

*Primaniyarta
Primaduta*



PRIMANIYARTA & PRIMADUTA 2014

Editorial

Kinerja ekspor non migas tahun 2013 sebesar USD 32.633,0 juta menunjukkan tren yang cukup baik, yaitu kenaikan sebesar 14.53% pada periode 2009-2013. Namun di masa mendatang masih perlu menggalakkan produk ekspor potensial, khususnya produk industri dengan meningkatkan daya saing dan mengembangkan akses pasar global karena tantangan yang semakin berat.

Ke depan, kita berusaha lebih giat dalam mengembangkan sektor-sektor baru yang mampu menghasilkan produk berdaya saing tinggi dan dapat diterima di pasar global. Seperti arahan Presiden RI periode 2009-2014 Susilo Bambang Yudhoyono, Indonesia perlu membangun sektor ekonomi berbasis kekayaan dan warisan budaya yang apabila dikombinasikan secara kreatif dengan sektor ekonomi lain seperti manufaktur, pertanian, pertambangan dan pariwisata dalam satu keterpaduan merupakan dinamika ekonomi yang dapat memperkuat daya saing Indonesia.

Bentuk apresiasi pemerintah Indonesia melalui penyerahan penghargaan Primaniyarta untuk eksportir nasional dan Primaduta untuk importir luar negeri yang secara kontinyu menjalin hubungan dagang dengan Indonesia. Dirjen Pengembangan Ekspor Nasional (PEN), Nus Nuzulia Ishak, berharap, melalui pemberian penghargaan itu para eksportir dan importir tersebut terus termotivasi untuk mengembangkan sumber ekonomi dengan dukungan penuh dari pemerintah bagi perlindungan hak kekayaan intelektual untuk produk karya anak bangsa.

Pada edisi ini dalam Tajuk Utama kami tampilkan ulasan mengenai kegiatan Penghargaan Primaniyarta dan Primaduta 2014. Sedangkan untuk Kisah Sukses mengulas tentang salah satu perusahaan penerima Primaniyarta yang termasuk dalam *Outstanding Winner for Five Times Achievement of Primaniyarta Award*, yakni PT SMART Tbk.

Sementara untuk melengkapi pengembangan ekspor, kami juga menampilkan Kegiatan Direktorat Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional (DJPEN) di bulan Oktober 2014, yaitu Aktivasi Kerjasama Pengembangan Ekspor di Surabaya, Jawa Timur. Berita lainnya pada Sekilas Info dimuat tentang peluang pasar produk *packaging* di Jepang yang diharapkan dapat memberi manfaat secara jelas mengenai produk *packaging* di Jepang.

Tim editor

STT: Ditjen PEN/MJL/87/X/2014, **Pelindung/Penasehat:** Nus Nuzulia Ishak, **Pimpinan Umum:** Ari Satria, **Pemimpin Redaksi:** RA. Marlana, **Redaktur Pelaksana:** Sugiarti, **Penulis:** Astri Permatasari, **Desain:** Dewi Alamati, **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/005/10/2014 Oktober



Editorial	2
Daftar Isi	2
Tajuk Utama	3
Primaniyarta & Primaduta 2014	
Kisah Sukses	10
Kegiatan Ditjen PEN	13
Oktober	
Sekilas Info	16
Peluang Pasar Produk Packaging di Jepang	
Daftar Importir	19



PRIMANIYARTA &

PRIMADUTA 2014

penghargaan kepada para
pelaku usaha berprestasi



Rabu 8 Oktober 2014 lalu, Trade Expo Indonesia (TEI) 2014 resmi dibuka dengan menekan tombol sirine oleh Menteri Perdagangan Republik Indonesia Muhammad Lutfi, Wakil Menteri Perdagangan Republik Indonesia Bayu Krisnamurti dan Presiden terpilih periode 2014-2019 Joko Widodo. Bersamaan dengan pembukaan TEI juga dilakukan *live event* Peluncuran Ekspor 686 unit mobil Toyota dari Pelabuhan Tanjung Priok ke Timur Tengah.

Sebagai rangkaian acara pembukaan TEI 2014, Kementerian Perdagangan menganugerahkan 2 penghargaan ekspor yang merupakan wujud keseriusan pemerintah dalam mengapresiasi para eksportir Indonesia atas inisiatif, upaya, dan kerja keras mereka dalam mendorong pertumbuhan ekspor nonmigas. Penghargaan pertama adalah Primaniyarta yang rutin diberikan setiap tahun. Penghargaan kedua adalah Primaduta yang merupakan penghargaan inisiatif baru yang secara khusus didedikasikan untuk para *buyer* di luar negeri yang secara konsisten membeli produk Indonesia minimal dalam tiga tahun terakhir yang konsisten mengimpor produk Indonesia dengan nilai, volume, dan keragaman yang meningkat. Penghargaan ini merupakan inisiatif Kementerian

Perdagangan untuk menjaga loyalitas, kerja sama, dan jejaring bisnis yang selama ini sudah terbangun dengan baik.

Pada kesempatan ini Menteri Perdagangan Muhammad Lutfi didampingi Wakil Menteri Perdagangan Bayu Krisnamurti menyerahkan Penghargaan Primaniyarta dan Primaduta kepada 15 perusahaan eksportir berprestasi dan 6 perusahaan asing sebagai *buyer* terbaik.

“Dengan diberikannya penghargaan ini diharapkan jejaring kerja yang telah terbina dengan baik dan saling menguntungkan antara *buyer* asing dengan eksportir Indonesia, maupun dengan Perwakilan RI di negara akreditasi, dapat terus dibina serta ditingkatkan,” ujar Direktur Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional (Dirjen PEN) Kementerian Perdagangan, Nus Nuzulia Ishak, setelah acara pembukaan TEI 2014. “Peningkatan ekspor juga diharapkan akan memberikan kontribusi bagi perdagangan dan perekonomian nasional, khususnya di tengah persaingan global yang semakin kompetitif,” lanjutnya.

Nus Nuzulia juga mengingatkan bahwa Indonesia



harus selalu menggalakkan produk-produk ekspor potensial, khususnya produk industri dengan meningkatkan daya saing dan mengembangkan akses pasar global karena tantangan yang semakin berat. Hal ini perlu dilakukan mengingat Indonesia akan memasuki *ASEAN Economic Community* (AEC) pada Januari 2015, sehingga diperlukan persiapan menghadapi persaingan pasar yang semakin ketat di bidang produk maupun jasa.

Penghargaan Primaniyarta

Memasuki penyelenggaraan Primaniyarta ke-18 kalinya di tahun 2014 ini, Dirjen PEN Nus Nuzulia menyatakan optimismenya bahwa Indonesia dapat bersaing di pasar global karena memiliki eksportir-eksportir tangguh yang tercermin pada para penerima Primaniyarta yang konsisten dalam melakukan kinerja ekspornya.

