

WARTA EKSPOR

KINERJA EKSPOR INDONESIA TAHUN 2013

Melihat kinerja ekspor Indonesia dua tahun terakhir, andalan ekspor Indonesia masih fokus pada komoditas dan barang tambang, seperti minyak sawit, batubara, tembaga dan nikel. Karena itu, ekspor Indonesia masih membutuhkan perbaikan hingga 1-2 tahun ke depan karena kinerjanya sangat ditentukan oleh harga komoditas. Penurunan harga komoditas akan berdampak kepada turunnya nilai ekspor Indonesia.

Kekuatan Indonesia pada produk non komoditas sebenarnya tidak kalah dengan negara lain. Namun, menghadapi persaingan, dibutuhkan strategi penetrasi pasar yang lebih menantang. Artinya, pelaku usaha tidak lagi menentukan negara tujuan ekspor berdasarkan peningkatan perekonomian semata, tapi harus melihat perkembangan negara atau wilayah dalam jangka panjang. Sebagai contoh pasar Afrika, benua ini bagi Indonesia tidak asing lagi. Sejak 40 tahun lalu Indonesia sudah menunjukkan peranannya, baik dibidang politik maupun perdagangan. Kita masih ingat bahwa pencetus Konverensi Asia-Afrika adalah Indonesia, sehingga pasar Afrika sebenarnya merupakan pasar tradisional buat Indonesia.

Hanya saja, pasar Afrika dalam perjalanan panjangnya pernah kita lupakan, sehingga pada saat terjadi perubahan besar dan Afrika jadi kekuatan ekonomi baru, Indonesia kembali melirik pasar Afrika. Sementara, India dan China menerapkan strategi masuk pasar Afrika pada saat negara-negara di kawasan itu masih dalam kondisi tertatih-tatih. Kedua negara tersebut turut membantu menghidupkan perdagangan di beberapa negara Afrika.

Sekarang, di saat negara-negara di Afrika ekonominya bangkit, India dan China tinggal memetik hasil. Banyak produk mereka merajai pasar di beberapa negara Afrika. Strategi ini memang melelahkan, namun membuahkan hasil yang sangat memuaskan para pelaku usaha.

Tim Editor

Daftar Isi

Ditjen PEN/MJL/004/12/2013 Desember



Editorial 2

Daftar Isi 2

Tajuk Utama 3

Potret Kinerja Ekspor
Indonesia Tahun 2013

Kegiatan Ditjen PEN 9
Desember

Sekilas Info 15

Ketentuan Umum Makanan
Organik di Uni Eropa

Daftar Importir 19



POTRET KINERJA EKSPOR INDONESIA TAHUN 2013

Indonesia merupakan salah satu negara pemasok di pasar dunia. Tidak kurang dari 140 negara yang menjadi tujuan ekspor Indonesia. Dari data statistik yang dikeluarkan oleh Biro Pusat Statistik (BPS), hampir 5.000 macam produk dari Indonesia masuk ke pasar negara-negara tersebut.

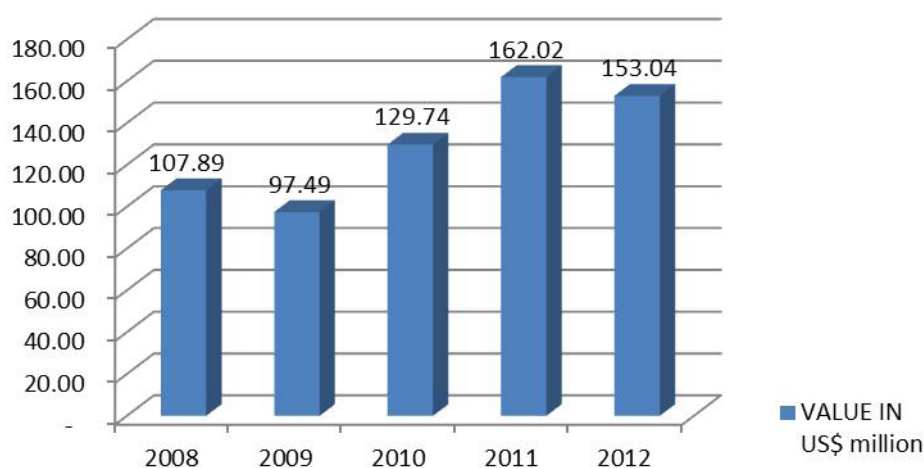
Ekspor Indonesia dalam periode 2008 – 2012 berfluktuasi, tahun 2008 nilai ekspor Indonesia ke hampir 250 negara senilai US\$ 107,89 milyar. Namun, tahun 2009 mengalami penurunan sebesar 10,67% menjadi US\$ 97,49 milyar. Setahun kemudian naik kembali sebesar 24,86% menjadi

US\$ 129,74 milyar. Dan, tahun 2011 kembali naik 6,17% menjadi US\$ 162.02 milyar, tapi di tahun 2012 turun 5,54% menjadi US\$ 153,04 milyar.

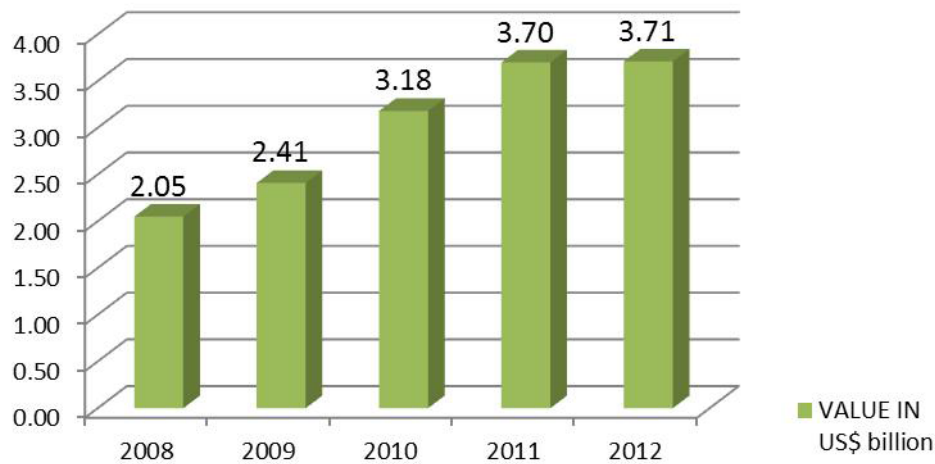
Dari sekian banyak negara tujuan ekspor Indonesia, ada juga yang selalu mengalami kenaikan dalam periode 2008 – 2012, antara lain ekspor ke Philipina, Kamboja, Kenya, Haiti, Senegal, Gambia, Albania, Laos, dan Nauru.

Perdagangan Indonesia dengan Philipina masih surplus untuk Indonesia. Ekspor Indonesia ke Philipina dalam periode 2008 - 2012 terus mengalami peningkatan.

