

WARTA EKSPOR



Trade Expo Indonesia ke-30



Editorial

Kementerian Perdagangan berkomitmen akan memaksimalkan peningkatan transaksi perdagangan dengan mendorong ekspor nasional melalui pameran dagang berskala internasional dan terbesar di Indonesia, *Trade Expo Indonesia* (TEI) 2015.

Ajang pameran dagang terbesar di Indonesia ini sukses menembus pasar nontradisional, yang dibuktikan dengan banyaknya transaksi dari Mesir, Afrika, Uni Emirat Arab, dan Turki. Hasil ini sesuai harapan Presiden Joko Widodo usai membuka pameran dagang berkelas internasional tersebut Oktober silam.

"Buyers pada TEI 2015 didominasi dari negara-negara nontradisional. Hal ini menunjukkan bahwa kebijakan diversifikasi pasar yang dilancarkan Pemerintah telah membuahkan hasil," ujar Direktur Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional (PEN) Kementerian Perdagangan Nus Nuzulia Ishak di Jakarta, Rabu (18/11).

Pada edisi ini dalam Tajuk Utama kami tampilkan ulasan mengenai kegiatan TTEI ke-30 Tahun 2015. Sedangkan untuk Kisah Sukses kembali kami mengulas tentang salah satu perusahaan penerima Primaniyarta 2015 yaitu *Outstanding Winner for Five Times Achievement of Primaniyarta Award*, PT Selamat Sempurna Tbk, yang mendunia dengan mengusung brand Sakura Filter dan ADR Radiator.

Selain itu, kami juga menampilkan Kegiatan DJPEN yang baru selesai dilaksanakan pada bulan Oktober 2015, yaitu Partispasi Ditjen PEN pada World Expo Milano 2015 yang digelar pada 1 Mei – 31 Oktober 2015 lalu. Berita lainnya pada Sekilas Info dimuat tentang Peluang Pasar Produk Kertas Rumah Tangga dan Sanitasi di Amerika Serikat yang diharapkan dapat memberi manfaat secara jelas mengenai produk dimaksud.

Tim Editor

Daftar Isi

Ditjen PEN/WRT/89/XI/2015 edisi November



Editorial	2
Daftar Isi	2
Tajuk Utama	3
Trade Expo Indonesia 2015, Sourcing at Remarkable Indonesia	
Kisah Sukses	9
Kegiatan Ditjen PEN	11
November	
Sekilas Info	16
Peluang Pasar Produk Kertas Rumah Tangga dan Sanitasi di Amerika Serikat	
Daftar Importir	19

STT: Ditjen PEN/WRT/006/11/2015, **Pelindung/Penasehat:** Nus Nuzulia Ishak, **Pimpinan Umum:** Ari Satria, **Pemimpin Redaksi:** RA. Marlana, **Redaktur Pelaksana:** Sugiarti, **Penulis:** Astri Permatasari, **Desain:** Dewi Alamat: Gedung Utama Kementerian Perdagangan Republik Indonesia, Lt3, Jl. Ml. Ridwan Rais no. 5, Jakarta 10110 **Telp:** 021-3858171 Ext.37302, **Fax:** 021-23528652, **E-mail:** csc@kemendag.go.id, **Website:** <http://djpen.kemendag.go.id>



Trade Expo Indonesia 2015, Sourcing at Remarkable Indonesia

Pada 21 Oktober 2015 lalu, Presiden Republik Indonesia Joko Widodo yang didampingi oleh Menteri Perdagangan Thomas Trikasih Lembong, Menteri Perindustrian Saleh Husin, dan Wakil Gubernur DKI Jakarta Djarot Saiful Hidayat, membuka *Trade Expo Indonesia* (TEI) 2015 yang diselenggarakan selama tanggal 21-25 Oktober 2015 di Jakarta International Expo Kemayoran, Jakarta.

Mengingat efektivitas promosi produk Indonesia yang juga didukung konsistensi kinerja para eksportir dan importir, pada pembukaan TEI tahun ini juga konsisten memberikan Penghargaan Primaniyarta dan Primaduta. Penghargaan Primaniyarta ditujukan untuk para eksportir yang telah berkontribusi dalam pembangunan ekonomi melalui peningkatan kinerja ekspor. Sementara, penghargaan Primaduta diberikan kepada para importir produk Indonesia di luar negeri yang konsisten melakukan importasi produk Indonesia.

TEI kali ini menganugerahkan Penghargaan Primaniyarta Award kepada 30 eksportir Indonesia yaitu 7 perusahaan

pada Kategori Eksportir Berkinerja Pemilik Modal Dalam Negeri (PMDN), 6 perusahaan pada Kategori Eksportir Berkinerja Penanaman Modal Asing (PMA), 7 perusahaan pada Kategori Pembangun Merek Global, 7 perusahaan pada Kategori Eksportir Potensi Unggulan Ekspor, dan 3 perusahaan pada Kategori Eksportir Pelopor Pasar Baru. Sementara, Primaduta Award diberikan kepada 60 *buyers* yang loyal mengimpor produk Indonesia. Ini merupakan bentuk apresiasi Pemerintah kepada para pihak yang memberikan kontribusi pada peningkatan ekspor Indonesia.

Dengan menempati area pameran seluas 50.000 m² dan mengusung tema: *Sourcing at Remarkable Indonesia*, gelaran TEI ke-30 ini menampilkan 1.046 peserta produk dan jasa, atau menurun 32,5% dari tahun lalu sebanyak 1.550 peserta, dalam beberapa zonasi, yaitu *manufactured goods and services; furniture and furnishing; food, beverages, and agricultural products; premium fashion, lifestyle, and creative products; premium products* dari 34 provinsi di Indonesia; dan *garden furniture*.

Selain itu, sebagai etalase produk terbaik Indonesia, juga ditampilkan *Paviliun Pride of Indonesia* seluas 500 m² yang memamerkan perusahaan Indonesia yang mencatat kinerja membanggakan dari sektor industri strategis (produk alutsista, kertas, perahu karet, perlengkapan medis), produk bioteknologi (kantong plastik ramah lingkungan, *green resources material*, vaksin), produk hilir hasil perkebunan (makanan organik, *essential oil*), pertambangan (emas batangan), produk otomotif dan bagiannya, teknologi informasi (TI) dan produk kreatif, serta produk UKM. Terdapat juga *open space* yang memamerkan *garden furniture*, *knockdown house*, dan *heavy equipment*. Dalam rangka persiapan partisipasi Indonesia pada pameran *Specialty Coffee Association of America* (SCAA) 2016, seleksi kopi yang akan dipamerkan pada SCAA juga dilakukan di Hall C sebagai ajang *Road to Atlanta 2016*.

Adapun *Paviliun Pride of Indonesia* juga kembali hadir dengan produk merek lokal kebanggaan Indonesia dan sudah diterima pasar global. Adapun paviliun ASEAN menghadirkan stan informasi dari perwakilan negara-negara ASEAN yaitu Filipina, Indonesia, Kamboja, Laos, Malaysia, Singapura, Thailand dan Vietnam, serta *booth Asean Economic Community (AEC) center*.

