



KEMENTERIAN PERDAGANGAN
REPUBLIK INDONESIA

DJPEN/MJL/002/11/2011 Edisi Nopember

WARTA EKSPOR

Trade Expo Indonesia 2011:
**Menampilkan
Potensi
Indonesia yang
Luar Biasa**

**PRIMANIYARTA 2011:
PENGHARGAAN
BAGI EKSPORTIR
KEBANGGAAN BANGSA**



Edisi Nopember 2011 Warta Ekspor menyajikan informasi tentang Trade Expo Indonesia (TEI). Sejak pertama kali diselenggarakan pada tahun 1985 pameran ini terus mengupayakan promosi produk Indonesia bagi pasar internasional. Kementerian Perdagangan telah melewati revitalisasi tahap I (2006-2010) untuk pelaksanaan Pameran Produk Ekspor (PPE), dengan perubahan nama pameran menjadi Trade Expo Indonesia (TEI) yang diharapkan dapat menjadi sebuah kegiatan expo yang berkualitas, berstandar internasional, dan mendukung terciptanya konsep B to B exposition yang akhirnya mampu meningkatkan ekspor non migas Indonesia.

Penyelenggaraan TEI 2011 dilatar-belakangi untuk melanjutkan roadmap revitalisasi TEI yang memasuki tahap II, untuk mempromosikan produk-produk dan brand-brand baru, serta untuk mempromosikan produk kreatif anak bangsa Indonesia yang berkualitas dan berdaya saing tinggi. Kedepan perlu adanya peningkatan kualitas pelaksanaan Trade Expo Indonesia. Hal ini perlu ditekankan untuk membangkitkan kepercayaan baik peserta Trade Expo Indonesia maupun kepercayaan dari buyer yang akan berkunjung ke Trade Expo Indonesia.

Sehingga pelaksanaan TEI benar-benar menjadi pameran yang bertaraf internasional, baik dari segi jumlah produk yang dipamerkan maupun dari jumlah kedatangan buyer manca negara.

Direktur Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional
Kementerian Perdagangan Republik Indonesia

Hesti Indah Kresnarini



EDITORIAL	2
TAJUK UTAMA	3
Trade Expo Indonesia 2011: Menampilkan Potensi Indonesia yang Luar Biasa Kementerian Perdagangan RI, cq Direktorat Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional, kembali menyelenggarakan Trade Expo Indonesia (TEI) ke-26 pada 19-23 Oktober 2011 yang menempati area pameran seluas 34.000 m2 di Arena Pekan Raya Jakarta, Kemayoran, Jakarta.	
Primaniyarta 2011: Penghargaan Bagi Eksportir Kebanggaan Bangsa	10
KISAH SUKSES	14
KEGIATAN DITJEN PEN	16
SEKILAS INFO LUAR NEGERI	18
DAFTAR IMPORTIR	20

STT: Ditjen PEN/MJL/93A/XI/2011; **Pelindung/Penasehat:** Hesti Indah Kresnarini **Pimpinan Umum:** Indrasari Wisnu Wardhana **Pemimpin Redaksi:** RA. Marlana, **Redaktur Pelaksana:** Sugiarti, **Penulis:** Astri Permatasari
Alamat: Gedung Utama Kementerian Perdagangan Republik Indonesia, Lt.3, Jl MI Ridwan Rais no.5, Jakarta 10110;
Telp. 021-3858171 Ext. 37302, **Fax.** 021-23528652 **E-mail:** p2ie@kemendag.go.id; **website:** www.djpen.kemendag.go.id

Trade Expo Indonesia 2011: Menampilkan Potensi Indonesia yang Luar Biasa



Kementerian Perdagangan RI, cq Direktorat Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional, kembali menyelenggarakan Trade Expo Indonesia (TEI) ke-26 pada 19-23 Oktober 2011 yang menempati area pameran seluas 34.000 m² di Arena Pekan Raya Jakarta, Kemayoran, Jakarta. TEI 2011 merupakan pameran dagang berskala internasional dan bertujuan untuk meningkatkan peluang dan kualitas ekspor Indonesia dalam melayani pasar global. Pameran yang mengedepankan konsep B to B (*business to business*), serta mempromosikan produk dengan merek nasional ini, merupakan pameran yang telah diagendakan oleh para *buyers* internasional. Sejak pertama kali produk

Indonesia bagi pasar internasional. Kementerian Perdagangan telah melewati revitalisasi tahap I (2006-2010) untuk pelaksanaan Pameran Produk Ekspor (PPE), dengan perubahan nama pameran menjadi Trade Expo Indonesia (TEI) yang diharapkan dapat menjadi sebuah kegiatan *expo* yang berkualitas, berstandar internasional, dan mendukung terciptanya konsep B to B *exposition* yang akhirnya mampu meningkatkan ekspor non migas Indonesia.

Penyelenggaraan TEI 2011 bertujuan melanjutkan *roadmap* revitalisasi TEI yang memasuki tahap II untuk mempromosikan produk-produk dan merek baru, serta untuk mempromosikan produk kreatif anak



bangsa Indonesia yang berkualitas dan berdaya saing tinggi. Sementara itu, tujuan penyelenggaraan TEI 2011 adalah mempromosikan produk ekspor utama, unggulan, dan jasa, serta produk potensial lainnya kepada calon *buyer*; percepatan perkembangan ekonomi kreatif Indonesia; meningkatkan rasa cinta dan bangga masyarakat Indonesia akan produk dan jasa dalam negeri; meningkatkan citra bangsa Indonesia melalui produk ekspor; penguatan *nation branding*; serta mempertahankan ekspor ke pasar tradisional dan meningkatkan ekspor ke pasar non-tradisional.

TEI ke-26 merupakan awal revitalisasi tahap II (2011-2015) yang mengangkat tema "*Remarkable Indonesia*" dengan logo tematik "*Creativity*" yang mencerminkan kreatifitas sebagai sumber daya bangsa yang tak terhingga potensinya menjadi fondamen kokoh bagi keberhasilan perdagangan Indonesia yang berkelanjutan di dunia. Tema ini memersepsikan Indonesia sebagai negara yang kaya akan sumber daya alam, penghasil produk ekspor yang dibutuhkan oleh masyarakat dunia, negara yang penuh kreativitas dan keuletan dengan produk industri kreatif yang menakjubkan, negara yang memiliki *brand* serta produk berkualitas dan diakui oleh dunia internasional, negara yang memiliki tenaga kerja yang terampil dan memiliki pengetahuan yang luas dan memenuhi standar internasional, dan negara yang peduli lingkungan dengan mengembangkan produk-produk ramah lingkungan.

TEI 2011 ini mengelompokkan produk yang dipamerkan kedalam 4 (empat) kategori: produk utama (udang, kopi, minyak kelapa sawit, kakao, karet dan produk karet, tekstil dan produk tekstil, alas kaki, elektronika, komponen kendaraan bermotor, serta *furniture*), produk potensial (*handicraft, fish & fish product, medicinal herbs, leather & leather products, processed food, jewellery, essential oil, spices, stationary*

nonpaper, medical instrument & appliances), produk jasa potensial (konstruksi, teknologi informasi, tenaga kerja), dan produk baru lainnya.

