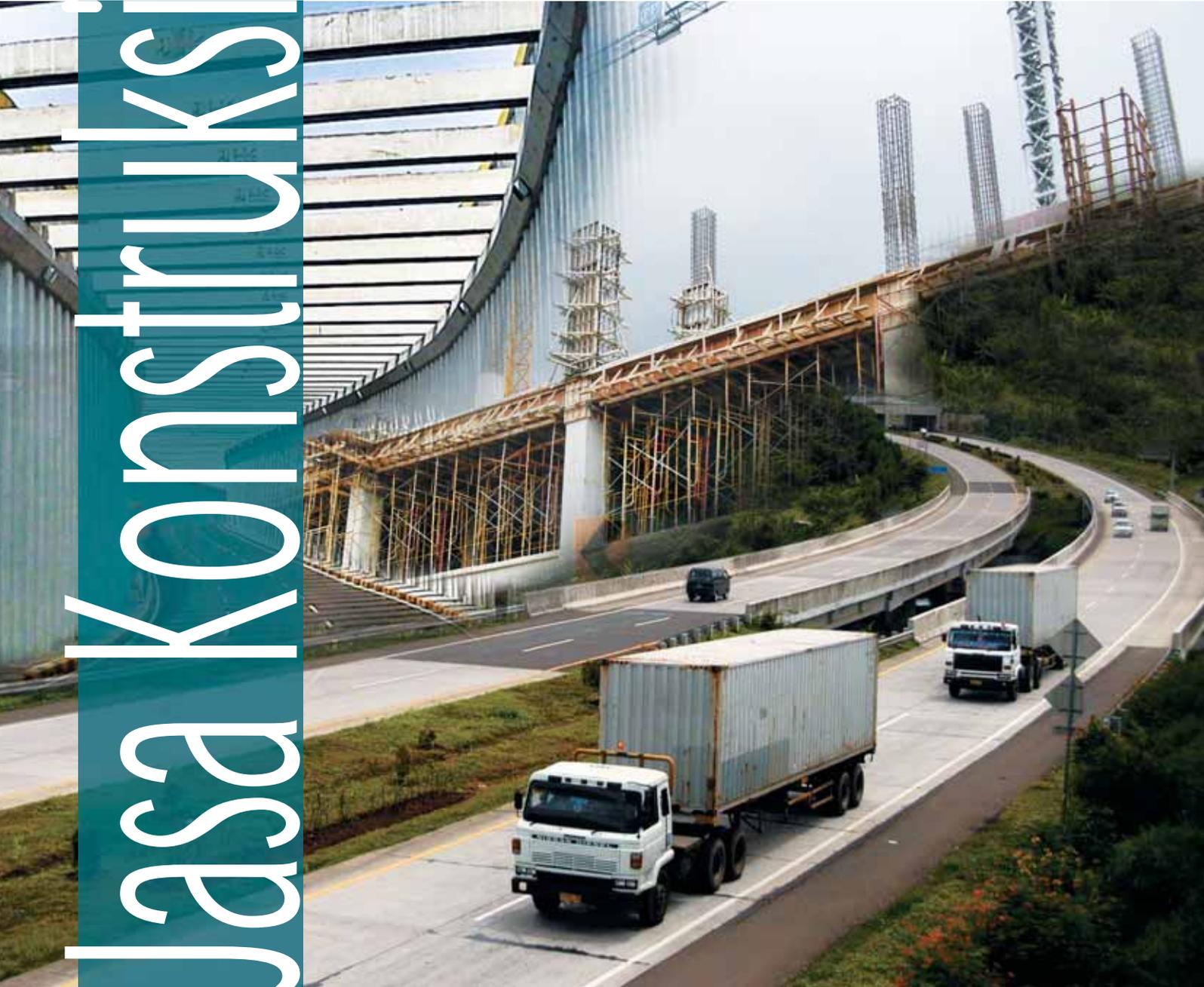




WARTA EKSPOR

Jasa Konstruks



trade with
remarkable
Indonesia



Liberalisasi perdagangan, termasuk perdagangan jasa konstruksi, tidak dapat dihindari lagi. Sejak Tahun 1994, melalui Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1994, Indonesia telah meratifikasi berdirinya World Trade Organization (WTO)

dan menjadi salah satu negara dari 153 negara yang telah terdaftar sebagai anggota WTO. Di samping itu, melalui Keppres Nomor 88 Tahun 1995 Indonesia juga telah meratifikasi ASEAN Free Trade Area (AFTA). Bahkan, tahun 2007 negara-negara anggota ASEAN telah menyepakati ASEAN Charter (Piagam ASEAN) dan ASEAN Economic Community Blueprint yang menjadi landasan penyatuan masyarakat ekonomi ASEAN tahun 2015. Seluruh anggota WTO dan AFTA telah berkomitmen untuk meletakkan pondasi kesepakatan yang saling menguntungkan dengan menghilangkan berbagai hambatan dalam perdagangan, termasuk perdagangan jasa konstruksi, dalam rangka menciptakan perdagangan yang efisien dan persaingan yang sehat. Oleh sebab itu persaingan dalam bisnis jasa konstruksi semakin terbuka dan keras.