Dalam sambutannya pada pembukaan TEI 2015, Mendag Thomas T. Lembong menyatakan bahwa TEI merupakan salah satu alat meningkatkan akses pasar dan diversifikasi pasar tujuan utama ekspor, khususnya

pasar nontradisional dan *emerging market*. "TEI merupakan salah satu alat meningkatkan akses pasar dan diversifikasi pasar tujuan utama ekspor, khususnya pasar nontradisional. Seperti tahun sebelumnya TEI tahun berfokus pada transaksi B2B. Kami mengharapkan TEI tahun ini akan mampu menghasilkan lebih banyak lagi kerja sama perdagangan antara eksportir Indonesia dan para *buyer*, sehingga secara langsung dapat berkontribusi terhadap pertumbuhan kinerja ekspor nasional," ujar Mendag Tom Lembong.

Guna menjadikan TEI sebagai kegiatan promosi yang efektif, Kemendag fokus pada upaya mendatangkan *buyers* dari mancanegara melalui kerja sama dengan Kementerian Luar Negeri, antara lain kantor perwakilan RI di luar negeri, seperti KBRI, Atase Perdagangan, *Indonesian Trade Promotion Center* (ITPC), serta *International Trade Promotion Office*, maupun KADIN negara-negara sahabat dalam menyebarkan informasi tentang penyelenggaraan TEI di mancanegara. Mendag mengapresiasi peran penting Kementerian Luar Negeri yang sangat aktif mempromosikan TEI di mancanegara.

"Upaya diversifikasi pasar selama ini terus dilakukan Kemendag dan terlihat bahwa hingga saat ini daftar delegasi *buyers* terbanyak berasal dari pasar nontradisional, antara lain dari Nigeria, India, Arab Saudi, Bangladesh, dan Malaysia," ungkap Thomas Lembong. Produk-produk yang dipamerkan, antara lain, manufaktur



(otomotif, alas kaki, tekstil, *household appliances*, *building materials*, *housewares*, *consumer goods*, produk kertas, alat kesehatan, produk karet, dan lain-lain), jasa profesi, *furniture* dan *home decoration*, makanan olahan, produk perikanan, produk agrikultur, dan produk kreatif lainnya.

Seperti tahun-tahun sebelumnya, pada TEI 2015 juga diselenggarakan *Trade Tourism and Investment Forum* yang memberikan informasi kepada para eksportir, *buyers*, dan investor dalam memanfaatkan peluang perdagangan internasional dan investasi. Selain itu, dilaksanakan pula *one-on-one Business Matching* yang menjadi sarana pertemuan *exhibitor* dengan para *buyer* internasional. Diharapkan para *exhibitor* dapat melakukan kontak dan kontrak dagang, sekaligus memperluas jaringan pemasaran ke mancanegara.

Setelah membuka pameran, Presiden Joko Widodo, didampingi Mendag Thomas T. Lembong, Menteri Perindustrian Saleh Husin, Kepala Badan Ekonomi Kreatif Triawan Munaf dan Wakil Gubernur DKI Jakarta Djarot Saiful Hidayat mengunjungi *booth* pameran, termasuk *Paviliun Pride of Indonesia*.

Selain kunjungan dari para Menteri Kabinet Kerja, TEI 2015 juga dikunjungi oleh Ibu Mufidah Jusuf Kalla dengan didampingi Direktur Pengembangan Promosi dan Citra Pradnyawati dan Direktur Pengembangan Produk Ekspor Sulistyawati. Pada kesempatan ini Ibu

Mufida Kalla juga mengunjungi Booth Designer Dispatch Service (DDS) yaitu kumpulan Desainer lokal binaan Direktorat Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional Kementerian Perdagangan.

Pada konferensi pers TEI 2015 yang digelar pada tanggal 12 Agustus 2015 lalu, Direktur Pengembangan Promosi dan Citra Direktorat Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional Kementerian Perdagangan Pradnyawati bersama perwakilan dari Kementerian Perindustrian, Kementerian Koperasi dan UMKM, BNP2TKI, APINDO dan JIExpo Kemayoran berharap penyelenggaraan TEI ini diikuti oleh komitmen kuat dari seluruh pemangku kepentingan untuk berpartisipasi menyukseskan TEI menjadi *expo* berkualitas, berstandar internasional, serta mendukung konsep *business to business* untuk mendorong terjadinya transaksi perdagangan.

Potensi Perdagangan dan Investasi

TEI 2015 juga terus berupaya menginformasikan perkembangan terkini mengenai perkembangan dan regulasi pasar ekspor internasional dengan mengadakan beberapa kegiatan, yaitu Seminar Trade, Tourism, and Investment (TTI) untuk memberikan informasi kepada para eksportir, *buyers*, dan investor dalam memanfaatkan peluang perdagangan internasional dan investasi. Regional Discussion juga diadakan untuk memberikan informasi produk-produk potensial dan akses pasar luar negeri, serta isu terkait perdagangan internasional.





Forum TTI yang dilaksanakan pada tanggal 21 Oktober 2015 dengan mengusung tema *"Trade, Tourism and Investment To Enhance Indonesia's Position In Global Market"* di Ruang Semeru JIExpo Kemayoran menghadirkan Menteri Perdagangan Thomas Trikasih Lembong, Menteri Pariwisata yang diwakili oleh Deputy Bidang Pengembangan Pemasaran Pariwisata Mancanegara I Gde Pitana, dan Kepala BKPM yang diwakili oleh Deputy Bidang Promosi Penanaman Modal Himawan Hariyoga, serta Anne Patricia Susanto dari PT PAN Brothers Tbk dan Uthan M. Arief Sadikin sebagai pembicara. Jumlah peserta yang hadir dalam TTI Forum sebanyak 525 orang terdiri dari para *buyers*, investor, delegasi, pelaku usaha nasional, Duta Besar negara sahabat di Indonesia, anggota KADIN, Asosiasi, Kepala Daerah, serta Perwakilan KBRI, Atdag, dan ITPC.

Di samping itu, juga akan dilaksanakan *Business Counselling*, yaitu kegiatan konsultasi oleh para Atase Perdagangan dan ITPC dalam rangka memberikan informasi akses serta penetrasi ke pasar luar negeri kepada para eksportir. Adapun program Business Matching juga diadakan untuk mempertemukan *buyers* dengan eksportir Indonesia yang tepat sesuai produk yang mereka cari. Dalam kegiatan ini, jumlah konsultan pada klinik bisnis tahun ini sebanyak 39 pejabat Atase Perdagangan, Kepala ITPC, dan Kepala KDEI, sedangkan pengusaha yang melakukan konsultasi sebanyak 307 orang dalam 393 konsultasi.

Menariknya, *Regional Discussion* tahun ini berbeda dengan tahun sebelumnya, di mana pembagian kelas pada tahun ini adalah berdasarkan wilayah, yaitu *How to enter ASEAN and ANZ market, How to enter Asia (non ASEAN) market, Tips and Trick to enter Middle East Market, Tips and Trick to enter Africa market, Strategy to penetrate Europe Market, Tips and Trick to enter Europe Market, dan Strategy to penetrate America Market*. Sedangkan pembicara pada *Regional Discussion* sebanyak 30 orang yang terdiri dari importir, KADIN luar negeri, dan *Trade Promotion Office*, dengan peserta sebanyak 505 orang.

