

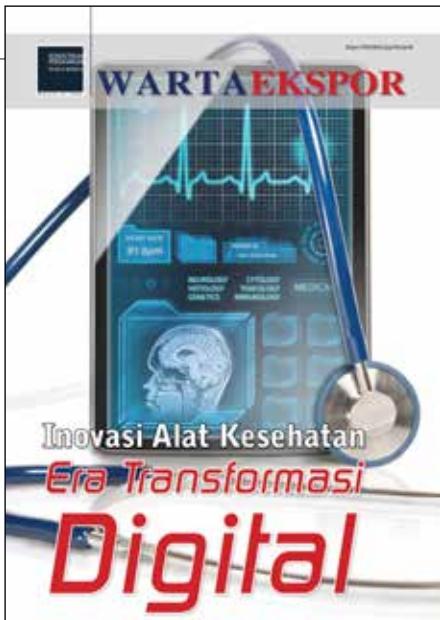
# WARTAEKSPOR



Inovasi Alat Kesehatan

*Era Transformasi*

**Digital**



# editorial

Era transformasi digital merupakan suatu masa yang mengusung penerapan teknologi digital dalam semua aspek kehidupan yang ada pada masyarakat. Bangsa yang unggul tampak pada berkembangnya Ilmu Pengetahuan dan Teknologi (Iptek) yang ditandai dengan banyaknya inovasi dalam teknologi. Inovasi merupakan pilar penting dalam menentukan daya saing suatu bangsa.

Terkait inovasi teknologi, berbagai penelitian telah dilakukan untuk menemukan obat dan alat kesehatan modern yang tetap mengutamakan kualitas sehingga bisa diterima dengan baik oleh masyarakat. Indonesia memiliki Lembaga khusus untuk melakukan standardisasi dalam memberikan izin edar produk kesehatan, yaitu Badan POM (Pengawas Obat dan Makanan) dan Ditjen Faralkes. Izin edar akan diberikan ketika produk tersebut sudah memenuhi syarat cara pembuatan yang baik (*good manufacturing practice*) dan bukti klinis sesuai indikasinya. Kementerian Kesehatan (Kemenkes) menerbitkan Peraturan Menteri Kesehatan (Permenkes) nomor 63 tahun 2017 tentang Cara Uji Klinik Alat Kesehatan yang Baik. Permenkes tersebut menyebutkan bahwa terdapat dua jenis uji klinik, yakni uji klinik pra pemasaran dan pasca pemasaran.

Uji klinik pra pemasaran adalah uji klinik yang menggunakan produk uji yang belum memiliki izin edar di Indonesia, termasuk uji klinik dengan produk uji yang telah memiliki izin edar untuk indikasi atau maksud penggunaan baru. Sementara itu, uji klinik pasca pemasaran adalah uji klinik yang menggunakan produk uji yang sudah melalui uji klinik pra pemasaran dan telah memiliki izin edar di Indonesia untuk mendapatkan data manfaat, keamanan atau untuk konfirmasi kinerja yang telah disetujui. Adanya Permenkes tersebut diharapkan dapat mengatasi kendala yang terkait dengan uji klinik alat kesehatan. Sehingga Indonesia mampu menghasilkan alat kesehatan berbasis riset dan menjadikan Indonesia sebagai salah satu produsen Alkes berbasis riset yang patut diperhitungkan oleh dunia.

Potensi perkembangan produsen alat kesehatan (Alkes) harus sejalan dengan peningkatan teknologi produk alat kesehatan nasional. Jumlah industri alat kesehatan dalam negeri pada awal tahun 2018 mengalami peningkatan sebesar 25,3%, yakni 27 industri. Sehingga saat ini telah ada 242 industri dengan jenis alat kesehatan yang diproduksi sebanyak 294 jenis.

Diharapkan pengembangan industri alat kesehatan dalam negeri ini dapat menghasilkan produk yang aman, bermutu dan bermanfaat. Sehingga karya anak bangsa ini bisa dimanfaatkan secara luas oleh masyarakat menuju kemandirian alat kesehatan di Indonesia.

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

**PEN/MJL/009/09/2018**

Pelindung / Penasehat :  
**Arlinda**

Pemimpin Umum :  
**Iriana Trimurti Ryacudu**

Pemimpin Redaksi :  
**RA. Marlena**

Redaktur Pelaksana :  
**Sugiarti**

Penulis :  
**Arif Permana Yudha**

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**

# daftar isi

## EDITORIAL

2

## KISAH SUKSES

### CV Abadi Scientific

Menembus Pasar Global dengan Alat Kesehatan

12



## KEGIATAN DIREKTORAT JENDERAL PENGEMBANGAN EKSPOR NASIONAL (DITJEN PEN), KEMENTERIAN PERDAGANGAN RI

Analisa Pengembangan Pasar di Slovakia

14

Rakor *Road to Dubai 2020*

15

## SEKILAS INFO

Paviliun Kemendag Turut Meriahkan Asian Games 2018

16

## DAFTAR IMPORTIR

18



# 4

## TAJUK UTAMA

## Inovasi Alat Kesehatan Era Transformasi Digital

Pasar alat kesehatan saat ini masih diramaikan oleh produk asing yang menguasai pasar hingga 92%. Permintaan terhadap produk alat kesehatan di dalam negeri diperkirakan mencapai Rp27 triliun pada tahun 2018, atau naik 10% dibanding nilai pasar alat kesehatan tahun 2017 senilai Rp24 triliun.

