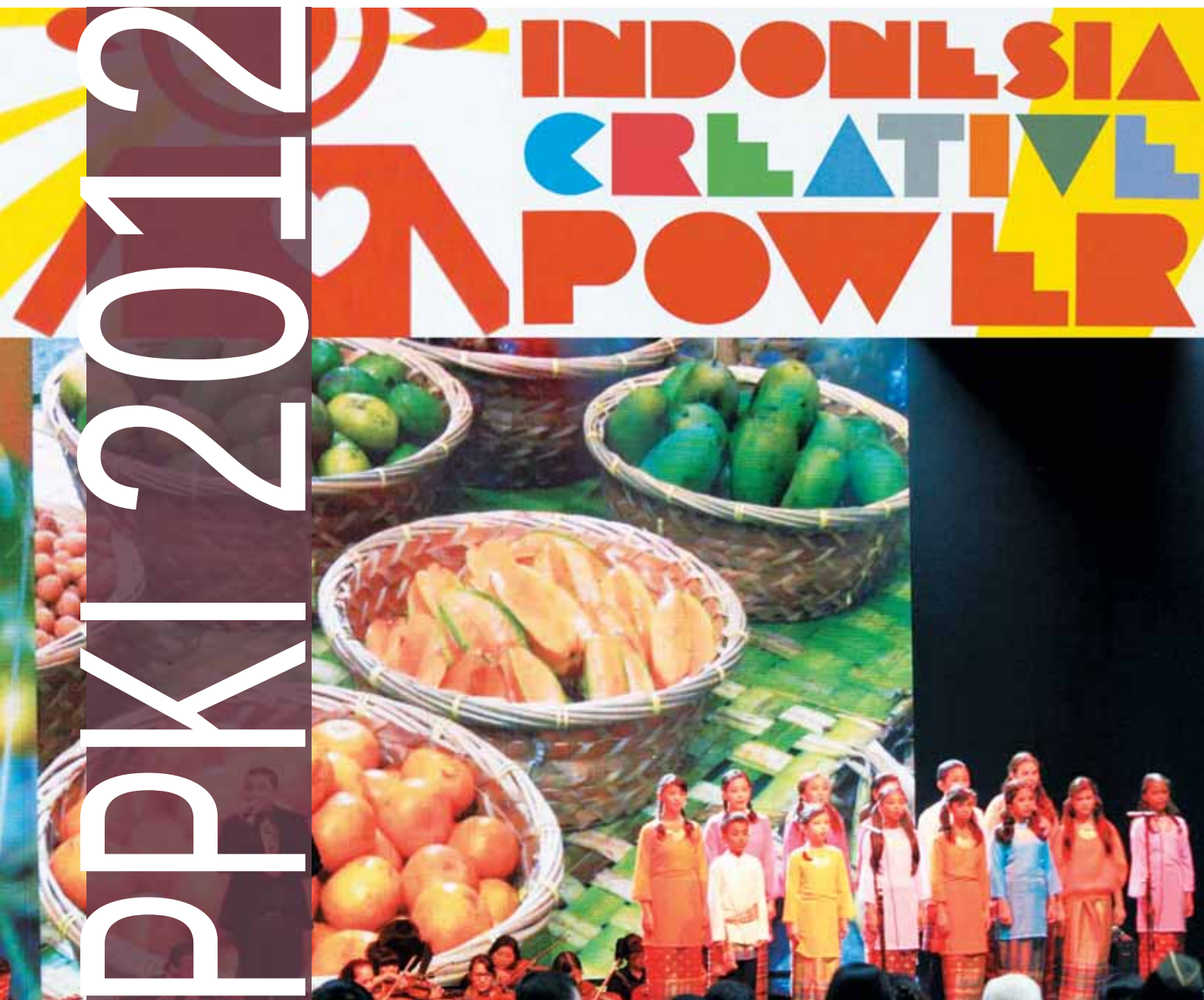


WARTA EKSPOR



trade with
remarkable
indonesia



W

arta Ekspor bulan Desember 2012 kali ini menyajikan liputan tentang kegiatan Pekan Produk Kreatif Indonesia (PPKI) yang diadakan di Epicentrum Walk tanggal 21-25 November 2012.

Sejak pertama kali diadakan tahun 2007, PPKI terus mengupayakan promosi kreativitas anak bangsa melalui 15 subsektor industri kreatif. Tema PPKI 2012 adalah “Yang Muda yang Berkreasi”, yang mana Kementerian Perdagangan mendukung pada beberapa *event* konvensi, yaitu: Temu Bisnis Rotan dan Bambu, Temu Bisnis Film Animasi, Temu Duta Besar, Lokakarya Ekspor, dan Klinik Konsultasi Bisnis.

