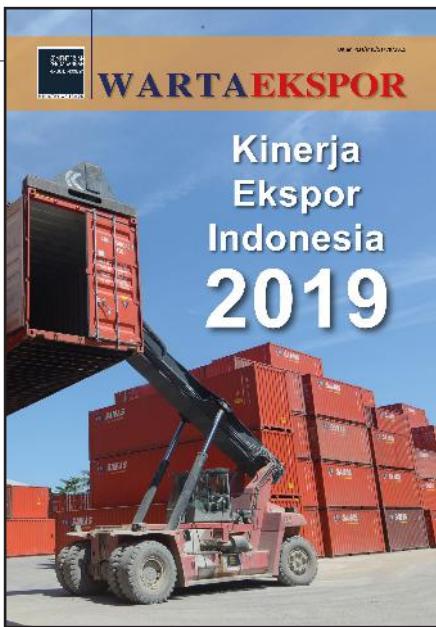


WARTAEKSPOR

Kinerja Ekspor Indonesia 2019





PEN/MJL/010/12/2019

Pelindung / Penasehat :
Dody Edward

Pemimpin Umum :
Iriana Trimurti Ryacudu

Pemimpin Redaksi :
Astri Permatasari

Redaktur Pelaksana :
Sugiarti

Penulis :
Nadya Nurul Hasanah

Desain :
Aditya Irawan

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

Telp :
021 - 3858171

Fax :
021 - 23528652

Email :
csc@kemendag.go.id

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

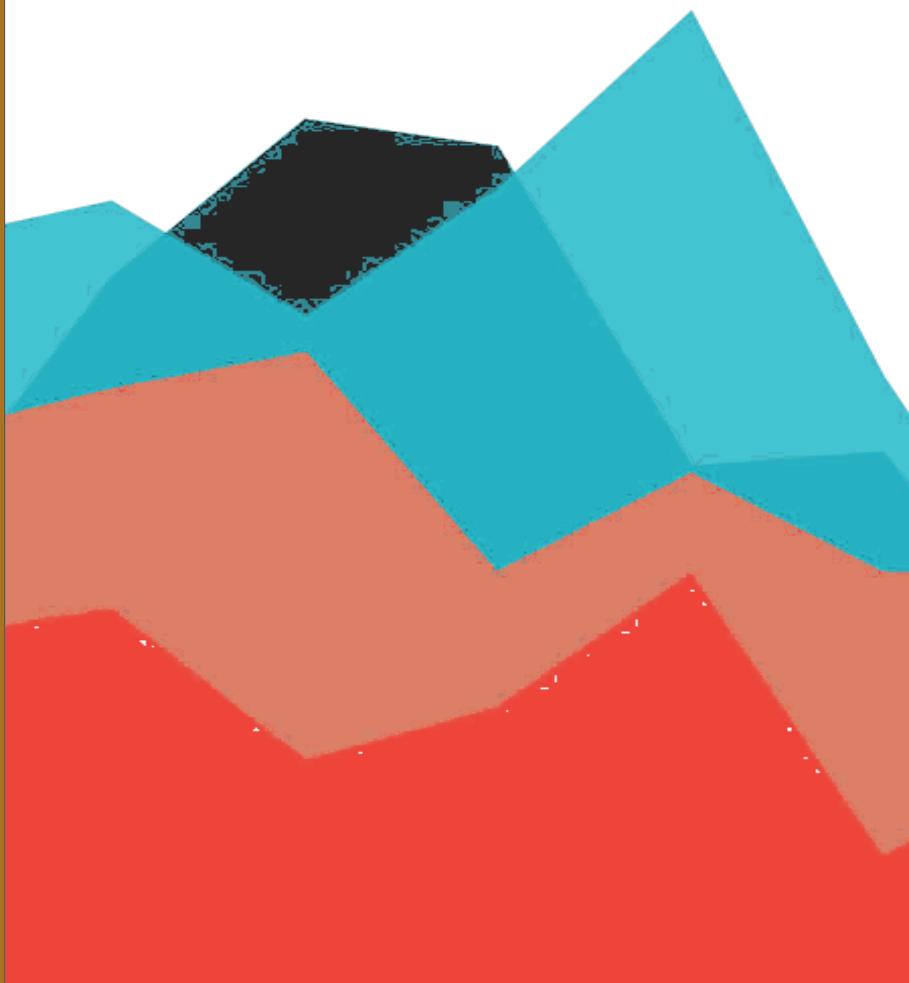
editorial

Memasuki penghujung tahun 2019, kinerja ekspor Indonesia masih melemah. Meski defisit neraca perdagangan mengecil dibandingkan dengan tahun lalu, total perdagangan Indonesia juga merosot. Sektor migas masih mencatatkan defisit neraca dagang. Sementara itu, meski mencatatkan surplus neraca dagang, sektor non migas yang menjadi tumpuan ekspor Indonesia justru tidak tampil prima. Ekspor di sektor non migas jatuh cukup dalam.

Warta Ekspor edisi kali ini akan membahas kinerja perdagangan Indonesia secara keseluruhan serta menganalisa penyebab kinerja perdagangan yang underperform.

Pada edisi ini kami juga mengulas upaya-upaya pemerintah untuk meningkatkan ekspor melalui pemanfaatan platform *e-commerce* dan partisipasi pada pameran dagang di luar negeri.