# tajuk utama





# Inovasi Alat Kesehatan *Era Transformasi* **Digital**



Alat kesehatan (alkes) merupakan komponen penting dalam pelayanan kesehatan di samping obat. Alkes berfungsi mendiagnosis dan meringankan penyakit serta mempertahankan bahkan meningkatkan kesehatan. Di samping fungsi sosialnya, alkes juga memiliki fungsi ekonomi, yakni alkes menjadi komoditas yang memiliki nilai menjanjikan terutama di ASEAN, khususnya di Indonesia.

Era transformasi digital sudah banyak mengubah kehidupan. Salah satu manfaat yang dihadirkannya adalah akses informasi secara *real-time*. Ketersediaan informasi *real-time* membantu pengambilan keputusan yang efektif dan akurat dalam waktu singkat. Industri layanan kesehatan adalah salah satu di

antara berbagai industri yang memanfaatkan analisa data secara *real-time*, misalnya untuk meningkatkan *customer experience* dalam mendapatkan pelayanan kesehatan di saat-saat penting dalam hidup mereka.

Kemajuan teknologi telah membantu para penyelenggara layanan kesehatan dengan tersedianya alat yang tepat untuk memenuhi permintaan pasar serta mengembangkan layanan-layanan yang inovatif. Hasilnya, industri kesehatan di Indonesia telah berkembang pesat, dan berbagai rumah sakit bermunculan untuk mengakomodasi populasi warga yang meningkat.

Peran teknologi digital dalam industri kesehatan dapat dilihat dalam berbagai hal. Misalnya, untuk membantu sinkronisasi data pasien dalam berbagai layanan asuransi rumah sakit, atau menyediakan akses ke catatan medis pasien kepada para praktisi kesehatan, untuk menentukan ruang lingkup layanan perlu mereka sediakan. Hal ini memastikan agar dokter dapat menggunakan informasi secara *real-time* untuk memberikan rekomendasi yang tepat bagi pasien. Catatan medis yang tersedia dan terdokumentasi dengan jelas bermanfaat untuk pasien yang perlu dirujuk atau dipindahkan ke rumah sakit lain.

Teknologi digital membawa banyak manfaat bagi industri kesehatan, dan dengan

pendekatan yang tepat, tidaklah sulit mengadopsi teknologi untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Namun, perlu juga diingat bahwa pada dasarnya yang diinginkan konsumen adalah kecepatan pelayanan dan kepraktisan. Penting untuk memahami kedua faktor ini, dan dengan penyedia layanan jaringan yang tepat, perusahaan akan dapat memanfaatkan teknologi digital untuk mendorong pertumbuhan bisnis, meningkatkan profitabilitas, serta meningkatkan kepuasan konsumen.

## Inovasi Alat Kesehatan

Pendekatan yang selama ini dianggap paling tepat dalam inovasi obat dan alat kesehatan adalah triple helix. Pendekatan ini diawali dengan konsorsium yang melibatkan peneliti (akademisi), pemerintah/lembaga otoritas (Kemenkes dan Kemenristekdikti), dan bisnis (industri farmasi dan alat kesehatan) sehingga menjadi entitas yang bersinergi.

Salah satu contoh inovasi dalam bidang kesehatan di Indonesia adalah jaket antikanker

Warsito. Jaket Warsito diindikasikan untuk terapi kanker. Maka, sesuai dengan Permenkes No 1190/2010 tentang Izin Edar Alat Kesehatan dan PKRT, jaket ini termasuk alat kelas III. Sebelum bisa dipakai oleh tenaga medis, alat kelas III harus mempunyai bukti klinis yang kokoh. Selain itu, dalam proses pembuatannya juga harus sesuai dengan *good manufacturing practice*.

Bukti klinis didapatkan melalui uji praklinik dan uji klinik. Tahapan praklinik untuk alat kesehatan mencakup desain alat, uji *in vitro*, dan uji hewan coba. Sementara untuk obat cakupannya ialah identifikasi senyawa kandidat, uji *in vitro*, dan uji hewan coba. Setelah ada bukti kuat secara kumulatif, barulah masuk uji klinik (uji pada manusia).