Kami berharap, melalui penyelenggaraan PPKI 2012, khususnya bidang konvensi mampu menghasilkan *creativepreneur* baru yang berdaya saing dan menembus pasar luar negeri.

Direktur Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional
Kementerian Perdagangan Republik Indonesia

Gusmardi Bustami

Daftar Isi

Ditjen PEN/MJL/003/12/2012 Edisi Desember



Editorial 2

Daftar Isi 2

Tajuk Utama 3
**Pekan Produk Kreatif
Indonesia 2012:
Mendorong Industri Kreatif
Tumbuh Lebih Cepat**

Kisah Sukses 13

Kegiatan DJPEN 15
Desember

Sekilas Info 17
**Potensi Pasar Produk
Furnitur (Rotan) di Jepang**

Daftar Importir 19

STT: Ditjen PEN/MJL/102/XI/2012, **Pelindung/Penasehat:** Gusmardi Bustami, **Pimpinan Umum:** Indrasari Wisnu Wardhana, **Pemimpin Redaksi:** RA. Marlana, **Redaktur Pelaksana:** Sugiarti, **Penulis:** Hendro Jonathan, **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

Pekan Produk Kreatif Indonesia 2012 :

Mendorong Industri Kreatif Tumbuh Lebih Cepat



Peresmian Pembukaan PPKI 2012 oleh Wakil Presiden RI

PPKI tahun 2012 memberikan *ambiance* yang berbeda dibandingkan penyelenggaraan sebelumnya. EPIWALK Epicentrum dipilih sebagai tempat penyelenggaraan karena mempunyai contoh (desain, arsitektur, kontemporer dan modern) serta ruang bebas yang lebih mendukung kegiatan konvensi, pameran, kuliner, dan pertunjukan.

Selama penyelenggaraan acara ini, PPKI 2012 menargetkan anak muda sebanyak 75.000 orang, 65 aktivitas (32 aktivitas adalah konvensi), 900 pengisi acara dan 10 juta audiens media elektronik dan digital. Wakil Presiden RI Boediono, pada saat membuka acara ini, menyampaikan agar seluruh unsur pemerintah, pebisnis, maupun kaum intelektual untuk aktif mendengar langsung,

melihat langsung, berdiskusi langsung, tentang 15 subsektor ekonomi kreatif, sehingga semua pilihan kebijakan ekonomi kreatif pemerintah makin terarah dan efektif.

Dari segi demografi, Wakil Presiden RI mengatakan, penduduk usia muda Indonesia sangat besar, yaitu mencapai 43 persen. Jumlah ini merupakan suatu nilai plus yang penting karena kreativitas sangat dekat dengan kaum muda.

Dalam kurun waktu 20 tahun mendatang, Indonesia memiliki peluang untuk menciptakan dan mengerahkan sumber daya manusia usia produktif dan kreatif yang besar untuk menjadikan Indonesia sebagai kekuatan ekonomi yang diperhitungkan



Performance pada acara pembukaan PPKI 2012

dunia. Potensi ini harus dipahami dan diyakini bersama dalam setiap rencana pengembangan ekonomi kreatif ke depan.

“Saya mengerti bahwa PPKI kali ini menjadikan kaum muda usia 15-25 tahun sebagai target *audience* utamanya. Pada kurun usia inilah mereka menentukan arah karier ke depan. Tugas kita sebagai perumus kebijakan ekonomi kreatif adalah memfasilitasi, memotivasi, dan menginspirasi mereka bahwa ekonomi kreatif adalah bidang profesi atau bisnis di masa depan yang menjanjikan,” ungkapnya.

Secara khusus Konvensi bertujuan memberikan ruang untuk:

- Berinteraksi antar pelaku kreatif dari berbagai sektor kreatif dan “*triple helix*” (intelektual, bisnis, dan pemerintah);
- Berbagi pengalaman, pengetahuan, dan ide;
- Berkolaborasi dalam penciptaan karya kreatif;
- Berbincang-bincang seputar industri kreatif;
- Berkonsultasi seputar bisnis dan HKI;
- Berdiskusi mengenai pengembangan industri

kreatif Indonesia dan peluang bisnis di sektor industri kreatif.