Direktorat Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional
Kementerian Perdagangan Republik Indonesia



daftar isi

EDITORIAL	2	SEKILAS INFO	
KISAH SUKSES		Coffee Culture dan Menjamurnya Kedai Kopi Kekinian: Tantangan bagi Ekspor Kopi Indonesia	16
LAKSANA BUS <i>Komitmen untuk menyediakan sarana transportasi yang aman dan handal</i>	12	Peluang Ekspor Kayu Ringan Indonesia	17
KEGIATAN DIREKTORAT JENDERAL PENGEMBANGAN EKSPOR NASIONAL (DITJEN PEN), KEMENTERIAN PERDAGANGAN RI		Lindungi Industri Kecil dan Menengah Dalam Negeri, Ambang Batas Pembebasan Tarif Impor di Turunkan	18
Kemendag Gandeng Bukalapak Dongkrak Ekspor Melalui Niaga-El	14	DAFTAR IMPORTIR	19
Tingkatkan Pangsa Pasar Di Tiongkok, Indonesia Berpartisipasi Pada <i>the 2nd China International Import Expo</i>	15		

4 TAJUK UTAMA Kinerja Ekspor Indonesia 2019

Sepanjang tahun 2019, kinerja perdagangan Indonesia tumbuh memprihatinkan, terutama di sektor migas yang selalu mencatatkan defisit perdagangan setiap bulannya. Meski masih mencatatkan surplus neraca perdagangan, ekspor di sektor non migas tumbuh negatif jika dibandingkan dengan tahun 2018.

tajuk utama





Kinerja Ekspor Indonesia 2019

tajuk utama



EKONOMI GLOBAL MELEMAH, KINERJA PERDAGANGAN INDONESIA MEMBURUK

Sepanjang tahun 2019, kinerja perdagangan Indonesia tumbuh memprihatinkan, terutama di sektor migas yang selalu mencatatkan defisit perdagangan setiap bulannya. Meski demikian, sektor non migas juga berperan kurang baik dalam mendukung perkembangan perdagangan Indonesia. Meski masih mencatatkan surplus neraca perdagangan, ekspor di sektor non migas tumbuh negatif jika dibandingkan dengan tahun 2018.

Di awal tahun 2019, pemerintah optimis menargetkan kenaikan ekspor non migas berkisar antara 7-9%. Namun demikian, target ini semakin sulit dikejar di tengah berbagai isu global yang turut mempengaruhi kinerja neraca dagang Indonesia. Mulai dari perang dagang Amerika Serikat dan Tiongkok yang tak kunjung mereda hingga penurunan harga komoditas di pasar internasional turut memukul perdagangan Indonesia. Perang dagang yang sejatinya dapat dimanfaatkan oleh Indonesia, nyatanya luput dari aksi peningkatan ekspor ke dua negara tersebut. Sementara itu, isu lama permasalahan ekspor Indonesia kembali muncul, yaitu tingginya kebergantungan ekspor Indonesia terhadap produk primer.

Kebergantungan ekspor pada produk primer memang tidak selamanya buruk. Terbukti pada peningkatan ekspor non migas Indonesia di tahun 2017 lalu yang mencapai 15,9%, didukung oleh nilai ekspor batu bara yang tumbuh hingga USD 5,95 miliar atau 40,9% dari nilai ekspor di tahun 2016. Nilai ini saja sudah berperan pada hampir sepertiga dari

nilai peningkatan ekspor non migas di tahun tersebut. Hanya saja, peningkatan ekspor tersebut bersumber pada lonjakan harga batu bara di pasar internasional. Harga batu bara yang meningkat hingga lebih dari 30% sepanjang tahun 2017 turut mendongkrak nilai eksportnya meskipun tidak banyak peningkatan dari sisi volume.

Tingginya kebergantungan pada produk primer ini seharusnya menjadi peringatan saat kinerja ekspor non migas tahun 2018 tumbuh tidak setinggi yang ditargetkan. Meski masih tumbuh positif, ekspor non migas Indonesia sebetulnya mengalami penurunan terutama pada produk-produk yang selama ini menjadi tumpuan ekspor non migas Indonesia. Sebut saja produk Minyak Kelapa Sawit dan Turunannya yang pada tahun 2018 lalu eksportnya turun hingga 12% atau sebesar USD 2,5 miliar. Kinerja ekspor karet alam di tahun tersebut juga menurun hingga 23% atau sebesar USD 1,1 miliar. Sementara itu, ekspor batu bara tidak tumbuh secemerlang tahun 2017. Ekspor batu bara di tahun 2018 hanya tumbuh USD 3,5 miliar atau 17,1%, padahal volume eksportnya tumbuh lebih besar pada tahun 2017.

Namun demikian, lagi-lagi tingginya kebergantungan pada produk primer memukul kinerja perdagangan Indonesia di tahun 2019. Sebagian besar produk primer Indonesia memiliki rapor merah memasuki kuartal keempat tahun 2019. Akibatnya, neraca dagang Indonesia terdampak cukup besar.

Neraca Dagang Indonesia Defisit Hingga USD 1,78 miliar

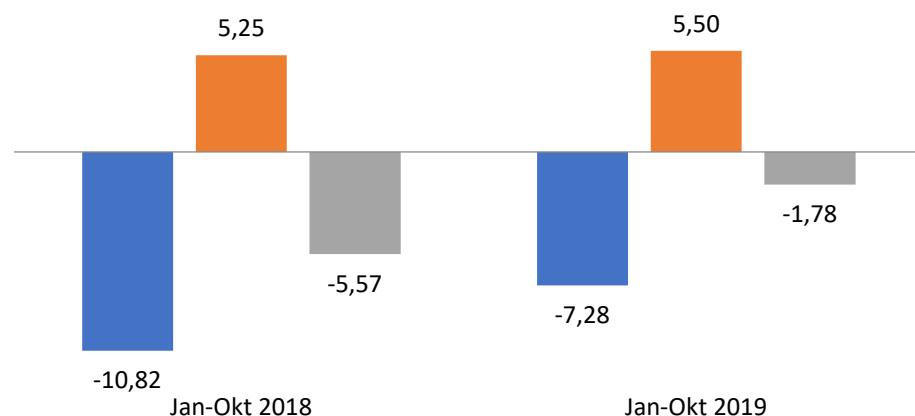
Hingga Oktober 2019, kinerja perdagangan Indonesia masih mencatatkan hasil yang kurang memuaskan. BPS merilis neraca perdagangan Indonesia per oktober 2019 yang membukukan defisit sebesar USD 1,78 miliar. Defisit ini terutama bersumber dari sektor migas yang mengalami defisit hingga USD 7,28 miliar. Meski mencatatkan surplus sebesar USD 5,50 miliar, sektor non migas masih kurang mampu mempercantik kinerja perdagangan Indonesia karena surplus yang dihasilkan masih kalah dari defisit di sektor migas.

