

WARTAEKSPOR



Eco-Friendly
untuk
Uni Eropa



editorial

Perlindungan lingkungan telah menjadi salah satu masalah yang cukup menarik perhatian masyarakat khususnya memasuki era modern. Hal ini bermula dari perkembangan teknologi di bidang industri yang membawa dampak yang luar biasa bagi seluruh kehidupan, tak terkecuali aspek lingkungan. Dampak buruk akan industri ini memunculkan perhatian besar bagi masyarakat tentang pentingnya perlindungan lingkungan, sehingga memasuki abad ke-21 ini semakin banyak masyarakat dunia yang mengetahui akan pentingnya melindungi lingkungan demi keberlangsungan generasi selanjutnya.

Dampak perlindungan lingkungan sendiri juga mempengaruhi perdagangan antar negara, dimana negara – negara di Dunia khususnya di negara Uni Eropa telah memberlakukan beberapa standar tambahan seperti *Eco-Label*, *Green Label*, dll. Standar ini diharapkan menjadi jawaban atas masalah lingkungan yang saat ini sedang terjadi.

Edisi warta ekspor kali ini akan membahas, pentingnya sertifikasi *eco-friendly* ramah lingkungan dalam meningkatkan daya saing produk furniture di pasar Uni Eropa.

**Direktur Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional
Kementerian Perdagangan Republik Indonesia**



PEN/MJL/009/5/2018

Pelindung / Penasehat :
Arlanda

Pemimpin Umum :
Iriana Trimurty Ryacudu

Pemimpin Redaksi :
RA. Marlena

Redaktur Pelaksana :
Sugiarti

Penulis :
Abi Dewangga P

Desain :
Aditya Irawan

Alamat :
**Gedung Utama
Kementerian Perdagangan
Republik Indonesia
Lt. 3, Jl. M. Ridwan Rais No.5, Jakarta 10110**

Telp :
021 - 3858171

Fax :
021 - 23528652

Email :
csc@kemendag.go.id

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

daftar isi

EDITORIAL

2

KISAH SUKSES

Hang Ugan
Pengembangan produk bernilai
tambah

10

KEGIATAN DIREKTORAT JENDERAL PENGEMBANGAN EKSPOR NASIONAL (DITJEN PEN), KEMENTERIAN PERDAGANGAN RI

Misi Dagang ke Bangladesh

12

Penyebarluasan Informasi Pasar
dan Peluang Ekspor di Provinsi
Jawa Barat

14

SEKILAS INFO

The 37th Annual Meeting of The
Council of ASEAN – Japan Centre

16

DAFTAR IMPORTIR

18

4

TAJUK UTAMA

Eco-Friendly untuk Uni Eropa

Indonesia merupakan salah satu eksportir terbesar untuk produk furnitur yang berasal dari kayu, rattan dan bambu. Untuk dapat masuk ke pasar Uni Eropa, pelaku usaha furnitur harus menerapkan standar perlindungan lingkungan yang mencakup tindakan ramah lingkungan seperti tidak menggunakan zat / bahan yang berbahaya selama proses produksi, memiliki kandungan / komposisi cat yang diperbolehkan dalam batas tertentu, kayu bukan berasal dari illegal logging, dll.

tajuk utama



EU



Eco-Friendly untuk
Uni Eropa

Perkembangan teknologi di bidang industri atau revolusi industri bermula pada abad ke-19 hingga sekarang, para pakar dunia menjelaskan bahwa perubahan iklim disebabkan oleh aktivitas manusia (Panel Antar Pemerintah tentang Perubahan Iklim atau IPCC). Revolusi Industri memiliki definisi yaitu pergeseran pekerja manusia ke mesin, dan mendorong era mesin pembakaran (termasuk mobil), sebagai hasilnya pembakaran tersebut menyebabkan bahan bakar fosil yang berlebihan.

Selama abad yang lalu, aktivitas manusia telah melepaskan emisi karbon dioksida dalam jumlah besar ke dalam atmosfer sehingga membuat bumi semakin panas. Aktivitas manusia yang turut menyumbang emisi karbon dioksida antara lain kendaraan bermotor, kipas angin, televisi, air conditioner, komputer, dan alat elektronik lainnya yang menggunakan listrik meningkatkan konsentrasi emisi karbon dioksida.

Peningkatan suhu di Bumi menyebabkan terjadinya siklon tropis yang melanda sejumlah daerah di Indonesia seperti Siklon Tropis Durga (2008), Siklon Tropis Anggrek (2010), Siklon Tropis Cempaka dan Dahlia (2017). Oleh sebab itu, penting sekali bagi masyarakat

Dunia khususnya Indonesia untuk lebih peduli terhadap lingkungan dan perubahan iklim saat ini.

Pada akhir tahun 2015 lalu, negara – negara yang diwakili oleh pemerintahnya masing – masing telah sepakat bahwa perubahan iklim harus diselesaikan bersama – sama. Bukan hanya oleh kelompok negara tertentu dan bukan pula hanya oleh pemerintah saja. Pertemuan tersebut menghasilkan *Paris Climate Agreement*, kesepakatan ini berada dalam kerangka kerja PBB untuk Perubahan Iklim (UNFCCC) yang berurusan dengan mitigasi emisi gas, rumah kaca, adaptasi dan pembiayaan yang akan dimulai pada tahun 2020.

Uni-Eropa merupakan salah satu negara yang telah melakukan mitigasi atau tindakan untuk menghadapi perubahan iklim, jauh sebelum Deklarasi Paris telah disepakati oleh negara – negara PBB. Langkah konkrit yang dilakukan adalah dengan membentuk Direktorat Jenderal Lingkungan yang diawasi oleh Komisi Uni Eropa. Beberapa regulasi yang telah dikeluarkan sebagai upaya melindungi lingkungan hidup adalah dengan mengeluarkan beberapa regulasi seperti sertifikasi legalitas

kayu, usaha pencegahan penebangan liar, penerapan standar perlindungan lingkungan untuk produk yang masuk ke Uni Eropa, dll.

