

WARTAEKSPOR



Peluang Produk KUNYIT



editorial

Kunyit atau dalam bahasa latin *Curcumae Domesticae Rhizoma* merupakan salah satu tanaman rempah-rempah atau juga biasa digunakan untuk tanaman obat-obatan. Permintaan kunyit pada saat ini tren nya sedang meningkat dari luar negeri, baik berupa irisan rimpang kunyit maupun filtratnya dengan jumlah yang cukup besar. Uni Eropa merupakan salah satu pasar yang cukup menjanjikan bagi kunyit, dimana kunyit digunakan sebagai bahan dasar obat karena mampu meredakan efek peradangan.

Selain itu Uni Eropa sendiri juga menggunakan kunyit sebagai bahan dasar pewarna alami, bahan baku kosmetik, dan rempah dalam makanan. Mereka mengimpor kunyit dari Kawasan Asia seperti India, Pakistan, Tiongkok, Haiti, Jamaica, Peru, Taiwan, Indonesia dan Madagascar.

Edisi warta ekspor kali ini akan membahas, peluang ekspor Kunyit di pasar Uni Eropa yang begitu menjanjikan bagi pelaku usaha di dalam negeri.

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

PEN/MJL/010/2/2019

Pelindung / Penasehat :
Arlinda

Pemimpin Umum :
Iriana Trimurty Ryacudu

Pemimpin Redaksi :
RA. Marlina

Redaktur Pelaksana :
Sugiarti

Penulis :
Abi Dewangga P

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

Narata Healthy Snack
Makanan Ringan Sehat Indonesia
menuju Dunia

10

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

Tingkatkan daya saing ekspor, ajang
"Good Design Indonesia" kembali
digelar

12

Penyebarluasan Informasi Pasar dan
Peluang Ekspor di Kota Batam.

13

SEKILAS INFO

Kemendag Dorong Penyediaan
Fasilitas Pembiayaan Ekspor ke
Kawasan Afrika, Asia Selatan, dan
Timur Tengah.

