



MARKET BRIEF

PRODUK TANAMAN HERBAL DI PASAR NIGERIA

INDONESIAN TRADE PROMOTION CENTER LAGOS

2018

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, ITPC Lagos telah menyelesaikan *Market Brief* edisi 2018 yang berjudul “*Market Brief* Produk Tanaman Herbal di Pasar Nigeria”. *Market Brief* ini merupakan pembahasan singkat tentang potensi dan kondisi pasar produk tanaman herbal di Nigeria. Penulisan *Market Brief* ini mengacu pada keputusan Menteri Perdagangan RI Nomor 706/M-DAG/KEP/9/2011 tentang Pedoman Penyusunan dan Mekanisme Pelaporan Perwakilan Perdagangan di Luar Negeri.

Pembuatan *Market Brief* ini merupakan bagian dari tugas ITPC 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 *Market Brief* ini diharapkan dapat membantu upaya peningkatan pemasaran produk Ikan Sarden dalam Kaleng Indonesia di pasar Nigeria.

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

Terima kasih

Indonesian Trade Promotion Centre Lagos

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	iv
DAFTAR GAMBAR	v
I. PENDAHULUAN	1
1.1 Pemilihan Produk	1
1.2. Profil Nigeria.....	2
MAKROEKONOMI NIGERIA	4
II. pOTENSI PASAR PRODUK HERBAL	6
2.1. DATA STATISTIK PERDAGANGAN PRODUK HERBAL DI NIGERIA	10
2.1.1. ANALISA IMPOR PRODUK HERBAL DI NIGERIA	11
2.1.2. ANALISA EKSPOR PRODUK HERBAL DI NIGERIA	12
III. Peluang, hambatan, Jalur distribusi, dan strategi.....	14
3.1. peluang.....	14
3.2. HAMBATAN	20
3.3. JALUR DISTRIBUSI	23
3.4. STRATEGI	24
DAFTAR PUSTAKA	25

DAFTAR TABEL

Table 1. Data geografis Nigeria.....	2
Table 2. Demografi Penduduk Nigeria berdasarkan Gender dan Usia.....	4
Table 3. Daftar Bandar Udara di Nigeria.....	5
Table 4. Daftar Pelabuhan di Nigeria.....	5
Table 5. Penjualan produk herbal berdasarkan kategori di Nigeria.....	7
Table 6. Impor Nigeria dari Dunia.....	11
Table 7. Impor Nigeria untuk HS 0910 berdasarkan Negara.....	12
Table 8. Total Ekspor Nigeria ke Dunia.....	13
Table 9. Persentase Jenis Obat yang Diproduksi dengan Bahan Baku.....	18
Table 10. Proporsi Nilai Penjualan Ritel Obat Tradisional/Herbal di Indonesia.....	19

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Demografi Penduduk Nigeria berdasarkan Gender dan Usia	3
Gambar 2. Penjualan ritel dan pertumbuhan penjualan produk herbal di nigeria	7
Gambar 3. Penjualan Produk Herbal/Tradisional Topikal Analgesik di Nigeria.....	8
Gambar 4. Pangsa Penjualan Produsen Herbal/Tradisional di Nigeria	9
Gambar 5. Pangsa Penjualan Produsen Herbal/Tradisional di Nigeria	16
Gambar 6. Pangsa Pasar Merek Obat Tanaman Herbal.....	17
Gambar 7. Jalur Distribusi Produk Tanaman Herbal di Nigeria	23

I. PENDAHULUAN

1.1 PEMILIHAN PRODUK

Produk tanaman herbal atau yang lebih dikenal sebagai tanaman obat juga sering dimasukkan ke dalam kategori tanaman Biofarmaka. Tanaman biofarmaka meliputi 15 (lima belas) jenis tanaman, yaitu kunyit, jahe, kencur, lempuyang, laos/lengkuas, temuireng, temulawak, temukunci, kapulaga, mengkudu/pace, mahkota dewa, dlingo/dringo, kejobeling, sambiloto, dan lidah buaya (Statistik Hortikultura, 2014). Data Statistik Hortikultura tahun 2014 menyebutkan bahwa total produksi tanaman biofarmaka di Indonesia sebesar 595.423.212 kilogram, mengalami peningkatan sebesar 9,97% dibandingkan tahun 2013. Komoditas yang mempunyai kapasitas produksi terbesar terhadap total produksi tanaman biofarmaka di Indonesia, yaitu jahe (37,98%), kunyit (18,82%), kapulaga (12,22%), laos/lengkuas (10,50%), dan kencur (6,33%). Sementara itu, kurang dari 5% persentase produksi dimiliki tanaman biofarmaka lainnya di Indonesia.

Indonesia mempunyai potensi tanaman obat terbesar kedua terbesar di dunia setelah Brasil. Iklim tropis berkontribusi dalam mendukung produksi tumbuhnya tanaman obat di Indonesia. Sebanyak 30.000 jenis tumbuhan obat dari total sekitar 40.000 jenis tumbuh-tumbuhan obat yang telah dikenal di dunia, berada di Indonesia. Jumlah tersebut mewakili 90% dari tanaman obat yang terdapat di wilayah Asia. Sekitar 7.500 jenis atau 25% dari jenis yang ada, diketahui memiliki khasiat herbal atau tanaman obat. Dari 7.500 itu, hanya sekitar 1.200 jenis tanaman yang dapat digunakan sebagai bahan baku obat-obatan herbal atau biasa disebut jamu (PT. Sido Muncul, 2015). Fakta tersebut menunjukkan bahwa Indonesia memiliki keunggulan varian tanaman obat yang tidak dimiliki oleh kebanyakan negara lainnya di dunia.

Budidaya tanaman obat sekarang ini mempunyai potensi tinggi untuk dikembangkan. Hal ini tidak terlepas dari berkembangnya industri obat herbal baik di dalam maupun di luar negeri akibat gaya hidup kembali ke alam (*back to nature*). Selain itu semakin luasnya pemanfaatan tanaman obat untuk keperluan industri lain di luar industri obat tradisional dan farmasi,

seperti industri makanan dan minuman, serta industri kosmetik membuat kebutuhan akan tanaman obat sebagai bahan baku semakin tinggi.

Produk yang menjadi kunci dari tulisan ini dikhususkan untuk produk herbal, dengan kode HS 090803 untuk *Cardamoms, Neither crushed nor ground* (Kapulaga Tidak dihancurkan atau tidak ditumbuk) dan HS 0910 untuk *Ginger, saffron, turmeric (curcuma), thyme, bay leaves, curry and other spices* (Jahe, saffron, turmeric (curcuma), thyme, daun salam, kari dan rempah-rempah lainnya).

1.2. PROFIL NIGERIA

Nigeria, secara resmi dikenal sebagai Republik Federal Nigeria, adalah negara yang terletak di pantai barat Afrika. Negara ini memiliki 36 negara bagian dengan ibukota Abuja. Nigeria memiliki lebih dari lima ratus kelompok etnis yang berbeda, banyak bahasa yang berbeda, dan menyatakan kemerdekaannya dari Kerajaan Inggris pada 1 Oktober 1960. Pada 2018, perkiraan populasi negara ini lebih dari 195,88 juta.