Neraca dagang Indonesia memang membaik jika dibandingkan dengan kinerja perdagangan tahun lalu, terlihat dari mengelincinya total defisit dan defisit sektor migas serta kenaikan surplus di sektor non migas. Hanya saja, membaiknya neraca dagang Indonesia tidak disertai dengan peningkatan volume perdagangan. Secara umum, total perdagangan Indonesia merosot hingga 8,9% per Oktober 2019.

Sementara itu, dari sekitar 254 mitra dagangnya, Indonesia mencatatkan defisit dengan 87 mitranya. Defisit terbesar mencapai USD 13,9 miliar yang bersumber dari perdagangan antara Indonesia dengan Tiongkok. Sementara itu, Indonesia mencatatkan surplus neraca perdagangan dengan 167 mitra dagang lainnya. Surplus terbesar tercatat sebesar USD 6,8 miliar yang

Neraca Perdagangan Indonesia
(Nilai: Miliar USD)

■ Migas ■ Non Migas ■ Total





diperoleh pada perdagangan dengan Amerika Serikat.

Tingginya ketidakseimbangan neraca dagang antara Indonesia dengan negara-negara mitra dagang utama diharapkan dapat diseimbangkan melalui beberapa upaya yang dilakukan oleh pemerintah Indonesia. Adapun beberapa upaya yang dilakukan adalah melalui serangkaian kegiatan promosi melalui partisipasi pada pameran di dalam dan luar negeri, misi dagang, bisnis intelijen, hingga perjanjian dagang yang perundingannya terus diupayakan oleh pemerintah Indonesia.

Pasar Global Lesu, Ekspor Indonesia Melemah.

Sebagai sektor unggulan dalam struktur ekspor Indonesia, sektor non-migas menyumbang 92,57% dari total ekspor Indonesia pada periode Januari-Oktober 2019 dengan nilai mencapai USD 128,8 miliar. Sementara itu, pada periode yang sama ekspor migas tercatat sebesar USD 10,3 miliar atau sebesar 7,43% dari total ekspor Indonesia.

Secara keseluruhan, memasuki kuartal ke-4 di tahun 2019, ekspor Indonesia mencatatkan

penurunan sebesar 7,8% atau sebesar USD 11,8 miliar dibandingkan periode yang sama di tahun 2018. Penurunan terbesar terjadi di sektor migas dimana ekspor turun hingga 27% atau sebesar USD 3,8 miliar. Sementara di sektor non-migas, terdapat penurunan ekspor sebesar 5,82%.

Pelemahan ekspor di tahun 2019 terlihat dari kinerja ekspor sepanjang tahun 2019 yang tercatat rata-rata sebesar USD 13,9 miliar setiap bulannya. Padahal, tahun lalu kinerja ekspor mencapai nilai rata-rata USD 15,0 miliar perbulan. Akibatnya, sulit untuk mengejar pencapaian ekspor seperti tahun lalu, apalagi tumbuh melampauiinya.

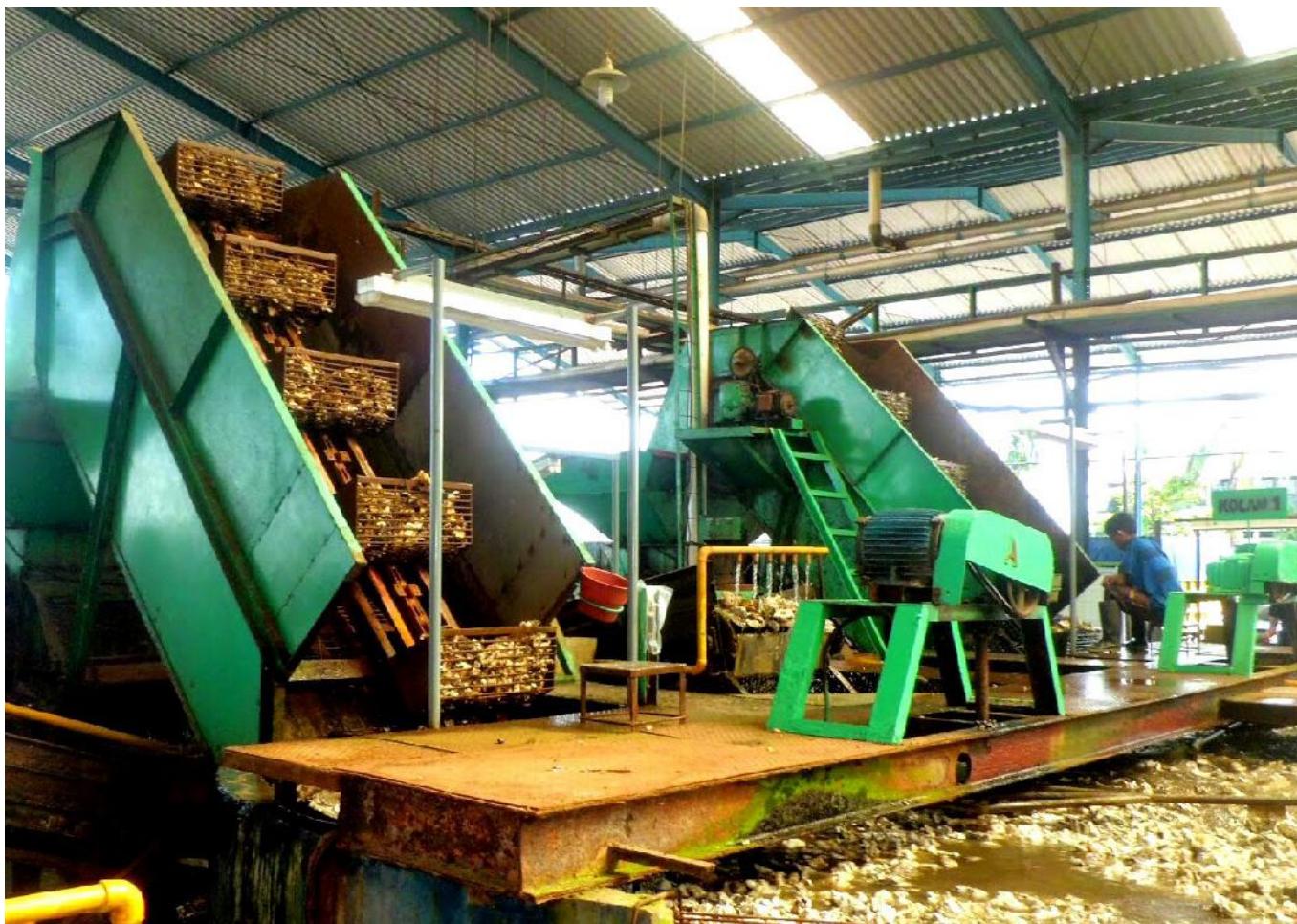
Pelemahan ekonomi global menjadi salah satu penyebab merosotnya kinerja impor Indonesia. Tahun ini, diproyeksi pertumbuhan ekonomi global hanya mencapai 2,6%. Tak hanya itu, kinerja ekspor Indonesia dihadapkan dengan perlambatan pertumbuhan ekonomi di negara tujuan utama ekspor seperti China, AS, dan Jepang yang berdampak pada berkurangnya permintaan.

