

**BISNIS EKSPOR IMPOR
PLYWOOD**



**UNIVERSITAS
MA CHUNG**

TEAM :

Muhammad	111510076
Joshua Putra A	111510060
Muhammad Dawillah	111510077

**Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Ma Chung
Malang
2018**

CV. JATI MAKMUR

Chapter 1 : COMPANY PROFILE

CV Jati Makmur adalah perusahaan berkembang yang memiliki tujuan untuk memperluas pangsa pasar mereka saat ini di industri pengolahan kayu di seluruh dunia. Untuk menaklukkan permintaan pasar dunia melalui ekspor, CV Jati Makmur perlu hati-hati mempertimbangkan strategi pemasaran yang akan mereka gunakan. Salah satu alat pemasaran utama adalah melalui penggunaan situs web. CV Jati Makmur telah membuat situs web mereka, yang mudah diakses di www.jatimakmur.com. Namun, situs web belum dimanfaatkan untuk potensi optimalnya. Informasi mengenai produk, proses, harga dan perusahaan itu sendiri tidak cukup. Bersamaan dengan pemanfaatan maksimum situs web, kelompok kami telah merangkum strategi berikut untuk CV Jati Makmur untuk menguasai pangsa pasar dunia.

Address : RAYA BUKIR STREET 55 PASURUAN, EAST JAVA, INDONESIA

Website : www.jatimakmur.com

Contact : Muhammad - 081703511613 - Muhammad.jm55@gmail.com



Figure 1 : Company Photo



Figure 2 : Company Logo

Chapter 2 : COMPANY READNESS TO EXPORT METHODS

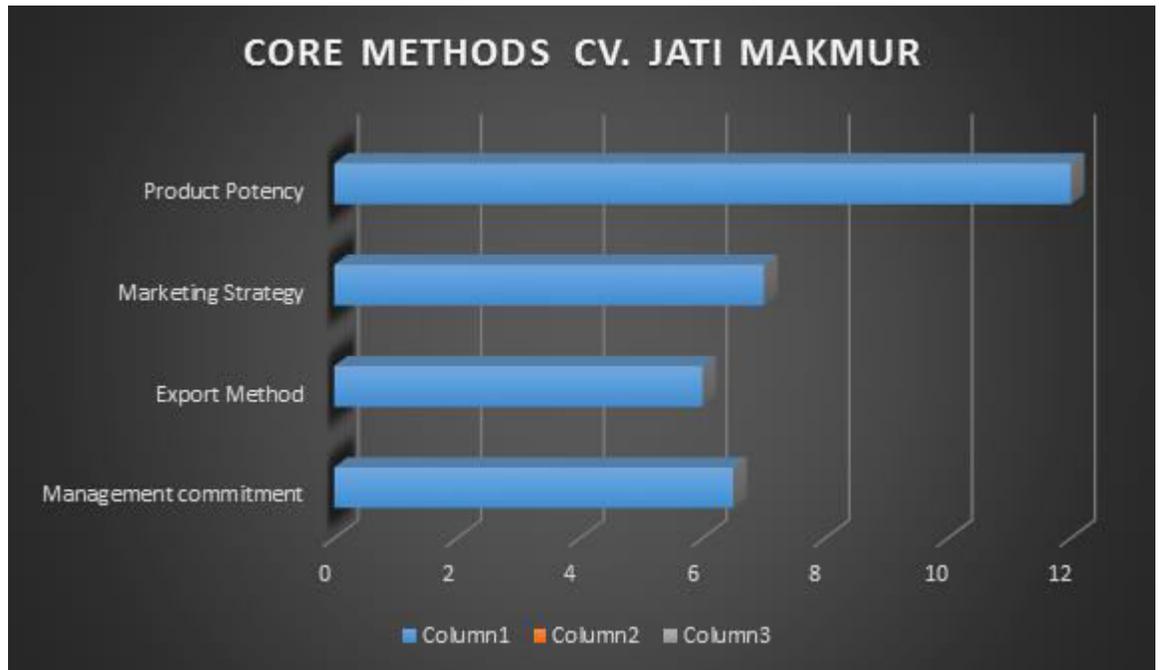


Table 1 : Core Methods CV Jati Makmur (interview,2017)

2.1 Core Analysis (interview.2017)

Berdasarkan grafik, CV. Jati Makmur memiliki potensi produk yang tinggi, hal ini menunjukkan bahwa CV JatizMakmur memiliki peluang dan sudah dapat mengekspor ke seluruh dunia. Kualitas produk CV Jati Makmur, misalnya kayu lapis, telah diuji di laboratorium. Berdasarkan hasil pengujian, kayu lapis CV Jati Makmur cocok dan aman untuk dipasarkan di pasar internasional.