Sementara itu, target pencapaian konvensi ini adalah:

- Pembicara dari 7 negara, yaitu: Indonesia, Thailand, Singapura, Inggris, Jerman, Swedia, Jepang, dan Korea
- 300 pengisi acara konvensi yang telah dikurasi dengan baik;
- 10.000 orang, komunitas, dan masyarakat kreatif yang terlibat;
- 100 pengusaha yang difasilitasi untuk temu bisnis;
- 20 karya talenta kreatif muda Indonesia baru yang dikupas habis bersama komunitas;

Adapun kegiatan konvensi, meliputi:

Seminar Internasional: Menghadirkan pembicara ahli di berbagai subsektor industri kreatif dari dalam negeri dan luar negeri, pembicara harus mempunyai reputasi internasional/nasional agar dapat menjadi *headliner*/magnet utama penarik massa

Kupas Komunitas: Ajang berkumpulnya komunitas kreatif terbaik Indonesia dengan reputasi nasional dengan kegiatan diskusi/seminar

Lokakarya Ekspor: Mengupas tuntas mengenai peluang dan tata cara ekspor bagi pelaku industri kreatif Indonesia

Forum Ekonomi Kreatif: Mengundang *triple helix* (intelektual, pemerintah, bisnis) pengembangan ekonomi kreatif untuk merumuskan program pengembangan ekonomi kreatif kedepannya

Garap Ide: *Workshop* yang bertujuan untuk mencetuskan ide-ide kreatif pemecahan masalah dan merealisasikannya dalam waktu 5 hari PPKI

Bincang Kreadiktif: Berdiskusi seputar topik pengembangan wirausaha kreatif, seperti inspirasi wirausahawan kreatif sukses, manajemen SDM usaha kreatif, dan lain-lain.

Temu Bisnis Rotan Bambu: Mempertemukan pelaku usaha kreatif potensial di bidang rotan bambu dengan calon investor, mitra bisnis, dan calon mentor untuk melihat kemungkinan kerja sama dan kolaborasi ke depan.

Temu Bisnis Film & Animasi: Mempertemukan pelaku usaha kreatif potensial di bidang animasi dengan calon investor, mitra bisnis, dan calon

mentor untuk melihat kemungkinan kerja sama dan kolaborasi ke depan.

Temu Duta Besar: Mendatangkan narasumber ahli mengenai subsektor tertentu industri kreatif dari berbagai negara bersama duta besar Indonesia di negara-negara tersebut. Harapannya dapat melahirkan kerja sama G to G (*government to government*)/ B to B (*business to business*) lintas negara.

Klinik Konsultasi: Memberikan akses satu pintu mengenai segala hal yang perlu diketahui mengenai pengembangan usaha kreatif dan ekonomi kreatif

Anjungan Pendidikan: *Showcase* produk-produk kreatif terbaik dari sekolah formal dan informal. Usulan: ada sesi presentasi untuk memperkenalkan produk

Anjungan Pembiayaan: Akses informasi mengenai semua program pembiayaan usaha kreatif dari berbagai jenis lembaga keuangan

Warung HKI: Pameran dan ruang konsultasi seputar topik HKI (Hak Kekayaan Intelektual) dengan menghadirkan narasumber pelaku kreatif, pemerintah, dan intelektual untuk mendapat pemahaman dari berbagai sisi mengenai HKI. Acara ini diselenggarakan selama 5 hari.



Pengunjung memadati Pekan Produk Kreatif Indonesia (PPKI) 2012 yang digelar 21-25 November 2012 di Epiwalk, Jakarta, Sabtu (24/11/2012). PPKI 2012 menunjukkan bahwa sektor ekonomi kreatif merupakan sektor ke-4 terbesar yang menyerap tenaga kerja. FOTO : FRINO BARIARCANUR

Kementerian Perdagangan RI mendukung beberapa kegiatan konvensi dalam ajang PPKI 2012 tersebut, yakni:

Temu Duta Besar

"Cross Country Creative Craftmanship"



Temu Duta Besar PPKI 2012

Negara-negara di dunia memiliki tingkat kemajuan ekonomi kreatif yang berbeda-beda. Mereka juga memiliki keunggulannya masing-masing. Jepang dan Korea unggul dengan komik dan animasinya. Eropa unggul dalam karya-karya sastra fiksi dan nonfiksinya. Amerika unggul dengan filmnya. Australia maju di sektor digitalnya. Sedangkan Indonesia sendiri kuat dalam hal *craftmanship*-nya.

Perkembangan dan pengalaman pengembangan ekonomi kreatif di berbagai negara tersebut dibicarakan pada Forum Temu Duta Besar PPKI 2012 ini. Temu Duta Besar yang diselenggarakan pada hari Kamis, 22 November 2012 pukul 09.00 – 12.45 di E-Corner Epiwalk ini memberikan kesempatan kepada audiens untuk bisa langsung bertemu dengan duta-duta besar Indonesia dan mendapatkan perspektif mereka tentang industri kreatif dari dunia luar. Audiens diberikan sedikit “bocoran” tentang kegiatan kreatif apa yang sedang berkembang di berbagai negara, bagaimana mengadaptasinya di Indonesia.