Direktur Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional
Kementerian Perdagangan Republik Indonesia

Gusmardi Bustami

Daftar Isi

Ditjen PEN/MJL/003/7/2012 Edisi Juli



Editorial 2

Daftar Isi 2

Tajuk Utama 3
Prospek Produk Jasa Konstruksi dalam rangka menghadapi ASEAN Community 2015

Kisah Sukses 13
PT Alumindo Light Metal Industry, Tbk

Kegiatan DJPEN Juli..... 16

Sekilas Info 18
Situasi Saudi Arabia Awal Agustus 2012

Daftar Importir 19

STT: Ditjen PEN/MJL/61/VII/2012, **Pelindung/Penasehat:** Gusmardi Bustami, **Pimpinan Umum:** Indrasari Wisnu Wardhana, **Pemimpin Redaksi:** RA. Marlana, **Redaktur Pelaksana:** Sugiarti, **Penulis:** Zulkarnain, **Desain:** Karnaen Nafed
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:** p2ie@kemendag.go.id, **Website:** djpen.kemendag.go.id

Prospek produk Jasa Konstruksi Menghadapi ASEAN Community 2015



Implikasi liberalisasi perdagangan tidak hanya berarti terbukanya pasar domestik bagi penyedia jasa asing, tapi juga terbukanya pasar internasional bagi penyedia jasa nasional. Selama ini kita masih disibukkan dengan perdebatan tentang kesiapan kita serta upaya-upaya defensif untuk membatasi masuknya penyedia jasa konstruksi asing ke pasar domestik. Kita kurang menaruh perhatian untuk melakukan upaya pengembangan daya saing penyedia jasa kita dalam menghadapi persaingan dengan badan usaha asing, baik di pasar domestik maupun upaya ofensif untuk melakukan penetrasi ke pasar internasional.



Kita sadari bahwa kebutuhan infrastruktur publik dan properti lainnya bagi masyarakat Indonesia belum sepenuhnya dapat terpenuhi, seperti halnya negara-negara berkembang lainnya. Di samping itu, pertumbuhan penduduk Indonesia yang masih relatif tinggi juga mendorong kebutuhan tambahan akan infrastruktur publik dan properti lainnya. Kondisi tersebut akan mendorong terciptanya pasar konstruksi domestik yang relatif besar, terlebih bila upaya percepatan pembangunan infrastruktur yang dicanangkan oleh Pemerintah melalui MP3EI dapat berjalan dengan baik. Tentu saja, itu menuntut perhatian dan upaya kita bersama agar sebagian besar pasar konstruksi domestik tersebut dapat dikuasai oleh penyedia jasa konstruksi Indonesia. Hal ini tentu membutuhkan usaha maksimal dari pelaku jasa konstruksi kita, bagaimana agar mereka siap menghadapi pertarungan dengan pihak asing. Segelintir pihak sudah mengkhawatirkan adanya dominasi asing dalam produk jasa konstruksi lokal. Karena itu, perlu adanya usaha peningkatan

kemampuan para pemain jasa konstruksi lokal, baik dalam kompetensi, profesional dan kualitas konstruksi, serta, yang tidak kalah penting, adalah daya saing agar dapat menjadi tuan rumah di negeri sendiri.

Namun demikian, tentunya kita juga tidak boleh lalai untuk melakukan upaya ofensif melalui pengembangan penetrasi pasar konstruksi internasional. Ini tidak semata-mata hanya untuk mencari keuntungan dan devisa negara, tapi juga untuk memperluas lapangan pekerjaan bagi tenaga kerja Indonesia. Di samping itu, penyelenggaraan usaha jasa konstruksi di negara lain juga dapat dijadikan *benchmarking* terhadap daya saing bagi pemain lokal di industri ini, serta untuk memperoleh pengalaman yang nantinya akan diperlukan dalam menghadapi persaingan dengan penyedia jasa asing di pasar konstruksi domestik. Jadi, upaya defensif perlu dibarengi dengan upaya ofensif.

Saat ini, pasar konstruksi internasional, baik di negara anggota WTO (World Trade Organization) maupun ASEAN, sangat terbuka bagi penyedia jasa asing, termasuk dari Indonesia. Meskipun demikian, skala pasar konstruksi yang ditawarkan dan daya saing penyedia jasa setempat berbeda dari suatu negara dengan negara lain. Itulah sebabnya, pelaku bisnis jasa konstruksi Indonesia perlu melakukan pemetaan, negara mana yang memiliki peluang pasar konstruksi yang besar dan mana yang tidak.

Kita bisa amati, bahwa pasar konstruksi yang ditawarkan negara-negara maju sudah terbatas jumlahnya, karena sebagian besar kebutuhan infrastruktur dan properti telah terpenuhi, serta pertumbuhan penduduk yang lambat, bahkan banyak di antaranya yang negatif. Sementara, daya saing pemain di jasa konstruksi negara maju pada umumnya sangat kuat. Sehingga, negara maju cenderung bukan merupakan pasar konstruksi yang potensial bagi kita.





Sementara itu, negara berkembang, pada umumnya, memang membutuhkan layanan jasa konstruksi asing karena kebutuhan akan infrastruktur dan properti yang terus meningkat karena dipacu oleh pertumbuhan penduduk yang relatif tinggi. Namun demikian, banyak di antara negara berkembang yang kapasitas fiskalnya belum memadai.

Karena itu, wajar bila kita memprioritaskan perluasan pasar konstruksi ke negara-negara Timur Tengah dan Afrika, khususnya negara petrodolar yang baru mulai membangun. Permintaan layanan jasa konstruksi di negara-negara tersebut relatif besar. Sementara, jumlah penduduk dan daya saing sektor konstruksinya masih relatif rendah.