TABLE 1. DATA GEOGRAFIS NIGERIA

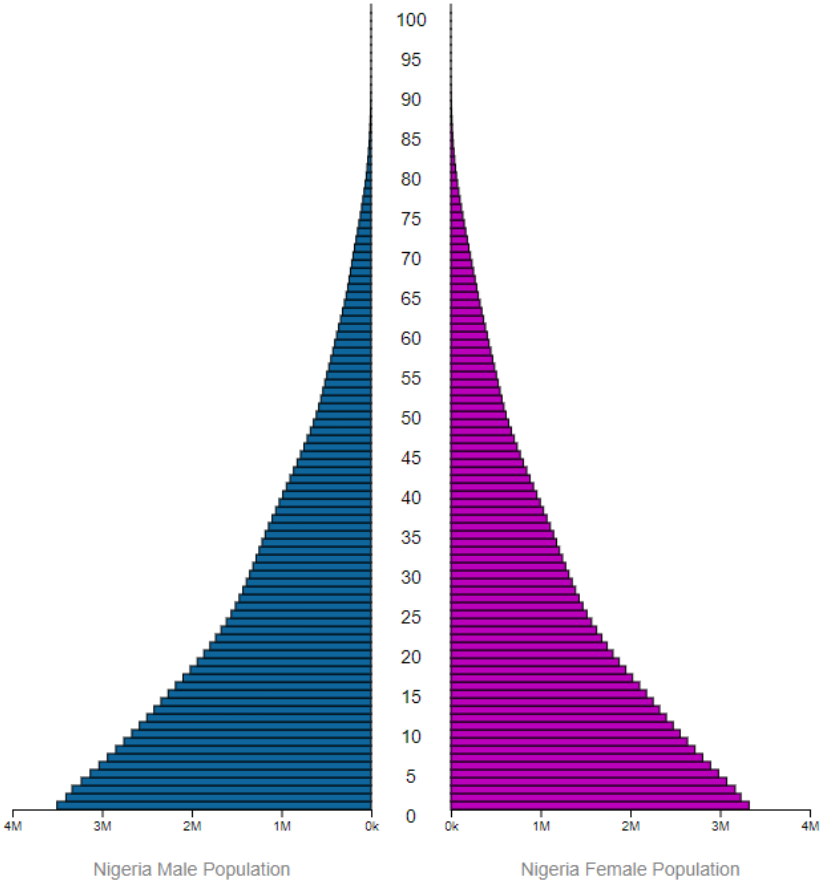
Lokasi:	Bagian barat Afrika, berbatasan dengan <i>the Gulf of Guinea</i> , diantara Benin dan Kamerun	
Area:	Total:	923,768 km persegi
	Daratan:	910,768 km persegi
	Perairan:	13,000 km persegi
Batas Negara:	Benin 809 km, Cameroon 1,975 km, Chad 85 km, Niger 1,608 km	
Garis pantai:	853 km	
Iklim:	bervariasi; ekuatorial di selatan, tropis di bagian tengah, kering di utara	
Sumber daya alam:	gas alam, minyak, timah, bijih besi, batubara, batu kapur, niobium, timbal, seng, tanah yang subur	
Penggunaan lahan:		
	Pertanian	78%
	Hutan	9.5%
	Lain-lain	12.5% (2011 est.)
Distribusi populasi:	Populasi terbesar di Afrika; persebaran populasi yang tidak merata , dengan kepadatan terbesar di selatan dan barat daya	

Sumber: *Central Intelligence Agency* (2018)

Nigeria tergabung dalam custom union *the Economic Community of West African States* (ECOWAS). Nigeria mempunyai GDP sebesar USD 394,8 Miliar dengan penduduk berjumlah 188 juta jiwa. Inflasi di Nigeria masih tinggi di dua digit, yaitu sebesar 16,3%.

Rata-rata warga negara Nigeria berada di rentang usia yang relatif muda. Untuk laki-laki dan perempuan, usia rata-rata negara adalah 17,9 tahun. Perbandingan jumlah antara laki-laki dan perempuan di Nigeria cukup merata. Terdapat sekitar 1,04 laki-laki untuk setiap 1 perempuan di negara tersebut. Perlu dicatat, meskipun, bahwa sementara perempuan lebih sedikit dari laki-laki, setelah usia 65 tahun, perempuan melebihi jumlah laki-laki.

GAMBAR 1. DEMOGRAFI PENDUDUK NIGERIA BERDASARKAN GENDER DAN USIA



Sumber: World Population Review (2018)

MAKROEKONOMI NIGERIA

TABLE 2. DEMOGRAFI PENDUDUK NIGERIA BERDASARKAN GENDER DAN USIA

GDP, current prices (USD Miliar)	394,8
GDP percapita (USD)	2092,4
Inflasi, <i>average consumer prices</i> (%)	16,3
Populasi (Juta)	188,6

Sumber: IMF, 2018

Kondisi makroekonomi Nigeria mengindikasikan bahwa dengan populasi Nigeria yang besar, inflasi di tingkat 2 digit sebesar 16,3% dan tingkat GDP yang berfluktuasi dari tahun ke tahun mengindikasikan bahwa Nigeria memiliki tantangan untuk menumbuhkan ekonominya ke tingkat yang lebih stabil.

Nigeria merupakan negara dengan kekuatan ekonomi terbesar di ECOWAS. Hal tersebut dibuktikan dengan posisi negara tersebut sebagai negara tujuan ekspor terbesar Indonesia dengan pangsa mencapai sebesar 33,6%.

Presiden Nigeria adalah Muhammadu Buhari yang terpilih pada Maret 2015. Presiden Buhari telah membentuk kabinet menteri ekonomi yang mencakup beberapa teknokrat, dan ia telah mengumumkan rencana untuk meningkatkan transparansi, diversifikasi ekonomi dari minyak, dan meningkatkan manajemen fiskal, tetapi ketergantungannya pada gubernur Bank Sentral telah menyebabkan kebijakan proteksionis yang ditujukan untuk membela naira dari devaluasi lebih lanjut. Nigeria memasuki resesi pada 2016. Namun, pertumbuhan PDB berbalik positif, dengan harga minyak yang pulih dan output yang stabil pada tahun 2017.

Transportasi di Nigeria meliputi udara, laut dan darat. Pada tahun 2017, terdapat 54 *Airport* di Nigeria dimana 40 *Airport* dengan landasan aspal (*paved runways*) dan 14 landasan tanpa aspal (*unpaved runways*) yang keduanya dapat digunakan sebagai sarana perdagangan. Untuk transportasi darat, Nigeria memiliki rel kereta api sepanjang 3,505 km dan jalan raya sepanjang 3,193,200 yang menghubungkan beberapa negara bagian dengan pusat-pusat industri, pertambangan, dan perdagangan. Secara umum infrastruktur transportasi Nigeria sudah cukup

tersedia akan tetapi karena lemahnya pengawasan dan perawatan mengakibatkan sebagian fasilitas tersebut tidak dapat digunakan secara maksimal.

TABLE 3. DAFTAR BANDAR UDARA DI NIGERIA

International airports ^[1]				
Abuja	FCT	DNAA	ABV	Nnamdi Azikiwe International Airport ^[1]
Enugu	Enugu	DNEN	ENU	Akanu Ibiam International Airport (Enugu Airport) ^[2]
Kano	Kano	DNKN	KAN	Mallam Aminu Kano International Airport ^[3]
Lagos / Ikeja	Lagos	DNMM	LOS	Murtala Muhammed International Airport ^[4]
Port Harcourt	Rivers	DNPO	PHC	Port Harcourt International Airport ^[5]
Major domestic airports ^[2]				
Calabar	Cross River	DNCA	CBQ	Margaret Ekpo International Airport (Calabar Airport) ^[6]
Jos	Plateau	DNJO	JOS	Yakubu Gowon Airport (Jos Airport) ^[7]
Kaduna	Kaduna	DNKA	KAD	Kaduna Airport ^[8]
Maiduguri	Borno	DNMA	MIU	Maiduguri International Airport (Maiduguri Airport) ^[9]
Sokoto	Sokoto	DNKO	SKO	Sadiq Abubakar III International Airport (Sultan Saddik Abubakar Airport) ^[10]
Yola	Adamawa	DNYO	YOL	Yola Airport ^[11]
Other domestic airports ^[3]				
Asaba	Delta	DNAS	ABB	Asaba International Airport ^[12]
Akure	Ondo	DNOK	AKR	Akure Airport ^[13]
Bauchi	Bauchi	DNBA	BCU	Bauchi Airport ^[14]
Benin	Edo	DNBE	BNI	Benin Airport ^[15]
Gombe	Gombe	DNGO	GMO	Gombe Lawanti International Airport

Sumber : *National Bureau of Statistic (NBS), 2018*

Selain bandara udara dan kereta api sebagai sarana transportasi barang dan penumpang, terdapat juga beberapa pelabuhan/*deep sea port* sebagai sarana perdagangan di beberapa wilayah seperti dalam tabel 4 berikut.

TABLE 4. DAFTAR PELABUHAN DI NIGERIA

No	NAMA PORT	LOKASI
1	Apapa Port	LAGOS
2	Tin Can Island Port	LAGOS
3	Calabar Port	CROSS RIVER STATE
4	Delta Port	DELTA STATE
5	Rivers Port	DELTA STATE
6	Onne Port	DELTA STATE

Sumber : *National Bureau of Statistic (NBS), 2018*

II. POTENSI PASAR PRODUK HERBAL

Nigeria memiliki sejarah yang panjang terkait dengan pengobatan herbal, dimana produk herbal telah digunakan penduduk untuk mengobat berbagai macam penyakit. Produk dari tumbuh-tumbuhan yang didapat secara alami digunakan dalam praktek pengobatan lokal di Nigeria. Seiring dengan meningkatnya urbanisasi, penggunaan produk herbal yang didapat secara alami (tidak dikemas) mulai berubah dengan munculnya produk-produk herbal dalam kemasan.

