

WARTA EKSPOR



KERAJINAN TEKSTIL INDONESIA

Editorial

Kurang kompetitifnya tekstil produk tekstil (TPT) Indonesia di pasar Amerika Serikat dan Eropa yang ditandai dengan penurunan nilai ekspor bukan menjadi langkah mundur dalam peningkatan ekspor TPT.

Dibanding dengan Vietnam yang tergabung dalam *Trans Pacific Partnership* (TPP) dengan mendapat pengurangan bea masuk 12%-31%, diperlukan lobi dengan pemerintah Amerika Serikat agar Indonesia juga mendapatkan pengurangan bea masuk yang sama dengan Vietnam selaku pesaing terdekat dalam produk tekstil.

Pencarian pasar baru bagi pemasaran produk tekstil Indonesia harus serius untuk ditangani. Keemasan Indonesia untuk produk tekstil pada era 80an harus bisa kembali lagi. Kualitas produk tekstil Indonesia sudah sangat baik, sehingga keberanian untuk membuka pasar baru dan menjadikan Indonesia sebagai pemain utama tentunya akan meningkatkan neraca perdagangan Indonesia.

Produk tekstil, selain memang diperuntukkan pakaian jadi, umumnya dapat diaplikasikan juga pada berbagai industri kreatif seperti kerajinan tekstil dan lainnya seperti di bidang pertanian, pembangunan konstruksi, pembangunan infrastruktur.

Kerajinan tekstil pada umumnya menunjukkan eksistensinya dengan menciptakan desain produk yang unik, khas dan terlihat menarik. Beragam produk kerajinan tekstil di Indonesia. Batik dan tenun merupakan produk asli Indonesia yang memiliki makna seni dan budaya. Keberagaman motif yang dipadukan dengan unsur seni dan budaya nusantara menjadikan kedua produk tersebut primadona di pasar internasional.

Strategi perkembangan dalam kerajinan tekstil harus digunakan seiring dengan bertumbuhnya pesaing-pesaing baru internasional yang mulai memasarkan produk-produk kerajinan berbahan baku tekstil agar Indonesia mampu memberikan kualitas yang bersaing sehingga bisa menjadi kuat di pasaran internasional.

Tim editor

STT: Ditjen PEN/MJL/67/VIII/2014, **Pelindung/Penasehat:** Nus Nuzulia Ishak, **Pimpinan Umum:** Ari Satria, **Pemimpin Redaksi:** RA. Marlana, **Redaktur Pelaksana:** Sugiarti, **Penulis:** Miranti Rahajeng, **Desain:** Dewi **Alamat:** Gedung Utama Kementerian Perdagangan Republik Indonesia, Lt3, Jl. M. 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

Daftar Isi

Ditjen PEN/MJL/005/8/2014 Agustus



Editorial	2
Daftar Isi	2
Tajuk Utama	3
Kerajinan Tekstil Indonesia Mendunia	
Kisah Sukses	10
Kegiatan Ditjen PEN	13
Agustus	
Sekilas Info	16
INATRIMS – Sarana Online Baru Tingkatkan Perdagangan	
Daftar Importir	19



KERAJINAN TEKSTIL INDONESIA MENDUNIA



Tekstil dan produk tekstil (TPT) adalah salah satu produk ekspor andalan Indonesia. Sejarah pertekstilan Indonesia sudah berkembang pesat sejak tahun 80-an. Jumlah penduduk di dunia yang terus tumbuh menjadikan tingkat konsumsi atau permintaan pasar dunia untuk produk tekstil meningkat. Hal ini dapat dijadikan peluang bagi para penghasil dan pengolah produk tekstil untuk terus meningkatkan pangsa pasarnya, baik di dalam maupun luar negeri. Secara teknis, struktur industri tekstil dan produk tekstil nasional dibagi menjadi tiga yaitu: sektor hulu (*upstream*), sektor menengah (*midstream*), dan sektor hilir (*downstream*). Di sektor hulu adalah pembuatan serat (*fiber*) dan pemintal (*spinning*), seperti serat kapas, serat sintetik, serat selulosa, dan bahan baku serat sintetik. Kebanyakan industri sektor hulu bersifat padat modal, *full automatic*, berskala besar, jumlah tenaga kerja kecil/sedikit, dan *output* per tenaga kerja besar. Untuk sektor menengah, meliputi bidang pemintalan (*spinning*), pertenunan (*weaving*), dan pencelupan/penyempurnaan (*dyeing/finishing*).

Industri tekstil merupakan industri yang luas dan beragam yang mencakup berbagai aktivitas, mulai dari transformasi bahan baku menjadi serat, benang dan kain hingga produksi berbagai jenis barang seperti tekstil sintesis berteknologi tinggi, benang wol, spre, saringan untuk industri, geotekstil, serta pakaian jadi. Kain digunakan untuk berbagai macam kebutuhan, termasuk untuk garmen, peralatan olah raga, perabotan rumah tangga, mebel, teknik sipil (konstruksi, otomotif, dan penerbangan) serta tekstil untuk keperluan medis.