Primaniyarta merupakan penghargaan tertinggi yang diberikan Pemerintah Indonesia kepada para eksportir berprestasi yang mampu meningkatkan ekspornya secara berkesinambungan. Secara makna kata, Primaniyarta berarti ekspor yang berhasil yang berasal dari bahasa Sanskerta, yaitu Prima:

tertinggi/berhasil/terpenting dan Niyarta: ekspor. Tujuan pemberian penghargaan ini adalah untuk memotivasi dunia usaha agar lebih menggiatkan upaya meningkatkan ekspor non migas. Pemberian penghargaan ini juga diharapkan dapat mendorong pertumbuhan jumlah pelaku ekspor yang terampil dan handal, sehingga selanjutnya dapat memacu pertumbuhan ekspor non migas.

Kegiatan Penghargaan Primaniyarta ini telah dilaksanakan sejak tahun 1992, namun sempat terhenti pada tahun 1998-2001 karena krisis ekonomi, kemudian dilanjutkan kembali pada tahun 2002. Pada tahun 2004 telah dilakukan studi perbaikan oleh Badan Pengembangan Ekspor Nasional bekerjasama dengan Program Pasca Sarjana Ilmu Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia. Berdasarkan hasil studi tersebut dan berbagai masukan, maka penghargaan Primaniyarta diberikan dalam 3 kategori, yakni (1) Eksportir Berkinerja; (2) Eksportir Pembangun Merek Global; dan (3) Usaha Kecil dan Menengah Ekspor yang kemudian diubah menjadi Eksportir Potensi Unggulan.

Tim seleksi Penghargaan Primaniyarta terdiri dari Tim Evaluasi dan Tim Juri yang mewakili dari

berbagai stakeholder, mulai dari profesional, praktisi, pengamat ekonomi, akademisi, jurnalis, KADIN, asosiasi, dan lainnya. Tim Evaluasi Penghargaan Primaniyarta terdiri dari Indrasari Wisnu Wardhana (Sekretaris Ditjen PEN Kementerian Perdagangan), Adityawarman (Ditjen Pajak, Kementerian Keuangan), Adi Supanto (Ditjen HKI, Kementerian Hukum dan HAM), Rudi Kuncoro (Kementerian Tenaga Kerja dan Transmigrasi), Vinda Damayanti (Kementerian Lingkungan Hidup), Wahyu Pratomo (Bank Indonesia), Susilo Wibowo (Indonesia Eximbank), Badruz Zaman (PT Asuransi Ekspor Indonesia), Rahayubudi (Pakar), Prieyo Pratomo (Desain Nasional Indonesia), Kusnan M. Djawahir (Majalah SWA), dan Sudarmadi (Majalah SWA). Sedangkan Tim Juri yang diketuai Rachmat Gobel terdiri dari anggota Handito Hadi Joewono (Kadin), Thomas Dharmawan Tjokronegoro (Kadin), Kemal E. Ghani (Majalah SWA), Ahmad Djauhar (Bisnis Indonesia), Ira Puspawati (PT. Sarinah), Heruwasto (Universitas Indonesia), Rizal Edi Halim (Universitas Indonesia), Nining Indrayono Soesilo (Universitas Indonesia), Agus W. Soehadi (STIE Prasetya Mulya), Gunawan Suryo Murcito (Konsultasi HKI), Yongki Susilo (Nielsen Company), Daniel Surya (South East

Asia DM - IDHolland), Rahayubudi (Pakar), Prieyo Pratomo (Desain Nasional Indonesia), Kusnan M. Djawahir (Majalah SWA), dan Sudarmadi (Majalah SWA).

Penghargaan Primaniyarta tahun ini terdiri dari 4 kategori yaitu Eksportir Berkinerja, Eksportir Pembangun Merek Global, Eksportir Potensi Unggulan, dan Eksportir Pelopor Pasar Baru. Sesuai keputusan Tim Juri yang diketuai Rachmat Gobel setelah pelaksanaan penjurian pada Kamis 25 September 2014 maka terpilih 15 pelaku ekspor berprestasi sebagai penerima Primaniyarta 2014, yaitu kategori Eksportir Berkinerja sebanyak 4 perusahaan, kategori Eksportir Pembangun Merek Global sebanyak 3 perusahaan, kategori Eksportir Potensi Unggulan sebanyak 5 perusahaan, dan kategori Eksportir Pelopor Pasar Baru sebanyak 3 perusahaan penerima. Selain itu, pada Primaniyarta tahun 2014 juga diberikan penghargaan khusus kepada penerima Primaniyarta selama 5 tahun berturut-turut, yaitu *Outstanding Winner for Five Times Achievements of Primaniyarta Awards* kepada PT Bio Farma dari Propinsi Jawa Barat serta PT Growth Asia dan PT. Smart Tbk yang keduanya berasal dari Propinsi Sumatera Utara.



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

15 PERUSAHAAN PENERIMA PRIMANIYARTA TAHUN 2014 ADALAH:

Kategori Eksportir Berkinerja

1. PT. Bumitangerang Mesindotama, Banten, yang memproduksi coklat asli Indonesia dalam bentuk bubuk, mentega dan cair.
2. PT. Growth Asia, Sumatera Utara, yang memproduksi casting tambang mineral.
3. PT. Sekar Bumi Tbk, Jawa Timur, yang memproduksi makanan beku hasil budidaya biota laut yang ramah lingkungan.
4. PT. Toyota Motor Manufacturing Indonesia, Jawa Barat, yang memproduksi kendaraan bermotor dengan merek Toyota.

Kategori Eksportir Pembangun Merek Global

1. PT. Insera Sena, Jawa Timur, memproduksi sepeda bermerek Polygon antara lain mountain bike, road bike, BMX, youth bike, dan urban bike.
2. PT. Selamat Sempurna Tbk, Banten, yang memproduksi komponen otomotif, suku cadang, dan mesin pabrik, dengan produksi utamanya radiator dan filter kendaraan melalui merek Sakura filter dan ADR radiator.
3. PT. Smart Tbk, Sumatera Utara, memproduksi pengolahan kelapa sawit untuk produk *frying fats*, *ice cream fats*, *margarine*, dan minyak goreng.

Kategori Eksportir Pelopor Pasar Baru

1. PT. Bio Farma, Jawa Barat, memproduksi vaksin diantaranya vaksin tetanus toxoid, vaksin hepatitis B, dan vaksin influenza.
2. PT. Polymindo Permata, Banten, memproduksi serat sintesis sebagai material bangunan untuk furniture dan interior.
3. PT. Zenith Allmart Precisindo, Jawa Timur, memproduksi precision casting seperti casting pump, spare part value, dan filter air berpresisi tinggi.

Kategori Eksportir Potensi Unggulan

1. PT. Bio Takara, Jawa Tengah, yang memproduksi rambut dan bulu mata palsu.
2. PT. Karunia Catur Perkasa, Jawa Timur, yang memproduksi sepatu dan tas berbahan dasar kulit sapi benggala atau sapi Jawa.
3. CV. Sinar Gebang Raya, Sumatera Utara, yang memproduksi pupuk organik yang berasal dari sisa-sisa pohon palem yang tidak menggunakan bahan kimia atau kotoran hewan.
4. PT. Sumiati Ekspor International, Bali, yang memproduksi kerajinan khas Bali.
5. CV. Tashinda Putraprima, D.I. Yogyakarta, yang memproduksi kerajinan berbahan baku pandan dan rotan.