Total ekspor Indonesia ke dunia periode 2008 - 2012



Ekspor Indonesia ke Philipina 2008 - 2012



Begitupun dengan total perdagangan Indonesia – Philipina, dalam periode 2008 – 2012 juga meningkat, kecuali tahun 2012 yang turun 0,88% atau US\$ 0.04 milyar. Ini akibat dari impor Indonesia dari Philipina tahun 2012 menurun.

Produk yang di ekspor Indonesia ke Philipina bermacam-macam, antara lain; batubara, bijih tembaga, kopi (ekstrak, esens dan konsentrat), kendaraan penumpang, piston mesin (diesel), kawat tembaga, urea, komponen percetakan, serta komponen dan aksesoris sepeda motor

Selain Philipina, ekspor Indonesia ke Kamboja juga mengalami peningkatan, dalam periode 2008 – 2012, walaupun nilainya masih kecil.

Dari total ekspor Indonesia, 10 (sepuluh) produk ekspor utama Indonesia ke Kamboja adalah cerutu/ rokok, batubara, kertas & karton, sepeda Motor (termasuk moped), makanan olahan, kertas tulis, oksigen (senyawa amino), kain rajutan atau kaitan lainnya, ban, dan obat-obatan.

Kinerja ekspor Indonesia ke Kamboja dari tahun ke tahun dalam periode 2008 – 2012 selalu mengalami kenaikan. Dari total ekspor Indonesia selama 5 tahun terakhir senilai US\$ 724,11 juta, dan dari nilai tersebut, sebanyak 70,41% disumbang oleh ekspor cerutu/rokok.

Dilihat dari ekspor Indonesia secara keseluruhan ke dunia, tidak selalu meningkat. Namun, ada

Ekspor Indonesia ke Kamboja 2008 - 2012





sejumlah negara yang pembelannya terhadap produk Indonesia selalu naik.

Inilah 10 negara utama tujuan ekspor Indonesia, yakni China dengan pangsa pasar 13,63%, Jepang (11,26%), Amerika Serikat (9,53%), India (8,13%), Singapura (6,89%), Malaysia (5,53%), Korea (4,37%), Thailand (3,59%), Belanda (3,00%), dan Philipina (2,41%).

Strategi Pemerintah untuk mendorong ekspor barang-barang yang sudah diolah agar meningkatkan nilai tambah dan mengamankan kebutuhan bahan baku untuk industri dalam negeri adalah dengan dikeluarkannya Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor : 44/M-DAG/PER/7/2012 tentang "Barang Dilarang Ekspor".

Peraturan Larang Ekspor ini dibuat dengan alasan :

- Mengancam keamanan nasional atau kepentingan umum termasuk sosial, budaya dan moral masyarakat.
- Melindungi hak atas kekayaan intelektual;
- Melindungi kehidupan manusia dan kesehatan;
- Merusak lingkungan hidup dan ekosistem; dan/atau
- Berdasarkan perjanjian internasional atau kesepakatan yang ditandatangani dan diratifikasi oleh Pemerintah.

Di bawah ini adalah komoditi dilarang ekspor:

KARET

- Karet alam spesifikasi teknis (TSNR) atau Standard Indonesia Rubber (SIR) yang tidak memenuhi SNI. (HS 4001.22.10.00 s.d. 4001.22.90.00)
- Karet alam dalam bentuk lain selain *smoked sheet* dan TSNR (SIR). (HS 4001.29.10.00 s.d. 4001.29.80.00)

KAYU

- Kayu kasar (dikuliti, HS 4403.10.19.00 s.d. 4403.99.90.00)
- Kayu simpai (galah belahan, tiang pancang dan lainnya, HS 4404.10.0000)
- Kayu bantalan
- Kayu gergaji/dibelah memanjang
- Kayu dalam bentuk log

ROTAN

- Rotan dalam bentuk utuh/mentah/segar
- Rotan utuh yang dicuci dan digosok
- Rotan utuh yang dikikis bukannya
- Rotan setengah jadi yang tidak dipoles
- Hati rotan yang telah dibelah
- Kulit rotan yang dihasilkan dari pembelahan.
- Rotan yang tidak dalam bentuk utuh, tidak dipoles dan selain hati rotan dan kulit rotan

IKAN

- Anak Ikan Arwana (*Scleropages Formosus* dan *Scleropages Jardini*)
- Ikan Botia hidup (*Botia Macracantha*)
- Ikan Napoleon Wrasse (*Cheilinus undulates Ruppell*)
- Benih Ikan Sidat (*Anguilla spp*)
- Calon induk dan induk udang Penaeidae jenis udang Windu (*penaeus monodon*)
- Calon induk dan induk udang Penaeidae jenis udang Jerbung (*penaeus merguensis*) dan Kuruma Ebi (*penaeus japonicas*)
- Udang Galah (*Maebicrobrachium rosenbergit*).

Itu adalah beberapa contoh dari komoditi yang dilarang untuk diekspor, yang lebih lengkapnya dapat dilihat di :

http://www.bkipm.kkp.go.id/bkipm/public/files/regulasi/Permendag_Nomor_44_Tahun_2012_Barang_Dilarang_Ekspor-2.pdf

Beberapa barang bidang industri yang dilarang ekspor adalah:

- Sisa dan skrap dari besi tuang (HS.7204.10.00.00)
- Sisa dan skrap dari baja paduan selain baja *stainless* (HS.7204.29.00.00)
- Sisa dan skrap dari besi atau baja dilapis timah (HS.7204.30.00.00)
- Sisa dan skrap selain dari besi tuang, selain dari baja paduan selain sisa dan skrap dari besi atau baja dilapis timah dengan bentuk gram, serutan, kepingan, sisa gilingan, serbuk gergaji, kikiran, potongan dan hancuran, dalam bundle maupun tidak (HS. 7204.41.00.00)
- Sisa dan skrap selain dari besi tuang, selain dari baja paduan selain sisa dan skrap dari besi atau baja dilapis timah dengan bentuk selain dari bentuk gram, serutan, kepingan, sisa gilingan, serbuk gergaji, kikiran, potongan dan hancuran, dalam *bundle* maupun tidak (HS. 7204.50.00.00);

HASIL PERTAMBANGAN

Bijih Timah

Barang di bidang pertambangan yang dilarang ekspor adalah bijih timah (HS.2609.00.00.00), *tinslag* dengan nomor HS.2620.99.10.00 dan *tailing* (HS. 2620.99.90.00).

