



KEMENTERIAN PERDAGANGAN
REPUBLIK INDONESIA

DJPEN/MJL/002/08/2011 Edisi Agustus

WARTA EKSPOR

SEA GAMES 26th Sebagai Ajang Unjuk Diri

26th SEA GAMES
INDONESIA 2011
JAKARTA - SUMATERA SELATAN



PEMERINTAH PROVINSI
SUMATERA SELATAN

Editorial

Memang tidak mudah meramu kegiatan olah raga sekaligus dapat meningkatkan pariwisata serta meningkatkan kemampuan para pelaku usaha dalam rangka meningkatkan *image* Indonesia di mata dunia. Namun ajang olahraga terbesar se-Asia Tenggara, Sea Games, yang tahun ini digelar di Indonesia dinilai efektif menjadi sarana promosi pariwisata sekaligus menumbuhkan sektor ekonomi kreatif di daerah. Direktur Promosi Dalam Negeri Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf), Muhammad Faried, di Jakarta, mengatakan, olahraga dan pariwisata tidak bisa dipisahkan, keduanya bersifat saling melengkapi. Akan menjadikan *event* olahraga se-Asia Tenggara XXVI itu sebagai salah satu sarana promosi wisata.

Namun kalau dilihat dari persiapan yang terkesan dipaksakan, karena dipersiapkan dalam waktu singkat. Berharap hasil maksimal tentu dengan persiapan yang panjang, butuh perencanaan yang matang.

Berbicara masalah olahraga dan pariwisata yang benar-benar tidak bisa dipisahkan adalah masalah infrastruktur. Hal ini merupakan salah satu faktor penentu terhadap jumlah kedatangan para pengunjung dan wisata.

Faktor lain yang tidak kalah pentingnya adalah para pelaku usaha, baik dibidang *handicraft* atau cinderamata serta kuliner. Hal ini membuat pengunjung dan para wisata merasa dilayani dan berkesan.

Direktur Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional
Kementerian Perdagangan Republik Indonesia

Hesti Indah Kresnarini

Daftar Isi

DJPEN/MJL/002/08/2011 Edisi Agustus



EDITORIAL **2**

TAJUK UTAMA **3**

SEA GAMES 26th sebagai Pekan Unjuk Diri

Acara olahraga terbesar se-Asia Tenggara tahun ini kembali digelar, dan Indonesia dipercaya untuk menyelenggarakan *event* akbar ini.

KISAH SUKSES **14**

KEGIATAN DITJEN PEN **16**

SEKILAS INFO LUAR NEGERI **18**

DAFTAR IMPORTIR **19**

STT: Ditjen PEN/MJL/77A/VIII/2011; **Pelindung/Penasehat:** Hesti Indah Kresnarini **Pimpinan Umum:** Indrasari Wisnu Wardhana
Pemimpin Redaksi: RA. Marlana, **Redaktur Pelaksana:** Sugiarti, **Penulis:** Siska Febriliani Sahat
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

SEA GAMES 26th sebagai Ajang Unjuk Diri



A cara olahraga terbesar se-Asia Tenggara kembali digelar, dan Indonesia dipercaya untuk menyelenggarakan *event* akbar ini. Ini merupakan keempat kalinya Indonesia menjadi tuan rumah festival olahraga setelah sebelumnya di SEA Games 1979, SEA Games 1987, dan SEA Games 1997. SEA Games ke-26 kali ini rencananya dilaksanakan pada 11-26 Nopember 2011. Indonesia SEA Games Organizing Committee (INASOC) memilih tanggal cantik 11/11/2011 untuk upacara pembukaan yang akan diselenggarakan secara spektakular di sepanjang sungai Musi, sedangkan penutupan di gedung bersejarah, Benteng Kuto Besak (Fort).

Bumi Sriwijaya (Palembang) ditetapkan sebagai tuan rumah penyelenggaraan SEA Games disamping Jakarta yang menjadi tuan rumah pendukung. Dengan demikian, setelah Chiang Mai dan Nakhon Ratchasima di Thailand, salah satu provinsi terbesar di pulau Sumatera ini akan tercatat sebagai salah satu dari tiga kota yang pernah menyelenggarakan SEA

Games di luar Ibu Kota negara. Dua tahun sebelumnya, Laos yang baru bergabung dengan ASEAN dipercaya menjadi tuan rumah untuk SEA Games ke-25. Tahun ini, Indonesia bertekad menyusul keberhasilan Laos tersebut.

Sebanyak 542 medali emas dipertandingkan melalui 44 Cabang olahraga. 22 diantaranya dipertandingkan di Palembang dan 24 cabang dipertandingkan di Jakarta. Dari keseluruhan cabang olahraga yang dipertandingkan, vovinam dan petanque merupakan cabang yang baru dipertandingkan di Sea Games kali ini.

Namun demikian, acara ini bukan hanya bergelut di sektor olahraga saja. Setidaknya ada tiga sukses yang dapat dicapai Indonesia terkait pelaksanaan SEA GAMES ke 26 mendatang, yaitu sukses prestasi, sukses penyelenggaraan dan sukses dalam peningkatan perekonomian, terutama di dua kota tempat terselenggaranya acara tersebut, Palembang dan Jakarta.

