LAPORAN MARKET BRIEF
PRODUK KONFEKSIONERI
di KOREA SELATAN

INDONESIAN TRADE PROMOTION CENTER

BUSAN, KOREA SELATAN

DIREKTORAT JENDERAL PENGEMBANGAN EKSPOR NASIONAL

2013

Daftar Isi

Hal

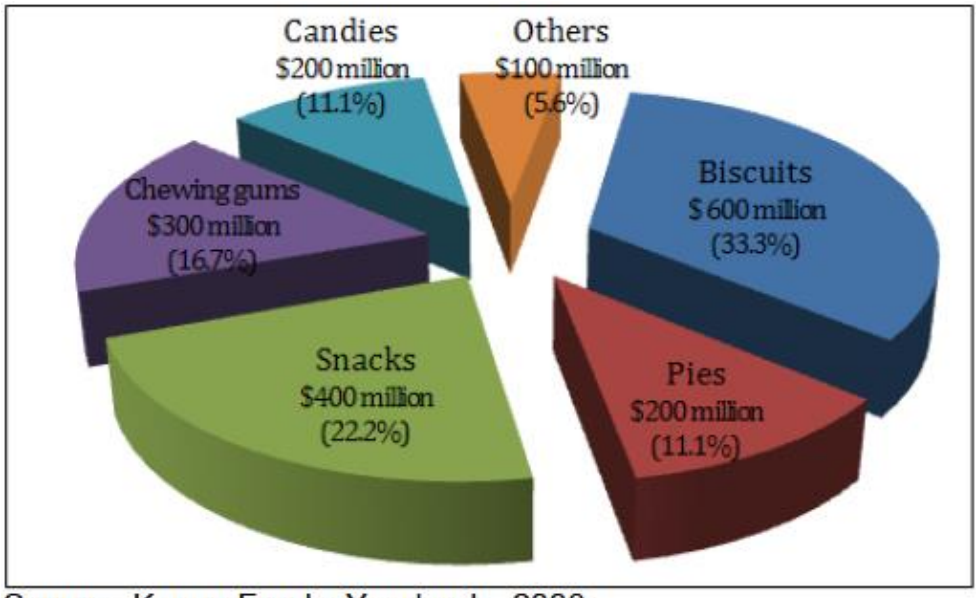
1. Pendahuluan..... 3
1.1 Gambaran Umum Pasar..... 3
1.2 Trend Pasar konfeksioner Korea Selatan..... 4
1.3 Jenis-Jenis Produk konfeksioner Dalam Pasar Korea..... 5
1.4 Deskripsi Produk Berdasarkan Kode HS..... 7
2. Persaingan Ekspor..... 9
2.1 Persaingan Ekspor Dari Berbagai Negara di Dunia..... 9
3. Potensi Pasar..... 10
3.1 Potensi Pasar Asia Pasifik Dalam Pasar Global..... 10
3.2 Potensi Ekspor Ke Pasar Korea Selatan..... 12
3.3 Produk Indonesia Berkualitas Ekspor..... 12
4. Hambatan Bagi Eksportir..... 14
5. Jalur Distribusi Ekspor Untuk Produk Konfeksioneri..... 14
5.1 Promosi Produk..... 15
6. Regulasi Berkatan Dengan Ekspor dan Impor..... 16
6.1 Prosedur Impor Produk HS1704 dah HS1905..... 16
6.2 Produk Labelling..... 16
6.3 Dokumen-Dokumen Yang Dibutuhkan Untuk Deklarasi Ekspor Impor..... 17
7. Ketentuaqn Tariff HS1704 dan HS1905..... 18
8. Informasi Penting..... 19
DaftarPustaka..... 22

1. Pendahuluan

1.1 Gambaran Umum Pasar

Jumlah permintaan pasar terhadap produk konfeksioner rupanya menunjukkan pertumbuhan yang positif dimana konsumen pada umumnya mencari camilan dengan variasi dan rasa yang berbeda serta memiliki kualitas premium. Pasar Korea untuk produk konfeksioner diperkirakan mencapai $1.8 trilium di tahun 2007 yang didominasi oleh produk biscuit, cookies, dan crackers dengan total $600 miliar. Diikuti oleh pies sebesar $200 miliar, snacks $300 miliar, chewing gum dan permen $200 miliar dan sisanya sebesar $ 100 miliar,

Gambar 1.1 Pembagian Pasar untuk Produk Konfeksioner



Source: Korea Foods Yearbook, 2008

Jika permintaan terhadap produk tersebut meningkat, maka hal ini tidak berpengaruh terhadap industry konfeksioneri di dalam negeri yang nampaknya justru mengalami kelesuan. Hal ini didorong oleh beberapa factor, seperti krisis ekonomi, adanya isu mengenai penggunaan bahan-bahan berbahaya, serta rendahnya populasi anak-anak dan balita dikarenakan angka kelahiran yang rendah. Mahalnya bahan baku produksi, dimana mayoritas merupakan bahan import, juga membuat Korea Selatan mengalami kesulitan dalam menekan harga penjualan produk.