Pasir Alam

Masih di bidang pertambangan yang juga dilarang ekspor adalah pasir alam -- termasuk pasir laut, pasir sungai, pasir danau dan pasir tambang (*pasir quarry*); tanah dan top soil (termasuk tanah pucuk atau hubus). Berikut rinciannya:

- Pasir *silica* dan pasir kuarsa
- Pasir alam dari segala jenis, berwarna maupun tidak, selain pasir mengandung logam selain pasir *silica* dan pasir kuarsa (HS.2505.10.00.00);
- *Bentonit* (HS. 2508.10.00.00);
- Tanah liat tanah api (HS. 2508.30.00.00);
- *Fuller's Earth* (HS. 2508.40.00.00);
- Tanah liat lainnya selain *Fuller's Earth* (HS. 2508.40.90.00);
- *Andalusite*, *kyanite* dan *sillimanite* (HS. 2508.50.00.00);
- *Mullite* (HS. 2508.60.00.00);
- Tanah *chamotte* atau tanah dinas (HS. 2508.70.00.00);
- Tanah *diatomea* (misalnya *kiesel guhr*, *tripolie* dan *diatomit*) dan tanah semacam itu yang mengandung *silica*, dikalsinasi maupun tidak, dengan berat jenis sebesar 1 atau kurang (HS. 2512.00.00.00);
- Top soil (termasuk tanah pucuk atau Humus) (HS. 2530.90.90.00);

Batu Mulia (Selain Intan dan Batu Semi Mulia)

- Rubi tidak dikerjakan atau dipotong secara sederhana atau dibentuk secara kasar (HS. 7103.10.00.00);
- Batu mulia (selain intan) dan batu semi mulia tidak dikerjakan selain Rubi, Jade (HS. 7103.10.90.00);
- Batu mulia (selain intan) dan batu semi mulia dikerjakan atau dipotong secara sederhana atau dibentuk secara kasar selain Rubi, Opal, Kalsedon, Chert/Rijang, Jasper, Krisopase, Garnet, Agat, Topas, Giok (HS. 7103.10.90.00);
- Rubi dikerjakan secara lain (HS. 7103.91.10.00);
- Batu mulia (selain intan) dan batu semi mulia dikerjakan secara lain selain Rubi (HS. 7103.91.90.00);
- Batu mulia (selain intan) dan batu semi mulia dikerjakan secara lain selain Rubi, Safir, Jamrud, Opal, Kalsedon, Chert/Rijang, Jasper, Krisopase, Garnet, Agat, Topas, Giok (HS. 7103.99.00.00);

Batu Mulia atau Semi Mulia Sintetik

- Piezo-electric quartz tidak dikerjakan (HS. 7104.10.10.00);

- Piezo-electric quartz dikerjakan (HS. 7104.10.20.00);
- Batu mulia atau semi mulia sintetik selain Piezo-electric quartz tidak dikerjakan atau dipotong secara sederhana atau dibentuk secara kasar (HS. 7104.20.00.00);

Melihat kinerja ekspor Indonesia perlu ada dorongan terhadap beberapa produk yang menjadi unggulan Indonesia, baik peningkatan kualitas maupun desain. Dalam periode yang sama, produk-produk yang memiliki nilai ekspor tinggi berkisar pada produk-produk seperti: *bituminous*, batubara, *palm oil*, biji tembaga, timah, *wood pulp*, biji nikel, sepatu olahraga dan bijih aluminium.

Di samping produk-produk di atas yang memiliki nilai ekspor tinggi, ada beberapa produk yang potensial untuk diekspor. Akan tetapi, melihat persaingan di pasar global, dibutuhkan keberanian para pelaku ekspor Indonesia dalam melakukan penetrasi pasar. Berikut ini beberapa informasi pasar yang memiliki prospek untuk produk Indonesia.

1. Pasar perhiasan perak di Jepang

Jepang merupakan salah satu pasar perhiasan perak yang banyak dibidik oleh beberapa negara terutama negara-negara ASEAN, termasuk Indonesia. Namun, pasar perhiasan perak Jepang memiliki karakteristik tersendiri, yang mana segmen pasar tidak terbatas di kaum hawa saja, tapi gaya hidup anak-anak muda pun menjadi incaran para pelaku bisnis perhiasan perak. Banyak anak remaja dan muda Jepang yang sudah gemar memakai aksesoris seperti gaya anak muda yang ada di beberapa negara lainnya, termasuk Indonesia. Segmen ini tidak dapat dipandang sebelah mata karena daya serapnya cukup tinggi. Karena itu, persaingan para pelaku usaha di segmen ini pun cukup tinggi. Hanya pelaku usaha memiliki kreativitas dan inovasi, serta selalu mengikuti perkembangan model dan gaya anak muda yang akan memenangkan persaingan tersebut.

2. Pasar ikan dan produk Ikan di Jepang

Kita mengenal Jepang salah satu negara yang mengkonsumsi ikan terbesar di dunia. Sehingga Jepang menjadi pasar ikan dan produk ikan yang memiliki prospek. Namun, Jepang juga salah satu negara yang memiliki peraturan yang sangat ketat untuk produk ikan. Karena itu, untuk memasuki pasar Jepang, pelaku ekspor ikan Indonesia harus betul-betul mengenal

peraturan yang diterapkan Jepang.

Sebagaimana diketahui, Jepang salah satu negara yang mengkonsumsi ikan mentah, sehingga negara ini sangat teliti dalam mengimpor ikan mentah.

Beberapa hal umum tentang produk ikan yang perlu diketahui adalah:

- Ikan yang akan di ekspor ke pasar Jepang betul-betul dalam kondisi segar. Hal ini dapat diketahui dari aroma, warna daging ikan dan kekenyalan daging ikan.
- Kemasan sangat berperan penting dalam menjaga kesegaran ikan, sehingga pada saat sampai di Jepang, kondisi ikan betul-betul masih segar.

Kalau kesegaran ikan dapat terjaga, maka diharapkan ekspor ikan ke pasar Jepang akan berlanjut.

3. Pasar produk baju muslim di Senegal

Senegal merupakan pintu masuk ke benua Afrika sebelah barat. Negara ini tidak begitu besar, tapi merupakan kunci dalam pendistribusian produk ke negara-negara Afrika Barat lainnya. Senegal merupakan negara dengan penduduk mayoritas muslim. Pakaian muslim menjadi pakaian sehari-hari, sehingga sudah menjadi kebutuhan sehari-hari. Namun, perlu ada kajian terhadap bahan dan model yang digemari oleh masyarakat Senegal, sehingga dalam penetrasi pasar tidak lagi berbenturan dengan hal-hal yang bertentangan dengan model dan bahan yang disukai oleh konsumen.

Prospek pasar tidak hanya terfokus di Senegal saja, tapi ada 9 negara yang berada di bawah wilayah KBRI Senegal yang menjadi target pasar yang sangat menjanjikan.

4. Pasar alas kaki di Arab Saudi

Produk alas kaki yang dimaksud adalah sepatu dan kaos kaki terutama untuk segmen anak-anak. Segmen ini dari sisi harga memiliki 3 jenis konsumen yang berbeda, mulai dari :

- Kelas bawah SR 25-100 (USD 7-25),
- Kelas menengah SR 150-450 (USD 40-120),
- Kelas menengah ke atas SR 500-950 (USD 135-250) dan
- Kelas atas SR 1000 (USD 265) ke atas.

Adapun faktor yang membuat daya serap pasar di Arab Saudi untuk produk alas kaki, antara lain:

- Anak-anak Sekolah

Sekitar 5 juta siswa-siswi setiap tahun mengganti sepatunya. Musim *"back to school"* adalah musim spesial untuk penjualan berbagai kebutuhan sekolah, termasuk alas kaki anak. Berbagai produsen biasanya menjual produknya dengan tema yang sedang populer dan digandrungi oleh anak-anak. Tema dari *game* telepon seluler dan film *cartoon*, serta serial di televisi, seperti: *Angry Birds*, *Where is my water*, *Ben 10*, *Dora*, *Spiderman*, *Tom & Jerry* dan karakter *cartoon Walt Disney*, masih menjadi favorit di kalangan anak-anak dan menjadi sugesti mereka dalam memilih produk yang akan dibeli.

