

# WARTAEKSPOR



TRADE XPO

Indonesia

Kukuhkan Peranan Indonesia dalam  
Persaingan Global



PEN/MJL/008/XI/2017

Pelindung / Penasehat :  
**Arlinda**

Pemimpin Umum :  
**Noviani Vrisvintati**

Pemimpin Redaksi :  
**RA. Marlina**

Redaktur Pelaksana :  
**Sugiarti**

Penulis :  
**Astri Permatasari**

Desain :  
**Aditya Irawan**

Alamat :  
**Gedung Utama  
Kementerian Perdagangan  
Republik Indonesia  
Lt. 3, Jl. M.Ridwan Rais No.5, Jakarta 10110**

Telp :  
**021 - 3858171**

Fax :  
**021 - 23528652**

Email :  
**csc@kemendag.go.id**

Website :  
**http://djpen.kemendag.go.id**

# editorial

Ajang pameran tahunan Trade Expo Indonesia (TEI) 2017 telah dilaksanakan pada tanggal 11-15 Oktober 2017 yang lalu dengan mengusung tema "Global Partner for Sustainable Resources" yang memposisikan Indonesia sebagai mitra perdagangan internasional untuk aneka ragam produk dan jasa berkelanjutan.

"Trade Expo Indonesia 2017 digelar di Indonesia Convention Exhibition (ICE) BSD City, Banten yang sangat representatif dan nyaman untuk tempat berbisnis. TEI 2017 juga bersifat lebih inklusif dan akomodatif karena terbuka untuk pengunjung bisnis maupun umum, dan secara khusus menampilkan aneka kuliner nusantara" jelas Direktur Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional, Arlinda.

Yang tak kalah menarik adalah hadirnya produk binaan dari 25 lembaga permasarakatan yang turut meramaikan TEI 2017. Hadir pula produk hasil binaan Kementerian perdagangan melalui program *Designers Dispatch Service* (DDS) maupun pemenang ajang *Good Design Indonesia*.

Tak hanya sekedar Pameran, TEI 2017 menyuguhkan berbagai kegiatan seperti misi pembelian, TTI Forum, *One on One Business Matching*, *Regional Discussion*, *Talk-Show*, maupun *Business Counseling*. Hadir pula inovasi acara baru pada TEI tahun ini yaitu *Export Start-Up Competition*. Apa itu? silakan simak rubrik Tajuk Utama kami!

Kisah Sukses kami menampilkan salah satu perusahaan penerima Primaniyarta 2017 PT Laksmana Mulia Sentosa yang sukses menjadi eksportir berkat pupuk organik yang berasal dari kotoran kelelawar, endapan gunung berapi dan daun jati kering. Keberhasilan PT Ferron Par Pharmaceuticals menembus pasar farmasi Inggris kami ulas secara lengkap pada rubrik Sekilas Info.

Selamat membaca!

**Direktur Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional  
Kementerian Perdagangan Republik Indonesia**

# daftar isi



# 4

## TAJUK UTAMA

### Trade Expo Indonesia 2017: Kukuhkan Peranan Indonesia dalam Persaingan Global

TEI 2017 bukan sekadar ajang pameran tetapi menjadi bagian diplomasi ekonomi Indonesia, termasuk di dalamnya sumber daya kuliner yang diperkenalkan secara langsung kepada traders, buyers, investors dan visitors.

**EDITORIAL**

**KISAH SUKSES**

**PT Laksmana Mulia Sentosa**

Merambah Pasar Jepang, Korea Selatan, Spanyol, dan Amerika Serikat Melalui Pupuk Organik.

2

14

**SEKILAS INFO**

Komunikasi Intensif dengan Pelaku Usaha, CSC Menggelar Gathering.

Peluang Produk Arang Kayu Indonesia Tembus Pasar Italia.

16

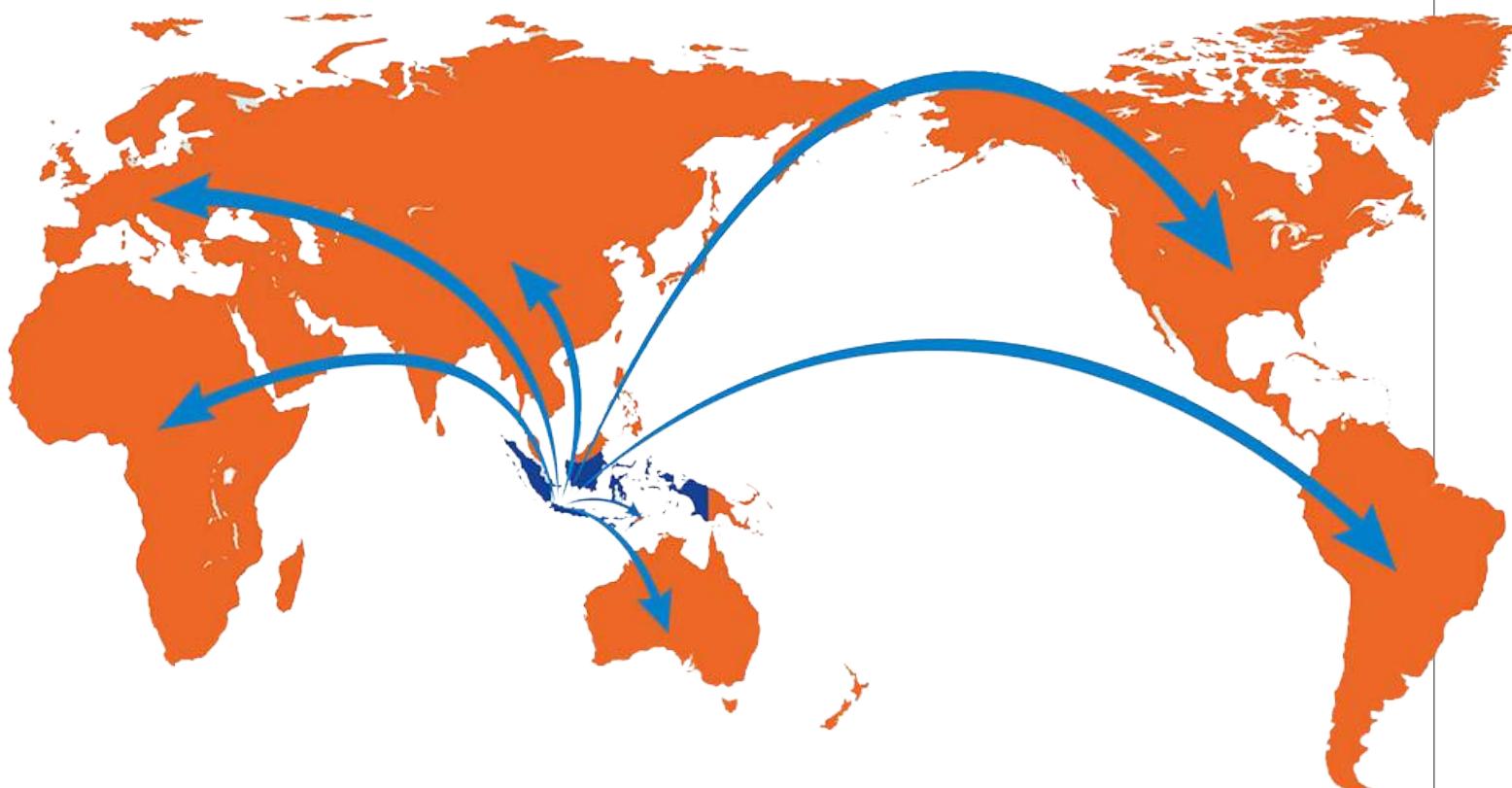
18

# tajuk utama



32<sup>nd</sup>  
**TRADE XPO**  
**indonesia**

# Kukuhkan Peranan Indonesia dalam Persaingan Global



Presiden Republik Indonesia Joko Widodo didampingi Menteri Perdagangan Enggartiasto Lukita, Menteri Koordinator Bidang Perekonomian Darmin Nasution, Sekretaris Kabinet Pramono Anung dan Gubernur Banten Wahidin Halim membuka secara resmi acara Trade Expo Indonesia (TEI) 2017 di Nusantara Hall ICE BSD, Tangerang, Banten, pada Rabu (11/10).