1.2 Trend Pasar Konfeksioner Korea Selatan

Terdapat tiga trend utama yang mempengaruhi pergeseran pasar, *aging population, work stress, and busy lifestyle,* dan *health consciousness.*

1. **Aging Population**

Saat ini populasi Korea Selatan didominasi oleh usia produktif (20-40 tahun) dan manula (50-80 tahun), sementara untuk populasi dibawah 15 tahun masih dalam taraf rendah. Hal ini tentu sangat mempengaruhi trend penjualan produk konfeksioner dimana untuk permen gula tidak banyak diminati. Akan tetapi produk chewing gum dengan xylitol yang mampu menghilangkan bau mulut dan merawat kesehatan gigi masih menjadi incaran.

Untuk usia produktif umumnya cenderung lebih memilih camilan berupa biscuit, cookies, ataupun keripik yang rasanya lebih bervariatif dan mengenyangkan. Sementara kaum manula umumnya menyukai camilan yang ringan dan tetap menyehatkan.

2. **Work stress and Busy Lifestyle**

Sebagian besar masyarakat Korea mengalami tingkat stress yang tinggi yang disebabkan oleh lingkungan kantor, jam kerja yang panjang dan padat, serta perjalanan kantor yang relative jauh. Kesibukan kerja juga membuat masyarakat tidak banyak memiliki waktu senggang untuk melepas stress sehingga dibutuhkan sarana pelepas stress yang praktis dan cepat. Salah satunya dengan mengkonsumsi kue, coklat dan kopi.

3. **Health Consciousness**

Sejak lama masyarakat Korea terbiasa dengan pola hidup sehat. Dan dalam beberapa tahun terakhir kesehatan menjadi trend utama khususnya bagi kaum hawa, sehingga umumnya konsumen sangat memperhatikan kandungan nutrisi dan kalori pada makanan.

Tidak hanya itu *well-being food* dengan bahan-bahan organik serta proses pematangannya juga menjadi salah satu perhatian konsumen mengingat kesehatan sangatlah penting bagi mereka. Itulah mengapa camilan yang terbuat dari jagung, kentang, umbi-umbian, dan kacang-kacangan menjadi produk favorit di pasaran.

Dari trend tersebut bisa disimpulkan bahwa konsumen cenderung memilih dan mengkonsumsi panganan yang memiliki fungsi yang baik bagi kesehatan, tidak sekedar melihat bentuk maupun rasa.

1.3 Jenis-Jenis Produk Konfeksioner dalam Pasar Korea

a. Nutritious Diet Bars

Seiring dengan maraknya trend hidup sehat, banyak konsumen yang mengkonsumsi nutritious diet bars baik sebagai camilan maupun pengganti asupan makanan. Tidak hanya praktis dan mengenyangkan, makanan yang kaya nutrisi dan protein ini sedang banyak digemari para wanita muda usia 20-30 tahun. Alasannya, banyak wanita yang ingin menurunkan berat badan dalam waktu singkat serta tetap mampu mengontrol berat badan.

Granola bars dengan rasa buah, multi grain bars, dan soybean bars sedang popluer dikalangan masyarakat. Permintaan akan madu, coklat, buah-buahan kering serta sayuran beragam warna diperkirakan akan semakin meningkat sebagai bahan-bahan penting dalam pembuatan diet bars.

b. Cookies dan Biskuit

Pada mulanya target pasar untuk kedua produk ini adalah anak-anak, namun seiring dengan pergeseran target menjadi kaum muda, rupanya permintaan akan produk ini tidak pernah sepi. Salah satu perusahaan ternama di Korea bahkan menjual strategi marketing yang menarik, yakni dengan membuat hari khusus 'Pepero Day' seperti layaknya *Valentine's Day* yang identik dengan coklat. Meskipun variasi rasa hampir sama satu produk dengan lainnya, tetapi strategi marketing dan packaging yang menarik merupakan kunci utama dalam menarik perhatian konsumen.

c. Coklat Pekat dan Permen Coklat

Nilai konsumsi per kapita coklat di pasaran meningkat sebesar 40% sejak tahun 2008. Ada banyak sekali variasi produk coklat, mulai dari dark chocolate hingga coklat dengan beragam rasa dan olahan, seperti coklat bar. Tidak hanya sebagai camilan, coklat juga banyak digunakan dalam pembuatan kue dan minuman. Coklat juga merupakan makanan universal dimana semua kalangan bisa menikmatinya, sehingga tidak heran penjualan produk coklat sangat laris di pasaran.