Primaduta Award

Primaduta Award merupakan salah satu program inisiasi baru Kemendag melalui Ditjen PEN sebagai upaya dalam meningkatkan capaian pertumbuhan ekspor Indonesia ke pasar dunia. Salah satu faktor yang ikut menentukan ialah andil para *buyer* (importir) di setiap negara-negara target ekspor Indonesia. Sebagai mitra/jejaring kerja eksportir, mereka berperan penting dalam menentukan sumber atau asal negara dari produk yang akan mereka beli. Primaduta Award diberikan kepada *buyer* (importir) yang memiliki loyalitas yang tinggi dalam upaya memperluas jaringan kerja ekspor dan menjaga kontinuitas perdagangan antar negara serta mengembangkan jenis-jenis produk yang akan dibeli dari Indonesia.

Secara makna kata, Primaduta berarti Wakil yang Terpenting yang berasal dari bahasa Sansekerta yaitu Prima: tertinggi/berhasil/terpenting dan Duta: perwakilan/representasi. Sehingga dalam pengertian umum maka penghargaan Primaduta dapat dimaknakan sebagai apresiasi terhadap

individu maupun lembaga yang memiliki peranan yang sangat penting sebagai representasi yang dalam hal ini adalah kinerja perdagangan ekspor bagi produk-produk yang berasal dari Indonesia. Penghargaan Primaduta ini baru mulai diberikan tahun 2014 kepada 6 *buyer* perusahaan asing yang konsisten membeli produk-produk Indonesia dengan volume dan keberagaman produk yang meningkat selama tiga tahun berturut-turut. Tahun ini terpilih 6 perusahaan yang berasal dari 6 negara di 4 benua yang telah menyisihkan 140 *buyer* kandidat dari 26 negara yang diusulkan oleh 31 Perwakilan RI di luar negeri.

Pemilihan dan verifikasi *buyer* dilakukan oleh Perwakilan RI di luar negeri. Setelah diidentifikasi, diverifikasi, dan dikonfirmasi sesuai dengan kriteria yang telah ditetapkan, *buyer* yang diusulkan disampaikan kepada Ditjen PEN. Dalam menentukan *buyer* terbaik, beberapa faktor yang dipertimbangkan dengan pendalaman profil masing-masing *buyer* yang diajukan dengan perusahaan Indonesia seperti peningkatan nilai dan tren impor minimal 3 tahun berturut-turut,



Adapun 6 perusahaan penerima Primaduta 2014 adalah:

Kategori Produk Manufaktur

1. Mitsubishi Corporation, Jepang, mengimpor produk hasil pertanian, *stationery*, hasil pertambangan, tekstil dan produk tekstil, serta produk makanan dan minuman.
2. Thai Oleochemical Co., Ltd., Thailand, yang mengimpor produk RBD *coconut oil*.
3. Baraka Contracting & Trading Est., Mesir, yang mengimpor produk *car tyre* dari GT Radial.

Kategori Produk Usaha Kecil Menengah

1. Cafea GmbH, Jerman, mengimpor produk biji kopi.
2. Midesa S.A.C, Chile, mengimpor produk rumput laut.
3. Fakh Group of Companies, Uni Arab Emirat, mengimpor produk kerajinan.

jenis produk yang diimpor, kategori importir produsen atau importir distributor, adanya investasi dengan membuka perwakilan di Indonesia, adanya pembinaan kepada pelaku usaha di Indonesia, data eksportir pemasok produk tersebut, negara asal (berasal dari salah satu pasar utama, pasar prospektif atau ASEAN).

Tim Juri Primaduta Award terdiri dari unsur-unsur profesional yang mewakili berbagai stakeholder, mulai dari profesional, praktisi, pengamat ekonomi, akademisi, jurnalis, KADIN, asosiasi, dan lainnya, yang secara profesional mendalami setiap profil buyer yang diajukan perwakilan RI. Para juri itu adalah Deddy Saleh (Ahli Perdagangan Internasional, Mantan Dirjen Perdagangan Luar Negeri Kementerian Perdagangan); Rahayu Budi (Ahli Bidang Pengembangan Ekspor dan Data Perdagangan, Juri Primaniyarta); Benny Soetrisno (Pelaku Usaha/ Praktisi, Ketua Bidang Tenaga Kerja KADIN Indonesia, CEO PT. APAC Inti Corpora); Aviliani (Akademisi, Ahli/ Pengamat Ekonomi, Komisaris Independen Bank Mandiri); Kemal E. Gani (Jurnalis, Praktisi Media, CEO Majalah SWA Indonesia); Handito Hadi Joewono (Pelaku Usaha dan Praktisi, anggota KADIN, Juri Primaniyarta); serta Prieyo Pratomo (Desainer, Pemerhati Produk, Juri dalam berbagai penghargaan).

Menurut Wakil Kepala Perwakilan RI di Bangkok, Bebeb Djundjuran, Primaduta ini merupakan sebuah langkah strategis yang dibuat oleh Pemerintah Indonesia untuk mengapresiasi pengusaha asing yang konsisten meningkatkan volume perdagangan dengan Indonesia. "Saya melihat ini merupakan suatu langkah strategis yang dilakukan oleh Pemerintah Indonesia untuk menghargai para pembeli luar negeri" ujarnya saat usai acara pembukaan TEI 2014. Sama dengan Kepala Perwakilan RI di Chile, Aloysius Lele Madja, mengungkapkan bahwa mereka akan mengajak para pengusaha Chile untuk lebih meningkatkan volume perdagangan antar dua negara. Terlebih lagi Bebeb Djundjuran juga mengutarakan sekembalinya ke Thailand, Perwakilan RI di Thailand akan mengekspos berita pemberian Primaduta yang diterima oleh Thai Oleochemical Co. Ltd. sebagai suatu usaha untuk mengajak lebih banyak lagi para pengusaha Thailand agar lebih giat meningkatkan kegiatan perdagangan dengan Indonesia. Selain itu upaya ini juga merupakan langkah promosi untuk mendatangkan lebih banyak pengusaha pada acara TEI tahun mendatang.

JURUS SMART

Menjadi Perusahaan Pembangunan Berkelanjutan di Bidang Pertanian



APP

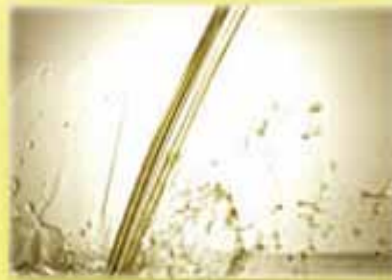
PT Sinar Mas Agro Resources and Technology Tbk (PT SMART Tbk) yang didirikan tahun 1962 adalah salah satu produsen terbesar berbasis kelapa sawit yang memproduksi minyak sawit berkelanjutan. Untuk memenuhi produknya, SMART saat ini memiliki cakupan area perkebunan kelapa dengan total sekitar 138.400 hektar. Selain itu, SMART juga mengelola seluruh perkebunan kelapa sawit Golden Agri-Resources Ltd (GAR) sebesar 470.600 hektar di Indonesia.