Akibat turunnya permintaan di negara mitra dagang utama tersebut, ekspor Indonesia

merosot cukup tajam. Hingga Oktober 2019, ekspor Indonesia ke Amerika Serikat, Jepang dan India secara total menurun hingga USD 4,5 miliar. Padahal selama lima tahun sebelumnya (2014-2015), kinerja ekspor ke tiga negara tersebut terus tumbuh positif dengan tren berkisar di 3-4%. Ekspor ke Jepang mengalami penurunan paling dalam yaitu sebesar USD 3,1 miliar atau merosot sebesar 18,8%. Sebanyak USD 2,2 miliar penurunan ini bersumber dari merosotnya ekspor produk Bahan Bakar Mineral dan Bijih Logam.

Sepanjang tahun 2019, ekspor produk logam tumbuh cukup baik dengan peningkatan sebesar 25%.

Penurunan ekspor turut dipicu oleh berfluktuasi harga komoditas seperti batu bara, nikel dan timah sepanjang tahun. Padahal, beberapa tahun ini, ekspor komoditas seperti batu bara selalu berkilau dan mendorong pertumbuhan ekspor Indonesia. Harga batu bara diperkirakan masih berada dalam tren menurun seiring dengan masih lemahnya ekonomi global serta semakin meningkatnya komitmen untuk mensubstitusi penggunaan batu bara dengan energi ramah lingkungan.



Salah satu produk unggulan Indonesia yang eksportnya terus menurun beberapa tahun terakhir ini adalah produk karet. Performa ekspor karet terus menurun sejak diberlakukannya pembatasan ekspor atau *Agreed Export Tonnage Scheme* (AETS) oleh negara-negara penghasil karet yang tergabung dalam *International Tripartite Rubber Council* (ITRC). Langkah yang diambil sebagai upaya mengatasi penurunan harga karet serta untuk mendorong harga karet ini merupakan yang kelima kalinya diberlakukan sejak Oktober 2012.

Tak hanya itu, ekspor karet Indonesia dibayangi oleh serangan penyakit jamur pohon karet. Berdasarkan data yang dirilis oleh ITRC, Penyakit ini menyerang sekitar 380 ribu hektar lahan perkebunan karet di Indonesia terutama di pulau Sumatera dan Kalimantan. ITRC menyebutkan paparan penyakit jamur ini dapat menurunkan tingkat produktivitas hingga 70-90%. Penyakit ini ditenggarai juga berdampak pada kualitas karet yang dihasilkan oleh perkebunan Indonesia. Penurunan produksi dan kualitas karet alam ini tidak saja membahayakan kinerja ekspor karet Indonesia tetapi juga kinerja industri pengolahan karet

dalam negeri seperti ban. Jika tidak segera diatasi, dikhawatirkan produksi dan ekspor karet Indonesia akan terkoreksi semakin dalam.

Selain batu bara dan karet, produk unggulan ekspor Indonesia yang kinerjanya merosot adalah produk CPO dan turunannya (sawit). Ekspor sawit diperkirakan akan mencapai titik terendahnya selama lima tahun terakhir setelah nilainya hanya mencapai USD 12,6 miliar hingga Oktober 2019. Penurunan ekspor sawit tentu bukan tanpa sebab. Narasi negatif yang digaungkan di benua biru terus memukul upaya pemerintah untuk mempromosikan produk sawit. Diskriminasi sawit, demikian permasalahan ini disebut, telah memicu pembatasan impor sawit yang dianggap sebagai komoditas berisiko tinggi terhadap lingkungan. Efeknya adalah ekspor sawit ke Uni Eropa turun hingga mencapai 30% dari tahun lalu. Ditambah lagi, penurunan harga komoditas sawit di pasar internasional juga turut menarik nilai ekspor sawit turun semakin dalam. Hingga kini pemerintah tengah berupaya melawan tindak diskriminasi sawit yang dilakukan oleh Uni Eropa dengan membawa masalah ini ke WTO. Tak hanya itu, pemerintah juga aktif melakukan kampanye

Sawit Baik sebagai upaya *counter attack* terhadap narasi negatif atas sawit.

Impor menurun, Upaya Penguatan Neraca Dagang Indonesia Ditingkatkan

Namun demikian, kinerja perdagangan Indonesia mengalami perbaikan dari sisi impor. Jika tahun lalu impor Indonesia tumbuh pesat, hingga Oktober 2019 nilai impor Indonesia turun hampir 10% dari nilai impor periode yang sama tahun lalu. Berdasarkan data yang dirilis oleh BPS, impor Indonesia pada periode Januari-Oktober 2019 mencapai USD 140,88 miliar yang terdiri dari USD 17,6 miliar impor migas dan USD 123,3 miliar impor non migas.