16

DAFTAR IMPORTIR

18



4

TAJUK UTAMA

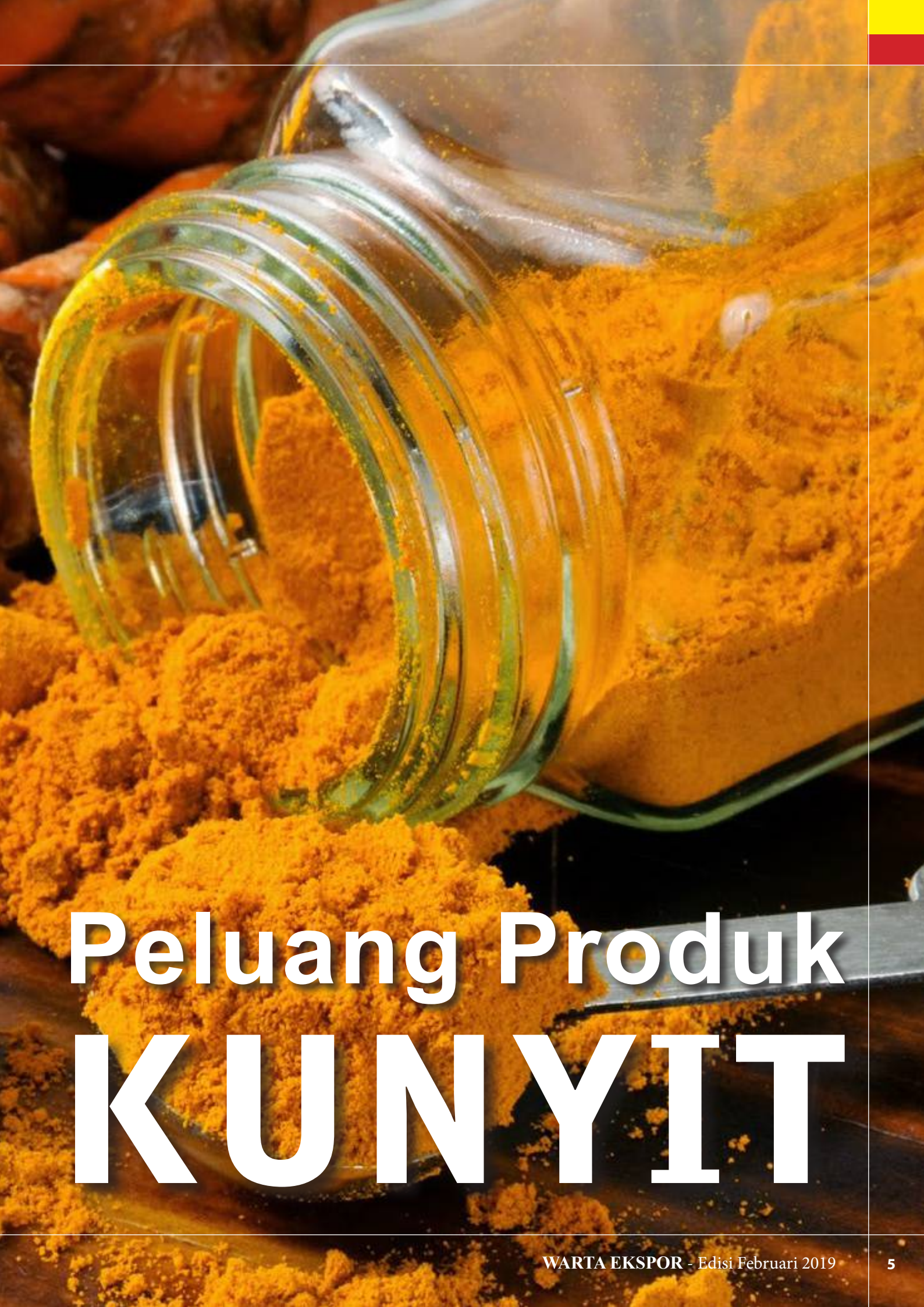
Peluang Produk Kunyit

Permintaan produk kunyit di pasar Uni Eropa tercatat selama 5 tahun dari tahun 2013 hingga 2017 mengalami tren pertumbuhan positif dengan rata – rata pertumbuhan sebesar 18,95% per tahun. Indonesia merupakan salah satu eksportir terbesar untuk produk kunyit. Peluang ekspor Kunyit di pasar Uni Eropa yang begitu menjanjikan bagi pelaku usaha di dalam negeri.





tajuk utama



Peluang Produk **KUNYIT**

Saat ini masyarakat semakin menyadari pentingnya makna kesehatan dengan pola hidup sehat, salah satunya adalah mengkonsumsi obat-obatan alami atau herbal.

Pada tingkat internasional, perdagangan obat herbal di kalangan masyarakat Uni Eropa tahun 1995 mencapai US\$ 6 miliar, sedangkan di Amerika US\$ 1,5 miliar dan di Jepang mencapai US\$ 2,1 miliar. Namun berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh *Credence Research* (2016), pasar kunyit dunia diperkirakan akan mengalami peningkatan sebesar 12% per tahun dari tahun 2015 hingga tahun 2022. Pada tahun 2022 sendiri, pasar kunyit di Eropa diperkirakan akan mencapai 1,3 ribu ton atau mencapai US\$ 84 Juta.

Di Indonesia, kebutuhan kunyit untuk industri atau konsumsi jamu tradisional rata – rata membutuhkan sekitar 1,5 – 5 ton per bulan. Untuk memenuhi kebutuhan pasar domestik saja dari tahun ke tahun selalu mengalami peningkatan dengan prosentase 10% hingga 25% per tahunnya terutama menjelang hari – hari raya, melihat kondisi tersebut suplai dan permintaan kebutuhan terhadap komoditas kunyit tidak sesuai.

Permintaan ekspor kunyit di dunia juga cukup besar, pada pameran Trade Expo Indonesia 2018 lalu, banyak sekali calon pembeli asal India dan Timur Tengah yang mencari kunyit kering dengan spesifikasi tertentu untuk diolah kembali. Di Eropa sendiri peluang ekspor kunyit cukup besar, dimana masyarakat Uni Eropa mencari kunyit sebagai bahan dalam suplemen makanan dan produk kesehatan.

Kinerja Kunyit Indonesia

Indonesia merupakan salah satu eksportir terbesar untuk produk kunyit. Pada tahun 2017, ekspor Indonesia ke dunia untuk produk kunyit menduduki peringkat ke-3 dengan nilai sebesar US\$ 11,31 Juta. Eksportir kunyit terbesar dunia pada tahun 2017 masih diduduki oleh India dengan nilai US\$ 182,53 Juta, dan disusul oleh Myanmar dengan nilai US\$ 13,04 Juta.

Pasar ekspor tujuan utama produk kunyit Indonesia tahun 2017 yaitu India dengan nilai ekspor US\$ 8,9 Juta. India mewakili nilai ekspor produk kunyit secara nasional dengan prosentase 79,05%. Selain India, pasar ekspor tujuan utama untuk produk kunyit yaitu Amerika Serikat dengan nilai ekspor US\$ 429

ribu dan Singapura dengan nilai ekspor US\$ 327 ribu.

Sedangkan negara yang memiliki permintaan tertinggi untuk produk kunyit di tahun 2017 adalah Amerika Serikat dengan nilai pangsa pasar 13,27% atau sebesar US\$ 35,07 juta, diikuti oleh India dengan nilai pangsa pasar 10,40% atau sebesar US\$ 27,47 juta dan Iran dengan nilai pangsa pasar 8,20% atau sebesar US\$ 21,67 juta. Secara keseluruhan nilai permintaan di tahun 2017 mengalami peningkatan sebesar 7,97% atau naik US\$ 19,50 juta dari tahun sebelumnya yang tercatat sebesar US\$ 244,72 juta.

Pada tahun 2017, provinsi di Indonesia yang memiliki nilai ekspor terbesar untuk produk kunyit adalah Jawa Timur, Jawa Tengah dan Lampung. Jawa Timur memiliki nilai ekspor sebesar US\$ 9,62 Juta, nilai ekspor tersebut mewakili 85,25% dari nilai ekspor Indonesia untuk produk kunyit ke dunia. Sedangkan Jawa Tengah, tercatat nilai ekspor sebesar US\$ 951 ribu atau mewakili 8,42% dari total ekspor Indonesia dan Lampung tercatat nilai ekspor sebesar US\$ 347 ribu atau mewakili 3,07% dari total ekspor Indonesia ke dunia.



