

WARTA EKSPOR



APEC PERU
2016



Asia-Pacific
Economic Cooperation



APEC PERU
2016

Sub-Committee on
Customs Procedures (SCCP)
Meeting

Lima, 24-26 February 2016



APEC PERU
2016



Free Trade Area of Asia Pacific & ASEAN

trade with
remarkable
indonesia



Editorial

Isu FTAAP (*Free Trade Area Of the Asia-Pacific*) semakin berkembang, menguat dan menjadi salah satu isu terpenting sejak disepakatinya *The Beijing Roadmap for APEC's Contribution to the Realization of the FTAAP* tahun 2014. *Roadmap* ini merupakan titik tolak bagi APEC untuk memulai proses upaya mewujudkannya dan menjadi panduan untuk mengetahui bentuk FTAAP yang hendak dituju.

FTAAP merupakan salah satu upaya APEC meningkatkan integrasi ekonomi regional dan capaian deklarasi deklarasi *Bogor Goals*, yaitu penciptaan perdagangan dan investasi yang terbuka.

FTAAP akan meningkatkan market size sebesar 41% dari populasi dunia, membentuk 58% dari GDP dunia, and 45% dari perdagangan dunia yang lebih besar dibandingkan dengan TPP maupun RCEP. Pembentukan FTAAP juga secara signifikan akan menurunkan tarif dalam ekonomi APEC yang dianggap akan memberikan efek positif terhadap perdagangan dan investasi.

Pembahasan FTAAP dalam forum APEC terus bergulir dan mengarah kepada realisasi, sehingga diperlukan penyusunan posisi Indonesia yang kuat dan disepakati secara nasional dengan melakukan analisa dampak FTAAP oleh masing-masing Kementerian/Lembaga terkait dan mengumpulkan informasi serta masukan dari berbagai sektor.

Pada Warta Ekspor edisi bulan Juli ini, mengulas berita tentang apakah FTAAP, mengapa dan bagaimana FTAAP, dan bagaimana perdagangan Indonesia dengan kawasan pasar Asia Pasifik, serta bagaimana posisi Indonesia terhadap FTAAP tersebut. Di dalamnya juga diulas secara singkat tentang potensi salah satu negara di kawasan Asia Pasifik. Semoga bermanfaat.

Tim Editor

Daftar Isi

Ditjen PEN/MJL/50/VII/2016 edisi Juli



Editorial 2

Daftar Isi 2

Tajuk Utama 3
FTAAP, Jalan Menuju
Pengintegrasian Ekonomi Asia
Pasifik

Kisah Sukses 9

Kegiatan Ditjen PEN 11
Juli

Sekilas Info 14
Mengejar Peluang Pasar
di Asia Pasifik

Daftar Importir 19

STT: Ditjen PEN/MJL/007/7/2016, **Pelindung/Penasehat:** Arlinda, **Pimpinan Umum:** Tuti Prahastuti, **Pemimpin Redaksi:** RA. Marlina, **Redaktur Pelaksana:** Sugiarti, **Penulis:** Dwi Siswaningsih, **Desain:** Dewi **Alamat:** Gedung Utama Kementerian Perdagangan Republik Indonesia, Lt. 3, Jl. Ml. Ridwan Rais no. 5, Jakarta 10110 **Telp:** 021-3858171 Ext.37302, **Fax:** 021-23528652, **E-mail:** csc@kemendag.go.id, **Website:** <http://djpen.kemendag.go.id>

FTAAP, Jalan Menuju Pengintegrasian Ekonomi Asia Pasifik

Free Trade Area of the Asia-Pacific (FTAAP) adalah suatu Kawasan Perdagangan Bebas Asia Pasifik yang saat ini sedang diupayakan perwujudannya oleh 21 anggota kerjasama ekonomi lintas kawasan Asia Pasifik atau *Asia-Pacific Economic Cooperation (APEC)*. FTAAP merupakan salah satu upaya APEC meningkatkan integrasi ekonomi regional dan capaian deklarasi Bogor Goals, yaitu penciptaan perdagangan dan investasi yang terbuka.



Beijing for the 22nd APEC Economic Leaders' Meeting

Dalam beberapa dekade terakhir, upaya integrasi ekonomi di berbagai kawasan melalui pembentukan *Free Trade Agreements* (FTAs) dan *Regional Trading Agreements* (RTAs) menjadi sebuah kecenderungan global. Integrasi ekonomi, selain sebagai akibat ketidakmampuan WTO (*World Trade Organization*), pesatnya pergerakan barang dan jasa, kebutuhan akses pasar yang lebih cepat dan besar, serta meningkatnya ketergantungan ekonomi antar negara, juga diarahkan untuk me-leverage kekuatan bidang ekonomi dan politik internasional di tengah persaingan global yang semakin kuat.

