INC.	Mississauga	Ontario	L4Y 1S4
13	QI BOTANICAL TEA CANADA LTD.	Vancouver	British Columbia	V5Z 4M4
14	SMUCKER FOODS OF CANADA CORP. / CORP. DE PRODUITS ALIMENTAIRE	Markham	Ontario	L3R 0P3
15	STARBUCKS COFFEE CANADA, INC.	Toronto	Ontario	M2N 6L7
16	SURATI SWEET MART LIMITED	Toronto	Ontario	M1S 5B1
17	TEEGARTEN HANDELS-GMBH	Vienna		
18	THE CHAI COMPANY INC.	Delta	British Columbia	V4G 1C6
19	THE METROPOLITAN TEA COMPANY LTD.	Toronto	Ontario	M8W 4W4
20	TRANS-HERB E INC	Saint-Bruno	Quebec	J3V 6L8
21	UNILEVER COSMETICS INTERNATIONAL CANADA	Toronto	Ontario	M4W 3R2
22	VAN REES NORTH AMERICA DIV OF IMPERIAL COMMODITIES CORP	Toronto	Ontario	M4S 2C3
23	VAN REES NORTH AMERICA INC.	Toronto	Ontario	M4S 2C6

## DAFTAR PAMERAN

Tabel Daftar Pameran Teh di Kanada

No	Nama Pameran	Tempat dan Tanggal Penyelenggaraan
1	Toronto Tea Festival	Toronto Reference Library Appel Salon, 2nd floor 789 Yonge Street, Toronto, ON M4W 2G8 Tanggal: Rare Tea Experience VIP Event: Jan 31, 2020 Tea Festival Show Dates: Feb 1 & 2, 2020
2	The Canadian Coffee & Tea Show	Toronto Congress Centre. 650 Dixon Road Toronto, Ontario M9W 1J1 Tanggal: 19-20 September 2021

## SUMBER INFORMASI YANG BERGUNA

### Data Statistik

- a. Canada Trade Data Online <https://www.ic.gc.ca/eic/site/tdo-dcd.nsf/eng/home>
- b. ITC Trade Map <https://www.trademap.org/>
- c. Statistics Canada <https://www.statcan.gc.ca/eng/start>

### Informasi Tarif

- Customs Tariff <https://www.cbsa-asfc.gc.ca/trade-commerce/tariff-tarif/menu-eng.html>
- Customs Tariff 2020 <https://www.cbsa-asfc.gc.ca/trade-commerce/tariff-tarif/2020/menu-eng.html>

### Informasi Perdagangan Lainnya

- Safe Food for Canadians <https://laws-lois.justice.gc.ca/eng/regulations/SOR-2018-108/index.html>
- Canada Border Service Agency (CBSA): <https://www.cbsa-asfc.gc.ca/>
- Trade Facilitation Office Canada: [https://www.tfocanada.ca/docs.php?page=1\\_3](https://www.tfocanada.ca/docs.php?page=1_3)
- Trade and Private-Sector Assistance, <http://www.tpsaproject.com/exporting-to-canada/>
- Inspection Canada - Phytosanitary requirement: <http://www.inspection.gc.ca/plants/plant-pests-invasive-species/directives/forestry/d-02-12/eng/1488215831209/1488215831755>
- Canadian Importers Database <http://www.ic.gc.ca/eic/site/cid-dic.nsf/eng/Home>
- Food Packaging Regulations <https://www.canada.ca/en/health-canada/services/food-nutrition/food-safety/packaging-materials.html>
- Health Canada <https://www.canada.ca/en/health-canada/services/food-nutrition/food-safety/food-additives/lists-permitted.html>
- Agriculture Canada <https://www.agr.gc.ca/eng/international-trade/trade-show-service/?id=1410072148325>
- Food Chemicals Codex <https://www.foodchemicalscodex.org/>
- American Spice Trade Association <https://www.astaspice.org/>

Tel: (62-21) 527-4484 Fax: (62-21) 527-4331