Sebuah produk tekstil ialah produk mentah, produk setengah diolah atau yang telah diolah, produk semi manufaktur atau manufaktur, produk setengah jadi atau produk jadi apapun, yang khusus terdiri dari serat tekstil, terlepas dari pencampuran atau proses perakitan yang digunakan.

Sektor perdagangan tekstil mencakup pada Harmonisasi Sistem (HS) 50 sampai 60, dan 63, sedangkan pakaian mencakup HS 61 dan 62. Produk tekstil bervariasi dari benang sampai kain yang dibuat oleh manusia, tekstil rumah tangga dan bahan karpet yang digunakan untuk aplikasi industri.

Ekspor TPT Indonesia di tahun 2013 sebesar US\$ 12,68 miliar. Dan, Direktorat Jenderal



Pengembangan Ekspor Nasional (DJPEN), Kementerian Perdagangan melakukan pertemuan dengan Asosiasi Pertekstilan Indonesia (API) dan bekerjasama untuk menargetkan pertumbuhan ekspor khususnya produk TPT pada periode tahun 2014-2015 sebesar 7%-8%.

TPT Indonesia tengah menghadapi tekanan yang cukup kuat di pasar global. Dilihat secara keseluruhan, Amerika Serikat yang menjadi negara tujuan ekspor tekstil terbesar Indonesia pada periode Januari-Mei 2014, belakangan mengalami penurunan nilai ekspor sebesar 5,22% dibandingkan tahun sebelumnya periode yang sama. Ini ditengarai karena produk tekstil Indonesia dianggap kurang kompetitif, terutama di pasar AS dan Eropa lantaran belum adanya *free trade agreement*. Berbeda dengan negara ASEAN lainnya, seperti Vietnam yang sampai saat ini sudah dapat meningkatkan nilai ekspor TPT mereka ke Amerika Serikat dan Eropa. Selain itu, munculnya beberapa negara industri baru yang bergerak dalam tekstil dan garmen.

Kondisi ini mengharuskan peningkatan usaha yang lebih baik untuk tetap mempertahankan ekspor TPT Indonesia. Peningkatan daya saing menjadi kunci untuk bisa meningkatkan penetrasi produk Indonesia di pasar ekspor tetapi tetap mempertahankan pangsa produk dalam negeri di pasar domestik. Karena pasar domestik Indonesia memegang nilai yang sangat besar bagi keberlangsungan pertumbuhan ekonomi nasional.

Promosi dan peningkatan kesadaran konsumen untuk mencintai dan menggunakan produk tekstil lokal tetap terus dilakukan. Sumber daya yang ada di Indonesia masih cukup untuk mempertahankan pasar Indonesia dalam menopang perekonomian. Penggunaan teknologi yang lebih canggih dalam menunjang produksi TPT perlu menjadi pertimbangan. Pameran industri manufaktur garmen untuk permesinan, peralatan, material dan aksesoris untuk produk garmen dan tekstil menawarkan kreativitas dan desain melalui teknologi digital dengan menghadirkan *digital printing*, sehingga dapat meningkatkan nilai bagi pengusaha.

Pengembangan pasar juga perlu dilakukan. Tekstil Indonesia jangan hanya fokus pada pasar terbesar di Amerika Serikat dan Eropa saja. Ketidakikutsertaan Indonesia dalam *Trans-Pacific Partnership* (TPP) dipelopori oleh Amerika Serikat yang mengurangi bea masuk bagi anggotanya, jangan dijadikan sebagai langkah mundur dalam meningkatkan daya saing dan pemasaran produk tekstil Indonesia. Indonesia tidak bergabung dalam TPP tersebut dengan pertimbangan matang untuk menjaga pasar domestik. Karena perjanjian *free trade agreement* sebelumnya seperti ACFTA (*ASEAN-China Free Trade Area*) terbukti tidak mampu untuk meningkatkan ekspor dan penguatan pasar domestik Indonesia, tapi malah sebaliknya produk China yang banyak masuk ke Indonesia yang mengakibatkan pasar domestik mengalami tekanan yang sangat kuat. Dengan membidik pasar Afrika Tengah yang ekonomi masyarakatnya saat ini mulai berkembang bisa menjadi salah satu pilihan. Meskipun belum memberikan kontribusi perdagangan yang cukup besar, tapi secara perlahan dengan daya saing yang dimiliki maka produk tekstil Indonesia akan mampu menjadi pemain utama dipasar-pasar baru tersebut.

Negara tetangga Timor Timor bisa menjadi pasar yang potensial, meskipun nilai ekspor non migas ke negara tersebut hanya 0,14%. Dengan keuntungan sebagai negara yang lepas dari Indonesia, bukan tidak mungkin terdapat perputaran arus barang di perbatasan karena masih ada nilai satu leluhur yang bisa dijadikan nilai tambah dalam memasarkan produk tekstil Indonesia.