- Turis dalam negeri

Sejalan dengan pendapatan per kapita yang cukup tinggi, warga Arab Saudi menghabiskan masa liburan musim panas dan musim semi mereka untuk berwisata. Terlebih lagi, mereka aktif untuk mencari hiburan dan piknik akhir pekan. Fenomena ini adalah salah satu pendorong untuk peningkatan penjualan alas kaki. Jutaan orang setiap tahunnya berwisata, baik di dalam maupun ke luar negeri. Hal ini, tentu saja, merupakan peluang pasar yang sangat baik bagi produk alas kaki anak.

5. Pasar produk koper, tas dan dompet kulit di Johannesburg

Selama periode tahun 2011 – 2013, Indonesia menunjukkan masih memiliki daya saing cukup baik untuk produk kulit. Untuk permintaan negara Afrika Selatan masih kecil, sehingga sangat dibutuhkan banyak sosialisasi dengan industri setempat mengenai keunggulan produk kulit Indonesia.

Indonesia perlu meningkatkan kinerja penjualan produk tas kulit dan produk kulit lainnya yang dapat dimanfaatkan di pasar Afrika Selatan karena pasarnya masih terbuka. Produk kulit dari Indonesia di pasar Afrika Selatan menduduki peringkat 5 dibandingkan negara lain, sehingga diperlukan usaha untuk menjadikannya sebagai penguasa pasar di negara tersebut.

Hambatan perdagangan yang ada adalah tentang tarif bea masuk karena Afrika Selatan menerapkan bea masuk 25%–30% untuk produk kulit. Oleh sebab itu, diperlukan koordinasi dan *bilateral meeting* dengan pemerintah Afrika Selatan untuk dapat menurunkan tarif bea masuk.



Kegiatan Ditjen PEN di Penghujung Tahun 2013

Partisipasi Kemendag pada Jakarta Fashion Week 2014

Jakarta Fashion Week (JFW) 2014 dilaksanakan tanggal 19-25 Oktober 2013 di Senayan City Jakarta, diselenggarakan oleh PT Azura Activation (Femina Group). JFW 2014 mengangkat tema “*Bringing Indonesia To The World*” merupakan langkah awal bagi desainer Indonesia untuk menjadi bagian penting dari perkembangan mode dunia. JFW melibatkan kurang lebih 180 desainer dengan lebih dari 60 kegiatan *fashion show*.

JFW 2014 dibuka secara resmi oleh Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, Mari Elka Pangestu, bersama dengan Wakil Menteri Perdagangan, Bayu Krisnamurthi, tanggal 19

Oktober 2013 bertempat di JFW Tend Fashion Senayan City-Jakarta. Sementara, acara penutupan JFW 2014 dilakukan oleh Menteri Perdagangan Gita Wirjawan tanggal 25 Oktober 2013. Dalam program acara *fashion show* Dewi Fashion Knight menampilkan karya desainer Indonesia, antara lain, Oscar Lawalata, Priyo Oktaviano, Tex Saverio, Toton Januar, dan Populo.

Lalu, ada JFW Buyers Room, yakni suatu program khusus hasil kerjasama antara Kementerian Perdagangan dengan Femina Group dengan mengundang khusus para *buyer* lokal dan internasional yang potensial untuk dapat melihat langsung karya-karya desainer Indonesia yang siap *go international*. Kegiatan



dilaksanakan tanggal 17-19 Oktober 2013 di The Hall Senayan City ini dihadiri oleh 9 perusahaan ritel (buyers) internasional dan 10 perusahaan ritel lokal. Pada Buyers Room JFW 2014 telah difasilitasi 44 desainer, dan sedikitnya telah terjadi kontak bisnis antara 9 desainer Indonesia dengan *buyers*, yakni:

- a. Tex Saverio, memperoleh kontrak bisnis selama 3 tahun dengan The Guffanti Showroom (Italia), 300-500 pcs dengan AW13, dan Fenwick (London)
- b. Yosafat Dwi Kurniawan, memperoleh kontrak bisnis dengan The Guffanti Showroom (Italia)
- c. Albert Yanuar, mendapatkan kontrak bisnis dengan The Guffanti Showroom (Italia)
- d. Menstore, menjalin kemitraan bisnis dengan Happy Go Lucky (lokal)
- e. Hunting Fields, memperoleh kontak bisnis dengan Auntie Katy (Australia), Fenwick (London), Isetan (Kuala Lumpur), Isetan (Singapura), serta Happy Go Lucky (Lokal)
- f. Impromtu, memperoleh kontak dagang dengan Shopdeca.com, Manjusha, Happy Go Lucky.
- g. Jenahara, memperoleh kontak dagang dengan The Guffanti (Italia) untuk *showroom* di Dubai
- h. JLL by Gloria Agatha, memperoleh kontak dagang dengan Club Couture (Singapura), The Goods Dept. (Lokal), Shopdeca (Lokal), dan Sirclo (Lokal)

Kementerian Perdagangan bekerjasama dengan Femina Group juga mengadakan seminar/workshop “Road to Jakarta Fashion Week” sebanyak 2 (dua) kali, yaitu pada tanggal 24-26 April 2013 di Auditorium Kementerian Perdagangan dengan tema “Fashion and Future”, dan pada tanggal 18 September 2013 bertempat

di Auditorium Kementerian Perdagangan dengan tema “Growing Your Fashion Business”.

Pelaksanaan Festival Ekonomi Kreatif “FEKSI 2013”

Kegiatan Festival Ekonomi Kreatif tingkat SMA dan Sederajat se-Indonesia (FEKSI) 2013 diselenggarakan Kementerian Perdagangan dengan Serikat Perusahaan Pers. Penyelenggaraan FEKSI yang ke-4 kalinya ini bertujuan untuk membangun *awareness* tentang ekonomi kreatif, serta memotivasi semangat dan kebanggaan pada produk dalam negeri di kalangan pelajar SMA se-Indonesia. FEKSI 2013 terdiri dari dua rangkaian kegiatan, yaitu lomba debat dan lomba menulis artikel, yang memperebutkan piala bergilir Menteri Perdagangan. Topik yang diangkat kali ini fokus terhadap peningkatan daya saing, nilai tambah, diplomasi dagang dan kerjasama perdagangan internasional, promosi dagang dan *nation branding*. Tahun ini juga merupakan kegiatan yang terakhir kalinya Kementerian Perdagangan, cq Ditjen Pengembangan Ekspor Nasional mendukung FEKSI 2013.