Permintaan & Peluang Ekspor Kunyit di Pasar Uni Eropa

Permintaan produk kunyit di pasar Uni Eropa sendiri tercatat selama 5 tahun dari tahun 2013 hingga 2017 mengalami trend pertumbuhan positif dengan rata – rata pertumbuhan sebesar 18,95% per tahun. Pada tahun 2013, nilai impor tercatat sebesar US\$ 29,51 juta dan terus tumbuh mencapai US\$ 59,32 juta di tahun 2017. 5 Negara yang tercatat memiliki nilai impor terbesar di tahun 2017 yaitu Inggris dengan nilai impor US\$ 11,50 juta, disusul oleh Jerman dengan nilai US\$ 11,42 juta, Belanda dengan nilai US\$ 8,52 juta, Perancis dengan nilai US\$ 6,98 juta dan Spanyol dengan nilai US\$ 6,05 juta.

Pada tahun 2017, produk kunyit yang didatangkan di Uni Eropa hampir sebagian berasal dari India dengan nilai impor US\$ 35,36 juta. India hampir sebagian besar menguasai pasar produk kunyit di Uni Eropa dengan pangsa pasar sebesar 59,63%. Kunyit di pasar Uni Eropa juga didatangkan dari Peru dengan nilai impor US\$ 4,32 juta (pangsa pasar 5,10%) Posisi Indonesia sebagai negara eksportir

kunyit di pasar Uni Eropa berada di urutan 12 dengan nilai impor US\$ 515 ribu. Jika melihat tren ekspor produk kunyit Indonesia, tercatat berada di angka positif dengan pertumbuhan rata – rata pertahun sebesar 31,09%.

Permintaan yang kuat untuk kunyit di Uni Eropa disebabkan oleh perubahan persepsi kesehatan. Pemahaman konsumen Uni Eropa yang berubah dari bagaimana untuk menyembuhkan suatu penyakit menjadi bagaimana untuk tetap sehat telah mendorong konsumsi kunyit dari masa ke masa.

Hampir sebagian besar masyarakat Uni Eropa percaya bahwa dengan mengkonsumsi produk kesehatan yang berasal dari kunyit, mereka dapat mencegah penyakit datang. Konsumsi produk kesehatan dapat berupa menambahkan suplemen ke makanan rutin mereka.

Konsumen Uni Eropa sering menggunakan dukungan kekebalan yang berasal dari produk kesehatan untuk meningkatkan kesehatan secara keseluruhan dan agar tidak mudah terserang penyakit. Hal ini membuka peluang ekspor bagi suplemen kunyit di Uni Eropa.

Informasi Pasar & Peluang Ekspor Produk Kunyit di Uni Eropa

Pertumbuhan pasar kunyit dunia didorong oleh penggunaannya dalam suplemen makanan herbal. Pasar global untuk kunyit diperkirakan akan tumbuh sebesar 12% setiap tahun dari 2015 hingga 2022. Pada 2022, pasar ini diperkirakan akan mencapai 1,3 ribu ton pada US\$ 84 juta. Dalam penelitian lain perkiraan pertumbuhan kunyit di pasar dunia bahkan lebih tinggi, dimana penelitian tersebut menyatakan bahwa pasar Eropa akan tumbuh lebih dari 17% setiap tahun, dari 2015 hingga 2022. Eropa adalah pasar global terbesar kedua untuk kunyit setelah Amerika Utara.

Karena kunyit tidak dapat tumbuh di Uni Eropa, permintaan kunyit di pasar Uni Eropa harus dipenuhi dengan impor. Kunyit yang diimpor merupakan bahan utama dalam produk kesehatan (suplemen makanan, vitamin, penambah daya tahan tubuh, dll). Salah satu kelompok produk potensial di Uni Eropa adalah kunyit sebagai bahan dasar dari suplemen makanan. Pasar pada kelompok produk ini diperkirakan akan tumbuh 9,5% dari



tahun 2015 hingga tahun 2020. Di pasar ini, suplemen yang dapat membantu mendukung imunitas tubuh sangat populer. Di tahun 2013 lalu, produk ini memiliki pangsa pasar besar dari kelompok produk suplemen makanan di beberapa negara Uni Eropa seperti Perancis (14%), Italia (12%), Jerman (9%) dan Inggris Raya (7%). Sedangkan produk suplemen makanan yang disarankan untuk peningkatan kesehatan secara umum juga tercatat memiliki pangsa pasar besar khususnya di wilayah Eropa Barat, beberapa negara tersebut yaitu Jerman (20%), Inggris Raya (14%) dan Italia (12%).

Permintaan untuk produk suplemen kesehatan pencernaan juga tercatat mengalami peningkatan cukup signifikan dimana naik 2% per tahun dari tahun 2011 hingga 2015. Pasar utama untuk produk ini antara lain Jerman, Italia dan Polandia.