Transaksi Selama Penyelenggaraan

TEI 2015 mencapai total transaksi sebesar USD 909,31 juta, dengan total transaksi produk sebesar USD 857,37 juta dan transaksi jasa USD 51,94 juta. Jumlah total transaksi ini menurun 35,96% dibandingkan hasil transaksi pada TEI 2014, yang tercatat sebesar USD 1,42 miliar. Namun demikian, untuk transaksi produk, apabila dibandingkan tahun lalu, meningkat sebesar 5,29%, yang mana nilai transaksi tahun lalu sebesar USD 814,31 juta. Sementara, untuk transaksi jasa, berdasarkan data BNP2TKI, transaksi yang terjadi pada tahun ini mengalami penurunan sebesar 50,57% dibandingkan dengan transaksi jasa pada TEI 2014 sebesar USD 105 juta.

Total *visitor* asing sebanyak 14.041 orang yang berasal dari 129 negara; di mana 5 negara dengan *buyer*

terbanyak adalah Malaysia, India, Bangladesh, Irak, dan Mesir. Dibandingkan tahun lalu, jumlah visitor mengalami penurunan namun jumlah negara yang datang mengalami peningkatan, di mana pada TEI 2014 tercatat 14.345 visitor mancanegara dari 125 negara. Untuk penerimaan delegasi misi dagang tercatat hadir delegasi dari 80 negara dengan memfasilitasi 21 pertemuan bisnis dimana tahun lalu hanya terdapat 7 pertemuan.

Terdapat 20 delegasi *buying mission*, dan 9 negara di antaranya, yakni Jepang, USA, Malaysia, Australia, Kanada, Belgia, Brazil, Jerman, Inggris telah menandatangani kontrak dagang dengan eksportir Indonesia dengan produk yaitu furniture, makanan dan minuman olahan, *household appliances*, *glassware*, kontainer plastik, kosmetik, ban mobil, bahan kimia dan building material.

Lima negara yang paling tinggi bertransaksi produk selama TEI 2015 adalah Malaysia sebesar USD 109,62 juta (12,78%); United Arab Emirates sebesar USD 86,24 juta (10,05%); Afrika Selatan sebesar USD 52,01 juta (6,06%); Turki sebesar USD 44,93 juta (5,24%); dan Mesir sebesar USD 42,76 juta (4,98%). Sementara, 5 kelompok produk yang paling diminati adalah TPT (tekstil dan produk tekstil) sebesar USD 154,05 juta (17,96%); *furniture* sebesar USD 116,26 juta (13,56%); makanan olahan sebesar USD 107,99 juta (12,59%); kopi sebesar USD 62 juta (7,23%); dan produk kimia sebesar USD 46 juta (5,36%).

Sementara itu, lima negara yang berminat pada sektor jasa adalah Malaysia sebesar USD 50,62 juta (97,45%); Libya sebesar USD 236,4 ribu (0,46%); Irak sebesar USD 194,4 ribu (0,37%); UAE sebesar USD 171,6 ribu (0,33%); dan Ethiopia sebesar USD 115,2 ribu (0,22%).

Sedangkan 5 sektor jasa yang paling banyak diminati adalah *plantation* sebesar USD 27,96 juta (53,82%); manufaktur USD 12,43 juta (23,93); konstruksi USD 10,50 juta (20,22%); pertanian dan perkebunan USD 364,32 ribu (0,70%) dan *hospitality* senilai USD 350,16 ribu (0,67%).

Penandatanganan Kontak Dagang

Dirjen PEN Nus Nuzulia Ishak mengungkapkan bahwa TEI tahun ini harus mampu menjembatani lebih banyak lagi kerja sama perdagangan antara eksportir Indonesia dan para *buyer*, sehingga dapat mendorong kinerja ekspor nasional. "*Buying mission* merupakan salah satu bentuk promosi yang disediakan Kemendag untuk membantu dunia usaha dengan mendatangkan *buyers* ke Indonesia agar dapat melakukan kesepakatan atau transaksi dagang dalam rangka meningkatkan kinerja ekspor. Upaya *buying mission* merupakan kerja sama perwakilan Kemendag di luar negeri, Atase Perdagangan, dan ITPC," lanjut Dirjen Nus.

Pada hari pertama pembukaan TEI 2015, beberapa kontrak dagang dilakukan tujuh eksportir Indonesia dengan lima buyers, yaitu PT Cipta Panel Buana dengan Kohnan Shoji Co., Ltd. asal Jepang, PT. Anggana Catur

Prima dengan JANS Enterprises asal Amerika, PT. Perkebunan Nusantara VIII dengan Kong Wooi Fong Tea Merchant Sdn. Bhd asal Malaysia, Sinar Sosro dengan Eastern Cross Trading Pty. Ltd. asal Australia, CV Intrafood dengan Eastern Cross Trading Pty Ltd asal Australia, PT. Bamboe Indonesia dengan Eastern Cross Trading Pty Ltd asal Australia, dan PT. Inti Bintang Mas Perkasa dengan Canejava Pty Ltd asal Australia.

Sementara itu, kontrak sebesar USD 1,5 juta diperoleh dari program *buying mission* antara empat perusahaan berpengaruh asal Kanada dan Belgia dengan empat eksportir Indonesia. Penandatanganan kontrak *buying mission* yang disaksikan Dirjen PEN itu dilakukan antara Modern Houseware Imports Inc. asal Kanada dengan PT Diamas Star untuk produk *glassware*, Global Usindo Inc. (Kanada) dengan PT Menacom Ltd. untuk suplai produk kopi Mandailing, Biofresh asal Belgia dengan Bloom Agro untuk suplai produk gula dan beras organik merk Sunria, serta Indobite BVBA (Belgia) dengan PT Sekar Bumi untuk suplai produk *seafood/fisheries*.

Melanjutkan kesuksesan hari pertama, *buyer* mancanegara semakin gencar mengincar produk Indonesia. Memasuki hari kedua, Kamis (22/10), disepakati kontrak dagang perusahaan Indonesia dengan perusahaan asal Malaysia, Kanada, dan Belgia yang berhasil mengikat nilai transaksi hampir mencapai USD 40,5 juta. Dan, di hari ketiga, penyelenggaraan TEI 2015, Jumat (23/10), Brasil, Jerman, dan Inggris menandatangani kontrak dagang senilai lebih dari USD 3,4 juta.

"Kita harus tetap mempertahankan dan memperkuat pasar ekspor ke negara-negara yang selama ini menjadi tujuan utama ekspor nasional. Hal ini merupakan langkah strategis di tengah melemahnya permintaan global, sekaligus juga terus berupaya meningkatkan diversifikasi pasar ekspor," ujar Direktur Pengembangan Promosi dan Citra Ditjen PEN Pradnyawati usai menyaksikan penandatanganan kontrak dagang. Penandatanganan kontrak dagang ini dilakukan antara Badax Comercial Ltda Me asal Brasil dengan PT Elang Perdana Tyre Industri untuk produk *car radial tyres*. Kemudian, antara WHMS Management Support asal Jerman dengan Bloom Agro untuk produk beras organik dan gula, serta satu perusahaan asal Inggris dengan Enero dan Indo Acida Tama untuk produk sugar mollase.