Peluang Meraih Sukses

Dalam mendukung sukses prestasi, di tahun 2011 Kementerian Pemuda dan Olahraga RI (Kemenpora) menjalin kerjasama dengan setidaknya dua negara, yaitu Korea dan Laos. Kerjasama teknis ini khususnya untuk meningkatkan prestasi di cabang taekwondo untuk atlet yang akan bertanding di Sea Games. Berdasarkan keterangan Manajer Pelatnas Taekwondo, Yoseph Hungan, sebagaimana dilansir Forum Pemuda dan Olahraga (Formula) Kemenpora edisi April – Mei 2011, sebanyak 34 taekwondo diterbangkan ke Korea Selatan guna mendapat bimbingan pelatih Korea Selatan, selain untuk mengikuti kejuaraan dunia cabang taekwondo pada 2-6 Mei 2011 di negeri Ginseng tersebut. Bimbingan teknis tersebut sebagai tindak lanjut penandatanganan MoU (Memorandum of Understanding) pada 7 Mei 2011 antara Kemenpora dengan Korea National Sport University (KNSU), yang didalamnya tertuang mengenai pertukaran olahragawan dan pelatih, penelitian bersama, pertukaran informasi terkait *sport science* dan pelatihan-pelatihan bersama. Cabang panahan pun mendapat prioritas yang sama dengan taekwondo. Di cabang bulutangkis, Indonesia melakukan *sharing* dengan Korea Selatan, karena walaupun lebih dulu berkenalan dengan olahraga ini, namun prestasi Indonesia sedang menurun di tahun-tahun terakhir.

Sebelumnya, pada akhir Februari, Indonesia melalui Kemenpora juga telah terlebih dulu menjalin kerjasama dengan Kementerian Olahraga dan Pendidikan Jasmani Laos. Menurut Menpora Andi Malarangeng, Laos mencetak prestasi olahraga yang luar biasa dan menjadi satu kekuatan baru di Indo-China. Indonesia bisa belajar dari Laos untuk beberapa jenis olahraga yang populer di Indo-China, tapi tidak populer di dalam negeri seperti petanque dan vovinam, dua cabang yang baru mulai dilagakan di Sea Games kali ini. Sementara itu, Laos banyak difasilitasi Indonesia dalam mendapatkan bantuan di bidang keolahragaan, misalnya Komite Olimpiade Internasional. Isi MoU (memorandum of understanding) dua negara meliputi tukar menukar pelatih, olahragawan dan informasi lainnya guna meningkatkan prestasi. Namun demikian, di luar hal tersebut, kesepakatan ini diharapkan membuka kerjasama yang lebih luas lagi bukan hanya bidang olahraga maupun lainnya, terlebih Indonesia dan Laos sebagai satu kesatuan dalam lingkup ASEAN.

Selain itu, di bulan Mei 2011, Indonesia dan India menjalin kerjasama olahraga. Inti dari kerjasama adalah di bidang *sport science* dan *sport medicine*. Melalui Kemenporanya, India membuka tangan lebar bagi insan olahraga Indonesia dalam mempergunakan fasilitas olahraga di negara tersebut. Indonesia dan India akan sama-sama mengisi bidang-bidang





yang lemah dari olahraga masing-masing. Seperti India dengan kriketnya dan Indonesia dengan bulutangkisnya. Salah satu contoh sukses adalah, Saina Nehwal, pebulutangkis putri terbaik India yang kini di posisi empat dunia, dulunya belajar di Indonesia (Ghiboo.com). Jawa Barat merupakan salah satu provinsi yang direferensikan untuk melaksanakan kerjasama tersebut. Di awal tahun ini, Indonesia juga menjalin kerjasama olahraga dengan Australia. Pada Januari 2011, Komite Olimpiade Indonesia dengan Kedutaan Australia menyelenggarakan seminar dengan pembahasan tentang struktur pelatihan olahraga elit dengan perspektif internasional. Pesertanya, antara lain, berasal dari Aceh dan Surabaya, mewakili olahraga arus utama seperti sepakbola dan bulutangkis, serta olahraga tradisional seperti pencak silat.

Peningkatan Sektor Ekonomi

Dalam hal peningkatan perekonomian, bukan hanya industri besar, penyelenggaraan SEA Games juga berpotensi memajukan perekonomian Sumatera Selatan secara keseluruhan. Menjelang acara, pertumbuhan ekonomi provinsi ini mengalami peningkatan hingga 6,4% disebabkan pembangunan fisik sarana dan prasarana Sea Games yang

menggunakan tenaga kerja besar-besaran.

Sebagaimana dilansir Harian Kompas, persiapan SEA Games terlihat telah meningkatkan geliat ekonomi masyarakat di Palembang dan sekitarnya, setidaknya sejak awal tahun 2011. Geliat ekonomi ini terlihat dari dibangunnya sejumlah hotel baru dibangun, terserapnya setidaknya 4.000 tenaga buruh untuk pembangunan, serta meningkatnya kegiatan di sentra kerajinan rakyat untuk pembuatan cinderamata.

Diperkirakan, sebanyak 5.000 atlet dari sebelas negara di Asia Tenggara, termasuk dari Indonesia akan berpartisipasi dalam ajang ini. SEA Games juga akan diramaikan dengan kehadiran *sports officials*, sponsor, jurnalis, ahli/komentator maupun *supporter* dalam negeri dan negara partisipan lainnya yang tidak sedikit jumlahnya. Dengan demikian, melalui penyelenggaraan SEA Games diperkirakan konsumsi domestik akan meningkat. Walaupun ada sebagian kalangan yang menyatakan bahwa lonjakannya tidak seperti PON (Pekan Olahraga Nasional), dari segi perdagangan Indonesia secara hakiki mengeksport barang dan jasa tidak dengan cara biasa. Kali ini, bukan barang dan jasa yang diekspor untuk konsumen luar negeri, tapi justru konsumennya yang didatangkan. Dapat dipastikan sektor pelayanan, akomodasi,

transportasi, jasa hotel, restoran, dan hiburan akan menikmati hasilnya.

Dalam hal akomodasi, aspek yang diperhatikan, antara lain, restoran dan hotel, sarana angkutan dan transportasi, akses ke tempat-tempat cinderamata atau wisata serta keberadaan *mall*. Jasa hotel menjadi salah satu industri yang menuai hasil. Perhelatan tersebut diperkirakan mampu menghadirkan puluhan ribu tamu lokal dan mancanegara. Perhimpunan Hotel dan Restoran Indonesia (PHRI) telah menyiapkan ribuan kamar untuk tamu yang berkunjung ke Sumatera Selatan selama acara berlangsung.