Uji klinik mencakup fase 1, 2, dan 3. Fase 1 merupakan fase keamanan, yakni melihat efek obat atau alat pada tubuh manusia. Selanjutnya, fase 2 untuk melihat khasiat awal, dan fase 3 untuk melihat efektivitas obat atau alat pada jumlah pasien yang lebih banyak. Bukti ilmiah kumulatif praklinik dan klinik inilah yang mengantar suatu obat atau

alat untuk mendapatkan izin edar dan bisa digunakan oleh tenaga kesehatan dalam pelayanan pengobatan. Secara umum, biasanya membutuhkan waktu antara 10-15 tahun untuk mendapatkan izin edar dari instansi terkait.

Selain jaket antikanker, inovasi teknologi lainnya dalam bidang alat kesehatan ialah *Tumor Treating Field* (TTF) yang dikembangkan perusahaan Novocure. Alat TTF yang dikembangkan Novocure juga menggunakan medan listrik statis. Bedanya, jaket Warsito tidak menempel di kulit, sedangkan alat TTF menempel di kulit.

Pada awalnya alat TTF dikembangkan oleh seorang ahli fisika. Kemudian, setelah melihat ada potensi sebagai modalitas terapi kanker, dilakukanlah uji klinik dengan mengandeng para dokter di bidangnya. Bahkan, Novo-TTF-100 sudah mendapatkan persetujuan FDA untuk *Glioblastoma Multiforme*.

Data Badan Pusat Statistik (BPS), yang telah diolah oleh Direktorat Pengembangan Pasar dan Informasi Espor (Dir. P2IE) DJPEN





menyebutkan ekspor produk alat kesehatan buatan Indonesia dalam periode Januari-Juni 2018 adalah senilai US\$ 85,41 juta atau meningkat 1,68% secara year-on-year dari periode yang sama tahun sebelumnya yang mencapai US\$ 83,99 juta. Sementara itu, realisasi ekspor produk tersebut pada 2017 menyentuh US\$ 175,28 juta.

## Permintaan Alat Kesehatan (Alkes)

Pasar alat kesehatan saat ini masih diramaikan oleh produk asing yang menguasai pasar hingga 92%. Permintaan terhadap produk alat kesehatan di dalam negeri diperkirakan mencapai Rp27 triliun pada tahun 2018, atau naik 10% dibanding nilai pasar alat kesehatan tahun 2017 senilai Rp24 triliun.

Perusahaan alat kesehatan menjadikan Asean sebagai salah satu pasar yang potensial. Sebab laju pertumbuhan permintaan terhadap

inovasi alat kesehatan di Asean bergerak cukup ekspansif dalam beberapa tahun terakhir.

Pameran-pameran internasional diharapkan mampu mendongkrak nilai penjualan alat kesehatan produk dalam negeri. Pameran international biasanya menampilkan produk dan teknologi ortopedi, komoditas dan *consumer product* untuk rumah sakit, hingga manajemen fasilitas, pakaian medis, dan teknologi bangunan kesehatan.

## Ekspor Alat Kesehatan

Nilai industri alat kesehatan (alkes) bisa dibilang masih rendah dibanding industri farmasi di Indonesia. Dr. Christina Sandala M.Kes, MM, Sekjen dari Asosiasi Produsen Alat Kesehatan Indonesia (ASPAKI), menyebutkan bahwa produsen lokal di Indonesia menyumbang ke industri alkes sekitar Rp 14 triliun. Padahal nilai pasar alkes secara total termasuk yang dipasok alkes impor pada 2016 Rp 60 triliun dengan pertumbuhan 10 persen per tahun.

“Hanya sekitar 48% alat kesehatan untuk rumah sakit kelas A dari industri alkes Indonesia,” ujar Christina pada konferensi pers INDOHCF *Innovation Award* 2017. Walau begitu, dibandingkan negara-negara di Asia Tenggara lainnya, terutama Filipina dan Vietnam yang belum banyak mengeksport alkes, Indonesia masih lebih unggul. Produsen alkes Indonesia sudah banyak yang ekspor. Hanya saja produk alkes yang di ekspor masih belum secanggih produsen negara maju. Salah satu penyebabnya adalah masih rendahnya tenaga ahli dengan riset teknologi tinggi.

Industri alkes Indonesia masih bergelut dengan standar cara produksi alat kesehatan yang benar. Oleh karena itu antara swasta, Kementerian Kesehatan dan peneliti harus ditingkatkan.

Produk alkes dalam negeri sebenarnya tidak kalah dengan produk luar negeri. Di Indonesia sendiri terdapat beberapa pelaku besar lokal yang sudah mendunia antara lain Ade Tarya Hidayat pemilik perusahaan alkes merek

ABN dan Buntoro pemilik PT MAK. ASPAKI mencatat permintaan alkes pada Januari-September 2016 meningkat sampai 20% dari permintaan tahun sebelumnya. Diharapkan dengan event ini bisa lebih mendorong inovasi alkes di Indonesia.