Senada dengan hal tersebut, menurut *APEC Business Advisory Council's* (ABAC), pembentukan FTAAP akan bermanfaat untuk meningkatkan perdagangan, investasi dan kemakmuran ekonomi kawasan. Selain itu, juga dapat mengatasi dampak negatif 'noodle bowl' atau 'spaghetti bowl' dari beragam FTA yang membingungkan kalangan bisnis, bersifat lebih kompleks, serta menambah biaya dan beban administrasi.

Manfaat Kehadiran FTAAP

Tuntutan untuk mewujudkan FTAAP didasarkan pada dua pertimbangan utama, yaitu; pertama, keterbukaan perdagangan dan investasi di kawasan Asia Pasifik, yang akan memberikan sumbangan lebih banyak skala kesejahteraan masyarakat di kawasan. Kedua, dapat mengatasi akibat buruk dari sekat-sekat pengelompokan

Free Trade Agreement (FTA) lebih kecil di Asia Pasifik yang hanya memberikan keuntungan secara terbatas kepada negara tertentu, atau yang lebih dikenal dengan *spaghetti-bowl effects*. FTAAP dapat mengintegrasikan ekonomi kawasan secara efektif, berkontribusi nyata bagi liberalisasi perdagangan dan perekonomian global, mempercepat integrasi ekonomi Asia-Pasifik, serta merevitalisasi APEC (*Fred Bergsten*).

FTAAP akan menciptakan keuntungan yang positif dari perdagangan bebas yang diakibatkan oleh terbentuknya blok perdagangan tunggal terbesar, menjadi batu loncatan menuju perdagangan bebas global dengan mendukung WTO dan merupakan rencana alternatif terbaik dalam penyelesaian DDA. Selain itu, FTAAP dapat mencegah liberalisasi kompetisi di Asia-Pasifik, mengurangi dampak negatif dari berkembang dan tumpang tindihnya FTA dengan mengonsolidasikan suatu blok besar perdagangan sub-regional, merevitalisasi APEC, memperbaiki konflik ekonomi China-AS, yang disebabkan oleh ketidakseimbangan perdagangan antara kedua negara tersebut, serta mempertahankan keterlibatan AS di Asia.

FTAAP akan meningkatkan *market size* sebesar 41% dari populasi dunia, membentuk 58% dari GDP dunia, and 45% dari perdagangan dunia yang lebih besar dibandingkan dengan TPP maupun RCEP. Pembentukan

FTAAP juga secara signifikan akan menurunkan tarif di antara anggota APEC yang dapat memberikan efek positif terhadap perdagangan dan investasi. Total *share* volume perdagangan intra regional APEC sebesar 65% menjadi faktor yang paling menjanjikan dalam pembentukan efek perdagangan yang sangat besar

Proses Pembentukan FTAAP

Upaya mewujudkan kawasan perdagangan bebas di Asia Pasifik atau *Free Trade of the Asia-Pacific* (FTAAP) pertama kali diangkat oleh APEC *Business Advisory Council's* (ABAC), yang mewakili sisi bisnis di APEC, tahun 2004, tapi belum mendapatka tanggapan yang positif.

Pembahasan FTAAP bisa dikatakan berjalan lambat sejak dibahas secara formal tahun 2006. Penyebabnya adalah perbedaan perspektif terhadap FTAAP di antara anggota APEC. Namun demikian, isu ini terus bergulir dan mewarnai rangkaian pertemuan APEC di Australia (2007), Peru (2008), Singapura (2009), Jepang (2010), dan pertemuan APEC di Honolulu, AS (2011).

Isu FTAAP semakin berkembang, menguat dan menjadi salah satu isu terpenting sejak disepakatinya *The Beijing Roadmap for APEC's Contribution to the Realization of the FTAAP* tahun 2014. *Roadmap* ini merupakan titik tolak bagi APEC untuk memulai proses untuk mewujudkannya dan menjadi panduan untuk mengetahui bentuk FTAAP yang hendak dituju dengan memanfaatkan *analytical study* guna mengeksplorasi *lessons learned* dari berbagai *building blocks* yang ada, sehingga mendapatkan *adding value* dalam membentuk FTAAP.

Sejalan dengan disepakatinya *roadmap* tersebut sebagai bagian dari proses mewujudkan FTAAP, APEC akan melaksanakan "*Collective Strategic Study on Issues Related to the Realization of the FTAAP*" yang prosesnya dimulai tahun 2015 dengan target penyelesaian studi pada tahun 2016. Studi bersama atau *collective study* yang melibatkan 21 negara anggota APEC ini akan menghasilkan pilihan rekomendasi yang akan dilaporkan pada pertemuan pertemuan tingkat pemimpin APEC (*APEC Leaders Meeting*) Nopember 2016 mendatang, sebagai landasan penetapan langkah ke depan pembentukan FTAAP.

Pembentukan FTAAP, walau diupayakan seawal mungkin sebelum tahun 2020, namun layaknya sebuah negosiasi yang melibatkan 21 negara, masih memerlukan waktu dan merupakan upaya jangka panjang. Perwujudannya akan dilakukan secara komprehensif dan sistematis berdasarkan "*on going pathways*" (RCEP, TPP dsb) dengan memperhatikan perkembangan regional yang ada, termasuk dilakukan di luar kerangka APEC serta tetap memperhatikan prinsip-prinsip APEC. Sampai dengan saat ini, langkah awal upaya mewujudkan FTAAP berupa

collective study yang hasilnya masih dalam proses perolehan kesepakatan.