d. Kue Bolu

Tidak seperti cookies, kue bolu dipasaran memiliki variasi yang beragam mulai dari pie, brownie, hingga cheese cake. Sebagian besar kue bolu merupakan produk impor yang berasal dari USA maupun Eropa. Dan industri Korea

saat ini lebih memfokuskan diri untuk *product development* terhadap produk-produk yang sudah ada untuk memenuhi tantangan permintaan dan preference konsumen.

e. Permen

Meskipun permen dan produk sejenis kurang banyak diminati dengan alasan memiliki kadar gula yang tinggi ,namun produk permen dengan trend "good for you", seperti permen karet xylitol, permen ginseng, dsb masih menjadi preference. Disamping permen, manisan buah-buahan kering cenderung lebih diminati konsumen dikarenakan bahannya yang alami dan proses pembuatan yang relative aman.

1.4 Deskripsi Produk Konfeksioneri Berdasarkan Kode HS

Deskripsi Produk Kembang Gula dengan Kode HS 1704

Kode HS	Deskripsi produk
17.04	Kembang gula (termasuk coklat putih) tidak mengandung kakao
1704.10.00.00	Permen karet dilapisi gula maupun tidak
1704.90.00.00	Lain-lain
1704.90.10.00	Permen mengandung obat
1704.90.20.00	Coklat putih
1704.90.90.00	lain-lain

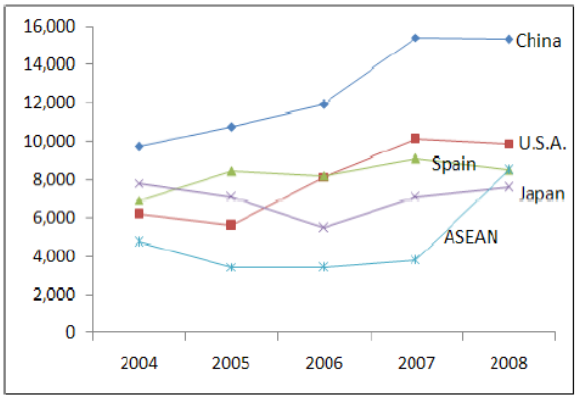
Deskripsi Produk Camilan dengan Kode HS 1905

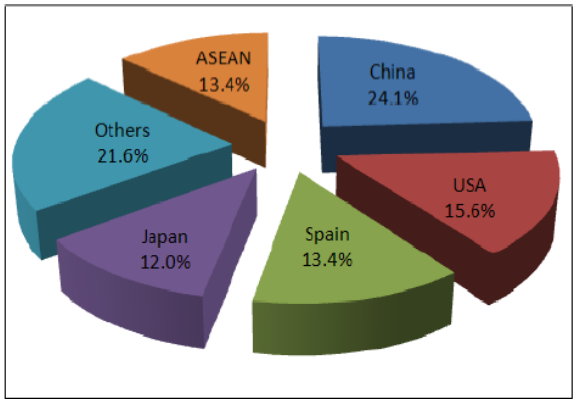
Kode HS	Deskripsi Produk
19.05	Roti, kue kering, kue, biskuit dan produk roti lainnya, mengandung kako maupun tidak ; wafer komuni, selongsong kosong dari jenis cocok untuk keperluan farmasi, dan produk semacam itu
1905.10.00.00	Roti kering
1905.20.00.00	Roti jahe dan sejenisnya
	Roti manis; Wafel dan Wafer
1905.31	Biskuit manis :
1905.31.10.00	mengandung kakao
1905.31.20.00	tidak mengandung kakao
1905.32.00.00	Wafel dan Wafer
1905.40.00.00	Rusk; roti panggang, dan produk panggang semacam itu
190590	lain-lain:
1905.90.10.00	Biskuit gigi tidak manis
1905.90.20.00	Biskuit tidak manis lainnya
1905.90.30.00	Kue
1905.90.40.00	Kue Kering
1905.90.50.00	Produk roti tanpa tepung
1905.90.60.00	Selongsong roti dari jenis yang cocok untuk keperluan farmasi
1905.90.70.00	wafer komuni, sealing wafer, rice paper, dan produk semacam itu
1905.90.80.00	Produk makanan garing lainnya
1905.90.90.00	lain-lain