Di samping itu, sejak tahun 2005 dan berlanjut tahun 2010 hingga sekarang, permintaan layanan jasa konstruksi oleh berbagai negara Timur Tengah dan Afrika terus mengalir, baik melalui undangan mengikuti pelelangan, pameran konstruksi internasional maupun proposal kerjasama bilateral/plurilateral yang disampaikan melalui Kementerian Luar Negeri dan Kementerian Perdagangan. Tentunya, kesempatan tersebut perlu mendapat respon yang positif dari seluruh pemangku kepentingan sektor konstruksi nasional.

Sebagaimana kita ketahui, sejak awal Tahun 2011 telah terjadi dinamika politik dan keamanan di berbagai negara Timur Tengah dan Afrika. Dinamika tersebut dimulai dari Aljazair pada 8 Januari 2011 yang kemudian dapat diredakan dalam waktu singkat. Dinamika selanjutnya terjadi di Tunisia dan Mesir yang berakhir dengan pergantian pemerintahan, serta Libya, Bahrain dan Syria yang hingga saat ini belum terselesaikan.



Di satu sisi, hal itu menciptakan kondisi yang kurang kondusif bagi penetrasi pasar jasa konstruksi. Akan tetapi, di sisi lain, kecenderungan dinamika politik dan keamanan tersebut telah mendorong negara-negara yang belum mengalami konflik untuk meningkatkan pelayanannya kepada masyarakat, khususnya melalui peningkatan pembangunan infrastruktur, properti dan industri. Bahkan potensi dinamika tersebut telah mendorong beberapa negara, seperti Yordania, untuk merombak total kabinet pemerintahannya dengan kabinet yang dapat meningkatkan pelayanan kepada masyarakat.

Berkaitan dengan itu, perlu kiranya dilakukan pemutakhiran (*updating*) terhadap data dan informasi terkait pasar konstruksi serta situasi politik dan keamanan yang mempengaruhi penyelenggaraan usaha jasa konstruksi di berbagai negara yang memiliki potensi pasar konstruksi yang besar. Tentu, kita berharap agar Kementerian Luar Negeri dan Kementerian Perdagangan dapat menyampaikan informasi dimaksud.

Selanjutnya, kita juga berharap bisa mendapatkan informasi dari Lembaga Pembiayaan Ekspor Indonesia (*Indonesia Eximbank*), tentang dukungan pembiayaan dan penjaminan yang dapat diberikan,

khususnya bagi pengembangan usaha konstruksi di Kawasan Timur Tengah dan Afrika. Juga, kita berharap bisa mendapatkan indikasi kesiapan dan minat dari para penyedia jasa konstruksi nasional, baik secara langsung maupun melalui asosiasi jasa konstruksi atau melalui Lembaga Pengembangan Jasa Konstruksi Nasional. Kita memaklumi, bahwa beberapa badan usaha jasa konstruksi nasional telah memiliki divisi internasional (*overseas*) dalam organisasinya, yang tentu saja telah menyiapkan rencana pengembangan usahanya di luar negeri.

Tentunya, forum konsultasi itu diharapkan dapat menjadi agenda yang berkesinambungan, karena masih banyak hal-hal yang perlu disiapkan bersama, serta perlu mendapat dukungan dari seluruh pemangku kepentingan. Ke depan, kawasan yang menjadi tujuan perluasan pasar konstruksi juga tidak terbatas pada Kawasan Timur Tengah dan Afrika, tapi juga kawasan potensial lainnya, baik di lingkungan ASEAN maupun di negara lain.

Pengembangan pasar konstruksi internasional tidak akan berhasil tanpa upaya kolektif dari seluruh pemangku kepentingan. Dukungan itu akan dapat berjalan jika "Indonesia Incorporated" dapat segera diwujudkan.

INDONESIA INCORPORATED



Proyek-proyek strategis nasional

Percepatan pembangunan infrastruktur nasional akan menciptakan banyaknya proyek strategis dengan nilai yang cukup besar. Proyek strategis yang sudah direncanakan atau yang sedang berjalan dari perencanaan Kementerian Pekerjaan Umum, antara lain:

- Fly over Merak, Provinsi Banten
- Flyover Simpang Susun Lippo Karawaci, Provinsi Banten yang ditujukan untuk menyediakan akses langsung dari dan menuju Jakarta bagi penduduk di kawasan permukiman Lippo Karawaci.
- Jembatan layang Balaraja, Provinsi Banten, yang diharapkan dapat menjadi solusi untuk mengatasi kemacetan di jalan yang melintasi pusat industri seperti Balaraja.
- Jembatan Selat Sunda, Provinsi Banten dan Lampung sebagai Pintu Gerbang di Sumatera dan Jawa harus bersatu dan bersinergi agar tujuan pembangunan nasional dapat tercapai.
- Jembatan Banjarsari, Provinsi DI Yogyakarta, menghubungkan jalur perekonomian wilayah Sleman.
- Jembatan Kliwang (Provinsi DI Yogyakarta)
- Jembatan Ngentak (Provinsi DI Yogyakarta)
- Jembatan Padasan di Yogyakarta, yang menghubungkan Kelurahan Pakem-binangun.
- Jembatan Pentingsari (Provinsi DI Yogyakarta, menghubungkan Dusun Pentingsari, Umbulharjo .
- Jembatan Sutan di Provinsi DI Yogyakarta.



