

The Current Conditions that Need to Be Met by a Listed Company in Indonesia's Health Products (PT PMA) and the Applicable Laws and Business Management of Commerce 目前在印尼保健品上市公司（PT PMA）需要满足的条件以及商贸的适用法律及经营管理

Dr. Amrih Patriotomo^{1*}

¹ School of Foreign Languages, Baise University, Foreign English Teacher. 21 Zhongshan 2nd Road, Youjiang District, Baise City, Guangxi Province, Postcode: 533000, China.



Accepted September 24, 2021

Published October 01, 2021

*Corresponding Author:

Dr. Amrih Patriotomo

1561238641@qq.com

DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.5543873>

Pages: 124-134

Funding: None

Distributed under

Creative Commons CC BY 4.0

Copyright: © The Author(s)

How to cite this article (APA):

Dr. Amrih Patriotomo. (2021).

The Current Conditions that Need to Be Met by a Listed Company in Indonesia's Health Products (PT PMA) and the Applicable Laws and Business Management of Commerce 目前在印尼保健品上市公司（PT PMA）需要满足的条件以及商贸的适

用法律及经营管理. *North*

American Academic Research,

4(9), 124-134. doi:

<https://doi.org/10.5281/zenodo.5543873>

Conflicts of Interest

There are no conflicts to declare.

ABSTRACT

So far, the development of direct selling in Indonesia has been around for more than 30 years. As a member of the World Direct Selling Association, the direct selling industry in Indonesia has made good progress. Whether it is laws and regulations, government management, or the operation of enterprises and distributors, as well as the development of company operations, they have reached a very mature stage. Direct selling is used in Indonesia to sell a variety of products. Direct selling companies that have done a good job in this regard include Amway, Tiens Group (health product company "MLM"), New Era, etc. These companies have a presence in the publicity and business model of Indonesian culture. With a certain degree of internal consistency, they have better promoted their own brands in Indonesia's relatively open direct selling environment, and have gained good brand influence and huge wealth. Many Indonesian companies have also made gains by copying the business models of multinational direct selling companies 《Global Business Guide Indonesia》

Keywords: THE DEVELOPMENT PROSPECTS OF THE CURRENT LISTING OF INDONESIAN HEALTH CARE PRODUCTS COMPANIES, LOCAL DIRECT SALES AND CONSUMER PERCEPTIONS, CURRENT CONDITIONS THAT NEED TO BE MET BY A LISTED COMPANY IN INDONESIA'S HEALTH PRODUCTS (PT PMA), OPEN THE INDONESIAN MARKET SET UP A BUSINESS AND GRADUALLY UNDERSTAND LOCAL LAWS COSTS AND EXPENSES, APPLICABLE LAWS AND MANAGEMENT OF BUSINESS IN INDONESIA

一、当地的直销与消费者的观念

至今，印尼直销的发展历程大概有 30 多年的时间，作为世界直销协会的成员之一，印尼直销业已经取得了不错的进展。无论是法律法规、政府管理，还是企业、经销商的运作，以及公司运营发展都已经到了很成熟的阶段。直销在印尼被用来销售各种产品，在这方面做得比较好的直销企业有安利、天狮集团（保健品公司“MLM”）、新时代等，这些企业在宣传和经营模式与印度尼西亚文化存在着一定的内在一致性，并在印尼相对开放的直销环境中更好地推广了自身品牌，收获了良好的品牌影响力以及巨额的财富，许多印度尼西亚公司也通过复制跨国直销公司的经营模式取得了成功《Global Business Guide Indonesia》。