Pradnyawati menjelaskan, peluang ekspor bagi produk-produk lokal seperti kopi, *furniture*, makanan olahan, bumbu dan rempah-rempah, serta kosmetik masih terbuka luas. Sedangkan, *buyers* terbanyak yang telah datang berasal dari India, Bangladesh, Irak, Uruguay, dan Mesir; dengan transaksi terbesar berasal dari Malaysia, Jepang, India, Amerika Serikat, dan Australia. "Kemendag akan memaksimalkan peluang yang ada dengan memanfaatkan hubungan dagang dengan negara tradisional dan diversifikasi pasar ke negara nontradisional," tutur Pradnyawati.

Sementara itu, Direktur Promosi Deputi Bidang Kerja Sama Luar Negeri dan Promosi Badan Nasional Penempatan dan Perlindungan Tenaga Kerja Indonesia (BNP2TKI), Anjar Prihantoro, mengatakan bahwa selama dua hari penyelenggaraan TEI ini terdapat sekitar 15.000 permintaan tenaga kerja, dengan potensi remitansi sekitar USD 50 juta per tahun. "Kenyataan tersebut menunjukkan, walau terdapat perlambatan ekonomi global, permintaan dan minat terhadap tenaga kerja Indonesia masih tetap berpotensi," ujar Anjar. Negara dengan permintaan terbanyak adalah Malaysia untuk sektor konstruksi dan manufaktur; Ethiopia, Irak, dan Yordania untuk sektor konstruksi; Kamerun untuk sektor perdagangan; dan Taiwan untuk sektor hospitality. Dibandingkan dengan tahun lalu, pencapaian selama dua hari penyelenggaraan TEI untuk sektor jasa cenderung meningkat, dan optimis dapat terus meningkat hingga hari terakhir pameran. Guna mengakomodasi permintaan tersebut BNP2TKI akan terus melakukan koordinasi erat dengan stakeholders terkait.

Selain itu, untuk memperkuat hubungan perdagangan bilateral antara Indonesia dengan para negara sahabat, TEI juga memfasilitasi pertemuan dalam penandatanganan *letter of intent* antara Aljazair Chamber of Commerce (KADIN Aljazair) dengan Asosiasi Pemerintah Kabupaten Seluruh Indonesia (APKASI) guna mengembangkan potensi dan peluang perdagangan beberapa komoditas Indonesia seperti kopi, cokelat, karet, dan rempah. Kemudian, juga dilaksanakan pertemuan Dirjen PEN dengan Direktur Eksekutif *Trade Facilitation Office* (TFO) Kanada, serta *courtesy call* dengan Duta Besar Rumania guna membahas pengembangan perdagangan Indonesia dengan kedua negara tersebut.

Diplomacy Coffee

Produk makanan dan minuman olahan masih menjadi primadona pada TEI 2015. "Produk makanan dan minuman Indonesia memang menjadi perhatian kami, terlebih untuk produk *specialty coffee* yang pasarnya dapat meningkat seiring dengan perbaikan citra dan kualitas produk kopi Indonesia," ujar Dirjen PEN Nus Nuzulia Ishak. Menurutnya, Indonesia menempati urutan ke-5 sebagai penyuplai kopi dunia. Maka, sebagai upaya

menjadikan Indonesia sebagai penghasil kopi terdepan di dunia, Kemendag gencar meningkatkan citra produk kopi, salah satunya melalui zona kopi di TEI 2015. Zona kopi ini juga sekaligus menjadi bagian dari ajang *Road to Atlanta 2016*. Indonesia memastikan akan berpartisipasi pada pameran *Specialty Coffee Association of America* (SCAA) 2016 di Atlanta dan ajang *coffee cupping* di TEI 2015 menjadi salah satu sarana untuk menyeleksi kopi yang akan dipamerkan di sana.

Di ajang TEI 2015 ini, secangkir kopi asli Nusantara bahkan dibeli seharga Rp 2,5 juta. "Kami ingin menunjukkan kualitas kopi Indonesia kepada seluruh pengunjung dan para buyers," ujar Direktur Pengembangan Promosi dan Citra Ditjen PEN Pradnyawati. Sebagai salah satu produsen kopi terbesar di dunia, Indonesia siap memenuhi pasar kopi dunia. Para *buyers* yang memadati TEI sangat antusias dan berminat memborong berbagai varian kopi Nusantara. Kopi Robusta mendominasi jenis kopi yang diproduksi petani Indonesia, dengan kekhasan cita rasa masing-masing sesuai indikasi geografisnya.

Kementerian Perdagangan menggandeng organisasi bernama *Sustainable Coffee Platform of Indonesia* (Scopi) untuk mengadakan program bertajuk *Sustainable Coffee For Prosperity, Health, and Beauty*, selama penyelenggaraan TEI 2015 melalui tiga panel kegiatan, yaitu *workshop*, *show and charity*, serta *coffee gallery*. "Targetnya tidak hanya para buyers, tapi masyarakat luas dapat lebih mengenal kopi Indonesia, baik dari segi rasa maupun kualitasnya," ujar Pradnyawati.

Sebagai puncak program, pada TEI hari keempat diselenggarakan *coffee diplomacy*. Acara ini menghadirkan tamu kehormatan Duta Besar Selandia Baru untuk Indonesia, Trevor Matheson. Pejabat Indonesia juga hadir, yaitu Deputi II Bidang Pangan dan Pertanian Kemenko Perekonomian Musdhalifah Machmud, dan Direktur Pengembangan Promosi dan Citra Kemendag Pradnyawati. Acara *Coffee Diplomacy* itu membuahkan hasil menggembirakan. "Selandia Baru berpotensi menjadi pasar bagi *specialty coffee* Indonesia, karena pergeseran budaya masyarakatnya yang kini mulai menyukai kopi," ujar Dubes Selandia Baru Matheson. Pada kesempatan tersebut Dubes Matheson, Deputi II Kemenko Musdhalifah, Pradnyawati turut melakukan *coffee cupping* produk kopi Aceh Gayo dan Bali Kintamani. Pradnyawati menuturkan, Pemerintah memastikan pentingnya *sustainability* sebagai bagian penting dalam produksi kopi Indonesia. "Kemendag melalui TEI 2015 mendukung penuh upaya *sustainability* produk kopi Indonesia," Pradnyawati menegaskan.

Trade Expo Indonesia ke-31 Tahun 2016 direncanakan akan diselenggarakan pada tanggal 19-23 Oktober 2016 di lokasi yang sama yaitu Jakarta International Expo Kemayoran.

See you at Trade Expo Indonesia 2016 !





PT. SELAMAT SEMPURNA TBK: Mendunia dengan Brand SAKURA Filter dan ADR Radiator

ADR Radiator



All Aluminium Racing Radiator



Aluminium Plastic Radiator



Radiator for Genset

SAKURA Filter



Kehadiran PT Selamat Sempurna Tbk. pada awal 1970, tak lepas dari situasi saat itu, yang mana Pemerintah RI sangat mendukung upaya untuk memperkuat industri otomotif nasional. Hal ini terlihat dari berbagai peraturan dan kebijaksanaan Pemerintah baik itu tentang pendirian pabrik perakitan, ATPM, larangan impor mobil secara utuh, kemudian kebijaksanaan insentif penggunaan komponen lokal dan mobil nasional. Namun, saat itu belum banyak industri komponen otomotif yang dapat menjadi *supporting*/pendukung industri perakitan mobil.