Temu Duta Besar yang dikemas dengan format diskusi panel ini bertujuan untuk mempelajari cara negara berkembang serta negara maju yang lain tentang bagaimana membangun industri kreatif yang terkolaborasi, *sharing knowledge* kisah sukses dari negara di mana kedutaan bertugas, serta menjajaki peluang kemitraan potensial antara pengusaha kreatif Indonesia dan pemain internasional.

Temu Duta Besar dihadiri oleh 5 Duta besar Indonesia untuk negara-negara yang dikenal tangguh industri kreatifnya, seperti Australia, Jerman, Amerika Serikat, China, dan Jepang. Diskusi ini diharapkan dapat memberi sudut pandang baru tentang industri kreatif. Mereka adalah Primo Alui, Duta Besar Indonesia untuk Australia, Dino Patijalal (Duta Besar Indonesia untuk Amerika Serikat), Eddy Pratomo (Duta Besar Indonesia untuk Jerman), M. Lutfi (Duta Besar Indonesia untuk Jepang), dan Imron Cotan, Duta Besar Indonesia untuk China.

Temu Bisnis Rotan dan Bambu

"Peningkatan Citra Produk Rotan & Bambu Melalui Penciptaan Desain Unggul"

Salah satu bagian kegiatan konvensi yang sangat diminati oleh pelaku kreatif adalah Temu Bisnis Rotan dan Bambu. Forum temu bisnis ini diselenggarakan tanggal 22 November 2012, bertujuan untuk menjelajahi peluang kemitraan potensial antara insan kreatif pengrajin rotan bambu dan pelaku usaha rotan bambu, serta menjembatani para pelaku kreatif untuk dapat mempresentasikan dan menampilkan karya kreatif mereka dalam ruang lingkup yang lebih luas.

Dalam forum ini, hadir Singgih Kartono (Magno Design), dan Dewi Tanjung (deTanjung) Elizabeth Anita (LIPI) Ben Wirawan (Mahanagari), membahas mengenai peningkatan citra produk rotan & bambu

melalui penciptaan desain unggul. Diharapkan, hal ini mampu memacu pengembangan produk rotan bambu dengan mengembangkan produk baru dengan manfaat dari keunikan rotan itu sendiri, seperti mempertimbangkan mobilitas, desain, keunikan dan lain-lain yang dapat menarik/mendorong konsumen lokal maupun internasional untuk membeli produk rotan dan bambu.

Secara khusus, target audiens yang dituju oleh forum ini adalah 100 pemilik usaha, *start up*, praktisi industri kreatif di bidang rotan dan bambu, serta perwakilan pemerintah, intelektual, investor, *venture capital*, *business consultant*, asosiasi, media, dan komunitas terkait.



Temu Bisnis Rotan dan Bambu PPKI 2012

Klinik Konsultasi Bisnis

Klinik konsultasi bisnis ini diselenggarakan dengan tujuan sebagai sarana konsultasi dengan pakar dan ahli dalam berbagai bidang yang diperlukan untuk memajukan bisnis kreatif; memberikan wawasan kepada pelaku industri kreatif terkait berbagai bidang keahlian dalam bisnis; dan sebagai ajang pertemuan ilmu pakar bisnis kreatif.

Format kegiatan disediakan lima meja konsultasi dari layanan pemerintah yang nanti akan membahas: kemasan, barcode, perizinan usaha, waralaba kuliner, pelayanan terpadu Inatrade. Kemudian tiga meja konsultasi tamu yang membahas konsultasi bisnis, pembiayaan, keuangan perusahaan dan *mini discussion*.



Forum tersebut menghadirkan Makoto Tsurugai (TMS Entertainment), Hiroshi Sasaki (Aniplex), Kohey Hara (TG Rights Studio), Naoki Sato (Nikkatsu), Young Ki Lee (WonderWorld Studio Korea), Ardian Elkana (AINAKI), Chris Lie (Caravan Studio), Wahyu Aditya (Animator), Ari Bigman (IDS), Achmad Rofiq (Kdeep Animation Studio), Dondi Hananto (Kinara Indonesia), Murhananto (Penulis) Hanitianto Joedo (Jogja Animation), dan Nurbaiti Djafar (MNC) adalah beberapa insan kreatif yang secara khusus diundang untuk hadir serta berbagi pengalaman dan pengetahuan dalam mengembangkan konten animasi, serta membuka pintu kesempatan kemitraan dan memfasilitasi kebutuhan lansekap pemahaman industri animasi Jepang, Korea dan Indonesia pada Sabtu, 24 November 2012 di Mango Bistro Epicentrum Walk Kuningan Jakarta.