Untuk komoditi kayu dan material yang berasal dari kayu, Komisi Uni Eropa telah mengeluarkan peraturan / kebijakan nomor 995/2010 yang secara garis besar memberikan informasi mengenai persyaratan untuk segala jenis kayu yang akan diperjualbelikan di pasar Uni Eropa, regulasi ini akan melengkapi standar FLEGT (*Forest Law Enforcement, Governance and Trade Action Plans*) dan CITES (*Convention on International Trade in Endangered Species of Wild Fauna and Flora*) yang selama ini telah digunakan di Uni Eropa.

Sedangkan untuk penerapan standar perlindungan lingkungan di kawasan Uni Eropa sendiri telah diberlakukan sejak lama dan terus mengalami perbaikan yang disesuaikan dengan kondisi / permasalahan di lapangan. Beberapa produk yang dikenakan atas standar ini antara lain tekstil & produk tekstil, deterjen, alas kaki, cat, televisi, notebook, alas kayu, furnitur, kasur, dll.

Terkait dengan penerapan standar tersebut, pelaku usaha furnitur dari kayu, rotan dan bambu baik dari hulu hingga ke hilir, melakukan tindakan ramah lingkungan seperti tidak menggunakan zat / bahan yang berbahaya selama proses produksi, memiliki kandungan / komposisi cat yang diperbolehkan dalam batas tertentu, kayu bukan berasal dari *illegal logging*, dll.

Kinerja Furnitur Kayu, Rattan & Bambu Indonesia

Indonesia merupakan salah satu eksportir terbesar untuk produk furnitur yang berasal dari kayu, rattan dan bambu. Pada tahun 2016, ekspor Indonesia ke Dunia untuk produk tersebut menduduki peringkat ke-9 dengan nilai sebesar US\$ 1,36 milyar. 3 produk yang memiliki nilai ekspor tertinggi adalah (1) Furnitur Kayu (tidak termasuk untuk kantor, dapur & kamar tidur, dan kursi) dengan nilai pangsa 54,59%, atau US\$ 745,10 juta; (2) Kursi, dengan bingkai kayu (tidak termasuk kain berlapis) dengan nilai pangsa 20,98% atau US\$ 286,31 juta; dan (3) Furnitur kayu untuk kamar tidur (tidak termasuk kursi) dengan nilai pangsa 11,35% atau US\$ 154,97 juta.

Tujuan utama ekspor furnitur kayu, rattan & bambu Indonesia tahun 2017 sebagian besar 43,69% adalah Amerika Serikat dengan nilai



ekspor sebesar US\$ 608,66 juta. Diikuti oleh Jepang dengan nilai pangsa sebesar 10,68% atau US\$ 148,85 juta, Belanda dengan nilai pangsa sebesar 5,26% atau US\$ 73,30 juta, lalu Jerman dengan nilai pangsa 3,82% atau US\$ 53,17 juta dan Inggris Raya dengan nilai pangsa 3,56% atau US\$ 49,64 juta.

Perdagangan produk furnitur yang berasal dari kayu, rotan & bambu Dunia pada tahun 2016, sebagian besar produk furnitur tersebut berasal dari Tiongkok dengan nilai pangsa pasar 33,31% atau sebesar US\$ 22,29 milyar, disusul oleh Vietnam dengan nilai pangsa pasar 8,99% atau sebesar US\$ 5,94 milyar, Italia dengan nilai pangsa pasar 7,79% atau sebesar US\$ 5,21 milyar. Hal ini tidak mengejutkan apabila Tiongkok menduduki peringkat pertama sebagai eksportir produk tersebut, mengingat Tiongkok memiliki sumber daya manusia yang baik dan upah tenaga kerja yang murah jika dibandingkan dengan negara eksportir lainnya. Indonesia berada di peringkat ke-9 (sembilan) sebagai eksportir produk furnitur yang berasal dari kayu, rotan & bambu, dengan nilai ekspor US\$ 1,36 milyar atau memiliki pangsa pasar dunia sebesar 2,04%.

Sedangkan negara yang memiliki permintaan tertinggi untuk produk tersebut di tahun 2016 adalah Amerika Serikat dengan nilai pangsa pasar 30,87% atau sebesar US\$ 18,56 milyar, diikuti oleh Jerman dengan nilai pangsa pasar 8,02% atau sebesar US\$ 4,82 milyar dan Inggris Raya dengan nilai pangsa pasar 6,02% atau sebesar US\$ 3,62 milyar.

Pada tahun 2017, provinsi di Indonesia yang memiliki nilai ekspor terbesar untuk produk furnitur yang berasal dari kayu, rotan & bambu adalah Jawa Tengah, Jawa Timur dan DKI Jakarta. Jawa Tengah memiliki nilai ekspor sebesar US\$ 604,48 juta, nilai tersebut mewakili 43,39% dari nilai ekspor Indonesia untuk produk tersebut ke Dunia. Sedangkan untuk Jawa Timur, tercatat nilai ekspor sebesar US\$ 451,65 juta atau dengan pangsa pasar 32,42% dan DKI Jakarta dengan nilai ekspor sebesar US\$ 290,02 juta atau dengan pangsa pasar 20,82%.

Permintaan Furnitur Kayu, Rotan & Bambu di Pasar Uni Eropa

Permintaan produk furnitur yang berasal dari kayu, rotan dan bambu di Uni Eropa cukup besar, di tahun 2017, nilai impor produk tersebut mencapai US\$ 21,48 milyar atau meningkat sebesar 2,46% atau naik US\$



515,42 juta dari tahun lalu, dengan kata lain permintaan produk furnitur di Uni Eropa meningkat cukup signifikan. Jika melihat dari jenis produk furnitur yang diminati, sebesar 41,04% dari nilai impor tersebut merupakan Furnitur Kayu (tidak termasuk untuk kantor, dapur & kamar tidur, dan kursi), dengan nilai impor US\$ 8,81 milyar dan 26,78% merupakan Sofa dengan bingkai kayu (tidak termasuk sofa yang dapat berubah menjadi tempat tidur), dengan nilai impor US\$ 5,75 milyar.

Furnitur yang berasal dari kayu, rotan dan bambu di Uni Eropa hampir sebagian besar berasal dari Polandia, Tiongkok, dan Jerman. Di tahun 2017, pangsa pasar Polandia untuk

produk furnitur di Uni Eropa mencapai 19,03% atau US\$ 4,08 milyar, disusul oleh Tiongkok dengan pangsa pasar 16,58% atau US\$ 3,56 milyar dan Jerman dengan pangsa pasar 12,73% atau US\$ 2,73 milyar.