Posisi Indonesia terhadap FTAAP

Pembahasan FTAAP dalam forum APEC terus bergulir dan mengarah kepada realisasi, sehingga diperlukan penyusunan posisi Indonesia yang kuat dan disepakati secara nasional dengan melakukan analisa dampak FTAAP oleh masing-masing Kementerian/Lembaga terkait dan mengumpulkan informasi serta masukan dari berbagai sektor.

Idealnya, Indonesia harus menjadi bagian dari FTAAP, mengingat perdagangan bebas di kawasan Asia-Pasifik itu baru akan terwujud di masa mendatang. Karena itu, Indonesia seharusnya masih mempunyai cukup waktu untuk memperbaiki dan mempersiapkan diri. FTAAP perlu menjadi inspirasi bagi penetapan *roadmap* menuju Indonesia yang berdaya saing tinggi. Pemerintah Indonesia perlu berhati-hati dalam menyepakati perdagangan bebas di kawasan Asia-Pasifik agar Indonesia tetap menjaga kerja sama perdagangan internasional dan tidak merugikan kepentingan nasional. Bagi Pemerintah Indonesia, rencana pembentukan *the Free Trade of the Asia-Pacific* (FTAAP) oleh China merupakan wacana jangka panjang. Oleh karena itu, Indonesia akan tetap mengikuti proses perundingannya untuk bisa melihat detail dan prosesnya. Indonesia juga harus memastikan bahwa proses pembentukan FTAAP dilakukan di luar koridor APEC agar organisasi tersebut tetap menjadi forum kerja sama yang membahas isu-isu Asia Pasifik secara bersahabat. Selanjutnya, proses pembentukan FTAAP harus dilakukan secara bertahap dan tidak memaksakan terlalu drastis dan harus didahului oleh studi strategis secara kolektif untuk melihat peta kerja sama perdagangan yang sudah ada di Asia Pasifik selama ini, termasuk memperhatikan keberagaman dan perbedaan kapasitas ekonomi anggotanya. Indonesia juga memandang rencana pembangunan FTAAP harus dibarengi dengan pembangunan kapasitas agar para anggota APEC lebih siap, termasuk pertukaran informasi agar dapat saling menunjukkan catatan dan progres masing-masing FTA agar dapat menguntungkan semua pihak.

China, melalui Menteri Perdaganganannya, Gao Hucheng, menyatakan bahwa FTAAP akan membantu semua anggota APEC memperoleh keuntungan bersama, hasil yang *win-win*, dan pembangunan pesat melalui kerja sama yang lebih erat. Oleh karena itu, Indonesia berpendapat anggota APEC harus berani mendukung sistem perdagangan multilateral dan mempercepat integrasi Asia Pasifik melalui FTAAP ini sebagai tujuan jangka panjang, serta mempertahankan rantai nilai global sebagai fokus utamanya.





Perdagangan Indonesia dengan Kawasan APEC

Kerja sama ekonomi di kawasan Asia Pasifik bernilai strategis, karena forum ini merupakan representasi dari 49 persen transaksi perdagangan dunia, GDP (*Gross Domestic Product*) kawasan ini mencapai 56 persen dari GDP dunia dan jumlah penduduk kawasan ini mencapai 39 persen dari populasi penduduk dunia.

APEC merupakan wadah kerja sama ekonomi yang penting bagi Indonesia. Sembilan dari sepuluh mitra dagang terbesar Indonesia adalah anggota APEC. Peran aktif Indonesia dalam memajukan APEC telah memberikan kontribusi nyata bagi kawasan maupun bagi Indonesia sendiri. Berdasarkan hasil analisa biro statistik sekretariat APEC, tercatat peningkatan total perdagangan barang dan jasa di antara anggota APEC sebesar 5 kali lipat, dari US\$ 3,1 triliun pada 1989 menjadi US\$ 16,8 triliun pada 2010. Peningkatan ini lebih tinggi dari pada peningkatan total perdagangan dunia yang hanya sebesar 4,6 kali lipat, dari US\$ 4,6 triliun pada 1989 menjadi US\$ 21,1 triliun pada 2010.

Total perdagangan Indonesia dengan anggota-anggota APEC tahun 2011 mencapai US\$ 289,3 miliar, naik hampir 10 kali lipat jika dibandingkan dengan perdagangan di tahun 1989 yang hanya mencapai US\$ 29,9 miliar. Total perdagangan Indonesia dengan Ekonomi APEC pada 2011 ini memberikan sumbangsih 75% dari total perdagangan Indonesia. Indonesia juga merasakan manfaat dari proyek-proyek pelatihan teknis dan *sharing of best practices* untuk meningkatkan kapasitas perekonomian dan kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan.