"*Creating Local Animation Content for Global Consumption*" diangkat sebagai tema besar dari temu bisnis animasi dengan diikuti oleh topik-

topik menarik, seperti "*understanding of the nature of animation content industry*" yang dibawakan oleh Hiroshi Sasaki, *Vice President of ANIPLEX Japan*. Sasaki juga menambahkan beberapa poin penting berkaitan dengan strategi pemasaran: *merchandising*, penerbitan, *gaming*, RBT (*ring back tone*), komik, boneka, *stationery*, fesyen yang secara tidak langsung merupakan pemberi keuntungan utama dalam suatu industri animasi. Dalam temu bisnis ini, Young Ki Lee, CEO Wonderworld Studio Inc. Korea juga menyampaikan hal-hal yang perlu diperhatikan dalam menjalin suatu kerjasama OEM (*original equipment manufacturer*), *co-production*, hingga menjadi produser dalam kerjasama lintas sektor dengan berbagai negara.

Temu bisnis ditutup dengan agenda *talkshow* dan diskusi yang dibawakan santai oleh Ari Bigman yang juga dikenal sebagai Direktur Pengelola International Design School (IDS) Jakarta.

Lokakarya Ekspor

"Entrepreneurship Muda Bisnis Ekspor"



Lokakarya Ekspor PPKI 2012

Forum yang selalu *fully booked* dan ramai diikuti para peserta karena menghadirkan pembicara yang menarik dan mengupas isu-isu seputar kondisi ekspor tersebut. Para pelaku ekspor, unsur pemerintah, hadir di lokakarya ini. Doddy Edward, Ermiel Thabrani, Irma Engelen hadir untuk memaparkan perkembangan dan arah ekonomi kreatif dari masa ke masa serta peran pentingnya terhadap kemajuan bangsa, memaparkan pentingnya sebuah merek dan tips membuat merek yang menjual, mengupas hal-hal penting yang terkait dalam strategi pemasaran ekspor adalah diawali dengan landasan pola pikir *power of marketing*, dan membagikan pengalaman eksportir alumni BPPEI.

Ekonomi kreatif sangat dekat dengan kaum muda. Lokakarya yang dilaksanakan pada hari Kamis, 22 November 2012 di Piscator, Epiwalk diharapkan dapat meningkatkan jiwa *entrepreneurship* pada kaum muda, mengembangkan kualitas pelaku bisnis dan insan kreatif Indonesia hingga dapat bersaing secara positif di pasar internasional, memberikan pondasi kuat akan pentingnya branding atau yang sering disebut merek dalam sebuah produk, berbagi pengalaman eksportir sukses untuk menunjukkan bahwa siapapun mampu menjadi eksportir, tak perlu ada rasa takut, karena bekal utama ialah keberanian yang disertai analisis resiko, rasa ulet, mau untuk maju dan lebih baik, terampil dan pantang menyerah.

Ekspor

Garap Ide Digital

"Masa Depan Video Online"

Pada forum ini disampaikan bahwa video *online* menjadilah satu produk digital yang memiliki daya jual besar dan peluang tinggi di era ini. Berangkat dari hal tersebut, Garap Ide Digital mengakomodasi kebutuhan generasi muda untuk memahami lebih jauh bagaimana cara menghasilkan dan menggarap ide yang dapat dikembangkan secara digital melalui media online. Garap Ide Digital hari pertama memiliki tujuan untuk menunjukkan seberapa luas terbentangnya pasar di dunia video *online*. Diharapkan, hal itu dapat memotivasi dan menginspirasi audiens untuk menciptakan dan memasarkan video *online* mereka sendiri. Kegiatan ini juga memiliki misi untuk mengeksplorasi potensi perluasan koneksi video *online* dan saluran distribusinya untuk tidak hanya berhenti di media *online*, tapi juga bagaimana membawa arus arus distribusi ini dan mengubahnya menjadi aset ekonomi yang memiliki nilai finansial terukur.

Dennis Adishwara, pemandu *event* ini, sineas muda Indonesia yang melakoni berbagai pekerjaan

sebagai aktor, produser, sutradara, dan Web Series Video Maker. Dennis adalah CEO Layaria, penggagas lahirnya Indonesia Web Series Community. Penggiat film ini mengawali kiprahnya di industri perfilman melalui film garapan Rudy Soedjarwo, 'Ada Apa dengan Cinta'. Melakoni banyak peran di film layar lebar maupun layar kaca, Dennis pun kemudian terjun ke balik layar dan mendalami dunia filmmaking.

Diskusi ini dilaksanakan sebagai bagian dalam rangkaian kegiatan PPKI dan dilaksanakan pada tanggal 22 November 2012 di Comic Cafe Epicentrum Walk. Secara khusus, target audiens yang dituju untuk forum ini adalah para peminat yang ingin mengenal Video Online. Dengan mempertemukan langsung pelaku kreatif dengan audiens, kita berharap diskusi ini dapat menjadi satu tempat untuk melahirkan generasi baru dari orang-orang kreatif Indonesia.