Sebagaimana dipublikasikan melalui Trijaya Palembang, Ketua PHRI Sumsel Herlan Asfudin mengatakan, pihaknya dari sektor perhotelan diperkirakan mampu meraup keuntungan sebesar 400%-500% dari hari biasa. Hal ini didasarkan pada *event* PON tahun 2004, yang mana sektor perhotelan mampu meraup keuntungan sebesar 300%. "Kalau PON kemarin kita mampu meraup keuntungan 300%, untuk Sea Games ini mudah-mudahan mampu mencapai 400% atau 500%," ungkapnya. Kehadiran SEA Games juga diharapkan menjadi ajang pendorong sektor pariwisata. Selain pelayanan perhotelan, pihak PHRI juga akan bekerja sama dengan Dinas

pariwisata Sumsel dalam memberikan semacam penawaran berupa paket wisata untuk turis guna lebih memperkenalkan potensi wisata di Sumatera Selatan.

Peningkatan Sektor Pariwisata dan Budaya

Kekayaan pariwisata Indonesia, termasuk Sumatera Selatan, menawarkan berbagai pesona alam, wisata sejarah, budaya, religius dan kuliner, antara lain Sungai Musi, Air Terjun Lematang, Hutan Wisata Pundi kayu, Masjid Agung Palembang, Benteng Kuto Besak, Museum Sutan Mahmud Badaruddin II, dan sejumlah objek wisata lain masih bisa terus dikelola dan dipromosikan, seperti misalnya Pulau Kemaro. Beberapa obyek wisata, antara lain, Sungai musu dan Benteng Kuto akan dipromosikan melalui penyelenggaraan penutupan dan pembukaan Sea Games. Selain itu, Jakarta sebagai kota terbesar di Indonesia sekaligus kota penyelenggara kedua juga potensial menjadi tujuan wisata saat dan pasca Sea Games. Ancol, Taman Mini Indonesia Indah, Monas, Kepulauan Seribu dan Kebun Binatang Ragunan menjadi tujuan wisata yang populer. Namun demikian, bukan hanya pariwisata di dua kota penyelenggara saja, tapi daerah lainnya misalnya Bali dan Yogyakarta, tetap menjadi favorit kunjungan wisata. Usai Sea Games, dimungkinkan kunjungan pariwisata ke





daerah-daerah di Indonesia diperkirakan meningkat.

Kuliner Indonesia yang beraneka ragam juga menjadi sisi komersial dari paket pariwisata. Bukan hanya pempek, tapi juga tersedia beraneka macam santapan seperti pindang, kemplang dan kerupuk (fish crackers), tekwan, model, laksan, celimpungan, mie celor, mie pangsit, maupun mie tumis dan pangsit untuk golongan non-muslim. Cemilan khusus yang terkenal antara lain kue lapis, kue 8 jam, bolu kojo atau makau, dan enggak ketan. Karena posisinya yang strategis, kota ini banyak mendapatkan pengaruh cita rasa kuliner dari kebudayaan Melayu, Tiongkok dan Peranakan hingga kaya ragam dan rasa. Namun demikian, sesungguhnya bukan hanya khas Palembang saja, berbagai jenis kuliner Indonesia juga merupakan bagian dari kekayaan kuliner dan kreatifitas bangsa yang patut dipromosikan melalui ajang ini.

Sektor lainnya yang tak kalah menuai hasil adalah kerajinan. Permintaan produk kerajinan, buah tangan dan *souvenir* diperkirakan meningkat. Sebagaimana dilakukan oleh pengusaha Palembang menjelang awal persiapan SEA Games, berbagai variasi dan motif dikembangkan jauh hari oleh pengusaha *souvenir* di kota ini. Pengusaha Sumatera Selatan telah melakukan antisipasi untuk menghasilkan kerajinan

yang tak kalah dari kerajinan asal Yogyakarta, Bandung maupun Bali yang sudah memiliki nama di dunia internasional. Keuntungannya, selama ini Palembang telah berpengalaman dan terkenal dengan kerajinan kain songket atau kerajinan ukir kayu khas Palembang.

Berbagai variasi dan motif telah dipersiapkan kerajinan kota Palembang dari jauh-jauh hari, seperti kemeja, sarung bantal, spre, taplak meja dengan motif khas Palembang. Menurut Kadisperindag Sumatera Selatan, Eppy Mirza, untuk barang kerajinan sendiri saat ini telah terdapat 150 jenis produksi UKM di Sumatera Selatan. Para pengusaha memperkirakan bahwa barang-barang kerajinan yang akan laris dijual saat Sea Games adalah barang berukuran kecil dan mudah dibawa dengan desain khusus yang tidak hanya berfungsi sebagai pajangan namun juga memiliki fungsi teknis, misalnya gantungan kunci dan figura. Produk cinderamata lainnya, di antaranya miniatur lemari ukir khas Palembang, ukiran corak jembatan ampera, *post card*, dan produk lainnya.

Dalam rangka mendukung niat baik pengusaha, Pemerintah Provinsi Sumatera Selatan mendorong UKM salah satunya dengan menyelenggarakan Gelar Produk UKM Sea Games 2011/Sriwijaya International Expo mulai tanggal 12-20 Nopember 2011. Acara



direncanakan untuk digelar di Sriwijaya Promotion Centre, Kompleks Dekranasda, Jakabaring. Kegiatan ini rencananya dikemas dalam bentuk pameran industri kecil dan menengah (IKM), industri besar, pameran investasi, forum dialog perdagangan, pameran pariwisata, pekan seni dan film, gelar seni budaya, serta pentas artis. Produk yang akan ditampilkan dalam acara tersebut antara lain: Industri Kecil Menengah & Kerajinan; Tekstil & Produk Tekstil/*garment*; *fashion*; *Souvenir*; produk kulit&alas kaki; *handicraft*; *furniture*; Aksesoris; Makanan&minuman kemasan; Otomotif, suku cadang & aksesoris; Bahan bangunan, properti, interior; Koperasi & UMKM; Potensi daerah Kabupaten, Kota & Provinsi. Target pesertanya adalah mitra binaan pemerintah provinsi, kota dan kabupaten; dinas-dinas terkait seluruh Indonesia; mitra binaan Departemen; BUMN dan BUMS; serta perorangan.