Menko Perekonomian Airlangga Hartarto dalam rilis Sekretariat Kabinet berharap berbagai langkah yang diambil pemerintah seperti pemberlakuan Mandatori B30 dapat menurunkan angka impor. Sejak November 2019 mulai dilakukan uji coba penggunaan B30 di sektor transportasi. Hasil *road test* sementara kendaraan bermesin diesel yang akan difinalisasi dalam waktu dekat menunjukkan bahwa penggunaan bahan bakar B20 dan B30 tidak memperlihatkan



perbedaan dampak yang signifikan terhadap daya kendaraan. Implementasi Mandatori B30 yang akan dilaksanakan secara formal pada 1 Januari 2020 diproyeksi akan menghemat devisa sebesar USD 4,8 miliar sepanjang tahun 2020.

Dalam upaya memperkuat neraca perdagangan Indonesia, pemerintah terus berupaya menekan impor dan penghematan devisa antara lain melalui revitalisasi *Trans Pacific Petrochemical Indotama* (TPPI) untuk mensubstitusi produk impor petrokimia, pengembangan program gasifikasi batu bara menjadi *Dimethyl Ether* (DME) sebagai upaya substitusi *Liquified Petroleum Gas* (LPG), dan pengembangan *green refinery*. Meskipun demikian, perlu

diwaspadai penurunan impor ini dapat berdampak negatif pada pengembangan industri yang berorientasi ekspor.

Melihat kinerja ekspor produk primer tiga tahun belakangan, abai rasanya jika struktur ekspor Indonesia masih mengedepankan produk primer. Sementara negara-negara tetangga kita sekaligus pesaing terdekat kita telah mulai menumpukan eksportnya pada produk manufaktur. Pada tahun mendatang, ekspor Indonesia akan fokus pada pengembangan lima produk prioritas IR (*industrial revolution*) 4.0 yaitu 1) Makanan dan Minuman; 2) Tekstil dan Produk Tekstil; 3) Elektronika; 4) Otomotif; dan 5) Kimia serta 3 produk prioritas non-IR 4.0 yaitu 1) Perikanan; 2) Permesinan Umum dan 3) Kayu, Karet, dan Furniture.

Beberapa langkah perlu diambil untuk meningkatkan kinerja ekspor, salah satunya dari sisi kemudahan dan penyederhanaan proses perijinan dan investasi melalui Omnibus Law. Kemudahan investasi ini diharapkan dapat mengembangkan sektor industri dalam negeri yang berorientasi ekspor. Hingga di tahun-tahun mendatang, sektor industri dapat menjadi garda terdepan dalam pengembangan ekspor Indonesia.

“Melihat kinerja ekspor produk primer tiga tahun belakangan, abai rasanya jika struktur ekspor Indonesia masih mengedepankan produk primer. Sementara negara-negara tetangga kita sekaligus pesaing terdekat kita telah mulai menumpukan eksporanya pada produk manufaktur.”



kisah sukses



LAKSANA

Komitmen untuk menyediakan sarana transportasi yang aman dan handal

Laksana selalu berkomitmen untuk menyediakan sarana transportasi yang aman dan handal. Saat ini Laksana merancang dan memproduksi bus dengan ragam terbanyak di Indonesia: mulai dari bus kota ukuran sedang hingga bus premium dua tingkat yang mengedepankan elegansi desain, keamanan dan efisiensi.

Perusahaan ini berawal dari bengkel perbaikan mesin yang kemudian berevolusi menjadi industri otomotif. Saat ini Laksana memiliki kapasitas produksi hingga 1.500 bus setiap tahunnya. Menempati lahan seluas 120 ribu m², Laksana berkomitmen menyediakan bus yang teraman dan terandal. Dengan visi menjadi partner terbaik bagi operator bus di Asia, Laksana terus melakukan pengembangan

yang berkesinambungan dengan dukungan integritas, kerjasama dan inovasi. Laksana berkomitmen untuk menjadi produsen kelas dunia dalam industri kendaraan komersial, terutama di industri bus.

Perjalanan Laksana di kancah perdagangan internasional terbilang panjang. Pada tahun 1977, Laksana mengembangkan bus pertamanya dan pada tahun 1984



mulai memproduksi Suzuki Andong dan memenangkan penghargaan *Best Design Minivans*. Setelah memperoleh ISO 9001-2008 untuk Sistem Manajemen Mutu, Laksana memproduksi dan mengekspor *batch* pertama bus-nya ke Fiji pada tahun 2009. Di tahun yang sama Laksana juga mulai memproduksi *batch* pertama untuk bus Transjakarta. Pada tahun 2011, Laksana mulai memanfaatkan mesin CNC untuk meningkatkan kualitas dan kapasitas produksinya. Dengan mengantongi ISO 14004-2004 untuk Sistem Manajemen Lingkungan dan OHSAS 1800 untuk Sistem Manajemen Kesehatan dan Keselamatan Kerja, perusahaan ini telah berhasil mengekspor 200 (dua ratus) unit bus ke Fiji dan kini mulai berekspansi untuk memasuki pasar Asia Selatan.

Salah satu kunci sukses Laksana dalam mengembangkan produknya adalah inovasi untuk memenuhi kebutuhan pelanggan yang semakin kompleks seiring waktu. Dengan menggunakan bahan dasar pilihan yang berkualitas tinggi, Laksana sukses mengembangkan produk yang tidak saja menampilkan unsur modern, tetapi juga memiliki suasana interior yang nyaman dan elegan.



kegiatan DITJEN PEN

Kirim Cepat, Pelanggan Puas dengan Kurir Pelapak



Kemendag Gandeng Bukalapak Dongkrak Ekspor Melalui Niaga-El

Kementerian Perdagangan melalui Direktorat Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional (Ditjen PEN) bekerja sama dengan Bukalapak meningkatkan ekspor melalui platform niaga elektronik (niaga-el/e-commerce) bagi 1.000 pelaku usaha kecil dan menengah (UKM). Kesepakatan kerja sama ini diwujudkan melalui penandatanganan perjanjian kerja sama yang dilakukan oleh Direktur Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional (Dirjen PEN) Kemendag Dody Edward dengan Presiden dan Co-Founder Bukalapak Fajrin Rasyid dan disaksikan Menteri Perdagangan Agus di Kantor Kementerian Perdagangan, Jakarta.