Produk herbal tradisional sendiri saat ini mendapatkan perhatian penting dalam perdebatan kesehatan global. Menurut Organisasi Kesehatan Dunia (WHO), produk herbal/jamu telah menjadi produk kesehatan yang populer yang digunakan sebagai produk obat alami dan menjadi pelengkap terapi alternatif yang ada saat ini.

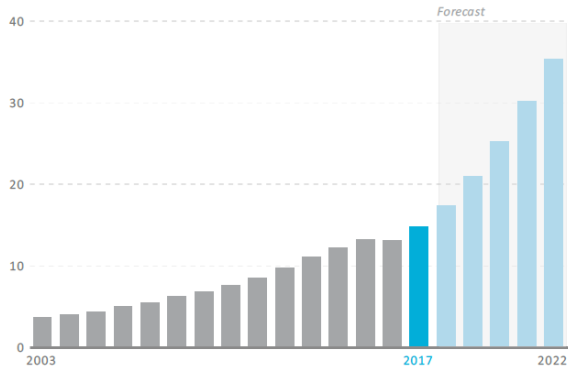
Dengan meningkatnya kecenderungan penggunaan obat herbal/tradisional di Nigeria, badan pengatur, terutama NAFDAC (*National Agency for Food and Drug Administration Control*), sekarang semakin terlibat dalam bagaimana produk tersebut dibuat, dikemas dan didistribusikan. Upaya ini dilakukan untuk memberikan pengawasan ketat dan membatasi beredarnya produk-produk palsu dan tercemar. Namun demikian, masih banyak produk yang tidak dikemas atau tidak terdaftar beredar di pasar. Hal ini terjadi karena adanya permintaan yang tinggi atas penggunaan tradisional produk tersebut.

Nigeria merupakan negara terbesar di kawasan Afrika Barat, khususnya diantara negara-negara ECOWAS. Besarnya populasi Nigeria mengindikasikan besarnya potensi di negara tersebut bagi pasar produk herbal. Produk herbal/tradisional tumbuh sebesar 13% dalam nilai saat ini untuk mencapai NGN 14.6 miliar pada tahun 2017. Herbal/analgesik topikal tradisional mengalami laju pertumbuhan terbaik dengan peningkatan penjualan sebesar 15%. Procter & Gamble Nigeria Ltd mempunyai pangsa terbesar penjualan pada kategori ini sebesar 45%. Produk herbal/tradisional diharapkan menghasilkan nilai CAGR 5% dan penjualan Produk herbal/tradisional diharapkan menghasilkan nilai CAGR 5% pada harga konstan selama periode perkiraan, dan proyeksi penjualan mencapai penjualan NGN1 8,5 miliar pada tahun 2022 (Euromonitor, 2018).

GAMBAR 2. PENJUALAN RITEL DAN PERTUMBUHAN PENJUALAN PRODUK HERBAL DI NIGERIA

Sales of Herbal/Traditional Products
Retail Value RSP - NGN billion - Current - 2003-2022

15



Sales of Herbal/Traditional Products
% Y-O-Y Growth 2003-2022

12.8%



Sumber: Euromonitor (2018)

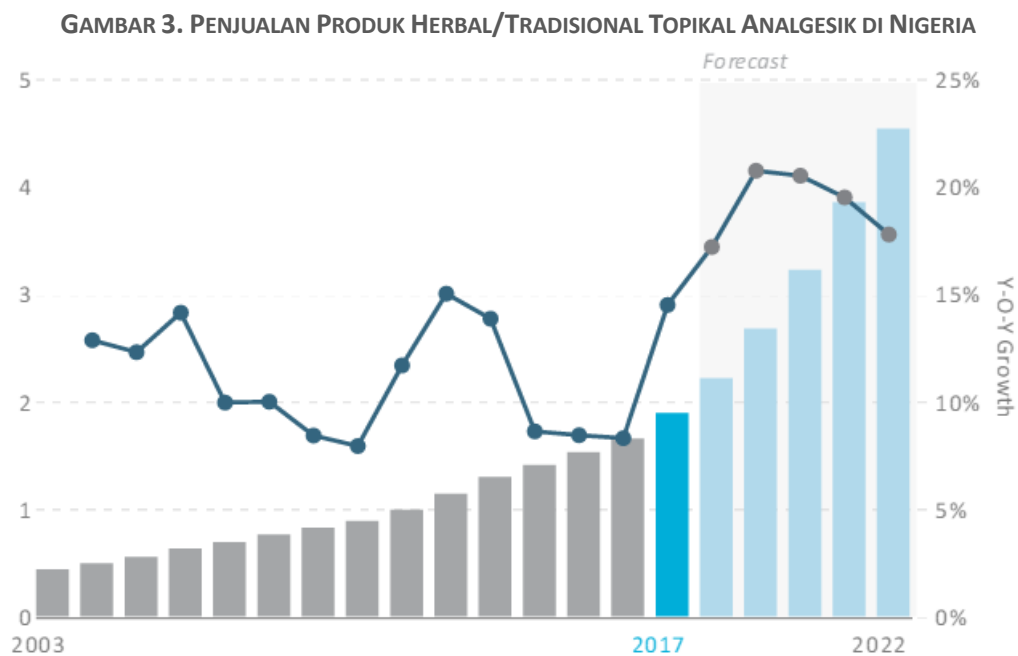
TABLE 5. PENJUALAN PRODUK HERBAL BERDASARKAN KATEGORI DI NIGERIA

	2012	2013	2014	2015	2016	2017
	NGN miliar					
Herbal/Traditional	1,10	1,30	1,40	1,50	1,70	1,90
Topical Analgesics	-	-	-	-	-	-
Herbal/Traditional	-	-	-	-	-	-
Sleep Aids	-	-	-	-	-	-
Herbal/Traditional	5,20	5,90	6,60	7,10	6,90	7,80
Cough, Cold and Allergy (Hay Fever) Remedies	-	-	-	-	-	-
Herbal/Traditional	-	-	-	-	-	-
Digestive Remedies	-	-	-	-	-	-
Herbal/Traditional	-	-	-	-	-	-
Dermatologicals	-	-	-	-	-	-
Herbal/Traditional	-	-	-	-	-	-
Paediatric Dietary	-	-	-	-	-	-
Supplements	-	-	-	-	-	-
Herbal/Traditional	2,10	2,40	2,60	2,70	2,70	3,00
Dietary Supplements	-	-	-	-	-	-
Herbal/Traditional Tonics	1,20	1,30	1,50	1,70	1,70	1,90
Herbal/Traditional Products	9,60	10,90	12,00	13,10	13,00	14,60
Products	-	-	-	-	-	-

Sumber: Euromonitor (2018), diolah ITPC Lagos

Pemasaran produk herbal lokal sangat dipengaruhi oleh produk yang didasarkan pada obat-obatan tradisional China yang sangat populer di Nigeria. Bahkan, sebagian besar merek herbal/analgesik topikal tradisional sukses memasarkan produknya dengan menggunakan label warisan tradisional China dalam promosinya.