Sejauh ini, perdagangan Indonesia dengan kawasan APEC menunjukkan peningkatan, yaitu dari USD 221,73 miliar di tahun 2010 menjadi USD 258,95 miliar pada 2014. Tahun 2014, total ekspor Indonesia ke anggota APEC sebesar USD 124,68 miliar, atau setara dengan 70% total ekspor Indonesia ke dunia. Sementara itu, impor dari anggota APEC ke Indonesia sebesar USD 134,27 miliar, atau defisit sebesar USD 9,58 miliar. Total

nilai perdagangan Indonesia dengan APEC di tahun yang sama tercatat mencapai USD 258 miliar, sedikit mengalami penurunan di tahun 2015 yaitu menjadi USD 214 miliar dengan total ekspor senilai USD 103 milyar (Sumber : <http://www.kemendag.go.id>)

Ekspor utama Indonesia ke negara-negara anggota APEC, antara lain, *furniture, handicraft, CPO (crude palm oil)* dan turunannya, *consumer goods*, produk turunan minyak bumi, bahan kimia, garmen, serat benang, kendaraan bermotor, dan hasil laut. Namun, produk-produk tersebut masih banyak diekspor melalui negara ketiga karena kurangnya promosi peluang pasar serta data dan informasi terkini mengenai perdagangan di kawasan Asia Pasifik dan Afrika.

Adapun 10 negara anggota APEC yang menjadi tujuan utama bagi Indonesia adalah Amerika, Jepang, China, Singapore, Malaysia, Korea, Thailand, Philippines, Taiwan,

dan Vietnam. Sedangkan 10 (sepuluh) negara importir utama Indonesia adalah China, Jepang, Thailand, Singapore, Amerika, Korea, Malaysia, Australia, Vietnam, dan Taiwan.

APEC bisa dianggap sebagai kekuatan ekonomi dunia karena Asia Pasifik menjadi tempat tinggal 40% penduduk dunia yang menguasai 44% perdagangan dunia. Kekuatan kerjasama forum ini tidak main-main sebab 21 kekuatan ekonomi dunia ada di dalamnya, mulai dari AS, China, Jepang hingga Korea Selatan. Kerjasama ekonomi Asia Pasifik yang dibentuk di Australia pada November 1989 ini dimaksudkan sebagai sebuah forum informal yang berlandaskan prinsip sukarela, konsensus dan pelaksanaannya tidak mengikat. Setelah adanya APEC, Indonesia tetap akan mengadakan kerjasama ekonomi secara baik dengan China, ataupun kerjasama bilateral antara Indonesia dengan negara maju.



Perjalanan Selamat Sempurna Meraih Sukses di Pasar Global



PT. Selamat Sempurna Tbk adalah salah satu perusahaan unggulan dari ADR Group (divisi otomotif) dan saat ini salah satu produsen filter dan radiator terbesar di Indonesia. Perusahaan ini memproduksi filter, radiator, minyak, pendingin, kondensor, pipa rem, pipa bahan bakar, tangki bahan bakar, sistem pembuangan, dan tekan bagian. Sakura Filter adalah merek dagang yang telah didaftarkan ke lebih dari 90 negara. Perusahaan ini didirikan tanggal 19 Januari 1976, dan memulai kegiatan operasi komersialnya sejak tahun 1980, dan telah terdaftar sebagai perusahaan publik sejak tahun 1996.

Dengan menggabungkan peralatan modern dan teknologi terkini, sentra produksi mampu menghasilkan produk OEM/ OES sebagai aplikasi utama Jepang, Amerika dan Eropa. ADR memiliki tenaga kerja berbakat dan menerapkan kontrol kualitas yang ketat pada setiap

tahap produksi. Semua komponen menjalani uji mutu yang komprehensif untuk memastikan kinerja tinggi dan mencapai toleransi cacat yang ketat.

Akreditasi ISO/ TS 16949 : 2002 adalah wujud konsistensi kualitas yang hasilnya dapat dilihat dalam produk berkualitas tinggi dengan standar :

- ISO 9002 ; 1994 (digantikan oleh standar yang lebih baru)
- QS – 9000 Edisi Ketiga (digantikan oleh standar yang lebih baru)
- ISO / TS 16949 : 2002 (disertifikasi oleh SGS)
- Pengujian Laboratorium Akreditasi
- ISO / IEC 17025 ; 1999 (digantikan oleh standar yang lebih baru)
- ISO / IEC 17025 : 2005

Dengan perbaikan terus-menerus dalam semua aspek, Selamat Sempurna mampu menghasilkan berbagai komponen otomotif. Komponen otomotif yang diproduksi dan didistribusikan di bawah merek ADR adalah Radiator, Sakura Filter, Filter Donaldson, Acap Filter dan lainnya.