Rangkaian kegiatan penting lainnya pada TEI ke-26 adalah penyelenggaraan *Tourism, Trade and Investment (TTI) Forum* pada tanggal 20-21 Oktober 2011 di Arena Pekan Raya Jakarta, Kemayoran, yang mengangkat tema "*Indonesia's Competitive Position in the Global Economy*". TTI Forum 2011 menghadirkan pembicara, Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, Menteri Perdagangan, serta Kepala BKPM. Kegiatan seminar lainnya adalah diskusi regional dengan pembicara yang terdiri dari para duta besar, atase perdagangan dan Kepala *Indonesian Trade Promotion Center (ITPC)*, serta klinik bisnis dengan Atase Perdagangan dan Kepala ITPC.

TTI Forum merupakan wadah penyampaian informasi terbaru dan langsung tentang arah kebijakan untuk peningkatan di bidang pariwisata, perdagangan, dan investasi di Indonesia. Kegiatan ini diharapkan akan mampu membangun sinergi aktif antara pemerintah dan dunia usaha dalam membuat kebijakan untuk meningkatkan kinerja di berbagai sektor. Dalam rangka memperkuat posisi Indonesia dalam ekonomi dunia, khususnya dalam menyikapi prospek pertumbuhan ekonomi Indonesia diperlukan kebijakan yang tepat untuk menangkap momentum tersebut dan bersama-sama dengan para *stakeholder* mencari solusi terhadap hambatan-hambatan yang mungkin timbul.

Wakil Presiden Republik Indonesia Resmikan Trade Expo Indonesia 2011

Penyelenggaraan TEI ke-26 Tahun 2011 dibuka secara resmi pada hari Rabu, 19 Oktober 2011 bertempat di Hall D2 Arena JIExpo oleh Wakil Presiden RI, Bapak Boediono, didampingi oleh Menteri Perdagangan, Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Mari Elka Pangestu, dan Gubernur DKI Jakarta Fauzi Bowo. Peresmian pembukaan TEI ke-26 tahun 2011 ditandai dengan penekanan tombol sirine yang diikuti dengan terbukanya miniatur bola dunia (*globe*) yang berisikan kapal berbendera Indonesia yang mengangkut peti kemas, yang merupakan simbolisasi ekspor Indonesia yang siap bersaing di pasar global.

Pada kesempatan tersebut, tamu yang hadir meliputi para Menteri Kabinet Indonesia Bersatu II, Dubes negara sahabat maupun Dubes RI untuk negara sahabat, Atase Perdagangan, Kepala ITPC, delegasi negara lain yang tergabung dalam misi dagang maupun perseorangan serta para peserta pameran.



Sebagaimana penyelenggaraan di tahun-tahun sebelumnya, dalam rangkaian kegiatan pembukaan TEI 2011 juga dilakukan penyerahan Penghargaan Primaniyarta 2011 kepada 31 pelaku ekspor berprestasi. Penghargaan Primaniyarta diserahkan langsung oleh Wakil Presiden RI Boediono. Penghargaan Primaniyarta tahun ini terdiri dari empat kategori yaitu Eksportir Berkinerja, Eksportir Pembangun Merek Global, UKM Ekspor dan Ekonomi Kreatif. Untuk Kategori Eksportir Berkinerja terpilih 13 perusahaan. Kategori Eksportir Pembangun Merek Global sebanyak 6 perusahaan pemenang. Sedangkan kategori UKM Ekspor sebanyak 9 perusahaan. Terakhir, sektor Ekonomi Kreatif terpilih 3 perusahaan pemenang. Selain itu, pada penyerahan Penghargaan Primaniyarta 2011 juga diberikan penghargaan khusus *Outstanding Winner for Five*

Times Achievements of Primaniyarta Awards kepada PT. Musim Mas yang selama 5 (lima) tahun berturut-turut mendapatkan Penghargaan Primaniyarta.

Jumlah Peserta Terus Meningkat

Pada penyelenggaraan TEI 2011, sebanyak 1.005 peserta turut berpartisipasi, termasuk didalamnya merupakan partisipasi dari berbagai instansi terkait, BUMN, Pemda, Asosiasi dan sebagainya. Jumlah ini meningkat dari jumlah peserta pada TEI 2010 yaitu 819 peserta. Selain itu jumlah tersebut juga melampaui target yaitu 1.000 perusahaan, dengan mengisi lahan seluas 34.000 m² dan menempati 5 area utama termasuk Icon Pavillion (APU) di Hall D1, Hall A, Hall B, Hall C, dan Open Space.

Anjungan Produk Utama (APU)

Di zona APU, terdapat 4 zona utama yaitu zona Industri Kreatif adalah zona bagi produk ekspor industri kreatif berbasis budaya dan teknologi dalam 14 subsektor yaitu desain, film, video & fotografi, fesyen, musik dan alat musik, seni rupa, barang seni dan barang antik, mainan, animasi, dan *digital content*; zona *Global Brands* adalah produk dengan merek nasional yang sudah mendunia seperti Kopiko, Teh Botol, Kopi Kapal Api, Indomie, GT Tires, dll; zona *Eco-Product* adalah produk-produk Indonesia yang *eco-friendly* dan mempromosikan gaya hidup ramah lingkungan diantaranya produk organik, *green label*, sel surya, generator turbin angin, dll; dan zona *Services* yaitu produk jasa yang telah berstandar internasional.



Tajuk Utama

Sedangkan menurut alur, APU terbagi dalam 10 zona yaitu zona penunjang ekspor, zona sejarah perdagangan, zona prestasi ekspor serta mitra unggulan ekspor Indonesia, zona *superbrand*, zona 10 produk unggulan, zona 10 produk potensial, zona produk pemenang Primaniyarta 2010, zona 3 produk bidang jasa, zona industri kreatif, dan zona produk ramah lingkungan, yang pada akhir alur terdapat panggung utama.

Negara Non Tradisional Mendominasi Jumlah Buyer yang Hadir

Selama penyelenggaraannya, TEI 2011 telah dikunjungi oleh 8.311 *buyers* dari 92 negara mitra dagang. Jumlah kunjungan tersebut melampaui target yang ditetapkan sebesar 8.300 *buyers*. Jumlah *buyers* terbanyak berasal dari negara *emerging market* dan non tradisional. Hingga hari terakhir, *buyers* dari *emerging market* dan non tradisional mencapai 86,55 persen yang antara lain berasal dari India, Malaysia, Arab Saudi, Mesir, Bangladesh dan Iran. Sedangkan *buyers* dari negara tradisional hanya sebesar 13,45 persen yang berasal dari Jepang, Amerika Serikat, dan Korea Selatan. "Besarnya jumlah *buyers* dari negara *emerging market* dan non tradisional menunjukkan keberhasilan kebijakan diversifikasi pasar kita. Diharapkan pengembangan ekspor ke pasar-pasar non tradisional ini dapat meminimalisasi dampak krisis yang terjadi di Amerika Serikat dan Benua Eropa



kepada perekonomian Indonesia," jelas Wakil Menteri Perdagangan RI Bayu Krisnamurthi.

Selama TEI 2011 berlangsung, pemerintah Indonesia menerima misi dagang dari 44 negara dengan total keseluruhan delegasi sebanyak 1.254 orang. Misi dagang terbesar dengan jumlah delegasi 98 orang adalah negara India. Bayu Krisnamurthi mengatakan bahwa yang menggembirakan adalah kehadiran beberapa misi dagang dari pasar-pasar potensial Indonesia, seperti Nigeria, Namibia, Afganistan dan Hungaria. "Delegasi tersebut umumnya hadir bukan saja untuk TEI, tetapi juga untuk menjajaki kemungkinan membangun jaringan bisnis dan potensi investasi yang ada di Indonesia," terangnya.



