

WARTAEKSPOR



Primaniyarta & Primaduta 2019

**Penghargaan untuk
Eksportir Berprestasi
dan Buyer Loyal**



editorial

Pemerintah Indonesia terus mendukung peningkatan ekspor. Hal ini ditunjukkan dalam bentuk apresiasi pemerintah Indonesia melalui penyerahan penghargaan kepada pelaku usaha yang diberikan dalam bentuk Primaniyarta untuk eksportir nasional dan Primaduta untuk importir luar negeri yang secara kontinyu menjalin hubungan dagang dengan Indonesia.

Pada edisi ini dalam Tajuk Utama kami tampilkan ulasan mengenai Penghargaan Primaniyarta dan Primaduta 2019. Sedangkan untuk Kisah Sukses mengulas tentang salah satu perusahaan penerima Primaniyarta 2019, CV Seken yang menganut konsep *Harmony, Simplicity*, dan *Awareness* dalam setiap produknya.

Pada edisi kali ini, kami menampilkan Kegiatan DJPEN di bulan September 2019 yaitu Partisipasi Kemendag pada China-ASEAN Expo (CAEXPO) ke-16 tanggal 21–24 September 2019 di *Nanning International Convention & Exhibition Center* (NICEC). Informasi lainnya pada Sekilas Info memuat tentang Peluang Produk Farmasi di Bulgaria yang membuka aksesnya untuk produk herbal Indonesia.

Selamat membaca!

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

PEN/MJL/010/10/2019

Pelindung / Penasehat :
Dody Edward

Pemimpin Umum :
Iriana Trimurty Ryacudu

Pemimpin Redaksi :
Astri Permatasari

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>

daftar isi



4

TAJUK UTAMA

Primaniyarta & Primaduta 2019

Kementerian Perdagangan kembali memberikan penghargaan rutin sebagai bentuk apresiasi atas kinerja pelaku usaha yang membanggakan sehingga membantu perekonomian nasional. Apresiasi tersebut diberikan kepada eksportir nasional berprestasi dalam bentuk penghargaan Primaniyarta serta untuk importir terbaik yang mendukung peningkatan ekspor melalui penghargaan Primaduta.

EDITORIAL

2

KISAH SUKSES

CV SEKEN
Making Second Life of Wood

12

SEKILAS INFO

Peluang Produk Farmasi di Bulgaria

16

ALAMAT PENTING DI BULGARIA

19

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

Indonesia, *Country of Honor* China-
ASEAN Expo 2019!

14



tajuk utama



CV Omyra Global Resources

CV Seken

Primaniyarta & Primaduta 2019

Penghargaan untuk
Eksportir Berprestasi dan *Buyer Loyal*

tajuk utama



Pada acara pembukaan *Trade Expo Indonesia* (TEI) 2019 di *Indonesia Convention Exhibition*, Bumi Serpong Damai, Tangerang, Banten, Rabu (16/10), Kementerian Perdagangan kembali memberikan penghargaan rutin sebagai bentuk apresiasi atas kinerja pelaku usaha yang membanggakan sehingga membantu perekonomian nasional. Apresiasi tersebut diberikan kepada eksportir nasional berprestasi dalam bentuk penghargaan Primaniyarta serta untuk importir terbaik yang mendukung peningkatan ekspor melalui penghargaan Primaduta.

Kedua penghargaan diberikan langsung oleh Wakil Presiden RI Jusuf Kalla kepada 26 perusahaan nasional penerima Primaniyarta 2019 dan 45 *buyers* penerima Primaduta 2019 yang berasal dari 31 negara. "Pemberian penghargaan merupakan langkah strategis pemerintah untuk mengapresiasi baik eksportir maupun *buyer* yang memiliki kontribusi dalam peningkatan volume perdagangan Indonesia. Diharapkan, para *buyer* ini terus membina jaringan kerja sama dengan para eksportir Indonesia," jelas Direktur Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional Dody Edward. "Pada Primaduta tahun ini 4 di antaranya

diberikan penghargaan khusus *Challenging Market* yang berasal dari negara Nigeria, Pakistan, Bangladesh, dan Timor Leste," lanjutnya.

Penghargaan khusus *Challenging Market* diberikan sebagai apresiasi khusus kepada para *buyer* dan juga perwakilan Indonesia di negara-negara rawan dan berbahaya. "Kategori ini diperlukan atas kontribusi dalam penggalangan kerja sama ekonomi dengan *buyer* di wilayah yang secara politik, ekonomi, sosial, keamanan dikategorikan rawan dan/atau berbahaya," jelas Dirjen Dody.

PENGHARGAAN PRIMANIYARTA

Perusahaan yang berhak menerima Primaniyarta adalah perusahaan yang memiliki kinerja ekspor yang baik dengan tren ekspor meningkat, taat pajak, bersih dari masalah lingkungan, memiliki manajemen tenaga kerja yang baik, tidak terlibat dalam *illegal trading*, tidak memiliki kredit macet, tidak terkait dengan pelanggaran HKI dan yang semuanya telah diverifikasi oleh instansi teknis di bidang masing-masing.

"Penilaian juga mencakup aktivitas promosi, apabila promosi semakin lengkap dan berkesinambungan maka semakin tinggi pula penilaian prestasi eksportir tersebut. Selain itu upaya promosi di pasar negara tujuan ekspor yang telah dan tengah dilakukan para eksportir juga menggambarkan keseriusan mereka dalam meningkatkan pangsa pasar," lanjut Dirjen Dody. Untuk itu penguasaan produk di pasar negara tujuan ekspor yang diupayakan eksportir masuk ke dalam kriteria penilaian. Penguasaan pasar tidak hanya pada tingkat perdagangan besar (*wholesale market*), tapi juga termasuk perdagangan eceran atau *retail market*. Semakin besar penguasaannya di pasar, maka semakin tinggi kinerja eksportir tersebut.

Pada penyelenggaraan tahun ini, Tim Evaluasi diketuai oleh Sekretaris Direktorat Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional Kementerian Perdagangan, Ganef Judawati, dengan anggota perwakilan instansi terkait yaitu Direktorat Jenderal Pajak, Kementerian Keuangan; Direktorat Jenderal Bea dan Cukai, Kementerian Keuangan; Direktorat Jenderal Pembinaan Hubungan Industrial dan Jaminan Sosial Ketenagakerjaan, Kementerian Tenaga



Kerja; Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual, Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia; Pusat Standardisasi Lingkungan Hidup dan Kehutanan, Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan; Lembaga Pembiayaan Ekspor Indonesia; Otoritas Jasa Keuangan; Direktur Pengembangan Produk Ekspor, Kementerian Perdagangan, Ari Satria; Direktur Pengembangan Pasar dan Informasi Ekspor, Kementerian Perdagangan, Iriana Trimurty Ryacudu; Rahayubudi selaku pakar Primaniyarta; Redaktur Kompartemen Majalah SWA, Kusnan M. Djawahir; dan Redaktur Majalah SWA, Sudarmadi.