Karena, tanpa adanya industri komponen otomotif yang kuat, akan sulit bagi Indonesia untuk memiliki sendiri industri otomotif. Oleh sebab itu, Pemerintah juga terus menerus mendorong industri komponen otomotif nasional baik dengan cara memberikan kemudahan

atau mengeluarkan regulasi yang mendukung pengembangan produk kami.

Selamat Sempurna melihat usaha pemerintah itu sangat menguntungkan perkembangan perusahaan pembuat komponen di Indonesia dan merupakan peluang yang bagus. Pada awal tahun 1970-an, perusahaan ini baru memiliki satu produk utama yaitu radiator. Dengan dukungan dari pemerintah, saat ini Selamat Sempurna telah berkembang menjadi produsen komponen otomotif yang berkembang pesat dengan dua produk utama yaitu Filter dan Radiator, sekaligus menjadi eksportir produk dengan brand asli Indonesia yang telah diperhitungkan keberadaannya di industri komponen otomotif internasional.

Saat ini Selamat Sempurna memperoleh bantuan teknis dari global, di antaranya: Donaldson Company Inc (AS), Tokyo Radiator Mfg Co. Ltd (Jepang), Tokyo Roki Co., Ltd (Jepang) dan Mahle Japan Limited (Jepang). Dan, sejak awal Selamat Sempurna berusaha menjadi pemasok untuk pabrik-pabrik perakitan mobil baik di domestik maupun di global sebagai upaya mendapatkan pengakuan atas kualitas produknya.

Agar produk dapat bersaing di pasar internasional, Selamat Sempurna strategi yang terencana, seperti pengembangan jaringan distribusi dan promosi melalui pameran di dalam negeri maupun luar negeri, peningkatan layanan purna jual, peningkatan teknologi dan kapasitas produksi, peningkatan kualitas produk, dan pengiriman yang tepat waktu. Selamat Sempurna Tbk juga terus berupaya mencari pangsa pasar baru dan tetap mempertahankan pasar yang ada dengan memberikan harga yang kompetitif melalui perbaikan efisiensi biaya produksi.

Selain itu, dengan fasilitas produksi yang terintegrasi secara vertikal, yang dimulai dari desain awal produk, pembuatan peralatan dan cetakan, pengujian mutu produk di laboratorium, sampai menjadi produk jadi, serta didukung kerja sama dan bantuan teknik dari para produsen produk otomotif terkemuka di dunia internasional seperti Tokyo Radiators Mfg. Co.Ltd., Tennex Corp., Donaldson Company Inc., dan Sueyoshi Kogyo Co. Ltd., maka Selamat Sempurna dapat memenuhi

berbagai spesifikasi produk sesuai dengan permintaan pasar. Saat ini, ada lima negara tujuan ekspor utama kami adalah Amerika Serikat, Australia, Singapura, Rusia dan Tiongkok.

Selamat Sempurna menerapkan green business dalam operasional usahanya, seperti penggunaan bahan baku yang ramah lingkungan, daur ulang limbah industri, pengolahan limbah dan penghijauan area pabrik. Selain itu, saat ini sedang dalam proses untuk mendapatkan sertifikasi lingkungan ISO 14001.

Selamat Sempurna menyadari bahwa potensi pasar ekspor masih sangat besar untuk produk-produk sejenis. Hal ini dapat dilihat dari publikasi data dari pesaing bahwa penjualan produk filter di pasar global mencapai US\$ 50 milyar per tahun dan penjualan produk radiator di 1,650,000 unit per tahun. Artinya, Selamat Sempurna, melalui produk filter Sakura dan radiator ADR hanya mengisi kurang 1% secara global.

Jadi, ini merupakan kesempatan besar untuk memasarkan lebih banyak lagi produknya di luar negeri, sehingga dapat mencapai salah satu tujuan yaitu meningkatkan citra Indonesia di dunia internasional mengingat produk Selamat Sempurna telah diekspor dan dipakai di lebih dari 110 negara melalui pencantuman *"made in Indonesia"* di setiap produk, dan menjadikan *brand* SAKURA (filter) dan ADR (radiator) sebagai salah satu *brand* International yang merupakan merek asli Indonesia.





Paviliun Indonesia, Salah Satu dari 24 Most Impressive Design di World Expo Milano 2015

Kementerian Perdagangan kembali unjuk gigi mempromosikan insan kreatif, perdagangan, pariwisata, dan peluang investasi Indonesia ke kancah internasional. Bersama Koperasi Pelestarian Budaya Nasional (KPNB) dan Kementerian Koordinator Kemaritiman, Kemendag akan meluncurkan Paviliun Indonesia di *World Expo Milano (WEM) 2015* di Milan, Italia pada 1 Mei–31 Oktober 2015.

Tema besar *'Stage of the World'* pada Paviliun Indonesia dimaksudkan untuk menunjukkan kepada dunia keistimewaan bangsa ini sebagai sebuah panggung dunia di mana semua jenis kekayaan alam dan warisan budaya ada di dalamnya. Mulai dari kekayaan alam, hasil laut, kreativitas, ragam budaya, hingga harmonisnya perbedaan umat beragama.

Ketua Koperasi Pelestarian Budaya Nasional, Didi Widiatmoko, menjelaskan, tema Paviliun Indonesia selaras dengan tema WEM 2015: *"Feeding the Planet, Energy for Life"*, yang mengandung pesan bahwa Indonesia sebagai pusat pangan dunia dan paru-paru dunia dalam peranannya menjaga ekosistem. Paviliun

Indonesia didesain berbentuk bubu ikan dengan luas 1.175 m² yang terdiri dari tiga area. Area pertama adalah *The New Indonesia* melalui tampilan multimedia dalam *display* 70 tahun Indonesia, pangan, energi, kemaritiman, dan kebudayaan. Area kedua melibatkan teknologi Oculus yang membuat pengunjung seolah memperoleh pengalaman berkunjung ke Indonesia dengan metode *augmented reality*. Sedangkan area ketiga atau *amphitheater*, yang membuat pengunjung dapat merasakan langsung atraksi penampilan berbagai produk budaya Indonesia. "Bahkan pengunjung dapat mencicipi langsung cita rasa makanan khas Indonesia," kata Dirjen PEN Nus Nuzulia Ishak, selaku *Commissioner General* Indonesia pada ajang WEM 2015.

Kegiatan ini juga didukung penuh berbagai kementerian dan instansi pemerintah terkait, serta berbagai BUMN dan sektor swasta nasional. Seluruh pihak bahu membahu demi membawa bendera Merah Putih di kancah dunia internasional. Selain Indonesia, terdapat 146 negara peserta lainnya yang berpartisipasi pada kegiatan yang digelar di area seluas 110 ha di kawasan Rho, sebelah barat Milan, Italia.



Area Oculus dalam Paviliun Indonesia di WEM 2015 menampilkan inovasi teknologi hasil karya anak bangsa dalam sebuah dunia virtual reality.



Kunjungan ex Kapten Inter Milan Javier Zanetti di Paviliun Indonesia pada WEM 2015 pada 29 Mei 2015.