2. Persaingan Ekspor

2.1 Trend Ekspor dari Berbagai Negara di Dunia

Gambar 2 Trend ekspor untuk produk HS 1704 Periode 2004-2008



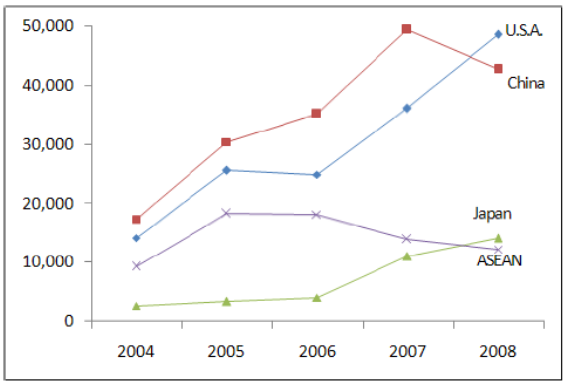


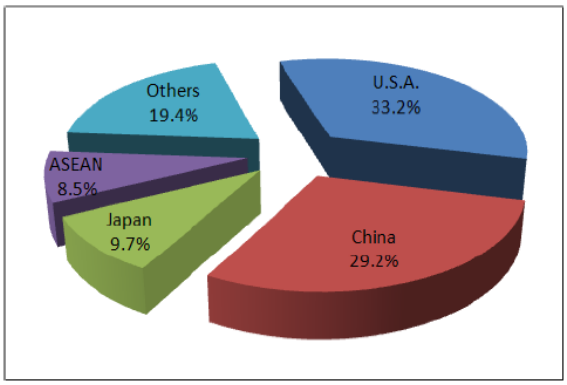
Sumber : Korean International Trade Association

Cina merupakan negara pengekspor utama dengan nilai ekspor sebesar US$ 15,340 juta di tahun 2008 dimana Cina menguasai 24.1% porsi pasar Korea. Disusul oleh USA dengan nilai sebesar US$ 9,910 (15.6%), Spanyol sebesar US$ 8.524 (13.4%), wilayah ASEAN (termasuk Indonesia dan Vietnam) sebesar US$ 8,533 (13,4%) dan Jepang sebesar US$ 7,635 (12,0%). Sisanya berasal dari Jerman, Brazil, Meksiko, dan Belgium dengan total porsi pasar sebesar 21.6%.

Jika dilihat pada grafik di sebelah kiri, nilai ekspor dari Cina maupun USA masih relative stabil setelah mengalami kenaikan di tahun 2007. Sementara untuk Spanyol mengalami sedikit penurunan. Untuk wilayah ASEAN ternyata mengalami peningkatan cenderung tajam di tahun 2008 dimana nilai ekpornya bersaing dengan Spanyol.

Gambar 3 rend Ekspor Untuk Produk HS 1905 Periode 2004-2008





Sumber: Korean International Trade Association

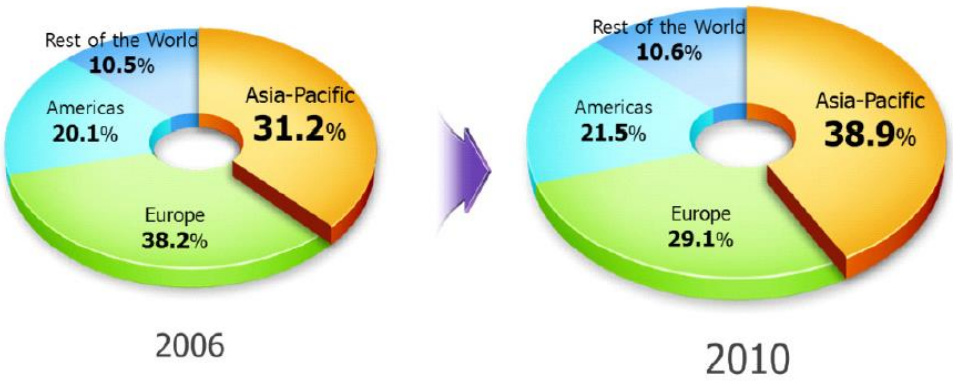
Jika produk permen dikuasai oleh Cina, untuk pasar ekspor produk kue dan roti justru dipimpin oleh USA dengan nilai ekspor sebesar US$ 48.578 dan kepemilikan pasar sebesar 33.2% di tahun 2008. Kemudian disusul oleh Cina dengan nilai sebesar US$ 42.632 (29.2%), Jepang sebesar US$ 14,239 (9,7%) dan wilayah ASEAN (termasuk Malaysia dan Thailand) sebesar US$ 12,354 (8.5%).

Grafik pada sebelah kiri menunjukkan trend ekspor dimana USA dan Jepang mengalami peningkatan sementara ASEAN dan Cina menurun. Nilai ekspor Cina merosot dengan cukup tajam dari US$ 49,394 pada 2007 menjadi US$ 42,632 di tahun 2008.