## Pembenahan Industri Alat Kesehatan

Industri alat kesehatan dalam negeri perlu dibenahi dari sisi sumber daya manusia (SDM) untuk menciptakan inovasi-inovasi baru. Pasalnya, saat ini produk alat kesehatan produksi Indonesia didominasi oleh produk hospital furniture yang harganya rendah

dibandingkan dengan produk high technology, seperti ranjang pasien yang harganya berkisar antara Rp 6 juta hingga Rp 30 juta per satu unit.

Sementara itu, produk impor menguasai secara nilai karena harga produk yang tinggi. Harga alat CT scan satu unit senilai Rp 6 miliar hingga Rp 8 miliar. Sehingga perlu menjual 1.000 unit ranjang untuk setara 1 unit CT scan.



Industri alat kesehatan juga perlu disinergikan dengan industri pendukung seperti industri mekanik dan industri plastik. Selain itu, dukungan pemerintah untuk mempermudah impor bahan baku juga dinilai menjadi salah satu pendorong pengembangan industri alat kesehatan dalam negeri.

Adapun, produk alat kesehatan impor banyak didatangkan dari negara-negara Eropa, Jepang, Amerika Serikat, dan China. Berdasarkan jenis, alat kesehatan terbagi menjadi enam jenis, yaitu imaging, consumable, patient aids, dental, ortopedi, dan jenis lainnya.

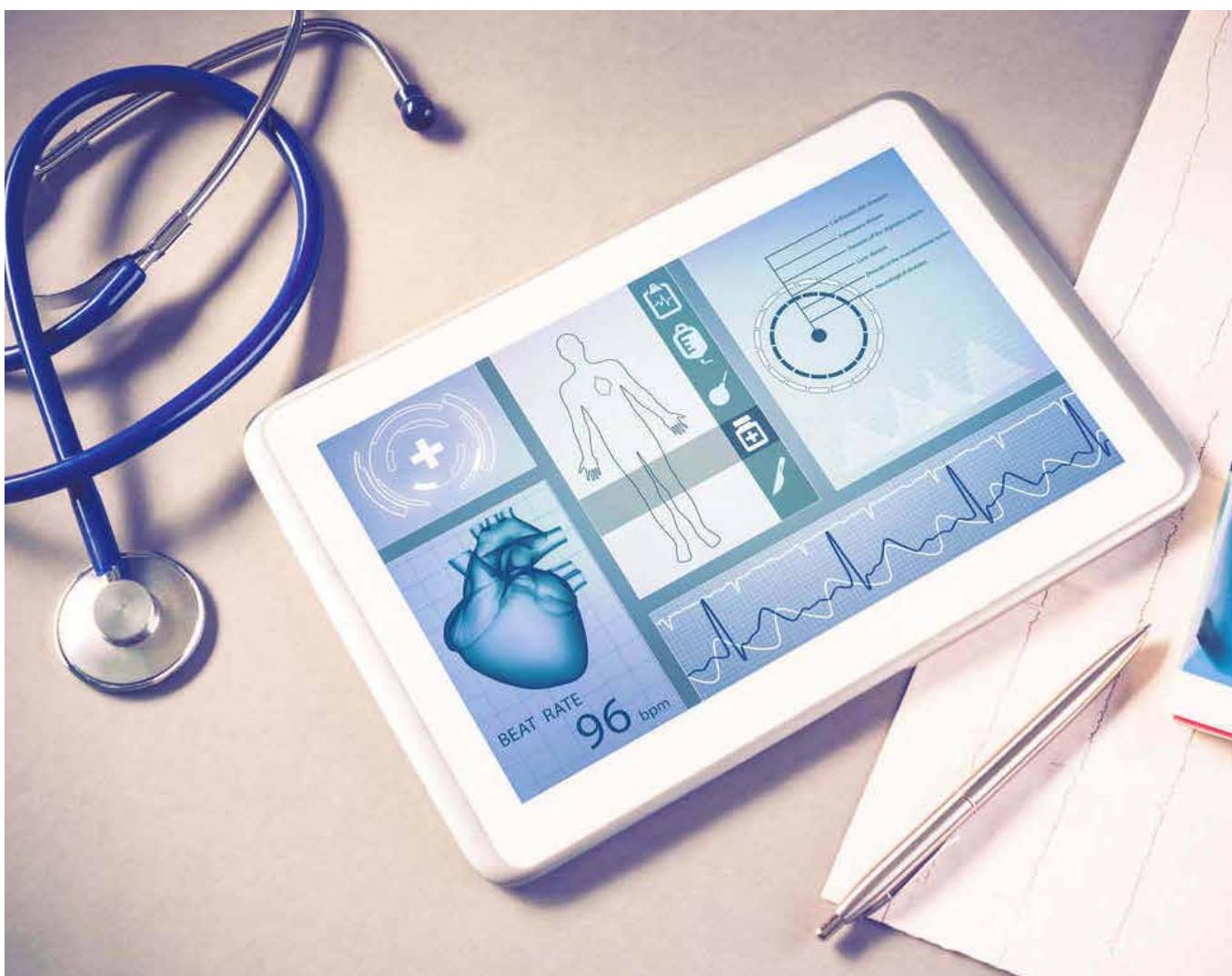
Untuk produk imaging berteknologi tinggi, seperti CT scan dan MRI, 100% merupakan produk impor. Saat ini, walaupun belum dapat memproduksi produk imaging, produsen lokal mulai merambah ke alat kesehatan teknologi menengah seperti USG, x-ray, dan mesin anastesi.