- Jalan Akses Tol Tanjung Priok, Provinsi DKI Jakarta, merupakan jalan akses Tanjung Priok yang diharapkan memberikan kontribusi, antara lain, mencegah kemacetan dan menunjang kegiatan perkotaan yang berkelanjutan
- Jalan Lingkar Nagrek Provinsi Jawa Barat, menyediakan sarana dan prasarana jalan untuk mengatasi titik-titik sumber kemacetan yang terjadi pada ruas Cileunyi – Nagrek terutama pada saat arus mudik dan arus balik Lebaran .
- Jalan tol Cinere-Jagorawi (Jawa Barat), merupakan infrastruktur jalan bebas hambatan ruas Cinere – Jagorawi bertujuan untuk memperlancar arus transportasi barang dan jasa di wilayah jabodetabek
- Jalan tol Semarang-Ungaran (Jawa Tengah)
- Jembatan Kaliputih (Jawa Tengah) yang dibangun di atas ruas jalan nasional Magelang - Yogyakarta
- Jembatan Pabelan (Jawa Tengah), ditujukan sebagai penanganan tanggap darurat pasca bencana alam lahar dingin Gunung Berapi
- Jembatan Srowol, Provinsi Jawa Tengah, dibangun di atas Sungai Pabelan, merupakan jalan utama
- Kawasan Gong Perdamaian Dunia (Provinsi Jawa Tengah)
- Jalan tol Surabaya_Mojokerto (Jawa Timur), yakni jalan bebas hambatan ruas Surabaya - Mojokerto yang menjadi bagian dari sistem jaringan jalan tol Trans Jawa, yang bertujuan untuk memperlancar arus transportasi barang dan jasa.
- Jembatan Suramadu (Jawa Timur).
Jembatan Nasional Suramadu adalah jembatan yang melintasi Selat Madura, menghubungkan Pulau Jawa (di Surabaya) dan Pulau Madura (di Bangkalan, tepatnya timurKamal), Indonesia.
- Jalan Lintas Barat, Provinsi Sulawesi Selatan, yang merupakan bagian dari rangkaian Jalan Lintas Barat Sulawesi sepanjang 2.056 km.
- Jalan tol Manado-Bitung, Sulawesi Utara.
Manado adalah sebuah kota sibuk dengan aktivitas pariwisata domestik dan asing yang signifikans. Kota Bitung dengan kawasan industrinya menjadi Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) di Sulawesi Utara.

Begitu banyak proyek strategis yang sudah selesai dan masih banyak lagi yang akan direncanakan ke depan. Para pemain di bidang jasa konstruksi sangat diharapkan untuk dapat membenahi diri dan mempersiapkan untuk masuk ke pasar bebas, terutama untuk memasuki ASEAN Community 2015. Sebab, pemain lain di negara ASEAN lainnya juga akan ikut bertarung memperebutkan proyek-proyek strategis nasional nantinya.



PERSAINGAN PRODUK JASA KONSTRUKSI DI PASAR LUAR

Dari sekian banyak pasar luar negeri, kawasan Timur Tengah dan Afrika menjadi target pemasaran jasa konstruksi Indonesia. Melihat kondisi saat ini, sebagian Negara-negara Timur Tengah mengalami masalah politik dalam negeri yang berakibat kepada jatuhnya beberapa pemimpin di negara-negara tersebut, seperti :

- Perubahan politik di Timur Tengah dimulai di Tunisia pada bulan Desember 2010, berakibat pada jatuhnya rezim Presiden Zein el-Abidine Ben Ali.
- Revolusi yang terjadi di Tunisia tersebut kemudian menjadi suatu efek domino yang menyebar ke negara-negara Timur Tengah lainnya.

Kondisi Politik Timur Tengah

- Saat ini, keadaan politik dalam negeri negara-negara di kawasan Timur Tengah dapat dikategorikan ke dalam 3 bagian :
 - Negara yang menganut sistem Monarki, seperti Arab Saudi, Yordania, Oman, Bahrain, Maroko, Persatuan Emirat Arab (PEA).
 - Negara yang baru dan sedang berproses menuju sistem politik yang demokratis seperti Irak, Mesir, Tunisia, Aljazair.
 - Negara yang sedang menghadapi tuntutan perubahan rezim seperti Suriah, Libya, Yaman.
- Secara kategori, terdapat 3 (tiga) aspek yang menjadi pemicu munculnya krisis :

Pertama, faktor berkuasanya rezim-rezim otoriter yang menutup aspirasi politik (sebagaimana terjadi di Mesir, Tunisia dan Libya).

Kedua, faktor perbedaan teologis, khususnya antara Sunni dan Syi'ah (sebagaimana terjadi dalam kasus Bahrain dan Yaman serta berpotensi pula untuk terjadi di Arab Saudi).

Ketiga, faktor tribal (kelompok suku/etnis)

Sebagaimana yang terjadi di Libya dan Sudan. Aspek besaran nilai potensi pasar konstruksi di kawasan Timur Tengah dan Afrika Utara sangat menjanjikan. Terbukti dengan telah berkiprahnya pelaku jasa konstruksi Indonesia di sana. Namun, ternyata pasar konstruksi di ASEAN dan Timor Leste pantas untuk dipertimbangkan. Berdasarkan data (BCIAsia dan sumber lain), nilai kapitalisasi konstruksi berupa pekerjaan yang ditawarkan pada lima negara ASEAN (Singapura, Malaysia, Thailand, Filipina, dan Vietnam) untuk kuartal pertama tahun 2012 adalah sekitar USD 14,7 miliar. Sementara itu, Timor Leste menawarkan proyek konstruksi senilai tidak kurang dari USD 2,8 miliar untuk periode tahun 2011-2015. "Ini adalah tanda

"Peluang jasa konstruksi masih terbuka dengan melihat kesempatan-kesempatan baru yang ditawarkan oleh negara di Timur Tengah yang secara bersamaan juga sedang membangun citra politik dalam negerinya untuk menjadi lebih transparan, demokratis dan kondusif"

NEGERI

Cook tuna loin

bahwa pasar jasa konstruksi di ASEAN dan Timor Leste harus jadi perhatian utama dari pelaku jasa konstruksi nasional untuk mengembangkan sayap ke luar negeri,” ujar Kepala Badan Pembinaan Konstruksi Bambang Goeritno pada Forum Konsultasi Pengembangan Jasa Konstruksi ke ASEAN dan Timor Leste, Selasa (26/6) di Jakarta.