3. Potensi Pasar

3.1 Potensi Pasar Asia Pasifik dalam Pasar Global

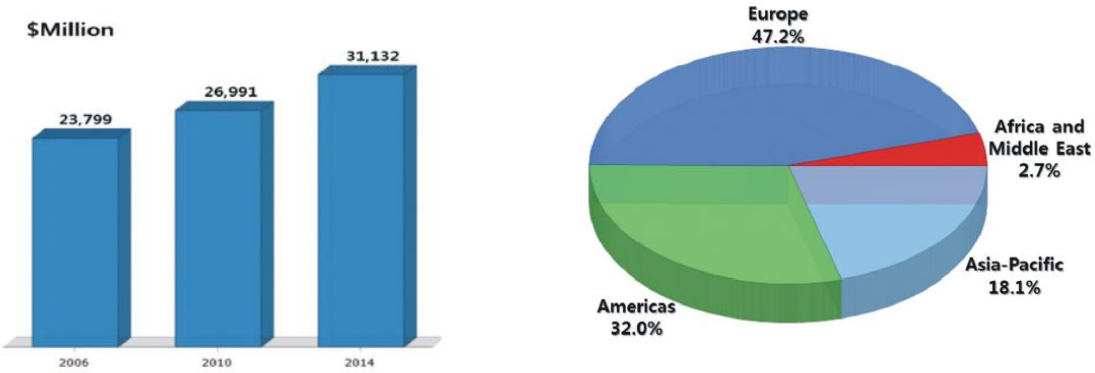
Gambar 3 Nilai Pasar Dunia Terhadap Produk Pangan



Sumber :Data monitor 2011

Diagram diatas menunjukkan pembagian pasar dunia terhadap produk pangan dimana sebagian besar merupakan produk panganan jadi (package food). Seperti yang terlihat pada table 2006, pasar Asia-Pasifik memegang 31.2% dari total pasar dan berada diposisi kedua setelah pasar Eropa yang kemudian disusul oleh pasar America. Empat tahun berselang, pasar Asia pasifik mengalami peningkatan menjadi 38.9% dan membuat wilayah ini menduduki posisi pertama.

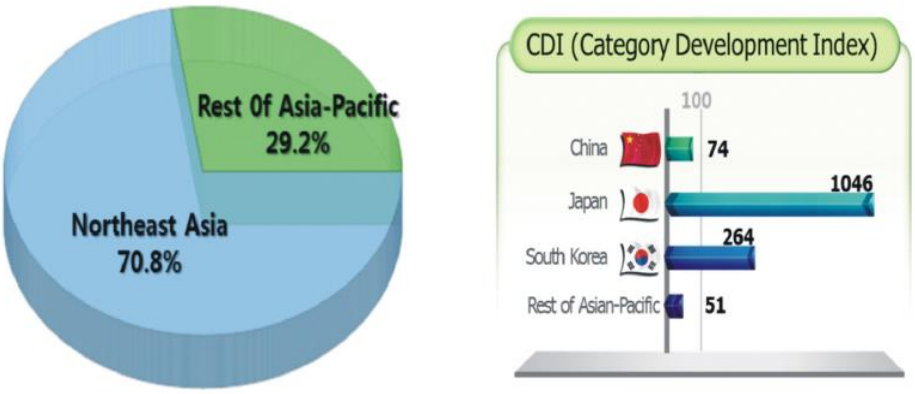
Gambar 4 Nilai Penjualan Produk Konfeksioneri Pasar Asia Pasifik dan Pembagian Pasar



Sumber : Data monitor 2011

Pertumbuhan yang signifikan juga terjadi pada produk pangan jenis konefksioneri. Nilai penjualan pasar Asia Pasifik yang sebagian besar didominasi oleh wilayah Asia Utara, meliputi China, Jepang, dan Korea Selatan diperkirakan akan terus meningkat mencapai US $31,132 milliar hingga tahun 2014 meskipun hanya memiliki 18.1% bagian dari total pasar global.

Gambar 5 Rasio Pasar Konfeksioneri Asia Pasifik dan CDI



Sumber: Data monitor 2011

Dalam pasar Asia Pasifik sendiri, wilayah Asia Utara memiliki 70.8% dari total nilai pasar. Tabel CDI pada sebelah kanan menunjukkan penjualan berdasarkan produk tertentu dalam setiap negara yang mana mengindikasikan purchasing power dalam tiap-tiap negara. Jepang memiliki tingkat CDI tertinggi sebesar 1046 disusul oleh Korea Selatan sebesar 264.

3.2 Potensi Ekspor ke Pasar Korea Selatan

Trend Impor Korea Selatan dari Indonesia Untuk produk HS 1704 dan 1905 (dalam ribuan US$)

HS Code	Product Label	South Korea Import from Indonesia			South Korea Import from the World		
		2010	2011	2012	2010	2011	2012
1704	Sugar confectionery (incl white choc), not containing cocoa	2,368	2,642	4,126	71,856	87,445	96,747
1905	Bread, biscuits, wafers, cakes, and patiseries	3,916	5,577	7,619	147,603	193,481	227,636

Sumber : www.trademap.org

Seiring dengan bertambahnya permintaan konsumen terhadap produk konfeksioneri menyebabkan nilai impor Korea Selatan untuk produk HS1704 dan HS1905 dari seluruh dunia juga mengalami peningkatan. Hal ini juga berimbas pada nilai impor produk yang sama dari Indonesia yang terus meningkat setiap tahunnya hingga mencapai nilai tertinggi yakni US$ 4,126 untuk produk permen dan US$7,619 untuk produk kue dsb.