Di tahun 2013, sumbangan terbesar dalam ekspor TPT Indonesia berasal dari ekspor pakaian jadi yang mencapai 60,86%, kemudian ekspor serat dan benang sebesar 36,03%, serta ekspor kain sebesar 3,10%. Sementara itu, di tahun yang sama negara tujuan ekspor TPT terbesar adalah Amerika Serikat mencapai 32,29% dari total ekspor TPT Indonesia ke dunia. Di posisi kedua dan ketiga ditempati oleh Jepang dengan presentase sebesar 9,33% dan Turki sebesar 4,92%, disusul kemudian oleh Jerman dan Korea Selatan.

Pada periode Januari - Mei 2014 ekspor TPT Indonesia telah mencapai US\$ 5,31 miliar dengan negara tujuan ekspor yang tidak berbeda dari tahun



sebelumnya yaitu Amerika Serikat, Jepang, Jerman, Turki dan Korea Selatan. Peningkatan ekspor TPT setiap tahunnya ditunjang dari meningkatnya permintaan TPT di pasaran dunia, termasuk desainer Indonesia yang semakin mendunia, aksesoris *fashion* yang berkualitas serta dukungan dari masyarakat Indonesia juga.

Terlihat bahwa perkembangan ekspor non migas untuk TPT mengambil porsi yang cukup besar. Presentase tiga terbesar dapat dilihat pada pakaian jadi bukan rajutan (HS 62), kemudian barang-barang rajutan (HS 61) dan serat stapel buatan (HS 55).

Produk tekstil, selain memang dipergunakan untuk pakaian jadi umumnya, dapat diaplikasikan juga pada berbagai industri kreatif, seperti produk kerajinan tekstil. Produk kerajinan merupakan produk yang mempunyai prospek cukup baik untuk pasar lokal maupun pasar internasional. Indonesia merupakan salah satu negara yang dikenal sebagai produsen kerajinan selain dari China dan India. Beberapa jenis produk kerajinan dari Indonesia yang cukup populer di pasar internasional, meliputi kerajinan berbahan dasar serat/tekstil, kayu, bambu, keramik dan batuan alam. Produk yang banyak diminatinya meliputi produk aksesoris serta cinderamata, seperti tas, taplak, hiasan dinding dan lain sebagainya.

Keberagaman motif yang dipadukan dengan unsur seni dan budaya nusantara menjadikan kedua produk tersebut primadona di pasar internasional. Produk tekstil yang umumnya diaplikasikan dalam kerajinan dapat berupa batik, songket, tenun, sarung dan lain sebagainya. Kerajinan tekstil seperti batik merupakan bagian dari komoditi ekspor tekstil dan produk tekstil (TPT) yang dapat menjadi ujung tombak ekspor TPT nasional, mengingat batik memiliki corak yang khas sebagai cerminan dari kekayaan budaya nasional Indonesia dan telah lama dikenal kalangan pembeli internasional. Batik juga harus memiliki daya saing terhadap produk tekstil lainnya. Hingga kini, motif batik Indonesia yang khas berkembang baik dan banyak peminatnya baik itu konsumen dalam negeri maupun luar negeri. Batik yang banyak diminati di pasaran adalah batik dengan nilai komersial, corak bagus, harga bersaing, dan produknya memuaskan. Di masa lalu, pola di dalam kain akan menunjukkan peringkat si pemakai dalam masyarakat. Semakin

tebal garis dan pola, semakin tinggi peringkat dalam masyarakat. Karena nilai *art craft* yang tinggi, orang-orang asing dari belahan dunia manapun berlomba-lomba ingin memiliki batik. Batik pun kini merambah pada benda-benda kria lain, seperti vas bunga, sepatu, tas, dsb. Selama ini batik Indonesia banyak menerima permintaan dari negara-negara di Eropa, Amerika Serikat, Filipina, Thailand, Afrika, dan negara-negara lainnya. Dari total ekspor produk tekstil tahun 2013, sebanyak 20% didominasi produk kain batik dan kain tenun.

Di tengah perbaikan ekonomi yang terjadi pada pasar Amerika Serikat dan Eropa, Jepang menjadi salah satu negara alternatif tujuan utama ekspor TPT. Negosiasi yang telah dilakukan pemerintah Indonesia dengan Jepang, yakni Indonesia Japan Partnership Agreement (IJEPA), telah membuahkan hasil. Berdasarkan data Asosiasi Pertekstilan Indonesia (API), setelah negosiasi yang dilakukan, ekspor TPT ke Jepang meningkat. Untuk ekspor produk kerajinan tekstil ke negara tersebut, dinilai juga sangat berpotensi karena banyak diantaranya produk kerajinan Indonesia selalu dinilai alami.