Menurut Eppy Mirza, Provinsi Sumatera Selatan diwakili sebanyak 15 kabupaten/kota. Setiap kabupaten/kota mendapat jatah tiga *stand* sehingga total terdapat 45 *stand*. Sejumlah 300 *stand* internasional dipersiapkan untuk acara tersebut. Beberapa negara juga telah mendaftar antara lain Finlandia, Philipina, Malaysia dan Korea.

Acara ini awalnya bernama Sriwijaya Expo dan diselenggarakan pada Juni. Namun, dengan memanfaatkan momentum besar seperti Sea Games, akan meningkatkan pamornya dan kesempatan peningkatan ekonomi masyarakat. Diperkirakan 10.000 orang akan hadir mengunjungi acara tersebut

dengan target pengunjung pemerintah kabupaten/kota di Sumsel, negara peserta SEA Games, dinas, badan serta kantor di lingkungan Pemprov hingga pemerintah kabupaten/ kota se-Sumsel, Kementerian, BUMN/ BUMD, provinsi-provinsi lain di Indonesia yang berminat. Ajang ini dapat dimanfaatkan oleh pengusaha lain di luar Sumatera Selatan untuk ikut berpartisipasi memanfaatkan peluang peningkatan perekonomian dari penyelenggaraan Sea Games 2011.

Selain itu, ajang ini bisa dimanfaatkan untuk meningkatkan produksi dan ekspor produk olahraga Indonesia. Untuk ajang ini, penggunaan alat olahraga produksi lokal akan dioptimalkan dalam seluruh cabang. Untuk masa yang akan datang, pembangunan sarana olahraga jelas dapat mendatangkan manfaat, baik bagi industri pariwisata maupun industri lainnya. Bagi Kota Palembang, ini bisa menjadi awal dimana olahraga bisa menjadi titik penggerak ekonomi. Selama ini ekspor produk alat olah raga Indonesia sudah diekspor hampir ke seluruh penjuru negara di dunia, meliputi produk garmen atau pakaian jadi olah raga, berbagai jenis bola, meja tenis, peralatan tenis, tas olah raga, busur dan panah, pakaian renang batik, peralatan golf, *shuttlecocks* dan lain-lain.

Sebelumnya, sejumlah alat olahraga Indonesia telah berhasil menembus pasar internasional. Bola sepak bermerek Triple S misalnya, permintaan terhadap produksi PT Sinjaraga Santika Sport ini meningkat tajam menjelang *event* internasional Piala Dunia di



Afrika Selatan. Selain alat olahraga, Indonesia juga merupakan salah satu eksportir sepatu olahraga. Banyak merek luar yang merelokasi manufaktur mereka ke Indonesia, seperti Nike atau Adidas. Namun, ada juga merek dalam negeri yang mampu menembus pasar ekspor, seperti sepatu merek Specs produksi PT Panarub. Di tengah maraknya merek luar negeri mem-brand alat-alat dan berbagai *sport suit*, usaha membangun merek sendiri patut mendapat acungan jempol.

Peluang Meningkatkan Investasi

Secara umum, acara ini menjadi acara yang sangat tepat untuk promosi Indonesia kepada dunia. Demikian yang dinyatakan Rachmat Gobel, Direktur Inasoc, kepada Jakarta Post. Dari sisi ekonomi, pembangunan riil telah berjalan, yaitu pembangunan gedung, berbagai sarana dan prasarana bahkan Provinsi.

Walau ditengarai banyaknya komentar negatif tentang pembangunan sarana olahraga di kompleks Jakabaring, *sport city* Palembang diharapkan dapat menarik investor asing untuk menanamkan modal di Bumi Sriwijaya ini. Kompleks ini selain menjadi pusat sarana dan fasilitas olahraga, juga berpotensi besar sebagai tujuan wisata dalam dan luar negeri.

Saat ini, kompleks Jakabaring telah berhasil menarik pengunjung, walaupun masih dalam skala domestik dan lokal. Konsep pembangunan ekonomi melalui sarana olahraga yang eksklusif mempunyai *multiplier effect* bagi sektor lainnya secara keseluruhan.

Menurut Gubernur Sumatera Selatan, Alex Noerdin, sebagaimana dilansir Harian Kompas, penyelenggaraan Sea Games XXVI di Palembang,

Sumatera Selatan, diharapkan meningkatkan investasi daerah dalam jangka panjang.

Meningkatnya iklim investasi daerah juga didukung oleh perbaikan dan peningkatan infrastruktur untuk menyambut peristiwa olahraga tingkat Asia Tenggara tersebut, misalnya pelebaran ruas jalan negara, perluasan bandara, perbaikan stasiun kereta api, dan penambahan armada bus rapid transit.

Selain itu, Sea Games sekaligus dipandang sebagai ajang untuk memperlihatkan bahwa Sumatera Selatan daerah yang kondusif dengan masyarakat aman dan pemerintah yang dapat diandalkan.

Usai Sea Games, lapangan olahraga serta kompleks olahraga Jakabaring yang khusus dipersiapkan untuk acara tersebut akan menjadi aset daerah. Rencananya, sarana olahraga berstandar internasional tersebut akan dimanfaatkan untuk menggelar *event-event* olahraga internasional. Sejumlah kompetisi olahraga tingkat Asia dan Asia Pasifik pun telah diagendakan untuk dilaksanakan di Palembang selama setahun mendatang.