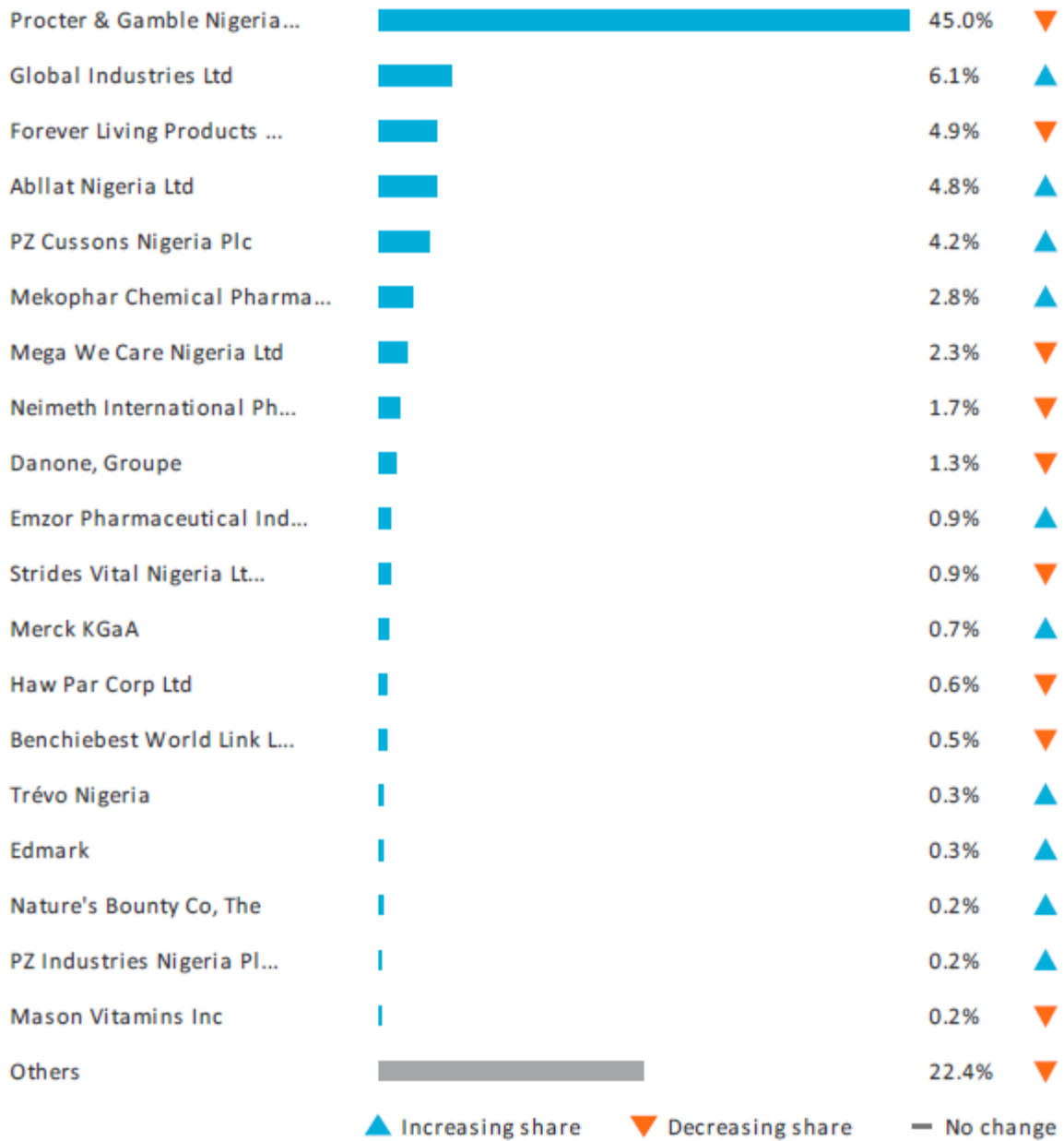
Herbal/analgesik topikal tradisional diprediksi mempunyai performa yang baik selama periode perkiraan. Produk tersebut menawarkan manfaat untuk meringankan/menyembuhkan sakit punggung dan nyeri tubuh, dan berfungsi sebagai pelega hidung tersumbat dikarenakan kandungan mentol yang ada pada produk.



Sumber: Euromonitor (2018)

Dalam suplemen herbal/makanan tradisional, produk seperti *echinacea*, minyak *evening primrose* dan ginseng sangat populer. Produk tersebut biasanya direkomendasikan untuk wanita sebagai obat bagi gejala menopause dan ketidakseimbangan hormon, untuk kesehatan umum, dan sistem kekebalan tubuh. *Ginkgo biloba* juga semakin populer karena memperlancar sistem peredaran darah dan meningkatkan aktivitas otak. Herbal/tonik tradisional juga mempunyai keunggulan dalam penjualannya selama periode perkiraan. Meningkatnya popularitas herbal pahit pada khususnya akan meningkatkan penjualan dalam kategori ini.

GAMBAR 4. PANGSA PENJUALAN PRODUSEN HERBAL/TRADISIONAL DI NIGERIA



Sumber: Euromonitor (2018)

2.1. DATA STATISTIK PERDAGANGAN PRODUK HERBAL DI NIGERIA

Nigeria merupakan salah satu negara mitra dagang strategis untuk tujuan ekspor Indonesia di benua Afrika. Pada tahun 2016, Nigeria menjadi negara tujuan ekspor Indonesia terbesar urutan ke-37 dengan nilai ekspor sebesar USD 0,3 miliar, dengan pangsa mencapai 0,2% dari total ekspor Indonesia ke dunia. Nilai ekspor Indonesia ke Nigeria selama periode 2012-2016 tercatat mengalami pertumbuhan negatif rata-rata per tahun sebesar 7,6%

Nigeria selain sebagai sebuah entitas tunggal, negara tersebut juga merupakan entitas negara anggota dari sebuah organisasi komunitas negara-negara di kawasan Afrika Barat yang bernama *The Economic Community of West African States* (ECOWAS). Organisasi ini beranggotakan 15 negara-negara yang secara geografi terletak di kawasan Afrika Barat, didirikan pada 28 Mei 1975, dengan penandatanganan Perjanjian Lagos.

Tabel 6 menunjukkan Impor Nigeria untuk semua komoditi dimana pada tahun 2017 sebesar USD 28 Milyar dengan 5 Komoditi impor utamanya adalah produk migas (HS 27) dengan sebesar USD 8 Milyar diikuti oleh produk mesin (HS 84), Produk Elektronik (HS 85), Kendaraan (HS 87) dan Serealia (HS 10). Tanaman herbal masuk pada kelompok HS 09 menempati urutan ke 49 total impor Nigeria dari dunia dengan nilai impor sebesar USD 47,34 Juta pada tahun 2017

Dalam periode 2 tahun ini angka total impor Nigeria mengalami penurunan sebesar 50% dikarenakan merosotnya harga minyak mentah dunia yang signifikan. Sebagaimana yang kita ketahui salah satu sumber devisa Nigeria terbesar adalah dari sektor ekspor minyak mentah, sehingga kondisi menurunnya harga minyak dunia yang mencapai \$ 40 per barel sangat memukul perekonomian Nigeria khususnya dalam sektor importasi. Akan tetapi pada tahun 2018, ekonomi Nigeria berlangsung pulih dan mendekati kestabilan, walau pun belum seperti pada periode sebelumnya

TABLE 6. IMPOR NIGERIA DARI DUNIA

No	HS	Deskripsi	Impor Nigeria (USD Juta)					Trend
			2013	2014	2015	2016	2017	
1	'27	Mineral fuels, mineral oils and products of their distillation; bituminous substances; mineral ...	6.546,61	7.310,05	6.243,87	9.840,58	8.151,86	7,64
2	'84	Machinery, mechanical appliances, nuclear reactors, boilers; parts thereof	5.224,46	6.916,10	5.279,29	6.080,92	3.857,78	- 7,09
3	'85	Electrical machinery and equipment and parts thereof; sound recorders and reproducers, television ...	3.106,47	3.406,48	2.710,68	2.359,00	1.726,51	- 14,29
4	'87	Vehicles other than railway or tramway rolling stock, and parts and accessories thereof	3.612,84	4.310,46	2.566,62	1.629,43	1.476,10	- 24,14
5	'10	Cereals	1.376,29	2.377,37	1.749,35	1.256,29	1.432,52	- 5,42
6	'39	Plastics and articles thereof	2.369,75	2.101,96	1.532,00	1.468,18	1.332,87	- 14,01
7	'25	Salt; sulphur; earths and stone; plastering materials, lime and cement	200,34	217,72	161,83	179,04	719,98	26,65
8	'03	Fish and crustaceans, molluscs and other aquatic invertebrates	1.176,54	1.201,00	1.156,86	618,97	691,61	- 15,85
9	'73	Articles of iron or steel	1.459,31	1.759,57	1.204,25	809,73	679,04	- 20,60
10	'38	Miscellaneous chemical products	757,73	894,05	730,86	539,88	645,93	- 7,91
49	'09	Coffee, tea, maté and spices	45,58	37,49	35,84	57,42	47,34	5,15
Subtotal			25.875,91	30.532,23	23.371,44	24.839,44	20.761,54	- 6,26
Lainnya			15.691,03	14.093,39	10.445,62	10.256,38	8.091,26	- 15,15
Total			41.566,94	44.625,62	33.817,06	35.095,82	28.852,80	- 9,25

Sumber: Trademap (2018), diolah ITPC Lagos

2.1.1. ANALISA IMPOR PRODUK HERBAL DI NIGERIA

Nigeria masih mengimpor produk herbal dengan kemasan atau form yang modern seperti tablet dan kapsul, dikarenakan masih belum banyaknya industry pengolahan tanaman herbal secara modern di Nigeria. Saat ini produk herbal yang diproduksi di Nigeria masih sebatas form cair (liquid) dan serbuk (powder).