Selain Jepang, pasar yang potensial dikembangkan untuk pasar ekspor produk kerajinan Indonesia adalah Malaysia. Keuntungan yang diraih bukan hanya Indonesia dan Malaysia merupakan negara ASEAN, tapi juga pasar Malaysia dapat dijadikan peluang sebagai pintu masuk beberapa produk kerajinan Indonesia. Sebab, jumlah wisatawan asing ke negeri jiran tersebut cukup besar. Juga, Hong Kong merupakan salah satu pasar yang prospektif untuk produk-produk Indonesia di kawasan Asia. Pada periode 2014-2015, ekspor produk Indonesia ke Hong Kong ditargetkan tumbuh sebesar 4,5-5,5 persen dari US\$ 2,63 miliar menjadi US\$ 2,81-2,84 miliar. Produk yang ditargetkan meningkat di pasar tersebut, antara lain, elektronik, perhiasan, tekstil dan produk tekstil (TPT), mesin-mesin, dan produk unggulan lainnya --termasuk produk hasil hutan. Nilai ekspor produk kerajinan Indonesia ke Hong Kong selama periode 2009-2013 mengalami peningkatan sebesar 94,90 persen menjadi US\$ 21,2 juta. Selama Januari 2014, nilai ekspor ke Hong Kong sebesar US\$ 3,2 juta atau 5,35 persen dari total ekspor kerajinan Indonesia.

Kerajinan tekstil yang merupakan salah satu bentuk perwujudan dari industri kreatif di Indonesia.

Menurut Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, kerajinan tekstil yang diminati pasar luar negeri yaitu produk jenis *lifestyle* (gaya hidup). Hal itu disebabkan kerajinan kreatif, seperti kain Indonesia, tidak hanya digunakan untuk busana atau pakaian, melainkan dapat dipergunakan untuk dekorasi rumah, seperti sarung bantal, hiasan dinding, dan sebagainya.

Dukungan yang diberikan oleh Pemerintah juga dapat dipergunakan oleh para eksportir Indonesia mengenai kerajinan tekstil, seperti pameran-pameran yang berhubungan dengan kerajinan. Pameran merupakan salah satu cara dalam mengembangkan produk buatan Indonesia, khususnya kerajinan. Seperti yang ada pada *Indonesia Fashion Week*, Inacraft dan Pameran Produk Kerajinan lainnya. Kegiatan tersebut mendorong tumbuhnya inovasi dan kreativitas produsen kerajinan nasional, hal ini menjadi berguna dalam menghadapi persiapan pasar bebas ASEAN 2015 mendatang.

Selain itu, dukungan seperti penghargaan diberikan juga oleh pemerintah dalam bidang kerajinan, seperti WCC Award yang dihelat atas kerja sama Kementerian Perdagangan dengan Dewan Kerajinan Nasional (Dekranas) dan didukung oleh UNESCO Jakarta, Komite Indonesia untuk UNESCO, serta Indonesia National Ahpada Chapter. WCC Award merupakan ajang penghargaan yang diberikan sebagai apresiasi kepada para perajin di South East Asia, South Asia, South Pacific, dan West Asia atas hasil-hasil karya kerajinan yang telah diciptakan. Keberhasilan tersebut menunjukkan bahwa bahwa produk kerajinan terlebih khususnya kerajinan tekstil buatan Indonesia dapat bersaing di manca negara.

Hal lain, produsen tekstil mulai membidik cara-cara jitu agar keberlangsungan tekstil tetap terjaga. Sangat mungkin terjadi, dengan kuatnya produksi tekstil dalam negeri, produk ini dipasarkan secara *online* dengan tetap memperhatikan kualitas dan kesesuaian produk yang ditampilkan. Selain besarnya produk kerajinan tektil yang dihasilkan, pengaplikasian produk tekstil juga telah berkembang seperti pada bidang pertanian, pembangunan konstruksi, pembangunan infrastruktur dan lain sebagainya.







PT PAN BROTHERS TBK

Pan Brothers Eksis di Pasar Tekstil Dunia

PT Pan Brothers Tbk. adalah salah satu produsen garmen terbesar di Indonesia yang didirikan pada tahun 1980 dan tercatat di Bursa Efek Indonesia sejak 16 Agustus 1990. Produk utama buatan perusahaan ini, antara lain, pakaian rajutan, pakaian tenunan dan jaket tenunan. Dengan alasan memenuhi permintaan pasaran yang semakin besar, membuat perusahaan ini membuka anak cabangnya di

beberapa tempat, seperti di Tangerang, Sukabumi, Boyolali dan Sragen. Perusahaan tidak hanya melayani permintaan dari dalam negeri, tapi juga telah menembus pasar internasional dengan mengekspor ke beberapa negara di luar negeri. Beberapa negara tujuan ekspor perusahaan ini di antaranya Amerika Serikat, Eropa, Kanada, Jepang, Australia dan beberapa negara lainnya.