印尼人的消费观念比较成熟，人们在接受新鲜事物的时候不会很被动，而是主动的去消费。比如，在印尼，直销人觉得某家公司产品适合自己消费，并有极大的市场空间，就会选择这家公司。但在印尼却很难要求经销商忠诚的销售一家的产品，他们存在着多选性，很可能一个直销员销售多家公司的产品，这是印尼直销人与其他国家直销人存在的一个比较重要的区别。比如说他们选择了天狮，但也同时销售着其他公司的产品，所以就会出现安利开会能看到他们，天狮开会也能看得到这种现象。正是因为直销人员的选择都是比较自由的，直销人选择哪家直销企业，兼职哪家企业不受约束已经成为了一个约定俗成的一个观念，他们会根据自己的时间安排选择某公司的活动或者会议，这也为直销在印尼的发展奠定了一个很好的基础《Panasea 杂志（印尼保健品杂志）》。

印尼人的工作频率较低，他们追求较为舒适的生活，劳动制度比中国严格，人员雇佣比较稳定。因此，直销企业一定要注意保持管理风格与之契合，不能急于求成。目前，全世界的经贸和文化交流以及政治合作已经在向东南亚地区倾斜，中国直销企业进入印尼这个直销市场，可以建立长期共存的经济利益，并积极地以建设性的姿态参与到这个地区的直销领域里来《Panasea 杂志（印尼保健品杂志）》。

印尼的直销法规对企业而言是有着非常明显的优势，相关的法律法规并没有区域、层级包括奖金的支出等的限制，这是遵循了直销的发展趋势。在直销产品选择上，印尼国家允许销售的快消品都可以用直销的方式销售，没有明显的分类。比如保健品，并没有严格要求自产自销、独立研发、独立生产等。此外，印尼的直销管理遵循直销的特殊发展规律，法律也尊重了直销的特性，允许团队计酬的奖金制度前提是，制度必须要向印尼的直销协会说明，通过了之后才能实施。此外，印尼的直销产品，有一些产品比中国国内产品的种类多，比如咖啡。在中国国内，并没有列入到直销产品的范围内，但在印尼有些公司专门做咖啡，做的非常好，企业在印尼可以销售的产品都可以纳入到直销产品里《Panasea 杂志》。

二、经营与文化互相兼容

中国企业想要来印尼发展，只要是按照印尼的法律法规来操作都是没有问题的。“首先企业要做好长远战略发展的准备。在不熟悉印尼法律法规的情况下进行不合法运作，这是不利于企业未来发展的，而且可能会遭受更大的损失。如果只是想在印尼捞一票，想要在短期时间获得财富而来，劝其打消此念头。其次要看企业的产品和运营团队适不适合印尼直销市场的发展。要做好十足的准备，不要盲目跟风，如果没有很强的企业实力以及完善的企业规划是不可能轻易成功的。最后无论是公司老板

还是管理人员都要具有非常成熟的跨文化的能力。这样才能更好的管理、启动以及开发印尼市场，做到更好的服务印尼市场和顾客。”《田晓春表示》。

实际上，当中国的企业刚刚进入印尼市场的时候，印尼的企业和直销人会通过一段时间的观察再逐步接触此企业，当看到公司有长期的发展战略和决心才会有更加深入的合作。中国企业来到印尼想要快速的打开其市场，最明显的问题是因为印尼受宗教的影响，动物性的保健品及其他产品就很难打开市场。这就要求企业要具备跨文化的能力，必须要了解伊斯兰教人的生活和工作习惯。除此之外，中国企业想要走捷径，最好能够找到在印尼已经发展了几年的良性公司合作（或收购、兼并），同时可以通过专门的机构寻求咨询服务《印度尼西亚乌拉玛委员会/LP.POM-MUI》。

中国公司选择印尼直销市场可以学到很多东西，更容易加快中国直销发展的国际化步伐。因此，中国企业无论是已经拿牌的公司，还是逐渐进入到直销行列的公司，都必须清楚地认识到直销国际化是一个势在必行的趋势。要到海外运作发展，一定要有长期的发展战略，还要有跨国的思维，一直以来，中国企业受国际文化影响形成了固有的思维模式，突然来到一个极度信仰伊斯兰教的国家，这就需要有跨文化的思维能力，才能把市场做得更好。”因此，选择印尼市场的直销企业一定要注意保持管理风格与当地的现状相契合，不能急于求成。只有真正地参与到直销国际化的大环境里面才能得到更好的发展《印度尼西亚乌拉玛委员会》。