Sedangkan penjurian peserta Primaniyarta dilakukan tim independen yang ditetapkan berdasarkan Keputusan Menteri Perdagangan Nomor 803 Tahun 2019 Tentang Pembentukan Tim Evaluasi dan Tim Juri Penghargaan Primaniyarta Tahun 2019. Tim Juri Primaniyarta 2019 yang diketuai oleh Direktur Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional Kementerian Perdagangan, Dody Edward, dengan anggota Eko Suwardi (Universitas Gajah Mada), Bambang Soedaryono (Universitas Trisakti), T.M. Zakir Machmud (Universitas Indonesia), Kemal Effendi Gani (Majalah SWA), Arif

Zulkifli (Majalah Tempo), Don Bosco Selamun (MetroTV), Ninuk Mardiana Pambudy (Kompas), Hery Trianto (Bisnis Indonesia), Apni Jaya Putra (TVRI), Yuswohady (Inventure Indonesia), Johnny Darmawan Danusasmitha (KADIN), Shinta Widjaja Kamdani (KADIN), Thomas Darmawan (KADIN), Utama Kajo (KADIN), Gunawan Suryomurcito (Pakar HKI), Rahayubudi (Pakar), dan Priyo Pratomo (Penasehat Desain Nasional Indonesia).

Berdasarkan Keputusan Tim Juri pada Penjurian yang dilaksanakan pada tanggal 26 September 2019 yang kemudian ditetapkan dalam Keputusan Menteri Perdagangan 1318 Tahun 2019 sebanyak 26 perusahaan penerima Penghargaan Primaniyarta 2019 yaitu:

Kategori Eksportir Berkinerja PMDN

1. PT PAN Brothers Tbk, Banten, memproduksi *polo shirt, golf shirt, track suit, sweat shirt, short, casual pants, dress shirt*.
2. PT Sekar Bumi Tbk, Jawa Timur, memproduksi *frozen shrimp/seafood, frozen processed food, frozen food*.

3. PT Untung Bersama Sejahtera, Jawa Timur, memproduksi perhiasan.
4. PT Indesso Aroma, Jawa Tengah, memproduksi *aromatic chemicals, essential oil, natural extract*.

Kategori Eksportir Berkinerja PMA

1. PT Toyota Motor Manufacturing Indonesia, Jawa Barat, memproduksi kendaraan bermotor dengan merek Toyota.
2. PT Indah Kiat Pulp & Paper Tbk, Riau, memproduksi kertas kemasan, kertas.
3. PT Indo-Rama Synthetics Tbk, Jawa Barat, memproduksi *polyester filament yarn, spun yarn, pet resin, polyester staple fibre, polyester filament fabrics*.
4. PT Riau Andalan Kertas, Riau, memproduksi kertas.

Kategori Eksportir Pembangun Merek Global

1. PT Ferron Par Pharmaceuticals, Jawa Barat, memproduksi tablet dengan merek Glucient Sr, Glucient, Glumin Xr, Diabemin.



2. PT Kalbe Farma Tbk, Jawa Barat, memproduksi *over the counter nutrition, etrical, consumer nutrition* dengan merek Mixagrip, Diabetasol, Brainact, Procold, Extra Joss, Milna, Fitbar.
3. PT Gajah Tunggal Tbk, Banten, memproduksi PCR/LTR, OTR/TB/LTB/ID, MC, TBR dengan merek GT Radial, Gajah Tunggal, Zeneos Giti.
4. PT Insera Sena, Jawa Timur, memproduksi sepeda dengan merek Polygon.
5. PT Pabrik Kertas Tjiwi Kimia Tbk, Jawa Timur, memproduksi kertas tulis, kertas NCR, buku tulis, dengan merek Paperplus, Extraprint, Rainbow Carbonless, Enlivo, Paperline, Sinarline, Inspira.

Kategori Eksportir Pelopor Pasar Baru

1. PT Indoexim International, Jawa Tengah, memproduksi *furniture*.
2. PT Kampung Kearifan Indonesia, Jawa Barat, memproduksi gula kelapa kristal organik, minyak kelapa, keripik kelapa, beras organik, selai kelapa organik, mie sayur.

3. PT Mega Andalan Kalasan, DI Yogyakarta, memproduksi *beds mechanical, beds electric, table operating, table examination, table overbed, cabinet, storage, bedside, chair examination, podiatri, stretchers*.
4. PT Pertiwi Agung (Mensa Group), DKI Jakarta, memproduksi *energy drink powder*.
5. PT Universal Indofood Product, Sumatera Utara, memproduksi *snack*.

Kategori Eksportir Potensi Unggulan Usaha Menengah

1. PT Bio Takara, Jawa Tengah, memproduksi rambut palsu.
2. PT Queen Pacific Suksesabadi, DKI Jakarta, memproduksi sandal.
3. CV Inagro Jinawi, Jawa Tengah, memproduksi gula kelapa kristal organik.
4. CV Bina Niaga Multiusaha, Jawa Barat, memproduksi *cold rolled stainless, steel strip*.

Kategori Eksportir Potensi Unggulan Usaha Kecil

1. PT Retota Sakti, DKI Jakarta, memproduksi tirai/*hand woven blinds*.
2. PT Coco Sugar Indonesia, Jawa Tengah, memproduksi gula kelapa organik.
3. CV Omyra Global Resources, Jawa Tengah, memproduksi briket arang tempurung kelapa.
4. CV Seken, DI Yogyakarta, memproduksi *furniture, decoration*.

PENGHARGAAN PRIMADUTA

Primaduta merupakan salah satu program inisiasi Kemendag melalui Ditjen PEN yang tahun ini memasuki tahun ke-6, sebagai upaya dalam meningkatkan capaian pertumbuhan ekspor Indonesia ke pasar dunia. Salah satu faktor ialah andil para *buyer* di setiap negara target ekspor Indonesia. Sebagai mitra kerja eksportir, mereka berperan penting dalam menentukan sumber atau asal negara dari produk yang akan dibeli. Primaduta diberikan





kepada *buyer* yang memiliki loyalitas yang tinggi dalam upaya memperluas jaringan kerja ekspor dan menjaga kontinuitas perdagangan antar negara serta mengembangkan produk yang akan dibeli dari Indonesia.