Pameran dagang skala internasional terbesar di Indonesia yang digawangi oleh Direktorat Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional, Trade Expo Indonesia (TEI) 2017 telah digelar selama lima hari yaitu 11-15 Oktober 2017. Ajang ini digelar di Indonesia Convention Exhibition, Bumi Serpong Damai (ICE BSD), Tangerang, Banten, dengan total pengunjung 27.711 orang dari 117 negara. Jumlah pengunjung ini menunjukkan peningkatan sebesar 78,01 persen dibandingkan dengan jumlah pengunjung pada TEI 2016. Dan

membukukan total transaksi yang fantastis yaitu USD 1,344 miliar atau setara dengan Rp 17,87 triliun, meningkat 31,3% dari capaian TEI 2016.

Fokus utama TEI adalah transaksi *business-to-business* yang bersifat jangka panjang, dengan tujuan akhir meningkatkan ekspor Indonesia di kancah perdagangan internasional. Dengan mengusung tema "*Global Partner for Sustainable Resources*" yang memposisikan Indonesia telah siap menjadi mitra penyedia sumber daya yang berkesinambungan bagi pelaku usaha dunia, yang ingin semakin menancapkan kuku di kancah perdagangan global.

Untuk pertama kalinya, TEI 2017 digelar di lokasi baru, dengan menempati lahan pameran seluas 15.000 m<sup>2</sup> dan menampung peserta pameran yang mencapai 1.100 perusahaan nasional yang merupakan produsen, eksportir

serta pemasok produk dan jasa terbaik dari Indonesia. Tampilan dan zonasi produk kali ini juga tertata lebih baik dan menarik sesuai standar pameran internasional, begitu juga dengan kenyamanan bertransaksi dan bernegosiasi.

"Saya bangga, setelah 32 tahun TEI sekarang digeser ke Banten. Ke ICE. Sekarang kualitas dan kelasnya harus kelas dunia. Tidak boleh lagi kecil-kecilan dengan fasilitas seadanya. Dan saya lihat TEI tahun ini kualitasnya semakin membaik," ujar Jokowi dalam sambutannya.

Presiden meminta seluruh pihak agar benar-benar memanfaatkan segala momentum yang ada untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi Indonesia, "Karena memang pertumbuhan ekonomi ada dua, yaitu ekspor dan investasi harus naik. Tanpa dua hal itu, tidak mungkin pertumbuhan kita akan ikut meningkat," tegasnya.

# 32<sup>nd</sup> TRADEXPO indonesia

*“Global Partner for Sustainable Resources”*



Berbeda dengan TEI tahun-tahun sebelumnya, pembiayaan TEI tahun ini sepenuhnya berasal dari pihak swasta melalui *public private partnership* dengan PT Debindomulti Adhiswasti. Tentu saja, Kementerian Perdagangan selaku penyelenggara TEI tetap memberikan pengarahan dan pengawasan untuk menjaga kualitas dan kesesuaian visi serta misinya.

TEI 2017 juga lebih bersifat inklusif dan akomodatif karena terbuka untuk pengunjung bisnis maupun umum. Hal ini ditunjukkan dengan adanya 160 stan yang menyuguhkan beragam kuliner nusantara pada Promosi Kuliner dan Pangan Nusantara 2017 di Hall 1 ICE BSD. Kesempatan ini digunakan Kementerian Perdagangan untuk mempromosikan produk pangan dalam kemasan dan kuliner daerah yang datang dari 34 provinsi di Indonesia kepada buyer luar negeri dan para pengunjung.

Sehingga TEI 2017 bukan hanya sekedar ajang pameran tetapi menjadi bagian diplomasi ekonomi Indonesia, termasuk di dalamnya sumber daya kuliner yang diperkenalkan secara langsung kepada *traders, buyers, investors and visitors*.

“Pameran dagang internasional ini telah berjalan secara konsisten selama 32 tahun, dengan kualitas baik dan peserta yang semakin luas. Konsistensi itu pula yang menjadi satu kebanggaan Indonesia. Kami bangga menawarkan produk-produk ekspor terbaik Indonesia dari berbagai daerah,” demikian

disampaikan Menteri Perdagangan R.I. Enggartiasto Lukita.

Perkembangan positif tersebut menjadi modal yang sangat penting untuk melanjutkan strategi diversifikasi dan pasar tujuan sebagaimana diharapkan dan didorong oleh Presiden Jokowi, tentang perlunya menembus pasar-pasar non-tradisional untuk barang-barang Indonesia antara lain kawasan Afrika, Eurasia, Timur Tengah, Asia Selatan, hingga Amerika Selatan.

Untuk mempermudah buyer menemukan produk yang diminati, area TEI 2017 dibagi ke dalam tujuh zonasi yaitu Pangan Nusa di Hall 1; Furniture and Furnishing di Hall 2 dan 3; Premium Products, Kementerian, dan Lembaga di Hall 3A; Strategic Industries, BUMN Goes Export di Hall 5; Manufacturing Products and Services di Hall 6 dan 7; Foods and Beverages Products di Hall 8 dan 9; dan Province Premium Products di Hall 10. Ada pula zona khusus, yaitu Zona *Indonesia Design Development Center* (IDDC) dan Zona *Import Promotion Desk* (IPD) Jerman. Sementara itu, Pavilun Kementerian Perdagangan ada di Hall 3A.

Adapun produk yang ditampilkan antara lain otomotif, elektronik, alas kaki, produk kulit, furnitur, alat kesehatan, produk karet, produk kertas, tekstil & garmen, mainan, material bangunan, barang-barang konsumen, serta produk unggulan dari berbagai provinsi, produk makanan dan minuman (teh, kopi, kakao, produk perikanan), produk fesyen, kerajinan, produk kesehatan dan kecantikan, perhiasan, jasa hingga produk industri strategis, termasuk

kereta api, pesawat terbang, serta produk industri pertahanan.

Pada pembukaan TEI tahun ini juga kembali memberikan Penghargaan Primaniyarta dan Primaduta secara simbolis. Penghargaan Primaniyarta untuk para eksportir yang telah berkontribusi dalam pembangunan ekonomi melalui peningkatan kinerja ekspor dan Penghargaan Primaduta bagi para importir produk Indonesia di luar negeri yang konsisten melakukan importasi produk-produk Indonesia.

TEI kali ini menganugerahkan Penghargaan *Primaniyarta Award* kepada 22 eksportir Indonesia yaitu 3 perusahaan pada Kategori Eksportir Berkinerja Pemilik Modal Dalam Negeri (PMDN), 3 perusahaan pada Kategori Eksportir Berkinerja Penanaman Modal Asing (PMA), 2 perusahaan pada Kategori Pembangun Merek Global, 9 perusahaan pada Kategori Eksportir Potensi Unggulan, dan 4 perusahaan pada Kategori Eksportir Pelopor Pasar Baru. Sedangkan *Primaduta Award* diberikan kepada 33 buyers yang loyal mengimpor produk Indonesia. Hal ini merupakan bentuk apresiasi Pemerintah kepada para pihak yang memberikan kontribusi pada peningkatan ekspor Indonesia.

Usai membuka TEI ke-32, Presiden Jokowi berkesempatan meninjau arena pameran dengan didampingi Mendag Enggartiasto Lukita. Kunjungan tersebut salah satunya adalah lokasi dipamerkannya hasil program *Designers Dispatch Services* (DDS) 2017. Program ini adalah upaya untuk meningkatkan daya saing pelaku usaha ekspor melalui

branding dengan pendampingan desain oleh desainer profesional dengan pelaku usaha di berbagai daerah.

"Kegiatan DDS 2017 kali ini merupakan kegiatan yang ke-6 sejak pertama kali DDS diinisiasi pada tahun 2012. DDS merupakan kegiatan unggulan Direktorat Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional (DJPEN). DDS adalah pengembangan desain yang menempatkan desainer dan pelaku usaha sebagai ujung tombak dalam meraih pasar yang tepat. Hal ini sesuai dengan tupoksi DJPEN yaitu meningkatkan nilai ekspor nonmigas," jelas Direktur Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional, Arlinda.