Bagi eksportir Indonesia yang tertarik menjajaki pasar di Uni Eropa perlu mempertimbangkan beberapa hal yaitu:

1. Jangan membuat klaim penyembuhan secara *scientific* untuk produk kunyit dalam dokumentasi produk atau materi pemasaran;

2. Sangat disarankan untuk selalu merujuk manfaat dari kunyit sebagai penambah daya tahan tubuh dan pencernaan di dokumentasi produk yang digunakan;
3. Periksa basis data seperti *Herbmed* untuk mengidentifikasi penelitian tentang penggunaan tradisional, uji klinis evaluasi keamanan dan efektivitas formulasi herbal pada manusia, dan paten untuk Informasi lainnya;
4. Mempertimbangkan untuk menjadi anggota dari *The Society for Medicinal Plant and Natural Product Research* (GA) untuk mendapatkan hasil penelitian mereka.

Persyaratan Produk Kesehatan yang Berasal dari Kunyit di Uni Eropa

Jika pelaku usaha Indonesia ingin menargetkan pasar produk kesehatan dengan bahan dasar kunyit ke Uni Eropa, maka harus mematuhi persyaratan hukum sebagai berikut:

1. Undang-undang Eropa yang relevan (Arahan 2004/24 / EC), peraturan yang disederhanakan untuk produk kesehatan yang berasal dari tanaman obat;

2. Kualitas terperinci, dokumentasi, pelabelan, pengemasan, sertifikasi dan standar keterlacakan yang diatur dalam peraturan produk obat di Uni Eropa;
3. Otorisasi pemasaran produk obat untuk dijual di pasar Uni Eropa;
4. Praktik pertanian dan pengumpulan yang baik (GACP) untuk bahan tanaman mentah;
5. Praktik pembuatan yang baik (GMP) untuk ekstrak atau zat aktif yang digunakan sebagai bahan dasar;
6. Monograf sebagaimana diuraikan dalam uraian produk di atas.

Jika pelaku usaha Indonesia yang ingin menargetkan pasar suplemen makanan yang memiliki bahan dasar dari kunyit di Uni Eropa, maka diharuskan untuk mematuhi persyaratan hukum sebagai berikut:

1. Undang-undang Eropa untuk suplemen makanan (persyaratan komposisi dan pelabelan);
2. Hukum makanan secara umum yang ditetapkan oleh Uni Eropa;



3. Standar keamanan pangan;

Sedangkan persyaratan keamanan pangan yang diatur oleh Uni Eropa meliputi:

1. Tingkat residu maksimum;
2. Kontaminan dalam makanan dan kontaminasi mikrobiologis makanan (kontaminasi dengan *Ochratoxins*, *Aflatoxins* dan *Salmonella* adalah masalah utama bagi *Curcuma longa* memasuki Uni Eropa);
3. Kebersihan bahan makanan umum (HACCP: *Hazard Analysis Critical Control Point*);
4. Pelarut ekstraksi;
5. Iradiasi makanan;
6. Keterlacakan asal produk.

Selain itu, pembeli asal Uni Eropa juga menerapkan persyaratan tambahan agar dapat disesuaikan dengan produk yang mereka hasilkan / produksi, beberapa persyaratan itu seperti:

1. Konten / Informasi mengenai tingkat bahan aktif produk;

2. Konten / Informasi mengenai tingkat kelembaban produk;

3. Konten / Informasi mengenai tingkat kontaminasi produk;

4. Konten / Informasi mengenai tingkat residu produk

Sedangkan persyaratan kualitas yang diminta oleh pembeli asal Uni Eropa lebih menekankan pada konten kunyit dan aktivitas anti oksidan yang terdapat pada produk. Pembeli asal Uni Eropa rela membayar lebih mahal untuk konten ekstrak kunyit yang terdapat pada produk, karena ekstrak kunyit tersebut berhubungan langsung dengan aktivitas anti peradagangan. Hasil dari penelitian juga menganjurkan untuk merebus kunyit dapat meningkatkan aktivitas anti oksidan yang terdapat pada ekstrak kunyit.

Untuk persyaratan pelabelan produk, pelaku usaha Indonesia diwajibkan untuk mematuhi aturan sebagai berikut:

1. Membuat system registrasi untuk produksi kunyit (apakah kunyit tersebut dicampur atau tidak). Informasi ini harus dipaparkan secara jelas karena menyangkut dengan factor keterlacakan asal produk;

2. Penggunaan label diwajibkan memakai Bahasa Inggris kecuali pembeli mengharuskan menggunakan Bahasa lain;

3. Label harus mencantumkan informasi seperti nama produk, kode produksi, asal produk, nama & alamat eksportir, tanggal produksi, tanggal kadaluarsa, berat bersih dan cara penyimpanan produk.

Peraturan kemasan yang diperlukan untuk memasuki pasar Uni Eropa sangat tergantung pada permintaan calon pembeli asal Uni Eropa karena persyaratan yang diminta sangat bervariasi dan beragam. Oleh karena itu pelaku usaha Indonesia diharapkan selalu aktif untuk berkomunikasi agar tidak terjadi kesalahan jenis kemasan yang diperlukan.



kisah sukses

**Makanan Ringan Sehat
Indonesia menuju Dunia**

Narata
Healthy Snack



Narata Healthy Snack, merupakan salah satu produk makanan sehat yang berasal dari Kota Batam. Narata merupakan makanan sehat yang berasal dari buah yang telah diproses sehingga layak dikonsumsi. Narata merupakan merek yang dibuat oleh Rosmaini Alesha Az Zahra, seorang Ibu yang dulunya bekerja sebagai guru di Kota Batam sekarang merupakan eksportir asal Indonesia yang berhasil mengeksport produk makanan ke Tiongkok dan Malaysia.