Di tahun 2011, Pan Brothers kembali mengepakkan sayapnya dengan membuka anak perusahaan yang berlabel PT Hollit International. Dengan terjalannya kerjasama ini, diharapkan terbentuknya sebuah sinergi yang kuat sebagai sebuah kelompok perusahaan tekstil di Asia. Ada juga anak perusahaan lain yang bernama PT Panca Prima Ekabrothers, PT Ocean Asia Industry. Hingga saat ini, PT Pan Brothers telah mempekerjakan lebih dari 21.500 orang karyawan. Dan, saat ini Pan Brothers telah memiliki 2 pabrik yang berlokasi di Jawa Barat dan Jawa Tengah dengan 13.250 buah mesin dan kapasitas produksi 42 juta potong per tahun. Dengan pencapaian bisnis yang diraihinya sampai

sekarang telah mengantarkan Pan Brothers menjadi salah satu perusahaan tekstil terbesar di Indonesia.

Pan Brothers mulai memperkenalkan merek *fashion* sendiri: Zoe. Pemasaran merek ini dimulai dari pasar domestik, yang pada waktunya akan masuk ke pasar internasional. Tahun ini, dengan konsep *shop in shop* dengan target minimal belasan *counter* di berbagai *department store*. Saat ini mulai dari *formal suit* wanita dewasa, dan tahun depan akan ke pakaian pria dan nantinya. Zoe juga merambah ke pakaian remaja, juga akan masuk ke *e-commerce/on-line*. Pan Brothers berencana akan mendirikan *stand alone store*. Desain yang ditampilkan oleh perusahaan

menggunakan perancang dari lokal dan kolaborasi dengan luar negeri, perusahaan berkolaborasi dengan luar negeri untuk memudahkan *go global*. Salah satu komitmen yang berikan perusahaan dalam 10 tahun ke depan adalah akan menjadi pemain yang diperhitungkan di dunia aparel, baik sebagai manufaktur maupun *brand*, dan menjadikan Indonesia lebih dikenal. Pasar manufaktur berbeda dengan ritel. Untuk menciptakan sebuah merek yang bagus, butuh waktu dan dukungan modal yang tidak sedikit, sehingga di awal perusahaan tidak menargetkan keuntungan atau margin melebihi bagian manufaktur.

Berkat kesuksesannya di pasar ekspor, PT Pan Brothers juga berhasil menyabet Penghargaan

Primaniyarta di tahun 2013 dengan kategori "*Extra Ordinary Performance*". Primaniyarta sendiri merupakan salah satu bentuk apresiasi pemerintah terhadap dunia usaha bagi perusahaan yang berprestasi dibidang ekspor non migas.

Pencapaian yang telah diraih perusahaan sampai dengan sekarang adalah dengan banyaknya merek-merek terkenal dunia yang dihasilkan diantaranya seperti Calvin Klein Jeans, Greg Norman, Nike, Tommy Hilfiger, Axis, Gap/Old Navy, Chaps Polo Ralph Lauren, Fila, Zara, Reevok, Arena, Trussardi, Esprit, JC Penney, Charing, Sears, May Department Store. Beragam merek tersebut telah diterima dengan baik dan memiliki kualitas bagi masyarakat di seluruh dunia.





Misi Pembelian, Meningkatkan Gairah Ekspor Pengusaha Indonesia

Dalam upaya untuk terus menggenjot pertumbuhan ekspor non migas, Kementerian Perdagangan, dalam hal ini Direktorat Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional (Ditjen PEN), selalu menunjukkan aktivitas persiapan, pembahasan dan pengembangan bagi pelaksanaan kegiatan di bidang ekspor, yang tidak lain bertujuan supaya berkinerja lebih baik sesuai dengan tugas

dan fungsinya, serta memajukan Kementerian Perdagangan. Salah satu bentuk kegiatan yang dilakukan oleh Ditjen PEN ialah memfasilitasi kegiatan misi pembelian, di antaranya Teak Me Home asal San Francisco, AS dengan beberapa perusahaan furnitur di daerah Yogyakarta, Solo, dan Jepara pada 22-27 Juli 2014 lalu.



Direktur Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional Nus Nuzulia Ishak mengatakan, kegiatan misi pembelian di Jawa Tengah ini merupakan salah satu upaya dalam pengembangan ekspor yang dilakukan oleh Kemendag. "Kegiatan ini dapat mendukung tercapainya target ekspor ke AS pada tahun 2014-2015 sebagai salah satu pasar utama yang ditargetkan tumbuh sebesar 4,5%-5,5% atau sekitar US\$ 15,76-15,91 miliar pada 2014, dengan target pertumbuhan ekspor produk hasil hutan ke AS pada tahun 2014 senilai US\$ 1,07 miliar," ia menjelaskan.

Pada misi pembelian ini pihak Teak Me Home diwakili oleh pendirinya, Alexander Elsinga. "Kami ingin melakukan pemantapan desain produk yang akan dipesan dari PT Segoro Mas Solo, sebelum melakukan penandatanganan kontrak yang mencapai transaksi senilai US\$ 200.000 selama setahun. Produk-produk yang dipesan antara lain kredensa, 6 *doors dresser*, dan 10 *doors dresser*," ungkap Alexander.