Kegiatan utama SMART adalah penanaman dan pemanenan pohon kelapa sawit, pengolahan buah

segar menjadi CPO dan palm kernel, serta rafinasi CPO menjadi produk dengan nilai tambah seperti minyak goreng, margarin dan *shortening*. Selain minyak curah dan industrial, produk rafinasi SMART juga dipasarkan dengan beberapa merek dagang seperti Filma dan Kunci Mas yang kemudian dikenal dengan kualitas tinggi sehingga menguasai pangsa pasar yang signifikan di Indonesia.

Hubungan SMART dengan Golden Agri-Resources Ltd (GAR), merupakan salah satu perusahaan berbasis kelapa sawit terbesar di dunia yang juga tercatat di Bursa Efek Singapura, menambah keunggulan SMART dalam hal manajemen perkebunan, teknologi informasi, penelitian dan pengembangan, pembelian bahan baku, dan akses ke jaringan pemasaran yang luas, baik domestik dan internasional.

SMART saat ini mengelola perkebunan sawit di Indonesia dengan luas total sekitar 138.400 hektar, termasuk Plasma, dengan hasil buah yang



lebih tinggi dari industri rata-rata 22,4 ton per hektar. Dengan kapasitas 4.050.000 ton per tahun, perusahaan ini mengekstrak CPO dan PK (palm kernel) dari TBS (tandan buah segar).

Bagian dari CPO diproses lebih lanjut menjadi nilai tambah produk bermerek dan curah melalui pabrik penyulingan kami, yang memiliki total kapasitas 2.280.000 ton per tahun. Sebagian besar PK dihancurkan di pabrik pengolahan inti sawit kami, memproduksi nilai yang lebih tinggi minyak kelapa sawit dan inti sawit kernel makan. Kernel *crushing plants* kami memiliki kapasitas 480.000 ton per tahun.

SMART juga mendistribusikan, memasarkan dan mengekspor produk konsumen berbasis kelapa sawit. Selain minyak curah dan industrial, produk rafinasi SMART juga dipasarkan dengan beberapa merek, seperti Filma® dan Kunci Mas®. Kini, merek dagang tersebut dikenal dengan kualitasnya yang tinggi, serta menguasai pangsa pasar yang signifikan di segmen masing-masing di Indonesia.

Berikut ini petikan wawancara dengan PT SMART Tbk pada 7 Oktober 2014 di Jakarta:

Bisa diceritakan bagaimana awal mula Anda membangun bisnis Anda?

PT SMART Tbk didirikan pada tahun 1962 dan terdaftar di Bursa Efek Indonesia sejak 1992, kami adalah salah satu perusahaan publik

produk konsumen berbasis kelapa sawit yang terintegrasi dan terkemuka di Indonesia. Aktivitas utama perusahaan dimulai dari penanaman dan pemanenan pohon kelapa sawit, pengolahan TBS (tandan buah segar) menjadi CPO (minyak sawit) dan PK (inti sawit), serta pemrosesan CPO menjadi produk industri dan konsumen seperti minyak goreng, *margarine* dan shortening. CPO diproses lebih lanjut menjadi produk bernilai tambah, baik curah, industri maupun bermerek, melalui pabrik rafinasi kami.

PT SMART Tbk juga mendistribusikan, memasarkan dan mengekspor produk konsumen berbasis kelapa sawit. Produk turunannya juga dipasarkan dengan berbagai merek, antara lain FILMA, Kunci Mas, Mitra, Goodfry, i-soc CBS, dll. Saat ini merek-merek tersebut telah diakui kualitasnya dan memiliki pangsa pasar yang signifikan segmennya masing-masing baik di Indonesia maupun di luar negeri.

Apa kendala yang Anda temui ketika mulai membangun bisnis tersebut dan apa yang Anda lakukan untuk mengatasinya?

Sebagai entitas bisnis di bidang kelapa sawit yang sudah terintegrasi, tentu perusahaan mengalami kendala di berbagai bidang. Tetapi kendala tersebut dijadikan sebagai fokus dalam mencari yang solusi terbaik dalam bisnis ini, diantaranya adalah penerapan metode yang paling efisien, efektif dan lestari dalam mencari

keunggulan bisnis dan operasional, pengelolaan perkebunan dengan system terbaik, peningkatan produktivitas sawit, penelitian dan pengembangan (R&D), meningkatkan praktek terbaik dalam pemurnian bibit sawit serta manajemen perkebunan, termasuk pemupukan dan pemanenan, berkonsentrasi pada efisiensi transportasi dan operasional seperti mekanisasi dan penggunaan bahan bakar terbarukan, aktif dalam berbagai asosiasi dan menghadiri pertemuan yang diselenggarakan oleh Pemerintah dan Lembaga Riset sebagai pembina dan asosiasi sebagai komunitas bisnis untuk bertukar pandangan/pengalaman. Sedangkan kendala dalam kegiatan ekspor yang juga kami hadapi antara lain proses pendaftaran merek yang lama, kendala bahasa, terminologi, dan lainnya.

- ❑ Kiat-kiat apa sajakah yang Anda lakukan agar produk Anda dapat bersaing di pasar internasional?

Kami berusaha untuk selalu menjaga kualitas, fokus pada inovasi dan solusi bagi pelanggan, memberikan produk bernilai tambah lebih tinggi, membangun brand melalui kegiatan promosi serta aktif memperkenalkan produk melalui kegiatan pameran internasional. Selain itu kami bekerjasama dengan lawyer dari negara tujuan ekspor dan labeling di negara tujuan ekspor agar lebih memahami peraturan di negara tujuan.



- ❑ Apakah Anda juga menerapkan *Green Business* dalam bisnis Anda? Apabila ya, seperti apakah bentuknya? Apabila tidak, apakah Anda akan mengimplementasikan *Green Business* tersebut?

Tentu saja, PT SMART Tbk berkonsentrasi pada penerapan praktek dan standar terbaik dalam industri, pengelolaan lingkungan secara lestari dan bertanggung jawab serta pemberdayaan masyarakat. PT SMART Tbk memimpin industri sebagai produsen kelapa sawit pertama yang menerapkan kebijakan pembukaan lahan tanpa membakar (*Zero Burning Policy*) sejak tahun 1997. Sejak Februari 2010 perusahaan tidak mengembangkan lahan gambut (*no peatland*) sebarangpun kedalamannya. Melalui Kebijakan Konservasi Hutan (KKH) perusahaan berkomitmen memutuskan hubungan kelapa sawit dengan deforestasi; dan dengan bangga perusahaan telah menunjukkan kemajuan terhadap produksi minyak sawit lestari, tujuan yang berasal dari nilai-nilai dan prinsip internal perusahaan. PT SMART Tbk telah menerima sertifikasi RSPO (*Roundtable on Sustainable Palm Oil*), dan akan semakin dekat memperoleh semua sertifikasi RSPO untuk semua unit operasi kelapa sawitnya pada akhir 2015.

- ❑ Apa harapan kedepannya untuk perusahaan Anda di pasar internasional?

PT SMART Tbk berharap menjadi dominant player di pasar internasional, khususnya dalam pengembangan pasar baru maupun untuk memperbesar volume pasar yang sudah ada saat ini, antara lain, melalui komunikasi yang lebih intensif dengan Atase Perdagangan di KBRI negara tujuan ekspor, kerjasama yang lebih erat dengan Kementerian Perdagangan dan Kementerian Luar Negeri sehingga data/informasi di berbagai negara dapat lebih cepat kita ketahui, melakukan *benchmarking* secara bersama-sama terhadap kompetitor Indonesia sehingga volume Indonesia bisa menjadi lebih besar, serta meningkatkan daya saing produk kami sehingga mampu bersaing dengan produk sejenis dari berbagai negara produsen.