Agar dapat mengekspor produknya ke luar negeri, CV Jati Makmur harus mampu meningkatkan kapasitas produksi mereka untuk pasokan ke pasar internasional. Saat ini, CV Jati Makmur hanya mampu memasok untuk pasar nasional (Indonesia). Untuk meningkatkan produksi, CV Jati Makmur dapat memulai proses otomatisasi dalam produksinya. Ini melibatkan penggunaan mesin dan peralatan untuk proses manufaktur mereka. Di samping itu, CV Jati Makmur dapat meningkatkan jumlah karyawannya. Mereka dapat fokus untuk menciptakan divisi lain dalam struktur organisasi mereka, divisi ekspor. Divisi ini akan fokus menangani manufaktur dan penjualan Plywood untuk ekspor. Kayu lapis CV Jati Makmur 100% lulus dalam pengujian laboratorium. Seperti kita ketahui, setiap negara memiliki standar kualitas yang berbeda karena wilayah, budaya, perilaku, dan cuaca. Selanjutnya, CV. Jati Makmur sudah berada di langkah pertama menuju titik ini.

Perusahaan ini telah membuat pemasaran dan bergabung dengan asosiasi kayu lapis, oleh dalam asosiasi itu kita dapat bertukar gagasan dengan anggota lain dalam kelompok itu. Selanjutnya, dari situs web perusahaan menunjukkan dan memberi tahu konsumen tentang produk apa

yang mereka hasilkan dan tawarkan. Namun sayangnya, situs web perusahaan benar-benar tidak diperbarui tentang produk ini. Perusahaan dapat membuat iklan atau membuat halaman melalui media sosial untuk berinteraksi langsung dengan pelanggan, dan memperbarui tentang penggunaan atau manfaat produk dan juga mungkin perusahaan dapat berbagi beberapa tips dan trik untuk menggunakan produk dengan cara yang benar .

Sebagai kesimpulan dari analisis, kita dapat menyimpulkan bahwa CV Jati Makmur siap untuk diekspor ke luar negeri karena mereka memiliki produk sendiri dengan kualitas yang baik yang telah dibuktikan dalam uji laboratorium tetapi, kapasitas kayu lapis mereka tidak cukup untuk diekspor. Jadi, perusahaan harus meningkatkan kapasitas produk atau kayu lapis untuk memungkinkan mereka untuk mengekspor, dan memperluas pasar mereka ke pasar internasional dan ada beberapa saran atau cara yang mungkin diikuti perusahaan untuk membuat tujuan ini sukses di perusahaan mereka..

Chapter 3: RECOMMENDED PRODUCT IDEA

3.1 Core Product

Menurut Woodsolutions (2017), kayu lapis adalah pelapis kayu yang disatukan untuk menghasilkan lembaran datar. Sebuah produk yang sangat serbaguna, kayu lapis digunakan untuk berbagai aplikasi struktural, interior dan eksterior - dari bekisting hingga panel internal. Plywood adalah kumpulan veneer kayu yang terikat bersama untuk menghasilkan lembaran datar. Menurut APAwood (2017), kayu lapis telah menjadi salah satu produk bangunan kayu yang paling dikenal dan dipercaya selama beberapa dekade. Diproduksi dari lembaran tipis veneer cross-laminated dan diikat di bawah panas dan tekanan dengan perekat kuat, panel kayu lapis memiliki stabilitas dimensi superior dan rasio kekuatan-terhadap-berat yang sangat baik dan sangat tahan terhadap dampak, bahan kimia, dan perubahan suhu dan kelembaban lingkungan . Dengan lebih dari selusin ketebalan umum dan lebih dari dua puluh nilai yang berbeda, kayu lapis sangat cocok untuk banyak aplikasi yang menuntut. Menurut Woodsolutions (2017), kayu lapis menawarkan banyak manfaat:

1. Peningkatan stabilitas
Kayu lapis menawarkan semua keuntungan yang melekat pada kayu induk ditambah sifat yang ditingkatkan dalam struktur laminasinya.
2. Resistensi dampak tinggi
Sebagai bahan berbasis kayu, kayu lapis memiliki kemampuan untuk mengakomodasikan kelebihan muatan jangka pendek; hingga dua kali beban desain. Ini berguna di mana aktivitas seismik atau angin siklon dapat terjadi. Properti ini juga efektif ketika digunakan sebagai lantai konstruksi atau sebagai bekisting beton. Struktur laminasi kayu lapis mendistribusikan beban dari benturan ke area yang lebih luas pada sisi yang berlawanan, yang secara efektif mengurangi tegangan tarik.
3. Stabilitas dimensi permukaan
Konstruksi kayu lapis yang dilaminasi silang memastikan bahwa lembaran kayu lapis tetap relatif stabil di bawah perubahan suhu dan

kelembaban. Ini sangat penting dalam konstruksi lantai dan bekisting di mana paparan kelembaban sangat mungkin.

4. Kekuatan tinggi ke rasio berat
Dengan kekuatan tinggi dan kekakuan terhadap rasio berat, kayu lapis sangat efektif untuk digunakan dalam aplikasi struktural seperti lantai, shearwalls, bekisting dan balok berselaput.
5. Panel geser
Panel geser kayu lapis hampir dua kali lipat dari kayu solid karena struktur laminasi silangnya. Ini menjadikan kayu lapis sebagai bahan yang sangat efektif untuk digunakan dalam gussets untuk rangka portal, jaring dari balok yang dibuat dan sebagai panel penguat.
6. Ketahanan kimia
Kayu lapis tidak menimbulkan korosi dan dapat digunakan dalam pekerjaan kimia dan menara pendingin sebagai bahan yang hemat biaya dan tahan lama saat bahan pengawet diolah.

3.2 Actual Product

Sebagai strategi ekspor awal, CV Jati Makmur akan mengeksport kayu lapis ke Cina dan Jepang. Ini adalah jenis produk yang akan diekspor ke negara-negara tersebut, mengikuti standar dan peraturan :

1. Uty Mix (Faceback MLH Wood & Core in Sengon Wood)
 - 5 mm : min order 250 pcs
 - 7.5 mm : min order 160 pcs
 - 12 mm : min order 110 pcs
 - 15 mm : min order 90 pcs
 - 18 mm : min order 75 pcs
2. Uty Alba (Full Sengon)
 - 5 mm : min order 250 pcs
 - 7.5 mm : min order 160 pcs
 - 12 mm : min order 110 pcs
 - 15 mm : min order 90 pcs
 - 18 mm : min order 75 pcs

Fungsi dasar kayu lapis adalah untuk digunakan sebagai bahan bangunan, tetapi ada banyak standar untuk pembuatan kayu lapis yang dirilis oleh banyak asosiasi dan / atau negara-negara tertentu, misalnya:

1. The Harmonized European Standard (2017) yang memungkinkan penandaan CE kayu lapis adalah EN 13986: 2004 + A1: 2015 Panel berbasis kayu untuk digunakan dalam konstruksi - karakteristik, evaluasi kesesuaian dan penandaan.
2. Hardwood Plywood & Veneer Association (2017) mengembangkan dan menerbitkan standar produk sukarela untuk industri, termasuk: ANSI / HPVA HP-1-09 Standar Nasional Amerika untuk Kayu Keras dan Kayu Lapis Dekoratif dan Panduan Desain Struktural HP-SG-1996 untuk Kayu Lapis Hardwood Panel-panel dinding
3. Meyertimber.com (2017) menjelaskan setidaknya ada 2 standar untuk produk plywood:

EN 314-2: 1993 Plywood — Bonding Quality, mengelompokkan kayu lapis hanya dengan mengikat kualitas dan memunculkan 3 kelas ikatan yang bergantung pada penggunaan akhir yang diinginkan. Kualitas ikatan ditentukan oleh jenis perekat dan kualitas inti veneer (cacat fisik seperti lubang simpul dan perpecahan), dan

EN 636: 2003, Plywood — Spesifikasi, mengklasifikasikan kayu lapis dengan memperhatikan kualitas ikatan DAN daya tahan biologis * dari spesies kayu yang digunakan dalam kayu lapis.

Because of that, certain modification has to be adjusted to meets the specifications needed by those standards, particularly when CV Jati Makmur plans to export in a new geographical market area.