3.3 Produk Indonesia Berkualitas Ekspor

Sebenarnya Indonesia memiliki beragam produk konfeksioneri yang mampu bersain di pasar Korea Selatan. Banyak produk-produk melegenda yang memiliki kualitas bertaraf ekspor dan bahkan beberapa diantaranya sudah menjadi komoditi ekspor tetap di berbagai negara. Disamping itu ada banyak sekali variasi rasa biscuit maupun permen yang bisa member warna baru bagi pasar Korea, seperti bikuit kelapa, permen kopi, krakers rasa abon yang masih belum banyak dijumpai.

Gambar 6 Beberapa Contoh Produk Konfeksioneri Buatan Indonesia

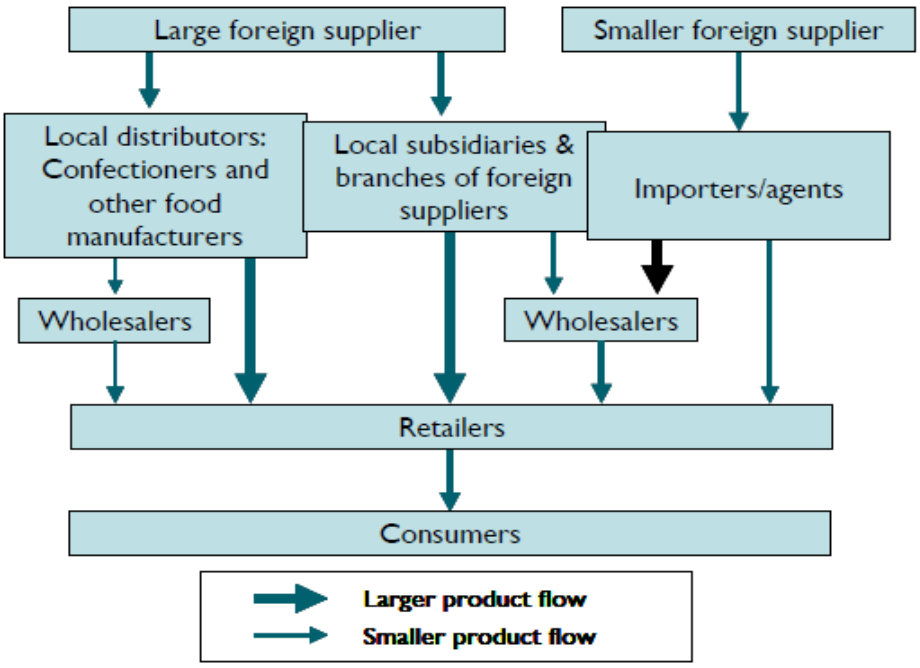
4.

4. Hambatan Bagi Eksportir

Eksportir rupanya akan menemui beberapa hambatan dalam memasuki pasar Korea Selatan , yakni Industri Korea Selatan saat ini sedang gencar melakukan produksi di berbagai negara berkembang, seperti Cina dan negara-negara Asia Teggara untuk tetap mampu memproduksi barang dengan biaya murah, sehingga nantinya Korea akan lebih cenderung meningkatkan penjualan produk dalam negeri dan mengurangi impor. Disamping itu eksportir juga harus jeli dalam memilih agen pengimpor individu dikarenakan masih kurangnya kemampuan distribusi dan marketing serta terbatasnya penyediaan dana dan sumber daya manusia.

Faktor dalam negeri juga sedikit banyak mempengaruhi volume ekspor Indonesia. Lemahnya daya saing produksi Indonesia yang disebabkan terjadinya inflasi dan tingginya biaya tenaga kerja membuatnya tertinggal jauh dibadingkan dengan negara- negara tetangga seperti Thailand, Vietnam, dan Malaysia. Ditambah pula dengan kualitas produksi yang masih belum memenuhi standard internasional.

5. Jalur Distribusi Ekspor Untuk Produk Kofeksioneri



Ada dua jalur dalam pendistribusian produk. Pertama, distribusi dapat dilakukan melalui distributor besar Korea yang mana cenderung lebih memilih kontrak langsung dengan large foreign supplier untuk mendapatkan produk dengan harga lebih murah dimana nantinya produk-produk impor tersebut akan dikemas ulang ataupun langsung didistribusikan oleh supplier local melalui retail store untuk selanjutnya dijual ke konsumen**.**

Kedua, untuk supplier kecil biasanya bisa mendistribusikan barang melalui agen importer skala menengah untuk kemudian dikumpulan kepada wholesalers dan disalurkan kembali ke berbagai toko retail untuk dijual ke konsumen.