Kemendag akan terus mendukung lebih banyak pelaku usaha Indonesia melakukan ekspor melalui niaga-el. Penjualan melalui niaga-el akan memudahkan pelaku usaha untuk menjual produknya lebih banyak ke konsumen serta menjaring pasar yang lebih luas dengan biaya promosi yang lebih murah. Perjanjian kerja sama ini merupakan komitmen kedua belah pihak untuk mendukung 1.000 pelaku

UKM dalam meningkatkan skala usaha dan produk serta memanfaatkan niaga-el untuk memasarkan produknya lebih efisien dengan jangkauan global.

Dilihat dari sisi pemasaran, platform niaga-el jauh lebih menguntungkan karena sistem penjualan yang menggunakan jaringan internet sehingga tidak mengeluarkan biaya tinggi. Hal tersebut diharapkan dapat mendorong UKM Indonesia untuk memanfaatkan teknologi digital sebagai upaya meningkatkan pemasaran produk secara luas. Sistem ekonomi dunia saat ini tidak hanya menggeser model pemasaran bisnis yang konvensional menjadi digital, tetapi juga mengubah perilaku konsumen menjadi gemar berbelanja secara daring. Ekspor yang dilakukan melalui platform daring dapat membantu ekonomi Indonesia di tengah ketidakpastian ekonomi global saat ini. Persaingan dengan negara-negara lain untuk merebut pasar yang ada sangat kompetitif. Ekspor dengan cara tradisional, walaupun penjualannya besar, namun memerlukan

waktu yang lama. Untuk itu, perlu didorong dengan pemasaran digital.

Menurut Presiden dan *Co-Founder* Bukalapak Fajrin Rasyid, kerja sama dengan ini sesuai dengan fitur terbaru Bukalapak yang dinamakan BukaGlobal. Fitur ini diluncurkan pada Mei 2019 lalu secara serentak di lima negara yaitu Singapura, Malaysia, Brunei Darussalam, Taiwan, dan Hongkong. BukaGlobal ditujukan menjawab tantangan pelaku usaha UKM saat ini, yaitu mendapatkan akses pasar dan infrastruktur yang dapat diandalkan. Dengan kerja sama ini, Bukalapak optimistis fitur BukaGlobal akan semakin optimal dalam mendorong potensi pelaku UKM tanah air. Melalui kerja sama ini, Ditjen PEN dan Bukalapak berkomitmen nyata mendorong daya saing dan meningkatkan nilai tambah produk potensial Indonesia yang memiliki ciri khas dan kualitas untuk berkompetisi di pasar global.

Tingkatkan Pangsa Pasar Di Tiongkok, Indonesia Berpartisipasi Pada the 2nd China International Import Expo



Sebagai upaya penetrasi ekspor dan peningkatan pangsa produk unggulan dan potensial Indonesia di Tiongkok, Indonesia berpartisipasi pada *the 2nd China International Import Expo* (CIIE) yang diselenggarakan pada tanggal 5-10 November 2019 di Shanghai. Pada pameran yang dibuka secara resmi oleh presiden RRT, XI Jinping ini, turut hadir Menteri Koordinator Bidang Maritim dan Investasi didampingi oleh Menteri Perdagangan dan Duta Besar RI di Beijing.

Menempati area seluas 136 m², Indonesia menampilkan produk unggulan (sawit, kopi dan sarang burung walet) dan promosi dari PT.Perusahaan Gas Negara (PGN), Badan Koordinasi Penanaman Modal (BKPM) dan PT. Astra Internasional Tbk, *coffee tasting* dari GAEKI, serta tarian tradisional yang digelar

setiap hari. Pada sesi *leader visit*, Presiden Xi mengunjungi Pavilion of Indonesia untuk mendapatkan gambaran mengenai potensi produk ekspor Indonesia terutama kelapa sawit dan sarang burung walet.

Pameran ini berhasil mencatatkan potensi transaksi selama satu tahun sebesar USD 71,13 Miliar. Sedangkan total transaksi keseluruhan partisipasi Indonesia pada kegiatan *the 2nd China International Import Expo* mencapai USD 4,1 miliar. Selain berpartisipasi pada pameran delegasi Indonesia turut menghadiri kegiatan lainnya seperti *Bilateral Meeting*, Forum Bisnis Indonesia-RRT dan *Business Matching*, *Ningbo Indonesia Economic and Trade Forum*, *China Coal Import Summit 2019*, serta *Launching Produk Turunan Sarang Burung Walet*.

RRT merupakan negara tujuan ekspor terbesar bagi Indonesia di tahun 2018 dengan total nilai perdagangan mencapai USD 72,66 miliar. Melalui rangkaian kegiatan ini dihasilkan beberapa kesepakatan dan peluang peningkatan perdagangan antara kedua negara. Diharapkan nilai perdagangan dan investasi antara Indonesia dengan RRT tersebut dapat terus ditingkatkan. Indonesia berencana akan berpartisipasi kembali pada pelaksanaaan *the 3rd China International Import Expo 2020* dengan mengajak pelaku usaha yang difokuskan pada produk makanan dan minuman, *lifestyle* dan *equipment*.

sekilas info

Coffee Culture dan Menjamurnya Kedai Kopi Kekinian: Tantangan bagi Ekspor Kopi Indonesia

Selama ini Indonesia dikenal sebagai salah satu negara produsen kopi terbesar di dunia. Kopi Indonesia pun telah berhasil masuk ke banyak negara tujuan ekspor, baik dalam bentuk biji kopi maupun dalam bentuk olahan (kopi instan). Sementara di dalam negeri, Indonesia tidak dikenal sebagai negara peminum kopi. Meskipun memang di beberapa tempat, minum kopi menjadi bagian dari tradisi kumpul-kumpul yang umumnya dilakukan oleh laki-laki.