Dengan melibatkan 12 desainer serta 24 pelaku usaha yang berasal dari berbagai daerah seperti Banda Aceh, Palembang, Bogor, Tasikmalaya, Cilacap, Boyolali, Trenggalek, Denpasar, Palu dan Papua. Melalui program ini diharapkan dapat menumbuhkan citra produk Indonesia yang berkualitas dan berdaya saing tinggi. Produk hasil DDS tersebut diharapkan juga turut mengangkat profesi desainer yang pada akhirnya dapat dikenal dan sejarah kualitasnya dengan desainer mancanegara lainnya.

Produk DDS yang ditampilkan pada TEI 2017 adalah kategori produk *home living* dan *fashion* yang mengangkat kearifan lokal maupun budaya khas setempat dan dipadukan dengan desain tren kekinian.

Paviliun Primaniyarta juga turut memeriahkan TEI 2017 sebanyak 7 perusahaan Penerima

Primaniyarta 2016 dari kategori Potensi Unggulan dan Pelopor Pasar Baru, turut ambil bagian turut mempromosikan produknya untuk menjaring *buyers* TEI 2017. Mereka adalah PT Mega Andalan Kalasan, PT Sumiati Eksport Internasional, PT Nayati Indonesia, PT Zenith Allmart Precisindo, PT Harendong Green Farm, PT Panggungjaya Indah, PT Kampung Kearifan Indonesia (JAVARA).

Penyelenggaraan TEI 2017 ke-32 yang sudah menjadi kegiatan nasional ini juga didukung kehadiran sejumlah Kementerian/Lembaga, BUMN, Pemerintah Daerah dan Asosiasi, seperti Kementerian Luar Negeri, Kementerian Perindustrian, Kementerian Kelautan dan Perikanan, Kementerian Koperasi dan UKM, Kementerian Pariwisata, Kementerian Pertanian, Badan Koordinasi Penanaman Modal, Badan Ekonomi Kreatif, BNP2TKI, KADIN Indonesia, APINDO, Garuda Indonesia dan masih banyak lagi.

Transaksi yang berhasil dibukukan pada penyelenggaraan TEI 2017 tercatat mencapai total transaksi sebesar USD1,344 miliar atau setara dengan Rp17,87 triliun, menunjukkan peningkatan 31,3 persen dari capaian TEI 2016. Sementara itu, untuk perolehan transaksi produk pada TEI 2017 tercatat USD 1,28 miliar, meningkat 55,91% dibandingkan tahun lalu.

"Pencapaian ini, menumbuhkan optimisme pada peningkatan kinerja ekspor tahun ini" tegas Mendag Enggartiasto Lukita. "Batu bara menjadi produk unggulan Indonesia

yang menempati posisi pertama perolehan transaksi produk di TEI 2017. Transaksinya mencapai USD 588 juta atau 45,82% dari total transaksi produk," Mendag Enggartiasto Lukita menambahkan. Produk-produk lainnya yang berhasil menarik minat buyers lainnya yaitu batu bara, kopi, minuman, otomotif dan komponennya, CPO, makanan olahan, produk elektronik dan listrik, produk pertanian, minyak esensial, dan kosmetik.

Setelah rangkaian acara pembukaan, Menteri Perdagangan, Enggartiasto Lukita, bersama Wakil Menteri Luar Negeri, Abdurrahman Mohammad Fachir, Wakil Ketua Umum Kadin Bidang UMKM dan Koperasi, Muhammad Lutfi, serta Sekretaris Jenderal Kementerian Perindustrian, Haris Munandar, menggelar Konferensi Pers.

Dalam keterangan persnya Mendag menekankan tahun ini TEI 2017 sangat fokus mendatangkan buyer mancanegara. Kerja sama dengan Kementerian Luar Negeri melalui kantor perwakilan RI di luar negeri, atase perdagangan, Kantor Indonesian Trade Promotion Center (ITPC), Kantor Dagang dan Ekonomi Indonesia, serta Konsul Perdagangan maupun KADIN negara-negara sahabat dalam menyebarluaskan informasi tentang penyelenggaraan TEI di mancanegara.

Setidaknya tercatat jumlah pengunjung sebanyak TEI, 27.711 orang yang berasal dari 117 negara, termasuk Indonesia. Jumlah pengunjung ini menunjukkan peningkatan sebesar 78,01 persen dibandingkan dengan



jumlah pengunjung pada TEI 2016. Tingginya jumlah pengunjung dan keragaman negara asal buyer, tak lepas kerja sama tersebut. Tercatat Jepang, Afganistan, Arab Saudi, India, dan Malaysia adalah pembawa delegasi terbanyak setelah Indonesia.

TEI 2017 juga telah memfasilitasi terlaksananya penandatanganan 37 kontrak dagang atau *Memorandum of Understanding* (MoU) misi pembelian dari 19 negara. Misi pembelian merupakan salah satu skema kegiatan promosi yang disediakan Kementerian Perdagangan untuk membantu dunia usaha agar dapat melakukan kesepakatan dan atau transaksi dalam rangka ekspor, dengan membawa *buyers* dari luar negeri.

Nilai MoU yang dilakukan selama pelaksanaan TEI 2017 mencapai USD 231,87 juta setara dengan Rp3,08 triliun atau naik sebesar 11,50% jika dibandingkan TEI 2016. Nilai transaksi tertinggi berdasarkan urutan negara pada misi pembelian TEI 2017, yaitu Arab Saudi, Malaysia, Mesir, Thailand, Australia, India, Brasil, Belgia, Amerika Serikat, Inggris, Jepang, Italia, Jerman, Singapura, Spanyol, Afrika Selatan, Nigeria, Taiwan, dan Belanda.

Banyaknya permohonan audiensi dari berbagai delegasi dan kunjungan kehormatan selama berlangsungnya TEI 2017 juga menunjukkan keberhasilan kerja sama tersebut. Setidaknya tercatat 15 kunjungan kehormatan yang berasal dari berbagai negara antara lain

Perdana Menteri Republik Demokratik Rakyat Laos, *Chief Minister of Northern Territory* Australia, Wakil Perdana Menteri Turki, Menteri Transportasi Nigeria, Menteri Sekretaris Negara Rumania, dan beberapa Duta Besar baik dari negara asing maupun Indonesia. Mendag Enggartiasto Lukita memberikan apresiasi yang tinggi kepada para perwakilan perdagangan dan dukungan dari Kementerian Luar Negeri.

Menteri Perdagangan RI, Enggartiasto Lukita mendampingi Perdana Menteri Laos, Thongloun Sisoulith (atas), Wakil Perdana Menteri Turki, Fikri Isik (bawah) mengunjungi TEI 2017 yang berlangsung di Indonesia Convention Exhibition, Bumi Serpong Damai, Tangerang, Banten.

Ada yang berbeda dalam Trade Expo Indonesia (TEI) 2017. Tak hanya menampilkan berbagai produk dari pengusaha besar dan kecil, pameran ini juga menampilkan karya dari narapidana di Indonesia yang diperoleh dari pelatihan. "Pameran kali ini berbeda dengan Trade Expo Indonesia sebelumnya, karena ada anjungan produk unggulan napi," Enggartiasto Lukita menuturkan. Pelatihan tersebut merupakan kerja sama Yayasan Jeera Indonesia dan Direktorat Jenderal Pemasyarakatan. Pelatihan yang telah berjalan selama satu tahun tersebut antara lain adalah pelatihan untuk membuat barang kerajinan tangan seperti tas, tempat tisu, sepatu, dan aneka furniture seperti meja dan kursi.

"Ada 25 Lapas mengikuti pameran dan 11 Lapas produk karya Warga Binaan Lapas-nya sudah diekspor ke luar negeri," jelas Direktur Pembinaan Narapidana dan Latihan Kerja Produksi (Latkerpro) Harun Sulianto. Karya yang dipamerkan seperti eksklusif batik tulis bermotif burung cendrawasih milik WBP Mary Jane Fiesta Veloso terpidana mati wanita asal Filipina, menghuni Lapas Perempuan Yogjakarta. Dan karya kaligrafis milik WBP teroris Lapas Semarang dan Lapas Madiun.