Pasar alat kesehatan (Alkes) tahun ini diperkirakan melampaui USD 1 miliar, setara Rp 13,5 triliun. Namun, peralatan itu masih didominasi produk luar negeri hingga 92%, sementara produk lokal berkutat di kisaran 8%.

Karena itu, para inovator lokal didorong masuk teknologi kesehatan kelas menengah. Dengan begitu, daya saing produk lokal dari sisi nilai dan volume bisa bersaing. Berdasar data konservatif pasar alkes tembus USD 1 miliar dan masih didominasi produk luar seperti alat CT-Scan impor senilai Rp 8 miliar.

Produsen alkes lokal sejatinya bisa masuk teknologi menengah secara harga dan value bisa diwujudkan. Misalnya, produsen lokal mulai memproduksi alat USG, X-Ray, hingga alat pendukung proses anastesi. Ditarget sekitar tahun 2035 nanti, produsen lokal bisa menguasai teknologi alkes kelas menengah.

Produk lokal sebetulnya bisa menguasai teknologi alkes kelas menengah sebesar 20-30 persen tahun 2035. Apalagi, saat ini sudah ada diversifikasi produk. Misalnya Indofarma tidak sekadar memproduksi obat tetapi, mulai produksi alkes.



“Industri alat kesehatan perlu disinergikan dengan industri pendukung seperti industri mekanik dan industri plastik. Selain itu, dukungan pemerintah untuk mempermudah impor bahan baku juga dinilai menjadi salah satu pendorong pengembangan industri alat kesehatan dalam negeri.”



# kisah sukses

PT ABADINUSA USAHASEMESTA

## Menembus Pasar Global dengan Alat Kesehatan



Ade Tarya Hidayat pada tahun 1980 memutuskan untuk membuat usaha sendiri sesuai keahlian dan kemampuannya. Saat itu perusahaan tempatnya bekerja gulung tikar, sementara ia harus tetap melanjutkan hidup dan membiayai kehidupan keluarganya. Bermodalkan pengalaman kerja sebagai manajer perusahaan Ahrend, yakni perusahaan Belanda yang menjual peralatan laboratorium dan survei medis, ia banting setir menjadi pengusaha.

Ade dan istrinya, Ajeng Sugiharti awalnya memulai usaha sebagai distributor peralatan laboratorium dan survei medis dengan biaya investasi sebesar Rp 24 juta (kurs saat itu Rp

650 per USD). Modal itu berasal dari kantong Ade sendiri ditambah pinjaman dari saudara. Pengalaman selama kerja di bidang peralatan medis selama enam tahun membuat Ade memiliki beberapa pelanggan.

Pengalaman kerjanya tersebut juga membuat Ade sangat tahu apa yang diinginkan konsumen serta kendala menjalankan bisnis ini. Ia sudah mengetahui prihal impor barang dan apa saja yang berhubungan dengan principal di luar negeri. Usaha yang berada di bawah naungan CV Abadi Scientific itu terus menunjukkan perkembangan positif.

CV Abadi Scientific memiliki pelanggan-pelanggan tetap, seperti RSCM, RS St Carolus, RS Husada, dan beberapa industri farmasi, yakni Bayer, Nestle, dan Pfizer. Pada 1990 status CV pun berubah menjadi perusahaan terbatas (PT) Abadinusa Usahasemesta (ABN).

Produk yang didistribusikan berkembang mencapai ratusan alat dari berbagai merek terkenal, seperti Arkray, Buchi (Swiss), Helena Laboratories, Kinetics, Buchiglasuster, Socorex, Jouan, Radiometer, Hanson Research. Perusahaan yang terus maju membuat Ade berpikir tidak hanya menjadi importir, tapi juga menjadi produsen.

Pria kelahiran Bandung, 6 Agustus 1952 ini sempat belajar ke Lembaga Penelitian Teknologi Karet (LPTK) Bogor untuk mendalami ilmu tentang karet. Keberanian Ade dimulai dari memproduksi tensimeter sendiri. Kini ABN masuk ke berbagai pasar, baik di Eropa dan Amerika, dengan menghasilkan produk untuk brand lain sambil tetap mencari ceruk pasar untuk masuk dengan brand sendiri.