Dalam memilih pemasok, perhitungan harga bagi TeakMeHome bukanlah yang utama. "Selain produk yang tidak merusak hutan tropis, faktor lainnya adalah bagaimana produsen memperlakukan pegawai mereka dengan baik dan adil juga menjadi faktor utama pertimbangan kami," lanjutnya. Perusahaannya bahkan mendonasikan 3% dari seluruh keuntungan untuk lembaga konservasi internasional yang bergerak di bidang kelestarian lingkungan hidup.

Isu *sustainability* dan *traceability* telah menjadi tren global. Banyak importir dari kawasan Amerika dan Eropa yang mengutamakan hal tersebut, tidak terkecuali bagi Teak Me Home. Untuk itu, kepemilikan sertifikasi kayu legal seperti Sistem Verifikasi Legalitas Kayu (SVLK) menjadi hal yang teramat penting. "Kami telah mempelajari profil PT Segoro Mas Solo. Mereka termasuk perusahaan yang peduli lingkungan dengan menggunakan *reclaimed wood* sebagai bahan baku produknya. Mereka juga menunjukkan kepedulian kepada lingkungan dengan menanam 100 pohon setiap pengiriman 1 kontainer produknya," kata pemilik perusahaan yang berdiri sejak 2011 tersebut.

Selain bertemu dengan PT Segoro Mas Solo, importir ini juga mencari pemasok furnitur lainnya untuk

mendukung bisnisnya yang tengah berkembang di AS. Ciri khas produk yang dicari oleh importir ini adalah furnitur berbahan baku *reclaimed teak wood* atau furnitur dari kayu bekas karena lebih ramah lingkungan dan kayu tersebut memiliki kondisi kelembaban yang lebih stabil. Dalam upaya penajakan dengan eksportir Indonesia, pada 22 Juli 2014 lalu, Teak Me Home juga mengunjungi PT Lawas Antique di Yogyakarta, PT Surya Abadi Furniture di Sukoharjo, PT Teak 123 dan PT Top Mebel di Jepara.

Perusahaan-perusahaan tersebut menyatakan dukungannya kepada program misi pembelian yang diinisiasi oleh Kementerian Perdagangan. "Kegiatan ini memudahkan kami untuk dapat meyakinkan buyer secara langsung melalui kunjungan langsung ke perusahaan, sehingga potensi terjadinya transaksi dengan mereka menjadi lebih besar. Program ini juga sangat efisien karena tanpa melakukan perjalanan antarbenua, kami bisa meraih *customer* baru," tutur pemilik PT Surya Abadi Furniture, Hary.

Sementara itu, Direktur Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional (Dirjen PEN) berharap melalui program misi pembelian, *buyer* dapat langsung mendapat rekomendasi perusahaan yang tepat sebagai tambahan referensi bagi mereka sehingga akan lebih banyak lagi eksportir yang terbantu melalui program ini.

Sekilas Penyelenggaraan Forum Konsultasi Teknis 2014

Di bulan Agustus Ditjen PEN mengadakan Forum Konsultasi Teknis yang bertujuan menyelaraskan program pengembangan ekspor antara pusat dan daerah. Dalam acara ini Dirjen PEN menyampaikan target ekspor non migas di beberapa propinsi di Indonesia telah menunjukkan indikator kinerja ekspor cukup baik dan berharap kondisi ini dapat dijaga serta ditingkatkan. Selain itu, dilakukan juga pemaparan program dan kegiatan dalam pengembangan ekspor oleh para Pejabat Eselon II di lingkungan Ditjen PEN serta tersedianya fasilitas *helpdesk* yang dapat dimanfaatkan oleh para peserta yang merupakan pejabat daerah dari 34 propinsi di seluruh Indonesia untuk dapat berkonsultasi seputar program dan kegiatan pengembangan ekspor di daerah masing-masing.

Forum Konsultasi Teknis 2014



INATRIMS – Sarana Online Baru Tingkatkan Perdagangan



Kementerian Perdagangan RI menggelar seminar di Jakarta untuk memperkenalkan INATRIMS (Indonesia Technical Regulations Information Management System) atau Sistem Manajemen Informasi mengenai Peraturan Teknis Indonesia, yaitu layanan online baru untuk mendapatkan

akses lebih baik ke pasar ekspor. Acara yang merupakan bagian dari rangkaian seminar yang diselenggarakan di lima kota (Surabaya, Jakarta, Makassar, Semarang dan Medan) ini dihadiri oleh para pelaku bisnis, termasuk perwakilan dari asosiasi-asosiasi bisnis dan eksportir.



Thomas Darmawan, Ketua Asosiasi Pengusaha Pengolahan dan Pemasaran Produk Perikanan Indonesia (AP5I), menegaskan, "Dalam lingkup peningkatan ekspor, INATRIMS dapat menyediakan informasi yang berguna bagi mereka yang ingin mengakses informasi teknis seputar pasar ekspor."