Hal berbeda lainnya yang tak kalah menarik adalah 160 stan kuliner yang ditampilkan melalui Promosi Kuliner dan Pangan Nusantara yang digelar di Hall 1 turut memeriahkan TEI 2017. Sajian kuliner dan produk pangan menarik dari sejumlah Usaha Kecil Menengah (UKM) dan Asosiasi Pangan Dalam Kemasan hadir di sini.

Menurut Mendag Enggartiasto Lukita, 'Promosi kuliner di ajang TEI 2017' merupakan salah satu upaya Kementerian Perdagangan mendorong Kegiatan Prioritas Nasional yaitu Promosi Pangan Sehat. Untuk itu, selain kuliner, Kementerian Perdagangan juga menggelar sejumlah stan tematik khusus buah dan sayuran segar. Promosi Kuliner dan Pangan Nusantara (PKPN) sukses membukukan pembelian sebesar Rp 15,2 miliar dan menembus pasar internasional. Sinergi promosi kuliner dan pangan Nusantara di ajang TEI memberi dampak penting sehingga



# REGIONAL DISCUSSION



produk kuliner banyak dibeli para buyer dari berbagai negara.

Banyak *buyers* mancanegara dan domestik dapat memborong buah-buahan tropis terbaik yang dimiliki Indonesia. Sejumlah sayuran segar juga bisa diliirk buyers luar negeri untuk konsumsi hotel, restoran, atau katering di negeri mereka. Sedangkan bagi pengunjung domestik, sajian sayur dan buah segar bisa dinikmati di lokasi atau dibawa pulang ke rumah sebagai oleh-oleh.

## TTI FORUM

Rangkaian kegiatan TEI 2017 lainnya adalah kegiatan *Trade, Tourism and Investment* (TTI) Forum dengan tema "TTI: A Breakthrough to Improve Indonesia's Profile in the World". TTI Forum 2017 terdiri dari kegiatan TTI Seminar, Regional Discussion, One on One Meeting, Business Counseling, Talk Show, serta Export Start-up Competition.

"Seminar TTI tahun ini menjadi ajang Kementerian/Lembaga terkait sektor perekonomian untuk menyampaikan berbagai terobosan dalam kemudahan berusaha dan berinvestasi di Indonesia," kata Dirjen Perundingan Perdagangan Internasional, Iman Pambagyo saat membuka acara. "Sebagai bagian dari satuan tugas percepatan dan efektivitas pelaksanaan kebijakan ekonomi, kami mempunyai tugas mengampanyekan kebijakan ekonomi yang baru. Oleh karena itu momen ini sangat tepat dan perlu dilaksanakan," lanjut Dirjen Iman.

Kementerian dan Lembaga yang mengisi sesi Seminar TTI, antara lain, Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian, Kementerian Perdagangan, Kementerian Perindustrian, Kementerian Pariwisata, Badan Koordinasi Penanaman Modal, dan KADIN Indonesia, dan didukung oleh Lembaga Pembiayaan Ekspor Indonesia (LPEI/Indonesia Eximbank).

Yang membuat Seminar TTI berbeda kali ini adalah penyampaian terobosan kebijakan di sektor perekonomian yang dilakukan oleh setiap pimpinan Kementerian/Lembaga terkait.

Sekitar 500 peserta dari kalangan dunia usaha, buyer, eksportir, investor, akademisi dan organisasi, serta asosiasi hadir berdialog mengenai strategi peningkatan perdagangan, pariwisata, dan investasi Indonesia bersama para narasumber.

"Kolaborasi perdagangan, pariwisata, dan investasi akan menghasilkan kemajuan pembangunan ekonomi yang signifikan. Ketiganya saling terkait dan mendukung peningkatan satu sama lain dalam perekonomian," tegas Iman.

## REGIONAL DISCUSSION

Kegiatan seminar dilanjutkan dengan kegiatan *Regional Discussion* yang bertujuan untuk memberikan informasi mengenai peluang, tantangan dan upaya penerobosan pasar di luar negeri, khususnya untuk sektor tertentu kepada dunia usaha dan eksportir. Para pembicara diskusi adalah importir sukses atau kepala kantor promosi dari negara terakreditasi.

Sebanyak 22 (dua puluh dua) orang pembicara dihadirkan dalam forum ini. Pembicara merupakan *Trade Promotion Offices*, lembaga mitra kerja sama Ditjen PEN, KDEI Taipei, IPC Wilayah Afrika dan Timur Tengah, Kedutaan Rusia, Kedutaan Iran, Konjen RI di Davao City serta LPEI/Indonesia Eximbank. Dihadiri oleh 642 orang peserta dan dibagi menjadi 7 kelas sesuai wilayah.

## BUSINESS COUNSELING

*Business Counseling* memberikan fasilitas para peserta UKM dan calon eksportir yang akan mengekspor produk mereka ke negara tujuan ekspor untuk berdiskusi langsung secara individual dengan 38 Kepala Kamar Dagang dan Ekonomi Indonesia (KDEI), Atase Perdagangan, Konsul Perdagangan, dan Kepala *Indonesian Trade Promotion Center* (ITPC) serta 8 konsultan Indonesia Eximbank/LPEI.

Sesi konsultasi dalam *Business Counseling* ini dibagi menjadi empat kategori berdasarkan wilayah, yaitu pasar ASEAN and Asia (non-ASEAN); pasar Australia, Timur Tengah, dan Afrika; Pasar Eropa; dan Pasar Amerika.

Beberapa permasalahan yang dikonsultasikan, antara lain Informasi *buyer* & daftar *inquiry*, persyaratan/regulasi memasuki pasar di beberapa wilayah Asia (ASEAN dan non ASEAN, informasi harga, peluang dan informasi pasar, informasi tentang agen/distributor, tren pasar, cara eksport, informasi, cara akses dan cara mengikuti pameran, sertifikasi dan spesifikasi produk, validasi *buyer* dan lain-lain.



## TALK SHOW

Pada rangkaian TEI 2017 juga diselenggarakan Program *Talk Show* seperti tahun lalu sebagai rangkaian TTI Forum. Dalam perbincangan santai ini, Pemerintah Daerah menyampaikan kebijakan, strategi peluang dan tantangan yang dihadapi secara interaktif membangun sinergi dengan dunia usaha sekaligus mempromosikan potensi daerah untuk menarik investor.

Selain itu, disampaikan juga *hot issue* yang terkait dengan peranan Pemerintah Daerah dalam peningkatan ekspor, seperti misalnya produk potensial daerah, obyek wisata, pembangunan sarana-prasarana daerah, pembangunan Kawasan Ekonomi Khusus (KEK), pengembangan fasilitas investasi, maupun kemudahan investasi.

Hadir sebagai narasumber Talk Show 2017 yaitu Gubernur Riau, Gubernur Sumatra Barat, Gubernur Sumatra Selatan, Gubernur Jawa Barat, dan Bupati Sintang. Kegiatan Talk Show dihadiri oleh para praktisi di bidang ekspor, pelaku usaha, serta perwakilan Indonesia di luar negeri.

Melalui kegiatan Talk Show diharapkan pengembangan potensi daerah di bidang perdagangan, industri, pariwisata dan investasi dapat diintegrasikan menjadi faktor penggerak

ekspor yang mendukung perekonomian Indonesia.

## TRANSAKSI SELAMA PENYELENGGARAAN

Ajang pameran dagang terbesar Trade Expo Indonesia (TEI) 2017 yang berlangsung pada 11-15 Oktober 2017 dan dibuka Presiden Joko Widodo sukses menembus target pengunjung dan transaksi. Hal ini ditegaskan Menteri Perdagangan Enggartiasto Lukita

“Kesuksesan ini dapat dibuktikan dengan meningkatnya pengunjung yang mencapai 27.711 orang dari 117 negara selama 5 hari pelaksanaan TEI 2017. Jumlah ini naik 78% dibandingkan tahun 2016 sebanyak 15.567 orang. Negara dengan jumlah pengunjung tertinggi pada TEI 2017 selain Indonesia, berasal dari Jepang, Afghanistan, Arab Saudi, India, dan Malaysia,” jelas Mendag.