Sarana umum lain yang dibangun untuk mendukung Sea Games adalah rumah sakit berstandar internasional yang baru pertama kali ada di Sumsel. Rumah sakit ini ditujukan bagi para atlet Sea Games. Rumah sakit tersebut dibangun dengan sistem build operate transfer (BOT) di lahan milik Pemerintah Provinsi Sumsel. Artinya, rumah sakit akan dikembalikan kepada Pemprov Sumsel setelah 30 tahun. Tanpa adanya Sea Games, rumah sakit setaraf ini baru diproyeksikan baru bisa terbangun di Palembang 20 tahun mendatang. Ini menjadi salah satu wujud percepatan pembangunan daerah.



SERBA-SERBI SEA GAMES

LOGO & MASKOT

Pada tanggal 15 Januari 2011, burung garuda resmi diperkenalkan sebagai logo SEA Games ke-26. selain karena sebagai lambang negara Indonesia, burung garuda menggambarkan kekuatan. Kepakan sayapnya melambangkan kemegahan dan kejayaan. Tiga warna yang tergambar dalam logo tersebut adalah merah sebagai lambang keberanian, semangat dan nasionalisme; hijau melambangkan alam pegunungan Indonesia dan biru melambangkan samudera dan kekayaan bahari Indonesia.

Logo tersebut diperkuat dengan peluncuran maskot SEA Games 2011 berupa komodo yang resmi diperkenalkan pada 25 April 2011, tepat 200 hari



sebelum pelaksanaan SEA Games. Komodo selama ini dikenal sebagai makhluk yang tangguh menghadapi tantangan. Kadal terbesar di dunia ini menjadi pilihan karena merupakan salah satu kebanggaan Indonesia dan termasuk hewan asli Indonesia dengan populasi yang saat ini tergolong langka. Hidup dan berkembang di Kepulauan Timur Indonesia, Pulau Komodo, Flores, Nusa Tenggara Timur (NTT) selama jutaan tahun, saat ini populasinya stabil di kisaran 3000 sampai 5000 ekor. Saat ini populasinya terdapat di Taman Nasional Komodo, meliputi pulau Komodo, pulau Rinca, dan pulau Padar, Nusa Tenggara Timur.

Karakter yang dimunculkan berdasarkan konsep tersebut dinamakan "Modo dan Modi", sepasang komodo yang mengenakan pakaian tradisional. Modo adalah komodo jantan mengenakan kostum tradisional Indonesia berwarna biru dengan selempang sarung batik. Sementara, Modi adalah komodo betina yang mengenakan kebaya merah juga dengan selendang dan kain batik.

Secara filosofi, "Modo" adalah singkat dari nama Komodo, dan "Modo-Modi" adalah modifikasi dari Muda-Mudi (pemuda-pemudi) yang ditujukan bagi remaja-remaja Indonesia. Ditetapkannya Modo dan Modi sebagai maskot akan membuat komodo semakin terkenal dan Sea Games menjadi momentum penting untuk semakin memperluas promosi komodo di dunia, sekaligus upaya Indonesia untuk mempromosikan

Taman Nasional Komodo sebagai kandidat "New 7 Wonders of Nature" di dunia.

Liputan Media

Sedikitnya 39 stasiun televisi se-Asia Tenggara menjadi *official tv broadcaster* untuk menyiarkan Sea Games, yang bisa menjadi sarana promosi cuma-cuma. Berdasarkan antaranews, kurang lebih 3.000 jurnalis akan meliput ajang Sea Games 2011, terdiri dari 2.300 jurnalis domestik dan 700 jurnalis luar negeri. Selain itu sebanyak 20 stasiun radio dari 11 negara partisipan akan menyiarkan berita-berita terkini mengenai acara dimaksud.

Theme and Official Song

Pada tanggal 20 Juni 2011, INASOC meluncurkan *official song* untuk SEA Games. Dengan judul "KITA BISA" (We Can Do It). Lagu ini diciptakan oleh musisi berbakat Yovie Widiyanto dengan menggaet Dudi dan Dikta NUNO, Ello, Judika, Terry, Astrid, dan Lala Karmela sebagai penyanyinya. Diproduksi oleh Sony Music Indonesia, lagu tersebut dimaksudkan untuk meningkatkan antusiasme, dan mengobarkan semangat bertanding bagi para atlet yang menjadi garda terdepan. Selain *official song*, *theme song* atau lagu tema adalah lagu yang menjadi tema dari suatu acara. *Theme song* Sea Games ke-26 berjudul "Ayo Indonesia Bisa" dilantunkan dua musisi muda Ello dan Sherina.



Tajuk Utama

Untuk acara pembukaan Sea Games, lagu Sumatera Selatan Kabile-Bile (Some Day) dipilih sebagai bagian dari pagelaran musik. Bersama dengan lagu Keroncong Kemayoran dan Ampar-ampar Pisang, paduan suara akan melibatkan 500 orang pelajar, dosen, anggota organisasi wanita dan pegawai bank membawakan penampilan berdurasi 40 menit. Sejumlah 3.800 penari dari sekolah dan universitas juga telah menyiapkan penampilan pada acara pembukaan dan penutupan yang kabarnya akan menjadi acara pembukaan dan penutupan paling spektakuler sepanjang sejarah Sea Games.

Relevansi Penyelenggaraan

Hingga saat ini, minat masyarakat Indonesia akan olahraga masih sangat kurang. Berdasarkan Statistik Keolahragaan Indonesia tahun 2010, dalam kurun waktu 2003, 2006, dan 2009 partisipasi penduduk dalam melakukan olahraga terus menurun, yaitu dari 25,4 persen pada 2003, turun menjadi 23,2 persen di tahun 2006, dan terakhir turun menjadi 21,8 persen di tahun 2009. Pola tersebut berlaku baik di daerah perkotaan maupun perdesaan. Minat tertinggi penduduk dalam berolahraga terkonsentrasi di Pulau Jawa, yakni Provinsi DI Yogyakarta (30,3%), DKI Jakarta (27,4%), dan Banten (26,1%). Sementara penduduk yang berolahraga dengan persentase paling rendah di Indonesia bagian Timur yaitu Provinsi Papua Barat

(12,0 %), Papua (12,9 %), dan Nusa Tenggara Timur (14,1 %).