Pemberlakuan standar perlindungan lingkungan dan legalitas kayu oleh Komisi Uni Eropa, tidak memberikan dampak negatif terhadap pasar furnitur itu sendiri. Hal ini dapat dilihat dari data statistik nilai impor produk furnitur di Uni Eropa, dimana pada tahun 2013 nilai impor mencapai US\$ 21,39 milyar dan terus mengalami fluktuasi positif hingga tahun 2017 mencapai US\$ 21,48 milyar.



Berdasarkan data statistik ITC yang telah diolah, Produk Furnitur berasal dari Kayu, Rotan dan Bambu Indonesia di pasar Uni Eropa di Tahun 2016 tercatat sebesar US\$ 378,03 juta atau menduduki peringkat ke-14. Nilai ekspor ini mengalami penurunan sebesar 7,91% dari tahun 2015 yang mencatat nilai ekspor sebesar US\$ 410,52 juta. Pesaing Indonesia dari Kawasan ASEAN di pasar Uni Eropa adalah Viet Nam dengan nilai ekspor US\$ 822,04 juta dan Malaysia dengan nilai ekspor US\$ 210,87 juta.

Informasi Pasar & Peluang Ekspor Produk Furnitur berasal dari Kayu, Rotan dan Bambu di Uni Eropa

Berdasarkan hasil survey yang telah dilakukan oleh Pusat Studi Kebijakan Eropa Tahun 2014 untuk Komisi Uni Eropa Direktorat Jenderal Perusahaan dan Industri. Sebanyak 5,072 konsumen dari 10 negara EU yaitu Italia, Jerman, Perancis, Austria, Inggris Raya, Polandia, Belanda, Rumania, Swedia dan Spanyol. Didapat beberapa hasil pengamatan antara lain:

- (1) Harga bukanlah penggerak utama dalam pertimbangan konsumen untuk membeli produk, dengan kata lain konsumen EU mempertimbangkan beberapa aspek seperti kualitas, sertifikasi, kegunaan, dll. sebelum melakukan pembelian. Namun tidak dipungkiri bahwa sekitar 20 – 25% dari responden menjadikan harga sebagai salah satu penggerak utamanya;
- (2) Faktor kedua adalah disain furnitur tersebut sesuai / memiliki kecocokan dengan selera konsumen. Hampir sekitar 60% responden menyatakan bahwa faktor ini merupakan yang terpenting sebelum membeli produk furnitur.



(3) Peran merek atau *brand*, tidak terlalu signifikan dalam proses pembelian sebuah produk furnitur. Hal ini terlihat dari sebanyak 10 – 15% responden menyatakan merek atau brand merupakan pilihan yang kesekian kalinya dalam membeli sebuah produk furnitur.

(4) Sekitar 90% dari responden menyatakan bahwa mereka menggunakan internet untuk mendapatkan berbagai macam informasi yang mereka butuhkan untuk membeli sebuah produk furnitur.

Pada pengamatan tersebut, responden juga menyatakan bahwa mereka rela membayar lebih untuk sebuah produk furnitur apabila produk tersebut menawarkan beberapa hal seperti standar tinggi untuk ketahanan furnitur, mudahnya merawat furnitur itu sendiri, ramah terhadap manusia, dan standardisasi terkait ramah lingkungan (seperti memperhatikan kondisi buruh dan produk ramah lingkungan).

Sertifikasi Eco-Friendly Uni Eropa

Seperti yang telah kita ketahui bersama, bahwa dewasa ini banyak sekali sertifikasi ramah lingkungan yang dapat digunakan oleh pelaku usaha untuk memperoleh nilai tambah yang meningkatkan daya saing suatu produk, tidak terkecuali untuk produk furnitur. Beberapa sertifikasi tersebut yang kerap kali digunakan di kawasan Uni Eropa adalah EU *Ecolabel*, *Forest*

Stewardship Council (FSC) dan *Programme for the Endorsement of Forest Certification* (PEFC).

EU Ecolabel merupakan salah satu pilihan tepat bagi pelaku usaha Indonesia yang ingin memasarkan produk hijau atau eco-friendly mereka di pasar Uni Eropa, karena sertifikasi ini menawarkan berbagai manfaat seperti:

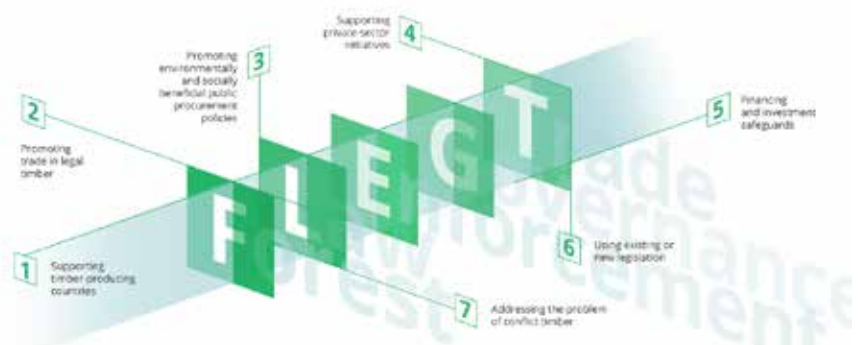
(1) Peningkatan kesadaran tentang manfaat produk ramah lingkungan sehingga menciptakan iklim yang menguntungkan bagi *green market*, karena konsumen semakin sadar untuk membeli produk ramah lingkungan. EU Ecolabel memfasilitasi pilihan konsumen yang mendukung produk yang ditawarkan karena EU Ecolabel adalah label terpercaya dan dapat dikenali di seluruh negara Uni Eropa.

(2) Persyaratan pembelian pada level B2B, kerap kali menyulitkan produk luar dari Uni Eropa untuk masuk. Persyaratan ini mengharuskan adanya inspeksi kesesuaian standar untuk mendapatkan sertifikasi yang memenuhi syarat. Oleh karena itu EU Ecolabel dapat menjadi salah satu kunci untuk membuka peluang bisnis, karena dalam EU Ecolabel sudah mencakup hal – hal tersebut sehingga memudahkan produk furnitur untuk memasuki pasar Uni Eropa.