Beberapa hal yang jadi pertimbangan melirik pasar ASEAN dan Timor Leste, antara lain, aspek geografis yang dekat dengan Indonesia. Aspek regional, yakni Indonesia dengan ASEAN dan Timor Leste yang memiliki keserumpunan, khususnya dalam aspek sosial dan budaya sehingga, terdapat kemudahan dalam memasuki pasar. Negara-negara ASEAN harus mengimplementasikan kesepakatan liberalisasi perdagangan dalam ASEAN Framework Agreement on Services (AFAS) serta menjadi bagian dari ‘Satu Komunitas Ekonomi ASEAN’ pada tahun 2015.

Di sektor Infrastruktur terdapat kesepakatan teknis antara Kementerian Pekerjaan Umum – RI dengan Kementerian Infrastruktur Pemerintah Timor Leste, yang ditandatangani di Jakarta pada tanggal 22 Maret 2011. Kerjasama bidang Infrastruktur dalam MoU tersebut meliputi bidang jalan dan jembatan, penyediaan air dan sanitasi, perumahan dan pemukiman. Kerjasama yang diatur, antara lain, kerjasama kontraktor kedua negara, pelaksanaan program pelatihan, saling tukar informasi, saling tukar dan penugasan pejabat

tinggi dan tenaga ahli, dan lain sebagainya.

Menurut Duta Besar RI untuk Timor Leste, Eddy Setiabudhi, pada dasarnya pembangunan dan rehabilitasi Infrastruktur dan Industri strategis di Timor Leste terbuka untuk badan usaha asing melalui proses tender terbuka. Keterbukaan tersebut tidak terlepas dari keterbatasan Timor Leste mengenai kapasitas kelembagaan termasuk keahlian dan teknologi. Dalam rangka pengawasan dan evaluasi tender proyek-proyek pembangunan yang dibiayai oleh APBN, Pemerintah Timor Leste telah membentuk National Development Agency (NDA) yang bekerja di bawah Perdana Menteri. Uniknya NDA ini berisikan sebagian besar ahli bidang Infrastruktur dari Indonesia.

Kini, kontraktor dari Indonesia masih mendominasi (sekitar 40%) dari jumlah Badan Usaha Asing yang ada di Timor Leste. Badan Usaha dari Indonesia yang berkiprah di Timor Leste, antara lain, PT PP (Pembangunan Perumahan), PT Adhi Karya, PT Wijaya Karya, PT Duta Graha, dan seterusnya. Keterbatasan kapasitas kelembagaan di Timor Leste dan keterbatasan penguasaan teknologi membuka peluang bagi perusahaan asing untuk ikut serta dalam program atau proyek pembangunan di Timor Leste. Apalagi, mengingat kemampuan Pemerintah Timor Leste untuk membiayai berbagai program pembangunan cenderung meningkat walaupun masih sangat tergantung pada sumber pendapatan migas.

Dapat dikatakan bahwa Timor Leste merupakan ‘*least developed country*’ yang tidak mempunyai hutang luar negeri. Meski demikian, ada beberapa hal yang harus diwaspadai oleh pelaku jasa konstruksi Indonesia tentang kondisi di Timor Leste. Kondisi tersebut, antara lain, peraturan yang masih sangat terbatas, lembaga peradilan yang masih terbatas kapasitasnya bahkan untuk keberadaan ahli hukum seperti pengacara pun masih terbatas, serta akses transportasi dan komunikasi yang kurang menunjang. “Tapi itulah seninya, jangan sampai karena halangan melunturkan semangat pelaku jasa konstruksi untuk maju memasuki peluang di Timor Leste,” tutur Eddy Setiabudhi.

Enter Here



ALUMINDO
LIGHT METAL INDUSTRY



Maspion Group

The Southeast Asia Leading Flat Rolled Aluminium Manufacturer

RIWAYAT SINGKAT PERUSAHAAN

PT Alumindo Light Metal Industry, Tbk (ALMI) merupakan perusahaan penghasil aluminium lembaran, gulungan dan foil*) yang berlokasi di Sidoarjo, Jawa Timur.

Perusahaan ini didirikan tahun 1978 dan beroperasi secara komersial pada permulaan tahun 1983, dengan kapasitas produksi terpasang per tahun sebesar 12.000 metrik ton untuk lembaran maupun gulungan dan 4.800 metrik ton untuk foil.

Produk aluminium lembaran atau gulungan biasanya digunakan sebagai bahan dasar industri, peralatan dapur, rumah tangga, peralatan listrik, transportasi, bahan bangunan dan lain-lain. Sementara, aluminium foil dipakai untuk kebutuhan bahan baku kemasan industri makanan, rokok dan farmasi.

Dengan strategi pengembangan perusahaan secara bertahap dan terencana, ALMI sanggup menunjukkan kinerja yang baik dan mampu mendominasi pasar aluminium lembaran di tanah air, bersaing di kawasan regional dan dunia. Komitmen ALMI pada kualitas tinggi dan kepuasan pelanggan membuahkan keberhasilan dengan meraih pengakuan internasional atas penerapan

standar baku proses melalui sertifikasi ISO 9002 dari Lloyd's Register (telah disesuaikan menjadi ISO 9001:2000) dan terus dipertahankan hingga saat ini.