INATRIMS merupakan bagian dari Program Dukungan Perdagangan Ke-2 (*European Union-Indonesia Trade Support Programme II/ TSP II*), yang bertujuan untuk meningkatkan akses Indonesia ke berbagai pasar ekspor. INATRIMS berawal dari analisa secara mendalam tentang permasalahan yang ada. Berdasarkan rekomendasi dari analisis ini, TSP II telah mengembangkan sistem informasi berbasis internet untuk membantu eksportir dan produsen untuk dengan mudah memperoleh informasi yang relevan untuk memenuhi kebutuhan pasar.

Franck Viault, Kepala Bagian Kerjasama dari Delegasi Uni Eropa untuk Indonesia, menjelaskan, tujuan utama dari sistem informasi ini adalah untuk menyediakan semua informasi yang diperlukan oleh produsen dan eksportir di satu tempat yang sama, termasuk berbagai tautan ke situs pihak-pihak berwenang dan lembaga-lembaga penilaian kesesuaian (*conformity assessment*) terakreditasi di Indonesia. Sistem informasi ini dirancang untuk memenuhi kebutuhan langsung para pengguna."

"Uni Eropa bangga dapat bekerjasama dengan Indonesia dalam kegiatan penting ini yang mana akan membantu Indonesia mendapatkan akses yang lebih baik ke pasar ekspor utama", Viault menambahkan.

Saat ini INATRIMS menyediakan informasi untuk 10 jenis produk utama yang memiliki nilai ekspor tinggi, termasuk kopi, produk otomotif, alas kaki, minyak kelapa sawit, udang, kakao, elektronik, hasil hutan, karet dan tekstil, serta 10 komoditas potensial lainnya (minyak esensial, kerajinan tangan, produk kulit, tanaman obat, rempah-remah, ikan dan produk ikan, perhiasan, peralatan medis, makanan olahan dan alat tulis). Untuk tahap awal, sistem ini menyediakan informasi tentang persyaratan akses ke pasar Uni Eropa. Pada tahap selanjutnya, informasi untuk akses ke pasar ekspor lainnya akan ditambahkan.

Pengembangan situs INATRIMS didukung oleh empat kementerian dan tiga instansi pemerintah, termasuk Kementerian Perdagangan, Kementerian Perindustrian, Kementerian Kelautan dan Perikanan, Kementerian Pertanian, Badan Standardisasi Nasional (BSN)/ Komite Akreditasi Nasional (KAN), Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) dan Pusat Penelitian Kalibrasi, Instrumentasi dan Meteorologi dari Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (KIM-LIPI). Hal ini merupakan contoh yang baik adanya koordinasi antara instansi-instansi pemerintah yang terkait karena semua

pemangku kepentingan dilibatkan dalam proses. Situs ini tersedia di <http://inatrim.kemendag.go.id> dan berisi informasi yang ramah pengguna (*user-friendly*) tentang peraturan pasar Uni Eropa dan persyaratan lainnya, serta jasa penilaian kesesuaian yang tersedia di Indonesia. Layanan situs ini sedang disosialisasikan ke dunia usaha dan pemangku kepentingan lainnya di beberapa kota besar seperti Jakarta, Surabaya, Medan, Makassar dan Semarang.

Dengan TSP II, Uni Eropa membantu Indonesia mengisi kesenjangan ini. TSP II adalah program empat tahun (2011-2015) dengan kontribusi hibah Uni Eropa senilai 15 juta euro, serta diimplementasikan oleh kementerian/ instansi pemerintah dan laboratorium uji yang menangani infrastruktur mutu ekspor (EQI/*export quality infrastructure*) dan penilaian kesesuaian. Selain bantuan teknis, TSP II juga mendukung pengembangan kebijakan strategis untuk EQI di Indonesia, penguatan kelembagaan seperti pengadaan peralatan, pengembangan sistem dan berbagai kegiatan pelatihan, kunjungan studi dan lain-lain serta proyek-proyek percontohan seperti untuk rantai pasokan pala dan kakao.



Seminar Informasi Persyaratan Teknis Negara Tujuan Ekspor

DAFTAR

IMPORTIR

SNOWGGLE GIFTS

#34-4338 Main Street Whistler BC Canada Von 184
Canada
Tel : (604) 8646886
Produk : *Gift and Craft, Textile & Garment, knitted or crocheted*

MILLENNIUM MARKETING INC

2001 Unit 3 9899 112 Ave Grande Prairie AB Canada
Canada
Tel : (780) 882 0407
Email : margiem047@gmail.com
Produk : *Gift and Craft, Textile & Garment, knitted or crocheted*

OAKOSY BUTTONS N BOWS

2867 Foul Bay Rd Victoria BC
Canada
Tel : (778) 9222816
Email : wtovim@163.com
Produk : *Gift and Craft, Textile & Garment, knitted or crocheted*

DOUGPARK ENTERPRISE

1087 Cornwall Drive Port Coquitiam BC Canada V3B
Canada
Tel : (604) 2500275
Email : brent_dgls@yahoo.ca
Produk : *Handicrafts, Textile & Garment, knitted or Crocheted*