Aktivasi Kerjasama

Pengembangan Ekspor di Surabaya, Jawa Timur

Pelaksanaan kegiatan Aktivasi Kerjasama Pengembangan Ekspor merupakan perwujudan kerjasama Direktorat Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional (DJPEN) dengan *Trade Facilitation Office* (TFO) Kanada. Seminar ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan eksportir dan mengembangkan produk/jasa ekspor Indonesia ke Kanada melalui pengenalan

pasar Kanada secara lebih mendalam. Kegiatan yang diselenggarakan pada tanggal 7 Oktober 2014 di Hotel Alana Surabaya ini mengangkat tema “*Exporting to Canada*”.

Seminar dibuka secara resmi oleh Kepala Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Jawa Timur dan dihadiri oleh 60 eksportir dan perwakilan Trade Support Institutions Jawa Timur dari perwakilan Disperindag kota Malang, Disperindag kota Surabaya, P3ED kota Surabaya, GPEI Jawa Timur, Kadinda Jawa Timur, GAEKI, ASMINDO, Perhutani, Disperindag Mojokerto, Disperindag Gresik, Disperindag Jawa Timur, Kompas TV, dan para produsen produk karpet, makanan laut, handicraft, furniture, industri kayu, eksportir, kopi, bahan kimia, tekstil dan produk lainnya.

“Kerjasama yang telah terjalin antara DJPEN dengan TFO Kanada sangat besar potensinya, yang dapat dilakukan melalui peningkatan kerjasama antara Indonesia dan Kanada.” ungkap Kepala BBPPEI DJPEN Simon Zelotes dalam kata sambutannya. Selain itu, Simon juga memperkenalkan perwakilan TFO Kanada sebagai narasumber yaitu Ms. Ainsley Butler, *Partnerships and Programs Director* TFO, dan Mr. Zaki Munshi, *Project Manager* TFO Asia.



Seminar “*Exporting to Canada*” diawali dengan memaparkan profil TFO Kanada dan memperkenalkan web TFO Kanada beserta beragam keuntungan yang bisa didapatkan para pelaku usaha dengan mendaftarkan perusahaan pada web tersebut tanpa biaya yang dilanjutkan dengan penjelasan tahapan pendaftaran. Selain itu juga dipaparkan mengenai potensi pasar Kanada beserta pola konsumen Kanada dan produk Indonesia yang potensial di pasar Kanada, seperti *furniture*, *footware* dan produk ban yang *market share* nya yang masih rendah, antara 0,8% - 2,7% dari keseluruhan impor Kanada untuk produk tersebut.

Dalam presentasinya, Mr. Munshi menekankan pada besarnya angka impor Kanada dari dunia, di mana Kanada merupakan pasar impor ke-13 terbesar di dunia dengan peningkatan nilai impor per tahun sebesar 7%. Selain itu, Mr. Munshi juga menjelaskan mengenai tantangan yang harus dicermati oleh eksportir Indonesia ke Kanada, seperti masalah transportasi dan logistik, serta kepekaan konsumen Kanada terhadap isu CSR (*Corporate Social Responsibility*).

Presentasi ditutup dengan penjelasan mengenai pameran-pameran internasional yang akan diselenggarakan di Kanada pada tahun 2015, di antaranya SIAL Kanada pada tanggal 28-30 April 2015 di Toronto untuk produk makanan, Canadian Gift & Tableware Association Gift Show pada tanggal 25-29 Januari 2015 di Toronto untuk produk furniture, dan Toronto Shoe Show pada tanggal 22-24 Februari 2015 dan 23-25 Agustus 2015 di Toronto untuk produk footwear.

Diskusi Seminar

Selama presentasi, peserta seminar terlihat sangat antusias untuk mengetahui peluang produknya di pasar Kanada. Beberapa pengusaha yang aktif dalam diskusi adalah yang bergerak di bidang *apparel*, *furniture*, makanan dan minuman.

Apparel

TFO Kanada menginformasikan bahwa sekitar 18% produk impor Kanada adalah produk apparel dan kembali mendorong para pengusaha tersebut untuk mendaftarkan perusahaannya di situs resmi TFO Kanada (www.tfocanada.ca), agar profil perusahaan dan produk-produk pengusaha Indonesia dapat diakses oleh importir-importir Kanada.

Furniture

TFO Kanada menyampaikan, seluruh informasi yang dibutuhkan mengenai pasar *furniture* di

Kanada tersedia di web TFO Kanada pada bagian *market information papers*. Selain itu, perwakilan TFO Kanada mendorong pengusaha untuk berpartisipasi pada pameran *Canadian Gift & Tableware Association Gift Show* tanggal 25-29 Januari 2015 di Toronto.



Makanan dan Minuman

Peserta seminar yang bergerak di bidang bumbu khas Indonesia memiliki ketertarikan untuk memasuki pasar Kanada karena didorong oleh besarnya jumlah imigran asal Asia di negara ini. Sekitar 1/5 populasi Kanada merupakan imigran yang 57% di antaranya berasal dari Asia dan Timur Tengah. Selain itu, TFO Kanada juga menyampaikan bahwa selain dengan promosi produk melalui web TFO Kanada, Kedutaan Besar Kanada untuk Indonesia juga dapat menciptakan *commercial link* antara perusahaan Indonesia dan Kanada, sehingga dapat meningkatkan keberagaman komoditi ekspor Indonesia ke Kanada.

Selain eksportir yang bergerak di bidang bumbu dan produk pertanian, eksportir kopi asal Jawa Timur juga berkeinginan untuk mengakses pasar Kanada. Dalam hal ini, TFO Kanada menyampaikan walaupun kopi tidak termasuk salah satu komoditi impor utama Kanada, namun Kanada merupakan salah satu negara dengan tingkat konsumsi kopi yang cukup besar. Sehubungan besarnya ketertarikan eksportir Jawa Timur di bidang food and beverage, TFO Kanada mendorong para pengusaha tersebut untuk berpartisipasi dalam pameran SIAL 205, di mana pada pameran SIAL Kanada 2015 Indonesia akan menjadi country partner.