Lebih lanjut, Bayu mengungkapkan pihak-pihak yang turut mendukung kesuksesan penyelenggaraan TEI 2011. "Kami sangat berterima kasih kepada beberapa Kementerian terkait, Pemerintah Daerah, Kadin, Asosiasi, Kantor Perwakilan RI di luar negeri, para Atase Perdagangan, dan perwakilan dari Indonesian Trade Promotion Center (ITPC) yang telah membantu mendatangkan para peserta pameran dan buyers ke acara TEI 2011. Keberhasilan TEI kali ini tentunya tidak terlepas dari kontribusi banyak pihak," ujarnya.

Transaksi TEI 2011 Melampaui Target

"Pameran bertaraf internasional terbesar di Indonesia, Trade Expo Indonesia (TEI) ke-26, berhasil mencapai total transaksi yang melampaui target yaitu USD 464,5 juta. Target yang ditetapkan sebelumnya adalah sebesar USD 380 juta," demikian dikatakan Wakil Menteri Perdagangan RI Bayu Krisnamurthi kepada pers pada Selasa (25/10). Dari total nilai transaksi tersebut, tercatat USD 226 juta berasal dari produk ekspor dan USD 238,5 juta dari sektor jasa.

Dalam komposisi hasil transaksi produk ekspor, furniture mendominasi dengan pangsa sebesar 40,8 persen, diikuti produk pertanian 10,27 persen, kerajinan 9,39 persen, perhiasan dan aksesoris 7,76 persen, tekstil dan produk tekstil 5,61 persen, kosmetik dan herbal 4,89 persen, kopi 2,6 persen, makanan dan minuman 2,52 persen, produk kayu 2,52 persen, serta produk kimia 1,81 persen. Sementara dari sektor jasa sebagian besar hasil transaksi disumbang dari permintaan tenaga kerja di bidang kesehatan (medis dan paramedis).

Salah satu produk potensial yang dipamerkan pada TEI kali ini adalah produk kerajinan tangan berbentuk tas yang dikombinasi dengan motif Batik. Tas Batik ini memiliki desain yang cukup unik dan menarik. Beberapa pembeli mancanegara, seperti buyer asal Iran, bahkan menunjukkan ketertarikannya terhadap produk tersebut dengan melakukan kesepakatan untuk percobaan ekspor (*trial export*).



Terjadinya beberapa kesepakatan dagang antara peserta pameran dan buyers adalah bukti bahwa TEI merupakan sarana yang efektif sebagai wadah pertemuan B to B (*business to business*). "Melalui pertemuan B to B ini, tidak hanya perusahaan-perusahaan besar yang dapat mempromosikan produknya ke pasar internasional, tetapi Usaha Kecil dan Menengah (UKM) juga berpotensi melakukan ekspor," imbuh Wamendag Bayu.

Diskusi pada TTI Forum 2011

Sesi pertama TTI Forum (*Interactive Dialogue*) dilaksanakan pukul 09.15 WIB dengan moderator Bapak Jaya Suprana. Agenda acara pada *Interactive Dialogue* secara berturut-turut adalah pemaparan dari Kementerian Perdagangan dengan tema "*Strengthening the Competitiveness of Indonesia's Products to Gain Economic Advantages in the Global Economy*" oleh Wakil Menteri Perdagangan Bapak Bayu Krisnamurthi, pemaparan dari Badan Koordinasi Penanaman Modal dengan tema "*Strengthening the Supporting Elements to Increase the Attractiveness of Investment Opportunities in Indonesia*" oleh Deputy Kerjasama Penanaman Modal Bapak Achmad Kurniadi serta pemaparan dari Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif dengan tema "*Enjoying Exotic Destinations in Culturally Diversified Indonesia*" oleh Direktur Pengembangan Pasar Pariwisata Bapak Sadar Pakarti Budi.

Jumlah peserta yang hadir dalam *Interactive Dialogue* sebanyak 222 orang terdiri dari para *buyers*, para penanam modal dari luar negeri, delegasi misi dagang dari luar negeri (Singapura, Brunei, Thailand, Bangladesh, Zimbabwe, Brasil, Vietnam, Belanda, Afrika Selatan, Australia, Polandia, Nigeria, China, Spanyol dan Irak), para Dubes RI (untuk negara Singapura, Saudi Arabia, Vietnam, UAE, Afrika Selatan, Amerika Serikat, Mesir, Iran, Canada, Malaysia, Rusia dan Brazil), para Atase Perdagangan, para Kepala ITPC, KUAL, Konselor Ekonomi, Konsul Perdagangan, Kantor Dagang dan Ekonomi Indonesia (KDEI), Kamar Dagang Indonesia (KADIN), dan Asosiasi produk/profesi.

Beberapa hal penting hasil pembahasan *Interactive Dialogue* tersebut antara lain adanya perbedaan situasi daerah luar pulau Jawa khususnya wilayah timur Indonesia dengan daerah pulau Jawa dalam hal disparitas harga dan pelayanan publik, kendala dalam mengurangi kemiskinan, tidak adanya akses ke pusat-pusat pertumbuhan ekonomi, pengelolaan sumber daya alam Indonesia yang membutuhkan lebih banyak nilai tambah serta dukungan infrastruktur (listrik, transportasi, dan telekomunikasi). Oleh karena



itu, diperlukan peningkatan sarana transportasi antar wilayah yang diharapkan dapat mendorong perekonomian wilayah yang masih tertinggal. Selain itu pemerintah juga terus memberikan insentif untuk investasi pariwisata, diantaranya Industri Pariwisata dan Pengembangan Infrastruktur di Bali dan Nusa Tenggara, *Exclusive Economy Zone* pada Mandalika Lombok dan Tanjung Lesung Banten, serta Peraturan Pemerintah untuk insentif pajak pendapatan untuk Investasi Pariwisata bagi Kawasan Ekonomi Khusus Pariwisata.

Dalam dialog juga disebut bahwa daya saing produk-produk Indonesia semakin menguat dalam mendapatkan keunggulan ekonomi di perekonomian global. Dalam era global, dibutuhkan kerjasama dengan negara-negara tetangga ataupun negara lain untuk mendukung kinerja perdagangan, investasi dan pariwisata Indonesia. Indonesia membutuhkan kerjasama dalam hal mengembangkan investasi, karena Indonesia tidak dapat melakukannya sendiri, serta membutuhkan beberapa elemen untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Karena dengan adanya kerjasama dan adanya investor dari negara-negara lain, maka akan ada pertumbuhan untuk sektor pariwisata, perdagangan, dan investasi di Indonesia.

Sesi kedua TTI Forum (Diskusi Regional) dilaksanakan

pukul 14.00-18.00 WIB. Diskusi Regional pada kegiatan TTI Forum ini dibagi dalam 7 kelompok wilayah pasar yaitu ASEAN dan ANZ, Asia Non ASEAN, Timur Tengah dan Afrika, Eropa Bagian Timur, Eropa Bagian Barat, Amerika Bagian Utara dan Tengah, Amerika Bagian Selatan. Pembicara pada Diskusi Regional ini berjumlah 56 orang, yang terdiri dari 12 Atdag, 18 ITPC, 13 Dubes, 1 perwakilan RI di Mesir, 2 Konselor Ekonomi, 1 Fungsi Ekonomi, 1 KDEI, 1 KUIAI, serta 7 LPEI. Sedangkan peserta yang hadir sebanyak 350 orang.