Lomba debat FEKSI 2013 dilaksanakan di 12 (dua belas) kota, yaitu: Manado, Makasar, Palembang, Pekanbaru, Medan, Mataram, Balikpapan, Jogjakarta, Bandung, Surabaya, Jakarta dan Semarang. Kegiatan ini diikuti oleh 268 tim debat dengan jumlah peserta mencapai 1.158 pelajar dari 138 sekolah, ditambah 286 guru pendamping dan sekitar 1.500 orang suporter di 12 (dua belas) kota. Sedangkan lomba menulis artikel dilakukan secara *online*, dengan peserta dari seluruh Indonesia. Peserta lomba menulis artikel yang telah mendaftarkan karyanya dan lulus administrasi berjumlah 209 karya dari berbagai sekolah se-Indonesia.

Para pemenang utama lomba debat dari 12

daerah (12 tim) dan 10 orang penulis artikel terbaik pada tanggal 11 November mengikuti babak penyisihan Grand Final dan Final FEKSI 2013 di Jakarta. Adapun tim juri pada Grand Final dan Final FEKSI 2013 merupakan para profesional dari media, akademisi dan praktisi ekonomi kreatif. Berikut para pemenang lomba debat FEKSI 2013:

- a. SMAN 3 Medan sebagai Juara I
- b. SMAN 6 Palembang sebagai Juara II
- c. SMA Kolose Loyola Semarang sebagai Juara III

Sedangkan para pemenang lomba menulis artikel terdiri dari:

- a. One Media Hapinesa dari SMAN 2 Surabaya dengan judul artikel “Ekonomi Kreatif dalam Pemberdayaan Anak Jalanan dan Gelandangan Pengemis” sebagai juara I
- b. Muhammad Nizar Rahman dari SMAN 1 Yogyakarta dengan judul artikel “Kreatif dalam Permainan Interaktif” sebagai Juara II.
- c. Teguh Andi Raharjo dari SMAN 2 Surabaya dengan judul artikel “Musisi Jalanan untuk Industri Musik Indonesia” sebagai juara III. **1.2**

Perkembangan Penyusunan Indonesia – Korea Comprehensive Economic Partnership Agreement (IKCEPA)

Perundingan penyusunan Indonesia – Korea *Comprehensive Economic Partnership Agreement* (IKCEPA) merupakan tindak lanjut hasil pertemuan bilateral dan *Joint Study Group* (JSG) Indonesia – Korea yang disepakati tanggal 12 Oktober 2011, yang bertujuan untuk meningkatkan hubungan ekonomi kedua negara. Ketua kelompok perunding IKCEPA adalah Sahala Lumban Gaol dan Wakil Kelompok Perunding IKCEPA adalah Agus Tjahyana. Draft perundingan IKCEPA dibagi dalam 7

(tujuh) *working group* (WG) yaitu *WG on Trade in Goods*; *WG on Rules of Origin, Customs Procedures and Trade Facilitation*; *WG on Services*; *WG on Investment*; *WG on Rules*; *WG on Cooperation and Capacity Building*; *WG on Legal and Institutional Issues*. Ditjen PEN Kemendag masuk dalam tim perunding *WG on Services* dan *WG on CCB*. Ditjen PEN telah melakukan pertemuan internal dengan masing-masing Direktorat di lingkungan Ditjen PEN untuk menyusun usulan *Plan Of Action* (POA) IKCEPA khususnya terkait dengan *services export promotion*. Masuknya usulan Ditjen PEN di *WG on Services* dikarenakan lebih banyak terkait dengan *services export promotion* yaitu *packaging and product development services*, *market research services*, *promotion services*, *software implementation services*, dan *capacity building*.

Saat ini perundingan IKCEPA telah memasuki putaran ke 6 (enam). Pertemuan “*The 6th Round Of Negotiation* Indonesia–Korea *Comprehensive Economic Partnership Agreement* (IKCEPA) *Working Group on Cooperation and Capacity Building*” dilaksanakan tanggal 11-12 November 2013 bertempat di Hotel Shangrilla Jakarta. Delegasi RI dipimpin oleh Direktur Kerjasama Teknik, Ditjen Informasi dan Diplomasi Publik, Kementerian Luar Negeri didampingi oleh perwakilan dari Kemendag, Kemenlu, Kemenperin, Kementerian Kelautan dan Perikanan, Bappenas dan BSN. Sementara itu, pihak Korea dipimpin oleh Yang Ghiwuk (*Director of Asian Trade Division*) dan Shin Minsik sebagai *Alternate Lead Negotiator*.

Sebelum perundingan putaran ke-6 *Working Group on Cooperation and Capacity Building* (CCB) IKCEPA dilaksanakan, delegasi RI melakukan *consolidation meeting* yang dipimpin oleh Direktur Kerjasama Teknik Kementerian

Luar Negeri. Perundingan WG CCB-IKACEPA diawali dengan pembahasan *cosolidated text* WG CCB-IKACEPA. *Draft text* terdiri dari 11 artikel dan 2 *annex*. Kedua belah pihak sepakat bahwa beberapa kalimat/kata pada draft teks perlu disesuaikan atau diganti.

Pendampingan Kunjungan Misi Dagang Kuala Lumpur Selangor Chinese Chambers of Commerce and Industry (KLSCCCI), Jakarta 9-12 November 2013

Pendampingan kunjungan misi dagang Kuala Lumpur Selangor Chinese Chambers of Commerce and Industry (KLSCCCI) ke Jakarta dilaksanakan tanggal 9-12 November 2013 dan diikuti oleh 46 anggota terdiri dari perusahaan menengah ke atas dan dipimpin oleh Presiden KLSCCCI, Datuk Ter Leong Yap. Tujuan kunjungan adalah menjajaki peluang usaha, investasi dan kerjasama dengan Indonesia khususnya, di sektor ritail, konstruksi (*building materials*), *property*, pusat perbelanjaan dan infrastruktur. Kunjungan ke Perhimpunan Pengusaha Indonesia Tionghoa (PERPIT) dilaksanakan tanggal 9 November 2013, Delegasi KLSCCCI mengadakan pertemuan dan *business matching*. Dalam pertemuan tersebut diantaranya terjadi kesepakatan *impor* produk tambang oleh perusahaan Malaysia.

Untuk menjajaki perluasan usaha di bidang ritel dan properti di Jakarta, delegasi mengadakan kunjungan ke pusat perbelanjaan Grand Indonesia dan Pacific Place yang dilaksanakan tanggal 10 November 2013. Pada tanggal 11 November 2013 dilanjutkan dengan melakukan kunjungan ke Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian, Luncheon Talk dengan HSBC Indonesia dan kunjungan ke Badan Koordinasi Penanaman Modal (BKPM) Indonesia. Kegiatan diakhiri dengan melakukan kunjungan ke KADIN Indonesia pada tanggal 12 November 2013.

Persiapan Partisipasi pada Pameran The Big Five Dubai, 25 – 28 November 2013

The Big Five Dubai merupakan pameran bahan bangunan dan konstruksi terbesar di kawasan Timur Tengah yang diikuti oleh 2500 peserta dari 65 negara. Pameran ini telah menjadi platform dalam bisnis *building material* dan jasa konstruksi bagi para pembeli dan produsen dengan perkembangan terkini dalam bidang produk, teknologi dan inovasi.