Sebanyak 1.108 pelaku usaha ikut berpartisipasi dalam TEI 2017. Negara-negara dengan nilai transaksi produk terbesar selama TEI 2017 yaitu Laos sebesar USD 588 juta (45,82%), India USD 104,29 juta (8,13%), Mesir USD 83,01 juta (6,47%), Arab Saudi USD 73,60 juta (5,74%), dan Italia sebesar USD 64,87 juta (5,06%).

TEI tahun ini, lanjut Mendag, berhasil membukukan total transaksi sebesar USD 1,41 miliar atau setara Rp 18,70 triliun. Jumlah total transaksi ini meningkat sebesar 37,36% dibandingkan hasil transaksi pada TEI 2016, yang tercatat sebesar 1,02 miliar.

Sementara itu, untuk perolehan transaksi produk pada TEI 2017 tercatat USD 1,28 miliar, meningkat 55,91% dibandingkan hasil transaksi produk pada ajang TEI 2016 sebesar USD 823,06 juta. “Batu bara menjadi produk unggulan Indonesia yang menempati posisi pertama perolehan transaksi produk di TEI 2017. Transaksinya mencapai USD 588 juta atau 45,82% dari total transaksi produk,” ujarnya. Produk-produk lainnya yang berhasil menarik minat buyers yaitu kopi yang menghasilkan transaksi sebesar USD 91,62 juta (7,14%), minyak esensial sebesar USD 80,43 juta (6,27%), makanan olahan sebesar USD 78,61 juta (6,13%), dan CPO sebesar USD 69,58 juta (5,42%).

Direktur Jenderal Pengembangan Eksport Nasional Arlinda menyampaikan, dengan mengusung konsep *business to business* (B2B), TEI 2017 juga telah memfasilitasi terlaksananya penandatanganan 37 MoU misi pembelian dari 19 negara. Nilainya mencapai USD 231,87 juta atau naik sebesar 11,50%



jika dibandingkan TEI 2016 yang sebesar USD 207,96 juta.

Nilai transaksi tertinggi berdasarkan urutan negara pada misi pembelian TEI 2017, yaitu Arab Saudi, Malaysia, Mesir, Thailand, Australia, India, Brasil, Belgia, Amerika Serikat, Inggris, Jepang, Italia, Jerman, Singapura, Spanyol, Afrika Selatan, Nigeria, Taiwan, dan Belanda.

"Rangkaian proses transaksi yang dilakukan selama TEI terus berlanjut. Masih ada *buyer* yang akan menindaklanjuti beberapa transaksi pembelian di luar pameran," jelas Dirjen PEN Arlinda.

## GENCARNYA MISI PEMBELIAN

Mengawali pembukaan Trade Expo Indonesia (TEI) ke-32, program misi pembelian (*buying mission*) yang ditandatangani Rabu (11/10) berhasil membukukan kontrak dagang sebesar USD 16.065.483. Hal ini disampaikan Direktur Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional (PEN) Arlinda yang menyaksikan penandatanganan kontrak misi pembelian tersebut di Indonesia Convention Exhibition (ICE) BSD, Tangerang Selatan, Banten.

Kontrak misi pembelian hari pertama dilakukan antara tiga importir dari tiga negara (Spanyol,

Singapura, dan Australia) dengan tiga eksportir asal Indonesia. Penandatanganan tersebut adalah antara CV. Abad Jepara untuk ekspor produk furnitur senilai USD 1.000.000 ke Spanyol. Kemudian PT. Sinar Sosro untuk ekspor produk makanan dan minuman senilai USD 1.100.000 ke Singapura. Sedangkan PT. Sukamulia Mandiri Agung di sektor jasa perhotelan dan pariwisata senilai USD 13.965.483 ke Australia.

Hari ke-2 pelaksanaan Trade Expo Indonesia (TEI) 2017, misi pembelian berhasil mencetak kontrak dagang senilai USD 154,77 juta.

"Sebanyak 24 kontrak dagang dari 12 negara ditandatangi hari ini dengan nilai mencapai USD 154,77 juta. Dengan demikian dalam dua hari ini, program misi pembelian telah mencatatkan transaksi lebih dari USD 170 juta. Ini sangat menggembirakan dan memberikan optimisme yang lebih tinggi lagi. Kontrak dagang dipastikan akan terus berlanjut," tegas Mendag Enggartiasto Lukita.

Kedua belas negara asal *buyer* yang menandatangi kontrak dagang, yaitu Thailand, India, Jerman, Amerika Serikat, Inggris, Brasil, Taiwan, Australia, Nigeria, Jepang, Arab Saudi, dan Malaysia. Produk yang sangat diminati yaitu kopi, teh, dan bumbu-bumbu yang berhasil mendapatkan kontrak

dagang sebesar USD 50 juta ke Arab Saudi. Selain itu, produk turunan kelapa (*coconut milk*, *coconut cream powder*, dan *coconut water*) dengan kontrak dagang sebesar USD 32 juta ke Malaysia.

Hari ke-3 TEI 2017, misi pembelian berhasil membukukan kontrak dagang sebesar USD 49,59 juta. Pendatanganan kontrak dagang misi pembelian yang tersebut disaksikan Direktur Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional (PEN) Arlinda.

"Sebanyak 4 kontrak dagang ditandatangani pada sesi kali ini antara 4 importir dari 3 negara yaitu Thailand, Mesir, dan Arab Saudi dengan 4 eksportir Indonesia. Total nilai kontrak dagang hari ini mencapai USD 49,59 juta," jelas Dirjen PEN Arlinda.

Dari jumlah tersebut, lanjut Arlinda, importir Thailand membeli produk balsam/salep senilai USD 17,25 juta dan *part fastener* senilai USD 1 juta. Selanjutnya importir Mesir membeli produk kopi senilai USD 30 juta, importir Arab Saudi membeli produk arang dari kayu (*wooden charcoal*) senilai USD 1,34 juta.

Pada hari ke-4 TEI 2017, misi pembelian berhasil membukukan kontrak dagang sebesar USD 7,6 juta atau setara dengan Rp 101,1 miliar.

"Sebanyak 4 kontrak dagang ditandatangani pada sesi kali ini antara 4 importir dari 2 negara yaitu Belgia dan Belanda dengan 4 eksportir Indonesia. Total nilai kontrak dagang hari ini mencapai USD 7,6 juta," jelas Dirjen PEN Arlinda.

Lebih jauh, juga dilakukan penandatanganan MoU antara PT Surveyor Indonesia Persero dengan House of Indonesia Pty. Ltd. sebagai bentuk dukungan Kementerian Perdagangan dan PT Surveyor Indonesia sebagai BUMN terhadap *House of Indonesia* di Sydney Australia. Hal ini juga merupakan salah satu upaya penjaminan kualitas produk ekspor Indonesia ke pasar Australia

Dari jumlah tersebut, lanjut Dirjen PEN Arlinda, importir Belgia membeli produk hasil laut (seafood) senilai USD 2,5 juta; furnitur USD 2,5 juta, dan produk *wood plastic composite* senilai USD 2,5 juta. Sementara itu, importir Belanda membeli produk *custom made guitar* senilai USD 100 ribu.

"Dari hasil misi pembelian hari ini, maka total misi pembelian selama 4 hari penyelenggaraan TEI 2017 telah mencapai hasil sebesar USD 228 juta atau setara dengan Rp 3 triliun," pungkasnya. Sebelumnya, penandatanganan kontrak dagang hari pertama (Rabu, 11/10) mencatat nilai USD 16 juta, pada hari kedua (Kamis, 12/10) sebesar USD 154,7 juta, serta pada hari ketiga (Jumat, 13/10) sebesar USD 49,6 juta.

Program misi pembelian terus dilakukan Kementerian Perdagangan sebagai upaya peningkatan ekspor nasional. Misi pembelian merupakan salah satu skema kegiatan promosi yang disediakan Kementerian Perdagangan untuk membantu dunia usaha agar dapat melakukan kesepakatan dan atau transaksi dalam rangka ekspor.