Klinik Bisnis Diminati Para Eksportir

Sebagai rangkaian TTI Forum 2011, kegiatan *Business Councelling* dilaksanakan pada tanggal 21 Oktober 2011 pukul 09.00-12.00 WIB. Dalam kegiatan Business Councelling ini para Atase Perdagangan dan Kepala ITPC dari berbagai wilayah negara memberikan konsultasi bisnis kepada pengusaha. Selain itu juga terdapat konsultan dari lembaga pembiayaan dari LPEI.

Skema *Business Councelling* adalah para Atdag, Kepala ITPC, serta perwakilan dari KBRI Abu Dhabi, Cairo, Riyadh, Denmark berada di ruangan konsultasi menunggu eksportir yang ingin melakukan konsultasi. Kelas konsultasi dibagi menjadi 4 wilayah yaitu pasar wilayah ASEAN dan Asia (Non ASEAN);



pasar wilayah Australia, Timur Tengah, dan Afrika; pasar Wilayah Eropa; dan pasar wilayah Amerika. Jumlah konsultan pada kegiatan ini sebanyak 42 pejabat, sedangkan pengusaha yang melakukan konsultasi bisnis sebanyak 116 pengusaha.

Konsultan pada wilayah ASEAN dan Asia (non ASEAN) yaitu dari KBRI New Delhi, Tokyo, Seoul, Kuala Lumpur, Manila, Bangkok, Singapura, dan Beijing, serta ITPC Chenai India, Busan dan Osaka. Konsultan pada wilayah Australia, Timur Tengah dan Afrika, yaitu dari KBRI Riyadh, Canberra, Abu Dhabi, Cairo dan Riyadh, serta ITPC Jedah, Dubai, Johannesburg, Sydney, dan Lagos. Konsultan pada wilayah Eropa, yaitu KBRI Roma, London, Brusel, Moscow, dan Denmark, serta ITPC Lyon, Hamburg, Barcelona, dan Budapest. Konsultan pada wilayah Amerika, yaitu dari KBRI Washington serta ITPC Santiago, Mexico City, Chicago, Sao Paulo, Vancouver, dan Los Angeles.

Beberapa informasi yang ditanyakan oleh para pengusaha kepada para Atdag dan Kepala ITPC adalah peluang pasar ekspor dan potensi produk untuk dipasarkan ke negara tujuan ekspor serta regulasi yang berlaku di negara tujuan ekspor tersebut. Selain itu pengusaha juga menanyakan masalah sistem pembayaran yang paling efisien, karakteristik pembeli di negara tujuan ekspor, harga yang kompetitif untuk suatu produk serta kemungkinan terbukanya kesempatan bagi mereka untuk mengikuti pameran di negara tujuan ekspor itu.

Selain memberikan informasi mengenai prospek dan peluang pasar, para Atdag dan ITPC juga menyarankan kepada para pengusaha untuk selalu membuka *website* para Atdag/ITPC dan mengirimkan *company profile* yang menarik ke perwakilan RI di luar negeri dalam rangka mengupayakan pencarian mitra bisnis. Selain itu juga disarankan agar para pengusaha terus melakukan pengembangan produk, baik dari produk, desain maupun kemasan, serta mengikuti pelatihan



teknis dibidang perdagangan internasional di Balai Besar Pendidikan dan Pelatihan Ekspor Indonesia (BBPPEI), Kementerian Perdagangan, Jakarta.

Academic Tour untuk Menumbuhkan Rasa Cinta Produk Indonesia

Dalam penyelenggaraan TEI 2011 ini, juga dilakukan *Academic Tour* yang bertujuan untuk meningkatkan kecintaan terhadap produk dalam negeri dan membuka wawasan untuk meningkatkan kreatifitas dan inovasi generasi muda. Tujuan *Academic Tour* ini untuk memberi wawasan kepada para mahasiswa agar sadar produk nasional yang berorientasi ekspor. Dengan timbulnya kesadaran tersebut diharapkan kalangan mahasiswa akan bangga produk Indonesia dan menggunakan produk dalam negeri. Selain berkeliling area pameran, para mahasiswa juga menyaksikan langsung para *buyer* yang melakukan transaksi dagang dengan para peserta pameran.

Kegiatan ini diikuti oleh 8 (delapan) universitas dalam negeri yaitu STIA Mandala, Prasetya Mulya Business School, Sekolah Tinggi Manajemen Industri, Universitas Moestopo, Universitas Tarumanegara, Akademi Pemimpin Perusahaan, Universitas Syekh Yusuf Tangerang, dan Universitas Indonesia, dengan jumlah seluruh mahasiswa yang mengikuti acara ini sebanyak 190 orang.

Tanggal Penyelenggaraan TEI 2012

Trade Expo Indonesia ke-27 Tahun 2012 rencananya akan diselenggarakan pada tanggal 10-14 Oktober 2012 di Arena Pekan Raya Jakarta, Kemayoran, Jakarta. Selanjutnya, untuk tetap mempertahankan reputasi TEI sebagai pameran bertaraf internasional terbaik di Indonesia, maka Kementerian Perdagangan akan terus berupaya untuk meningkatkan pelayanan dan fasilitasi kepada para *buyers* dan peserta pameran termasuk tentunya peningkatan manajemen pengelolaan pameran.

See you at Trade Expo Indonesia 2012...

PRIMANIYARTA 2011: PENGHARGAAN BAGI EKSPORTIR KEBANGGAAN BANGSA

Primaniyarta merupakan penghargaan tertinggi yang diberikan Pemerintah Indonesia kepada eksportir yang dinilai paling berprestasi di bidang ekspor dan dapat menjadi tauladan bagi eksportir lain. Penghargaan ini diberikan sebagai bentuk apresiasi Pemerintah kepada eksportir yang memiliki prestasi dalam meningkatkan ekspornya secara berkesinambungan sekaligus mendorong pertumbuhan jumlah pelaku ekspor yang tangguh dan berdaya saing. Selain itu penghargaan

Primaniyarta dapat menjadi salah satu ajang pembuktian prestasi eksportir-eksportir Indonesia serta menjadi sarana promosi bagi para pemenang sebagai bentuk pengakuan terhadap eksistensi dan kinerja dalam melaksanakan aktivitas perdagangan internasional sehingga pemenang Penghargaan Primaniyarta akan memperoleh kredibilitas yang baik di kalangan dunia usaha dan pemerintah yang pada akhirnya mendapatkan kemudahan dalam aktivitas bisnisnya.

Pada tahun 2011 ini penghargaan Primaniyarta dibagi menjadi 4 (empat) kategori yaitu Kategori Eksportir Berkinerja, Kategori Pembangun Merek Global, Kategori Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Ekspor, dan

Kategori Eksportir Barang dan Jasa Ekonomi Kreatif. Penghargaan Primaniyarta ini diberikan dalam bentuk trofi dan sertifikat yang diserahkan oleh Wakil Presiden RI Boediono pada acara Pembukaan Trade Expo Indonesia ke-26 Tahun 2011.