Seiring tumbuhnya kelas menengah di Indonesia, mulai muncul coffee culture yang mengakibatkan menjamurnya kedai kopi kekinian di berbagai penjuru Indonesia. Coffee culture dimaknai sebagai sekumpulan tradisi dan perilaku sosial yang meliputi konsumsi kopi. Hal ini juga merujuk pada adoptasi tren konsumsi kopi yang dipengaruhi oleh budaya

lokal. Konsumsi kopi di Indonesia mencapai dua kali lipat dibandingkan satu dekade lalu. Mengutip dari Reuters, hal ini diakibatkan oleh pengaruh coffee habit yang dibawa oleh generasi muda dari negara-negara seperti Australia dan Amerika Serikat, tempat banyak dari mereka bersekolah. Tak dapat dipungkiri, tumbuhnya kedai kopi ini turut berperan menggerakkan ekonomi lokal melalui penyerapan tenaga kerja hingga penyerapan sumber daya lokal.

Namun demikian, penyerapan produksi kopi di dalam negeri berpotensi menurunkan ekspor kopi Indonesia ke negara utama importir kopi dunia seperti Amerika Serikat, Jerman dan Perancis. Pada tahun 2018, nilai ekspor kopi Indonesia menurun drastis sebesar 31,4% dan volumenya turun 40,2% dibandingkan tahun 2017. Posisi Indonesia di pasar dunia pun

terus menurun. Pada tahun 2014, Indonesia merupakan eksportir kopi terbesar ke-7 dunia setelah Brazil, Vietnam, Jerman, Swiss, Kolombia dan Italia. Namun tahun lalu, posisi Indonesia merosot ke urutan 13, kalah dari beberapa negara Eropa dan Ethiopia.

Tahun 2019, kinerja ekspor kopi Indonesia mulai membaik. Hingga Oktober 2019, ekspor kopi Indonesia telah tumbuh sebesar 9,6% dibandingkan periode yang sama tahun lalu. Meskipun masih jauh dari performa tahun-tahun sebelumnya, peningkatan ekspor di tahun ini hendaknya dijadikan momentum bagi pengembangan ekspor kopi Indonesia. Alih-alih terpaku pada volume ekspor, strategi peningkatan ekspor kopi Indonesia dapat difokuskan pada ekspor bernilai tambah baik dengan mengekspor produk kopi premium maupun produk kopi olahan.





Peluang Ekspor Kayu Ringan Indonesia

Indonesia merupakan salah satu lumbung kayu terbesar di dunia dengan kayu ringan sebagai salah satu produknya. Tingginya pasokan kayu dalam negeri semestinya dapat membuat Indonesia menguasai pasar global termasuk untuk produk kayu ringan. Kayu ringan memiliki potensi ekspor yang sangat besar karena tuntutan pasar global kini mulai fokus pada pemanfaatan kayu yang dapat terbarukan (*renewable*).

Kayu ringan adalah bagian dari produk *technical wood*, dimana trend ekspor produk *technical wood* Indonesia ke dunia pada tahun 2014-2018 sebesar 1,49%, dengan peringkat negara tujuan utama ekspor ditahun 2018 adalah Jepang sebesar USD 847,6 juta, RRT sebesar USD 596,2 juta, Amerika Serikat

sebesar USD 472,5 juta, serta negara di Eropa berada pada peringkat 3 besar, yaitu: Inggris sebesar USD 149,2 juta, Belanda sebesar USD 126,8 juta, dan Jerman sebesar USD 92,5 juta.

Sengon sebagai salah satu jenis kayu ringan dapat dikembangkan untuk menyasar pasar kayu internasional karena siklus tanamnya yang pendek, yaitu sekitar 3-5 tahun. Ditambah lagi, karakteristiknya sesuai dengan permintaan pasar global khususnya Eropa. Namun demikian, Indonesia perlu memproduksi produk-produk kayu ringan yang lebih inovatif dengan nilai tambah tinggi sehingga produk Indonesia dapat menjadi pioneer dan mengalahkan produk pesaing dari Tiongkok, khususnya di pasar Eropa. Pasalnya, selama ini bahan baku produk kayu

ringan Tiongkok diimpor dari Indonesia untuk kemudian diolah menjadi produk dengan nilai tambah yang lebih tinggi, lalu diekspor.

Potensi kayu ringan di Indonesia yang masih dapat dikembangkan lebih besar lagi. Ditambah lagi, jumlah permintaan akan kayu ringan dunia sangat besar, sementara pasokannya masih kecil, sehingga diharapkan sektor industri kayu ringan dapat memanfaatkan peluang untuk mengisi permintaan kayu ringan di dunia. Industri kayu Indonesia sendiri memiliki keunggulan melalui sertifikasi SLVK yang dimilikinya. Sertifikasi ini telah mendapatkan pengakuan FLEGT dari Uni Eropa sehingga memudahkan produk kayu Indonesia untuk memasuki pasar Eropa.

Lindungi Industri Kecil dan Menengah Dalam Negeri, Ambang Batas Pembebasan Tarif Impor di Turunkan