3.3 Augmented Product

Menurut Marketingteacher.com. (2017), produk tambahan adalah bagian non-fisik dari produk. Biasanya terdiri dari banyak nilai tambah, yang mungkin atau mungkin tidak membayar premi. Jadi, ide tambahan untuk produk terdiri dari jaminan produk, layanan pelanggan, pengiriman, dan layanan.



Figure 3: Product Packagin

Selain memastikan jaminan produk, layanan pelanggan, pengiriman dan layanan, modifikasi untuk CV Jati Makmur dapat diterapkan pada kemasan produk sebagaimana terlihat pada gambar di atas. Wadah kotak kayu dapat digunakan sebagai modifikasi tambahan untuk kemasan produk. Ini menawarkan manfaat untuk melindungi kayu lapis dari tabrakan langsung selama pengiriman produk, juga untuk mencegahnya dari air. Desain kemasan juga memfasilitasi untuk memindahkan produk dengan mudah dan sistematis dalam jumlah tertentu plywood per kontainer.

Chapter 4 : COUNTRY SELECTION

CV Jati adalah bisnis UKM yang cukup dan baru saja mulai mengekspor produk mereka di seluruh Indonesia dengan visi untuk mendapatkan pangsa pasar dunia untuk industri kayu. Akan sangat penting bagi bisnis untuk memahami pasar terlebih dahulu dan mulai dengan langkah-langkah kecil untuk meminimalkan risiko kegagalan dan kerugian.

Langkah pertama yang harus diambil CV Jati adalah menentukan pasar di mana perusahaan ingin mengekspor. Ini melibatkan pengaturan di negara mana mereka pertama kali ingin mengekspor Kayu Lapis mereka. Menurut Nakayasu dan Makarennu (2013), Jepang memiliki permintaan tertinggi untuk kayu lapis Indonesia, memegang 43,8% dari keseluruhan ekspor kayu lapis Indonesia. Negara kedua dengan permintaan kayu lapis tertinggi adalah Cina dengan US \$ 686,9 juta atau 9,7% dari kayu lapis. Ini

dapat dianalisis dari tabel III yang ditunjukkan di bawah ini. Menurut situs web CV Jati Makmur adalah pemula dalam industri ekspor, maka perusahaan disarankan untuk hanya fokus pada kedua negara yang disebutkan pertama.

Di Jepang kayu lapis digunakan untuk membuat rumah adat, kita tahu tentang rumah tradisional Jepang menggunakan banyak kayu tipis seperti yang dikenal sebagai kayu lapis seperti pintu silde, dinding, tiang tengah, dan banyak lagi, karena sebagian besar terbuat dari kayu lapis.

Menurut idforex (2013) sekarang Jepang juga memiliki konstruksi yang tinggi di negara mereka, mungkin akan meningkatkan peluang bagi CV Jati Makmur untuk mengekspor kayu lapis mereka. Di cina plywood memiliki permintaan yang tinggi biasanya digunakan untuk industri, dan insinyur sipil.

No	Company
----	---------

TABLE III. CONSUMPTION AND DEMAND MARKET OF INDOONESIAN PLYWOOD

Countries	Amount (cubic meter)							
	2008 Actual	2009 Actual	2010 Actual	2011 Actual	2012 Actual	2013 Projected	2014 Projected	2015 Projected
Australia	37,693	24,873	43,094	39,996	37,862	37,884.74	37,864.27	37,862.23
Canada	5,396	611	855	8,156	8,156	8,148.72	8,155.27	8,155.93
France	926	8,374	12,329	8,492	77	164.52	85.75	77.88
China	22,622	199,292	377,114	762,181	992,820	990,108.99	992,548.90	992,792.89
Germany	92,994	71,897	85,998	73,476	66,107	66,192.01	66,115.50	66,107.85
Japan	1,043,884	972,862	1,075,100	1,228,093	1,033,702	1,035,483.40	1,033,880.14	1,033,719.81
Korea	202,618	194,317	170,303	207,255	147,704	148,265.04	162,960.83	996,665.99
Malaysia	40,681	32,913	64,434	8,526	75,961	75,339.48	75,898.85	75,954.78
Netherlands	40,524	29,741	26,023	27,605	20,638	20,706.57	20,644.86	20,638.69
New Zealand	684	1,042	1,458	770	531	534.03	531.30	531.03
Singapore	78,087	63,063	93,048	109,527	76,852	531.30	18,689.04	68,362.07
Saudi Arabia	224,636	295,508	313,968	334,368	314,304	314,481.69	314,321.77	314,305.78
Taiwan	353,992	334,394	398,927	363,970	301,637	314,321.77	31,910.35	31,908.75
UAE	272,445	142,251	111,415	86,540	57,964	58,279.02	286,224.55	20,011.01
UK	40,714	27,592	3,113	37,429	31,411	57,995.50	311,512.05	284,890.69
US	177,735	165,686	212,368	159,158	145,566	145,750.58	145,584.46	57,208.38