Melalui kegiatan ini tentunya diharapkan para eksportir yang telah memperoleh penghargaan Primaniyarta dapat menjadi contoh dan sumber inspirasi bagi eksportir sehingga pada akhirnya dapat meningkatkan jumlah eksportir yang tangguh.

Manfaat Primaniyarta

Para eksportir yang menjadi pemenang Primaniyarta akan memperoleh manfaat antara lain Logo Primaniyarta "Gambar Tropi" dengan tulisan "Primaniyarta Export Award" dibawah gambar dapat ditampilkan pada Kop Surat Perusahaan pemenang penghargaan tersebut dan Kartu Nama, serta





dipromosikan di dalam dan di luar negeri melalui publikasi yang diterbitkan oleh Kemendag khususnya Ditjen PEN, antara lain Buku Primaniyarta, CD dan DVD Primaniyarta, Export News edisi Nopember dan Desember, publikasi Primaniyarta edisi Indonesia dikirimkan kepada Instansi Pemerintah di Pusat dan Daerah, Perbankan, KADIN Pusat, Kadinda, Asosiasi dan lain sebagainya.

Publikasi Primaniyarta edisi Inggris dikirim kepada Kantor Perwakilan RI di luar negeri (Kedutaan Besar RI, Konsulat Jenderal RI, Konsul Kehormatan, Indonesian Trade Promotion Centre dan Kantor Dagang dan Ekonomi Indonesia) serta Lembaga Internasional yang bekerjasama dengan Ditjen PEN, seperti CBI - Belanda, SIPPO - Swiss, ASEAN CENTRE, JETRO dan JICA - Jepang dan lain sebagainya, mendapat prioritas mengikuti kegiatan promosi ekspor yang dikoordinir oleh Ditjen PEN Kementerian Perdagangan di dalam dan diluar negeri, seperti Pameran Dagang Internasional, Misi Dagang, Indonesian Week, Trade Expo Indonesia (TEI) dan lain sebagainya.

Khusus untuk penerima Penghargaan Primaniyarta kategori UKM Ekspor, masing-masing pemenang akan mendapat stand gratis dan siap pakai ukuran 9 (sembilan) meter persegi untuk 1 (satu) kali partisipasi di Trade Expo Indonesia (TEI), Arena Pekan Raya Jakarta, sedangkan khusus untuk pemenang Primaniyarta kategori UKM Ekspor, akan dibantu biaya pendaftaran merek produk di Ditjen Hak Kekayaan Intelektual (HKI), Kementerian Hukum dan HAM.

Manfaat yang diperoleh dari Direktorat Jenderal Bea dan Cukai, Kementerian Hukum dan HAM adalah fasilitas "Kemudahan Impor Tujuan Ekspor" kepada pemenang Penghargaan Primaniyarta yang perlu mengimpor bahan baku untuk memenuhi permintaan ekspor (pembeli luar negeri) serta belum memperoleh fasilitas tersebut. Eksportir pemenang Penghargaan Primaniyarta akan mendapat prioritas

khusus dalam proses pengurusan memperoleh fasilitas dimaksud. Sedangkan manfaat dari Direktorat Jenderal Pajak, Kementerian Keuangan akan memberikan prioritas kepada eksportir penerima Penghargaan Primaniyarta dalam pengurusan Pengembalian Bea Masuk / Pajak Impor.

Kategori dan Persyaratan

Kategori Eksportir Berkinerja

- Melakukan ekspor selama 5 (lima) tahun terakhir berturut-turut dengan nilai dan volume ekspor yang selalu meningkat dari tahun ke tahun.
- Mempunyai produk ekspor yang bernilai tambah.
- Mempunyai trend ekspor positif.
- Mempunyai nilai ekspor yang lebih besar dibanding nilai impornya, jika mengimpor bahan baku.
- Memiliki perijinan yang lengkap seperti SIUP, NPWP, IU Industri dan TDP.

Kategori Pembangun Merek Global

- Melakukan kegiatan ekspor selama 3 (tiga) tahun terakhir berturut-turut dengan menggunakan merek sendiri dan sudah terdaftar di Indonesia.
- Melakukan ekspor dengan menggunakan merek sendiri (merek dalam negeri) sedikitnya di 3 (tiga) negara.
- Memiliki perijinan yang lengkap seperti SIUP, NPWP, IU Industri dan TDP.

Kategori UKM Ekspor

- Melakukan kegiatan ekspor selama 3 (tiga) tahun terakhir berturut-turut untuk Usaha Kecil dan 5 (lima) tahun berturut-turut terakhir bagi Usaha Menengah.
- Nilai transaksi ekspor lebih besar dari nilai transaksi domestik.
- Memiliki perijinan yang lengkap seperti SIUP, NPWP, IU Industri dan TDP/TDI.
- Berdasarkan UU Nomor 20 Tahun 2008, kriteria UKM adalah sebagai berikut:
 - Usaha Kecil (UK) Ekspor adalah eksportir yang memiliki kekayaan bersih > Rp. 50 juta sampai dengan < Rp. 500 juta, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau memiliki penjualan tahunan > Rp. 300 juta sampai dengan paling banyak Rp. 2,5 miliar.
 - Usaha Menengah (UM) Ekspor adalah eksportir



yang memiliki kekayaan bersih > Rp. 500 juta sampai dengan < Rp. 10 miliar, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau hasil penjualan tahunan > Rp. 2,5 miliar sampai dengan paling banyak Rp. 50 miliar.

Kategori Eksporir Barang dan Jasa Ekonomi Kreatif

- Melaksanakan ekspor selama 3 (tiga) tahun terakhir berturut-turut.
- Mempunyai produk dengan keunikan yang menjadi nilai tambah dan kreativitas berbasis budaya Indonesia.
- Memiliki inovasi dalam pengembangan produk.
- Memiliki HKI.
- Memiliki perijinan yang lengkap SIUP, NPWP, IU Industri dan TDP.



Unsur Penilaian

Eksporir Berkinerja	Pembangun Merek Global	UKM Ekspor	Eksporir Barang dan Jasa Ekonomi Kreatif
Pertumbuhan Nilai Ekspor	Pertumbuhan Nilai Ekspor	Pertumbuhan Nilai Ekspor	Pertumbuhan Nilai Ekspor
Jumlah Negara Tujuan Ekspor			
Diversifikasi Produk Ekspor	Diversifikasi Produk Ekspor	Entrepreneurship	Kreatifitas Pengembangan Produk
Kesinambungan Ekspor	Kesinambungan Ekspor	Kesinambungan Ekspor	Kesinambungan Ekspor
Proses Produksi	Proses Produksi	Proses Produksi	Proses Produksi
Perpajakan	Perpajakan	Perpajakan	Perpajakan
Kriteria Penilaian Tambahan dari Tim Juri			
Kategori Produk Ekspor	Kategori Produk Ekspor	--	Keunikan Produk