VANCOUVER CHINESE ALLIANCE CHURCH

3330 Knight Street Vancouver BC Canada V8R 5C5
Canada
Tel : (604) 874612
Email : janicelee@shaw.ca
Produk : *Gift and Craft, Textile & Garment, knitted or crocheted*

ELEMENT EARTH

33 Vanderbrink Dr. Brampton BC Canada
Canada
Tel : (416) 564 5322
Email : elementearth@gmail.com
Produk : *Gift and Craft, Textile & Garment, knitted or crocheted*

FUJI BOEKI CO.LTD

No. 3-9-17, Hamamachi, Wakamatsu-ku
Kitakyushu-city Japan
Tel : 093-752-1155
Fax : 093-751-1168
Email : erina.yamashita@fujiboeki.co.jp
Website : www.fujiboeki.net
Produk : *Essential Oils, Rubber Product, Textile & Garment, knitted or crocheted*

ICHIOKU CO, LTD

8-6 Nihonbashi Yokoyamaho Chou-ku
Tokyo 103-0003 Japan
Tel : (81-3) 36642481
Fax : (81-3) 36642812
Email : o@ichioku.com
Website : www.ichioku.net
Produk : *Articles of Apparel & Clothing Accessories of Plastics, Batik, Embroidery in The Piece, in Strips or in Motifs, Garments Made Up of Fabrics, Oth. of Textile Products & Article for Technical Use, Outdoor Furniture, Terry Towelling & Similar of Oth. Textile Materials*

CROCO PLANNING CO LTD

3-4-10 Higashinohonbashi Chuo-ku
Japan
Tel : (81) 3 5641 1881
Fax : (81) 3 5641 1871
Email : 2nd.dept-2@croco.co.jp
Website : <http://www.croco.co.jp/>
Produk : *Articles of Apparel of Leather, Textile & Garment, knitted or crocheted*

TRADE **X**PO ^{29th} Indonesia *Towards Green Business*

Exhibition | **Trade & Investment**
Business Forum | **Business Matching**

8-12 October 2014
Jakarta International Expo
Kemayoran - Jakarta

Organized by:

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



Phone : +6221-2352-8644

Fax : +6221-2352-8645

Email : tradexpoindonesia@kemendag.go.id

www.tradexpoindonesia.com

DJPEN - Direktorat Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional
Kementerian Perdagangan
Jl. M. I. Ridwan Rais No. 5, Gedung Utama Lantai 3
Jakarta Pusat, Indonesia 10110

(62-21) 3858171

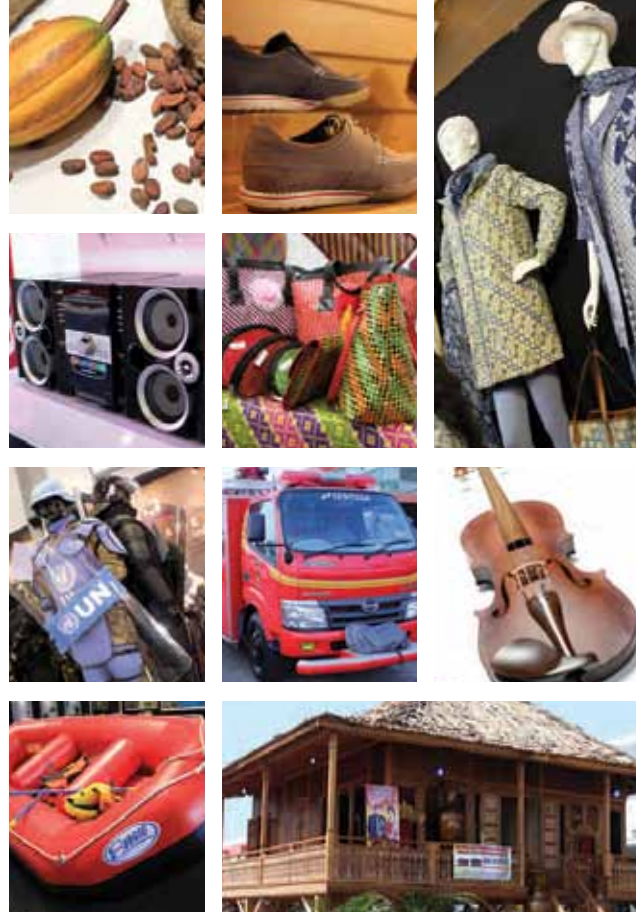
(62-21) 23528652

djpen.kemendag.go.id

p2ie@kemendag.go.id

CSC Kemendag

@csckemendag



PRODUCTS ON DISPLAY

Manufactured Goods and Services

Furniture and Furnishing

Knock Down House and
Garden Furniture

Food and Beverages

Fashion, Life Style,
and Creative Products

Services & Investment

Premium Products of
Indonesia's Provinces



Membership Services

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

Join Us