## ONE-ON-ONE BUSINESS MATCHING

Seperti tahun-tahun sebelumnya TEI 2017 juga menyelenggarakan kegiatan *One-on-One business matching*. Kegiatan ini untuk memfasilitasi para pembeli asing/*buyers* dengan peserta pameran ataupun pelaku usaha dalam negeri yang memiliki produk yang diinginkan oleh *buyers* untuk melakukan pertemuan bisnis secara langsung.

Kegiatan yang digelar selama lima hari pelaksanaan TEI 2017 diselenggarakan dengan fasilitasi dari Kemendag dan perwakilan

Indonesia di luar negeri serta dapat diikuti setiap pelaku usaha yang berminat tanpa dikenakan biaya.

Buyer dari 24 negara hadir dalam pertemuan tersebut, yaitu RRT, Kroasia, Hongkong, India, Korea Selatan, Rumania, Sri Lanka, Thailand, Argentina, Gambia, Jepang, Malaysia, Papua Nugini, Afrika Selatan, Taiwan, Kazakhstan, Kenya, Maroko, Nigeria, Republik Ceko, Rusia, Arab Saudi, Timor Leste, dan Turki.

"*Business matching* juga banyak diikuti pengusaha muda yang dengan sangat antusias memanfaatkan kesempatan memperluas akses pasar bagi produknya. Antusiasme ini menunjukkan kebangkitan perdagangan Indonesia. *One-on-One Business Matching* diharapkan dapat membantu para eksportir menemukan mitra yang tepat untuk menjual produk mereka, menjawab kebutuhan pasar luar negeri terhadap produk Indonesia," ungkap Menteri Perdagangan Enggartiasto Lukita.

Menurut Mendag, produk yang diminati para *buyer* antara lain makanan dan minuman, produk pertanian, komponen otomotif, *furniture and furnishing, medical and pharmaceutical, various handicraft and gift, household and personal care*, plastik, serta tekstil dan produk tekstil.

Hingga hari terakhir, telah terjadi 199 pertemuan yang menghasilkan transaksi prospektif dengan total nilai USD 91,06 juta. Rata-rata *business matching* diikuti dengan antusias oleh 50 eksportir per hari.

## GOOD DESIGN INDONESIA

Sebanyak 15 penghargaan diberikan kepada produk yang berhasil terpilih dalam *Good Design Indonesia* (GDI) 2017. Penghargaan diserahkan langsung oleh Menteri Perdagangan Enggartiasto Lukita pada saat penutupan Trade Expo Indonesia ke-32.

"Telah terpilih 15 produk berkualitas dengan desain unggulan yang memenuhi kriteria penilaian yang ditentukan. Melalui pemberian penghargaan ini, diharapkan dapat mendorong munculnya produk-produk berkualitas lainnya dengan desain yang inovatif untuk dapat bersaing ke dunia luar," ujar Direktur Jenderal Pengembangan Eksport Nasional Arlinda.

Dari 15 produk tersebut, lanjut Arlinda, 1 produk terpilih mendapatkan penghargaan *GDI of The Year* yaitu Lukis Armchair Capellini dan 6 produk mendapat penghargaan *GDI The Best* yaitu: Lemari Es PT Panasonic Manufacturing

Indonesia, SEM-01 PT Seruni Karya Indonesia, Bamboo Batik Stole Kait Handmade, Eiger Excelsior 75+15 PT Eigerindo Multi Produk Industri, Ventura PT Brodo Ganesha Indonesia, dan Atlas Senaker Pijakbumi.

Produk tersebut, lanjut Arlinda, mendapatkan area khusus di Paviliun GDI selama TEI ke-32. Produk-produk tersebut juga dapat menggunakan simbol GDI sebagai pengakuan terhadap contoh desain yang baik.

Tidak hanya itu, ke-7 produk terbaik akan diikutkan dan secara otomatis lolos ke tahap ke-2 seleksi *Good Design Award* tahun 2018 untuk berkompetisi mendapatkan G-Mark. G-Mark yang merupakan simbol dari *Good Design Award* adalah satu-satunya sistem penganugerahan desain di Jepang, yang diselenggarakan *Japan Institute of Design Promotion* (JDP) sejak tahun 1957.

Dirjen PEN Arlinda berharap, para pemenang bisa memanfaatkan kesempatan ini untuk memaksimalkan promosi atas produk-produk terpilih. "GDI juga diharapkan dapat mendorong kreativitas anak bangsa untuk terus berkarya yang nantinya dapat meningkatkan ekspor nasional kita," tandasnya.

GDI adalah program seleksi desain untuk memberikan pengakuan kepada hasil karya desain unggulan terbaik Indonesia serta memperkenalkan kualitas dan desain tersebut ke dunia luar. GDI merupakan adaptasi dari model seleksi desain G-Mark Jepang, yang diharapkan dapat mempermudah promosi produk Indonesia di pasar internasional dan memicu pengembangan desain di tanah air.

GDI 2017 terselenggara atas kerja sama Direktorat Jenderal PEN dengan *Japan Institute of Design Promotion* (JDP) dan difasilitasi oleh *Japan External Trade Organization* (JETRO) dalam bidang penjurian dan pengembangan sistem kolaborasi penghargaan desain.

Dirjen PEN Arlinda juga mengapresiasi para peserta yang telah ambil bagian dalam seleksi GDI 2017. "Partisipasi para peserta merupakan bentuk komitmen bersama dalam mengembangkan desain Indonesia," pungkasnya.

## LARISNYA PROMOSI KULINER DAN PANGAN NUSANTARA

Promosi Kuliner dan Pangan Nusantara (PKPN) sukses membukukan pembelian sebesar Rp 15,2 miliar dan menembus pasar



internasional. Keberhasilan ini berkat sinergi penyelenggaraan di area Trade Expo Indonesia (TEI) 2017, sehingga produk kuliner banyak dibeli para buyer dari berbagai negara. Selama lima hari pelaksanaan PKPN yang diselenggarakan Ditjen Perdagangan Dalam Negeri Kementerian Perdagangan pada 11-15 Oktober 2017, dari perolehan sebesar Rp 15,2 miliar transaksi di stan kuliner mencapai Rp 1,6 miliar dan trial order sebesar Rp 13,6 miliar.

"Para buyer sangat tertarik dengan produk kuliner Indonesia. Salah satu pengusaha dari Taiwan bahkan membeli produk teh sebanyak 20 ton atau senilai Rp 9 miliar. Ini penjualan tertinggi selama PKPN," jelas Direktur Penggunaan dan Pemasaran Produk Dalam Negeri (PPDN) Kementerian Perdagangan Luther Palimbong. Produk lain yang dibeli pengusaha luar negeri antara lain kopi lampung oleh buyer dari Belanda dan Mesir Rp 1,2 miliar; aneka cemilan (keripik tempe, kerupuk ikan, cireng, jajanan), dan sambal oleh buyer dari Nigeria, China, Thailand, dan Korea Selatan senilai.

Selain itu, cokelat dari Sumatra Barat dibeli buyer dari India, gula kelapa kristal oleh buyer

dari Australia, dan kopi oleh *buyer* dari Brasil, Timur Tengah, dan Filipina. Produk rendang, dendeng, dan bumbu oleh *buyer* dari Saudi Arabia dan Australia. Kemudian bir pletok oleh *buyer* dari Malaysia, Jepang, Afrika, Prancis, dan Yordania.

"Tidak hanya itu, produk rendang yang dibuat UKM binaan Pusdiklat Kemendag dibeli oleh *buyer* dari Papua senilai Rp 750 juta. Juga ada teh mint yang dibeli pengusaha Indonesia senilai Rp 629 juta. Semua produk tersebut pengirimannya dilakukan dalam tahun ini juga. Ini luar biasa," tandas Direktur PPDN Luther.

Dilihat dari transaksi yang terjadi, pameran ini juga sukses menarik buyer pada TEI 2017 yang digelar secara sinergi dengan PKPN. Di samping itu, pameran ini merupakan media antara untuk pemasaran produk kuliner dan pangan nusantara menuju pasar eksport.