Penerima Penghargaan Primaniyarta 2011

Pada umumnya perusahaan pemenang memiliki keunggulan yang dapat diandalkan untuk bersaing di pasar ekspor dan memiliki pasar tujuan ekspor yang sangat beragam di pasar tradisional dan non tradisional. Keunggulan tersebut dari beberapa perusahaan pemenang diantaranya ikut berperan serta dalam pengembangan citra Indonesia di pasar tujuan ekspor, menggunakan proses yang ramah lingkungan, ikut serta dalam gerakan penghijauan dengan menanam seribu pohon, ekspor yang mengalami pertumbuhan sejak tahun 2008-2010 walaupun terjadi krisis global, perusahaan yang telah dipercaya oleh 5 OEM Mining terbesar dunia, kenaikan kapasitas produksi 300% sejak 2004, menduduki peringkat ke-26 dari sekitar 300 perusahaan ban di dunia, dari sisi distribusi, hampir seluruh distributor di berbagai negara telah menjalin kerjasama lebih dari 10 tahun, menguasai 30% pasar global untuk pasar cast coat, merupakan perusahaan eksportir carbonless terbesar di dunia, satu-satunya dari Indonesia yang merupakan anggota EFEO (Eropa), tahun 2009, produksi mencapai rekor 640.000 ton CPO, merupakan perusahaan pertama di Indonesia yang menerima sertifikasi RSPO pada tahun 2009, cara membentuk brand image adalah melalui exhibition, media branding, advertising, editorial, pemakaian produk oleh disneyland dan adventure land australia, bekerjasama dengan top designer (Al Joe Rueggiro dan Paula Navone), merek telah di ekspor ke 100 negara dan telah terdaftar di 90 negara, program promosi melalui print-ad, outdoor, dan sponsorship dalam lomba marathon sedunia di Addis Ababa, mendapatkan berbagai brand award dari majalah domestik dan internasional (antara lain Forbes), dan salah satu marketing activities yaitu menjadi sponsor resmi event nasional dan internasional (antara lain Formula Drift Singapore).

Para pemenang adalah perusahaan yang dinilai memiliki kinerja ekspor terbaik, keuangan sehat dan tidak tersangkut masalah hukum dalam bidang perbankan, pajak, bea cukai, lingkungan, maupun masalah ketenagakerjaan. Dari 31 perusahaan pemenang, 10 merupakan peserta baru dan 21 peserta yang telah beberapa kali memperoleh Penghargaan Primaniyarta. Pada tahun ini ada 1 (satu) perusahaan yang menerima *special achievement* karena telah 5 kali menerima Primaniyarta. Melihat hal tersebut, kami berpendapat bahwa para pemenang Primaniyarta walaupun sudah beberapa kali mendapat penghargaan tetapi tetap mengikuti kegiatan ini karena bagi mereka, Primaniyarta

merupakan suatu insentif yang sangat berharga yang dapat ditunjukkan kepada publik terutama bagi perusahaan besar.

Ke-31 pemenang tersebut yang terbagi dalam 4 kategori adalah 13 perusahaan untuk Kategori Eksportir Berkinerja, 6 perusahaan untuk Kategori Pembangun Merek Global, 9 perusahaan untuk Kategori UKM Ekspor, dan 3 perusahaan untuk Kategori Pelaku Ekspor Ekonomi Kreatif, dengan nama perusahaan pemenang sebagai berikut:

Kategori Eksportir Berkinerja

- Growth Asia, PT.
- Gajah Tunggal Tbk, PT.
- Pindo Deli Pulp and Paper Mills, PT.
- Indesso Aroma, PT.
- Smart Tbk, PT.
- Musim Mas, PT.
- Bio Farma (Persero), PT.
- Trimitra Baterai Prakasa, PT.
- Toyota Motor Manufacturing Indonesia, PT.
- A.W. Faber-Castell Indonesia, PT.
- Bitratex Industries, PT.
- Bumitangerang Mesindotama, PT.
- Adaro Indonesia, PT.

Kategori Pembangun Merek Global

- Pabrik Kertas Tjiwi Kimia Tbk, PT.
- Selamat Sempurna Tbk., PT.
- Insera Sena, PT.
- Polymindo Permata (Viro), PT.
- Accupunto Internasional, PT.
- Multistrada Arah Sarana Tbk, PT.

Kategori UKM Ekspor

- Tanteri Ceramic, PT.
- Fajarindo Faliman Zipper, PT.
- Indonesia Antique, PT.
- Indoexim International, PT.
- Latransa Citra, PT.
- Mahligai Indococo Fiber, PT.
- Ajidharmamas Tritunggal Sakti, PT.
- Duta Ananda Utama Tekstil, PT.
- Sekawan Cosmetics, CV.

Kategori Pelaku Ekspor Ekonomi Kreatif

- Aneka Sandang Interbuana, PT.
- Kinema Systrans Multimedia, PT.
- Bamboomedia Cipta Persada, PT.

Selamat kepada para pemenang Primaniyarta Award 2011.

Tetap bekerja keras dan bersinergi untuk pembangunan ekonomi bangsa.

CV. KURNIA TAMA LESTARI



Vitaher perusahaan yang berdiri pada tahun 1997 dengan dilatar belakangi bahwa bahan jamu bersih membuat lebih sehat. Vitaher mencoba membantu ibu-ibu yang suaminya terkena PHK karena krisis ekonomi pada masa itu dengan segala keterbatasannya membuat temulawak yang dibeli dari petani dan diolah disebuah rumah menjadi bahan jamu yang bersih dan layak diekspor.

Dengan perjalanan waktu vitaher mencoba menjual ke pasar lokal dan kemudian mendapat kesempatan untuk pameran diluar negeri dengan bantuan Kementerian Perindustrian dan Kementerian Pertanian.

Dengan berbagai kendala dan kesulitan untuk menekuni sampel-sampel maka akhirnya berhasil mengekspor temulawak *powder* ke Korea yang sudah rutin dalam 6 tahun ini. Dalam mengembangkan ekspor temulawak dalam perjalanannya perusahaan ini kesulitan dalam permodalan maka dengan mengandalkan adanya perawatan tradisional untuk wanita maka perusahaan ini membuat perawatan tradisional yang banyak disebut sebagai produk spa.

Dengan adanya produk spa ini dan kebetulan Ditjen PEN Kementerian Perdagangan mengadakan pameran di Dubai dan Hongkong maka produk perusahaan ini dikenal dan mengekspor ke Cina/ Hongkong, Singapura, Malaysia, Korea, Bangkok,



Keunggulan produk spa perusahaan ini terdapat di Jawa yang tidak didapatkan di bagian dunia lain dan merupakan tradisi yang sangat unik.

Penetrasi Pasar Internasional
Salah satu media yang cukup efektif bagi perusahaan ini untuk melakukan penetrasi pasar internasional adalah dengan mengikuti pameran dengan memberikan produk yang berkualitas, harga yang tidak mahal, dengan melakukan demo produk dan mencari distribusi bila memungkinkan.

Faktor Pendukung dan Penghambat Usaha

1. Faktor Pendukung

Eropa (5 negara), Amerika (2 kota). Dan 2 tahun belakangan ini perusahaan ini telah dapat mengedarkan produk spa di Jawa dan Bali dan sangat diminati oleh wanita Indonesia.

Pasokan Bahan Baku

Dari semula vitaher adalah dengan membina petani horti bagaimana cara menanam dan memanen, dan kerja sama ini sudah berjalan bertahun-tahun dimana petani mau menanam apabila sudah terjamin pasarnya.

Inovasi

Produk inovatif vitaher adalah produk spa yang masih sangat berkembang dan juga adanya penelitian baru yang memungkinkan perusahaan ini membuat bahan jamu selain temulawak yang sudah berjalan. Investasi perusahaan ini adalah bahan-bahan jamu yang dibeli dari petani dengan harapan dapat berkembang menjadi 2 bangunan (1 untuk bahan jamu dan 1 untuk produk jamu dan perawatan tradisional).