Best Listed Companies 2016

Tahun 2016, Selamat Sempurna meraih penghargaan *Investor Awards* untuk kategori *Best Listed Company 2016* di "Sektor Aneka Industri". Penghargaan ini diberikan kepada 17 perusahaan di masing-masing sektor, termasuk Selamat Sempurna, di antara 524 perusahaan lain yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Perusahaan dipilih melalui proses seleksi yang ketat, dengan melihat kinerja jangka panjang dari perusahaan seperti pertumbuhan pendapatan, laba dan tingkat pengembalian bagi pemegang saham.

Emiten terbaik 2016 ditetapkan tim juri berdasarkan 8 kriteria, yaitu 4 kriteria teknis dan 4 kriteria fundamental, di mana sebelumnya ada 9 kriteria seleksi awal, termasuk persyaratan bahwa saham perusahaan harus aktif diperdagangkan antara periode April 2015 dan Maret 2016.

Selain itu, sejak 2009-2014 Selamat Sempurna juga mendapatkan penghargaan Primaniyarta Award dari pemerintah Republik Indonesia sebagai Pembangun



Merek Global dengan berhasil mengembangkan dan menembus merek di pasar global. Di tahun 2015, perusahaan ini kembali mendapatkan penghargaan Primaniyarta Award.

Primaniyarta merupakan penghargaan tertinggi yang diberikan Pemerintah Indonesia, cq. Kementerian Perdagangan, kepada eksportir yang dinilai paling berprestasi di bidang ekspor dan dapat menjadi teladan bagi eksportir lainnya.

Perusahaan yang mendapatkan penghargaan Primaniyarta dilihat berdasarkan keunggulan produknya dan dapat bersaing di pasar ekspor dunia. Selain itu, perusahaan tersebut juga terus menjangkau pasar tujuan ekspor tidak hanya pasar tradisional tetapi juga pasar nontradisional.



INDONESIA EXPORT AWARD

CATEGORY FOR GLOBAL BRAND CREATOR

THIS CERTIFICATE IS AWARDED TO

PT. Selamat Sempurna Tbk.

JAKARTA, OCTOBER 19TH, 2011


RACHMAT GOBEL
HEAD OF JURY


DR. MARI ELKA PANGESTU
MINISTER OF TRADE
THE REPUBLIC OF INDONESIA



PRIMANIYARTA
2011

remarkable
indonesia

Misi Dagang ke Afrika Perkuat Ekspor ke Pasar Non-Tradisional



Salah satu produk Indonesia
di Nigeria



Presiden Joko Widodo dalam KTT G-7 di Jepang mengungkapkan, kawasan Asia Pasifik merupakan wilayah yang relatif aman, sehingga diperkirakan pertumbuhan ekonomi kawasan Asia Pasifik akan stabil. Pertumbuhan ekonomi kawasan tersebut sekitar 5,2 persen, lebih tinggi dibanding rata-rata dunia sebesar 3,2 persen. Jokowi juga menjelaskan, Indonesia yang kaya akan sumber daya alam dapat berkontribusi dalam pertumbuhan ekonomi Asia Pasifik.

Sesditjen Pengembangan Ekspor Nasional (PEN), Kemendag, Ari Satria, menyatakan bahwa potensi pasar Afrika Barat terlihat, antara lain, dari hasil *Trade Expo Indonesia* (TEI) 2015. Mayoritas *buyer* datang dari pasar non-tradisional, salah satunya dari Nigeria di kawasan Afrika Barat.

Untuk memperkuat penggarapan pasar ekspor di kawasan Afrika, Direktorat Jenderal PEN telah menjadwalkan sejumlah pertemuan dagang bagi para

pengusaha Indonesia ke Nigeria dan Ghana pada tanggal 25-30 Juli 2016. Misi dagang tersebut dilakukan untuk menggenjot ekspor ke pasar non-tradisional, seiring adanya perlambatan ekonomi di Eropa dan Amerika.

Selain transaksi dagang yang selama ini berlangsung dengan Nigeria dan Ghana, potensi dua negara itu juga terlihat dari pembukuan nilai perdagangan saat *Trade Expo Indonesia* (TEI) 2015. Lebih spesifik, angka transaksi dari Nigeria pada TEI 2015 senilai US\$ 12,69 juta. Sementara, nilai transaksi dengan pembeli asal Ghana mencapai US\$ 596.699.

Nigeria adalah negara dengan perekonomian terbesar di Afrika Barat. Pada 2015, pendapatan domestik bruto (PDB) dengan pendekatan paritas daya beli dari Nigeria sebesar US\$1,09 triliun dengan peningkatan 2,7%.

Selain ekonomi yang baik, ukuran pasar yang besar juga menjadi kekuatan dari pasar Nigeria. Jumlah



populasi tahun 2015 diestimasi mencapai 181.562.056 jiwa. Jumlah tersebut sekitar 58,8% dari total populasi di Afrika Barat sebesar 301.587.669 jiwa, menjadikan Nigeria pasar terbesar di Afrika Barat, terutama untuk produk *consumer goods*.