ALMI juga berhasil meraih Primaniyarta Award pada :

- Tahun 2001
- Tahun 2007

UPAYA PENGEMBANGAN PRODUK EKSPOR

Pada awalnya, produk aluminium lembaran atau gulungan yang dihasilkan ALMI ditujukan untuk memenuhi pasokan bahan dasar untuk produksi beragam produk peralatan rumah tangga kelompok usaha industri Maspion dan produk kemasan untuk pasar Indonesia.

Akan tetapi, seiring permintaan pasar yang semakin meningkat dari waktu ke waktu, ALMI secara bertahap meningkatkan kapasitas produksi per tahun yang hingga saat ini mencapai 120.000 metrik ton untuk aluminium lembaran maupun gulungan dan 15.600 metrik ton untuk produk foil.

Enter Here

Saat ini, kapasitas produksi untuk produk lembaran dan gulungan sedang tahap realisasi untuk ditingkatkan lagi per tahunnya menjadi 144.000 metrik ton dan 18.000 metrik ton untuk produk foil. Lebih dari itu, perusahaan ini akan terus melakukan penambahan serta pembaharuan sarana produksi serta menghasilkan produk-produk berkualitas tinggi, sehingga semakin memperkokoh posisinya sebagai produsen aluminium lembaran terbesar di kawasan Asia Tenggara dan salah satu yang terpendang di dunia.

Awal tahun 1997, ALMI berkonsentrasi untuk dapat menembus pasar regional Asia Tenggara dan Asia, namun mereka tahu bahwa untuk dapat diakui di dunia harus bisa menembus pasar Amerika Serikat, karena di sanalah pasar dunia yang terbesar untuk produk aluminium. ALMI berkonsentrasi pada "common alloy" yaitu AA1100, AA3003 dan AA5052 yang mempunyai pangsa pasar terbesar di dunia. Dengan kerja keras antara bagian R&D (*Research & Development*) dan produksi secara terus-menerus, akhirnya ALMI mampu memproduksi alloy tersebut dengan mutu yang terbaik secara konsisten.

Awal tahun 1999, ALMI berusaha keras mencari terobosan supaya dapat berhasil menembus pasar Amerika Serikat. Akhirnya kerja kerasnya membuahkan hasil, satu pelanggan di AS berhasil dihubungi dan bersedia melakukan transaksi pertama kalinya. Sejak itulah, ekspornya semakin berkembang sehingga pada saat ini mampu melakukan pengiriman ekspor ke Amerika Serikat sebesar 6.500 – 7.500 metrik ton per bulannya hanya dengan 4 pelanggan besar. Tahun 2010, ALMI merupakan eksportir aluminium "common alloy" terbesar ke Amerika Serikat, sungguh prestasi yang membanggakan bagi PT ALMI dan tentunya bagi negara kita tercinta juga.

PRESTASI EKSPOR

Dalam kurun waktu 5 (lima) tahun terakhir, penjualan ekspor ALMI terus mengalami peningkatan yang cukup signifikan dari tahun ke tahun. Dengan perkecualian di awal tahun 2009 sebagai kelanjutan dari dampak krisis finansial yang

melanda AS pada Kuartal 4 tahun 2008. Situasi yang demikian tentunya berdampak kurang begitu baik terhadap kinerjanya dan semua eksportir Indonesia yang tergantung pada pasar Amerika Serikat dan global.

Namun, berkat kerja keras manajemen ALMI dan didukung dengan membaiknya perekonomian dunia pada semester kedua tahun 2009, perusahaan ini dapat meredam ancaman bisnis yang dapat mengganggu jalannya operasional perusahaan. Contohnya, terlihat dari keberhasilannya dalam mengintensifikasikan pasar yang sudah ada, serta penerapan langkah efisiensi operasional. Berikut ini ringkasan ekspor ALMI selama kurun waktu 2005 – 2009 :

2005	27.324 metrik/ton	US\$ 74.0 juta
2006	38.910 metrik/ton	US\$ 126.6 juta
2007	49.070 metrik/ton	US\$ 162.5 juta
2008	42.075 metrik ton	US\$144.6 juta (krisis global pada Kuartal 4)
2009	36.458 metrik/ton	US\$ 85.7 juta (imbas krisis pada Kuartal 1)
2010	55.049 metrik/ton	US\$150.9 juta (data s/d tgl 16 Sept 2010)

ALMI berharap bahwa tahun 2010 akan merupakan tahun pemecahan rekor jumlah penjualan ekspornya. Kapasitas produksi yang baru juga akan mendukungnya dalam memenangkan kesempatan bisnis yang baru dan memperkuat dominasi perseroan, baik dari sisi skala maupun kualitas, di Indonesia maupun dunia

KEPUASAN PRESTASI EKSPOR

Prestasi ekspor yang telah diraih memang memuaskan, tapi ALMI masih akan terus berupaya untuk meningkatkan dominasi penjualan ekspornya ke negara lain yang masih kurang pangsa pasarnya.