Garap Ide Digital



Bincang Musik



Bincang Musik PPKI 2012

Forum Bincang Musik dilaksanakan untuk mengupas isu-isu terkini musik Indonesia. Diharapkan perbincangan ini dapat menginspirasi orang-orang yang terjun di dunia kreatif untuk berani berkarya aktif dalam proses penciptaan lagu anak. Bincang Musik ini juga menjadi ajang untuk menjajaki peluang berkolaborasi membuat produksi program TV & video musik anak, serta mengeksplorasi potensi bisnis serta distribusi digital lagu anak di Indonesia.

Terdapat banyak isu-isu yang penting dibincangkan dalam pengembangan musik, menjadi pertimbangan menggelar bincang musik dalam 5 sesi, setiap hari tanggal 21-24 November 2011 bertempat di Galeri Botol, Epicentrum Walk Kuningan Jakarta pukul 16.00 – 18.00 WIB di setiap harinya dengan format *talkshow* interaktif.

Pada sesi pertama mengangkat topik Rahasia Sukses Membuat Lagu Hits, diisi dengan materi menarik, seperti kiat-kiat sukses dalam menulis sebuah lirik lagu hingga menyusun aransemen musik hingga menjadi sajian yang menarik serta diterima para penikmat musik.

Nama-nama yang sudah tidak asing lagi di industri music, seperti Ferdy Tahier yang lebih dikenal sebagai salah satu vokalis band Element serta musisi internasional Keith Martin yang sukses dengan salah satu *hits*-nya yang berjudul "*Because of you*", hadir berbagi pengalaman sukses mereka dalam menciptakan lagu *hits*.

Pada hari kedua mengangkat tema "Promosi dan Distribusi Alternatif 2013", yang mengupas strategi para pelaku industri musik Indonesia terutama

dalam melakukan promosi serta distribusi karya mereka, baik secara konvensional maupun melalui digital. Dalam sesi ini, Bens Leo yang juga dikenal sebagai wartawan serta pengamat musik dan *entertainment* Indonesia, serta Budi Setyawan (CFO PT Melon Indonesia) hadir untuk berbagi pengalaman seputar promosi serta distribusi alternatif di tahun 2013 dari segi konvensional maupun digital.

Pada hari ketiga, Harrun Nurrasyid, Direktur Pengelola Music Factory Indonesia, serta Perwakilan Direktorat Jenderal HKI, Yusliarningsih, akan hadir dengan membawakan topik pengetahuan seputar HAKI & memaksimalkan pendapatan dari karya dengan mengangkat isu hak kekayaan intelektual yang melekat pada lagu maupun isu hangat mengenai sumber pendapatan dari suatu karya musik.

Pada kegiatan di hari keempat juga tidak kalah menarik karena mengangkat topik tren musik

2013 dengan ulasan akan *style* baru musik, lirik dan penampilan industri musik di tahun 2013, hingga kemasan baru musik Indonesia di tahun depan. Tidak tanggung-tanggung, Adib Hidayat yang lebih dikenal sebagai *Editor in Chief* Rolling Stone Magazine, serta Pongki Barata (musisi) hadir menjadi narasumber pada sesi ini.

Dan pada hari kelima, Bincang Musik akan menghadirkan Richard Buntario (pendiri Broadcast Design Indonesia) serta Aditya Gumay yang dikenal masyarakat sebagai tokoh sukses dibalik Sanggar Ananda untuk berbagi ilmu dalam mengembangkan musik untuk anak. Tokoh-tokoh industry musik Indonesia tersebut turut serta berbagi pengalaman mengenai strategi bisnis, pertunjukan, pengemasan hingga pendistribusian cd/digital lagu anak. Acara penutupan bincang musik dijadwalkan pada hari Minggu tanggal 25 November 2012 pada pukul 10.30 – 13.00 WIB dengan mengambil tempat di Galeri Botol Epicentrum Walk Kuningan Jakarta. (Sumber: www.indonesiakreatif.com)



Pertunjukan Musik PPKI 2012

Furnitur Indonesia



Di Indonesia, banyak sekali perusahaan yang bergerak dalam mengembangkan produk kayu buatan tangan khususnya furnitur yang memang dipergunakan untuk menambah keindahan di dalam ruangan maupun di luar ruangan. PT Indoexim Internasional salah satunya yang bergerak dalam industri furnitur buatan tangan, didirikan pada tanggal 9 April 2006. PT Indoexim International adalah produsen *furniture* kayu dan eksportir yang berpengalaman, yang mengkhususkan diri dalam *outdoor* dan *indoor furniture* jati. Perusahaan kami didirikan tahun 1998 dan didukung oleh manajemen dengan pengalaman gabungan dan keterampilan. Bermula dengan mendirikan 2 buah *workshop* di Jepara dengan lokasi Ngabul seluas 1500 m² dan di Mambak seluas 9000 m², perusahaan ini memiliki peningkatan setiap tahunnya dengan permintaan pesanan yang beragam. Akibat permintaan yang meningkat setiap tahunnya kemudian perusahaan

menambah dan memperluas *workshop* tersebut.