Awal mula usaha Rosmaini berawal di tahun 2010 yang mulai menggunakan inovasi kompor dari pot bunga untuk menciptakan keripik pisang. Keripik pisang yang telah dimasak dikepak secara sederhana dan dipromosikan kepada rekan – rekan Rosmaini kala itu. Hingga akhirnya di tahun 2011, Rosmaini menciptakan merek dagang dengan nama *Green Snack* untuk produk keripik pisang olahannya.

Ketekunan Rosmaini dalam mengembangkan usaha keripik pisang olahannya membuahkan hasil, Disperindag Kota Batam memberikan dukungan kepada Rosmaini berupa akses informasi dan pelatihan peningkatan produk, diharapkan melalui kegiatan yang diberikan oleh Disperindag Kota Batam

dapat meningkatkan kualitas produk keripik pisang olahannya. Tidak hanya itu saja, Bank Indonesia juga memberikan dukungan bagi usaha Rosmaini untuk mengembangkan kapasitas produksinya dan pengepakannya, agar mampu memasok produk keripik pisang olahannya ke Supermarket seperti Carrefour, Hypermart, Lotte Mart, dll.

Beragam pelatihan pengembangan produk diikuti oleh Rosmaini, hingga akhirnya Rosmaini memutuskan untuk mengembangkan kemasan produk yang menarik dan sesuai dengan standar produk yang layak dijual. Standarisasi produk ini mencakup informasi seperti *nutrition facts*, *barcode*, *expired date*, izin edar dan sertifikasi halal dari MUI. Proses peralihan kemasan produk ini juga merubah nama merek dagang Green Snack menjadi Narata Healthy Snack.

Pada tahun 2018 lalu, untuk mempromosikan produk keripik pisang olahannya, Rosmaini juga mengikuti pameran *Malaysia International Halal Showcase* 2018. Pameran yang diselenggarakan dari tanggal 4 hingga 7 April 2018 diikuti oleh 778 peserta pameran yang berasal dari 32 negara. MIHAS 2018 juga telah menghasilkan US\$ 373,92 juta transaksi, dimana hampir sebagian besar 44,5% dari transaksi berasal dari kelompok produk makanan olahan. Narata Healthy Snack sendiri berhasil mendapatkan potensial transaksi di MIHAS 2018.

Pada tahun 2019 ini, Rosmaini dengan didukung oleh Disperindag Kota Batam berupaya untuk menembus pasar Tiongkok yang memiliki potensi sangat besar khususnya di pasar makanan olahan / ringan.



kegiatan **DITJEN PEN**



Tingkatkan daya saing ekspor, ajang “Good Design Indonesia” kembali digelar

Kementerian Perdagangan (Kemendag) melalui Direktorat Pengembangan Ekspor Nasional (PEN) kembali menggelar ajang *Good Design Indonesia* (GDI) untuk mendorong kinerja ekspor melalui program peningkatan daya saing produk berbasis desain.

“Melalui ajang GDI ini, kami ingin para pemenang dapat naik kelas dan mendapat pengakuan internasional,” kata Dirjen PEN Kemendag Arlinda di Jakarta, Kamis.

Arlinda memaparkan GDI merupakan sebuah pengakuan yang diberikan kepada desainer atau pelaku usaha berorientasi ekspor atas keberhasilan mereka menciptakan desain produk yang tidak hanya bernilai seni tinggi, tetapi juga harus memiliki sisi komersial untuk bisa masuk ke pasar ekspor.

Menurutnya, yang membedakan GDI dengan ajang desain lain di Indonesia adalah GDI fokus pada penjurian yang menekankan tidak hanya dari desain, tetapi juga segi komersial suatu produk yang memiliki peluang di pasar ekspor.

“Dengan kata lain, GDI ini ditujukan kepada produk-produk yang berorientasi ekspor,” ujar Arlinda.

Pada penyelenggaraan kali ini, GDI 2019 kembali bekerja sama dengan *Japan Institute of Design Promotion* (JDP).

JDP merupakan pihak penyelenggara *G-Mark* di Jepang sejak 1956, yang setiap tahunnya diikuti lebih dari 4.000 peserta dari sejumlah negara seperti Korea Selatan, Taiwan, Thailand, Singapura, China, Hong Kong, dan India.

Melalui kerja sama dengan JDP tersebut, diharapkan penganugerahan GDI juga berhasil membangun reputasi Indonesia di kancah global sebagai salah satu barometer perkembangan desain di dunia.

GDI terbuka bagi pelaku usaha dan desainer yang memiliki kewarganegaraan Indonesia (WNI), serta memenuhi salah satu dari syarat utama, yaitu dibuat di Indonesia dan/atau dijual di Indonesia.

Pendaftaran dapat dilakukan secara daring melalui situs idcc.kemendag.go.id/gdi/ yang dibuka secara resmi pada saat acara peluncuran GDI 2019.