Pemberian Penghargaan Primaduta dilakukan melalui seleksi yang sangat ketat. Pengusulan calon penerima penghargaan dilakukan oleh Perwakilan R.I. di luar negeri dengan terlebih dahulu melalui proses verifikasi. Pemberian Penghargaan Primaduta merupakan langkah strategis dan promotif yang dilakukan Pemerintah Indonesia untuk menghargai *buyer* yang memiliki kontribusi dalam peningkatan volume perdagangan Indonesia. Memperhatikan hal tersebut, maka pemberian Penghargaan Primaduta akan menjadi agenda rutin di tahun mendatang dengan melibatkan lebih banyak peran serta Perwakilan RI di luar negeri dalam pengusulan calon penerima Penghargaan Primaduta.

Tim Juri Penghargaan Primaduta ini dipimpin Dody Edward selaku Dirjen PEN dengan anggota yang terdiri atas para pejabat pemerintah dan profesional yang mewakili pemangku kepentingan terkait, yaitu Ina Hagniningtyas Krisnamurthi (Kementerian Luar Negeri), Heru Pambudi (Ditjen Bea dan Cukai Kementerian Keuangan), Sukma Ningrum (Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian), Benny Soetrisno (Kadin Indonesia), Fransiscus Welirang (Kadin Indonesia), Shinta Kamdani (Kadin Indonesia), Ade Sudrajat (Asosiasi Pertekstilan Indonesia), Kanya Lakshmi (Gabungan Pengusaha Kelapa Sawit Indonesia), Kiki Verico (Universitas Indonesia), Kemal E. Gani (Majalah SWA), Don

Bosco Selamun (Metro TV), dan Mohammad Bakir (Harian Kompas).

Usulan penerima Primaduta Award tahun ini sebanyak 303 *buyer* yang diajukan 61 perwakilan Indonesia di luar negeri dari 52 negara. Pengusulan *buyer* calon peserta dilakukan melalui validasi perwakilan Indonesia di luar negeri. Kemudian datanya diverifikasi kembali oleh tim verifikasi yang terdiri dari Kemendag, Kemenkeu, serta Kemlu. Data yang telah terverifikasi disaring kembali berdasarkan konsistensi impor selama lima tahun berturut-turut dan memiliki tren serta kinerja nilai impor yang selalu meningkat. "Dalam menghadapi persaingan pasar global yang semakin kompetitif dan agresif, kedekatan hubungan antara *buyer* dengan eksportir maupun perwakilan RI harus dipertahankan dan bahkan ditingkatkan. Penghargaan Primaduta diharapkan dapat mempererat hubungan kerja sama yang telah terjalin yang pada akhirnya berkontribusi bagi peningkatan perdagangan dan perekonomian nasional," pungkas Dody.

Berdasarkan Keputusan Tim Juri yang kemudian ditetapkan dalam Keputusan Menteri Perdagangan Nomor 1317 Tahun 2019, terpilih sebanyak 45 perusahaan penerima Penghargaan Primaduta 2019 yaitu:

KATEGORI PASAR EKSPOR UTAMA

Produk Industri/Manufaktur

1. Philippine Associated Smelting and Refining Corp., Filipina, untuk produk *copper ores*.

2. Toyota Motor Philippines Corporation, Filipina, untuk produk *motor cars and other motor vehicles*.
3. Toyota Motors Vietnam, Vietnam, untuk produk *automotive and parts*.
4. Dansuk Industrial Co., Ltd., Korea Selatan, untuk produk *industrial monocarboxylic*.
5. Samick Musical Instruments Co., Ltd., Korea Selatan, untuk produk gitar.
6. Vietnam Suzuki Corp., Vietnam, untuk produk *rubber mat*.
7. Standard Car Truck, Amerika Serikat, untuk produk *axles for electrical purposes*.

Produk UMKM

1. The Charcoal, Inc., Korea Selatan, untuk produk *wood charcoal*.
2. MSC Co., Ltd., Korea Selatan, untuk produk *seaweed*.
3. Censea, Inc., Amerika Serikat, untuk produk *frozen shrimp*.
4. Sumitomo Forestry Co., Ltd., Jepang, untuk produk *fibreboard of wood*.
5. General Cocoa, Amerika Serikat, untuk produk *cocoa butter, fat, oil*.
6. Vara Food & Drink, Co., Ltd., Thailand, untuk produk *dried fruit*.
7. PT Sari Sihat (M) SDN BHD, Malaysia, untuk produk *spices*.
8. S.P.K.M. Rajamani, India, untuk produk *extract vegetables*.



KATEGORI PASAR POTENSIAL

Produk Industri/Manufaktur

1. Abdul Latif Jameel Co., Ltd., untuk produk *motor cars and other motor vehicles*.
2. Maula Aldawiah Trading and Co., Arab Saudi, untuk produk *soya sauce*.
3. El Fahd Paper Industry, Mesir, untuk produk *uncoated paper*.
4. Guabifios Produtos Texteis Ltda., Brazil, untuk produk *yarn*.
5. Innovative Timber Ideas (ITI) Pty. Ltd., Australia, untuk produk *wood*.
6. Arnold Suhr Netherlands B.V., Belanda, untuk produk *chemical*.
7. Perfumeria La Mora S.A. De C.V., Mexico, untuk produk *false eyelashes*.
8. Soyuzsnab JSC, Rusia, untuk produk *margarine*.
9. Ernesto Ventos S.A., Spanyol, untuk produk *extrace vegetables*.
10. Hashemizadeh Trading Co., Ltd., Uni Emirat Arab, untuk produk *sugar confectionery*.
11. Tramaco GmbH., Jerman, untuk produk *chemical*.

Produk UMKM

1. Fok Hing (HK) Trading Ltd., Hong Kong, untuk produk *pepper*.
2. Said Bawazir Trading Corp., Arab Saudi, untuk produk *tuna*.

3. Al Yemeni Café, Mesir, untuk produk *coffee*.
4. Zahret El Bon El Brazil, Mesir, untuk produk *coffee*.
5. Mohammed Bawazir For Trading Co., Arab Saudi, untuk produk *sardine*.
6. Pacific Rim Wood Limited, United Kingdom, untuk produk *doors panel of wood*.
7. Tribu N.V., Belgia, untuk produk *furniture (seat with metal frames)*.
8. Vincent Sheppard NV, Belgia, untuk produk *furniture (seat with rattan)*.
9. Blaser Trading AG., Swiss, untuk produk *coffee*.
10. Loiret & Haentjens/Depatment Navimoex, Perancis, untuk produk *dried fruit*.