(3) EU Ecolabel menawarkan fleksibilitas dalam mengoptimalkan produk dan proses produksi yang sesuai dengan produk furnitur yang akan dipasarkan di pasar Uni Eropa. Hal ini dapat meningkatkan profit, reputasi dan merek dagang yang ditawarkan di pasar tersebut.

(4) Kriteria telah dikembangkan untuk memastikan bahwa 10 – 20% produk ramah lingkungan yang berada di pasar Uni Eropa telah memenuhi standar yang ditetapkan. EU Ecolabel bersinergi dengan Standar ISO 14024 sehingga hal ini merupakan salah satu cara untuk berkomunikasi kepada konsumen Uni Eropa terkait lingkungan.

EU Ecolabel diatur dan diawasi oleh Dewan Parlemen Uni Eropa. Sertifikasi ini merupakan sertifikasi tambahan, dimana pelaku usaha tidak diharuskan memperoleh sertifikasi EU Ecolabel untuk dapat memasuki pasar Uni Eropa. Namun perlu dijadikan catatan bahwa setiap produk furnitur yang berasal dari kayu, rotan dan bambu harus mengikuti peraturan FLEGT. FLEGT merupakan salah satu cara pelaku usaha untuk dapat menunjukkan bukti legalitas kayu. Hal ini merupakan keputusan Dewan Uni Eropa dalam memerangi aktivitas penebangan liar yang berdampak pada perubahan iklim.



“Pemberlakuan standar perlindungan lingkungan dan legalitas kayu oleh Komisi Uni Eropa, tidak memberikan dampak negatif terhadap pasar furnitur itu sendiri. Hal ini dapat dilihat dari data statistik nilai impor produk furnitur di Uni Eropa, dimana pada tahun 2013 nilai impor mencapai US\$ 21,39 milyar dan terus mengalami fluktuasi positif hingga tahun 2017 mencapai US\$ 21,48 milyar.”

kisah sukses

Hang Ugan

Pengembangan Produk Bernilai tambah



Angga Wibowo Gultom, siapa yang tidak mengenal nama ini? Pria lulusan Ekonomi dari Universitas Sriwijaya Palembang, Sumatera Selatan ini merupakan salah satu pelaku usaha Indonesia yang sukses mengembangkan produk bernilai tambah di sektor kerajinan. Produk yang dikembangkan berasal dari Anyaman Batang Pakis dibalut fitur desain dunia dengan mengusung nama merek Hang Ugan.

Hang Ugan merupakan sebuah unit usaha yang berasal dari Baturaja Sumatera Selatan. Nama Hang Ugan sendiri memiliki arti Orang

Ogan asli. Ogan adalah nama kabupaten yang berada di Sumatera Selatan. Ogan sendiri dibagi menjadi dua, yaitu Ogan Komering Ulu dan Ogan Komering Ilir.

Hang Ugan berasal dari Desa Bandar Agung kabupaten Ogan Komering Ulu yang berjarak tempuh 6 jam dari Kota Palembang. Penduduk desa Bandar Agung sehari – hari bekerja sebagai petani karet, namun di sela sela waktu luang, mereka membuat kopiah yang terbuat dari anyaman batang pakis (resam).

Batang Pakis berasal dari tumbuhan pakis yang merupakan salah satu tanaman endemik

di wilayah tersebut. Saat ini mulai marak pertumbuhan dari kebun kelapa sawit, dampaknya pun cukup terasa di Desa Bandar Agung. Pakis yang tumbuh di area perkebunan kelapa sawit ini mulai dianggap sebagai gulma. Oleh sebab itu, hal ini merupakan peluang dengan hubungan yang saling menguntungkan bagi pihak perkebunan maupun pihak warga pengrajin resam.

Teknik anyaman pakis ini telah diajarkan secara turun temurun yang diwariskan oleh leluhur mereka sebagai bekal hidup yang mereka jaga hingga saat ini. Hal ini terlihat dari beragamnya usia para pengrajin resam yang didominasi oleh kaum wanita. Melalui anyaman resam ini, mereka berharap dapat membangun harapan yang lebih baik di masa depan.

Produk Hang Ugan sendiri sudah berhasil dipajang dalam pameran Ambiente tahun 2018, sebuah pameran desain kelas dunia yang diselenggarakan setiap tahunnya di Frankfurt, Jerman. Sebagai salah satu produk yang mewakili Indonesia di pameran internasional, merupakan sebuah kebanggaan tersendiri bagi Angga Wibowo Gultom.

Disain produk Hang Ugan sendiri juga merupakan hasil pengembangan disain oleh desainer Freddy Chrisswantra. Hang Ugan merupakan salah satu peserta yang mendapatkan fasilitas *Designer Dispatch Services* (DDS) yang diberikan oleh Ditjen PEN sebagai langkah nyata dalam mengembangkan ekspor nasional.

DDS merupakan kegiatan rutin tahunan dari Kementerian Perdagangan Republik Indonesia yang bertujuan dalam pemerataan kualitas dan desain dari produk pelaku usaha lokal Indonesia untuk level kualitas ekspor dengan harapan mampu menembus pasar Internasional. Setiap tahunnya diadakan seleksi desainer dengan maksud mampu membimbing pelaku usaha

Indonesia yang siap ekspor untuk melakukan perubahan mengejar pasar ekspor.

Beberapa kiat yang dibagikan oleh Hang Ugan bagi eksportir Indonesia adalah selalu berkomunikasi dengan Dinas Perdagangan dan Perindustrian terkait untuk mendapatkan informasi mengenai kegiatan pengembangan produk yang dapat dimanfaatkan oleh perusahaan Anda. Kiat berikutnya adalah mengembangkan produk unggulan yang tidak dapat mudah ditiru oleh pesaing Anda, hal ini berguna dalam mendiferensiasikan produk anda di pasaran. Kiat terakhir adalah selalu mengikuti ajang pameran dagang baik yang

diselenggarakan di dalam negeri maupun luar negeri, pameran merupakan salah satu tempat untuk mempromosikan produk anda di pasaran.



kegiatan DITJEN PEN

Misi Dagang ke Bangladesh

Dirjen Pengembangan Ekspor Nasional (PEN) Kementerian Perdagangan Arlinda menegaskan komitmen Indonesia dalam mendorong Bangladesh menjadi negara berkembang di kawasan Asia Selatan melalui kerja sama ekonomi, investasi, dan perdagangan. Indonesia siap bekerja sama secara strategis melalui pembangunan manajemen bandara dan infrastruktur.