Penyebarluasan Informasi Pasar dan Peluang Ekspor di Kota Batam

Kegiatan Penyebarluasan Informasi Pasar dan Peluang Ekspor berlangsung pada tanggal 28 Februari 2019 di Hotel Sahid Batam Center – Kota Batam. Acara ini diselenggarakan oleh Direktorat Pengembangan Pasar dan Informasi Ekspor (Dit. P2IE) bekerja sama dengan Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Batam dan menghadirkan beberapa narasumber dari Direktorat Pengembangan Pasar dan Informasi Ekspor, Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Batam, Direktorat Perundingan Bilateral dan Pelaku Usaha Makanan Olahan asal Kota Batam. Hadir dalam acara tersebut peserta yang terdiri dari pelaku usaha yang berorientasi ekspor serta perwakilan Pemerintah Daerah di Kota Batam.

Tujuan penyelenggaraan kegiatan ini adalah untuk menyebarluaskan informasi yang telah diperoleh melalui pelaksanaan kegiatan Analisa Pengembangan Pasar Tujuan Ekspor yang dilaksanakan oleh Dit. P2IE pada tahun sebelumnya bagi para pelaku Usaha Kecil dan Menengah (UKM) yang memiliki orientasi ekspor di daerah dalam rangka meningkatkan pertumbuhan ekspor non-migas nasional khususnya ke kawasan Asia Pasifik dan Afrika.

Beberapa informasi yang disampaikan antara lain informasi mengenai upaya menembus pasar non-tradisional, pemanfaatan perjanjian perdagangan bebas yang dimiliki Indonesia dengan mitra dagang sehingga dapat membantu pelaku usaha memperluas pasar ekspor, kegiatan misi dagang, serta

promosi Trade Expo Indonesia 2019. Selain penyampaian informasi, kegiatan ini juga bermaksud untuk memperoleh masukan dan informasi terkait permasalahan yang dihadapi oleh pelaku ekspor khususnya di Kota Batam.

Kegiatan Penyebarluasan Informasi Pasar dan Peluang Ekspor di Kota Batam, Provinsi Kepulauan Riau dimulai dengan penyampaian laporan Panitia Penyelenggara oleh Kasubdit. Pengembangan Pasar Asia Pasifik dan Afrika, Bapak Bobsi Tua Samosir. Kegiatan ini merupakan salah satu upaya Direktorat Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional dalam meningkatkan ekspor melalui kegiatan penyebarluasan informasi dan peluang ekspor kepada pelaku usaha, instansi terkait & akademisi. Informasi yang kami dapatkan

merupakan hasil kajian yang telah dilakukan oleh Atase Perdagangan, ITPC dan Kementerian Perdagangan. Dari hasil acara ini diharapkan pelaku usaha, instansi terkait & akademisi memiliki informasi yang cukup dan dapat mendorong semangat dalam memasarkan produknya ke pasar tujuan ekspor di pasar global. Selanjutnya, melalui penyelenggaraan acara ini sekiranya para pelaku usaha di Kota Batam, Provinsi Kepulauan Riau juga diharapkan dapat menyampaikan aspirasi maupun permasalahan yang dihadapi.

Selanjutnya diikuti dengan penyampaian kata sambutan dan pembukaan oleh Bapak Gustian Riau, Kepala Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Batam. Dalam sambutannya beliau menyampaikan bahwa status Kota Batam sebagai *Free Trade Zone* harus dapat mempermudah hasil produksi pelaku usaha Indonesia untuk diekspor ke luar negeri, bukan malah mempermudah barang impor masuk ke Indonesia. Beberapa terobosan yang telah dilakukan diantaranya adalah mempermudah alur birokrasi yang melibatkan kemudahan perizinan dan koordinasi dengan Ditjen Bea Cukai Kota Batam. Beliau memberi apresiasi

kepada Ditjen PEN atas diselenggarakannya acara ini di Batam. Ia berharap pelaku usaha Batam terus dilibatkan dalam kegiatan pengembangan ekspor Indonesia mengingat lokasinya yang sangat strategis dan menjadi barisan terdepan Indonesia dalam menyaingi Singapura.

Pada sesi pertama, Direktorat Pengembangan Pasar dan Informasi Ekspor memaparkan materi yang mencakup hal-hal seperti: (1) Kinerja perdagangan nasional; (2) perkembangan ekspor-impor dari Provinsi Kepulauan Riau; (3) strategi pengembangan ekspor; dan (4) layanan terpadu yang diberikan Ditjen Pengembangan Ekspor Nasional. Terkait strategi pengembangan ekspor kami menyampaikan bahwa Kemendag telah menugaskan 3 (tiga) unit eselon I untuk saling berkoordinasi dalam mempermudah pelaku usaha dalam mengakses pasar luar negeri, yang meliputi:

- Direktorat Jenderal Perundingan Perdagangan Internasional terkait negosiasi bilateral, regional, dan multilateral guna menurunkan hambatan masuk ke pasar luar negeri;

- Direktorat Jenderal Perdagangan Luar Negeri terkait kemudahan perizinan ekspor, fasilitasi dan pengamanan perdagangan luar negeri; dan
- Direktorat Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional terkait kemudahan informasi, peluang ekspor, pelatihan dan pengembangan kapasitas eksportir, pengembangan produk dan pasar ekspor serta promosi ekspor.

Selain itu kami juga menjelaskan layanan terpadu yang difasilitasi oleh DJPEN yaitu Pelayanan *Customer Service Center* (CSC) dan *Membership Services* yang didalamnya mencakup: Layanan Pembeli, Informasi Ekspor, Layanan Inquiry, Konsultasi Bisnis, *Permanent Trade Display* (PTD) dan *Membership Services*.