Sementara itu, total perdagangan nonmigas Indonesia-Nigeria selama lima tahun terakhir meningkat sebesar 2,41%. Pada 2015, total perdagangan nonmigas kedua negara mencapai US\$ 449,08 juta dengan surplus sebesar US\$ 441,76 juta. Nilai ekspor nonmigas ke Nigeria sebesar US\$ 445,42 juta.

Delegasi bisnis Indonesia terdiri atas delapan perusahaan, yakni PT Phapros Tbk, PT Pajajaran Prima Boga, PT Sanfood Prima Makmur, PT Pabrik Kertas Tjiwi Kimia, PT PIM Pharmaceuticals, PT Langgeng Pangan Makmur, PT Intim Perkasa, dan PT Dua Kelinci. Delapan perusahaan ini akan mengikuti kegiatan bisnis forum dan *one on one business matching*, yang merupakan hasil

inisiasi Kementerian Perdagangan melalui Ditjen PEN dan ITPC Lagos serta KBRI Abuja, Nigeria.

Selain delegasi bisnis dari Indonesia, kegiatan misi dagang ini juga didukung perusahaan Indonesia yang telah berinvestasi di Nigeria, yaitu PT Indofood Sukses Makmur, PT Sayap Mas (Wings Group), PT Kalbe Farma Tbk, PT Deka Medika, PT Tempo Scan Pasific Tbk, dan MENSA Group.

Di sisi lain, pasar Ghana juga tak kalah besar dari Nigeria dengan jumlah populasi mencapai 26.3 juta jiwa. Ghana memiliki PDB sebesar US\$114,7 miliar dengan peningkatan 3,5%. Hubungan perdagangan nonmigas Indonesia dengan Ghana selama lima tahun terakhir meningkat dengan tren sebesar 2,19%. Nilai total perdagangan kedua negara pada 2015 mencapai US\$180,76 juta dengan surplus sebesar US\$136,01 juta. Sementara nilai ekspor dari Indonesia sebesar US\$158,38 juta.





Mengejar Peluang Pasar di Asia Pasifik

Asia Pasifik semakin menjadi lokomotif utama ekonomi global. Kawasan ini telah menunjukkan perkembangan yang luar biasa akibat kemajuan yang dicapai para negara Macan Asia, khususnya China dan India, yang muncul sebagai kekuatan global, serta hubungan jaringan perdagangan yang semakin dinamis yang membentang di seluruh wilayah Asia Pasifik. Tingkat pertumbuhan rata-rata tahunan Asia selama 10 tahun terakhir ini secara konsisten melebihi rata-rata pertumbuhan global pada umumnya.

Mozambique, Permata Tersembunyi di Pantai Timur Afrika

Mozambique adalah sebuah negara di Afrika bagian selatan yang memiliki garis pantai yang membentang luas dari Afrika Selatan ke Tanzania serta keindahan alam dan sumber daya yang melimpah, banyak yang belum

mengetahui pesona yang dimiliki negara Afrika ini. Setelah pengalaman masa lalu yang pahit, kenyataannya kini Mozambique layak dilirik sebagai pasar non-tradisional yang menjanjikan.





Sejak pemilu multi-partai tahun 1994, PDB (Produk Domestik Bruto) negara ini naik dari \$ 4 miliar di tahun 1993 menjadi sekitar \$ 34 miliar pada 2015. Reformasi fiskal, termasuk pengenalan pajak nilai tambah dan reformasi layanan bea cukai, telah meningkatkan pendapatan pemerintah Mozambique.

Ekonomi Mozambique tumbuh pada tingkat rata-rata 6% - 8% dalam satu dekade hingga tahun 2015, yang menggambarkan satu kekuatan bagi Afrika. Kemampuan Mozambique dalam menarik proyek investasi untuk sumber daya alam diharapkan dapat mempertahankan tingkat pertumbuhan yang tinggi di tahun-tahun mendatang. Walaupun secara global pendapatan beberapa komoditas cenderung lemah, tapi pendapatan dari sumber daya alam lainnya sangat luas, termasuk gas alam, batubara, titanium, dan kapasitas listrik tenaga air. Negara ini merupakan salah satu eksportir batubara terbesar di Benua Afrika.



Inflasi Mozambique juga cukup terkendali, yaitu sebesar 2,3% tahun 2014, dan 2,4% pada 2015. Pertumbuhan ekonomi yang telah dicapai oleh negara ini cukup signifikan yaitu tahun 2013, yakni sebesar 7,1%, tahun 2014 sebesar 7,4%, dan tahun 2015 sebesar 6,3%.

Hubungan bilateral Indonesia – Mozambique cukup erat dan telah terjalin sejak 1991. Kedua negara menjalin kerjasama di bidang politik, ekonomi, dan sosial budaya. Nilai perdagangan Indonesia-Mozambique tahun 2015 mencapai USD 103 juta. Nilai ini masih terbilang kecil

dan potensi perdagangan kedua negara masih belum sepenuhnya dimanfaatkan, padahal peluang pasar Mozambique terhadap produk-produk non-migas Indonesia cukup menjanjikan.