三、详解进入印尼市场的过程

有一些商品必须经过注册，尤其是卫生部门，比如维生素以及保健品等这些产品，必须得到政府审批机构的注册和审批。一般需要等 3 个月才能获得这样的注册号。特殊情况下这个准备过程可能会超过 6 个月，这是一个最长的审批期限。有了这样一个注册号之后，必须把这个注册号放在包装上。每一瓶的产品，都要放这样的注册号，这样能够轻易的对产品进行管理。如果该产品超过了这个注册号内的权限，它就有可能成为一个非法的产品。除此之外，所有的协议还要求用印度尼西亚语进行表述《印尼千岛日报/Harian Nusantara》。

在一般情况下政府会提供一个表格，只要填好就可以。法律规定在五天之内政府必须决定受理或不受理的申请。如果五天之内没有得到答复的话，就证明已经被受理了。完成所有的程序后，还需要提交一下公司业务的计划。政府会要求一个市场营销的计划，业务发展计划，才能继续审批。这些计划必须通过书面写出来，这就极大的降低了其欺骗性《Harian Nusantara》。

直销公司必须有直销牌照方可经营，没有牌照进行经营，是非法经营，就成了一个不法行为。而进行首次注册的新直销公司，有效期是一年，一年之后又是五年。五年过去以后，不需要再次申请，也就是说首次注册期限是一年。对没有获得直销牌照进行直销活动的人有可能会进监狱，吊销牌照，当然之前他们会给一个机会进行解释。然后他们会视情况而定，如果情况不是很严重，可能不会被当做罪犯，如果严重的话就会送到监狱，这是根据情况而定《印尼国际日报》、《千岛日报》。

申请表格应附有公司的一些法律文书，例如证明公司的注册文件，来证明是一个本地公司，还是国外公司，根据一般的情况下具有最少的注册资金五万六千美元就可以继续这个申请。只有 1% 的外国公司申请牌照的时候获得了批准。另外，还有一些其他的计划，营销计划，行为准则，产品样品，还有注册的号，也必须送到审批部门，供他们检查。那么在五天之内如果审批部门没有回应，就表示他们已经受理，如果需要什么额外的文件，他们会要求递交《Harian Nusantara》。

第二节，目前在印尼保健品上市公司（PT PMA）需要满足的条件

一、打开印尼市场、设立企业与逐步了解当地法律

“在准入方面，对于中国想要进入印尼市场的一些直销公司来说，必须要做好这方面的准备，中国很多公司都是在这个事情上出了问题，有些公司把产品走私进去，进入印尼市场就开始销售产品，产品是买的很好，但是不合法，最后被印尼政府封查。这样的现象很多，选择印尼市场一定要遵循法律来操作。”但在公司运作方面，各个公司还是有其他灵活的操作方式《中国管理科学会新营销经理人联盟名誉会长田晓春发言》。

印尼的产品准入方面，国家有非常严格的管理标准，要严格按照流程去执行。无论是印尼的本国公司，还是外国的公司，凡是涉及到产品方面的问题，通过其他方式或者私下的手段很难解决问题，管理都非常严格。外国产品进入到印尼，比如说化妆品、保健品、食品类等，在进入印尼市场之前，企业需要通过印尼官方的“准”字号批准。进口的产品，法规要求是在一年半的时间里获得批准进入，根据目前的状况中国公司一般能够在 18 个月拿到准字的微乎其微《田晓春表示》。

在印尼合资企业应当以 PT PMA（外商投资有限责任公司）的形式设立。

投资人对合伙人、投资人或其他人的潜在责任。在《关于投资的法律》[2007]25 号（“投资法”下），外商直接投资应当以有限责任公司的形式进行（在印尼被称为“PT”），投资人与印尼自然人或实体应共同作为股东。根据《关于有限责任公司的法律》[2007]40 号（“公司法”），PT 的股东不对以 PT 名义订立的协议承担个人责任，也不对 PT 超过其股权价值的损失承担责任，除非：