Table 2: The table indicates the consumption and demand for the Indonesian Plywood as per 2013

Berdasarkan data dari Tabel 2 kayu lapis, ada permintaan yang tinggi untuk kayu lapis di Jepang dan Cina. Karena itu, CV Jati Makmur memiliki peluang bagus untuk melakukan ekspor ke negara-negara tersebut.

Memperluas koneksi dan menciptakan kemitraan dengan perusahaan konstruksi dan furnitur terutama di Jepang dan Cina. Dengan menjalani kemitraan strategis, CV jati akan mengalami skala ekonomi dan belum lagi jejak promosi yang lebih besar.

1.	China State Construction Engineering Corporation (CSCEC) Phone 020-86496111/6222 Email overseas Website chinaconstruction.com Address cscec international fortune center, f322, building 2, no 5, anding road, Chaoyang district, Beijing
2.	China Railway Construction Corp Ltd East Yard No. 40, Fuxing Road, Haidian Dis BEIJING BEJ 100855 P: +8610.52688600 F: +8610.52688302
16.	Obayashi Corporation Shinagawa Intercity Tower B 2-15-2 Konan, Minato-Ku Tokyo 108-8502 Japan
19.	Kajima Corporation 2-7, Motoakasaka 1--chome Minato-ku, Tokyo 107 Japan

Table 3 : List of Plywood Company on China & Japan (Enr.2017)

CV Jati Makmur harus terlebih dahulu mengidentifikasi perusahaan-perusahaan dari negara-negara ini (Jepang dan Cina) di mana mereka ingin melakukan kemitraan dengan. Setelah itu, mereka dapat menghubungi perusahaan-perusahaan ini melalui surat langsung, menawarkan untuk menjadi pemasok mereka. Untuk menarik pasar, mereka mungkin harus lebih rendah dari pesaing, menggunakan strategi pemasaran harga yang kompetitif.

Chapter 5 : MARKETING STRATEGY

(Smallbusiness, 2017) Pemasaran adalah area fungsional utama di sebagian besar organisasi yang digerakkan oleh pelanggan. Ini adalah payung untuk proses yang mencakup penelitian dan pengembangan produk, iklan dan promosi lainnya, serta penjualan dan layanan produk. Di beberapa perusahaan, para profesional pemasaran harus bekerja keras untuk membuat para pemimpin perusahaan mengalokasikan anggaran yang cukup besar ke departemen mereka. Ini sering datang untuk meyakinkan mereka bahwa pemasaran memiliki beberapa manfaat utama bagi organisasi.

1. Segmentasi: Geografis
2. Penargetan: Negara-negara Asia jepang n china
3. Positioning: Berdasarkan kategori produk
4. Alat promosi: Strategi Push
5. Harga: Harga Multipoint
6. Tempat: Via Agen (Tidak langsung ke pelanggan)