"Produk pangan kita memiliki kualitas global. Tidak kalah dengan negara-negara lain di dunia. Baik dari segi mutu, kesehatan maupun kemasan. Produk-produk UKM pangan nusantara dan kuliner berorientasi eksport akan semakin intensif dibina oleh Kementerian

Perdagangan untuk memperkuat peningkatan eksport nasional," pungkasnya

**See you at Trade Expo Indonesia 2018!**

# kisah sukses



## PT Laksmana Mulia Sentosa

Merambah Pasar Jepang, Korea Selatan, Spanyol,  
dan Amerika Serikat Melalui Pupuk Organik

Rabu, 11 Oktober 2017, menjadi momen yang membanggakan bagi Raymond Laksmana, menjadi eksportir bidang manufaktur produk hortikultura organik, berhasil membuat PT Laksmana Mulia Sentosa (LMS) menjadi salah satu penerima penghargaan Primaniyarta 2017. Primaniyarta Award merupakan ajang tahunan pemberian penghargaan tertinggi di bidang ekspor yang diberikan Pemerintah Indonesia kepada perusahaan-perusahaan eksportir yang dinilai berprestasi.

Didirikan tahun 1999 dengan nama Indo Java Organic, LMS memproduksi dan mengekspor sederet produk pupuk alami dan organik. Produk-produk asal Indo Java Organic antara lain pupuk organik yang berasal dari kotoran kelelawar, endapan gunung berapi dan daun jati kering. Pendekatan ramah lingkungan dan berkelanjutan memang diterapkan dalam setiap produksinya yang berguna untuk pengelolaan tanah dan pemupukan tanaman.

Produk yang digunakan untuk perkebunan, penanam komersial, dan pembibitan, baik konvensional maupun organik yang menginginkan alternatif *eco-friendly* untuk pupuk kimia tradisional.

Latar belakang LMS menggunakan kotoran kelelawar untuk produknya karena adanya kandungan sejumlah unsur yang sangat baik untuk tanah. Bahan ini telah digunakan selama berabad-abad di Amerika Selatan dan Kepulauan Pasifik.

Raymond sempat mengunjungi *University of Perth*, Australia, untuk mempelajari lebih lanjut mengenai penggunaan kotoran kelelawar sebagai bahan pupuk. Kemudahan kelelawar yang bebas untuk mencari makanan juga menjadi efisiensi dalam produksi. Sementara sapi dan ayam sudah terkena antibiotik hormon yang berpengaruh pada kotorannya.

Terdapat tujuh varian produk LMS, yaitu *Nitro Bat Guano*, *Natural Bat Guano*, *Fermented Teak Leaves*, *Volcanic Akadama*, *Volcanic Mineral*, *Volcanic Rock Dust*, dan *Volcanic Supreme Growing Media*. Untuk Nitro Bat Guano telah memperoleh sertifikat OMRI (*Organic Materials Review Institute*) dan *listed products* di Amerika Serikat.

Adapula pupuk daun jati yang penuh dengan nutrisi menyehatkan untuk organisme tanah dan hasil endapan gunung berapi di Pulau Jawa yang mampu mempercepat proses fotosintesis untuk melengkapi unsur mineral dalam sayur dan buah.

"Produk-produk kami diterima di pasar luar negeri karena tren kesehatan melalui makanan yang sehat, sayuran dan buah-buahan yang ditanam secara organik, pemakaian pestisida organik adalah prospek gaya hidup yang telah mendunia," tambah Raymond.

Produk LMS telah tersertifikasi organik di negara tujuan dan mengantongi sertifikasi NKV (Nomor Kontrol Veteriner) untuk

memenuhi persyaratan higienis dan sanitasi yang dikeluarkan oleh Menteri Pertanian.

Mulai merambah pasar ekspor sejak tahun 2012, produk LMS yang saat itu yang berhasil hanya 1 produk dan secara berkala dikembangkan menjadi 7 produk dalam waktu 5 tahun. Pertumbuhan nilai ekspornya meningkat sebesar 70% dalam 5 tahun terakhir dengan negara tujuan ekspor Jepang, Korea Selatan, Spanyol, dan Amerika Serikat sejak tahun 2015.

Menangkap peluang bisnis bagi produknya untuk bisa diterima market, LMS mengembangkan digital marketing dan mengunjungi negara tujuan ekspor. Hal ini dilakukan karena kebutuhan dari satu negara dengan negara lain bisa berbeda.

Lewat proses produk yang sama namun bisa diaplikasikan secara berbeda. Mengikuti pameran dan memasarkan lewat e-commerce seperti Alibaba.com, Indo-organic.com, Laksmanagroup.com dan marketing konvensional secara B2B juga dikerjakannya.

Kegigihan dan kerja kerasnya berbuah manis. Primaniyarta 2017 tahun ini berhasil diterimanya untuk pertama kali. Selamat!



# sekilas info

Kami

Website  
[www.kemdag.go.id](http://www.kemdag.go.id)  
Portal UMKM  
[www.umkm.go.id](http://www.umkm.go.id)

Phone: 0215154638 (hunting)  
Fax: 021-1154639

Indonesia Menara II, Lantai 8, Sudirman  
Kav. 52-G3 Jakarta 12190, Indonesia

Hubungi Kami



## Komunikasi Intensif dengan Pelaku Usaha, CSC Menggelar Gathering

Dalam rangka menjalin komunikasi melalui keberadaan fasilitas layanan *Customer Service Center* (CSC) Kementerian Perdagangan dengan seluruh pengguna informasi perdagangan ekspor khususnya pelaku usaha yang tergabung dalam keanggotaan DGNED *Membership Services*, Direktorat Pengembangan Pasar dan Informasi Ekspor telah menyelenggarakan CSC *Gathering*.

Mengambil format sosialisasi, seminar dan diskusi, diharapkan dapat memberikan inspirasi bagi kalangan dunia usaha setelah mengakses layanan ekspor melalui pelayanan satu atap yang telah disediakan oleh DJPEN Kementerian Perdagangan, sehingga dapat mendorong para pelaku ekspor dalam membangun strategi

penetrasi ke pasar-pasar baru yang lebih potensial dan lebih kokoh bagi pengembangan bisnisnya.

Pada acara CSC *Gathering* dipaparkan beberapa materi bahasan berupa informasi peluang pasar, regulasi, kerjasama bilateral antara Indonesia dengan negara tujuan ekspor serta pembiayaan ekspor.

Dalam paparannya Budi Santoso, mantan Atdag New Delhi - India, menyampaikan bahwa minat eksportir Indonesia untuk memasuki pasar India masih sedikit salah satunya disebabkan oleh persepsi dan ketidak percayaan dengan pelaku usaha di India sehingga hal tersebut menjadi salah satu hambatan masuk pasar India.

Disarankan, bila ingin memasuki pasar India, eksportir Indonesia perlu menghindari 10 (sepuluh) sektor industri utama di India yaitu Kimia dan Obat-obatan, *Fast Moving Consumer Goods* (FMCG), Elektronik dan Kelistrikan, Tekstil, Besi Baja, Otomotif, Semen, Kulit dan Sepatu serta Ban. Karakter konsumen India juga tidak terlalu mempermasalahkan kesempurnaan atau kepresisian produk, tidak seperti konsumen di Jepang, Eropa dan Amerika yang sangat menuntut kualitas dan kepresisian tinggi dari produk-produknya.

Saat ini sudah banyak negara-negara ASEAN yang memasuki pasar India terutama untuk produk makanan dan buah-buahan sementara posisi neraca perdagangan Indonesia-India

pada periode Januari-September 2017 mengalami surplus sebesar USD 7,4 miliar dengan total nilai ekspor non-migas sebesar USD 10,23 Miliar. Komoditi dari Indonesia yang banyak dieksport ke India adalah Palm Oil (HS 1511), Batubara (HS 2701) dan Tembaga (2603).

Sementara untuk peluang ekspor ke Jerman, narasumber Lita Gustina mantan Atdag Berlin menyampaikan bahwa saat ini produk sawit Indonesia masih mumpuni di sana. Kampanye negatif Uni Eropa terhadap sawit Indonesia tidak terlalu vokal disuarakan oleh Jerman karena mereka sangat membutuhkan sawit dari Indonesia untuk mendukung industri di Jerman.