- a. PT 不满足法人条件的
- b. 股东为达到他/她个人利益，恶意直接或间接利用 PT；
- c. PT 从事违法行为，而股东牵涉其中；
- d. 股东直接或间接违法利用 PT 的资产，导致 PT 缺乏偿债能力。

资本限制。外商所有权限制由《关于禁止投资和附条件开放的商事领域清单政府条例》[2010]36 号(“GR 36”)调整。GR 36 的附件 2 特别指出一些部门和业务领域是向外商投资开放的，并明确了外国资本的最大值。另外，投资协调委员会（本地称为“BKPM”）已有不成文的，从事特定业务范围的 PT PMA 投资最低额和实收股权资本标准。

投资人的税负。投资中政府参与的存在不对投资人的税负产生任何影响。税负根据印尼投资人从事的商事活动而不同。

主管设立 PT.PMA 的政府机构是投资协调委员会（印尼语简称 BKPM）。设立 PT PMA 大约需要一到两个月。通常，流程包括以下步骤/行为：

1. 批准名称

第一步是通过向 MOLHR（Ministry of Labour and Human Resources）提交申请，获取 PT.PMA 的名称批准。申请以电子版的形式，通过 MOLHR 监管下的法人行政系统（印尼称为“SISMINBAKUM”），向 MOLHR 提交。申请应当由发起人经公证人提交。办理期限：大约七（7）天。

2. BKPM 的 PMA 注册登记（如果适用）

第二步是提交完整的《投资注册表》和必要材料，向 BKPM 进行 PT PMA 的注册登记。办理期限：根据《关于投资适用规则程序的 BKPM 委员长令》[2009]12 号（“[2009]12 号条例”），BKPM 应当在提交完整申请后的一（1）个工作日内签发登记批准。实践中，这一流程可能最长需要两（2）周。

3. 设立契约的签署

下一步是设立契约在印尼公证人监管下的签署。契约应当以印尼语书就。办理期限：约三（3）天，根据公证的有效性而定。

4. 企业住所证明（“SKDP”）。

SKDP 的 PT 的住所证明申请是向有管辖权的地方长官提交的。SKDP 是 PT 住所的证明文件。办理期限：约接到完整申请后五（5）日。

5. 纳税人登记号（“NPWP”）

NPWP 应向有 PT 住所管辖权的税务办提交申请。办理期限：约接到完整申请后五（5）日。

6. 开设银行账户和出资

根据《公司法》，PT.PMA 应当签发且实缴所有的认缴资本，并有相关发起人/股东向 PT.PMA 银行账户转账的支付证明。在实践中，没有转账证明，公证人可以签发函件声明：MOLHR 批准签发之日起出资额缴付立即生效。办理期限：约五（5）日。

7. 契约设立的 MOLHR 批准

设立契约向 MOLHR 提交以获批准。这一程序应当在设立契约签署后的至多六十（60）日内完成。申请以电子版的形式，通过 SISMINBAKUM，向 MOLHR 提交。PT 在 MOLHR 的批准签发之日即可取得其法人地位。办理期限：向 MOLHR 提交准确完整的申请以及必要证明文件后至多十四（14）日。在实践中，可能会在向 MOLHR 提交申请后一（1）个月。

8. 在企业登记办登记

PT 同时应当在与对其住所有管辖权的企业登记办注册登记。注册登记应当在 MOLHR 签发之日起三十（30）日内完成。PT 将收到企业注册办签发的企业登记证（“TDP”），作为注册登记的证明。办理流程：在提交正确完整申请后的约十四（14）日内。

9. 印度尼西亚共和国的政府官方公报上进行公告

最后一步是 PT 的设立契约应当在印度尼西亚共和国的政府官方公报上进行公告。设立 PT 的流程一般在公报上公告时视为完成。办理期限：根据法规，最多在 MOLHR 签发批准之日起十四（14）日内，但是实践中约为 1-2 个月。