Hal tersebut disampaikan dalam kegiatan Forum Bisnis di Hotel Le Meridien, Dhaka, Bangladesh kemarin, Kamis (26/4). Forum bisnis adalah bagian dari rangkaian misi dagang ke Bangladesh, yang merupakan tindak lanjut dari kunjungan Presiden Joko Widodo ke negara tersebut pada Januari 2018. Presiden Jokowi bertemu dengan Perdana Menteri Bangladesh Sheikh Hasina Wajed dan Presiden Bangladesh Abdul Hamid untuk meningkatkan kerja sama ekonomi dan perdagangan bilateral.

"Presiden RI berharap kerja sama ini akan mendorong Bangladesh menjadi negara berkembang dan bersama-sama Indonesia meningkatkan kesejahteraan rakyat kedua negara melalui kerja sama ekonomi, investasi, dan perdagangan yang menguntungkan kedua negara," kata Arlinda.

Dalam misi dagang Bangladesh, Kemendag membawa 93 orang pelaku usaha dari 43 perusahaan di berbagai sektor produksi/industri seperti migas, CPO, fesyen, makanan dan minuman, otomotif, properti, layanan bandara, furnitur, jasa konstruksi dan infrastruktur, serta sejumlah perwakilan instansi daerah. Para pengusaha Indonesia ini menjalin komunikasi dagang dengan 122 buyer Bangladesh, terdiri atas 103 perusahaan importir dan 19 anggota KADIN Bangladesh.

Kemendag menyelenggarakan misi dagang ke Bangladesh pada 26-28 April 2018 sebagai bagian dari upaya membuka pasar ekspor ke negara-negara non-tradisional tahun ini. Rangkaian kegiatan misi dagang ini terdiri atas forum bisnis, *business matching*, dan dukungan penyelenggaraan Indonesia Fair 2018 yang digelar KBRI Dhaka.

Forum bisnis di Dhaka kali ini menjadi ajang pertemuan para pengusaha Indonesia dan Bangladesh untuk saling mengenal dan menjalin hubungan bisnis. Harapannya, forum bisnis akan menghasilkan transaksi perdagangan atau investasi.

Usai forum bisnis, para pengusaha dari kedua negara bertemu dalam sesi *business matching* untuk melakukan komitmen transaksi bisnis dan investasi. Delegasi Indonesia juga



melakukan kunjungan ke importir minyak kelapa sawit, *Meghna Group of Industries* (MGI).

Untuk memperkuat kerja sama perdagangan, Arlinda juga mengajak pengusaha Bangladesh ikut dalam *Trade Expo Indonesia* (TEI) pada 24-28 Oktober 2018 mendatang di Indonesia *Convention Exhibition* (ICE) BSD. Arlinda juga mengundang para pengusaha Bangladesh untuk berwisata ke berbagai destinasi wisata eksotik di Indonesia seperti Pantai Kuta Bali, Raja Ampat Papua, dan Mandalika di Nusa Tenggara Barat.

Hubungan perdagangan Indonesia-Bangladesh menunjukkan peningkatan dengan tren nilai perdagangan lima tahun terakhir (2013-2017) naik rata-rata sebesar 6,71% per tahun. Nilai perdagangan kedua negara tahun 2017 tercatat senilai USD 1,67 miliar, naik 25,07% dibandingkan tahun 2016. Ekspor Indonesia ke Bangladesh tahun 2017 tercatat sebesar USD 1,60 miliar yang terdiri atas ekspor nonmigas USD 1,58 miliar dan ekspor migas USD 16,13 juta. Sementara itu, impor Indonesia dari Bangladesh USD 73,9 juta atau naik 6,99% dibanding tahun 2016.

Produk ekspor nonmigas Indonesia ke Bangladesh dengan nilai tertinggi pada 2017 adalah minyak kelapa sawit dan turunannya, bubur kayu kimia, benang, dan serat staple buatan. Sedangkan, lima besar produk yang diimpor Indonesia dari Bangladesh adalah benang jute, kaos oblong, singlet dan rompi, karung dan tas, serta pakaian.

Bangladesh mengimpor dari dunia di antaranya untuk komoditas minyak medium, katun, minyak kelapa, gula tebu mentah, gandum dan meslin, denim, minyak kedelai mentah, dan telepon.

Secara ekonomi, Indonesia melihat Bangladesh sebagai mitra dagang nontradisional yang sangat penting. Produk domestik bruto (PDB) Bangladesh pada 2016-2017 mencapai rekor tertinggi yaitu USD 246,2 miliar dengan PDB per kapita mencapai USD 1.602. Perekonomian Bangladesh ditopang pasar domestik yang besar, industri manufaktur yang berorientasi ekspor, penerimaan remitansi yang tinggi, serta kemudahan investasi.

Posisi Indonesia saat ini menduduki peringkat ke-4 negara di dunia yang paling prospektif dalam hal investasi. Peringkat kemudahan berusaha di Indonesia naik dari posisi 91 tahun 2017 ke posisi 72 di tahun 2018.



Global competitive index Indonesia juga naik dari posisi 41 ke 36. Selain itu, tahun 2050 Indonesia diprediksi menjadi negara urutan ke-4 dari 7 negara berkembang yang mampu mendorong pertumbuhan ekonomi global bersama Brasil, China, India, Meksiko, Rusia, dan Turki. Dengan jumlah penduduk hampir 300 juta orang, Indonesia merupakan pasar terbesar di kawasan ASEAN yang sangat menarik bagi pengusaha untuk berinvestasi dan berdagang.

Indonesia dan Bangladesh juga memiliki beberapa kesamaan. Di antaranya, kedua negara memiliki jumlah pemeluk muslim terbesar dan sangat peduli pada pengungsi Rohingya. Indonesia dan Bangladesh juga tergabung dalam Organisasi Islam Dunia (OKI) dan sama-sama membela kemerdekaan

negara Palestina. "Kesamaan pandang dan pertumbuhan ekonomi Bangladesh di kawasan Asia Selatan yang cukup mengagumkan menjadikan Bangladesh mitra strategis bagi Indonesia," kata Arlinda.