Berdasarkan asal Negara sebagaimana ditampilkan dalam Tabel 7, secara spesifik produk Jahe, saffron, turmeric (curcuma), thyme, daun salam, kari dan rempah-rempah lainnya (HS 0910) pada pasar Nigeria dipasok dari negara India senilai USD 3,9 juta pada tahun 2017 dengan pangsa pasar lebih dari 54% menjadikan produk tanaman herbal India menjadi penguasa pasar di Nigeria yang diikuti oleh China dan Perancis. Indonesia menempati urutan ke 38 sebagai pemasok tanaman herbal dengan nilai USD 64 ribu pada tahun 2016, sedangkan pada tahun 2017 tidak memasok sama sekali. Indonesia pernah mengekspor tanaman herbal dengan

jumlah yang relatif besar yaitu sebesar USD 263 ribu pada tahun 2014 namun pangsa pasar Indonesia untuk produk ini semakin turun dan hal tersebut menjadi catatan bagi ITPC di Lagos untuk kembali menjadikan produk tanaman herbal produksi Indonesia kembali meningkat di pasar Nigeria.

TABLE 7. IMPOR NIGERIA UNTUK HS 0910 BERDASARKAN NEGARA

No	Negara Pengekspor	Nilai Impor Nigeria (USD Ribu)				
		2013	2014	2015	2016	2017
1	India	5.443	6.400	3.082	4.123	3.997
2	China	1.612	710	457	479	1.128
3	France	1.587	2.860	2.200	1.352	879
4	Morocco	700	679	816	1.116	626
5	Germany	327	112	118	110	131
6	Malaysia	-	-	94	22	116
7	United Kingdom	285	687	104	155	111
8	Bulgaria	-	-	-	25	84
9	South Africa	1.547	295	109	86	79
10	Poland	36	57	56	79	67
38	Indonesia	-	263	-	64	-
Subtotal		11.537	12.063	7.036	7.611	7.218
Subtotal Lainnya		2.116	1.179	982	443	118
Total		13.653	13.242	8.018	8.054	7.336

Sumber: Trademap (2018), diolah ITPC Lagos

2.1.2. ANALISA EKSPOR PRODUK HERBAL DI NIGERIA

Dari sisi ekspor seperti pada Tabel 8, komposisi ekspor Nigeria masih didominasi oleh minyak (HS 27) yang mencapai USD 39 milyar, atau hampir mendominasi keseluruhan total ekspor Nigeria yang memiliki nilai USD 40,7 milyar pada tahun 2017. Kontribusi minyak terhadap total nilai ekspor Nigeria belum pernah lebih rendah dari 80% selama 5 tahun terakhir. Selain minyak, komoditas unggulan ekspor antara lain kapal (HS 89), Kakao (HS 18), Minyak dari bijian (HS 12) dan pupuk (HS 31). Sedangkan Tanaman Herbal yang masuk dalam kelompok HS 09 menempati posisi 27 dengan tren yang menurun dalam kurun waktu 5 (lima) tahun terakhir.

Hal ini mengindikasikan bahwa kemampuan Nigeria mengekspor produk tersebut semakin menurun.

TABLE 8. TOTAL EKSPOR NIGERIA KE DUNIA

No	HS	Deskripsi	Impor Nigeria (USD Juta)					Trend
			2013	2014	2015	2016	2017	
1	'27	Mineral fuels, mineral oils and products of their distillation; bituminous substances; mineral ...	78.396,03	90.142,81	42.561,66	31.709,12	39.093,78	- 21,62
2	'89	Ships, boats and floating structures	536,79	2.080,63	2.931,19	0,00	253,51	-
3	'18	Cocoa and cocoa preparations	2.005,66	810,18	610,48	302,98	238,08	- 40,82
4	'12	Oil seeds and oleaginous fruits; miscellaneous grains, seeds and fruit; industrial or medicinal ...	879,19	531,39	354,15	121,66	180,90	- 37,10
5	'31	Fertilisers	16,01	3,76	31,91	62,19	149,82	107,08
6	'24	Tobacco and manufactured tobacco substitutes	170,13	131,73	102,53	117,59	102,36	- 10,68
7	'39	Plastics and articles thereof	232,95	106,66	44,60	38,91	78,13	- 27,34
8	'08	Edible fruit and nuts; peel of citrus fruit or melons	288,03	92,13	72,59	32,58	76,12	- 30,93
9	'41	Raw hides and skins (other than furskins) and leather	913,86	573,17	159,32	48,36	67,93	- 53,56
10	'40	Rubber and articles thereof	2.420,63	92,66	63,39	37,70	55,37	- 57,07
27	'09	Coffee, tea, maté and spices	99,50	31,91	27,39	9,47	7,97	- 46,55
Subtotal			85.958,77	30.532,23	23.371,44	24.839,44	20.761,54	-26,27
Lainnya			3.523.313,00	14.093,39	10.445,62	10.256,38	8.091,26	-71,27
Total			3.609.271,77	44.625,62	33.817,06	35.095,82	28.852,80	-62,84

Sumber: Trademap (2018), diolah ITPC Lagos

III. PELUANG, HAMBATAN, JALUR DISTRIBUSI, DAN STRATEGI

Untuk melihat ancaman dan hambatan, dapat dilakukan analisis umum yang mengacu pada Analisa *Strength, Weakness, Opportunity* dan *Threat* (SWOT Analysis) yang biasa digunakan dalam rangka melihat Kekuatan, Kelemahan, Peluang dan Ancaman dari suatu permasalahan. Analisa ini melihat kondisi internal dan eksternal suatu negara yang selanjutnya bisa digunakan untuk merancang strategi dan program kerja.

3.1. PELUANG

Semakin meningkatnya penggunaan produk herbal untuk pengobatan di Nigeria, memberikan fakta bahwa Nigeria merupakan pasar potensial bagi produk tanaman herbal yang berasal dari Indonesia. Preferensi konsumen di Nigeria pun bergeser seiring dengan meningkatnya urbanisasi, dari penggunaan produk herbal yang didapat secara alami (tidak dikemas) menjadi penggunaan produk-produk herbal dalam kemasan.

Seperti yang dibahas pada bab sebelumnya, bahwa Nigeria belum memiliki teknologi yang modern untuk memroses dan mengemas tanaman herbal menjadi produk obat herbal, sehingga Nigeria masih mengimpor produk tertentu. Produk herbal yang disukai di Nigeria antara lain produk herbal yang kegunaannya untuk :

1. Stamina Pria
2. System Cleanser (untuk diet)
3. Slimming
4. Hypertensi
5. Menurunkan Gula darah
6. Sex ability

Saat ini produk herbal yang beredar mulai dari produksi lokal maupun impor kebanyakan adalah yang berfungsi untuk kegunaan di atas, bedanya hanya cara pengemasan dan form.

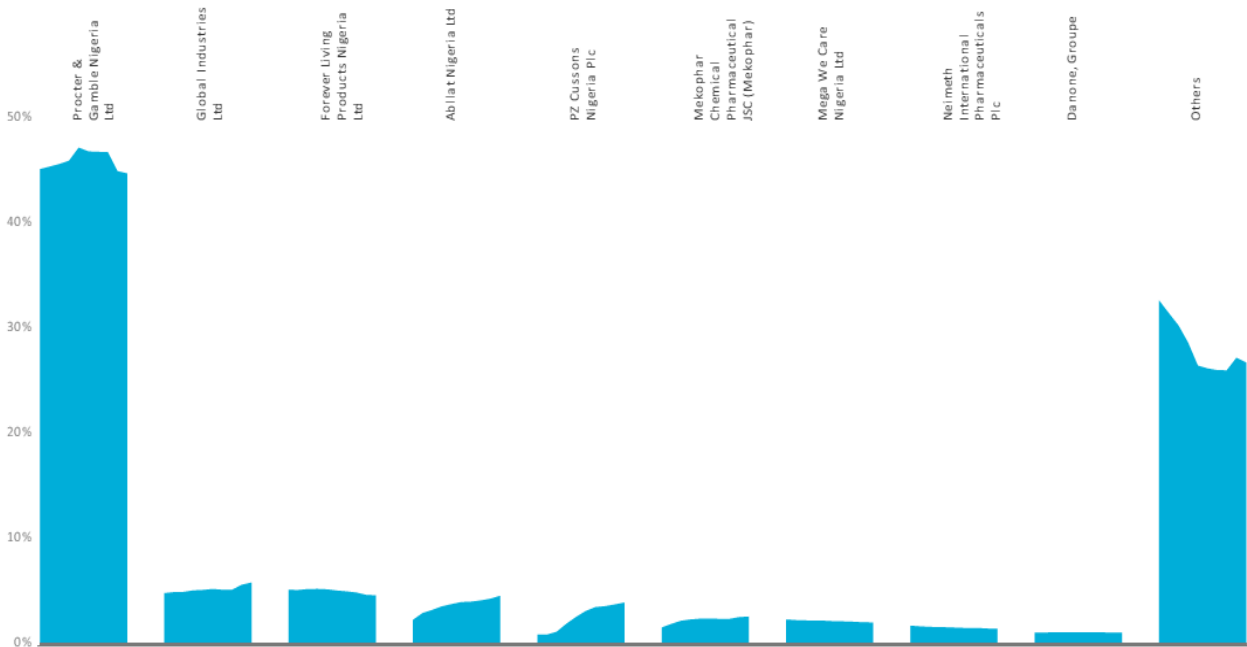
Produk herbal dari Indonesia yang sudah masuk di pasar Nigeria antara lain adalah, Puspa Ayu (merapatkan V), Tolak Angin (Syrup sachet), minyak telon, slimming tablet, Madu rasa, dll. Respon pasar Nigeria untuk produk herbal Indonesia sangat baik, saat ini beberapa produk herbal Indonesia menjadi market leader di kelasnya seperti Madu rasa dan Puspa Ayu.