Kemampuan unik yang dimiliki perusahaan untuk menjual dengan harga yang kompetitif merupakan salah satu cara dalam mencapai target perusahaan. PT Indoexim International berani memberikan jaminan kepada para pembeli, bahwa furnitur dan komponen-komponennya bebas dari cacat dalam material dan pengerjaan. Jika menemukan cacat dalam bahan atau pengerjaan, perusahaan akan memberikan pilihan untuk memperbaiki atau mengganti komponen yang rusak tersebut tanpa biaya. Garansi yang diberikan ini mencakup cacat manufaktur, seperti *unglued*, retak, dan patah. Keluhan dalam produk furnitur yang mengalami hal tersebut harus diterima dalam waktu 30 hari setelah tanggal penerimaan barang. Dalam hal garansi juga memiliki yang tidak mencakup cacat yang disebabkan oleh, perakitan tidak benar,



modifikasi/ setelah pembelian, kerusakan yang disengaja, kecelakaan, penyalahgunaan, pelecehan, atau kelalaian, dan keausan normal yang meliputi pelapukan.

Alasan perusahaan memilih jati sebagai bahan dasar produk karena jati memiliki daya tahan dan stabilitas di bawah kondisi iklim yang parah. Jati juga kuat dalam melawan serangan serangga dan efek korosif

cuaca selama ratusan tahun. Perawatannya juga sederhana, yakni menggunakan minyak jati, yang membuat jati memiliki warna coklat lebih gelap dari yang normal dan kemilau lembut. Penggunaan minyak jati tidak akan meningkatkan kehidupan kayu, tapi memperlambat perubahan efek yang disebabkan oleh sinar matahari. Untuk itu dalam menjaga penampilan furnitur perlu diminyaki secara berkala. (www.indoexim.com)



Kegiatan Ditjen PEN



Setiap bulan Kementerian Perdagangan khususnya pada Direktorat Pengembangan Ekspor Nasional (Ditjen PEN) menjalankan berbagai program demi meningkatkan pengembangan dalam ekspor Indonesia.

Diakhir tahun 2012, guna mendukung terlaksananya visi dan misi Kementerian Perdagangan Republik Indonesia, Direktorat Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional (Ditjen PEN) telah melakukan berbagai kegiatan yang berkaitan dengan ruang lingkup tugas dan fungsinya. Untuk mengembangkan ekspor, kegiatan yang dilakukan, antara lain, 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.

Selain itu, juga diselenggarakan kegiatan identifikasi kebutuhan kerjasama pengembangan ekspor di kota Kendari, bertujuan untuk mencari dan

Kegiatan Ditjen PEN

mengumpulkan informasi serta hambatan dari para *stakeholder* di Provinsi Sulawesi Tenggara. Kegiatan ini dilakukan dalam rangka meningkatkan daya saing dan pengembangan ekspor produk Indonesia melalui mekanisme kerjasama. Dari identifikasi kebutuhan kerjasama tersebut dihasilkan suatu skema kerjasama yang dibutuhkan para *stakeholder* terkait pengembangan ekspor di Propinsi Sulawesi Tenggara antara lain:

- Kebutuhan akan pelatihan/*capacity building* terkait ekspor;
- Kemudahan dalam akses informasi;
- Adanya bantuan fasilitasi infrastruktur pendukung kegiatan ekspor yang diantaranya gudang penyimpanan, alat pengolahan produk perkebunan dan kelautan (pendingin dan pengolahan).

Selain pertemuan yang dilakukan di Kendari tersebut, Ditjen PEN juga melakukan beberapa

pertemuan dengan asosiasi di Indonesia di Kantor Kementerian Perdagangan dengan Asosiasi Jasa Penempatan Tenaga Kerja Antar Negara atau yang lebih dikenal dengan AJASPAN. Asosiasi ini merupakan wadah berhimpunnya pelaksana penempatan tenaga kerja Indonesia swasta yang mempunyai SIPPTLI dari Kementerian Tenaga Kerja dan Transmigrasi RI dan merupakan kelanjutan dari Asosiasi Jasa Penempatan Kerja Asia Pacific (AJASPAC) yang dibentuk tahun 2002. AJASPAC saat ini telah mengirim tenaga kerja Indonesia ke 20 negara dan memiliki sektor tenaga kerja formal dan informal. Dengan berperan aktifnya pengiriman tenaga kerja Indonesia ke seluruh dunia, Ditjen PEN dalam kegiatan promosinya mengajak AJASPAC untuk dapat berpartisipasi pada kegiatan Trade Expo Indonesia yang setiap tahunnya diadakan oleh Kementerian Perdagangan, yang mana *event* tersebut dapat digunakan sebagai ajang promosi jasa ketenagakerjaan Indonesia.