Arlinda berharap hubungan ekonomi Indonesia-Bangladesh dapat berlanjut ke tingkat yang lebih erat melalui melalui perumusan kerja sama bilateral dalam kerangka *Preferential Trade Agreement* (PTA). "Kami sangat meyakini hubungan kerja sama ini dapat terwujud dengan lebih baik. Kami berharap, kerja sama perdagangan Indonesia-Bangladesh akan ditingkatkan ke sektor-sektor lainnya karena Indonesia memiliki kekuatan di industri pertahanan, pesawat terbang, farmasi, alat kesehatan, dan jasa konstruksi," kata Arlinda.



Penyebarluasan Informasi Pasar dan Peluang Ekspor di Provinsi Jawa Barat

Kegiatan Penyebarluasan Informasi Pasar dan Peluang Ekspor berlangsung pada tanggal 28 Maret 2018 di Hotel El Royale – Bandung. Acara ini diselenggarakan oleh Direktorat Pengembangan Pasar dan Informasi Ekspor (Dit. P2IE) bekerja sama dengan Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Jawa Barat dan menghadirkan beberapa Narasumber dari Direktorat Pengembangan Pasar dan Informasi Ekspor, Dinas Perindustrian dan Perdagangan Prov. Jawa Barat, Lembaga Pembiayaan Ekspor Indonesia (Indonesia Eximbank) dan Gabungan Pengusaha Ekspor Indonesia Jawa Barat. Hadir dalam acara tersebut peserta yang terdiri dari pelaku usaha

yang berorientasi ekspor serta perwakilan Pemerintah Daerah di Provinsi Jawa Barat.

Tujuan penyelenggaraan kegiatan adalah untuk menyebarluaskan informasi yang telah diperoleh melalui pelaksanaan kegiatan Analisa Pengembangan Pasar Tujuan Ekspor oleh Dit. P2IE pada tahun sebelumnya kepada para pelaku usaha khususnya usaha kecil dan menengah (UKM) berorientasi ekspor di Provinsi Jawa Barat.

Beberapa informasi yang disampaikan antara lain informasi mengenai upaya menembus pasar non-tradisional, peran lembaga pembiayaan ekspor dalam membantu pelaku

usaha memperluas pasar ekspor, kegiatan misi dagang, serta promosi *Trade Expo Indonesia* 2018. Selain penyampaian informasi, kegiatan ini juga bermaksud untuk memperoleh masukan dan informasi terkait permasalahan yang dihadapi oleh pelaku ekspor khususnya di Provinsi Jawa Barat.

Kegiatan Penyebarluasan Informasi Pasar dan Peluang Ekspor di Provinsi Jawa Barat diawali dengan penyampaian sambutan Kepala Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Jawa Barat, Bapak Mohamad Arifin Soedjayana. Dalam sambutan tersebut beliau menyampaikan terima kasih atas kerjasama yang telah dilakukan dalam penyelenggaraan

kegiatan ini, dimana kegiatan Penyebarluasan Informasi Pasar dan Peluang Ekspor merupakan wadah pemberian informasi pasar secara langsung. Pelayanan dari pemerintah ini diharapkan dapat menghadirkan komunikasi dua arah antara eksportir Jawa Barat dengan pemerintah. Eksportir diharapkan bisa mendapatkan wawasan global, peluang pasar dan prospek ekspor yang berguna untuk pengembangan ekspornya. Kepala Dinas juga menyampaikan bahwa sebagian dari peserta yang hadir pada kesempatan ini merupakan eksportir yang telah mengikuti kegiatan Coaching Program dan telah melakukan ekspor. Akan tetapi pada prakteknya, para pelaku usaha masih memiliki kendala dalam melakukan ekspor terutama terkait dengan penggunaan teknologi dalam pengembangan produk, mendapatkan informasi pasar dan peluang ekspor, pembiayaan ekspor, serta masalah pembentukan SDM ekspor yang memiliki motivasi dan jiwa eksportir. Diharapkan dengan hadirnya narasumber dari Dit. P2IE dan LPEI menjadi pendorong bagi pelaku usaha dalam mengembangkan ekspornya. Kondisi PDRB Provinsi Jawa Barat, 60% ditopang oleh industri dan perdagangan. Kedepannya, Dinas Perindag Prov. Jawa Barat mengharapkan sinergi dari Ditjen PEN dalam hal pendampingan bagi pelaku usaha ekspor untuk lingkup informasi maupun teknologi dan sumber daya serta pembiayaan ekspor.

Pada kesempatan selanjutnya, Direktur P2IE menyampaikan sambutan pembukaan dengan menekankan pentingnya sinergi antara pusat dan daerah dalam membina dan memberikan informasi serta pendampingan kepada pelaku usaha. Disampaikan kepada pemerintah daerah agar bisa fokus untuk mendorong ekspor produk unggulan di daerah sehingga

target ekspor Indonesia dapat dicapai. Lanjut setelah sambutan pembukaan, Direktur P2IE berkesempatan untuk memaparkan beberapa hal antara lain:

- Program Pemerintah Indonesia dan target ekspor nasional tahun 2018;
- Program dan kebijakan Ditjen Pengembangan Ekspor Nasional dalam mendukung peningkatan ekspor;
- Layanan satu atap DJPEN (*Customer Service Center/CSC*);
- Informasi peluang ekspor produk unggulan Provinsi Jawa Barat;
- Penyelenggaraan kegiatan Misi Dagang ke pasar potensial tujuan ekspor. Pada kesempatan ini, kami juga mengajak pelaku usaha yang hadir untuk dapat berpartisipasi pada kegiatan Misi Dagang DJPEN yang akan datang;
- Pengembangan SDM ekspor (kegiatan pelatihan ekspor dan pendampingan ekspor / *Coaching Program*);
- Penyelenggaraan Trade Expo Indonesia 2018 dan Misi Dagang Lokal.