Produk herbal tradisional sendiri saat ini mendapatkan perhatian penting dalam perdebatan kesehatan global. Menurut Organisasi Kesehatan Dunia (WHO), produk herbal/jamu telah menjadi produk kesehatan yang populer yang digunakan sebagai produk obat alami dan menjadi pelengkap terapi alternatif yang ada saat ini.

Dengan meningkatnya kecenderungan penggunaan obat herbal / tradisional di Nigeria, badan pengatur, terutama NAFDAC (*National Agency for Food and Drug Administration Control*), sekarang semakin terlibat dalam bagaimana produk tersebut dibuat, dikemas dan didistribusikan. Upaya ini dilakukan untuk memberikan pengawasan ketat dan membatasi beredarnya produk-produk palsu dan tercemar. Namun demikian, masih banyak produk yang tidak dikemas atau tidak terdaftar beredar di pasar. Hal ini terjadi karena adanya permintaan yang tinggi atas penggunaan tradisional produk tersebut.

Procter & Gamble Nigeria Ltd memimpin pangsa pasar produk tanaman herbal di Nigeria dengan nilai mencapai 45%. Global Industries Ltd dan Forever Living Products Nigeria Ltd mengikuti namun dengan pangsa pasar yang jauh lebih kecil, masing-masing sebesar 6,1% dan 4,9%.

GAMBAR 5. PANGSA PENJUALAN PRODUSEN HERBAL/TRADISIONAL DI NIGERIA

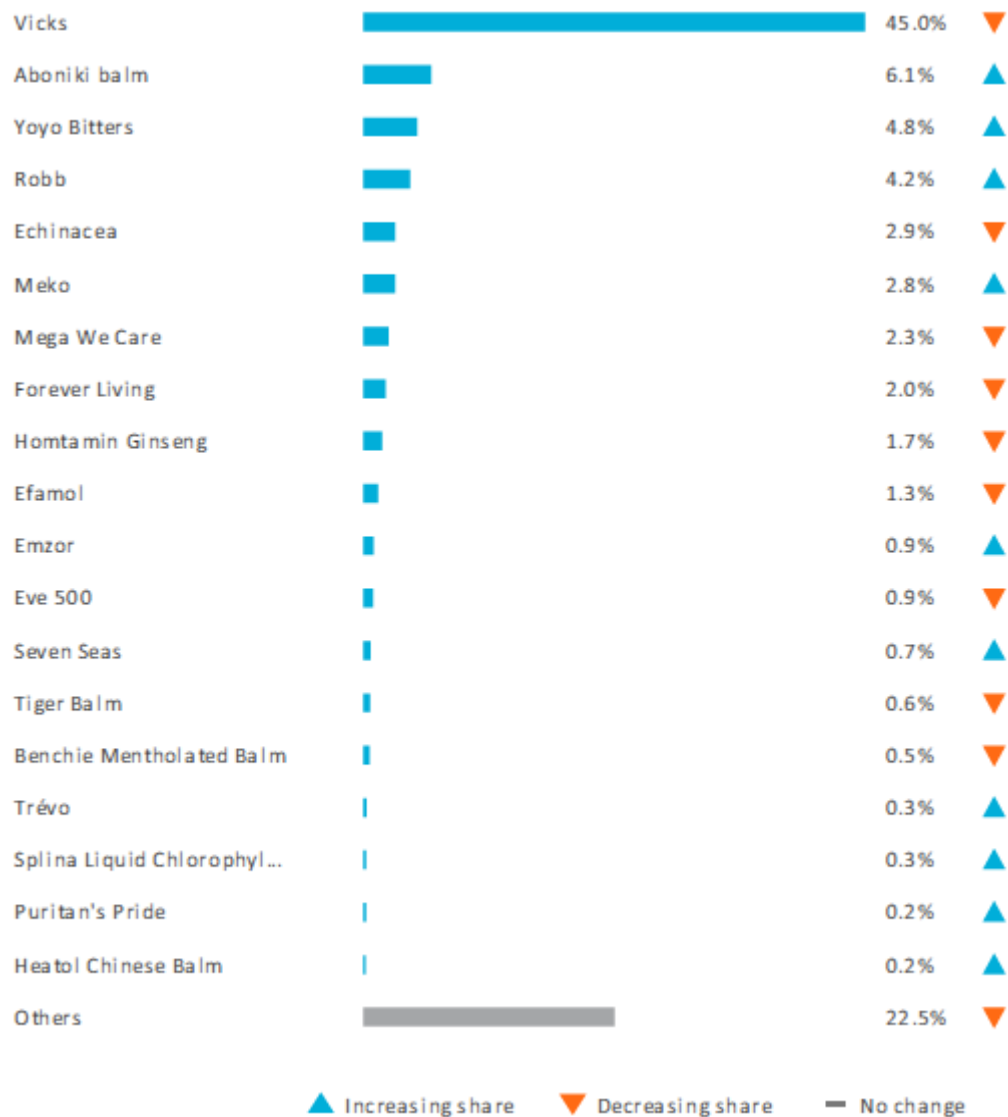


Sumber: Euromonitor (2018)

Procter & Gamble Nigeria Ltd menguasai pasar Nigeria dengan produk Vicks Balm nya, sedangkan Perusahaan terkemuka dalam analgesik topikal herbal/tradisional adalah *Global Industries Ltd*. Merek analgesik topikalnya, Aboniki balm, sangat populer dan banyak tersedia, melalui pedagang kaki lima pada khususnya. Pengaruh tradisi Cina membuat obat ini semakin populer di konsumen yang menganggap khasiat ampuhnya dalam mengobati berbagai macam penyakit. Berkat harganya yang terjangkau, produk ini memiliki kinerja paling baik diantara semua pemain dalam kategori keseluruhan pada tahun 2016, mengingat bahwa stagnasi ekonomi mengurangi daya beli konsumen.

Forever Living Products Nigeria Ltd memasarkan berbagai produk yang berasal dari lidah buaya dan herbal lainnya. Penjualan produk ini sudah menyeluruh di Nigeria dan mendapat respon yang baik. Perusahaan ini juga terkena dampak negatif dari stagnasi ekonomi pada tahun 2016 dan 2017. Adanya depresiasi tajam mata uang lokal menyebabkan harga produknya – yang dimonetisasi dalam dolar AS - meningkat.

GAMBAR 6. PANGSA PASAR MEREK OBAT TANAMAN HERBAL



Sumber: Euromonitor (2018)

Melihat hal-hal tersebut di atas, Indonesia memiliki peluang untuk dapat mensuplai produk tanaman herbal dalam kemasannya berdasarkan struktur pasar tanaman obat di Indonesia. Jenis obat herbal yang diproduksi dengan bahan baku tanaman herbal adalah sebagai analgesik, obat tidur, batuk dan demam, obat pencernaan, suplemen diet dan tonik, dimana pasar

terbesar adalah suplemen diet dan batuk-demam sebanyak masing-masing 49,66 % dan 30,77%, seperti pada Tabel 9 berikut.