Olahraga belum menjadi bagian dari budaya dan keseharian masyarakat Indonesia, kesadaran terhadapnya pun masih sangat individual dan parsial. Hasil Susenas 2009 menunjukkan bahwa sebagian besar penduduk yang berolahraga melakukannya dengan tujuan menjaga kesehatan (69,7%). Sementara itu, hanya sebagian kecil saja yang melakukan olahraga dengan tujuan prestasi (6,8%) dan rekreasi (2,9%). Pada umumnya (63,9%) penduduk berolahraga dengan frekuensi hanya satu hari dalam seminggu, dengan intensitas tidak lebih dari satu jam dalam sehari. Jenis olahraga yang paling sering dilakukan penduduk adalah senam (SKJ dan senam lainnya).

Sarana olahraga disinyalir menjadi salah satu alasan kemunduran olahraga di Indonesia. Terpusatnya kegiatan dan pembangunan di Ibukota yaitu Jakarta juga menjadi polemik. Walau demikian, minat masyarakat Jakarta terhadap olahraga juga tidak otomatis signifikan. Pola hidup padat dan "habis waktu di jalan" menghabiskan banyak energi, sehingga banyak masyarakat yang tidak terlalu peduli. Di Ibukota, olahraga menjadi satu sektor dengan segmentasi berlapis-lapis, mulai dari kelas olahraga di dalam ruangan yang eksklusif dengan fasilitas mewah, impor budaya olahraga untuk kesehatan seperti





meditasi dengan yoga, taman kota dengan *jogging track* serta fasilitas umumnya, sampai jalanan umum yang diubah menjadi stadion bermodalkan massa dan peralatan seadanya. Oleh karena itu, ada positifnya juga menyambut baik pembangunan fasilitas dan sarana olahraga tidak hanya di kota besar seperti Jakarta.

Stadion Atletik contohnya, dengan 8 lintasan lari sintesis dan juga 6 lintasan khusus untuk pemanasan. stadion tersebut menjadi stadion atletik pertama dan terlengkap di Indonesia. Teknologi yang digunakan sudah standar Olimpiade dengan salah satu keunggulannya adalah penggunaan Swiss Timing dari Omega untuk catatan waktu pertandingan. Padahal dari 25 kali penyelenggaraan Sea Games. belum pernah penggunaan teknologi tersebut. Bukan hanya stadion atletik, tapi juga di kolam renang dan lapangan tembak, teknologi tersebut akan digunakan. Sungguh keunggulan terhadap fasilitas yang dibangun di Bumi Sriwijaya tersebut.

Melalui penyelenggaraan Sea Games dan dibangunnya fasilitas olahraga daerah, terutama di Palembang, diharapkan minat olahraga masyarakat meningkat dan semakin beragam. Bagaimanapun, kesadaran masyarakat akan pentingnya olahraga juga semakin tinggi, hanya saja masih banyak kendala teknis di sana dan di sini sehingga intensitas berolahraga belum meningkat secara nyata. Di kota besar, beberapa instansi telah rutin menyelenggarakan waktu olahraga bagi pegawainya. Bila minat berkembang, intensitas

meningkat, peluang industri alat-alat olahraga dan pakaian olahraga dalam negeri sendiri bisa menuai hasil besar. Bayangkan, miliaran penduduk bisa menjadi pemicu konsumsi domestik. Jangan hanya produk impor saja, produk dalam negeri pun bisa berjaya di negeri sendiri.

Sea Games yang akan berlangsung pada Nopember itu pun diharapkan bisa membawa suasana baru. Di tengah kisruh nasionalitas dan krisis kepercayaan terhadap negara, umumnya masyarakat akan satu kata dan satu aksi mendukung bangsanya di tengah acara keolahragaan. Seluruh lapisan masyarakat dari berbagai profesi siap mendukung atletnya dalam ajang bergengsi tersebut. Pemersatu, demikian konsep yang ditawarkan melalui acara ini.

Konsep sportifitas dalam olahraga juga sangat baik bila diterjemahkan dan diaplikasikan dalam bidang perdagangan. Sudah saatnya UKM dan perusahaan di Indonesia saling belajar dan saling mendukung demi kemajuan bersama, bukan saling menjatuhkan. Semangat kedaerahan pun sebaiknya ditampilkan dengan performa yang tepat. Menampilkan citra perdagangan Indonesia yang baik merupakan satu langkah pengembangan ekspor yang sangat baik dan *event* internasional ini menjadi ajang para pengusaha untuk tampil kompak dalam menampilkan citra yang baik. Mari kita bersama mengubah *event* regional ini menjadi satu kesempatan untuk unjuk gigi, INDONESIA BISA!

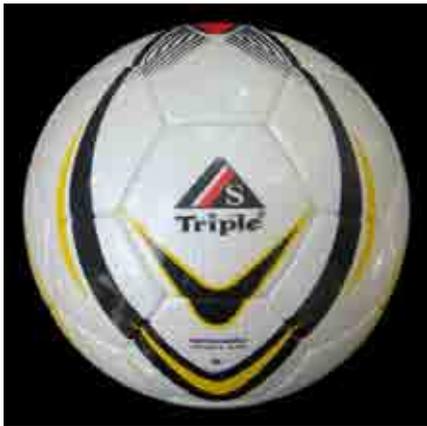
PT SINJARAGA SANTIKA SPORT & PT INKOR BOLA PACIFIC



PT SINJARAGA SANTIKA SPORT

PT Sinjaraga Santika Sport adalah perusahaan bola sepak jahit terbesar di Indonesia yang terletak di Majalengka, Jawa Barat, dan merupakan satu-satunya perusahaan bola sepak di Indonesia yang telah mendapatkan pengakuan Internasional ISO 9001-2000 / SNI 19-9001-2001, Sertifikat FIFA, FIBA dan sertifikat khusus untuk masyarakat Eropa dari