Kegiatan dilanjutkan dengan pemaparan Bapak Adipati, yang menyampaikan presentasi yang berjudul "Peran Lembaga Pembiayaan Ekspor Indonesia (LPEI) dalam membantu pembiayaan ekspor pelaku usaha". Dalam presentasi tersebut dipaparkan mengenai gambaran sekilas LPEI; kinerja LPEI; produk dan jasa LPEI terkait pembiayaan, penjaminan, asuransi, dan jasa konsultasi; arah pembiayaan LPEI mendukung kebijakan Pemerintah; dan Program LPEI - *National Interest Account (NIA)* dan Kredit Usaha Rakyat Berorientasi Ekspor.

Bapak Yusuv Suhyar menyampaikan presentasi yang berjudul "Potensi Ekspor Tujuan Pasar Regional dan Internasional". Pada paparannya, beliau menyampaikan beberapa hal terkait potensi daerah Jawa Barat; potensi unggulan Jawa Barat dan komoditas ekspor Jawa Barat; target pasar dan karakteristik pasar; strategi pengembangan ekspor; peran pemerintah; peran pelaku usaha; dan peningkatan daya saing.

Selain mengadakan kegiatan Penyebarluasan Informasi Ekspor dan Peluang Pasar, dalam rangkaian kegiatan, Direktur P2IE juga berkesempatan berkunjung ke Elina Keramik (Studio 181) di Bandung guna menggali beberapa informasi, antara lain terkait perkembangan *home decor*, *fashion accessories*, cinderamata, dan peralatan spa. Elina Keramik merupakan perusahaan yang memproduksi produk dengan material lokal dan teknik *handmade* melalui proses produksi yang ramah lingkungan, produk inovatif yang memiliki karakter dan identitas lokal yang mampu bersaing di pasar global. Produk tersebut dihasilkan dan dikembangkan di studio dengan membangun kemitraan dengan tenaga ahli dari Bandung. Pada kesempatan ini, Direktur P2IE juga menyempatkan berdiskusi dengan pemilik Elina Keramik terkait kendala dalam melakukan ekspor. Permasalahan yang utama adalah ketersediaan bahan baku keramik yang tidak standar di Indonesia. Permasalahan tersebut sudah lama disampaikan kepada Dinas maupun Kementerian Perindustrian untuk dicarikan solusi, akan tetapi sampai sekarang belum ada solusi konkrit dari Balai Keramik Perindustrian Provinsi Jawa Barat ataupun Balai Migas dan Keramik. Untuk ekspor keramik, jenis bahan keramik harus memiliki kualitas tinggi (tanah liat di atas 1.000 derajat celcius / *foodgrade ceramic*).





The 37th Annual Meeting of The Council of ASEAN – Japan Centre

Pertemuan Tahunan ke-37th *Council of ASEAN-Japan Centre* (AJC) telah berlangsung tanggal 26 - 28 Maret 2018 di Tokyo, Jepang. Pertemuan antara lain membahas agenda:

- (i) *Election of the New Chair, Vice-Chair and Rapporteur;*
- (ii) *Report of FY2017 Program Activities as of end February 2018;*
- (iii) *Transfer of Incremental Portion of the Obligatory Contributions by ASEAN Member Countries for FY2018;*
- (iv) *Transfer Unappropriated Balanced of FY2016 to the Special Fund for FY2018;*
- (v) *Re-appointment of incumbent Secretary General;*
- (vi) *Annual Work Program and Budget for FY2018;*
- (vii) *Next meeting of the council; dan Other Business.*

Pertemuan dihadiri oleh para *Council Director* atau yang mewakili, Sekretaris Jenderal (Sekjen) AJC, serta para *Executive Board* dari Negara Anggota ASEAN. Ketua Delegasi Indonesia untuk *Annual Council Director Meeting* adalah Direktur Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional - Kemendag, yang juga selaku Ketua Sidang AJC ke - 36 Tahun 2017, yang pada pertemuan ini juga menyerahkan keketuaan AJC Tahun 2018 kepada *Council Director* Lao PDR.

Delegasi Republik Indonesia terdiri dari Direktur Kerjasama Pengembangan Ekspor - Ditjen PEN, perwakilan dari Dit. Pengembangan Promosi BKPM, Dit. Kerjasama Eksternal ASEAN Kemlu, PTRI ASEA, dan KBRI Tokyo serta Kepala *Indonesia Trade Promotion Centre* (ITPC) di Osaka. Pada tanggal 25 Maret 2018, dilakukan pertemuan internal yang dihadiri oleh seluruh delegasi Indonesia yang bertujuan untuk mendapatkan informasi terbaru, khususnya mengenai permintaan pemerintah

Jepang agar negara-negara ASEAN dapat memberikan tanggapan atas keberadaan AJC.

Pertemuan dibuka oleh Dirjen Pengembangan Ekspor Nasional Kemendag, selaku *Chairperson* of AJC tahun 2017. Dalam sambutannya, Chair menyampaikan apresiasinya atas dukungan semua anggota terhadap pelaksanaan program dan aktivitas AJC selama tahun 2017. Selain itu, Indonesia menyampaikan agar AJC dapat terus berperan dalam meningkatkan hubungan Jepang dan ASEAN, terutama pada hubungan perdagangan, investasi dan pariwisata melalui program-program kegiatan yang diselenggarakan oleh AJC. Selanjutnya, pertemuan sepakat menetapkan Mr. Phongsavanh Sisoulath, selaku *Council Director* Lao PDR sebagai *Chairperson* AJC tahun 2018. Sedangkan Mr. Shigeki Takizaki (Jepang) dan Mr. Mastura Ahmad Mustafa (Malaysia) sebagai *Vice-Chair*, serta Sekjen AJC sebagai *Rapporteur*. Mr. Phongsavanh Sisoulath, dalam kapasitasnya sebagai Ketua yang baru menyampaikan apresiasinya atas



Keketuaan Indonesia di tahun sebelumnya juga mengharapkan dukungan dari semua Council Director dan sekretariat baru dan AJC sehingga dapat semakin memperkuat dan meningkatkan peran AJC ke level yang lebih tinggi.

Sekjen AJC menyampaikan bahwa sesuai dengan komitmen bersama pada sidang tahun lalu untuk terus berupaya menjadikan AJC menjadi lebih efisien, efektif dan terukur dalam meningkatkan kerja sama ASEAN dengan Jepang, maka penyusunan program-program tahun 2017 merupakan tindak lanjut dari pelaksanaan program di tahun 2017 dengan tetap menitikberatkan pada kerjasama inklusif dan berkelanjutan antara ASEAN dan Jepang sehingga hasil yang diperoleh memberikan manfaat yang lebih konkret.