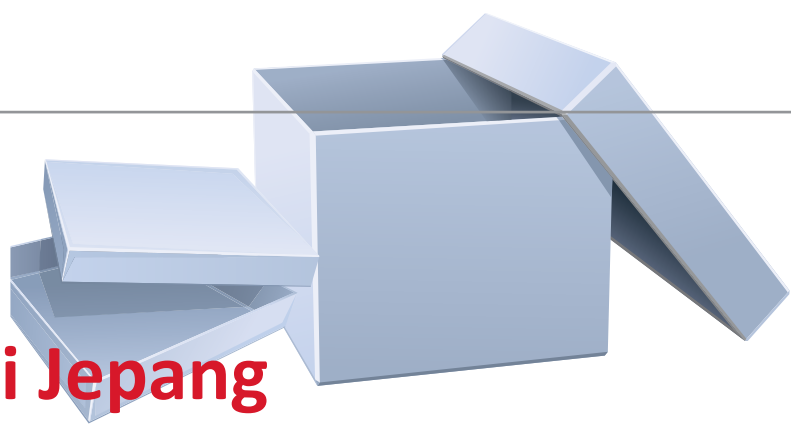
Isu Corporate Social Responsibility (CSR)

Salah satu peserta seminar melihat kepekaan konsumen Kanada terhadap isu CSR merupakan peluang, di mana konsumen Kanada bersedia untuk membayar lebih produk-produk yang mengedepankan isu-isu CSR. Mengenai lembaga audit khusus CSR yang dapat mengeluarkan sertifikat resmi yang kemudian disajikan pada label kemasan, TFO Kanada menyampaikan bahwa saat ini Kanada belum memiliki lembaga yang khusus menangani masalah sertifikasi CSR. Namun demikian, Kanada saat ini memberlakukan standar CSR internasional yang merujuk standar di Amerika Serikat. Selain itu TFO Kanada kembali menekankan bahwa Kanada memberikan perhatian yang sangat besar pada wanita, termasuk pada pengusaha wanita. Diinformasikan bahwa kedepannya TFO Kanada menargetkan 25% perusahaan yang

melakukan ekspor ke Kanada dimiliki oleh wanita.

Perwakilan perdagangan RI di Ottawa dan Vancouver dapat membantu memfasilitasi pengusaha Indonesia untuk pameran di Kanada berupa bantuan penyewaan booth. Untuk bidang fashion, Atdag Ottawa mendorong wanita pengusaha Indonesia untuk berpartisipasi pada pameran fashion muslim yang diadakan di Kanada.

Peluang Pasar Produk Packaging di Jepang



Jepang adalah mitra dagang strategis bagi Indonesia. Selama 5 tahun terakhir, yaitu 2009-2013, perdagangan Indonesia-Jepang menunjukkan tren positif sebesar 10% sehingga Indonesia mengalami surplus perdagangan. Sementara, di tahun 2013, total perdagangan Indonesia-Jepang mencapai USD 45,95 milyar dengan nilai ekspor USD 17,04 milyar dan impor sebesar USD 28,90 milyar, yang berarti defisit Indonesia sebesar USD 11,86 milyar.

Komoditas ekspor utama Indonesia ke Jepang meliputi batu bara, *briquettes*, *ovoids* (USD 3,79 milyar); *natural rubber*, *balata* (USD 1,13 milyar); *nickel mattes*, *nickel oxide sinters* (USD 0,93 milyar); *copper ores and concentrates* (USD 0,81 milyar); dan *plywood*, *veneered panels and similar laminated wood* (USD 0,74 milyar). Sementara dari Jepang, Indonesia mengimpor beberapa komoditi seperti *parts & access of motor vehicles* (USD 1,77 milyar); *trucks, motor vehicles for the transport of goods* (USD 0,64 milyar); *cars include station wagon* (USD 0,52 milyar); dan *flat-roll products of iron/non clad* (USD 0,46 milyar).

Pembungkus (3923 produk plastik, 4819 pembungkus makanan, 4820 produk kertas) adalah produk melekat dipakai di kehidupan masyarakat Jepang sehari-hari. Budaya bersih mendorong masyarakatnya menyukai hal-hal higienis. Untuk keperluan rumah tangga membutuhkan suatu wadah pembungkus. Selain karena kebiasaan masyarakat Jepang untuk membungkus makanan supaya higienis, pembungkus juga dinilai mempunyai fungsi estetika, sehingga pemakaiannya meluas dari memenuhi perlengkapan rumah tangga menjadi kebutuhan sehari-hari lainnya. Karena itu, kebutuhan menggunakan pembungkus oleh masyarakat Jepang dikategorikan sebagai salah satu peluang besar bagi UKM Indonesia untuk mengembangkan potensi ekspor produknya.

Berdasarkan jumlahnya, impor produk interior berbahan plastik mengalami peningkatan signifikan dari tahun 2009, baik dalam jumlah nominal maupun kuantitas. Untuk tahun 2014, permintaan pasar Jepang akan pembungkus plastik akan meningkat di atas 140.000 ton. Untuk *tableware*

dari plastik, China mendominasi 80% pasar Jepang, diikuti Taiwan, Korea Selatan dan Vietnam, sehingga menempatkan Asia sebagai pemasok utama produk *tableware* plastik. Ini merupakan peluang sangat baik untuk komoditi ekspor Indonesia.

Jenis Pembungkus Makanan

Pembungkus Plastik (*plastic wrap*)

Plastik merupakan jenis kemasan yang paling banyak digunakan dalam industri saat ini. Kemudahannya dalam memproduksi membuatnya menjadi pilihan kemasan paling murah. Sebagian besar menganggap plastik untuk kemasan tidak ada bedanya satu dengan lainnya, padahal plastik dibuat sesuai dengan penggunaan kemasan. Ada plastik yang dibuat khusus untuk produk tertentu dan tidak boleh menggunakan untuk jenis produk lain. Pembungkus makanan yang terbuat dari plastik ini mempunyai warna transparan sehingga mudah untuk dilihat isi didalamnya, tanpa perlu membuka terlebih dahulu.

Pembungkus dengan Zip (*ziplock*)

Fungsinya sama dengan *plastic wrap*, hanya saja setiap kemasan ziplock memiliki klip sehingga kedap udara. Fungsi pembungkus ini untuk melindungi makanan sehingga tidak mudah basi atau busuk.

Wadah Plastik (*plastic container*)