Pemaparan selanjutnya dipaparkan oleh Ibu Nina Damajanti, Kasubdit Perundingan Bilateral Wilayah Asia Tenggara dan Pasifik, Ditjen PPI Kemendag. Beliau memaparkan materi terkait Menembus Pasar Ekspor Prospektif melalui Kesepakatan Bilateral. Terdapat beberapa tantangan perdagangan global yang sedang dihadapi dunia saat ini



antara lain kebangkitan kebijakan populisme yang mengakibatkan beberapa negara mitra dagang menerapkan proteksionisme yang meningkatkan hambatan dagang. Sentimen anti globalisasi ini menyebar di Amerika dan Eropa, namun tidak dengan Asia yang menjadi terdepan dalam pertumbuhan ekonomi dunia dengan memanfaatkan banyak perjanjian bilateral maupun multilateral. Perjanjian Dagang terkait erat dengan meningkatnya nilai serta volume perdagangan dunia. Beberapa perjanjian yang ada di negara Asia dan Afrika adalah: 1) IJEPA (Jepang); 2) IP-PTA (Pakistan); 3) IA-CEPA (Australia); 4) IM-PTA (Mozambique); 5) IT-PTA (Tunisia); 6) II-PTA (Iran); dan 7) Indonesia Pakistan PTA. Para pelaku usaha dapat memanfaatkan perjanjian yang ada dengan utilisasi Form Surat Keterangan Asal (SKA) Preferensi yang dapat mengurangi biaya ekspor sehingga dapat meningkatkan daya saing Indonesia di perdagangan internasional.

Pembicara selanjutnya adalah Ibu Rosmaini Alesha, pelaku usaha dari Batam dengan produk keripik pisang Narata. Ia membagikan

motivasi kepada para pelaku usaha yang hadir untuk melakukan ekspor. Hingga saat ini produknya telah diekspor ke Tiongkok dan negara ASEAN. Ia menceritakan perjalanan bisnisnya sedari awal ketika ia mengalami kesulitan dalam mendapat modal hingga sukses seperti sekarang. Ia menyemangati para pelaku usaha lain untuk terus belajar dan mengamati langsung pasar ekspor di negara tetangga untuk mengetahui selera pasar mereka. Selain itu ia juga menyarankan agar UKM terus berinovasi terhadap produknya agar dapat dilirik pembeli. Beberapa inovasi yang ia lakukan adalah dalam metode pemasakan dimana ia menggunakan mesin vacuum frying dan inovasi pada desain kemasan. Ibu Rosmaini juga salah satu pelaku usaha yang sukses dari hasil memanfaatkan program Disperindag, Pemerintah dan mitra lain dengan pelatihan kapasitas UKM.

Pada kegiatan ini kami juga melakukan kunjungan ke Kampung Resepi di Kota Batam untuk mengetahui lebih lanjut tentang kendala yang mereka hadapi. Kampung Resepi memproduksi Makanan Ringan

tradisional Indonesia yang berasal dari bahan utama Kelapa yaitu semprong (*coconut roll*). Pada tahun 2018 yang lalu, mereka juga telah berpartisipasi pada Trade Expo Indonesia dan telah mendapatkan permintaan pengiriman sampel dari Afrika dan Timur Tengah. Kendala yang mereka hadapi ada pada proses pengiriman yang membutuhkan pengepakan sesuai standar internasional, juga bentuk kemasan yang menarik di pasar ekspor tersebut. Kampung Resepi belum pernah melakukan pengiriman dengan standar tersebut, sehingga mereka meminta bantuan Kementerian Perdagangan untuk mendapatkan fasilitas. Kami menyarankan agar Kampung Resepi dapat menghubungi IDDC untuk dapat mengetahui lebih lanjut desain kemasan yang menarik dan sesuai di negara tujuan ekspor. Kami turut menyarankan agar mereka mengikuti *membership* CSC karena dapat mengetahui informasi terkini seperti pameran, program pemerintah dan *market intelligence* yang dapat mereka manfaatkan untuk meningkatkan peluang pasar.



Kemendag Dorong Penyediaan Fasilitas Pembiayaan Ekspor ke Kawasan Afrika, Asia Selatan, dan Timur Tengah

Kementerian Perdagangan melalui Direktorat Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional (Ditjen PEN) mendorong pengembangan ekspor ke kawasan Afrika, Asia Selatan, dan Timur Tengah dengan menyediakan fasilitas pembiayaan ekspor. Kegiatan ini juga didukung dengan alokasi dana sebesar Rp1,6 triliun berdasarkan Keputusan Menteri Keuangan Nomor 1/KMK.08/2019.

"Kementerian Perdagangan menyiapkan pemberian fasilitas pembiayaan ekspor ke kawasan Afrika, Asia Selatan, dan Timur Tengah. Fasilitas berupa pembiayaan, penjaminan, dan/atau asuransi atas ekspor barang maupun jasa sepanjang memenuhi kontribusi dalam negeri. Dengan fasilitas ini diharapkan dapat semakin meningkatkan kinerja ekspor Indonesia," jelas Direktur Jenderal PEN Arlinda.