Sekretariat AJC juga menyampaikan bahwa selama dua tahun berlangsungnya reformasi, telah memberikan hasil yang konkret. Pada tahun anggaran 2017, AJC telah melaksanakan 24 (dua puluh empat) program kegiatan, dan juga berkolaborasi dengan berbagai organisasi terkait. Indonesia menyampaikan apresiasi kepada AJC dalam mempromosikan perdagangan, investasi, pariwisata, dan *people to people contact* di kawasan ASEAN ke Jepang dan Indonesia telah berpartisipasi secara aktif dalam berbagai kegiatan di tahun 2017.

Terkait dengan program *promoting service trade seminar*, Indonesia berpartisipasi dalam 3 (tiga) sektor yaitu *Courier Services*, *Transportation Services*, dan *Tourism Services*. Selain itu, AJC telah melaksanakan ASEAN *Design selection* pada tanggal 6 Oktober 2017 di Jakarta untuk produk *home decor*. Indonesia juga mengapresiasi penyelenggaraan *Women Entrepreneurs Exchange Program* yang memberikan manfaat bagi pengembangan wanita pengusaha yang telah dilaksanakan pada tanggal 3 - 6 Desember 2017 di Jakarta.

Thailand menyampaikan bahwa setiap negara ASEAN memiliki perbedaan dalam mengatasi permasalahan yang dihadapi sesuai dengan kebijakan di masing-masing negara ASEAN. Oleh karena itu, adanya program *Non-Equity Mode* (NEM) dapat memberikan peluang munculnya suatu kebijakan yang sama di ASEAN. Menanggapi hal tersebut, Sekjen AJC menyampaikan bahwa saat ini AJC telah melakukan 3 (tiga) workshop di Filipina, Myanmar dan Vietnam.

Workshop tersebut mengangkat topik *Global Value Chain* (GVC's) guna mengumpulkan informasi mengenai kebijakan-kebijakan yang ada di negara tersebut, dan diharapkan nantinya dapat memberikan masukan atas berbagai permasalahan yang dihadapi,

khususnya yang terkait dengan *Non-Tariff Measures*.

Lao PDR menyampaikan agar dalam program *exchange of people*, selain mengirimkan pelajar dari negara ASEAN ke Jepang, kedepan juga dapat di pertimbangkan untuk mengirimkan pelajar Jepang ke negara ASEAN untuk mempelajari budaya ASEAN secara langsung.

daftar importir

1. BASSET FURNITURE INDUSTRIES INC

11 Sunset Drive Bassett VA, Amerika Serikat

Tel: 2766296471

Email: juvenile@bassettfurniture.com

Website: www.bassettfurniture.com

Produk yang Diminati:

Furniture, Office Machines (Duplicating, Sorting/Folding Mail, etc), Office or School Supplies of Plastics, Wooden Office Furniture

2. FACTORY DIRECT FURNITURE & MAT

1502 Boulevard Colonial Heights, VA, 23834, Amerika Serikat

Tel: 8045209556

Website: www.myfdf.com

Produk yang Diminati:

Office Machines (Duplicating, Sorting/Folding Mail, etc), Office or School Supplies of Plastics, Wooden Office Furniture

3. DOLGEN CORP, LLC

100 Mission Ridge Goodlettsville TN 37072-2170, Amerika Serikat

Tel: 6158554000

Fax: 6153869936

Email: custsvc@dollargeneral.com

Website: www.dollargeneral.com

Produk yang Diminati:

Office Machines (Duplicating, Sorting/Folding Mail, etc), Office or School Supplies of Plastics, Wooden Office Furniture

4. SBARS'S INC

14 Sbar Boulevard, Moorestown, New Jersey 08057, Amerika Serikat

Tel: 8562348220

Email: webstore@sbarsonline.com

Website: www.sbarsonline.com

Produk yang Diminati:

Office Machines (Duplicating, Sorting/Folding Mail, etc), Office or School Supplies of Plastics, Wooden Office Furniture

5. BRATT DECOR INC

PO BOX 6277 Scottsdale, Arizona 82561, USA

Tel: 4103274600

Fax: 4103274446

Email: info@brattdecor.com

Website: www.brattdecor.com

Produk yang Diminati:

Office Machines (Duplicating, Sorting/Folding Mail, etc), Office or School Supplies of Plastics, Wooden Office Furniture



“Pada tahun 2017, Provinsi di Indonesia yang memiliki nilai ekspor terbesar untuk produk furnitur yang berasal dari kayu, rotan & bambu adalah Jawa Tengah, Jawa Timur dan DKI Jakarta. Jawa Tengah memiliki nilai ekspor sebesar US\$ 604,48 juta, nilai tersebut mewakili 43,39% dari nilai ekspor Indonesia untuk produk tersebut ke Dunia.”

TRADE **X** PO Indonesia

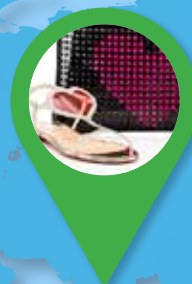
October
2018
Jakarta



Manufactured
Goods and Services



Knock Down House
and Garden Furniture



Fashion, Lifestyle and
Creatives Products

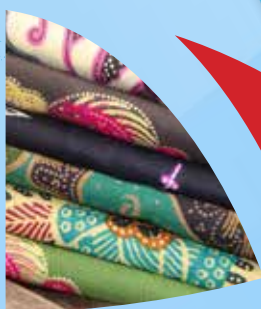


Food and
Beverages



Premium SME's
Products

P
r
o
d
u
c
t
s
&
S
e
r
v
i
c
e
s



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

tradeexpoindonesia@kemendag.go.id
www.tradeexpoindonesia.com

DJPEN - Direktorat Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional
Kementerian Perdagangan

Jl.M.I.Ridwan Rais No.5, Gedung Utama Lantai 3
Jakarta Pusat, INDONESIA 10110

Telp. : (62-21) 3858171
Fax : (62-21) 23528652

www.djpen.kemendag.go.id

CSC@kemendag.go.id
 CSC Kemendag
 @csckemendag