Paviliun Indonesia bertema: “*Trade with remarkable Indonesia*”, menempati lahan seluas 84 m² berada di Maktoum Hall di Dubai World Trade Center, dibangun dengan konstruksi desain khusus. Peserta pameran dari Indonesia ada 8 perusahaan, menampilkan produk *building material*. Delapan perusahaan tersebut adalah Bintang Jati Furniture (produk *carved wall*); Diana Jaya Mulia (produk *gebyok*); Karya Trampil (produk *mats*); Muliakeramik Indahraya (produk keramik); Promosi Dagang Asia (produk *bathroom accesories*); Solution Export (produk *marble*); Timur Mas Abadi (produk genteng metal); Rumah Mekar (produk batu alam).

Partisipasi Indonesia pada “The 14th Trade Fair of the OIC Member States” di Tehran

The 14th Trade Fair the OIC Member States (TFOIC) diselenggarakan tanggal 28 Oktober – 1 November 2013 di Tehran, Republik Islam Iran. Ini merupakan pameran yang diselenggarakan setiap dua tahun sekali dengan lokasi berpindah-pindah di antara negara anggota OIC atau Organisasi Konferensi Islam (OKI). TFOIC pada tahun ini diikuti oleh 34 dari 57 negara anggota OKI dengan lebih dari 500 perusahaan. Partisipasi Indonesia adalah upaya optimalisasi promosi produk unggulan Indonesia ke pasar non tradisional. Tahun 2012 nilai total perdagangan Indonesia dengan 56 negara anggota OKI tercatat sebesar USD 54,1 milyar,



atau 14,16% dari total perdagangan Indonesia dengan dunia. Pada periode yang sama, total perdagangan Indonesia – Iran tercatat sebesar USD 1,25 milyar dengan defisit untuk pihak Indonesia sebesar USD 290,8 juta.

Pameran dibuka pada tanggal 28 Oktober 2013 oleh *The 1st Vice President* Republik Islam Iran, H.E. Eshagh Jahangiri, kemudian diikuti sambutan oleh Wapres Iran yang menyampaikan bahwa negara-negara anggota OKI memberikan kontribusi lebih dari 10% dari total GDP dunia namun demikian masih terdapat kesenjangan di antara sesama negara anggota OKI.

Paviliun Indonesia menerima kunjungan kehormatan dari Wakil Presiden Iran dan Menteri *Industry, Mines and Trade*. Paviliun Indonesia menampilkan produk dari 13 perusahaan skala besar dan industri kecil menengah. Perusahaan yang berpartisipasi yaitu: PT Tan Putra Tama (*cocoapowder*); PT Selatan Jadi Jaya (*automotive parts-battery*); PT Tjiwi Kimia (produk kertas),

PT Mayora Indah (*food products & instant coffe*); PT Indo Nusa Enterprise (*jewelry*); PT Timur Mas Abadi (*building material-roof*); PT Indokom Citra Persada (*coffee & seafood*); PT Ariea Hospitality (*interior products & furniture*); Orang Tua Group (*F&B, consumer goods*); CV Betrien Shoes (sepatu), CV Ende (*dry food ready to eat*). Paviliun Indonesia juga menampilkan produk industri strategis dan jasa unggulan dalam bentuk poster yang menarik, antara lain, produk pesawat buatan PT Dirgantara Indonesia, kapal produksi PT Dok Perkalan Kodja Bahari, Kereta Api produksi PT INKA, Panel Surya produksi PT LEN Industri, pelumas produksi Pertamina Lubricants, *low cost green car* produksi Toyota Astra, Ban Mobil produksi PT Gajah Tunggal, serta jasa konstruksi dari PT Wijaya Karya. Paviliun Indonesia juga menampilkan film atau video dari *stakeholders* Indonesia antara lain iklan *Nation Branding Indonesia*, video promosi investasi, video profil industri, video promosi pariwisata, serta video promosi potensi kekayaan kelautan dan perikanan.

Kontak dagang prospektif yang diperoleh perusahaan Indonesia selama pameran sebesar USD 2.625.000 untuk produk *coffe bean*, kopi instan, dan *cocoa powder*. Adapun transaksi ritel yang terjadi sejumlah USD 8.000. Sementara itu, produk Indonesia lainnya yang banyak diminati adalah *roll paper*, *pulp*, baterai kendaraan bermotor, *natural rubber*, *consumer goods*, *building material* dan peluang pembangunan rumah kayu *knockdown* pada sebuah resort di Provinsi Gilan, Iran senilai USD 1 Juta. Pencapaian lainnya, Paviliun Indonesia mendapatkan *The 3rd Prize Award* yang diberikan oleh Dr. El Hassane Hazine, *Directorate General of Islamic Centre for Development of Trade* - OKI kepada Direktur Pengembangan Promosi dan Citra.

Business Forum Indonesia – Iran, 29 Oktober 2013

Bentuk partisipasi Indonesia pada TFOIC lainnya, Kementerian Perdagangan bekerjasama dengan Kementerian Perindustrian, KBRI Tehran dan *Iran Chamber of Commerce, Industries, Mines and Agricultures* (ICCIMA) menyelenggarakan Business Forum Indonesia – Iran tanggal 29 Oktober 2013 bertempat di ICCIMA.

Wakil dari Kementerian Perindustrian memberikan informasi mengenai kinerja sektor industri di Indonesia, potensi kerjasama dibidang industri bagi Indonesia – Iran serta insentif yang diberikan pemerintah Indonesia untuk mendorong investasi antara lain berupa pemberian *tax holiday*, *tax allowance*, *government – borne import duty* dan *tariff redemption*.

Rangkaian acara Business Forum diakhiri dengan *Business Matching* antara perusahaan Indonesia dengan perusahaan Iran. Produk yang diminati, antara lain, komponen otomotif, *paper products*, *non stationery*, *cocoa powder*, *tariff redemption*.

Pelaksanaan Partisipasi Bazar International di Manila, Filipina

Kegiatan partisipasi pada Bazar Internasional yang diselenggarakan oleh *International Bazaar Foundation* (IBF), yaitu yayasan yang memberikan perhatian terhadap penggalangan dana sosial yang berafiliasi dengan Departemen Luar Negeri Filipina. Dilaksanakan tanggal 17 November 2013 oleh KBRI Manila melalui atase perdagangan, bekerjasama dengan fungsi sosial budaya dan Dharma Wanita Persatuan KBRI Manila.

Bazar ini diikuti oleh berbagai negara maju antara lain Rusia, Italia, India, Belanda, Perancis, Inggris, Australia, Selandia Baru, Brazil, Singapura, Afrika Selatan dan Malaysia. Atase perdagangan mengundang beberapa perusahaan Indonesia yang bergerak dibidang makanan dan minuman Indonesia serta produk hiasan dan ukiran asal Indonesia, di antaranya, J.Co, PT Sinar Mas, PT Kalbe International, Indofood, PT Mayora Indah, dan Finesha. Atase perdagangan Manila menyewa 4 *booths* untuk pameran industri dalam rangka memfasilitasi kegiatan promosi dimaksud. Adapun jenis produk Indonesia yang dipamerkan dalam kegiatan bazar adalah makanan dan minuman olahan (Indofood, PT Kalbe Internasional, PT Mayora Indah), industri olahan (Sinar Mas), kerajinan dan ukiran kayu (Finesha), batik dan hiasan (Dharma wanita persatuan KBRI Manila), makanan siap saji (J.CO dan Dharma wanita persatuan KBRI Manila).