KATEGORI PASAR PROSPEKTIF

Produk Industri/Manufaktur

1. Derco Peru S.A., Peru, untuk produk *part & accessories for tractors*.
2. Nike de Chile, Chile, untuk produk *footwear*.
3. Fair Play S.R.L. / Atletica Bolivia S.R.L, Bolivia, untuk produk *sport footwear*.
4. Hankook Tire Hungary Ltd., Hungaria, untuk produk *tyres*.

Produk UMKM

1. Extractos Naturales Gelymar S.A., Chile, untuk produk *seaweed*.

KATEGORI KHUSUS CHALLENGING MARKET

1. Orange Drugs Ltd., Nigeria, untuk produk *medicament*.
2. Wahed Group of Companies, Pakistan, untuk produk *palm oil*.
3. M/S Islam Motors Ltd., Bangladesh, untuk produk *tyres*.
4. Roman Star Unipessoal LDA, Timor Leste, untuk produk *water*.

Selamat!

kisah sukses



Making Second Life of Wood



Didirikan pada tahun 2014 di Yogyakarta dan memulai ekspor setahun setelahnya, CV Seken atau Seken Living menggunakan kayu jati reklamasi sebagai material utama dalam industri mebelnya. Awalnya, Seken memproduksi mebel seperti meja dan lemari. Hingga kini, Seken telah diversifikasi produknya ke dekorasi berbahan baku akar jati dan membuat *tableware* kayu seperti piring, sendok, dan mangkuk dengan hiasan ukiran. "Kami juga develop produk *lighting*, kain, dan anyaman, sehingga koleksi kami meliputi *furniture, decoration, lighting*, dan *fabric*," kata pemilik dan CEO Seken, Ferryal.

Saat ini koleksi Seken terbagi atas *Basic, Decoration, Ethnic, Industrial, Lighting*, dan *Organic*. Basic mengusung tema Salsa, Retro, Sultur, Premium, Claudia, dan Chic. *Decoration* meliputi produk *table ware, palm pot, planters, sculpture, planters*, dan *accessories*. Koleksi *Ethnic* adalah Layla, Kelir, dan Lingga. Produk bertema Industrial dikeluarkan dengan koleksi Tom, Nilu, Geovani, Lamia, dan Sturdy. Produk *Lighting* meliputi produk *hanging lamp, table lamp*, dan *wall lamp*. Sedangkan *Organic* mengusung tema Teak Original, Ulina, dan Routy.

Seken dimulai dengan satu konsep dasar yang membangkitkan kenangan masa lalu melalui koleksinya yaitu *Rough, Irregular*, dan *Imperfection* yang memiliki kisah indah di dalamnya. Semua bahan utama menggunakan kayu reklamasi seperti kayu jati dan kayu besi reklamasi yang mampu diubah menjadi mebel baru dan abadi. Pada akhirnya, tujuan Seken memberi kehidupan kedua dari kayu untuk menciptakan hari esok yang lebih hijau dengan menggunakan bahan reklamasi telah tercapai.

"Sebagai upaya mempertahankan lingkungan, kami hanya menggunakan bahan dari produk kami. Kami tidak menebang pohon, tapi kami

mendapatkannya dari rumah-rumah tua. Selain nilai historis kayu yang digunakan juga memiliki kualitas yang baik. Namun kayu yang cacat atau terluka bukanlah hal yang buruk karena kami menganggap bahwa kayu cacat bekas pakai memiliki benda bersejarah yang luar biasa untuk menghasilkan produk dengan desain rustik dan antik,” jelas Ferryal.

Visi Seken adalah menjadi perusahaan ekspor profesional yang mampu bersaing di pasar global. Sedangkan misinya adalah membangun lingkungan kerja produktif, memproduksi furniture berkarakter dan berkualitas, membangun kepercayaan konsumen, dan melayani dengan hati. Produk-produk Seken telah diekspor ke berbagai negara di antaranya Belgium, Germany, Italy, USA, Chile, Spain, Singapore, Australia, UAE, Denmark, Canada, Rusia, Portugal, China, Taiwan, Netherlands, France, Greece, Israel, dan South Africa. Kapasitas produksi Seken hingga tahun lalu telah mencapai 8 x 40 kaki persegi/bulan.

Dalam strategi pemasarannya, Seken rutin berpartisipasi pada banyak pameran dagang baik di dalam dan luar negeri di antaranya

Indonesia International Furniture Expo (IFEX) Jakarta, Trade Expo Indonesia (TEI) Banten, The Resources of Indonesian Craft Trade Fair (Crafina) Jakarta, The International Furniture and Interiors Fair Imm Cologne Jerman, dan The China International Furniture Fair (CIFF) Shanghai RRT. Seken juga aktif melakukan pemasaran melalui e-catalog, e-commerce, official social media, dan official website.

PRODUK

Produk Seken menganut konsep *Harmony, Simplicity* dan *Awareness* yang berarti kita semua berbagi planet bumi ini, kita harus belajar hidup dalam harmoni dan damai satu sama lain dan dengan alam. Keindahan produk Seken akan ditemukan di setiap desain dengan menghadirkan sentuhan nyata, asli, dan alami karena melalui kesederhanaan akan muncul keindahan luar biasa.

Welcome to our journey.