Komoditi ekspor utama Mozambique adalah alumunium, udang, kacang mete, kapas, gula, Citrus, dan kayu. Sedangkan komoditi impor, antara lain, bahan bakar minyak, peralatan industri, tekstil, dan produk makanan olahan.

Jika memperhatikan pertumbuhan ekonomi Mozambique, peluang perdagangan di negara tersebut cukup banyak dan dapat ditindaklanjuti oleh pelaku usaha

Indonesia. Secara umum ada, beberapa bidang yang sangat potensial bagi investasi dan kerjasama ekonomi Indonesia – Mozambique, yaitu minyak dan gas alam, kapas dan tekstil, perikanan, agribisnis, infrastruktur, dan minyak goreng. Adapun produk-produk yang diimpor Mozambique dari Indonesia adalah sabun mandi dan jenis sabun lainnya, minyak goreng, mentega, tekstil, obat-obatan, produk yang diawetkan, peralatan elektronik, suku cadang kendaraan bermotor, kertas dan produk kimia. Produk Indonesia lainnya yang potensial bagi pasar Mozambique adalah pakaian jadi, alas kaki, deterjen, tas, alat-alat pertanian, bahan kimia, alat tulis kantor.



Produk Indonesia lainnya yang potensial bagi pasar Mozambique



Produk Indonesia lainnya yang potensial bagi pasar Mozambique



Potensi Pasar Asia Pasifik untuk Produk Halal



Pasar di kawasan Asia, Pasifik, dan Afrika cukup menjanjikan bagi produk halal Indonesia. "Populasi Muslim sebesar 1,6 miliar dari total populasi dunia merupakan potensi pasar yang menjanjikan untuk produk halal Indonesia. Menurut laporan *Global State of Islamic Economic*, permintaan produk halal dunia akan mengalami pertumbuhan sebesar 9,5 persen dalam enam tahun ke depan, yaitu dari US\$ 2 triliun pada 2013 menjadi US\$ 3,7 triliun di tahun 2019", kata Direktur Jenderal Aspasaf Kemlu. (Sumber : <https://m.tempo.co/read/news/2015>).

Kementerian Perdagangan kian serius menggarap pasar produk halal Indonesia untuk maju di kancah perdagangan dunia. Kali ini untuk pertama kalinya melalui Kantor Dagang dan Ekonomi Indonesia (KDEI) di Taipei, Indonesia tampil pada pameran Taiwan International Halal Expo pada 22-25 Juni 2016.

Plt. Direktur Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional Kemendag, Tjahya Widayanti, menegaskan bahwa sudah saatnya produk halal Indonesia bersaing memasuki pasar potensial, terutama di wilayah Asia Pasifik. Hal ini mengingat lebih dari setengah populasi muslim dunia berpusat di Asia, sehingga Taiwan menjadi hub penting untuk Asia Pasifik dalam mempromosikan produk halal.

"*Taiwan International Halal Expo* diharapkan menjadi momen yang tepat bagi potensi produk halal Indonesia berkompetisi di pasar dunia yang kompetitif dan terintegrasi menuju pembangunan ekonomi global," ujar Tjahya dalam rilisnya, Selasa (21/6/2016).

Taiwan International Halal Expo merupakan salah satu pameran bertaraf internasional dengan variasi produk yang memiliki sertifikat halal mulai dari produk makanan, minuman kesehatan, bioteknologi, farmasi, dan kosmetik.

Darisi produk, yang paling banyak diminati, di antaranya produk biskuit, kopi dan bumbu. Ini menunjukkan produk halal INDONESIA mampu bersaing di antara produk-produk halal dari belahan negara lainnya. Selain produk makanan dan minuman halal, produk kosmetik halal juga laris manis dalam pameran tersebut. Taiwan sebagai negara penyelenggara mempunyai peran penting karena menjadi *hub* promosi produk-produk dalam negeri.

Sementara itu, BPS (Biro Pusat Statistik) mencatat bahwa neraca perdagangan nonmigas Indonesia ke Taiwan tahun 2015 mengalami surplus sebesar USD 514,5 juta. Tahun 2015, Indonesia merupakan negara urutan ke-15 pemasok produk makanan olahan ke pasar Taiwan, sedangkan posisi teratas adalah Italia, Singapura, Jerman,



Australia, dan Viet Nam. Sementara, untuk produk kosmetik, pasokan dari Indonesia berada di posisi ke-20 di bawah negara-negara, antara lain, Jepang, Prancis, Amerika Serikat, Korea Selatan, dan RRT.

Kementerian Luar Negeri pun mendorong produk-produk halal Indonesia untuk memasuki pasar di kawasan Asia Pasifik dan Afrika karena potensi pasar yang menjanjikan bagi produk halal Indonesia di kawasan tersebut.

Terkait dengan potensi pasar di kawasan ini, Kementerian Luar Negeri melalui Direktorat Jenderal Asia Pasifik dan Afrika (Ditjen Aspasaf), telah menyelenggarakan kegiatan diskusi bertema "Identifikasi dan Pemetaan Pasar Produk Halal", di IPB International Convention Center, Bogor pada Senin (6 Juli 2015).