negara Italia CE Mark No. 0376. Kualitas produk yang dibuat perusahaan ini mengacu kepada FIFA yang telah melalui riset dan pengembangan terus menerus dengan memakai bola dalam terbaik di dunia, yaitu Taiwan Butyl atau Latek Enkay India. Bola yang diproduksi Triple'S ini menggunakan bahan kulit sintesis pilihan serta proses cetak dan tinta cetak memakai teknologi dari Jerman yang tidak mudah



luntur, sehingga menghasilkan bola sepak berkualitas internasional. Sampai saat ini komposisi ekspor masih diatas 90%. Pemasaran ditujukan untuk negara tujuan Korea, Jepang, Amerika, Singapura, Timur Tengah, Eropa.

PT. INKOR BOLA PACIFIC

PT. Inkor Bola Pacific didirikan pada tahun 1992. perusahaan ini telah menjadi perusahaan manufaktur dan eksportir terkemuka untuk produk bola olahraga dengan kualitas tinggi. Perusahaan ini memproduksi berbagai macam bola, antara lain, bola sepak, bola voli, bola basket, *american football*, bola tangan, *netball*, bola futsal, rugby ball dan bola mainan dengan brand dan logo sendiri "Proteam" yang kemudian dipatenkan.

Dengan core business memproduksi berbagai macam bola olahraga, perusahaan ini juga memperluas produksi ke berbagai alat-alat penunjang olahraga raket bulutangkis, net untuk bulutangkis dan voli, dan bola yang didesain untuk keperluan promosi. Kualitas produk dengan merek Proteam telah mendapat pengakuan secara nasional dan memenuhi standar internasional.

Sebanyak 1,5 juta buah bola diproduksi per tahunnya, dengan pemasaran nasional mencapai 70%. Sementara, 30% lainnya didistribusikan ke 11 negara tujuan ekspor yaitu Papua New Gunea; Singapore; Malaysia; South Afrika; Srilanka; Sudan; Jerman, Amerika Serikat; Saudi Arabia; Mesir dan Norwegia. Untuk meningkatkan kiprahnya di dalam maupun luar negeri, perusahaan ini telah berpartisipasi dan menjadi sponsor untuk berbagai acara dan turnamen olahraga domestik dan internasional.



Bulan Agustus 2011

Guna mendukung terlaksananya visi dan misi Kementerian Perdagangan Republik Indonesia, selama bulan Agustus 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 Agustus 2011 guna pencapaian peningkatan diversifikasi produk ekspor dan ekonomi kreatif meliputi kegiatan antara lain : Kunjungan Delegasi Korea, Sosialisasi Ekonomi Kreatif di Surakarta, Persiapan Pelaksanaan Spikes Asia Indonesia 2011, Persiapan Penyelenggaraan Festival Ekonomi Kreatif Tingkat SMA dan Sederajat Se-Indonesia (FEKSI) 2011, dan Persiapan Pameran Potensi Daerah – Sail Wakatobi Belitong (SWB) 2011.





Adapun peningkatan kerjasama pengembangan ekspor dilakukan melalui kegiatan antara lain : Kunjungan Delegasi Hong Kong Economic and Trade Office (HKTEO) in Singapore, Dukungan Pengembangan Potensi Ekspor di Kota Malang, Diseminasi Hasil Kerjasama Pengembangan Ekspor di Jembrana – Bali, Persiapan Sidang Komisi Bersama (SKB) III RI – Belarus, dan Penyusunan Butir Wicara Presiden RI dalam Pertemuan Bilateral dengan Presiden Slovakia.

Untuk meningkatkan pengembangan promosi dan pencitraan Indonesia pada bulan Agustus ini telah dilakukan kegiatan pameran di luar negeri dan berbagai persiapan pameran yang akan datang. Di bulan Agustus ini tidak terdapat penyelenggaraan pameran di dalam negeri. Kegiatan pameran di luar negeri tersebut adalah sebagai berikut : Instore Promotion Harrods – London, Pameran San Francisco International Gift Fair (SFIGF) 2011, dan Montreal Gift Show (MGS) 2011 – Kanada.

Sedangkan peningkatan pelayanan hubungan dagang dan informasi ekspor dilakukan melalui pelayanan informasi *inquiry*, dimana pada bulan Agustus ini telah diterima sebanyak 12 *inquiry*. Selain itu, pada pelayanan *Buyer Reception Desk* (BRD) sepanjang bulan Agustus juga telah menerima 2 (dua) kunjungan dan dilakukan beberapa permintaan dagang atau informasi oleh beberapa pengusaha dari luar negeri, yaitu Taiwan dan Afrika Selatan. Selain

dua sarana tadi, pelayanan informasi dilakukan juga melalui perpustakaan ekspor yang dimiliki oleh Ditjen PEN yang pada bulan Agustus ini telah melayani 71 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 Dukungan Pengembangan Potensi Ekspor di Kota Malang dan Diseminasi Hasil Kerjasama Pengembangan Ekspor di Jembrana – Bali.



Konsumen Madagaskar Sangat Berminat Terhadap Produk Yang Dihasilkan Indonesia



Berdasarkan informasi yang diperoleh melalui KBRI di Antananarivo, Madagaskar, pada saat ini konsumen Madagaskar sangat berminat terhadap beberapa produk yang dihasilkan oleh Indonesia, antara lain pakaian dan sepatu, makanan siap saji (mie *instant*, bumbu masak, kopi, susu, permen, kue, kacang-kacangan); minyak kelapa sawit, tepung terigu, kosmetika (merek Viva cukup dikenal), peralatan rumah tangga (piring, gelas, pembungkus makanan), mebel, produk pertanian (pupuk, mesin penggiling padi), alat perikanan (jala), mesin penyaring emas, produk kimia (obat nyamuk terutama jenis oles), onderdil dan aksesoris kendaraan bermotor, alat listrik (*rice cooker*, dispenser, bola lampu), dan kendaraan bermotor merek Avanza.