Forum Fesyen @ Konvensi PPKI 2012

Kegiatan DJPEN

Potensi Pasar Produk Furnitur (Rotan) di Jepang



Display Produk Temu Bisnis Rotan dan Bambu

Indonesia adalah negara tropis yang kaya akan berbagai sumber daya alam baik flora maupun fauna yang dapat dikembangkan bagi kemajuan perekonomian Indonesia. Salah satu sumber kekayaan alam hutan Indonesia adalah rotan yang sangat diminati oleh semua pasar dunia termasuk pasar Jepang. Seiring dengan keadaan ekonomi Jepang yang belum pulih pasca krisis ekonomi yang melanda semua negara permintaan akan produk ini juga menurun tetapi adanya sejumlah pembangunan perumahan, kantor, café dan tempat sarana hiburan lainnya membuat pesanan akhir-akhir ini makin meningkat. Hal penting yang harus diperhatikan adalah harga produk yang cenderung semakin bersaing dan adanya permintaan furniture rotan yang beralih ke produk furnitur rotan artifisial

atau *synthetic rattan* yang bahan bakunya adalah *polyethylene*.

Beberapa hal yang perlu dilakukan dalam meningkatkan pangsa produk furnitur rotan di pasar Jepang, di antaranya pengembangan produk rotan yang dapat menarik/ mendorong konsumen untuk membeli, mengembangkan produk dengan pendekatan segmen kelompok umur konsumen, komitmen yang kuat dari produsen untuk mengembangkan produk baru dengan memanfaatkan keunikan dari rotan itu sendiri seperti mempertimbangkan mobilitas, disain, keunikan, dan lain-lain. Di Jepang, produk rotan identik dengan musim panas/musim semi, maka disarankan agar corak/alas bantal tempat duduk

furnitur rotan menggunakan corak yang berbeda di kedua bagian sisinya sehingga mempunyai fungsi ganda yang dapat dipakai diberbagai musim.

Tidak terdapat peraturan untuk melarang impor produk furnitur rotan kecuali furnitur yang bahannya terbuat dari jenis kulit binatang seperti yang diatur di dalam *Washington Convention (Convention on International Trade in Endangered Species of Wild Fauna and Flora)*. Akan tetapi, beberapa jenis produk furniture dikenakan ketentuan yaitu *Household Goods Quality Labeling Law* dan *Consumer Products Safety Law*. Standar pengamanan diwajibkan kepada produk khusus tersebut dan harus sesuai dengan "government safety standards". Produk yang telah memenuhi syarat akan diizinkan menggunakan label "S Mark", dan penjualan produk ini dilarang tanpa mencantumkan label diatas. Dalam upaya melindungi kepentingan konsumen dan kualitas produk, Pemerintah Jepang menerapkan berbagai ketentuan dan peraturan yang diatur dalam berbagai Undang-Undang atau peraturan lainnya sejak mulai bahan baku, bahan setengah jadi, produksi, importasi, cara penggunaan dan distribusi.



TATA MOTORS LIMETED

International Business Block A Shisagar
Estate WRL

India

Tel : (91-22) 67577200

Fax : (91-22) 67577275, 67677276

Email : dtt@datamotors.com

RC MANUBHAI & CO.LTD

Po Box 5332 Raiwada

Fiji

Tel : (679) 3384316

Fax : (679) 3384317

Email : info@rcmanubhai.com.fj

INIVERSAL GENERAL TRADING PLC

Po. Box 32154

Ethiopia

Tel : 251 111 570481

Fax : 251 111 570482

Email : zenebe@ethionet.et

IL DE FRANCE CORPORATION

550 Deep Valey Drive, Suit 3593 Rollin
Hils 90274

Usa

Tel : 1 310 377 8898

Fax : 1 310 377 8232

Email : usa@ildefrancedesign.com

INASCB EXPORT-IMPORT

Doubravice 16CZ-370 06 Ceske

Czech Republic

Tel : (420) 387 240975

Fax : (420) 602 468898

See you at...

28th



T R A D E X P O Indonesia

THE 28th TRADE EXPO INDONESIA

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

October 16-20, 2013 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