Sebanyak 200 perusahaan produsen produk halal makanan, minuman, kosmetik dan obat-obatan diundang dalam kegiatan diskusi tersebut. Diskusi dihadiri oleh narasumber dari beberapa kementerian/ lembaga dan diharapkan dapat dimanfaatkan oleh para pelaku usaha di Indonesia untuk lebih memahami mengenai pasar produk halal di kawasan Asia Pasifik dan Afrika.

Perkiraan kenaikan permintaan untuk produk halal dari wilayah tersebut merupakan peluang sekaligus tantangan bagi pelaku usaha dalam negeri.

DAFTAR IMPORTIR

DYNAMIC SPRING CO LTD

66 / 15-17 Moo 12 Bangna-5, Rai Khing
nakronpratom Pathom
Tel : +662 811 9739 (9lines)
Fax : +662 431 3069
Email : sales@springthailand.com
Website : www.springthailand.com
Produk : *Food and Beverages, Machinery, Cosmetics*

TEXTILE PRESTIGE PUBLIC COMPANY LIMITED

704/1-9 Rama 3 rd, Yannawa
Tel : (66) 0 2294 0071
Fax : (66) 0 2294 2386
Email : wachara@tpcorp.co.th
Website : www.tpcorp.co.th
Produk : *Coffee, Textile & Garment, knitted or crocheted*

DESIGN SIAM RUBBER INTERNATIONAL

32/17 Phuthamonthon Sai 3 Soi 18,
Sarathummasop,
Tel : 061-5892894
Fax : +673-2656345
Email : nuengrudhai@gmail.com
Website : www.bintangria.com
Produk : *Rubber Product*

P M H MARKETING

No 529/2, Neerella, Akurana , Kandy
Tel : +94 71 7769142
Fax : +94 777 532386
Email : shriza71@gmail.com
Produk : *Textile & Garment, knitted or crocheted, Textile & Garment, Not Knitted or Crocheted*

FALCON TRADING (PVT) LTD

334 T.B. Jaya Mawatha
+94 11 269 9029
charles@akbar.com, nixon@akbar.com
www.akbar.com
Palm Oils, Cocoa Beans, Whole Or Broken, Raw Or Roasted,
Tel : +94 11 269 7151
Email : cali@mozcom.com
Produk : *Coffee*

CONTINENTAL ASSOCIATED FOOD PRODUCTS EXPORTS, INC

2nd Floor, Liberty Bldg., 835 A. Arnaiz Ave., Legaspi Village, Makati City Metro Manila Philippines
Philippines
Tel : +63 2 811-3102 to 03; +63 2 817-6529
Fax : +63 2 811-3102
Email : cafex@philonline.com
Produk : *Coffee*

ASEAN COFFEE FEDERATION

1 Maritime Square #09-43 Harbourfront Centre
Singapore
Tel : 65 6278 8666
Fax : 65 6278 4077
Email : steven@aseancoffee.org
Website : www.aseancoffee.org
Produk : *Coffee*

WEPRO TRADING PTE LTD

14 Robinson Road, #08-01A Far East Finance Building
Singapore 048545
Singapore
Tel : +65-93829063
Email : bryan@wepro.com.sg
Produk : *Coffee, Tea*

MAMANDA PTE LTD

73 Sultan Gate
Singapore
Tel : (+65) 6396 6646
Fax : (+65) 6396 5836
Email : zulkarnine@mamanda.com.sg,
enquiry@mamanda.com.sg
Website : www.mamanda.com.sg
Produk : *Food and Beverages, Handicrafts, Textile & Garment, knitted or crocheted, Textile & Garment, Not Knitted or Crocheted*

LAO COTTON STATE ENTERPRISE

Khonia thong Village, Luang Prabang Rd
PO Box 3146 Laos
Tel : (+856 21) 215840
Fax : (+856 21) 222443
Email : laocotton@laopdr.com,
info@laocotton.com
Website : <http://www.laocotton.com>
Produk : *Gift and Craft*

PHOUVONG JEWELLERY

Morning Market, Room
No. 6/27-28 2nd floor
Laos
Tel : (+856 21) 213546
Fax : (+856 21) 263869
Email : phouvong-jewellery@hotmail.com
Produk : *Base Metals, Silver or Gold, Clad with Platinum*

TRADE 31st PO Indonesia

12-16 October 2016
Jakarta, Indonesia

M

Manufactured
Goods and
Services



K

Knock Down
House and
Garden Furniture



F

Food and
Beverages



F

Fashion,
Life Style,
and Creative
Product



P

Premium
SME's Product



Product & Services



Organized by:

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



Phone : +6221-3510-347/2352-8645

Fax : +6221-2352-8645

Email : tradexpoindonesia@kemendag.go.id

www.tradexpoindonesia.com



Membership Services

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



Join Us



**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

✉ csc@kemendag.go.id

📘 CSC Kemendag

🐦 @csckemendag