5.1 Promosi Produk

Sebagian besar perusahaan konfeksioneri menggunakan media televisi dalam memasarkan produknya. Tidak hanya itu, mereka juga melakukan berbagai kegiatan promosional baik di dalam berbagai toko retail maupun secara terpisah. Misalnya dengan membuka stand untuk konsumen bisa menyicipi produk serta memberika diskon untuk pembelian pada jagka waktu tertentu. Dan untuk perusahaan besar, seperti LOTTE misalnya, mereka lebih mengarah pada strategi promosi dengan menggandeng toko retail tertentu untuk memberikan door prize maupun kupon diskon melalui undian.

6. Regulasi Berkaitan Dengan Ekspor-Impor

6.1 Prosedur Impor Produk HS 1704 dan HS 1905

6.2 Produk Labelling

Eksporter disarankan untuk melewati inspeksi keamaan produk selama proses deklarasi ekspor. Untuk lebih meyakinkan kualitas daripada produk itu sendiri umumnya ada banyak sekali produk yang menempelkan sertifikasi label meskipun ini bukan suatu keharusan. ALabel terstandar dan yang paling diakui adalah HACCP yang diterbitkan oleh KFDA dan menteri pangan. Kemudian ada pula ISO 22000, diterbitkan oleh Korea Management Association yang menjamin higienitas proses produksi makanan mulai dari bahan baku hingga barang akhir.

Gambar 7 Contoh Sertifikasi Label Untuk Penjualan Produk Konfeksioneri di Pasar Korea

Meskipun tertera sertifikasi label pada produk ,namun produk-produk tersebut tetapi harus memenuhi criteria dalam peraturan Food Sanitation Act. Perlu ditekankan pula bahwa informasi yang tertera harus dikaji ulang mengenai kebenarannya dengan berbagai dokumen terkait.

6.3 Dokumen-Dokumen Yang Dibutuhkan Untuk Deklarasi Ekspor Impor

Untuk kepentingan pengiriman produk ekpor umumnya dalam pemeriksaan costum ekspor dibutuhkan beberapa dokuumen utama, seperti :

1. Lisensi Impor (untuk perijinan produk-produk apa saja yang bisa diimpor beserta ketentuannya)
2. Commercial Invoice
3. Deklarasi Harga
4. B/L (Bill of Lading)
5. Packing List
6. Bukti-bukti yang sebegai syarat perijinan berdasarkan artikel 226 dalam peraturan Customs Act
7. Certificate of Origin

7. Ketentuan Tariff HS 1704 dan HS 1905

KODE HS	NAMA BARANG	TANGGAL REG	TARIF PAJAK	PAJAK PER UNIT	HARGA STANDAR
1704.10.00.00	Permen karet dilapisi gula maupun tidak	20130101-20131231	0	0	0
1704.31.00.00	Lain-lain	20130101-20131231	0	0	0
1704.90.10.00	Permen mengandung obat	20130101-20131231	0	0	0
1905.10.00.00	Roti kering	20130101-20131231	0	0	0
1905.20.00.00	Wafel dan wafer	20130101-20131231	0	0	0
1905.40.00.00	Rusk; roti panggang, dan produk panggang semacam itu	20130101-20131231	0	0	0
1905.90.00.00	Lain-lain	20130101-20131231	0	0	0
1905.90.10.00	Biskuti gigi tidak manis	20130101-20131231	0	0	0
1905.90.20.00	Biskuit tidak manis lainnya	20130101-20131231	0	0	0
1905.90.30.00	Kue	20130101-20131231	0	0	0
1905.90.40.00	Kue kering	20130101-20131231	0	0	0
1905.90.50.00	Produk roti tanpa tepung	20130101-20131231	0	0	0

KODE HS	NAMA BARANG	TANGGAL REG	TARIF PAJAK	PAJAK PER UNIT	HARGA STANDAR
1905.90.60.00	Selongsong roti dari jenis yang cocok untuk keperluan farmasi	20130101-20131231	0	0	0
1905.90.70.00	Wafer komuni, rice paper, sealing wafer, dan produk semacam itu	20130101-20131231	0	0	0
1905.90.80.00	Produk makanan garing lainnya	20130101-20131231	0	0	0
1905.90.90.00	Lain-lain	20130101-20131231	0	0	0

8. Informasi Penting

Institusi Terkait dengan Ekspor Impor Produk Konfeksioneri

Name	Homepage	Contact
Korea Foods Industry Association	www.kfia.or.kr	82-2-3470-8100
Korea Food Research Institute	www.kfri.re.kr	82-31-780-9114
Korean Society of Food Science and Technology	www.kosfost.or.kr	82-2-566-9937
Food News	www.foodnews.co.kr	82-2-3477-7114
Agriculture and Fishery Trade News	www.atnews.co.kr	82-2-6300-8001