5.1 Segmentation

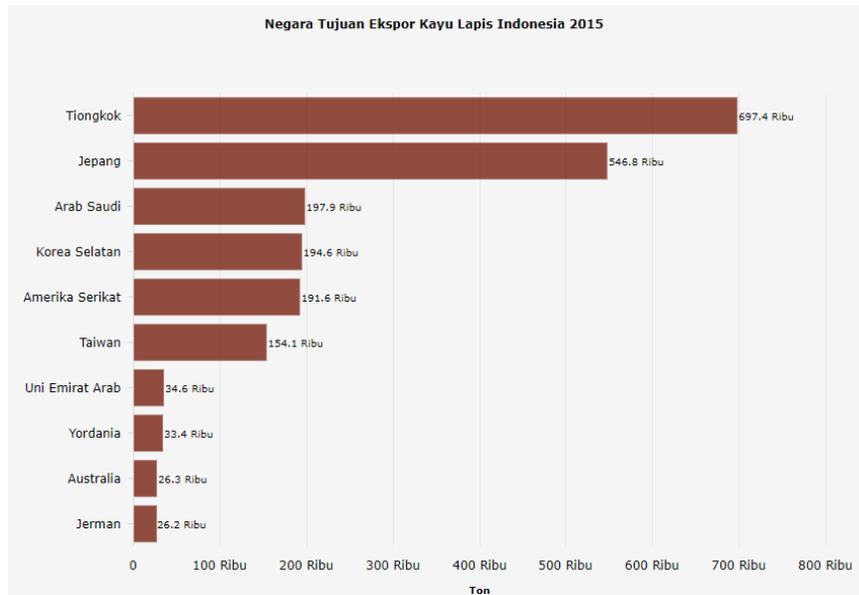


Table 4 : The Destination Countries of Indonesian Plywood Export 2015 (BPS,2017)

Menurut Philip Kotler, "Segmentasi pasar adalah pembagian sub-pasar menjadi sub-bagian pelanggan yang homogen, di mana setiap sub-bagian mungkin dapat dipilih sebagai target pasar untuk dicapai dengan bauran pemasaran yang berbeda." (Yourarticlelibrary, 2014).

Berdasarkan data dari BPS pada tahun 2015, Asia adalah tujuan terbesar untuk ekspor kayu lapis Indonesia. Asia Regional adalah segmen geografis paling potensial bagi CV Jati Makmur untuk mulai mengekspor kayu lapis.

5.2 Targeting

Menurut Keegan dan Green, penargetan adalah proses mengevaluasi segmen dan memfokuskan upaya pemasaran pada suatu negara, wilayah, atau kelompok orang yang memiliki potensi signifikan untuk merespons.

Data dari BPS pada tahun 2015 menunjukkan Jepang dan Cina sebagai negara tujuan ekspor kayu lapis Indonesia terbesar. Negara-negara tersebut juga bisa menjadi target pemasaran khusus untuk CV Jati Makmur untuk mulai mengekspor kayu lapis.

5.3 Positioning

Menurut Kotler (1997: 262): "Pemosisian adalah tindakan merancang tawaran perusahaan sehingga menempati nilai yang berbeda dan ditempatkan dalam pikiran pelanggan target". (firman-dalam, 2017). Ada sertifikat standar kualitas yang disyaratkan oleh Japanese Agriculture Standard (JAS) bagi perusahaan untuk memproduksi dan mengekspor kayu lapis. Untuk mendapatkan sertifikat, perusahaan harus lulus dalam uji kualitas produk yang disediakan oleh JAS.

Oleh karena itu, semua perusahaan plywood yang telah mengeksport produk ke Jepang harus disertifikasi oleh JAS, sehingga desain dan kualitas produknya memiliki standar yang sama. Sebagai kesimpulan, CV Jati Makmur harus difokuskan pada kualitas produk sebagai positioning pasar dengan mencapai standar kualitas, selain juga meningkatkan kualitas layanan.

Chapter 6: PRICING STRATEGIES

6.1 Penetration pricing :

Menurut Fokus Produk. (2017) ketika sebuah perusahaan menetapkan harga rendah untuk meningkatkan penjualan ketika memasuki pasar sehingga mereka mendapatkan pangsa pasar. , karena kayu lapis memiliki permintaan yang tinggi di Jepang dalam beberapa tahun terakhir, penetrasi adalah cara terbaik untuk memasuki pasar Jepang untuk mendapatkan pangsa pasar dan dapat menyesuaikan harga nanti untuk mendapatkan keuntungan, tidak mudah untuk memasuki pasar Jepang tanpa menetapkan strategi yang tepat, dan karena itu banyak perusahaan sebelumnya diusir oleh pesaing lokal.

Pasar Cina: menurut Claessens, M. (2017). harga produk dalam penentuan harga penetrasi sekurang-kurangnya harus menutupnya biaya harga tidak boleh terlalu rendah atau jati makmur akan mengalami kerugian, ini akan menciptakan penjualan yang sangat tinggi, ide utama dari strategi harga ini adalah untuk menjaga persaingan dari pasar, harga rendah harus dipertahankan untuk menjaga tempat di pasar.

6.2 Premium Pricing

Menurut Learnmarketing.net. (2017). ketika sebuah perusahaan menetapkan harga tinggi untuk memiliki gambar kepada pelanggan bahwa itu adalah produk eksklusif. Permintaan tinggi, pasar Jepang agar jati makmur untuk mendapatkan keuntungan di pasar Jepang perusahaan harus menetapkan strategi harga seperti harga premium untuk mendapatkan lebih banyak penjualan, strategi penetapan harga ini kebanyakan menargetkan kelas menengah dan tinggi.