Head Office & Factory:

Jl. Besi-Jangkang Km.3, Sukoharjo, Ngaglik, Sleman, Yogyakarta

Phone. +62 274 446 1410 / +62 274 446 1410

Showroom:

Jl. Sunset Road no.77 Seminyak, Bali

Phone. +62 361 733 685

Website.

www.sekenliving.com, www.seken.co.id

Email.

info@seken.co.id, sekenwood@yahoo.com

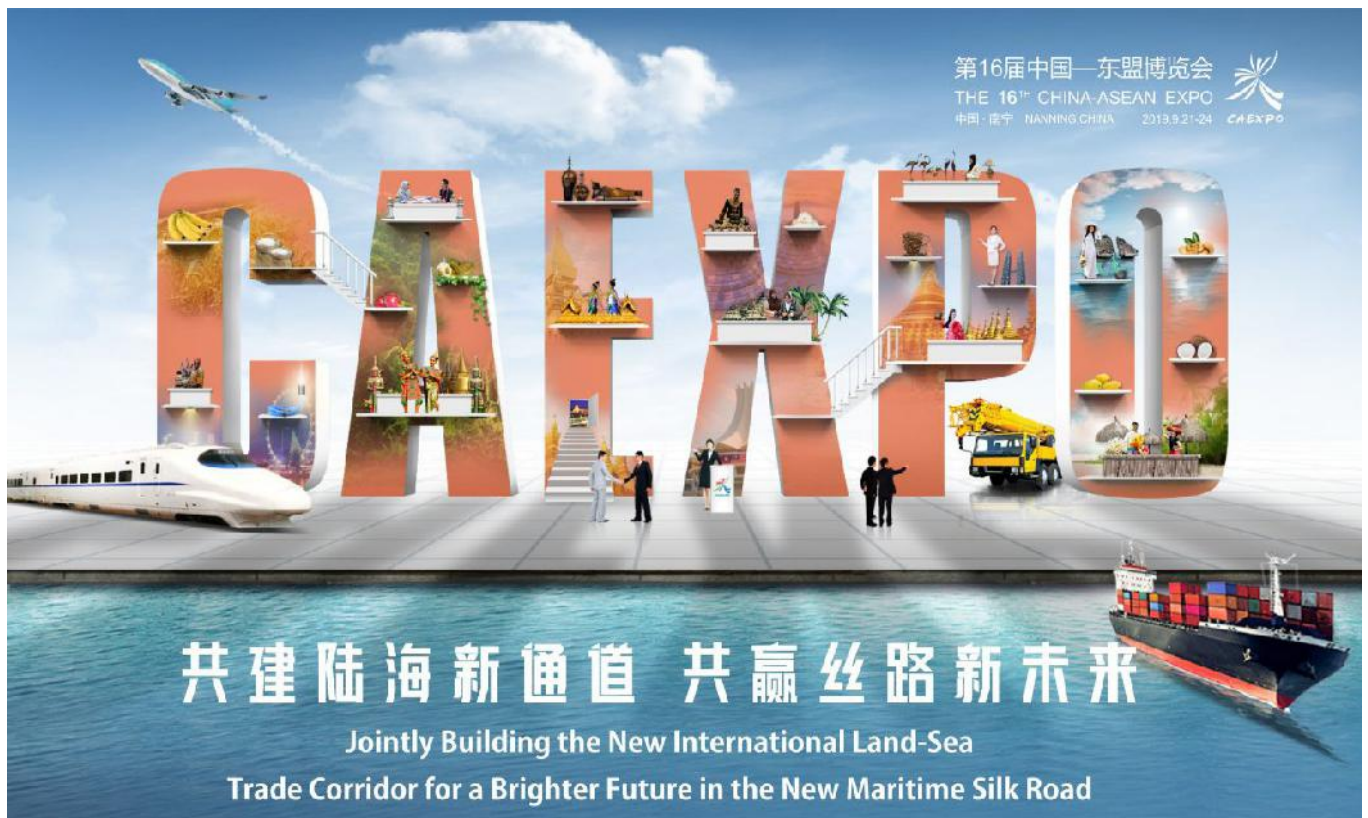
Instagram.

[@sekenliving](https://www.instagram.com/sekenliving), [@sekenwood](https://www.instagram.com/sekenwood)



kegiatan DITJEN PEN

Indonesia, Country of Honor China-ASEAN Expo 2019!



Menteri Koordinator Bidang Maritim, Luhut Binsar Panjaitan bersama Menteri Perdagangan, Enggartiasto Lukita dan Wakil Perdana Menteri Tiongkok, Han Zheng meresmikan Paviliun *City of Charm Indonesia* di China-ASEAN Expo (CAEXPO) 2019 bertempat di *Nanning International Convention & Exhibition Center* (NICEC) pada Sabtu 21 September 2019. "Hadirnya Indonesia pada CAEXPO 2019 ini menjadi komitmen kami untuk menjalin kerja sama perdagangan dan investasi dengan Tiongkok dan negara ASEAN lainnya," jelas Menko Luhut yang sekaligus menjadi Ketua Delegasi Indonesia pada CAEXPO 2019.

CAEXPO merupakan salah satu pameran yang rutin diikuti Indonesia guna memperkuat akses pasar dan menjalin kerja sama perdagangan dengan Tiongkok. CAEXPO diikuti 10 negara ASEAN dan tahun ini merupakan partisipasi ke-16 kalinya bagi Indonesia. Penyelenggaraan pameran ini merupakan hasil kesepakatan

pada KTT China-ASEAN ke-7 pada Oktober 2003 di Bali dalam kerangka kerja perdagangan ekonomi CFTA.

Indonesia melalui Kementerian Perdagangan berkomitmen meningkatkan kerja sama perdagangan dan investasi dengan Tiongkok dan negara ASEAN lainnya dengan kembali partisipasi pada CAEXPO ke-16, 21-24 September 2019. Tahun ini, Indonesia menghadirkan Paviliun Komoditi di Hall D5 dengan luas 2.910 m² dan Paviliun Nasional di posisi nomor satu *Hall City of Charm* dengan luas 304 m². Paviliun Komoditi yang diisi 111 perusahaan termasuk PT Santos Jaya Abadi, Asia Pulp & Paper Co Ltd, dan Badan Pengelola Dana Perkebunan Kelapa Sawit (BPDPKS) memamerkan barang konsumsi; makanan dan minuman; fesyen, aksesoris dan perhiasan; dekorasi rumah; dan furnitur. Sedangkan, Paviliun Nasional tahun ini mengusung konsep Rumah Sawit Indonesia yang menampilkan produk sawit dari hulu ke hilir. Partisipasi

Indonesia di CAEXPO juga merupakan salah satu upaya menyeimbangkan perdagangan Indonesia-Tiongkok dan mempromosikan destinasi wisata Indonesia. Pada 16th CAEXPO tahun ini Indonesia mendapatkan empat penghargaan, yaitu: 1) The 16th China-ASEAN Expo *Country of Honor*; 2) The 16th China-ASEAN Expo *Best Industry Organizer*; 3) The 16th China-ASEAN Expo *Best Promotion on Investment Cooperation*; dan 4) The 16th China-ASEAN Expo *Best City of Charm Pavilion*.