Minat konsumen Madagaskar terhadap keseluruhan produk Indonesia ini terutama kosmetika dan pakaian biasanya disampaikan oleh pedagang 'inang-inang' Madagaskar yang meminta visa untuk berkunjung ke Indonesia. Mereka menilai produk Indonesia lebih berkualitas dan sesuai dengan jenis kulit mereka. Sementara itu, dalam berbagai pertemuan yang

dilakukan oleh KBRI dengan kalangan diplomat, ex patriate dan kalangan atas Madagaskar, diperoleh informasi bahwa mereka tertarik dengan mebel Indonesia karena kualitas dan harganya yang sesuai dan tidak terlalu mahal dibanding dengan produk sejenis yang ada di Madagaskar.

Produk Indonesia yang saat ini telah masuk di pasar Madagaskar antara lain adalah berbagai jenis pakaian dan sepatu, Indomie, wafer Tango, kopi susu Torabika, permen Frozz, bumbu masak ABC, kecap Bango, sambal Sasa, pasta gigi Ciptadent, shampo Emeron, deterjen So Klin, B-29, dan FOM, sabun dan *body lotion* Santex, obat nyamuk Tigaroda, tempat makanan pecah belah, mebel jati (terbatas dimiliki oleh ex patriate dan kalangan atas Madagaskar) dan mobil Avanza.

Produk yang sama datang dari pesaing China dengan harga yang cukup murah, beras dari Thailand, Pakistan, Myanmar, pakaian dari Filipina dan mebel dari Malaysia, namun dari sisi kualitas tidak terlalu baik, kecuali beras dari Thailand yang banyak digunakan oleh ex patriate di Madagaskar.

Daftar Importir



J.VITANGCOL CONSTRUCTION CO

1625, Leon Guinto ST. Malate, Manila 1004,
Manila
Philippines
Phone : (63) 2-524 6312
Fax : (63) 2-400 1692
Email : -
Website : www.jvitangcolcons.com
Contact Person : Carlito Marasigan.
Product : Building Material.

KIMBELLS PACK TEAM

45, Congressional Ave., Proj.B Quezon City
1106, Quezon City
Philippines
Phone : (63) 2-926 2776
Fax : (63) 2-920 3195
Email : info@kimbellspack.net
Website : www.kimbellspack.net
Contact Person : Ellie Yao.
Product : Coated Paper.

K.P.CHEMICAL, INC.

Ind. Com. 7/8 Bacoor, Cavitev 4102, Cavitev
Philippines
Phone : (63) 46-417 6741
Fax : (63) 46-417 6740
Email : -
Website : -
Contact Person : Il Kwang Kim.
Product : Plastic Products,Oth. Waste &
Scrap of Plastics.

K.C. BEST SALES, INC.

93, Dapitan ST., STA. Mesa Height Quezon
City, Metro Manila 1110, Quezon City
Philippines
Phone : (63) 2-731 4143
Fax : (63) 2-742 1261
Email : -
Website : -
Contact Person : Venan Chan.
Product : Oth. Sanitary Ware, Toilet Paper.

HERMANOS VAZQUEZ

Av.Universidad No. 2014 Colonia Colpico
Universidad, Colonia Colpico
Mexico
Phone : (5255) 53220400
Fax : (5255) 53220400
Email : aotero@hermanosvazquez.com.mx
Website : www.hermanosvazquez.com.mx
Contact Person : Amparo Otero, Mr.
Product : Furniture.

DIAVENA CO LTD

PO BOX 75 Industrial Zone, Shoumen
Bulgaria
Phone : (359) 54 86 11 62
Fax : (359) 54 86 11 62
Email : diavena@diavena.com
Website : www.diavena.com
Contact Person : Plamen Gerchev, Mr.
Product : Fish, frozen,Oth. Parts &
Accessories.

J.N.J. DISTRIBUTION CORP.

STE. 901, King C/B., 57, Sergeant Rivera
ST., Quezon, Metro Manila, Metro Manila
Philippines
Phone : (63) 917-895 1678
Fax : (63) 2-367 9394
Email : -
Website : -
Contact Person : Celestino KO.
Product : Other Human Medicaments, Feed
Supplement Containing Vitamin or Pro-
vitamin.

BOLAR INC

Bldv Cherni Vruh, 69 A, #30, Sofia
Bulgaria
Phone : (359) 886 202986
Fax : (359) 886 202986
Email : b.georgiev@abv.bg
Website : www.bolarcement.info
Contact Person : Boyan Georgiev, Mr.
Product : Diamonds.

LIFE SCIENCES CONSULTANT

Alcimed Swiss Office Grand Chene 81003
Lausanne, Lausanne
Swaziland
Phone : 41 (0) 21 317 5882
Fax : 41 (0) 21 317 5871
Email : mm.tonini@alcimed.com
Contact Person : Maria Manuela, Mrs.
Product : Fish, frozen.

INTERGRAIN AGRI-FOOD PRODUCTS

680 Elcano ST., Binondo Metro Manila 1006,
Metro Manila
Philippines
Phone : (63) 2-242 4554
Fax : (63) 2-241 8795
Email : -
Website : -
Contact Person : Jimmy KHD.
Product : Herbal Products, Spices, Nuts,
Fresh or Dried, Fruits Dried, Other Vegetable
Products.



See you at...



T R A D E X P O Indonesia

THE 26th TRADE EXPO INDONESIA

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

October 19 - 23, 2011

**Jakarta International Expo
Kemayoran-Jakarta, Indonesia**