Seiring kegiatannya dalam mengembangkan ABN, pada tahun 1990 Ade kemudian bertemu Richter, sebuah perusahaan tensimeter terbesar di Jerman pada sebuah acara pameran alat kesehatan di sana. Perusahaan itu membutuhkan ratusan ribu unit tiap tahun. Ade kemudian bisa melihat proses *quality control* di pabrik tensimeter di Jepang. Sepulang dari Jepang Ade menjelaskan apa yang dia lihat kepada ahli lateks dari Lembaga Penelitian Karet Bogor.

Hasilnya, pada bulan April tahun 1991 dia mendirikan pabrik di Padalarang, Jawa Barat. Pabrik pertama seluas 840 m<sup>2</sup> yang berdiri di atas tanah seluas 1.600 m<sup>2</sup> dan menghabiskan dana Rp 800 juta. Mesin-mesin produksi yang terdapat di pabrik itu adalah hasil rancangan sendiri dibantu Lembaga Instrumentasi Nasional di Bandung. Awalnya Ade menjual hasil produksinya ke Jerman dan Amerika Serikat.

Lebih kurang ada 20.000 komponen tensimeter, yaitu *bulb* dan *bladder* per bulan yang dikirim ke dua perusahaan itu. Saat ini sekitar 95% tensimeter buatannya diekspor, hanya 5% yang dijual di dalam negeri. "Biasanya di sini yang laku adalah tensimeter jenis *Regency*. Di luar negeri, tensimeter ini kurang laku karena menggunakan merkuri," tuturnya.

Produk yang diekspor Ade menggunakan merek sendiri, yaitu ABN. Untuk pasar dalam negeri,

Ade menggunakan empat merek lain selain ABN, yaitu Fujito, Sphygmed, Onemed, dan Logos. Dalam memasarkan produknya, sejak 2002 Ade sengaja menggunakan trademark ABN.

Ade menyatakan, ABN adalah strategi *brand image* perusahaannya untuk mengurangi ketidakpercayaan konsumen terhadap produk lokal. Kemajuan ABN juga terus terlihat dari berhasilnya menembus pasar global. Amerika dan Jerman adalah customer terbanyak dari ABN.

Selain itu, negara yang menjadi tujuan ekspor ABN lainnya adalah Timur Tengah, Iran, Yaman, Pakistan, UEA, Bangladesh, Sri Lanka, Afrika Selatan, Nigeria, Tunisia, Maroko, Brasil, Argentina, Kolombia, Peru, dan masih banyak lagi. Kini volume ekspor ABN telah mencapai 150.000 set per bulan di 30 negara.



# kegiatan DITJEN PEN

## Analisa Pengembangan Pasar di Slovakia

Dalam rangka menggali informasi pasar Slovakia dan gambaran lebih lengkap tentang pasar Slovakia khususnya produk kopi (HS 0901), bekerjasama dengan KBRI Slovakia, terutama Fungsi Ekonomi dan ITPC Budapest dalam pengaturan pertemuan dan melakukan kegiatan diskusi maupun interview dengan stakeholders terkait. Pada kunjungan kali ini, Direktur Pengembangan Pasar dan Informasi Ekspor (Iriana Trimurti Ryacudu) diterima oleh Dubes Indonesia untuk Slovakia, H.E Adiyatwidi Adiwoso Asmadi, dan Fungsi Ekonomi KBRI Slovakia mengenai negara dan potensi produk kopi di Slovakia.

Dubes Indonesia untuk Slovakia memberi masukan bahwa kiranya perlu menentukan tidak lebih dari lima (5) jenis kopi Indonesia yang diunggulkan untuk pasar Slovakia dan Eropa Tengah sehingga bisa ditingkatkan promosi dan pemasaran kopi Indonesia di negara tersebut.

Kopi Indonesia sudah memiliki reputasi yang baik sebagai kopi berkualitas tinggi di pasar Slovakia, sehingga lebih difokuskan pada *specialty coffee*. Dengan adanya promosi kopi tersebut perlu ditingkatkan efisiensi perdagangan dalam pengiriman barang

sehingga melalui pembentukan aggregator/pengumpul dapat menurunkan biaya dan meningkatkan daya saing produk kopi Indonesia melalui pengiriman dalam jumlah yang lebih besar.

Selain kopi, Indonesia dapat mengembangkan potensi perdagangannya melalui otomotif.





## Rakor Road to Dubai 2020

Kementerian Perdagangan yang dipimpin Direktur Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional, Ibu Arlinda memimpin rapat koordinasi *Road to Dubai* bersama Kementerian dan Lembaga terkait, bertempat di Auditorium Kementerian Perdagangan pada Jum'at (24 Agustus 2018).