Pada pertemuannya dengan Mendag Enggar, Wakil Gubernur Guangxi Yang Jinbai berharap perdagangan Indonesia-Tiongkok dapat dilakukan melalui pelabuhan Teluk Beibu Internasional di Provinsi Guangxi, khususnya untuk buah tropis seperti manggis, nanas, mangga, alpukat, durian dan salak. Selanjutnya, Indonesia akan menindaklanjuti pemanfaatan *free trade zone* di Kota Pingxiang untuk memaksimalkan kinerja ekspor Indonesia ke Tiongkok.

Rangkaian partisipasi pada CAEXPO, Kemendag menggelar *Indonesia Trade and Investment Forum*, 22 September 2019 di NICEC. Forum diawali dengan *welcoming remarks* dari Duta Besar RI untuk China, Djauhari Oratmangun, paparan investasi di Indonesia oleh Kepala BKPM, Thomas Trikasih Lembong, dan dibuka secara resmi oleh Mendag Enggar. Pada forum ini dilakukan penandatanganan *Joint Venture Agreement* PT Daya Barus dengan *State Power Investment Corporation* (SPIC) untuk kerja sama pembangunan *hydroelectric* di Kabupaten Sigi, Sulawesi Tengah, dan penandatanganan MoU PT TAN Indo Sukses dengan Fuzhou Tremendous International Trading Co Ltd untuk *PE Recycle Pellet and Film Products*. Forum diakhiri dengan diskusi panel yang menghadirkan BPDPKS dengan tema *China-Indonesia Palm Oil Business Opportunity*, dan Pertamina dengan tema *SME's Partnership Program*, serta *One-on-One Business Matching* yang dihadiri lebih dari 80 pelaku bisnis kedua negara dari berbagai sektor.

Memanfaatkan CAEXPO 2019, Indonesia menyelenggarakan Forum Bisnis Infrastruktur dan Investasi (*Indonesia Business Infrastructure and Investment Forum*) di Shanghai, 23 September 2019. Pada forum

ini disampaikan pentingnya hubungan bilateral Indonesia-Tiongkok yang meliputi tiga aspek utama penggerak perekonomian yaitu perdagangan, investasi, dan infrastruktur. Indonesia-Tiongkok memiliki banyak produk unggulan yang dapat meningkatkan kerja sama perdagangan yaitu minyak sawit yang merupakan bahan input utama berbagai industri olahan makanan dan minuman, kosmetik, kebutuhan sehari-hari, sampai pada sektor energi; sarang burung walet dengan kualitas terbaik dan kaya nutrisi sehingga baik untuk kesehatan; produk agrikultur terutama buah-buahan tropis; dan sektor perikanan.

Pada pertemuan ini, juga dilakukan perundingan Kemitraan Ekonomi Komprehensif Regional (*Regional Comprehensive Economic Partnership/ RCEP*) dengan 16 negara. Selain RCEP, Indonesia telah menandatangani perjanjian dengan Chile dan *European Free Trade Association* (EFTA) serta memperluas akses ke pasar nontradisional di Turki, Tunisia, dan beberapa mitra kerja sama di kawasan Afrika. Oleh karena itu, Indonesia merupakan hub perdagangan internasional strategis di Asia Tenggara sehingga investor dapat menjadikan Indonesia sebagai hub investasi dan perdagangan untuk kemudahan akses ke negara-negara mitra Indonesia.

PERDAGANGAN INDONESIA-TIONGKOK 2019

Total perdagangan Indonesia-Tiongkok periode Januari-April 2019 tercatat sebesar USD 22,43 miliar. Tren ekspor Indonesia ke Tiongkok 2014-2018 meningkat sebesar 13,8 persen. Ekspor Indonesia ke Tiongkok pada periode Januari-April 2019 tercatat sebesar USD 7,91 miliar. Sedangkan, impor Indonesia dari Tiongkok pada periode yang sama tercatat sebesar USD 14,52 miliar. Tiongkok merupakan mitra dagang terbesar Indonesia ke 1 di dunia. Sedangkan, Indonesia merupakan mitra dagang terbesar Tiongkok ke-15 di dunia.

Produk ekspor nonmigas utama Indonesia ke Tiongkok antara lain batu bara, minyak kelapa sawit, olahan serbuk kayu, dan tembaga. Sedangkan untuk produk impor nonmigas terbesar dari Tiongkok antara lain komponen telepon; mesin pengolahan data otomatis digital dalam bentuk *portable*; serta komponen yang digunakan untuk transmisi radio, radar, radio navigasi, dan modem untuk televisi.



sekilas **info**

Peluang Produk Farmasi di Bulgaria



Dikarenakan tingginya permintaan Bulgaria terhadap produk obat-obatan yang menduduki urutan ke-4 dari seluruh produk yang diimpor Bulgaria dari dunia serta adanya peningkatan 1,56% selama 2013-2017 atau USD 1,16 juta pada tahun 2017 sangat menarik untuk diekspansi lebih jauh. Apalagi didukung dengan ekspor farmasi Bulgaria yang juga meningkat dengan tren positif 0,56% pada periode yang sama. Artinya, kebutuhan Bulgaria terhadap produk tersebut sangat tinggi selain untuk memenuhi kebutuhan masyarakatnya, juga untuk memenuhi kebutuhan ekspor ke negara lain, sehingga Bulgaria merupakan pasar sangat potensial untuk melakukan ekspansi produk obat-obatan. Sedangkan dari sisi *supply*, Indonesia memiliki *supply* yang mampu memenuhi permintaan dunia, hal ini terlihat dari ekspor farmasi Indonesia ke dunia menempati urutan ke-43 dengan tren positif 11,25% pada periode 2013-2017 dengan pertumbuhan tertinggi ketiga di dunia setelah Denmark (26,15%) dan Jepang (13,92%).

Dari beberapa permintaan dari segmen farmasi, suplemen makanan adalah salah satu segmen terlaris dengan pertumbuhan 11% dan diperkirakan mencapai *market size* USD 190 juta. Suplemen makanan telah mengalami peningkatan popularitas selama 5 tahun terakhir dan mencapai lebih dari setengah dari nilai keseluruhan penjualan vitamin dan suplemen makanan, dengan pangsa 53%. Meningkatnya popularitas produk tersebut terutama disebabkan karena suplemen dilihat sebagai produk alami, tidak berbahaya, dan merupakan pengganti yang sehat dari obat tradisional sintetis yang memiliki potensi efek samping. Kategori suplemen makanan paling populer adalah suplemen probiotik, dengan penjualan USD 12 juta pada 2016, yang mewakili 22% dari keseluruhan penjualan suplemen makanan. Meskipun suplemen probiotik meningkat 15% pada tahun 2016, namun pertumbuhan ini menurun bila dibanding pada tahun 2015 sebesar 25%, akibat dari kejenuhan pasar, untuk itu terdapat peluang memasok suplemen ke Bulgaria. Melihat peluang yang besar ini, Indonesia dapat memasarkan *food supplement* ke Bulgaria karena selain menghasilkan cukup banyak jenis suplemen, Indonesia juga terkenal sebagai penghasil produk alami jamu-jamuan, suplemen berbahan herbal atau minyak ikan, jus kesehatan dari buah tropis, minuman hangat seperti bajigur atau bandrek, dan lainnya.