Mencermati tinggi-nya tingkat permintaan yang ada saat ini, mereka meyakini bahwa prospek usaha ALMI untuk tahun mendatang semakin

bagus. Dalam situasi makro ekonomi yang stabil dan besarnya kapasitas produksi terpasang saat ini, akan semakin membuka peluang bagi perusahaan ini untuk memanfaatkan fleksibilitas produksinya dalam meningkatkan output produksinya

UPAYA EKSPOR BERKESINAMBUNGAN (SUSTAINABLE)

Untuk memantapkan posisinya di pasar ekspor, ALMI menerapkan langkah strategis untuk mempertahankan dan mengembangkan pasar yang sudah ada, yakni:

- Memperkuat fokus pada kebutuhan spesifik pelanggan melalui diskusi yang intensif. Kebanyakan pelanggan utama ALMI adalah distributor besar di negara atau kawasan masing-masing dan kebutuhan mereka tergolong dinamis dan sangat teknis.
- Berusaha keras membangun basis pelanggan baru. Kapasitas produksi ALMI yang baru membuka peluang untuk ini, yaitu mendapatkan pelanggan besar, yang mana cenderung berbisnis dengan produsen langsung yang memiliki kuantitas produksi yang besar, konsisten secara mutu, pengiriman dan after sales servis yang baik.
- Menerapkan kontrak jangka panjang bagi pelanggan-pelanggan penting yang terpilih sehingga mempermudah pengaturan proses produksi dan juga melindungi dan mempertahankan pasar ekspornya dari serangan kompetitor lain.

PELUANG PASAR EKSPOR DAN PASAR DOMESTIK

Secara garis besar pasar ekspor dan pasar domestik berjalan seiring, akan tetapi pasar ekspor ALMI tetap lebih dominan dibandingkan dengan penjualan domestik, dengan perbandingan sebesar 70% dan 30%. Rasio ini sangat masuk akal karena penggunaan aluminium di pasar ekspor jauh lebih banyak dari pada di dalam negeri.

Amerika Serikat masih merupakan tujuan utama ekspor ALMI, yaitu sebesar 70% dari keseluruhan penjualan ekspor. Pasar ekspor yang lain adalah Australia, Jepang, Taiwan, Korea Selatan, Asia Tenggara dan lain-lain.

PENGEMBANGAN EKSPOR

Tentu saja, ALMI memerlukan dukungan dari pemerintah guna meningkatkan pasar ekspornya, terutama tentang peraturan yang berhubungan dan berdampak langsung maupun tidak terhadap pengembangan ekspor. Dukungan itu meliputi, antara lain:

- Bunga bank yang kompetitif untuk eksportir yang berkategori baik/teladan dan berkomitmen tinggi seperti ALMI, sehingga tidak membebani pengembangan usahanya dalam rangka investasi mesin-mesin terbaru.
- Pengaturan tarif listrik, BBM, UMR (upah minimum regional) dan lain-lainnya yang kompetitif bagi dunia industri sehingga produk yang dihasilkan juga mampu bersaing dengan produk negara lain.
- Terus-menerus bekerja sama dan bernegosiasi dengan negara-negara lain supaya produk dari Indonesia tidak dikenai "Anti Dumping", sehingga memudahkan produk Indonesia diekspor dengan harga kompetitif. Saat ini memang masih belum ada, tapi jangan sampai terjadi di kemudian hari karena akan berdampak sangat luas bagi semua eksportir Indonesia.



Kegiatan DJPEN Juli 2012

Partisipasi pada Pameran Vietnam Medi Pharm Expo 2012

"Vietnam Medi Pharm Expo 2012" merupakan pameran tahunan industri kesehatan Vietnam yang diselenggarakan oleh Departemen Kesehatan Vietnam dan Departemen Perindustrian dan Perdagangan Vietnam, Vietnam National Trade Fair and Advertising Company (Vinexad) dan perusahaan publik Vimedimax Medi-Pharm.



Penyelenggaraan Pameran Vietnam Medi Pharm 2012

Pameran tahunan ini telah diselenggarakan untuk ke-12 kalinya dan diikuti oleh 200 perusahaan dari 25 negara peserta lainnya antara lainnya Amerika Serikat, Jerman, Italia, Rusia, Singapura, Australia, Republik Korea, Jepang, Bangladesh, Thailand, dan Israel. Sedangkan Indonesia baru pertama kalinya mengikuti pameran tersebut yang dikoordinir oleh

Kementerian Perdagangan c.q. Ditjen PEN dan dibantu oleh KJRI Ho Chi Minh City.

Pameran yang diselenggarakan pada tanggal 22-25 Agustus 2012 bertempat di Tan Binh Exhibition Center ini dibuka secara resmi oleh Mr. Nguyen The Duang (Wakil Menteri Kesehatan Vietnam).

Perusahaan Indonesia yang berpartisipasi pada pameran tersebut sebanyak 10 (sepuluh) produsen alat-alat kesehatan dan farmasi Indonesia. Mereka terdiri dari: PT Mega Andalan Kalasan (tempat tidur dan meja periksa pasien), PT Aristra Latindo (masker, sarung tangan steril dan kursi roda khusus penderita *celebral palsy*), PT Jayamas Medica Industri (cairan antiseptik dan disinfektan), PT Kimia Farma (obat-obatan), PT Lestari Dini Tunggul (baju khusus tenaga medis dan pasien), PT Oneject Indonesia (alat injeksi), PT Sugih Instrumendo Abadi (stetoskop dan pengukur tekanan darah digital), PT Tesena Inovindo (inkubator bayi dan wadah pengolah limbah medis), dan PT Trimitra Garmendindo Interbuana (tas penyimpan obat-obatan dan alat medis).