Indonesian

Coffee Week



Dalam upaya mempromosikan kopi Indonesia, pada tanggal 28 September - 2 Oktober 2015 dilaksanakan kegiatan Indonesian Coffee Week. Kegiatan ini terselenggara atas kerja sama antara pemerintah dengan Gabungan Eksportir Kopi Indonesia (GAEKI) dan *Sustainable Coffee Platform of Indonesia* (SCOPI). Agenda kegiatan selama *Indonesia Coffee Week* mencakup *Coffee Cupping & Networking, Workshop & Business Matching, Event Free Luwak / Civet Coffee for Charity & Celebration of the 1st International Coffee Day*, serta pembagian sampel kopi gratis kepada pengunjung Paviliun Indonesia.

"Indonesia adalah salah satu penghasil kopi terbaik dunia. Itulah yang tengah gencar kami citrakan dalam setiap ajang internasional," jelas Nus Nuzulia Ishak. Paviliun Indonesia memberikan edukasi mengenai kopi Indonesia lewat *workshop* dan *business networking*. Kemeriahan juga terjadi dalam kegiatan *cupping*, minum kopi gratis, dan pemutaran film tentang kopi Indonesia. Tak hanya menikmati kopi luwak gratis sambil beramal, para pengunjung juga diajak untuk mengenal lebih jauh lewat ragam permainan interaktif dengan tema kopi.

"Kami berharap masyarakat dunia makin tertarik pada kopi unggulan Indonesia sehingga terjadi peningkatan permintaan terhadap kopi Indonesia," ujar Nus. Parade Kopi negara-negara produsen dan importir yang tergabung dalam *International Coffee Organization* (ICO) telah menetapkan 1 Oktober sebagai Hari Kopi Internasional pada Maret 2014 lalu. Tahun ini, sebanyak 75 negara anggota ICO dan belasan asosiasi kopi dunia berkumpul di Italia dalam *Global Coffee Forum* untuk merayakan solidaritas untuk *fair trade* produk kopi sekaligus mendeklarasikan Hari Kopi Internasional.

Seluruh dunia memperkenalkan keanekaragaman budaya produksi dan pengolahan kopi masing-masing. Begitu pula dengan Indonesia. Perayaan megah itu ditutup dengan deklarasi sekaligus peluncuran Hari Kopi Internasional secara resmi oleh CEO *illycaffè S.p.A* Andrea Illy, Presiden Komite Kopi Italia Mario Cerutti, serta Direktur Eksekutif ICO Roberio Silva. Seperti diketahui, Italia merupakan konsumen kopi terbesar ketiga setelah Amerika Serikat dan Jerman dengan total konsumsi 546,78 ribu ton pada 2014. Ekspor kopi Indonesia ke Italia selama 5 tahun terakhir mengalami tren positif sebesar 10,14%. Tahun lalu, Indonesia mengeksport kopi sejumlah 29,75 ribu ton dengan nilai USD 69,64 juta. Nilai ekspor selama periode Januari-Juni 2015 meningkat tajam sebesar 65,86% dari USD 26,66 juta menjadi USD 44,21 juta dibandingkan periode yang sama setahun lalu.





Penutupan Paviliun Indonesia pada WEM 2015

Paviliun Indonesia resmi ditutup tanggal 31 Oktober 2015 ditandai dengan upacara penurunan bendera merah putih. Rangkaian acara penutupan antara lain dihadiri oleh Dubes RI untuk Italia August Parengkuan, Staf Ahli Kemenko Maritim dan Sumber Daya Nurmala Kartini Sjahrir, budayawan Jaya Suprana, *founder* Artha Graha Tommy Winata, dan Direktur Wahid Institute Yenny Wahid dan tamu VIP lainnya.

Pada kesempatan penutupan tersebut, Dirjen PEN Nus Nuzulia Ishak atas nama Pemerintah menyampaikan apresiasi dan terima kasih kepada pihak-pihak yang memberikan dukungan sehingga paviliun Indonesia

dapat berdiri sejajar bersama 147 paviliun negara lainnya. Sebagai inisiator Paviliun Indonesia yaitu Koperasi Pelestari Budaya Nasional (KPNB) yang didukung oleh Kementerian Perdagangan, kementerian dan lembaga lainnya, Kedutaan Besar RI di Roma, serta tidak ketinggalan para sponsor, yakni Artha Graha Network, Artha Graha Peduli, PT Perusahaan Gas Negara (Persero); PT Astra International Tbk, Djarum Foundation, Indofood, Sinarmas, Grup AKR, Bank Rakyat Indonesia, Pertamina, Medco Energi, Bank Mandiri, dan BCA. Kementerian dan lembaga yang memberikan dukungan dalam bentuk aktifasi kegiatan di paviliun Indonesia antara lain: Kementerian Perdagangan, Kementerian Koordinator



Kemaritiman, Kementerian Perindustrian, Kementerian Pariwisata, Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah, Badan Koordinasi Penanaman Modal, dan Badan Pengawasan Obat dan Makanan.

Beberapa pencapaian Paviliun Indonesia selama berlangsungnya Expo antara lain:

- * Desain Paviliun Indonesia termasuk dalam salah satu dari "24 Most Impressive Design" menurut kantor berita CNN. Desain Paviliun Indonesia menggunakan konsep Bubu dan Lumbung sesuai dengan tema WEM 2015 yaitu "Feeding the Planet: Energy for Life". Bubu merupakan alat penangkap ikan tradisional Indonesia dan Lumbung melambangkan tempat penyimpanan padi sebagai cadangan pada musim paceklik.

- * Paviliun Indonesia termasuk 10 besar paviliun dengan pengunjung terbanyak dari 147 paviliun di Expo Milan, yaitu sebanyak 4.012.228 orang. Jika dibandingkan dengan negara ASEAN lainnya, jumlah pengunjung paviliun Indonesia berada di posisi pertama disusul paviliun Malaysia dengan 3 juta pengunjung.

- * Penampilan inovasi teknologi hasil karya anak bangsa dalam sebuah *virtual reality* Oculus Rift sebagai salah satu atraksi utama di paviliun Indonesia masuk peringkat ke-9 dari 10 *must-see attractions* di WEM 2015.

- * Pihak Museum Vatikan bersedia menerima hibah patung Badak dan akan ditempatkan di Indonesia Garden.



Acara penutupan antara lain dihadiri budayawan Jaya Suprana, founder Artha Graha Tommy Winata, Direktur Paviliun Indonesia Budiman Muhammad, Dirjen PEN Nus Nuzulia Ishak, Staf Ahli Kemenko Maritim dan Sumber Daya Nurmala Kartini Sjahir, Direktur Wahid Institute Yenny Wahid, dan Dubes RI untuk Italia August Parengkuan.



Pianis Tuna Netra berbakat Indonesia, Ade Irawan, didampingi Jaya Suprana menghangatkan suasana penutupan lewat aneka tembang, mulai dari musik klasik, jazz, hingga dangdut.

Peluang Pasar Produk Kertas Rumah Tangga dan Sanitasi di Amerika Serikat





Produk kertas rumah tangga dan sanitasi merupakan kebutuhan pokok, sehingga permintaan pasar terhadap produk ini selalu stabil walaupun pada saat kondisi perekonomian menurun. Permintaan terhadap produk ini juga dipengaruhi oleh faktor lain, seperti pendapatan keluarga, harga, demografi dan kebiasaan konsumen.