二、成本和费用

以下成本和费用涵盖在 PT. PMA 设立中：

1. 法律咨询费（如果投资人任命了法律咨询人）
2. 公证费：为设立契约，在 MOLHR 的批准过程中为与政府机构保持联络。公证也帮助 PT 设立中一些许可证的推进，比如 SKDP, NPWP 和 TDP。
3. 代理人费用。用以许可证和许可申请过程的代理服务的费用。代理人须与各种政府机构代表处保持联系；
4. 应向政府机构支付的行政管理成本和费用。

三、PT. PMA 的管理结构

对合资企业的管理层并没有特别的限制国籍的立法。

根据公司法，PT.的管理结构是两层管理结构，由作为执行机构的董事会（“BOD”），和作为监管机构的理事会（“BOC”）。BOC 没有行政职能或职权，但在 BOD 的所有董事均因为与企业存在利益冲突而缺位的情况下除外。

BOD 全权负责企业利益与企业的目的和目标的一致性管理。它设在法院之外，根据章程的条款，代表企业的组织机构。BOC 是指企业有义务从事监管，并向 BOD 提供建议的组织机构。

根据《关于外籍人员雇用的主席令》[1995]74 号（“PD 75”），任何国籍的外国公民可以在外商独资或合资或 PT. PMA 的 BOD 或 BOC 中担任职务。

四、投资人的税负

在印尼的合资企业中投资的投资人，不积极参与经营的，仅当就其收到或当其处分合资企业的份额或利益时的分红或股权收益缴税。

在印尼的合资企业中从事经营的投资人，视为在印尼永久居住，因而应当缴纳正常企业所得税。企业所得税的税率一般为 25%的净应税收入。满足最低上市标准 40%和其他标准的公共公司，有权适用降低 5%的标准税率，即他们的有效税率是 20%。小企业，即年营业收入不多于 500 亿印尼盾的公司纳税人，有权适用降低 50%的标准税率，且征税对象为超过 48 亿印尼盾总营业收入部分的应税收入，按比例征收。

居民纳税人和印尼外国 PE 企业应当通过直接支付、第三方代扣代缴或两者结合来结算税务。在印尼非 PE 外国企业应当对其从来源于印尼的收入，由支付的印尼方代扣代缴税款来结算税务。

税收的每月分期付款（所得税第二十五条）是居民纳税人和印尼 PE 缴税的第一部分，这一部分作为他们当年企业所得税税负的预付款。税收月分期付款一般是按照最近企业纳税申报计算的。特别的分期付款计算适用于新的纳税人、金融租赁公司、银行和国有企业。

对特定收入的税收第三方代扣代缴（所得税第二十三条）或特定交易税收的提前支付（如：第二十二条进口所得税）也构成对当年收入接收人或进口商的企业所得税税负的预付款。

如果全年提前支付税收（所得税第二十二、二十三和二十五条）以及海外缴纳税款的总额少于企业应纳税额的，企业应当在提交企业所得税纳税申报前，缴足缺口。

这一缴纳参照所得税第二十九条。

一些居民纳税人或印尼 PE 的特定种类的收入应缴纳最终所得税。在这方面，第三方代扣代缴税款（根据所得税第四条第二款）构成了对特定收入所得税的最终结算。

对于在印尼非 PE 的外国企业，他们来源于印尼的收入，由印尼方支付的代扣代缴税款构成了他们应缴所得税的最终结算。

营业利润。应税营业利润是根据一般会计准则计算的，并进行一定的税务调整。通常，对所有取得、征收和维护课税营业利润的支出是允许扣减的。入账时间差异可能会发生在作为会计无法立刻申请为税收扣减的支出的时候。