Pasar Tiongkok: menurut 郝延 (2017). jati makmur harus melihat produk pesaing dan bagaimana perusahaan dapat bersaing dengan pesaing lain dan melihat apakah kayu lapis ditawarkan adalah salah satu produk dengan kualitas tertinggi? jika ya, maka pelanggan di cina harus berharap bahwa harganya tinggi karena apa yang ditawarkan kepada pelanggan adalah produk mewah dengan harga yang sesuai, dibandingkan dengan pesaing lainnya.

6.3 Distribusi Channel

Kotler et al (2010) "Saluran distribusi terdiri dari seperangkat institusi yang melakukan semua kegiatan yang digunakan untuk memindahkan produk dan judulnya dari produksi menjadi konsumsi".

(w3cargo, 2017) CV Jati Makmur akan berdagang di pasar internasional melalui kemitraan dengan perusahaan-perusahaan dari negara tujuan ekspor.

Penjualan akan dilakukan oleh perwakilan penjualan atau agen dari negara-negara tersebut. Ini menguntungkan CV Jati Makmur untuk fokus pada produksi dan pemeliharaan kualitas yang terpusat dari Indonesia, dan untuk meningkatkan efisiensi distribusi.

Chapter 7: SDM Project

Dalam pelaksanaannya, kami membutuhkan 3 orang dalam menjalankan project ini yaitu, 2 orang sebagai pemasar produk baik di dalam negeri maupun luar negeri (China dan Jepang) ataupun bisa disebut dengan penyambung antara marketer ke buyer. Kemudian, perusahaan juga membutuhkan 1 orang lagi sebagai administrasi yang bertugas sebagai penghubung antara marketer dengan perusahaan terutama di bagian produksi (kepala produksi) agar dapat mengkodisikan hasil produksi sesuai permintaan buyer.

Chapter 8: Finance

Harga jual Plywood CV. Jati Makmur untuk 2 type ukuran yang berbeda sebagai berikut :

- Uity Alba - 7,5 mm - Min 160 pcs - Rp. 13.600.000
- Uity Alba - 18 mm - Min 75 pcs - Rp. 12.750.000

Biaya Marketing

Untuk biaya marketing dari project ini yang diperuntukkan membayar gaji 2 oran marketer dan juga 1 orang admin di butuhkan sebesar Rp. 7.500.000/ bulannya, yang masing-masing pegawai di gaji sesuai UMR Kota Pasuruan yaitu Rp. 2.500.000.

Biaya Shipping

Untuk biaya shipping ke negara Japan dan China yaitu sebagai berikut:

Shipping to Japan & China : USD 1.200 – 3.600
Transport : Container 20 – 40 ft
Durasi : 29 – 45 hari

Forwarder by phone PT Atlantic sarana transport global di Surabaya.

Lampiran

ORIGINAL

1. Goods consigned from (Export's business name, address, country).	 MINISTRY OF TRADE OF THE REPUBLIC OF INDONESIA CERTIFICATE OF ORIGIN FORM B Reference No. :				
2. Goods consigned to (Consignee's name, address, country).	4. For official use.				
3. Means of transport and route (as far as known). Shipped by : From : To : Date of shipment :			5. Item number. 6. Marks and number of packages. 7. Number and kind of packages; description of goods. 8. Gross weight or other quantity. 9. Number and date of invoices.		
10. Certification. It is hereby certified, on the basis control carried out, that the goods stated above were produced in Indonesia.					
11. Competent authority (name, full address).		 <div style="display: flex; justify-content: space-around;"> (Signature) (Stamp) </div>		

SERIAL B2-OU N^o 2215

COPYRIGHT STATEMENT & DECLARATION OF THE ORIGINALITY OF PAPER

The work contained in this paper has not been previously submitted either in whole or in part. The best of my knowledge and belief, the material presented in this paper is original except where due reference is made in text. This paper may be freely published in any journal or conference by AIBPM. The authorship of paper is the authors and supervisor (lecturer). It may be freely copied and distributed for private use and study, however, no part of this paper or the information contained therein may be included in or referred to in publication without prior written permission of the author and/or any reference fully acknowledged.

Date

Signed:

Team members

1. Joshua Putra Anenlie
2. Muhammad
3. Muhammad Dawillah