Negara Tujuan Ekspor

Korea, negara yang diekspor bahan jamu temulawak dalam bentuk *powder* dan Hongkong, yang didapat distributor pada saat pameran COSMOPROF yang disupport oleh Ditjen PEN Kementerian Perdagangan.

Keunggulan Produk

Produk temulawak adalah bahan jamu yang berasal dari Indonesia dan tumbuh di berbagai daerah jadi sejauh ini belum ada negara penghasil temulawak selain Indonesia.

Secara keseluruhan atau global faktor pendukungnya adalah daerah yang sentra bahan jamu, mempunyai pelabuhan yang mempermudah dalam ekspor dan bahan jamu bersih jarang dibuat.

2. Faktor Penghambat

- Sulitnya akses perbankan untuk pertanian;
- Perilaku dari petani yang masih sangat tradisional;
- Situasi perekonomian;
- Nilai tukar rupiah terhadap dollar yang sulit diprediksi.

Perkembangan pasar ekspor di perusahaan ini didapat dari website perusahaan (www.vitaher.com), Alibaba, pameran-pameran di luar negeri dan perusahaan ini belum ada masalah apapun dengan buyer.



BULAN Nopember 2011



Guna mendukung terlaksananya visi dan misi Kementerian Perdagangan Republik Indonesia, selama bulan November 2011 Direktorat Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional telah melakukan berbagai kegiatan yang berkaitan dengan ruang lingkup tugas dan fungsinya. Kinerja Direktorat Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional dalam meningkatkan pengembangan ekspor dicapai melalui kegiatan-kegiatan yang meliputi peningkatan diversifikasi produk ekspor dan ekonomi kreatif, peningkatan kerjasama pengembangan ekspor, peningkatan pengembangan promosi dan pencitraan Indonesia, peningkatan pelayanan hubungan dagang dan informasi ekspor, serta pengembangan SDM melalui diklat ekspor.

Kinerja Ditjen PEN dalam mendukung program pengembangan ekspor nasional sepanjang bulan November 2011 guna pencapaian peningkatan diversifikasi produk ekspor dan ekonomi kreatif meliputi kegiatan adalah Pelaksanaan Wahana Kreatif 2011 dan Kompetisi Serial Animasi 2011.

Adapun peningkatan kerjasama pengembangan

ekspor dilakukan melalui kegiatan antara lain: Diseminasi hasil Kerjasama Pengembangan Ekspor Melalui Pemanfaatan Jejaring Kemitraan di Papua Barat, Pertemuan dengan Kementerian Tenaga Kerja dan Transmigrasi RI mengenai Proyek Better Work Indonesia (BWI), Diseminasi Hasil Kerjasama Social Compliance Bagi Dunia Usaha Indonesia di Medan, Persiapan dan Pembahasan Materi Kunjungan Misi Ekonomi ke Arab Saudi dan Penandatanganan Nota Kesepahaman (MoU) Dengan Pemerintah Kota Malang.

Untuk meningkatkan pengembangan promosi dan pencitraan Indonesia pada bulan November ini telah dilakukan kegiatan pameran baik di dalam maupun di luar negeri. Kegiatan pameran tersebut adalah sebagai berikut: Pelaksanaan ASEAN Fair 2011, Kaohsiung Food 2011 – KDEI Taipei, dan Partisipasi pada Pameran Australian International Sourcing Fair – ITPC Sydney.

Sedangkan peningkatan pelayanan hubungan dagang dan informasi ekspor dilakukan melalui pelayanan informasi inquiry, dimana pada bulan



November ini telah diterima sebanyak 33 inquiry. Selain itu, pada pelayanan Buyer Reception Desk (BRD) sepanjang bulan November juga telah menerima 2 (dua) kunjungan dan dilakukan beberapa permintaan dagang atau informasi oleh beberapa pengusaha dari luar negeri, yaitu Mexico. Selain dua sarana tadi, pelayanan informasi dilakukan juga melalui perpustakaan ekspor yang dimiliki oleh Ditjen PEN yang pada bulan November ini telah memberikan pelayanan kepada 117 orang yang membutuhkan informasi tentang ekspor dan lain-lain.

Untuk pengembangan SDM melalui Diklat Ekspor telah dilakukan beberapa program pelatihan baik di pusat maupun daerah, Penerimaan Calon Pengajar BBPPEI dan Kerjasama Dengan Pihak Terkait.

Dalam bab permasalahan dan tindak lanjut, dibahas mengenai kendala-kendala yang dihadapi pada

kegiatan Diseminasi hasil Kerjasama Pengembangan Ekspor Melalui Pemanfaatan Jejaring Kemitraan di Papua Barat, Diseminasi Hasil Kerjasama Social Compliance Bagi Dunia Usaha Indonesia di Medan dan Persiapan dan Pembahasan Materi Kunjungan Misi Ekonomi ke Arab Saudi.



Pameran dagang tahun 2012 di India



Venue : Bombay Exhibition Centre(BEC)
Country : Mumbai, India
Start Date : 01-FEB-12
End Date : 03-FEB-12
Industry : Railway, Shipping & Aviation

PROFIL ACARA

Merupakan pameran ke-4 dari Pameran Air Cargo International Biennial di Mumbai. Acara ini terdiri dari Pameran dan Konferensi yang dilakukan secara bersamaan selama tiga hari. Selama tiga hari event ini akan menarik pelaku bisnis internasional dari industri Air Cargo untuk memamerkan produk dan layanan mereka. Konferensi menampilkan pimpinan industri untuk mendiskusikan dan perdebatan tentang berbagai topik yang relevan untuk Industri Air Cargo di India. Peristiwa ini akan ditampilkan dalam Laporan India BBC World News.

PROFIL PAMERAN

Disamping profile acara, pameran ini juga termasuk Layanan bagi perusahaan angkutan, terminal

Transportasi, Layanan untuk Forwarding transportasi, produsen dan jasa angkutan Pesawat, layanan Bea Cukai, Penelitian dan pengembangan dalam bidang logistik dan transportasi, Truk, gerobak dan peralatan transportasi, Cranes, peralatan pengangkat, lift, Pergudangan teknik, kapal, pesawat terbang, mesin pengangkat dan sistem peralatan, Informasi dan kontrol.

SOROTAN UTAMA

Konferensi ini akan memberikan kesempatan kepada delegasi untuk mendengarkan pandangan dari para pengambil keputusan dari semua sektor Industri Air Cargo tentang berbagai topik yang relevan dalam konferensi.

PROFIL PENGUNJUNG

Profesional yang terkait dengan bidang terminal Transportasi, Jasa transportasi, Toko dan layanan pergudangan, layanan Forwarding dan angkutan, pelayanan Bea Cukai, Telematika, sistem komunikasi, Konseling dan jasa, Penelitian dan pengembangan dalam bidang logistik dan transportasi, teknik Pergudangan, kendaraan Rail, kapal , pesawat terbang, Informasi dan sistem kontrol.