Sedangkan terkait format farmasi, pada tahun 2016 preferensi utama konsumen Bulgaria terhadap produk farmasi hanya dalam bentuk tradisional seperti tablet dan kapsul karena ketersediaannya yang luas. Namun seiring waktu, format alternatif seperti minuman yang diperkaya dengan vitamin, mineral dan lainnya, semakin populer karena mulai tersedia dalam berbagai distribusi, mudah dan nyaman dikonsumsi. Format vitamin dan suplemen makanan yang kini berkembang adalah diferensiasi dan inovasi perusahaan farmasi termasuk tablet dengan efek tahan lama, kapsul gelatin keras dengan konten cair untuk penyerapan yang lebih baik, permen dengan efek instan, dan sejenisnya.

STRUKTUR PASAR

Pasar farmasi Bulgaria terus tumbuh pada tingkat yang lebih tinggi dari pasar *Central and Eastern Europe* (CEE) yang lebih maju dan diperkirakan akan menempati posisi atas untuk tahun-tahun mendatang. Hambatannya adalah ukuran pasar yang relatif kecil atau terbatas karena populasi dan terbatasnya potensi untuk produk yang bernilai tinggi karena pendapatan konsumsi per kapita yang relatif rendah bila dibanding pasar lain di CEE. Sektor obat-obatan Bulgaria tumbuh dengan didorong oleh modernisasi produksi dan investasi asing yang dihasilkan dari keanggotaan UE. Impor menyumbang lebih dari setengah dari total pasar, tetapi ekspor juga tumbuh dengan cepat di pasar *Common Wealth of Independent States* (CIS) yang tumbuh cukup tinggi.

Bulgaria memiliki satu produsen farmasi terbesar, Sopharma, yang memproduksi obat-obatan asli dan generik serta satu-satunya produsen ampul di Bulgaria. Perusahaan ini milik negara hingga tahun 2000, yang kemudian Sopharma menyatukan 6 perusahaan dalam struktur perusahaan yaitu Sopharma AD, Unipharm ASD, Vramed AD, Pharmachim Holding AD, NIFHI AD, dan Rostbalkanpharm. Pada 2007 Sopharma menambahkan Bulgarian Rose dan Sevtopolis AD ke grup perusahaannya. Sevtopolis AD memiliki pabrik yang memproduksi zat *phyto* modul tanaman untuk mengekstraksi bahan aktif tumbuh-tumbuhan. Pasar ekspor utama Sopharma adalah Rusia, Ukraina, dan Polandia. Sopharma juga merupakan pendiri *Association of Bulgarian Pharmaceutical Manufacturers* (ABPhM) yang sangat terintegrasi secara vertikal dengan *wholesaler*

dan kepemilikan sejumlah besar apotek. Sedangkan *Association of Research-based Pharmaceutical Manufacturers* in Bulgaria (ARPharM) didirikan pada tahun 1996 dengan mewakili kepentingan 26 produsen farmasi asal Eropa, AS dan Jepang. Lima perusahaan farmasi utama di Bulgaria adalah Sopharma, Unipharm, Actavis, Zentiva, dan Adipharm.

SALURAN DISTRIBUSI

Struktur perdagangan ini sebagian besar serupa dengan negara anggota UE lainnya, tetapi ada juga sistem farmasi dan perawatan kesehatan yang berbeda, namun distribusi rantai untuk obat-obatan di Bulgaria sangat diatur. Beberapa karakteristik khusus perdagangan farmasi Bulgaria yaitu produsen Bulgaria dan produsen asing menjual produk melalui *wholesaler* yang berbeda baik yang dimiliki produsen lokal atau yang dibeli oleh investor asing yang menjadikan distribusi lebih beragam. Ada dua asosiasi *wholesaler* terdaftar di Bulgaria yaitu *Association of the Wholesalers of Medicines* (AWM) dan *Professional Chamber of Wholesalers* (PCW). Sesuai *Art. 54 Law on Pharmaceuticals and Pharmacies in Human Medicine*, hanya *wholesaler* berlisensi yang dapat melakukan kegiatan *wholesale* di Bulgaria. Lima *wholesaler* farmasi utama Bulgaria yang memasok lebih dari 80% pasar, yaitu Pharmachim, Aquachim, Libra AG, Commercial League, dan Sting LTD.

KETENTUAN PEMASARAN

Di Eropa, segmen suplemen makanan menawarkan peluang terbesar bagi pemasok produk farmasi. Bahan natural untuk produk kesehatan tersebut meliputi bahan baku seperti tanaman obat dan aromatik (*medicinal and aromatic plants*), ekstrak, dan bahan aktif yang digunakan sebagai bahan awal untuk obat-obatan. Suplemen potensial di pasar Bulgaria saat ini adalah yang mengandung *Aloe Vera*, *Baobab*, *Capsicum*, *Curcuma Longa* (*Turmeric*), *Frankincense*, *Moringa*, *Mulberries*, *Plant Proteins*, *Seaweed*, *Ginkgo Biloba* (*Ginkgo*), *Cynara Scolymus* (*Artichoke*), dan *Rauwolfia*. Selain suplemen, juga terdapat peluang memasok minyak esensial bernilai tinggi karena konsumen Eropa termasuk Bulgaria saat ini kerap menggunakan aromaterapi untuk masalah kesehatan tertentu dan sebagai perawatan kesehatan. Namun minyak aromaterapi di Eropa hanya 10% yang

dijual sebagai produk obat herbal, selebihnya dipasarkan sebagai produk kosmetik. Produk kesehatan lainnya yang memiliki peluang masuk ke pasar Bulgaria adalah *medical equipment* dalam jumlah besar.

Pasar suplemen ini sangat kompetitif karena relatif mudah bagi pemasok baru untuk memasuki pasar, tetapi juga terdapat persaingan yang kuat dengan pemasok yang sudah mapan dan dari pendatang baru sehingga konsumen dapat dengan mudah beralih ke produk baru. Namun jika dapat menawarkan pasokan berkelanjutan untuk produk yang cukup sulit, maka eksportir baru akan memiliki posisi kompetitif yang baik.