Namun demikian, neraca perdagangan Indonesia - Jerman selalu mengalami defisit karena nilai impor Indonesia dari Jerman selalu jauh lebih besar dari pada nilai eksportnya karena yang diimpor Indonesia dari Jerman adalah produk manufaktur berteknologi tinggi sedangkan yang dieksport Indonesia ke Jerman masih merupakan produk berbasis sumber daya alam. Indonesia dan Jerman sebenarnya saling mengklaim defisit dalam transaksi perdagangan antar keduanya. Hal ini kemungkinan disebabkan oleh perbedaan pencatatan transaksi FOB dan CIF. Posisi

Indonesia saat ini masih menegosiasikan kerjasama EU-CEPA untuk mengurangi hambatan tarif dan non-tarif.

Saran bagi Eksportir Indonesia yang berminat untuk masuk pasar Uni Eropa, sebaiknya melakukan tes pasar terlebih dahulu karena pasar Uni Eropa cukup berat untuk dimasuki dengan banyaknya persyaratan sertifikasi yang harus dipenuhi.

Sementara Adipati, Staf Khusus Pembiayaan UKM-Ekspor dari Indonesia Eximbank (LPEI), lebih menekankan pada pembiayaan ekspor untuk meningkatkan usaha dan cakupan pasar para eksportir. Produk-produk pembiayaan ekspor LPEI antara lain pembiayaan Ekspor untuk perusahaan/perseroan, pembiayaan di luar negeri/overseas financing, pembiayaan ekspor untuk perbankan, kredit modal kerja ekspor, kredit investasi ekspor, buyer's credit; penjaminan dan asuransi.

Untuk mendapatkan Kredit Modal Kerja Ekspor (KMKE), fasilitas yang diberikan LPEI berupa kredit modal kerja ekspor untuk membeli bahan baku, persediaan dan peralatan yang secara umum dijamin dengan personal guarantee, aset, piutang dan persediaan. Sementara Kredit Investasi Ekspor (KIE) diberikan untuk pembelian barang-barang

modal dengan tenor jangka panjang. Fasilitas kredit investasi ekspor secara umum dijamin dengan personal guarantee, aset atau piutang. LPEI juga saat ini sedang membangun forum satu atap (FORSA) yang merupakan sinergi antar Kementerian/Lembaga terkait seperti Kementerian Perdagangan, LPEI, Ditjen Bea dan Cukai, ITPC.

Jika tertarik untuk mengetahui lebih detail tentang pelayanan CSC, dapat menghubungi kami di:

## **Customer Services Center**

**Direktorat Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional**

**Kementerian Perdagangan Republik Indonesia**

**Gedung Utama Lantai 2  
Jalan M.I. Ridwan Rais nomor 5, Jakarta Pusat**

**Website:**

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

**Email:**

[csc@kemendag.go.id](mailto:csc@kemendag.go.id), [contact-pen@kemendag.go.id](mailto:contact-pen@kemendag.go.id)



# sekilas info



## Peluang Produk Arang Kayu Indonesia Tembus Pasar Italia

Italia sebagai salah satu negara dengan pemakaian arang kayu untuk pemanas ruangan terbesar di Eropa. Setiap tahunnya, hampir 3 juta ton arang kayu digunakan sebagai bahan baku pembakaran untuk kebutuhan pemanas ruangan di Italia. Dari kebutuhan tersebut, hanya 20 persen yang mampu dipenuhi oleh produksi domestik, sisanya impor.

Nilai impor arang kayu di Italia pada tahun 2015 mencapai 25 juta USD, ini menunjukkan bahwa Italia memiliki potensi yang cukup besar bagi arang kayu asal Indonesia.

Namun demikian, saat ini nilai ekspor arang kayu Indonesia ke Italia cenderung mengalami penurunan, disaat negara-negara lain, terutama kawasan Eropa, sedang menggencarkan ekspor arang kayu mereka ke Italia.

Kondisi tersebut dapat menjadi peluang menggencarkan strategi pemasaran, sehingga dapat meningkatkan daya jual ke Italia secara khusus, dan Eropa secara umum, mengingat bahan baku arang kayu tersebut sangat berlimpah dan lebih bervariasi di Indonesia dibandingkan negara-negara Eropa.

Italia dan negara-negara Eropa pada umumnya menggunakan kebijakan impor, regulasi eksport, syarat dan ketentuan yang perlu dipenuhi yang ditemukan dalam portal "EU Help Desk" yang dapat diakses pada <http://cbi.eu/marketinfo>. Sementara persyaratan yang mendukung persyaratan mutu resmi lainnya dapat dilihat dalam <http://www.eco-label.com>.

Strategi yang perlu dilakukan oleh Indonesia dalam meningkatkan ekspor arang kayu tersebut antara lain dengan eksplorasi sumber

daya lokal menggunakan alternative *wood briquette*, memastikan ketersediaan yang stabil dan fleksibel sehingga dapat memenuhi kebutuhan konsumen dengan harga yang bersaing, serta menggalakkan pentingnya sertifikasi.

Diharapkan dengan penerapan strategi ini, tidak hanya meningkatkan kualitas eksport arang kayu ke Italia, tapi juga memberikan keuntungan yang maksimal bagi Indonesia secara umum.

## ALAMAT PENTING

### Promosi Perdagangan Indonesia di Italia (ITPC) Milan

Via Vittor Pisani No.8 Piano 6 Milan, Italia

### Perwakilan Indonesia di Italia

Ambasciata della Repubblica di Indonesia, Via Campania 53-55, 00187 Roma, Italia.

Telp: +39 064 200 911,

Fax: +39 064 880 280, +39 064 8904910

### Kedutaan Italia di Indonesia

Jl. Diponegoro 45 Jakarta 10310, Indonesia

### Badan hukum Italia yang mengatur kegiatan impor, khususnya VAT

Agenzia delle Entrate (Revenue Agency)

Centro Operativo di Pescara (Pescara's Operative Centre)

Sezione Rimborsi IVA ai non residenti (VAT refund tonon-residents Section)

Via Rio Sparto 21

I-65100 Pescara

Telp: +39 085 577 2204

Fax: +39 085 577 2325

Email: centrooperativo.pescara.

ivanonresidenti@agenziaentrate.it

Website: <http://www.agenziaentrate.gov.it/wps/portal/entrate/home>

### Beberapa Importir arang kayu di Italia

- Global Renewables Italia S.R.L  
Via San Vincenzo, 4 – 16121 Genova-Italia  
Telp: +39 010 5700 691
- Adriacoke S.R.L  
Via Classicana, 99 – 48122 RA-Italia  
Telp: +39 054 443 6927
- Abellon Energy Italy S.R.L  
Via L. Najno 26 – 20129 Italy  
<http://abelloncleanenergy.com>

### Organisasi Promosi Perdagangan Italia

ICE, national Institute for Foreign Trade

Address: Via Liszt 21, 00144 Rome, Italy

Telp: +39 6 5992 6900



# TRADE EXPO indonesia

33<sup>th</sup>

October  
2018  
Jakarta

Manufactured  
Goods and Services



Knock Down House  
and Garden Furniture



Fashion, Lifestyle and  
Creatives Products



Food and  
Beverages



Premium SME's  
Products



Products & 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

[tradeexpoindonesia@kemendag.go.id](mailto:tradeexpoindonesia@kemendag.go.id)  
[www.tradeexpoindonesia.com](http://www.tradeexpoindonesia.com)

DJPEN - Direktorat Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional  
Kementerian Perdagangan

Jl.M.I.Ridwan Rais No.5, Gedung Utama Lantai 3  
Jakarta Pusat, INDONESIA 10110

Telp. : (62-21) 3858171  
Fax. : (62-21) 23528652

[www.djpen.kemendag.go.id](http://www.djpen.kemendag.go.id)

[CSC@kemendag.go.id](mailto:CSC@kemendag.go.id)

CSC Kemendag

@csckemendag