TABLE 9. PERSENTASE JENIS OBAT YANG DIPRODUKSI DENGAN BAHAN BAKU

No	Fungsi Obat Tradisional	%
1	Analgesik	9,05
2	Obat Tidur	0,11
3	Batuk dan Demam	30,8
4	Obat Pencernaan	8,27
5	Obat Kulit/Kecantikan	-
6	Suplemen diet anak	-
7	Suplemen diet	49,7
8	Tonik	2,14
	Total	100

Sumber: Kementerian Perdagangan (2017), diolah ITPC Lagos

Indonesia memiliki jenis-jenis produk tanaman herbal yang bervariasi yang dapat melengkapi produk tanaman herbal yang beredar di Nigeria dan mengambil pangsa pasar untuk kategori tersebut. Suplemen diet dan obat batuk dan demam dapat dijadikan pilihan untuk dapat masuk ke pasar Nigeria, dikarenakan belum ada pemain besar di kategori tersebut dan Indonesia memiliki kekuatan dalam produksinya. Hal ini bisa dilihat dari struktur pasar untuk suplemen diet menempati urutan pertama sebesar 49,7% dan obat batuk dan demam sebesar 30,8%

Iklm tropis di Indonesia mendukung untuk tumbuhnya beragam tanaman herbal di Indonesia. Indonesia memiliki sekitar 30.000 jenis tumbuhan herbal dari total sekitar 40.000 jenis tumbuh-tumbuhan herbal yang telah dikenal di dunia. Terdapat 90% dari tanaman herbal yang terdapat di wilayah Asia berada di Indonesia dan 7.500 jenis atau 25% dari jenis yang ada, diketahui memiliki khasiat herbal atau tanaman obat. Fakta tersebut menunjukkan bahwa Indonesia memiliki keunggulan varian tanaman obat yang tidak dimiliki oleh kebanyakan negara lainnya di dunia.

Budidaya tanaman obat sekarang ini mempunyai potensi tinggi untuk dikembangkan. Hal ini tidak terlepas dari berkembangnya industri obat herbal baik di dalam maupun di luar negeri akibat gaya hidup kembali ke alam (*back to nature*). Selain itu semakin luasnya pemanfaatan tanaman obat untuk keperluan industri lain di luar industri obat tradisional dan farmasi, seperti industri makanan dan minuman, serta industri kosmetik membuat kebutuhan akan tanaman obat sebagai bahan baku semakin tinggi (Tabel 10).

TABLE 10. PROPORSI NILAI PENJUALAN RITEL OBAT TRADISIONAL/HERBAL DI INDONESIA

No.	Nama Perusahaan	Nilai Penjualan Ritel (%)				
		2012	2013	2014	2015	2016
1	Sido Muncul	14,8	15,2	15,6	16	16,4
2	Deltomed Laboratories	10,8	11,4	11,7	11,9	12
3	Soho Industri Pharmasi	6,8	6,9	6,8	6,8	6,8
4	Citra Nusa Insan Cemerlang	3,5	3,2	3	2,8	2,7
5	Indofarma (Persero) Tbk	2,2	2,1	2	2	2
6	Sea Quill Co	2	2	2	2	2
7	Eagle Indo Pharmaceutical	1,7	1,7	1,7	1,6	1,6
8	Mecosin Indonesia	1,7	1,5	1,4	1,3	1,2
9	Lofthouse of Fleetwood Ltd	1,3	1,2	1,2	1,2	1,1
10	Artois Pharmaceutical Ind Co Ltd	0,9	0,9	1	1	1
11	Twinlab Corp	1	1	1	1	0,9
12	Nusa Selaras Indonesia	0,9	0,9	0,9	0,9	0,9
13	K-Link Indonesia	0,9	0,9	0,9	0,9	0,9
14	Matolindo Primantara	1	1	0,9	0,8	0,7
15	Elken Int Indonesia	0,8	0,8	0,8	0,7	0,7
16	Amindoway Jaya	0,8	0,8	0,7	0,7	0,6
17	Bintang Kupu-Kupu	1	0,9	0,8	0,7	0,6
18	Ricola AG	0,6	0,6	0,6	0,6	0,6
19	Kompak Indopola	1	0,8	0,7	0,6	0,6
20	Kalbe Farma Tbk	0,4	0,4	0,3	0,3	0,3
21	Harmoni Dinamik Indonesia	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3
22	Sinde Budi Sentosa	0,2	0,2	0,2	0,2	0,1
23	Henson Farma	0,2	0,1	0,1	0,1	0,1
24	Jamu Iboe Jaya	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1
25	Patria Wiyata Vico	0	0	0	0	0
26	Bintang Toedjoe	0	0	0	0	0
27	Singa Langit Jaya	0,1	0,1	0	0	0
28	Konimex Pharmaceutical Laboratories	0	0	0	0	0

29	Saka Farma	0,1	0,1	0,1	0	0
30	Pharmac Apex	0	0	0	0	0
31	Tempo Scan Pacific Tbk	0	-	-	-	-
32	Lainnya	44,8	44,8	45,2	45,4	45,6
	Total	100	100	100	100	100

Sumber: Info Komoditi Tanaman Obat, Kementerian Perdagangan (2017)

Tabel 10 menunjukkan PT. Sido Muncul merupakan perusahaan dengan pangsa terbesar dalam industri obat tradisional/herbal sejak tahun 2012 hingga 2016 dengan *share* sebesar 14,8% pada tahun 2012 dan terus meningkat hingga 16,4% tahun 2016 (Euromonitor, 2017).

Peluang industri produk tanaman herbal yang mempunyai pangsa besar di Indonesia, seperti Sido Muncul dapat diupayakan untuk dapat mengakses pasar Nigeria. Hal ini dapat berdasarkan pertimbangan kekuatan kualitas produk dan biaya dalam akses pasar Nigeria.

3.2. HAMBATAN

Peluang produksi tanaman herbal yang besar di Indonesia, menghadapi kendala dalam pelaksanaannya. Hal ini terkait dengan belum profesionalnya penyelenggaraan budidaya tanaman herbal (sekitar 90% bahan baku berasal dari tumbuhan hutan, tumbuhan liar, dan hasil pekarangan). Petani juga belum mampu untuk menjaga kualitas bahan tanaman herbal dikarenakan minimnya pelatihan yang didapat petani dan perhatian industri tanaman herbal sendiri masih kurang untuk lebih mengeksplorasi hasil-hasil penelitian dalam usaha untuk mengembangkan produk dan memperluas pasar. Pembiayaan juga menjadi kendala dalam pengembangan produksi tanaman herbal terutama untuk petani skala kecil.

Beberapa regulasi yang terkait pengolahan tanaman herbal, mempengaruhi produksi dan pengembangan pasar dari produk tanaman herbal di Indonesia dan Nigeria. Berikut beberapa peraturan yang ada:

- a. Permenkes No. 006 Tahun 2002 tentang Industri dan Usaha Obat Tradisional. Obat tradisional hanya dapat dibuat oleh industri dan usaha di bidang obat tradisional yang

telah memiliki izin dari Kementerian Kesehatan untuk industri di bidang obat tradisional, yang terdiri dari Industri Obat Tradisional (IOT) dan Industri Ekstrak Bahan Alam (IEBA) dan untuk usaha di bidang obat tradisional terdiri dari Usaha Kecil Obat Tradisional (UKOT), Usaha Menengah Obat Tradisional (UMOT), Usaha Jamu Racikan dan Usaha Jamu Gendong.

- b. Kebijakan perdagangan tanaman obat di sisi hulu, yaitu Peraturan Menteri Pertanian No. 48/Permentan/OT.14/2009 tentang Pedoman Budidaya Buah dan Sayur yang Baik, dan Peraturan Menteri Pertanian No.57/Permentan/OT.14/2012 tentang Pedoman Budidaya Tanaman Obat yang Baik. Peraturan ini mengatur registrasi kebun atau lahan usaha pada komoditas buah, sayur, tanaman obat dan florikultura.
- c. Lampiran Permentan Nomor 57 tahun 2012, kebijakan tanaman obat di sisi hulu dilatarbelakangi adanya keinginan pemerintah dalam meningkatkan daya saing produk tanaman obat. Kebijakan tersebut mengantisipasi meningkatnya permintaan produk tanaman obat, baik dalam bentuk segar maupun sebagai bahan baku industri farmasi dan jamu, meningkatnya kepedulian konsumen terhadap keamanan pangan dan aspek lingkungan, serta adanya persaingan yang semakin ketat antar negara produsen.
- d. Permenkes No. 006 Tahun 2002 tentang Industri dan Usaha Obat Tradisional, yang merupakan kebijakan perdagangan tanaman obat di sisi hilir. Pada pasal 42 disebutkan bahwa IOT, IEBA, IKOT dan IMOT wajib menyampaikan laporan jenis dan jumlah bahan baku yang digunakan. Dengan adanya Permenkes 006/2002 diharapkan perkembangan kebutuhan bahan baku tanaman obat dapat diketahui sehingga dapat menjadi acuan dalam produksi dan perdagangan tanaman obat.
- e. Registrasi NAFDAC diwajibkan untuk produk herbal yang diproduksi maupun yang diimpor ke Nigeria. Proses pendaftaran dapat memakan waktu kisaran 6-12 bulan dengan biaya kurang lebih \$5,000 per SKU untuk produk herbal impor