Kawasan Afrika, Asia Selatan, dan Timur Tengah merupakan pasar potensial untuk produk Indonesia. Total nilai perdagangan Indonesia dengan Afrika pada periode Januari - November 2018 sebesar USD 10,38 miliar atau naik 30,15 persen dibandingkan periode yang sama tahun sebelumnya.

Sedangkan total nilai perdagangan Indonesia dengan negara-negara kawasan Asia Selatan pada periode Januari - November 2018 mencapai USD 22,28 miliar atau meningkat 7,04 persen dibandingkan periode yang sama tahun sebelumnya. Sementara itu, dengan Timur Tengah pada periode dan tahun yang sama mencapai USD 12,63 miliar atau naik 16,61 persen dibanding periode yang sama tahun 2017.

Menurut Arlinda, dukungan fasilitas pembiayaan sangat diperlukan oleh pelaku usaha berorientasi ekspor, khususnya dalam hal pemenuhan bahan baku dari pemasok, promosi dan pemasaran, serta kemudahan untuk mendapatkan akses pembiayaan ekspor yang lebih mudah dan bunga yang lebih kompetitif.

"Fasilitas ini diharapkan akan meningkatkan daya saing dan nilai tambah produk Indonesia, mendukung pertumbuhan industri dalam negeri, serta peningkatan dan pengembangan ekspor jangka panjang ke kawasan Afrika, Asia Selatan, dan Timur Tengah," kata Arlinda.

Para pelaku ekspor yang dapat memanfaatkan fasilitas ini yaitu semua badan usaha, baik

berbentuk badan hukum maupun tidak berbentuk badan hukum, termasuk perorangan yang melakukan kegiatan ekspor. "Kami juga mendorong para pelaku usaha yang kegiatan ekspornya dapat membawa dampak positif secara langsung kepada pemasok yang merupakan pelaku usaha kecil dan mikro," tandas Arlinda.

Direktur Kerja Sama Pengembangan Ekspor Marolop Nainggolan menyampaikan, bagi para pelaku usaha yang berminat memanfaatkan fasilitas pembiayaan ini dapat berhubungan langsung dengan LPEI atau dapat menyampaikan maksud tersebut melalui Ditjen PEN.

Marolop juga menekankan, Kemendag selalu memberikan dukungan kepada para pelaku usaha, apalagi yang dapat memberikan kontribusi terhadap kinerja ekspor Indonesia. Selain fasilitas pembiayaan ekspor, dukungan yang diberikan antara lain berupa pelatihan ekspor, pemberian informasi peluang pasar ekspor, dan pengembangan desain produk. "Ini dimaksudkan untuk meningkatkan kinerja ekspor dan membangun citra merek Indonesia ke pasar nontradisional," pungkas Marolop.



“ Dukungan fasilitas pembiayaan sangat diperlukan oleh pelaku usaha berorientasi ekspor, khususnya dalam hal pemenuhan bahan baku dari pemasok, promosi dan pemasaran, serta kemudahan untuk mendapatkan akses pembiayaan ekspor yang lebih mudah dan bunga yang lebih kompetitif. “

“ Kemendag selalu memberikan dukungan kepada para pelaku usaha, apalagi yang dapat memberikan kontribusi terhadap kinerja ekspor Indonesia.

Selain fasilitas pembiayaan ekspor, dukungan yang diberikan antara lain berupa pelatihan ekspor, pemberian informasi peluang pasar ekspor, dan pengembangan desain produk. “

daftar importir

1. AL GARAS FOR SPICES & HERB INDUSTRY

New borg El Arab City Industrial Zone 3

Tel : (+203) 4599246, 4599247

Fax : (+203) 454052

Email : info@algarasspices-herbs.com

Produk yang Diminati:

Cocoa Powder, Not Containing Added Sugar/Other Sweetening Matter, Coconut Desicated, Coffee Beans, Spices

2. RETAJ FOR IMPORT AND EXPORT

4 Obour Building Salah Salem, Egypt

Tel : (+20) 1006169170

Email : retaj1@live.com

Produk yang Diminati:

Coffee, Spices

3. KAMDAR COMPANY

AL HAJ Rajab St, White Manor Abu Zaanar Center, Khanka, Qayubiya, Egypt

Tel : +20113321297, 20127440680

Email : kamdar14@hotmail.com

Produk yang Diminati:

Spices, Tuna in Water Canned

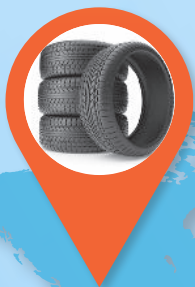




“Pertumbuhan pasar kunyit dunia didorong oleh penggunaannya dalam suplemen makanan herbal. Pasar global untuk kunyit diperkirakan akan tumbuh sebesar 12% setiap tahun dari 2015 hingga 2022. Pada 2022, pasar ini diperkirakan akan mencapai 1,3 ribu ton pada US\$ 84 juta.”

TRADE **X** PO Indonesia

2019
Jakarta



Manufactured
Goods and Services



Knock Down House
and Garden Furniture



Fashion, Lifestyle and
Creatives Products



Food and
Beverages



Premium SME's
Products

P
r
o
d
u
c
t
s
&
S
e
r
v
i
c
e
s



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
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

CSC@kemendag.go.id
 CSC Kemendag
 @cscKemendag