Beberapa jenis produk kertas rumah tangga dan sanitasi ini diperuntukkan khusus untuk wanita dan untuk tingkat umur tertentu, seperti pembalut wanita, popok bayi dan popok untuk dewasa. Permintaan terhadap produk pembalut wanita bergantung pada jumlah populasi wanita yang berada di AS. Sementara untuk produk popok dan tisu basah bayi bergantung pada jumlah kelahiran bayi setiap tahunnya. Selain itu, berdasarkan data *USA Census Bureau*, 3,6% dari total populasi Amerika Serikat (AS) berumur 80 tahun ke atas, di mana tingkat populasinya yang menua meningkatkan permintaan terhadap produk kertas rumah tangga dan sanitasi, seperti popok untuk dewasa dan jenis produk kertas rumah tangga dan sanitasi lainnya.

Konsumen AS pada umumnya menyukai produk-produk habis pakai (*disposable products*) karena dianggap praktis dan mudah. Kepedulian terhadap lingkungan membuat perusahaan mengeluarkan produk kertas rumah tangga dan sanitasi yang ramah lingkungan, seperti popok dan lap kain yang bisa dipergunakan kembali (*reusable*), namun konsumen lebih memilih fitur kemudahan dari produk kertas rumah tangga dan sanitasi daripada fitur ramah lingkungan.

Tren Produk

Produk kertas rumah tangga dan sanitasi umumnya digunakan untuk rumah tangga dan bisnis, sehingga mayoritas permintaan produk kertas ditentukan oleh

faktor demografi. Persaingan eksternal yang dihadapi oleh industri produk kertas rumah tangga dan sanitasi adalah produk yang dapat digunakan kembali, seperti popok kain dan lap kain. Selain itu, kekuatan suatu merek juga sangat mempengaruhi posisi unggulan produk dalam persaingan industri. Konsumen AS cenderung untuk tetap menggunakan merek yang sama untuk produk kertas rumah tangga dan sanitasi, sehingga bagi produsen yang akan mengeluarkan merek baru memerlukan usaha pemasaran produk yang cukup besar untuk memperkenalkan produk barunya. Kualitas produk juga mempunyai andil yang besar dalam persaingan di industri kertas rumah tangga dan sanitasi. Produk kertas rumah tangga dan sanitasi yang lebih efektif mengarahkan kepada fungsi penggunaannya dapat menarik harga premium, menghasilkan penjualan yang berlanjut dan mendapatkan loyalitas konsumen. Tingkat daya serap, kekuatan, kelembutan, kenyamanan,





tekstur dan warna merupakan kualitas yang dicari oleh konsumen AS ketika membeli produk kertas rumah tangga dan sanitasi seperti kertas tisu, tisu, tisu toilet, popok bayi dan dewasa, pembalut wanita, dan lainnya.

Selain kualitas produk, produk kertas rumah tangga dan sanitasi juga dapat dibedakan dengan memenuhi fungsi baru, seperti penerapan fungsi anti virus pada beberapa produk tisu dan segel untuk popok bayi yang berfungsi untuk mencegah kebocoran selama pakai dan pembuangan setelah pakai. Fitur yang terdapat di beberapa produk kertas rumah tangga dan sanitasi tersebut dipromosikan secara besar-besaran dan didukung oleh kemasan produk yang menarik. Harga juga mempunyai peranan penting dalam persaingan industri. Beberapa produsen sengaja memproduksi produk generik dengan kualitas rendah untuk dijual di pasaran dengan harga murah untuk konsumsi bisnis, seperti produk kertas tisu dan tisu toilet. Produk ramah lingkungan (*environmental friendly*) merupakan salah satu faktor yang diminati oleh konsumen AS. Oleh karena itu, produsen juga memproduksi kertas rumah tangga dan sanitasi yang terbuat dari bahan yang dapat didaur ulang, penurunan penggunaan bahan kimia dalam proses pemutihan (*bleaching*), juga mengasosiasikan dengan menyumbang per penjualannya kepada kelompok ramah lingkungan seperti *anti-vivisection*

society, yaitu organisasi nirlaba yang bertujuan untuk mengakhiri eksperimen pada hewan dalam suatu penelitian, pengujian dan pendidikan (*not tested on animals*).

Jenis produk kertas sanitasi (*sanitary paper*) di AS, di antaranya; *facial tissues* (tisu muka), *handkerchief* (tisu tangan), *table napkin* (tisu meja), *towels* (kertas tisu), *toilet paper* (tisu toilet), *disposable diapers* (popok), *sanitary napkins* (pembalut wanita), *tampons* (pembalut wanita)

Sebagai informasi, lima perusahaan terbesar produk kertas rumah tangga dan sanitasi di AS adalah Kimberly-Clark Corporation (37.5%) dengan brand Huggies, Kotex, Depend, Kleenex; The Procter & Gamble Company (33.6%) dengan brand Bounty, Charmin, Pampers, Tampax; Koch Industries Inc. (20.1%) dengan brand Quilted, Northern, Angel, Soft, Brawny, Sparkle; Svenska Cellulosa Aktiebolaget/SCA (3.1%); dan Johnson & Johnson (2.9%).

Daftar

Importir

FARSI TRADING COMPANY

Near Omar Ibn AL Khattab Mosque Refah
Alley - Qadim Bazar Qeshm Island Iran
Tel : 00987635222153
Email : farsi.trading.co@gmail.com
Product : *Black Tea, Building Material, Cocoa Powder, Containing Added Sugar / Other Sweetening Matter, Coffee, Food and Beverages*

INTI SARI HOLDING PTE LTD

1 North Bridge Road, #3-23 High Street
Centre Singapore 179094 Singapore
Tel : (65) 96898686
Email : danny@intisari.com.sg
Product : *Other Prepared Foods*

ECO LABO CO LTD

1-4-12 Nakakaigan, Chigasaki
City Kanagawa, Japan Japan
Tel : (81) 46773 7319
Fax : (81) 46773 7319
Email : nagai@pus.co.jp
Product : *Building Material, Wooden Furniture*

SERGAKIS FURNITURE HELLAS LTD

27 Sarantaporou st 16673 Voula - Greece Greece
Tel : (30210) 8957187,
HP : (30694) 4422135
Fax : (30210) 8991552
Email : sergogianis@gmail.com
Product : *Furniture*

METALLURGICAL ENGINEERING

BRANCH OF BEIJING INDUSTRY
Room 908, Ze Yang Building No 166
Fushi Road, Shi Jing Shan District Beijing, China
Tel : (86-10) 88909859, Hp : 13801150810
Fax : (86-10) 88909860
Email : wuzhansong@VIP.sina.com
Product : *Furniture*

WAN (CORPORATE SERVICE) LTD

Room 1506, Riley House, 88 Lei Muk
Road Kwai Chung, Hong Kong SAR PRC Hong Kong
Tel : (852) 9630 1287,
(86) 159 1965 5733, (853) 6692 54
Fax : (852) 3015 0811
Email : victor.wan@wcs.com.hk
Product : *Cocoa Powder, Containing Added Sugar / Other Sweetening Matter, Coffee, Other Prepared Foods, Shrimps (Fresh, Frozen)*

JUMEIRAH

Po.Box 75157 United Arab Emirates
Tel : +971 4 366 6678, Mobile: +971 55 500 9190
Fax : +971 4 301 6808
Email : hege@jumeirah.com
Website : www.jumeirah
Product : *Essential Oils, Leather Products, Textile & Garment, knitted or crocheted*