Chain Retail Utama Korea Selatan

Tipe	Nama Toko	Nama Perusahaan
Supermarket	LG Supermarket Hanwha Store Haitai Supermarket Top Store	LG Distribution Hanwha Distribution Haitai Distribution Seowon Distribution
Mini Market	LG25 Family Mart Seven-Eleven Mini Stop	LG Distribution Bokwang Lotte Shopping Daesang
Hipermarket atau Toko Grosir	E-Mart Home Plus Carrefour Megamart Costco	Shinsegae Samsung-Tesco Carrefour Korea Costco Korea
Department Stores	Lotte Hyundai Shinsegae	Lotte Shopping Hyundai Department Store Shinsegae

Nama Pameran Berkaitan Dengan Produk Konfeksioneri

Exhibitions Name	Exhibitions Period				Participating Company		Participating Buyers		Description
	1/4	2/4	3/4	4/4	Korea	Foreign	Korea	Foreign	
International Food Industry Exhibition(seoulfood.or.kr)		●			649	383	25,121	1,210	Sugar confectionery, Bread, etc
Busan International Food Exhibition(www.bofas.com)		●			120	30	4,080	150	Sugar confectionery, Bread, etc
Gwangju International Food Fair(www.foodshow.kr)				●	135	38	2,576	65	Sugar confectionery, Bread, etc
Food Week (www.foodweek.co.kr)				●	409	20	11,885	168	Sugar confectionery, Bread, etc
Import Goods Fair / Household Exhibition(www.igf.co.kr)		●			5	127	7,910	186	Sugar confectionery, Bread, etc
Seoul International Bakery Fair				●	49	27	0	0	Sugar confectionery, Bread, etc

Importir Utama Produk HS 1704 (dengan total nilai mencapai US$ 1miliar di tahun 2008)

Company Name	Tel. No	Homepage/E-mail	Import Item (Sugar confectionery)
			Others
NONG-SHIM CO.	82-2-820-7114	www.nongshim.co.kr	○
CHUN HA CORP. LTD	82-2-3431-0100	www.chun-ha.co.kr	○
YES CO.	82-31-266-2270	www.yeshs.com	○
UNITED FOOD CO.	82-2-6300-2250	www.unitedfood.co.kr	○
E-MAX TRADING CO.	82-2-428-0034	www.emaxtrading.co.kr	○
JEWON INTERNATIONAL CORP.	82-2-998-5151	www.jewon1986.com	○
SAMKYOUNG F.S. CO.	82-2-2058-0140	www.samkyoung.com	○
CROWN CONFECTIONERY CO.	82-2-3415-2854	www.crown.co.kr	○

Importir Utama Produk 1905 (dengan total nilai mencapai US$ 1miliar di tahun 2008)

Company Name	Tel. No	Homepage/E-mail
CROWN CONFECTIONERY CO.	82-2-3415-2854	www.crown.co.kr
SINHWA POP-VILLAGE CO.	82-2-579-8934/5	www.shpop.co.kr
YES CO.	82-31-266-2270	www.yeshs.com
PARIS CROISSANT CO.	82-31-740-5500	www.paris.co.kr
E-MAX TRADING CO.	82-2-428-0034	www.emaxtrading.co.kr
CHOCO CYBER CO.	82-2-597-1090	www.chococyber.co.kr
KOREA FOOD SERVICES. CO.	82-41-539-3843	www.kfsc.co.kr
CHEIL ACCESS CO.	82-2-598-0803	www.cheilaccess.com
LOTTE CONFECTIONERY CO.	82-2-2670-6305	www.lotteconf.co.kr
HAITAI CONFECTIONERY & FOODS CO.	82-2-709-7586, 7684	www.ht.co.kr
ORION CORP.	82-2-710-6006	www.orionworld.co.kr
DONGSUH COMPANIES INC.	82-2-716-7731	www.dongsuh.com
KOREAN AIR LINES CO..	82-2-2656-7154	www.koreanair.co.kr
CJ FRESH WAY CORP.	82-51-260-0262	www.cjfreshway.com
BINGGRAE CO.	82-31-560-8303	www.bing.co.kr
DONGSUH FOODS CORPORATION	82-32-526-3111	www.dongsuh.co.kr

Daftar Pustaka

ASEAN Korea Study Café Ⅱ.PDF

Confectionery Products Market

(http://69.17.111.188/site/c4/w116/downloads/korea.pdf)

JapanConfectioneryMarket.PDF

(http://www.gov.mb.ca/agriculture/statistics/agri-food/japan_confectionery_en.pdf)

Website :

1. www.kita.org
2. www.intracen.org
3. www.akfta.net
4. www.confectionerynews.com