不得扣除项。这些包括：

a. 实物福利（BIK）（如免费住宿，50%的某些企业收购和维护车辆成本），但向所有员工为工作所需提供的饮食福利除外，譬如防护服和制服，往返工作场所的交通费，为海员提供住宿以及其他类似的，向边缘地区提供 BIK，以及 50%的手机购买和维护费用；

b. 个人开销

c. 与商业无关的赠与和援助，但天课除外（伊斯兰捐款）

d. 供给：但是，一些可请求作为可扣减支出的供给：为银行和金融企业可疑账户提供的，为保险公司的保险索赔金提供的，为存款保险公司（LPS）的存款保险金提供的，对采矿企业的开垦权，林业公司的造林，工业水处理的地区隔离和维护提供的。

e. 所得税缴纳

f. 税收罚款

g. 利润分配

h. 用人单位支付生命、健康和意外险，以及支付未批准的养老金，但支付被视为员工应税收入的一部分的除外；

i. 与征收最终税的收入相关的支出，如与定期存款相关的贷款利息；

j. 与免税收入相关的支出，譬如：用以购买股权的贷款利息，所得股权的分红无须缴纳所得税。

k. 合伙或企业的合伙人或股东不分割股权份额时，他们获得的工资或补偿金。

五、减资或撤资

印尼投资法允许投资人在公司经营时撤回出资。撤资可能以税后利润、外籍员工支出补偿、固定资产减值以及其他类似形式进行。

第三节，有关印尼商贸的适用法律及经营管理

一、反垄断法

通常，在印尼的营业（一般反映在商事协议中）是适用印尼法律的。但是，如果商事协议的一方是外国人的，商事协议的各方有权自行选择印尼法以外的其他适用法律。对此并没有登记或报告的要求。

所有在印度尼西亚共和国境内的商事经营者都有义务遵守反垄断法律法规。一般情况下，商事经营者（无论个人或企业）都禁止从事导致不正当竞争和危害公共利益的商事活动或订立如是协议。

印尼的反垄断法要求每项会导致资产超过 2500 亿印尼盾（约 295,000,000 美金）以及/或销售价值超过 5000 亿印尼盾（约 590,000,000 美金）的合并、集中或收购，最迟在该合并、集中或收购生效之日起三十（30）日内应当通知印尼商事竞争监管委员会（“KPPU”）。KPPU 职责是确保经营者不会作出垄断行为和/或不正当商事竞争行为。

二、环境法规

所有印尼的企业都应当遵守现行环境法律法规。企业有义务确保他们的经营不会导致环境的损害和/或环境污染。

企业从事对环境有潜在影响的商事活动的，应当进行环境审计，并取得 AMDAL、UKL 和 UPL 以及环境管理报告和关键监管报告。

三、广告法与消费者保护法

在印尼的企业广告应当根据《印尼广告道德标准》合法制作。对于酒精饮料、香烟、药物、食品、维他命或保健品、化妆品、健康设备、减肥中心、诊所和医院、替代疗法、器官移植、限制产品、专业服务、财产和商机的广告，存在特别限制。

印尼有《消费者保护法》[1999]8 号及其实施条例。本法调整商品/服务的生产、贴标、营销、广告和商品/服务的销售的政府监管。

四、商业道德/法典

印尼有商业道德或法典，譬如会计的 GAAP；以及银行业的良好公司治理和了解客户原则。

五、保险与许可证/许可

法律要求一定的商事领域，如建筑和保险，应当进行一定的风险投保，譬如火灾、洪水、地震、暴乱或战争。在保险方面没有国家垄断。

原则上，所有计划在印度尼西亚共和国内进行的商事活动均应当取得政府由许可证的形式授予的批准。许可证的种类决定于商事活动的种类。比如，一般贸易和服务业，许可证应当是所谓《贸易营业执照》（SIUP）；对于建筑行业，需要《建筑服务营业执照》（IUJK），矿业需要《矿业营业执照》（IUP）以及土地收购的《位置许可证》。