Saat ini peran tanaman obat dan industri obat tradisional alam menghasilkan devisa dan Produk Domestik Bruto (PDB) di Indonesia masih rendah yang disebabkan oleh: (1) Belum adanya dukungan dan kemauan politik yang cukup dari pemerintah untuk menjadikan industri

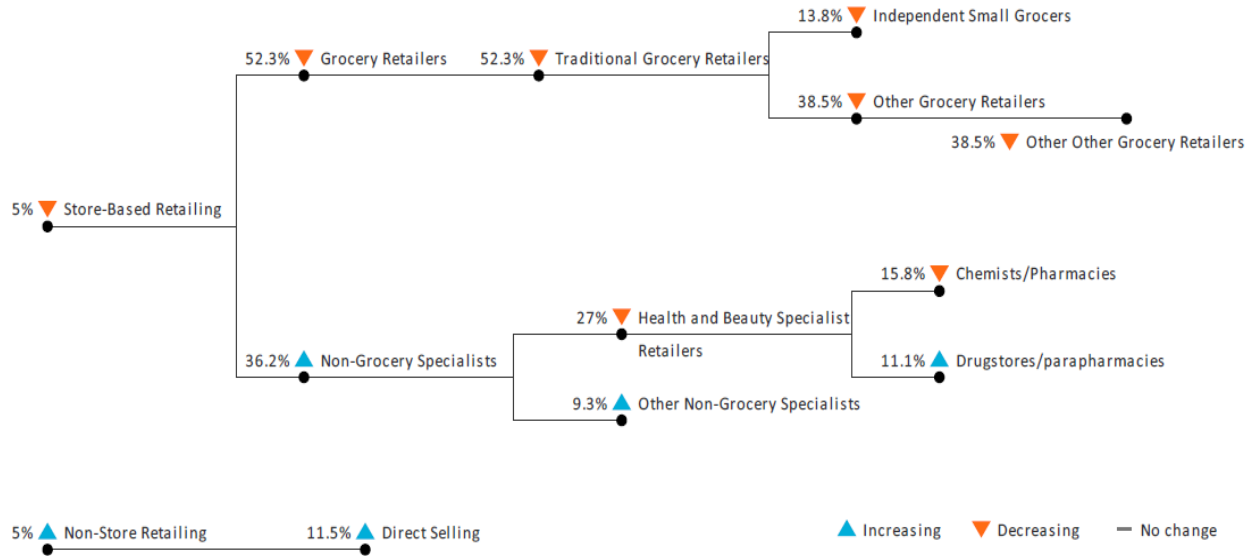
tanaman obat Indonesia sebagai salah satu sumber kesejahteraan rakyat dan *prime mover* perekonomian nasional; (2) Belum adanya program menyeluruh dan terpadu dari hulu hingga hilir untuk pengembangan tanaman obat; (3) Kurangnya koordinasi dan sinkronisasi program dari instansi pemerintah, swasta dan badan penelitian, sehingga program yang ada menjadi kurang terarah, kurang efektif dan kurang efisien; dan (4) Peraturan perundang-undangan yang ada belum cukup kondusif bagi pengembangan tanaman obat (Kementerian Perdagangan, 2016).

Potensi utama ancaman terhadap pertumbuhan penjualan tanaman herbal adalah jika krisis ekonomi 2016 berlanjut, karena ini akan berdampak pada daya beli konsumen. Lebih jauh lagi, jika mata uang lokal yang terdepresiasi tidak pulih, maka harga produk cenderung lebih mahal sehingga mengurangi keterjangkauan dan dengan demikian permintaan berpotensi turun.

Selain itu, beberapa hambatan seperti jarak yang cukup jauh antara Indonesia dengan Nigeria, keberadaan pihak ketiga (*middle-man*) yang dianggap masih memiliki peran penting untuk penetrasi pasar baru di Afrika, dan kondisi infrastruktur pelabuhan juga perlu menjadi pertimbangan. Implikasi yang dapat terjadi adalah harga jual produk menjadi tidak kompetitif untuk bersaing dengan produk lokal atau negara lain. Selain itu, proses registrasi NAFDAC juga perlu menjadi perhatian mengingat pelaksanaannya belum transparan dan *predictable*.

3.3. JALUR DISTRIBUSI

GAMBAR 7. JALUR DISTRIBUSI PRODUK TANAMAN HERBAL DI NIGERIA



Sumber: Euromonitor (2018)

Pertumbuhan produk herbal/tradisional sebagian besar didorong oleh penjualan langsung melalui jaringan oleh produsen terkemuka seperti *Forever Living Products Nigeria Ltd*, yang telah mempopulerkan manfaat dari produk tersebut, terutama herbal/suplemen diet tradisional. Bahkan produk seperti herbal/analgesik topikal tradisional yang memanfaatkan toko ritel pada umumnya dijual di lalu lintas di kota-kota utama. Penjualannya mirip dengan berbagai macam produk herbal lain yang belum diatur penjualannya dan dijual langsung ke konsumen. Selain itu, juga terdapat Orange Drug Limited yang fokus pada produk farmasi dan suplemen yang telah menjalin kerjasama dengan produsen Indonesia.

Selain itu, produk herbal/tradisional semakin dikemas dengan baik, yang memberi kepercayaan lebih kepada konsumen bahkan ketika badan pengatur terus mensertifikasi dan mendukung lebih banyak produk ini. Pertumbuhan produk herbal/tradisional akan terus sejalan dengan permintaan untuk produk "alami" dengan efek samping yang berkurang, dan akan semakin dipromosikan oleh perusahaan selama 2017-2022.

3.4. STRATEGI

Dalam meningkatkan penetrasi pasar ekspor ke Nigeria, beberapa strategi yang dilakukan untuk pengembangan ekspor produk otomotif antara lain:

- a. Menghadiri pameran dagang (*Trade Fair/Trade Exhibition*) khusus untuk produk otomotif seperti *Medic West Africa, Agric Expo, dan Food West Africa*. Hal ini bertujuan untuk mengetahui perkembangan produk herbal yang akan masuk ke pasar Nigeria, baik dalam hal design, merk, dan keunggulan teknologi yang ditawarkan oleh produk pesaing.
- b. Melakukan koordinasi dengan ITPC Lagos dalam upaya:
 - 1) Melakukan promosi yang efektif secara berkelanjutan kepada *potential buyer* secara “*on the spot*”, terutama kepada distributor utama atau Agen Tunggal Pemegang Merk, seperti Jeijosh Pharmaceutical dan Orange Drug Limited yang merupakan distributor farmasi dan produk suplemen terbesar di Nigeria.
 - 2) Memanfaatkan media promosi efisien yang efisien melalui media online yang dikelola oleh ITPC Lagos seperti website, media sosial, serta *mobile application* yang menjadi program ITPC Lagos.
- c. Menindaklanjuti kebutuhan calon *buyer/importir* dengan komunikasi yang intensif.
- d. Memanfaatkan program peningkatan ekspor yang diinisiasi oleh Pemerintah Indonesia seperti misi dagang dan *trade financing scheme* jika diperlukan *financial risk mitigation services*.

DAFTAR PUSTAKA

- Bunga Rampai Info Komoditi. (2017). *Info Komoditi Tanaman Obat*. Jakarta: Badan Pengkajian dan Pengembangan Perdagangan. Kementerian Perdagangan.
- CIA. (2018, Mei 18). *Central Intelligence Agency*. Retrieved from The World Fact Book: <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/ni.html>
- Euromonitor International. (2018). *Herbal/Traditional Products in Nigeria*. London: Euromonitor.
- International Monetary Fund. (2018). World Economic Outlook Database.
- National Bureau of Statistic (NBS). (2018). Nigeria Statistic and profile. <http://nigerianstat.gov.ng>
- Population.gov.ng. (2016). National Population Commission. Population.gov.ng, retrieved data from population.gov.ng/wp-content/themes/expo18/documents/Pr%20Vol%204%20Age%20Sex.zip
- Warta Ekspor. (2014). *Warta Ekspor Obat Herbal Tradisional*. Jakarta: Direktorat Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional. Kementerian Perdagangan.
- World Population Review. (2018, Mei 18). Nigeria Population 2018: <http://worldpopulationreview.com/countries/nigeria-population>.