ROCHLING

14 Tuas Avenue 8 Singapore
Tel : +65 6863 1877
Fax : +65 6863 1766
Email : daniel.lim@roeching.com.sg
Website : www.roeching-asia.com
Product : *Oth. Parts & Accessories, Other Medical Instruments & Appliances*

SHAMI TRADING

Po. Box 212 Aden Yemen
Tel : 009672 307187- 307186
Fax : 009672 307726
Email : hsham@y.net.ye
Website : www.shmco.net
Product : *Food and Beverages, Oth. Parts & Accessories*

EAGLENEO INTERNATIONAL CORPORATION LIMITED

15/B - 15/F Cheuk Nang Plaza 250 Hennessy Road Hong Kong
Tel : +86 18610792234
Email : automoimport@yahoo.com
Product : *Cocoa Beans, Whole Or Broken, Raw Or Roasted*

MBTM

Pl Iabedu 2/2 Russia
Tel : +7 495 943 40 37
Email : mikhail777z@gmail.com
Product : *Furniture*

IMA AG ASIA PACIFIC PTE LTD

21 Bukit Batok CRESCENT #09-75
wcega Tower Singapore
Tel : +62 817 262059
Email : denis.pitrayoga@ima-sg.com
Website : www.ima-sg.com
Product : *Wooden Products*

EL FREETRADE SOLUTION SDN BHD

21A Tingkat satu, Jalan PPZ 1, Pusat Perniagaan Zamrud
08000, Sungai Petani Kedah Malaysia
Tel : +604 424 9339
Fax : +604 424 9339
Email : ei9999m@gmail.com, eiglobalfretrade@yahoo.com
Product : *Food and Beverages*

ACMA

Markaz-e-Sanat Road GT Road Pakistan
Tel : +92 55 4273413
Fax : +92 55 4555045
Email : acmaintl@gmail.com
Website : www.acmaintl.com
Product : *Food and Beverages, Spices*

AL KAWTHAR

No 2, Jalan Jernai (6/210), Medan Idaman,
Gombak 53100 Malaysia
Tel : +603 403 16164, Hp 6016 9293 904
Email : alkawtharglobal@gmail.com,
abduljabar2@hotmail.com
Product : *Fish, Fresh or Chilled, Food and Beverages, Other Medical Instruments & Appliances, Palm Oils, Rubber Product*

ASEAN BUSINESS MANAGEMENT AND ADVISORY SERVICE COR

295 Madison Ave, 12FI Usa
Tel : 888-6596606
Email : cyril@aseanbiz.net
Product : *Coffee, Electronic Equipment, Handicrafts*

TRANS MARINE

Po Box 184, Lee Morobe
Province Papua New Guinea Papua New Guinea
Tel : (675) 472 4465, HP : (675) 7314 1697
Fax : (675) 479 1846
Email : jonathan@tmpong.com

AMACORE

Po.Box. 92 5080 AB Hilvarenbeek Netherlands
Tel : 0031 13 50 52 116
Fax : 0031 13 50 54 835
Email : info@amacore.nl, rob@amacore.nl
Website : www.amacore.nl
Product : *Fish, Fresh or Chilled, Shrimps (Fresh, Frozen)*

TRADING AND ATOZ

4 FI Metro Bldg, 11 Gangnamdaero 98 gil Gangnam-gu Seoul,
Korea 135908 Korea, South
Tel : (82-70) 8188 9510, HP : (82-10) 6439 8944
Fax : (82-70) 81199510
Email : seankim@tradingandatoz.com
Product : *Food and Beverages*

BUILDERS

Avenue Du Mali ACI 12000 Face APEJ BP 2784 Bamko Mali Mali
Tel : (223) 20220191 / 99, HP : (223) 60420697 / 7004624

Fax : (223) 20220188
Email : joey@buildersdsolar.com
Product : *Building Material*

DEWAN PERNIAGAAN DAN PERINDUSTRIAN

No 24 A Bazar Mara Jalan Hang Tuah 75300 Melaka Malaysia
Tel : (06) 288 2822, HP : (012) 609 3859
Fax : (06) 288 2823
Email : dtkmdr@yahoo.com.my
Product : *Textile & Garment, knitted or crocheted*

CHI-KEN CHEMICAL NIG LTD

Er 39 Kano Shopping Complex, Enugu/Court Road Po.Box
15277 Sabon Gari, Kano Nigeria
Tel : 08033175194, 08087477314
Email : chi_kenchemical@yahoo.com
Product : *Food and Beverages*

UNISONS TRADING AND DISTRIBUTION LLC

PO BOX 64750 United Arab Emirates
Tel : 971556245314
Email : unisons@eim.ae
Product : *Bamboo Furniture, Cosmetics, Food and Beverages*

BIG HITGENERAL TRADING

PO BOX 8159 Mina Zayed Rep. Of Dominica
Tel : 9715066226650
Email : akhoori650@yahoo.com
Product : *Bamboo Furniture, Parquet Flooring*

NIGERIA EXPORT PROCESSING ZONES AUTHORITY

2 Zambezi Crescent Cadastral Zone A6 Aguiyi Ironsi Maitama
Abuja Nigeria
Tel : 234-802-752-6902
Email : risaroland@gmail.com
Product : *Electronic Equipment*

CENTRAL INC

106 Mason Ogura 1-17-5, Hyakunin-oho,
Shinjuku-ku Japan
Tel : +81-3-5989-1995
Fax : +81-3-5989-1996
Email : cti@mb.infoweb.ne.jp
Website : www.central-inc.net
Product : *Other Articles of Stationery*

NAVIN INTERNATIONAL .S A

Apartado 0302-00768, Colon Panama
Tel : (507) 441-6539/6681
Fax : (507) 441-0082
Email : savin@navintl.com
Website : www.navintl.com
Product : *Glassware*

RATTAN ART

Corniche El Naher Lebanon
Tel : 9611582472
Email : ratanart@cyberia.net.lb
Product : *Furniture, Rattan Furniture*

CHINATEX ETERNAL CO LTD

4 F, Midousuji Daiwa Bldg 6-8,3 Chome,
Kyataromachi, Chuoku, Japan
Tel : 06-4704 0560
Fax : 06-4704 0576
Email : zhangyan@chinatex-eternal.co.jp
Product : *Footwear, Other Soaps, Palm Oils*

FAISAL AL MUKALAWI

Po.Box. 9978 Saudi Arabia
Tel : +966 56 032 4109
Fax : +966 56 042 4109
Email : emulkalawi@mobyli.com.sa
Product : *Handicrafts, Palm Oils*

See you at...

TRADE PO Indonesia 2016

Product & Services



Organized by:

The Ministry of Trade of The Republic of Indonesia
Directorate General of National Export Development



Phone : +6221-3510-347/2352-8645

Fax : +6221-2352-8645

Email : tradexpoindonesia@kemendag.go.id

www.tradexpoindonesia.com



Membership Services

<http://djpen.kemendag.go.id/membership>



DJPEN - Direktorat Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional

Kementerian Perdagangan

Jl. M. I. Ridiwan Rais No. 5, Gedung Utama Lantai 3
Jakarta Pusat, Indonesia 10110

(62-21) 3858171

(62-21) 23528652

djpen.kemendag.go.id

csc.kemendag.go.id

CSC Kemendag

@csc.kemendag