Dilaksanakan selama 6 bulan dimulai tanggal 20 Oktober 2020, keikutsertaan Indonesia pada ajang ini sekaligus langkah untuk mewujudkan *Indonesia Incorporated*.

*Indonesia Incorporated* berarti pemerintah bertindak sebagai koordinator persiapan sedangkan pendanaan kegiatan (pembangunan, aktivasi, sampai penyelesaian) difasilitasi oleh swasta/sponsor tanpa menggunakan biaya dari pemerintah RI.

Turut hadir pada kesempatan ini Staf Ahli Bidang Hubungan Internasional Kementerian Perdagangan, Dody Edward, dan para pejabat Eselon II di lingkungan Ditjen PEN Kemendag.

Kementerian Perdagangan telah ditunjuk sebagai wakil pemerintah untuk Expo 2020 Dubai, yang akan berlangsung selama enam

bulan dari 20 Oktober 2020 hingga 10 April 2021. Event ini diharapkan dapat menarik 25 juta pengunjung dan lebih dari 160 paviliun negara di Expo 2020, yang akan menjadikannya salah satu perhelatan paling bergengsi di dunia.

### Sekilas Expo 2020 Dubai

Expo 2020 Dubai, UAE menempati Lokasi yang sangat strategis yaitu berada dekat tiga bandar udara internasional, yaitu Dubai International Airport, Al Maktoum Airport dan Abu Dhabi International Airport. Serta posisinya juga berdekatan dengan pelabuhan utama Jebel Ali.

Luas area Expo 2020 Dubai, UAE adalah 200.000 sqm bertempat di Jebel Ali, yang dibagi kedalam luasan lahan terbesar dan terkecil. Luas lahan Paviliun terbesar adalah 5.000 sqm dan luas lahan paviliun terkecil adalah 1.200 sqm.



# sekilas info

18<sup>th</sup> ASIAN GAMES



Jakarta - Palembang



## Paviliun Kemendag Turut Meriahkan

Indonesia untuk kedua kalinya menjadi tuan rumah acara olahraga terbesar setelah Olimpiade, Asian Games. Tak mau ketinggalan, Kementerian Perdagangan turut memeriahkan pesta olahraga masyarakat kawasan Asia ini yang akan digelar di Jakarta dan Palembang pada 18 Agustus hingga 2 September 2018 mendatang.

"Kami (Kemendag) memeriahkan Asian Games 2018 dengan menghadirkan Paviliun yang menampilkan produk-produk unggulan Indonesia yang diharapkan dapat membangkitkan jiwa 'Energy of Asia' dari para atlet dan ofisial seluruh Asia untuk terus membeli produk kita," kata Direktur Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional, Arlinda, (16/8) di Jakarta.

Paviliun Kemendag terletak di Asian Festival Zona Pintu 2 area Stadium Gelora Bung Karno (depan lapangan Baseball), Jakarta, sementara di Palembang, Paviliun Kemendag berada di Zona Festival 2 (bersebelahan dengan Panggung Utama Stadium Gelora Jakabaring). Paviliun Kemendag di Jakarta akan diisi oleh UKM potensial dari sektor fesyen dan aksesoris, kerajinan, furnitur, alat musik, mainan anak, kosmetik, dan makanan. Di Palembang, Paviliun Kemendag akan menampilkan UKM potensial dari produk fesyen dan aksesoris, kerajinan, perhiasan, makanan, kopi dan coklat.

Asian Games ke 18 ini diikuti oleh 11.280 atlet dan 6.000 ofisial dari 45 negara yang bertanding dalam 40 cabang olahraga dan 465 nomor pertandingan. Selama ajang ini,

Indonesia disorot oleh 9.621 jurnalis dari 570 media. Jumlah pengunjung yang akan hadir selama Asian Games diperkirakan mencapai 20.000 orang/hari (Jakarta) dan 15.000 orang/hari (Palembang).

"Semua mata tengah tertuju pada Indonesia. Ini yang kami (Kemendag) lihat sebagai peluang besar untuk memperbaiki persepsi dan meningkatkan citra produk Indonesia di mata Asia sehingga pada akhirnya mendorong ekspor yang lebih besar ke negara-negara kawasan ini," tukas Dirjen Arlinda.

Asian Festival sebagai *side event* dari Asian Games 2018 juga diikuti oleh Kementerian/Lembaga, diantaranya Kementerian Pariwisata, Badan Ekonomi Kreatif, Kementerian Komunikasi dan Informatika, Kementerian Kesehatan, Kementerian Lingkungan Hidup



# ASIAN GAMES 2018

dan Kehutanan, Badan Pengawas Obat dan Makanan, Pemerintah Republik Rakyat Tiongkok, Pemerintah Korea, Pertamina, Kimia Farma dan PLN, UKM serta komunitas lokal.