Venue : Bangalore International Exhibition Centre (BIEC)

Country : Bengaluru, India

Start Date : 01-FEB-12

End Date : 04-FEB-12

Industry : Natural Stones

PROFIL ACARA

Stona 2012 (Internasional Batu granit & Fair) adalah merupakan pameran yang digelar untuk menunjukkan betapa pameran ini benar-benar hebat, karena merupakan ajang penampilan dan pertunjukan unik penuh warna eye-catching batu alam, yang paling modern dan terbaru teknik dalam seni pembentukan batu perhiasan dari berbagai negara.

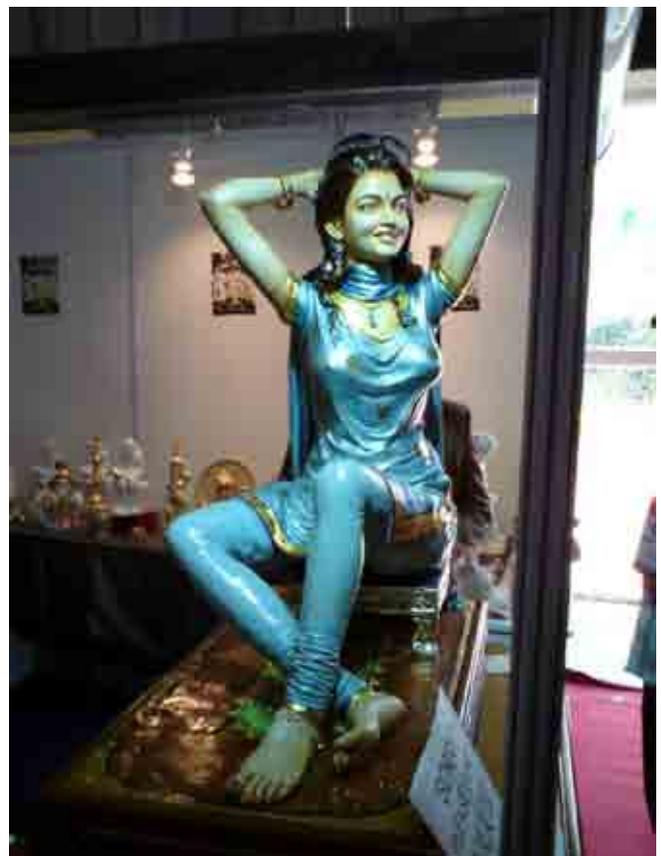
PROFIL PENGUNJUNG

Profil untuk pengunjung di Stona (Internasional Batu granit & Fair) meliputi Pembeli, Penjual, Arsitek, Insinyur Sipil, dekorator interior, Pembangun, Pengembang, Prosesor, Pemilik Quarry, serta

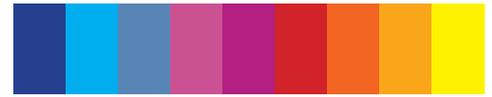
pengunjung lainnya, pembuat Berlian Abrasive serta teknologi kimia dan peralatan untuk perawatan batu, peneliti ilmiah, penerbit majalah profesional.

PROFIL PAMERAN

Pemain besar dan eksportir batu dari seluruh dunia. Produk yang dipamerkan meliputi: granit, marmer, ubin, khusus berbentuk bahan, lembaran dan blok, kerajinan batu-ukiran, batu makam, batu taman, produk batu buatan; peralatan eksploitasi tambang batu, mesin pengolahan batu, Pemoles, krosus dan abrasive, teknologi kimia dan peralatan untuk perawatan batu, penelitian ilmiah, majalah profesional.



Daftar Importir



BRASS WOOS DESIGNER

B393 Meera Bago, Outer R-g Roaf New Delhi, New Delhi, India
 Phone :)91 11) 25265241
 Fax : (91 11) 25260577
 Email : info@brasswoocceigners.com
 Contact Person : N.A.Khan,Mr.
 Product : Furniture.

AHUJA FURNISHERS Pvt LTD

E40/1 Okya Industriz Area PhaselI, New Delhi, India
 Phone : (91 11) 2631629
 Fax : (91 11) 2638 3446
 Email : ahujafurnishers@vsnl.com
 Contact Person : Nizin Ahuja,Mr.
 Product : Furniture.

MABROS GROUP

61/61 Ucyog Nagar Road No. 10 Pease II Basni Jocpour, Jocpour, India
 Phone : (91 291) 2740695
 Fax : (91 291) 2639952
 Email : info@brasswoocesigners.com
 Contact Person : M.R. Chaudhary, Mr.
 Product : Furniture.

SUN FURNISHERS PVT LTD

3741 Priya Guest House,IIInd Floor, Netaji Subhash Marg Daryaganj, New Delhi India
 Phone : (91 11) 65268872
 Fax : (91 11) 2324646
 Email : sunnycraft@satyam.net.in
 Contact Person : Chetan Uppai, Mr.
 Product : Furniture.

NAWAB'S

1/115-116 Kirti Nagar Timber Block, New Delhi, India
 Phone : (91 11) 25933985
 Fax : (91 11) 45536879
 Email : sunnycraft@satyam.net.id
 Contact Person : Subhas Ahuja, Mr.
 Product : Furniture.

TOWN AART

62-63 Udyog Nagar, II Phase Basni Jodhpur, Jodhpur, India
 Phone : (91-291) 2742075
 Fax : (91-201) 2639952
 Email : townaart@gmail.com
 Contact Person : Moola Ram Potalia, Mr.
 Product : Furniture.

LIFETIME ASSOCIATES Pvt LTD

D Block G Floor Sangeein Apts No. 137 Cart Track Roac Velachery Chennai, Chennai India
 Phone : (91-44) 22455811
 Fax : (91-44) 22554677
 Email : Lifeme18@gmail.cpm
 Website : www.sukmpra.com
 Contact Person : N.Suryanarayanan, Mr.
 Product : Wood, Beaded, Moulded of Coniferous.

STAR COAL INDIA PVT LTD

2E Gee Gee Emerald 312 Village Rd Nungambakkan, Chennai, India
 Phone : (91-044) 45590331,32,33
 Fax : (91-044) 45590334
 Email : chennai@etastarcoal.com
 Website : www.etastarcoal.com
 Contact Person : Kithuru Mohideen, Mr.
 Product : Coal.

INTECS BULGARIA LTAD

50 Gen Skobelev Str BG 9000, Varna Bulgaria
 Phone : (359) 887204342
 Fax : (359) 52606543
 Email : office@intecs-bg.com
 Website : www.intecs-bg.com
 Contact Person : Nicolay Dimov, Mr.
 Product : Electronic Equipment.

KAMITA PTE LTD

PO BOX 904 BG 1000 Sofia, Sofia Bulgaria
 Phone : (359) 29626401
 Fax : (359) 29626400
 Website : www.kanitagb.com
 Contact Person : Dimitrov, Mr.
 Product : Electronic Equipment.

See you at...



T R A D E X P O

Indonesia

THE 27th TRADE EXPO INDONESIA

Exhibition • Trade Expo Forum • Product Presentation
 • Networking Reception • Indonesian Iconic Pavilion

October 2012
 Jakarta International Expo
 Kemayoran-Jakarta, Indonesia

DGNEP - Directorate General of National Export Development
 Jl. M.I. Ridwan Rais No. 5
 Main Building 3th Floor
 Jakarta, 10110, Indonesia
 Phone : + 62 - 21 3858171
 Fax: +62-21 2352 8652
 email: p2ie@kemendag.go.id