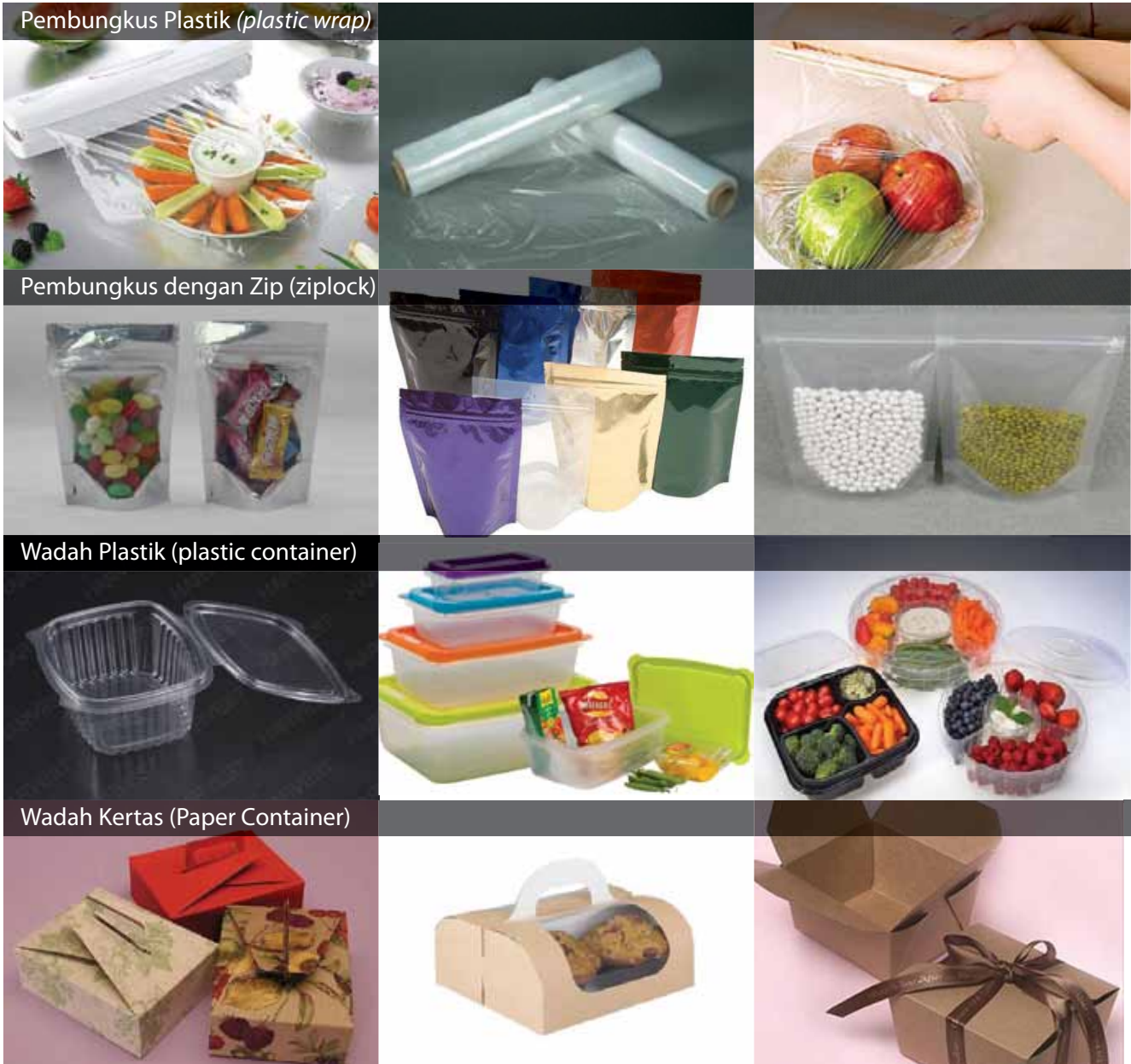
Merupakan pembungkus makanan yang berbentuk rigid dan terbuat dari plastik. Wadah plastik ini akan melindungi makanan tidak hanya dari udara atau kelembaban sekitarnya, tapi juga menjaga bentuk didalamnya agar tetap seperti semula. Pembungkus jenis ini banyak dipakai semua kalangan dan semua keperluan, misalnya penyimpanan makanan yang sudah jadi, makanan untuk bekal/bento, bahan makanan atau buah-buahan.

Wadah Kertas (*Paper Container*)

Selain plastik, kertas juga bisa menjadi alat pembungkus makanan. Namun, penggunaan kertas sebagai pembungkus makanan mempunyai

beberapa kekurangan, misalnya tidak kedap udara, tidak menyerap minyak, tidak kedap air, sehingga untuk makanan dengan waktu yang agak lama, pembungkus kertas ini kurang cocok

digunakan. Keuntungannya adalah kemasan kertas ini mempunyai corak yang lebih menarik sehingga mempunyai fungsi dekorasi dan estetika.



Jenis Pembungkus Lainnya

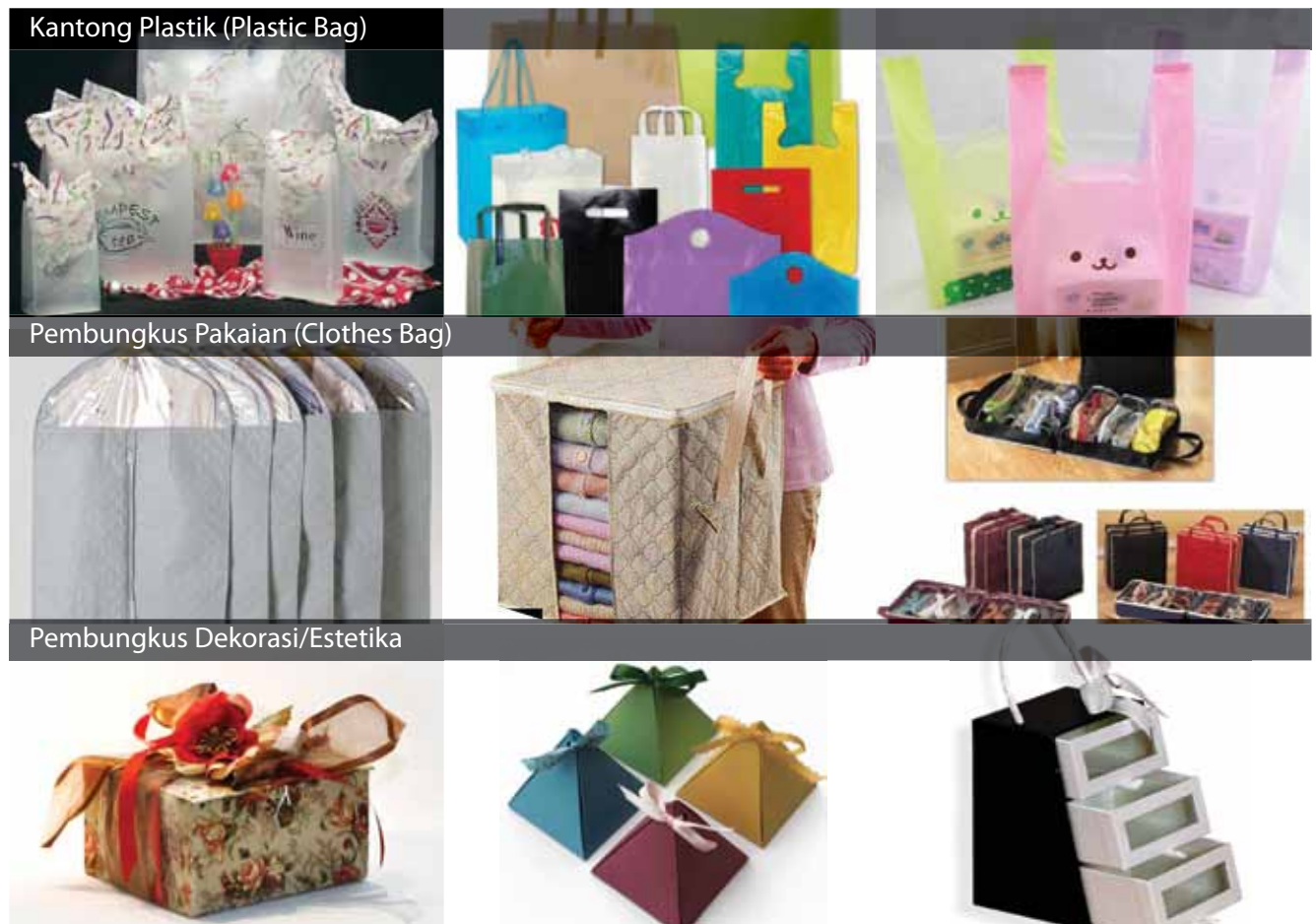
Kantong Plastik (*Plastic Bag*)

Pembungkus plastik jenis ini mempunyai fungsi selain untuk melindungi barang didalamnya, juga memudahkan pengguna membawanya. Biasanya kantong plastik tidak bersentuhan langsung dengan makanan karena bahannya yang belum tentu aman. Kantong plastik ini banyak digunakan

oleh toko sebagai pembungkus bahan belanjaan, mempunyai ukuran bervariasi dan warna beragam.