Perhelatan Asian Games 2018 juga menarik bagi para pelaku usaha sebagai peluang. Genta Guitar, salah satunya, yang sudah rutin ekspor ke Jepang, Korea Selatan, Malaysia, Taiwan, Singapura, dan Australia, namun sayangnya selama ini menggunakan merek dari buyer. Awan Nasution, sang pemilik, berharap melalui Asian Games 2018, merek Indonesia seperti Genta Guitar dapat dieksport ke mancanegara, terutama Asia. "Ingin bisa ekspor dengan brand sendiri 'Genta', " ungkapnya.

"Energy of Asia" sebagai slogan dari Asian Games 2018 berarti semangat yang terbentang pada keberagaman budaya, Bahasa, dan

peninggalan sejarah. Saat semua elemen ini bersatu dalam Asian Games 2018, Asia akan menjadi kekuatan utama yang diperhitungkan dunia.

"Sebagaimana nilai yang dipegang teguh Indonesia, rumah bagi ratusan etnis dengan begitu banyak bahasa yang berbeda. Para Bapak Pendiri kita telah membayangkan Indonesia sebagai sebuah bangsa yang kuat dan bersatu di bawah filosofi Bhinneka Tunggal Ika," pungkas Arlinda.

Tahun 1962, tercatat sebagai Asian Games pertama bagi Indonesia sebagai kota tuan rumah. Ajang yang berlangsung 24 Agustus - 4 September itu dibuka secara resmi oleh Presiden Soekarno di Stadion Gelora Bung Karno. Diikuti 1.460 atlet yang mewakili 17 NOC Asia, multi event ini menampilkan 13 cabang olahraga; atletik, akuatik (renang, loncat indah, dan polo

air), bola basket, tinju, balap sepeda (jalan raya dan trek), hoki, sepak bola, menembak, tenis meja, tenis, bola voli, dan gulat. Asian Games 1962 ini memperebutkan 372 medali emas.

# daftar importir

## 1. MORIWAKA MEDICAL CO LTD

3-2-21, Ayaragi-Honmachi, Shimonoseki City, Japan

Tel : 81 832 52 1899

Fax : 81 832 53 6972

Email : [info@moriwaka.co.jp](mailto:info@moriwaka.co.jp)

Website : <http://moriwaka.co.jp/>

Contact Person : Toshio Moriwaka

Produk yang Diminati:

Other Medical Instruments & Appliances

## 2. NIPRO MEDICAL CORPORATION

200 Crossing Blvd. Bridgewater, NJ 08807, USA

Tel : (908) 393-7030

Fax : (908) 393-7031

Email : [info@nipromed.com](mailto:info@nipromed.com)

Website : <http://www.nipro.com/>

Produk yang Diminati:

Other Medical Instruments & Appliances

## 3. EKO INSTRUMENTS TRADING CO LTD

1-21 8 Hatagaya, Shibuya Ku, Japan

Tel : +81-3-3469-4561

Fax : +81-3-3469-5897

Email : [info@eko.co.jp](mailto:info@eko.co.jp)

Website : <http://eko.co.jp>

Contact Person : Hiroyuki Tozawa

Produk yang Diminati:

Other Medical Instruments & Appliances

## 4. BIOGEM SCIENCE TECHNOLOGY LTD

Hong Kong

Tel : (852) 3576-3133

Fax : (852) 3791-2318

Email : [info@bodysos.com](mailto:info@bodysos.com)

Website : [www.BodySOS.com](http://www.BodySOS.com)

Contact Person : Vivien Chung

Produk yang Diminati:

Other Medical Instruments & Appliances, Food and Beverages, Medicinal Herbs.

## 5. PALESTINIAN BUSINESSMEN ASSOCIATION

P.O BOX 1681 Ramallah, Palestina

Tel : +970 2 2974636

Email : [szraiq@sahem-inv.com](mailto:szraiq@sahem-inv.com)

Website : [www.pba.ps](http://www.pba.ps)

Contact Person : Samir Zraiq

Produk yang Diminati:

Other Medical Instruments & Appliances, Cocoa Beans, Whole Or Broken, Raw Or Roasted, Coffee, Food and Beverages.



“Teknologi digital membawa banyak manfaat bagi industri kesehatan, dan dengan pendekatan yang tepat, tidaklah sulit mengadopsi teknologi untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Namun, perlu juga diingat bahwa pada dasarnya yang diinginkan konsumen adalah kecepatan pelayanan dan kepraktisan.”

# TRADE EXPO 33<sup>th</sup> indonesia

October  
2018  
Jakarta

Manufactured Goods and Services

Knock Down House and Garden Furniture

Fashion, Lifestyle and Creatives Products

Premium SME's Products

Food and Beverages

Organized by :

**KEMENTERIAN PERDAGANGAN REPUBLIK INDONESIA**  
MINISTRY OF TRADE

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  
[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](https://twitter.com/csckemendag)

**Products & Services**

- 
- 
- 
- 
-