Hasil transaksi pada kegiatan bazar tahun ini mengalami peningkatan yang cukup signifikan menjadi Php (peso Philipina) 350.791,- dibandingkan tahun 2012 yang hanya senilai Php 310.045,-.



KETENTUAN UMUM MAKANAN ORGANIK DI UNI EROPA

Organik adalah istilah untuk produk pertanian yang diproduksi dengan metode dan bahan yang memperhatikan keberlangsungan sumber daya alam serta pemanfaatannya dilakukan secara bertanggungjawab dan tidak menggunakan pupuk buatan, pestisida, antibiorik, pengawet makanan dan rekayasa genetik (GM). Makanan organik tergantung kepada proses alamiah untuk meningkatkan hasil produksi pertanian dan ketahanan terhadap hama.

Investasi dalam produk pertanian pangan dan non pangan organik di Indonesia sangat menjanjikan. Indonesia berpeluang mengisi pasar ekspor produk organik dunia, mengingat jenis tanaman di Indonesia sangat beragam dan pasar organik dunia setiap tahunnya tumbuh 10-20%.

Presiden Aliansi Organik Indonesia Sebastian Saragih mengatakan, "Dalam pertanian konvensional, produk tanaman perkebunan Indonesia menempati 3 besar yaitu kepala sawit, kakao, dan kopi. Kalau saat ini Indonesia masuk dan mulai serius menggarap produk organik maka akan ada peluang dan insentif dalam selisih harga yang signifikan.

Jika akan mengekspor produk makanan ke Uni Eropa, sebaiknya memiliki sertifikat organik untuk membedakan produk yang sama. Permintaan produk pangan organik tumbuh 51% terutama di Eropa Barat. Namun, sebelumnya pelopor penjualan makanan organik adalah Swedia dan Denmark, yang diikuti Perancis dan Inggris. Pasar makanan organik kurang berkembang di negara kawasan Eropa Selatan dan Timur namun di Republik Ceko produk organik berpotensi untuk tumbuh pesat.

Selain kepemilikan sertifikat organik dari negara maupun organisasi pemeriksaan swasta dengan reputasi baik dibawah otoritas Uni Eropa, eksportir juga harus memenuhi ketentuan lain untuk memasarkan produk organik di Uni Eropa, antara lain produksi sesuai dengan metode, peraturan, dan perundangan di Uni Eropa, dan memiliki label sesuai Undang-undang Uni Eropa.

Beberapa jenis sertifikasi organik dengan standar internasional dan Uni Eropa, antara lain:

1. Demeter
2. Sertifikat Ganda: Organik Fairtrade
3. Label makanan Organik Uni Eropa

Label organik nasional merupakan inisiatif beberapa negara Uni Eropa, yang jika memiliki salah satu label tersebut maka merupakan suatu keuntungan terutama ketika berekspansi ke negara dimana label ini sangat dihargai, yaitu:

No.	NEGARA	LABEL
1	Austria	Bio Controllzeichen
2	Belgia	Biogarantie
3	Denmark	f-label
4	Finlandia	Sun label
5	Perancis	Logo AB (Agriculture Biologique)
6	Jerman	Bio-Siegel, Bioland, Naturland
7	Irlandia	Soil Association
8	Norwegia	f-label
9	Belanda	Tanda Kualitas EKO
10	Swedia	KRAV
11	Inggris	Soil Association

Undang-undang Uni Eropa tentang Pengawasan Makanan

Untuk melindungi konsumennya terhadap produk makanan yang beredar di wilayahnya, Uni Eropa melakukan pengawasan terhadap produk makanan untuk menjamin kesehatan manusia. Semua produk makanan yang masuk ke Uni Eropa harus melewati tahapan pemeriksaan dokumen, pemeriksaan identitas, dan pemeriksaan fisik. Persyaratan impor yang berlaku sesuai jenis makanan yang bersangkutan diantaranya:

- ☐ Pengawasan Kesehatan (contoh: hukum mengenai makanan, kebersihan, kriteria mikrobiologi, kontaminan, pestisida dan produk obat hewan);
- ☐ Kesehatan Tanaman (phytosanitary) dan Organisme Berbahaya;
- ☐ Standar Pemasaran (untuk: buah, sayur, minyak zaitun);
- ☐ Persyaratan lain (contoh: zat aditif, vitamin, mineral, radiasi, klaim gizi, radioaktivitas, transgenik, kemasan, label dan produk organik);
- ☐ Makanan dengan persyaratan khusus (untuk: kopi, teh, jus buah, minuman anggur, makanan beku).

Peraturan (EC) 882/2004 mengatur mengenai pengawasan makanan terhadap semua proses impor dan pemasaran di Uni Eropa. Jika dalam pengawasan ditemukan adanya ketidaksesuaian dengan persyaratan yang diharuskan maka produk makanan tersebut tidak diijinkan masuk kedalam

pasar Uni Eropa. Jika hal ini terjadi secara berulang-ulang maka akan ditetapkan pengawasan darurat.

Dokumen terkait yang diperlukan:

Legislatif

- Peraturan Uni Eropa : Produk Perikanan dan Budidaya Air
- Peraturan Uni Eropa : Material yang kontak dengan Makanan
- Peraturan Uni Eropa : Pelabelan Makanan
- Peraturan Uni Eropa : General Food Law
- Peraturan Uni Eropa : Madu
- Peraturan Uni Eropa : Tanggungjawab untuk produk tidak layak
- Peraturan Uni Eropa : Keamanan produk
- Peraturan Uni Eropa : Sertifikat Kesehatan tanaman (phytosanitary)

Non Legislatif

- Sistem Manajemen Keamanan Makanan

Undang-undang Uni Eropa tentang Kontaminasi dalam Makanan

Peraturan (EC) 2881/2006 menetapkan batas maksimum keberadaan kontaminan didalam makanan yang diterima pasar Uni Eropa. Kontaminan yang tercakup dalam Undang-undang dimaksud dan selanjutnya dibagi menjadi sub kelompok adalah:

1. Nitrat.
2. Mycotoxin [Aflatoxin, Ochratoxin A, Patulin, Pusarium mycotoxin, Deoxynivalenol (DON), Zearalenone, Pumonisin, dan racun T-1 dan HT-2].
3. Logam [timbal (Pb), kadmium (Cd), merkuri (Hf), logam non organik].
4. 3-Monochloropropane-1, 2-diol (3-MCPD).
5. Dioxin dan PCB.
6. Polycyclicaromatic hydrocarbon (PAH).