Pembungkus Pakaian (*Clothes Bag*)

Jepang adalah salah satu negara dengan empat musim, sehingga setiap musimnya mempunyai jenis dan bahan pakaian tertentu yang dikenakan. Untuk itu, apabila musim sudah berganti maka jenis pakaian pun berganti, sehingga diperlukan



tempat penyimpanan untuk musim selanjutnya seperti jaket, mantel, alas kaki wol, sepatu *boots*, dan sebagainya. Untuk pembungkus pakaian biasanya digunakan bahan dari plastik, kain, kertas tebal atau kardus. Selain itu diperlukan juga pembungkus untuk *heater*, *hot blanket*, *hot carpet*, *futon*, tas besar, koper, yang menggunakan bahan plastik, kain dan parasut.

Pembungkus Dekorasi/Eстетika

Fungsi pembungkus ini untuk memberikan kesan tidak monoton dalam penyimpanan barang di suatu ruangan atau digunakan sebagai kemasan kado atau hadiah.

Kebijakan dan Prosedur Impor Produk Pembungkus

Pada prinsipnya, untuk barang pengemas atau pembungkus plastik, Jepang termasuk negara pengekspor produk plastik terbesar. Selain karena kualitasnya yang menjadi urutan nomor satu dibidang ekspor-impor, Jepang juga sudah terkenal akan kebijakannya yang ramah lingkungan, sehingga dipastikan semua produk plastik dan turunannya mendapatkan perhatian lebih untuk mengurangi menumpuknya sampah anorganik.

Berdasarkan *Japan External Trade Organisation* (JETRO), produk pembungkus, khususnya plastik, termasuk ke dalam kategori desain interior atau *tableware* yang harus memiliki ketentuan aturan sanitasi makanan dan pelabelan.

Tes standar yang dilakukan dalam aturan sanitasi makanan adalah tes terhadap bahan material dan interaksi dalam waktu tertentu yang mungkin terjadi antara bahan pengemas dengan makanan. Importir diwajibkan mencantumkan notifikasi bertuliskan "makanan, dsb" kepada Kementerian Kesehatan Jepang yang akan memonitor dan bertanggungjawab terhadap hasil uji produk pembungkus dengan makanan. Selain itu, dibutuhkan juga dokumen hasil uji yang berisi komponen bahan penyusun pembungkus, laporan inspeksi dari Departemen Ekspor Impor Kementerian Kesehatan Jepang, serta permohonan *custom clearence*. Juga, harus mencantumkan izin daur ulang dari asosiasi daur ulang untuk kontainer dan bahan plastik di Jepang.

Untuk pelabelan, berdasarkan *Act on Promotion of Effective Utilization of Resources*, apabila pembungkus menggunakan plastik atau kertas, untuk satu produk individu, maka tanda identifikasi yang harus dicantumkan dibagian luar pembungkus.

DAFTAR

IMPORTIR

DONG DUONG INDOCHINA CO.,LTD

1st floor, Thang Long International Village, Dich Vong Ward, Hanoi

Tel : + 844 37545015

Fax : + 844 37545015

Email : dongduongexport@gmail.com

Product : *Agricultural Product*

DONGYING TAOHUA ISLAND TOURISM AND CULTURAL CO

Dongying City, Longju district

Tel : + 546 7299999

Fax : + 546 7299999

Product : *Agricultural*

ETABLISSEMENT HASNAOUI

Usine 9, Quartier Industriel Bensouda Fes

Tel : + 535 624512

Fax : + 535 651974

Email : fatibe@aim.net.ma

Product : *Agricultural*

MONTE VEADO LDA

Avnida, Presidente Nicolao Lobata-Acait Dill

Tel : + 670 77388888

Fax : + 670 77388888

Email : oscarlirna@ccitl.org.ti

Product : *Material Construction*

THIEN GUOC TRADING COMPANY LIMITED

144 Vo Van Tan, Ward 06, District 3,

Ho Chi Minh City

Tel : + 84 8 39307476

Fax : + 84 8 39307477

Email : quoc@thienquoc.vn

Website : www.tswcapital.com

Product : *Ceramics Ware*

KARANS EXPORTS - IMPORTS

16, Acharappan Street, Chennai-600 001

Tel : + 91 44 42052001

Fax : + 91 44 45002229

Email : karanseximp@gmail.com

Product : *Chemicals Products*

NARSIPUR CHEMICALS PVT LTD

C-238, MIDC, Turbhe

Navi Mumbai-400 705

Tel : + 91 22 65131320, 27631341

Fax : + 91 98 92555629

Email : narsipur@vsnl.com

Website : www.narsipur.co.in

Product : *Chemicals*

RIYADH AL SAUDIAN AGRICULTURAL FACTORY

PO BOX 32 Riyadh 11498

Tel : + 966 11 2383883,

+966 50 5229189

Fax : + 966 11 2383883

Email : almofakat@gmail.com

Product : *Chemical*

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

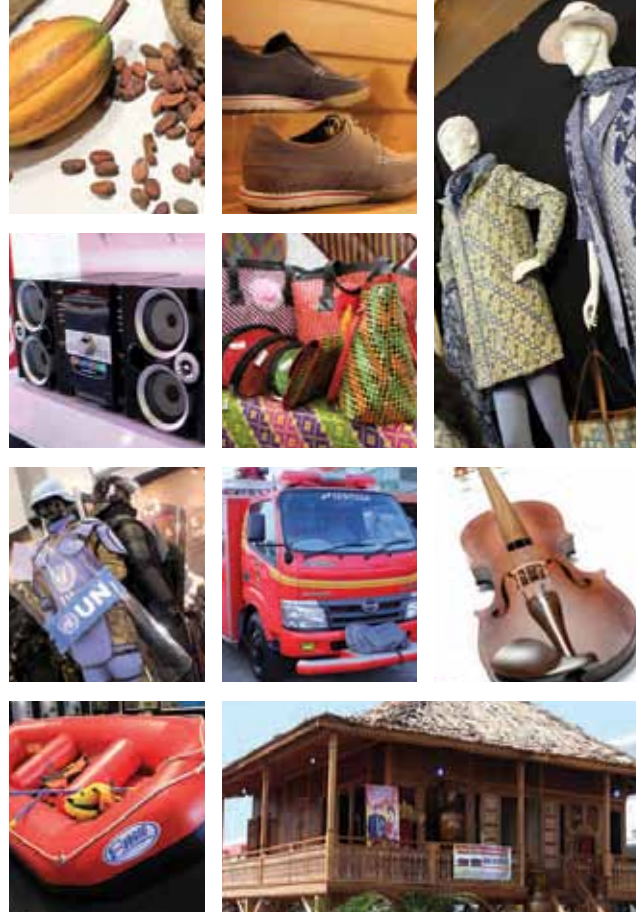
(62-21) 23528652

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