作为上述许可证的前置条件，辅助许可证应当首先取得，比如企业住所证明（SKDP），企业登记证（TDP）以及纳税人识别号（NPWP）。

六、产品登记、商品销售及记账标准

对特殊产品有在政府机构控制下登记的义务，比如食品、药用设备、化妆品、药品和核产品。对食品、化妆品和药品，向食品药品监督管理局登记；药用设备向健康部，核产品向核能源监管机构登记。登记程序完成约要 1-2 周时间，取决于产品的种类。登记须收取官方费用。

对商品销售的方式、时间或地点不存在限制。但是，外国投资者不得在印尼从事零售业。

投资人应该持根据印尼公认会计原则（“GAAP”），持有本国账簿，可以以印尼语或英语记录。印尼公司法也要求所有有限责任公司提交年度财务报告。

参考文献

1. <http://www.cdsp.com.cn>
2. <http://www.zhixiaowang.com>
3. <http://www.aseanlaw.com>
4. <http://m.cw.com.tw>
5. <http://baike.baidu.com>
6. <http://www.sinopharm.com>
7. <http://www.tradetree.cn>
8. <http://www.hukumonline.com>
9. <http://zh.scribd.com>
10. <http://www.bkpm.go.id>
11. <http://www.depkes.go.id>
12. <http://karismafarmasiuj.blogspot.com>
13. <http://www.pelapak.com>
14. <http://jimonexinc.blogspot.com>
15. <http://dokumenperizinan.com>
16. <http://www.bpmpt.jabarprov.go.id>
17. <http://irmadevita.com>
18. <http://ijinusaha.net>
19. <http://www.gbgindonesia.com>
20. <http://en.wikipedia.org>
21. <http://issuu.com>

- 22. <http://www.guojiribao.com>
- 23. <http://www.qiandaoribao.com>
- 24. <http://bbs.fobshanghai.com>

翻译工具

- 25. <http://fanyi.baidu.com>
- 26. <http://translate.google.cn>
- 27. <http://www.iciba.com>
- 28. <http://www.zaixian-fanyi.com>
- 29. <http://fanyi.youdao.com>
- 30. 北京大学编写组《印度尼西亚语——汉语，汉语——印度尼西亚语词典》，PT.Dian Rakyat 出版社，Jakarta 2008 年版。
- 31. 编辑委员会编《汉语——印度尼西亚语大词典》外文出版社，1995 年版。
- 32. 北京大学编写组《印度尼西亚语——汉语大词典》，PT.Elex Media Komputindo 出版社，Jakarta 2000 年版。
- 33. 北京大学东方语言文学系印度尼西亚语言文学教研组《新印度尼西亚语汉语词典》商务印书馆出版社，1989 年版。

其他资料

- 34. 《投资适用规则程序的投资协调委员会“BKPM”》
- 35. 《印度尼西亚乌拉玛委员会/LP.POM-MUI》
- 36. 《投资法》[2007]25 号
- 37. 《公司法》[2007]40 号
- 38. 《印尼千岛日报/Harian Nusantara》
- 39. 《印尼国际日报》
- 40. 《Panasea 杂志（印尼保健品杂志）》

About The Author:



Amrih Patriotomo, Ph.D. from School of Foreign Languages, Baise University, Foreign English Lecturer. 21 Zhongshan 2nd Road, Youjiang District, Baise City, Guangxi Province, Postcode: 533000, China. Email: 1561238641@qq.com. Phone: +86 15578851218

Generally: Education (International teaching and learning), Philology (Austronesian languages system), The historical truth (ancient, modern era “Asia and Southeast Asia”), International project and negotiations (market research “The prospect of Southeast Asia and Indonesia's market”).

Specifically: Comparative study of Austronesian languages system (research on Javanese core words, more specifically “Research on the Body's Words in Javanese”).

He had been teaching Mandarin Chinese and Indonesian in other foreign countries. Now he has been teaching English at the School of Foreign Languages at Baise University of China. He has compiled his textbooks used in the universities as teaching materials, compiled a story book about the legend of the archipelago in three different languages: Indonesian, Mandarin and English. And he has several international publications.



© 2021 by the authors. Author/authors are fully responsible for the text, figure, data in above pages. This article is an open access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>)