Bulgaria sebagai salah satu pasar menengah UE dengan pertumbuhan ekonominya yang cukup tinggi yaitu 3,20% lebih mudah menerima otorisasi untuk produk baru dibanding dengan pasar utama UE misalnya Italia, Inggris, Prancis, atau Jerman. Jika sudah mapan di pasar Bulgaria, produk farmasi Indonesia dapat ekspansi ke pasar menengah lain di Eropa karena Bulgaria juga dapat sebagai hub negara anggota UE dan negara non-UE. Kabar baiknya, peningkatan jumlah otorisasi pasar baru-baru ini menunjukkan perhatian tinggi dari produsen.

Beberapa hal promosi dalam memasuki pasar Bulgaria di antaranya:

- Pentingnya *commercial feedback* oleh perusahaan Indonesia untuk mengevaluasi respon pasar terhadap iklan dan produk yang akan diluncurkan, sehingga produk dapat disesuaikan kembali dengan keinginan pasar;
- Memiliki situs web resmi yang mudah diakses, terpercaya, dan berisikan informasi krusial seperti profil perusahaan, *detail contact person* yang dapat dihubungi melalui email atau telepon, dan memiliki *official account* di media sosial;
- Menyediakan katalog produk representatif yang mewakili keterangan produk secara komprehensif dan menarik termasuk narasi khasiat atau cerita di balik produk, karena importir Bulgaria menyukai hal-hal di balik proses produksi;
- Menggunakan cara pemasaran dengan *story telling* mengenai asal usul produk, melakukan pengemasan yang menarik, *positioning* yang unik dan sebagainya sebagai metode untuk membedakan produk dengan produk kompetitor;
- Adanya *labelling* produk dengan bahasa lokal Bulgaria;
- Membangun rekam jejak kredibel dengan menyediakan informasi transparan mengenai perusahaan dan kualitas produk yang dihasilkan.

Informasi lengkap dan hal lainnya, klik djpen.kemendag.go.id/membership!

PAMERAN PRODUK KESEHATAN

BULMEDICA & BULDENTAL

IEC Inter Expo Center, 147, Tsarigradsko shose blvd., 1787 Sofia, Sofia-City, Bulgaria

Tel: + 359 (0)2 9655281

Fax: + 359 (0)2 9655231

Website: www.bulmedica.bg

MEDICUS

International Fair, 37, Tzar Boris III Obedinitel Blvd., 4003 Plovdiv, Plovdiv, Bulgaria

Tel: +359 (0)32 903600

Fax: +359 (0)32 902432

Website: www.fair.bg



alamat penting di Bulgaria

1. KEDUTAAN BESAR REPUBLIK INDONESIA DI SOFIA BULGARIA, MERANGKAP ALBANIA DAN MAKEDONIA UTARA

Jalan Yosef Valdhard no. 5 (Simeonovsko Shosse), 1700 Sofia, Bulgaria

Hotline : +359 879088222

Tel : (359-2) 9625240, 9626170, 8683220

Fax : (359-2) 9624418

Email : kbrisofia@indonesia.bg

Website: www.kemlu.go.id/sofia

Fungsi Ekonomi : economy@indonesia.bg

Fungsi Penerangan dan Sosial Budaya: pensosbud@indonesia.bg

2. MINISTRY OF HEALTH BULGARIA

5, Sveta Nedelja Square, Sofia BG-1000

Tel : +359 2 9301-103

Fax : +359 2 981 06 28

Email : KrasimirGigov@mh.government.bg

Website: www.mh.government.bg

3. WHO COUNTRY OFFICE, BULGARIA

P.O. Box 700 - 25 Khan Krum Street, BG-1040 Sofia, Bulgaria

Tel : +359 2 9696150

Mobile : +359 886 291461 -- GPN: 73211

Fax : + 359 2 9696132

Email : whobul@who.bg

Website: www.who.int/hac/network/who/co_bulgaria

4. THE WHO HEAD OF OFFICE

c/o National Center of Public Health and Analysis 15 Akad. Ivan Ev. Geshov blvd - floor 5, office 26 1431 - Sofia, Bulgaria

Tel : +359 285 10889

Fax : +359 295 49250

Email : eurowhobul@who.int

Website: www.who.int/countries/bgr

5. BULGARIAN CHAMBER OF COMMERCE AND INDUSTRY

Sofia 1058, 9 Iskar Str

Operator: (+359 2) 8117 400, 987 26 31

Automatic telephone exchange: (+359 2) 8117 + extension number

Fax : (+359 2) 987 32 09

Email : bcci@bcci.bg

Website: www.bcci.bg

6. BULGARIAN MEDICINES VERIFICATION ORGANISATION

36, Dragan Tsankov blvd., Interpret WTC, fl.1, office B 118, 1040 Sofia, Bulgaria

Email : office@bgmvo.org

Website: www.bgmvo.org

7. ASSOCIATION OF RESEARCHBASED PHARMACEUTICAL MANUFACTURERS IN BULGARIA (ARPharM)

Iztok, 19, Fr. J. Curie street, bl. 1, fl. 14, ap. 26 1113 Sofia, Bulgaria

Tel : +359 2 971 34 64, +359 2 971 35 24

Fax : +359 2 870 54 70

Website: www.arpharm.org

8. THE NATIONAL COUNCIL ON PRICES AND REIMBURSEMENT OF MEDICINAL PRODUCTS

Ak. Ivan Ev. Geshov 15, Sofia 1431, Bulgaria

Tel : + 359 2 8953102

Fax : + 359 2 8953133

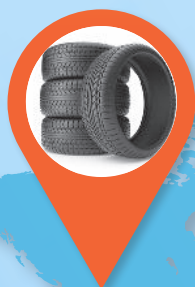
Email : office @ ncpr.bg

Website: www.ncpr.bg



TRADE **X** PO Indonesia

2020
Jakarta



Manufactured
Goods and Services



Knock Down House
and Garden Furniture



Fashion, Lifestyle and
Creatives Products

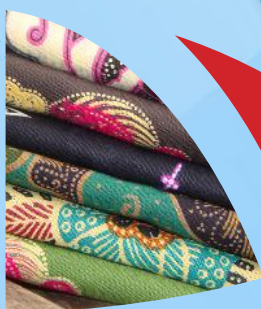


Food and
Beverages



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