Selama 4 (empat) hari penyelenggaraan pameran, transaksi dagang yang terjadi selama pameran adalah sebesar USD 210.659 (dua ratus sepuluh ribu enam ratus lima puluh sembilan dollar Amerika Serikat) dengan total *inquiry* sebanyak 85 *inquiries*. Pada 24 Agustus 2012, dilaksanakan penandatanganan *Sales & Purchase Agreement* peralatan kesehatan sebesar USD 300.000 (tiga ratus ribu dollar Amerika Serikat) per tahun yang dilakukan oleh Wakil Direktur PT Mega Andalan Kalasan dengan *Chairman CEO HTC Vietnam Technology Development and Investment* dan disaksikan oleh pelaksana fungsi ekonomi KJRI Ho Chi Minh City dan perwakilan Kementerian Perdagangan.



Kegiatan DJPEN

SITUASI SAUDI ARABIA AWAL AGUSTUS 2012

EKONOMI :

Para ekonom menjauhkan kemungkinan rata-rata harga minyak Arab di bawah US\$ 100 perbarell pada tahun ini, yang berarti rata-rata tingkat pengeluaran pemerintah GCC (Dewan Kerjasama Kawasan Teluk) akan terus berjalan untuk beberapa tahun mendatang. Diperkirakan pertumbuhan aset GCC akan mencapai 4% akhir tahun 2012 dibandingkan 2,6% pertumbuhan aset kawasan Timur Tengah dan Afrika Utara, sedangkan inflasi tidak lebih dari 4,2%. Pengeluaran publik negara-negara GCC sekitar 35% dari GDP. Sementara, pengeluaran saat ini merupakan 71% dari total pengeluaran umum negara.

Negara-negara GCC telah mengidentifikasi 3 hal utama untuk meningkatkan pengeluaran pemerintah dalam anggaran tahun depan dalam rangka terus mempertahankan pertumbuhan ekonomi di negara-negara tersebut. Tiga hal tersebut adalah pengeluaran untuk proyek perumahan bagi warga; pelayanan kesehatan, dan pengembangan fasilitas minyak. Sementara itu, para ekonom lainnya meminimalkan kemungkinan pemerintah akan mengurangi rata-rata pengeluaran tahun depan disebabkan kondisi politik di kawasan. Ke tiga file tersebut akan terkait dengan sektor swasta, yang merupakan perangkat penting dalam pencapaian tingkat pertumbuhan ekonomi GCC jika sektor swasta menjalankan peran sebagaimana seharusnya.

PERDAGANGAN :

Nilai ekspor non migas Arab Saudi pada bulan Juni 2012 mencapai SR 14,48 miliar (US\$ 3,7 miliar) dibandingkan dengan periode yang sama tahun 2011 sebesar SR 11,47 miliar (US\$ 3,04 miliar) atau turun sebesar 7,74%, sedangkan volume ekspor pada bulan Juni 2012 mencapai 3,38 juta ton dibandingkan pada periode yang sama tahun 2011 sebesar 4,2 juta ton atau mengalami penurunan sebesar 11,13%.

Lima negara utama tujuan ekspor non migas Arab Saudi adalah China, Singapura, UAE, Mesir, Kuwait, dan Negara-negara lainnya.

Nilai impor non migas Arab Saudi pada periode dan tahun yang sama mencapai SR44,31 miliar (US\$ 11,816 miliar) dibandingkan dengan periode yang sama tahun 2011 sebesar SR42,45 miliar (US\$ 11,320 miliar), atau mengalami kenaikan sebesar 4,39%. Sedangkan volume impor pada periode yang sama sebesar 4,93 juta ton, turun 9,81% dibandingkan periode yang sama tahun 2011 sebesar 5,47 juta.

Produk utama impor Arab Saudi adalah peralatan listrik, peralatan transportasi, tambang dan produk tambang, *foodstuff*, petrokimia dan plastik, tekstil dan garmen.

Sementara itu, lima negara utama impor Arab Saudi adalah China, USA, Korea Selatan, Jerman, Jepang, dan negara-negara lainnya.

Adapun permintaan hubungan dagang dari pengusaha Arab Saudi atas komoditi ekspor Indonesia meliputi traktor, minyak kelapa sawit serta produk ekspor lainnya. Permintaan tersebut telah diteruskan kepada perusahaan Indonesia dan Arab Saudi terkait.

Sumber : Laperwakin RI-Riyadh, 130812, sis

ABEL FLAGPOLES AND FLAGS

290, Macaulay Rd

Australia

Tel : 61 39 328 1155

Fax : 61 39 328 3377

Email : enquiries@abelflagpoles-flags

Product : Cases Made of Nickel or Alumunium

ASTOR HARDWARE AUSTRALIA

4 Lukes Lane

Australia

Phone : 61 2 9686 4557

Fax : 61 2 9639 0527

Email : astorhardware@hotmail.com

Product : Cases Made of Nickel or Alumunium

AXAMED NV

Industriepark West 58

Belgium

Phone : (32) 3-778 04 48

Fax : (32) 3-778 05 38

Email : info@axamed.be

Product : Cases Made of Nickel or Alumunium, Oth. Sanitary Ware

WEST-WOOD TRAILERS LTD

Kilcullen Road

Ireland

Phone : (353) (45) 876 053

Fax : (353) (45) 866 901

Email : info@westwoodtrailers.com

Product : Cases Made of Nickel or Alumunium, Other Hydraulic Cements

See you at...

27th



T R A D E X P O Indonesia

THE 27th TRADE EXPO INDONESIA

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

October 17-21, 2012
Jakarta International Expo
Kemayoran-Jakarta, Indonesia

DGNED - Directorate General of National Export Development
Jl. M.I. Ridwan Rais No.5
Main Building 3th floor
Jakarta 10110, Indonesia
Phone : +6221-385-8171
Fax : +6221-235-2866-2
Email : p2ie@kemendag.go.id

DGNED
Directorate General of
National Export Development