Jika memproduksi produk makanan kering, diencerkan, olahan dan yang terdiri dari beragam bahan maka harus mempertimbangkan:

- ☐ Perubahan konsentrasi kontaminan yang disebabkan oleh proses pengolahan baik pengeringan maupun pengenceran;
- ☐ Proporsi relatif dari bahan-bahan dalam produk;
- ☐ Batas kuantifikasi analitis.

Merupakan suatu keuntungan dalam persaingan bisnis dan mempererat hubungan dengan pembeli Uni Eropa jika dapat mengaplikasikan tindakan

pencegahan adanya kontaminasi dalam produk makanan terutama yang organik.

Dokumen terkait yang diperlukan:

Legislatif

- Peraturan Uni Eropa : Material yang kontak dengan Makanan
- Peraturan Uni Eropa : General Food Law
- Peraturan Uni Eropa : Kebersihan Makanan (HACCP)
- Peraturan Uni Eropa : Tingkat maksimal Residu Pestisida (MRLs)
- Undang-undang Jerman : Kontaminan dalam Makanan
- Undang-undang Inggris : Kontaminan dalam Makanan

Non Legislatif

- Hazard Analysis Critical Control Point
- Sistem Manajemen Keamanan Makanan
- Standar Makanan Internasional, Codex Alimentarius
- Supply Chain Management

Undang-undang Uni Eropa tentang Sistem Manajemen Mutu ISO 9001

Salah satu cara untuk menjaga kualitas tinggi produk adalah dengan menerapkan Sistem Manajemen Mutu (SMM) yang menawarkan spesifikasi teknis, kriteria, metode, proses dan praktek untuk kinerja kualitas. Sistem ini dapat membantu mengelola proses produksi dengan baik dan terstruktur.

ISO 9001 adalah standar yang menyediakan kerangka kerja untuk standarisasi prosedur dan metode kerja, tidak hanya berkaitan dengan pengawasan kualitas tetapi untuk keseluruhan organisasi. ISO, Organisasi Internasional untuk Standarisasi, adalah jaringan nasional lembaga standar dari 163 negara yang berbasis di Jenewa Swiss dengan anggota dari masyarakat dan sektor swasta. ISO 9001 mencakup Sistem Manajemen Mutu (SMM), Tanggungjawab Manajemen, Manajemen Sumber Daya, Produk Realisasi, serta Pengukuran Analisis dan Perbaikan.



Undang-undang Uni Eropa tentang Kebersihan Makanan (HACCP)

Di Uni Eropa, persyaratan mengenai kebersihan makanan terdiri dari 3 peraturan:

1. Peraturan (EC) 852/2004
Peraturan ini merupakan prosedur secara umum untuk makanan di semua tingkatan proses produksi, sejak pertama hingga penjualan kepada konsumen Uni Eropa.
2. Peraturan (EC) 853/2004
Ini merupakan tambahan untuk Peraturan (EC) 852/2004 yang memberikan persyaratan spesifik untuk bisnis makanan yang berhubungan dengan asal makanan atau hewan. Produk-produk madu dan perikanan adalah satu-satunya produk mengenai asal makanan atau hewan yang dinyatakan di kelompok produk di CBI. Informasi mengenai persyaratan terkait produk ini dapat ditemukan di dokumen CBI yaitu "Undang-undang Uni Eropa: Madu yang Diperuntukkan" dan "Undang-undang Uni Eropa: Produk Perikanan".
3. Peraturan (EC) 854/2004
Peraturan ini merupakan peraturan spesifik untuk organisasi pengawasan produk hewani yang diperuntukkan konsumsi manusia. Peraturan ini secara lebih jauh diterangkan di Peraturan (EC) 882/2004 mengenai pengawasan makanan dan didiskusikan di dokumen CBI "Undang-undang Uni Eropa: Pengawasan Makanan".

Sesuai Peraturan (EC) 852/2004, persyaratan kebersihan meliputi:

- ☐ Sesuai kriteria Uni Eropa mengenai mikrobiologi pada makanan;
- ☐ Prosedur pemenuhan target kebersihan sesuai peraturan yang berlaku;
- ☐ Mengikuti prosedur yang diperlukan untuk memastikan kebersihan;
- ☐ Sesuai dengan persyaratan pengawasan suhu;
- ☐ Menjaga tingkatan dingin.

Dokumen terkait yang diperlukan:

Legislatif

- Undang-undang Uni Eropa : Pengawasan Makanan
- Undang-undang Uni Eropa : Produk Perikanan
- Undang-undang Uni Eropa : General Food Law
- Undang-undang Uni Eropa : Madu yang dikonsumsi manusia
- Undang-undang Uni Eropa : Kontaminasi Mikrobiologi pada Makanan

Non Legislatif

- Hazard Analysis Critical Control Point
- Sistem Manajemen Keamanan Makanan
- Sertifikasi Pihak Ketiga

Demikian info seputar ketentuan umum ekspor makanan organik di Uni Eropa. Semoga dapat membantu ekspansi produk makanan organik ke wilayah Uni Eropa.

Welcoming you to organic life, vitalize your living..!



THE FIVE STAR CORPORATION

P.O. BOX 20020 Jeddah
Saudi Arabia
Tel : +966-2-650 0584
Fax : +966-2-653 2967
Email : sales@fivestarcorp.com
Website : www.fivestarcorp.com
Product : *Paper Product*

PEUSAC

Jr. Rio Tumbes 215 San Luis,
Lima 30 Peru Peru
Tel : (511) 4743100
Fax : (511) 4743100
Email : zea.doryan@peusac.com.pe
Website : www.peusac.pe
Product : *Noodles*

LA MOLIENDA

Mercedes 1340CP 11100
Morrevideo Uruguay Uruguay
Tel : (598) 2 902 4411
Fax : (598) 2 902 4411
Email : gisellapoicelli@lamdienda.com
Website : www.lannolienda.com
Product : *Coconut Oils*

SUHASINI IMPEX

93/3331, Tilak Nagar, Chembur,
Mumbai India
Tel : 91-022-6516 3331
Email : yjare@rediffmail.com
Website : www.suhasiniimpex.com
Product : *Bath And Toilet Soap,
Chemical Products, Herbal Products,
Sugar Confectionery*

NASIPUR CHEMICALS PVT LTD

C-238, MIDC, Turbhe Navi
Mumbai India
Tel : +912265131320/276311341/
27671883
Fax : +912265131320/276311341/
27671883
Email : narsipur@vnsi.com
Website : www.nasipur.com
Product : *Chemical Products*

TIMBER HOUSE OF EXCLUSIVE

Old No. 6, Rutland Gate, 4th Street,
Nungambakkam, Chennai India
Tel : 91-44-28330440
Email : vikings@timberteak.com
Website : www.timberteak.com
Product : *Furniture*

See you at...

29th



T R A D E X P O Indonesia

October 8-12, 2014

Organized by
The Ministry of Trade of the Republic of Indonesia
Directorate General of National Export Development



Phone : +6221-2352-8644
Fax : +6221-2352-8645
Email : tradexpoindonesia@kemendag.go.id
www.tradexpoindonesia.com