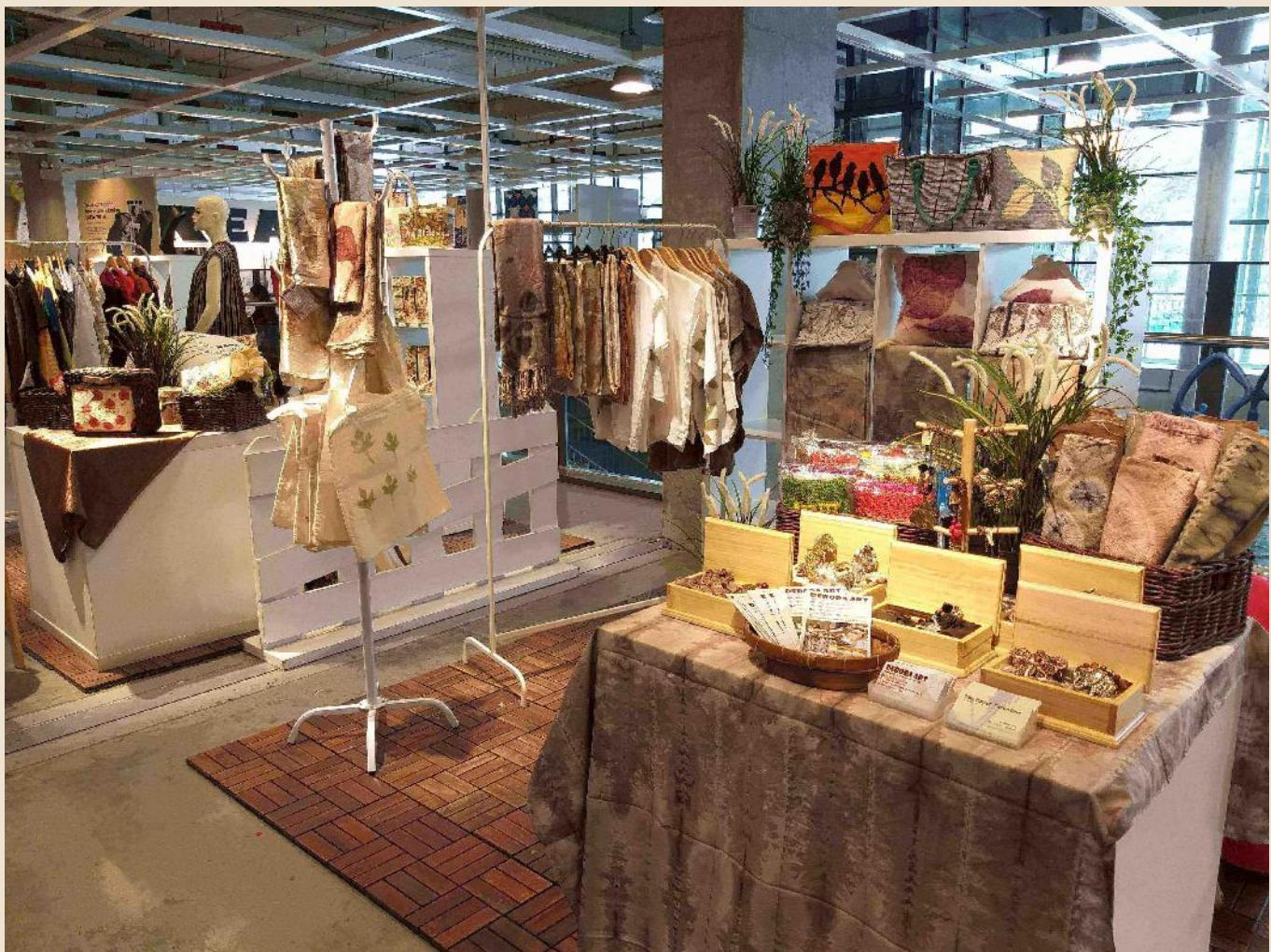
Kementerian Keuangan melalui Direktorat Jenderal Bea dan Cukai baru-baru ini mengumumkan aturan baru mengenai ambang batas pembebasan tarif impor untuk transaksi melalui *e-commerce*. Sebelumnya, ambang batas yang ditetapkan adalah sebesar USD75. Artinya, tarif impor baru akan diberlakukan apabila transaksi yang dilakukan melalui *e-commerce* melebihi ambang minimal sebesar Rp 1.050.000 (USD 1 = IDR 14.000). Namun kini Ditjen Bea dan Cukai merevisi nilai ambang batas tersebut menjadi USD 3 atau sebesar Rp 42.000 (USD 1 = IDR 14.000). Sehingga produk-produk dari luar negeri yang dibeli melalui *e-commerce* mulai di atas harga tersebut akan mulai dikenakan bea masuk. Sementara pungutan pajak dalam rangka impor diberlakukan normal tanpa batas ambang bawah.

Penurunan ambang batas pengenaan tarif impor ini sebagai imbas banjirnya barang impor yang masuk melalui kanal *e-commerce*. Penurunan ambang batas ini dilakukan untuk melindungi pelaku usaha dalam negeri terutama pelaku usaha berskala kecil. Tak hanya itu, aturan baru ini juga diharapkan dapat menurunkan impor barang konsumsi yang tumbuh cukup tinggi beberapa tahun terakhir ini. Berdasarkan data BPS, impor barang konsumsi di tahun 2018 mencapai USD 17,2 miliar, meningkat sebesar USD 3,1 miliar (21,98%) dari tahun 2017. Sementara impor melalui *e-commerce* mencapai 49,69 juta paket pada tahun 2019 meningkat tajam dari sebelumnya yang hanya sebesar 19,57 juta paket pada tahun 2018 dan 6,1 juta paket pada tahun 2017 atau tumbuh sebesar 254% dibanding tahun 2018 dan 814% dibandingkan tahun 2017.

Adapun produk yang akan dikenakan tarif diantaranya adalah produk fesyen, dengan rincian pengenaan bea masuk dan pajak seperti berikut:

- Bea Masuk untuk tas 15% - 20%, sepatu 25% - 30%, produk tekstil 15% - 25%;
- PPN 10%;
- PPh 7,5% - 10%.

Sementara itu, buku merupakan produk impor yang mendapatkan pengecualian. Impor buku akan dibebaskan dari bea masuk serta PPN dan PPh.



daftar importir

1. SMILING, S.A.

Rda. General Mitre 126, 3,1, 08021 Barcelona, Spain

Tel : (34-93) 4186501

Fax : (34-93) 2112694

Email : info@skilingweb.net / sandra_smiling@hotmail.com,
jordipetitbo@hotmail.com, marcsmiling@hotmail.com

Website : www.smilingweb.net

Produk Yang Diminati:

Essential Oils, Other Essential Oils

2. MIKI CORPORATION

Lagos, Nigeria 2-800 Umeda 1-2 Kita-ku, Osaka 530-0001
Osaka, Japan

Tel : (06) 6345-6404

Fax : (06) 6345-6821

Email : mm1234@live.jp

Website : www.mikipruno.co.jp

Produk yang Diminati:

Other Essential Oils

3. SELECTA BV

Koeweistraat 10, Netherlands

Tel : +31-418657800

Fax : +31-418657801

Email : info@nl.selecta.com

Website : www.selecta.com

Produk yang Diminati:

Coffee

4. KEJRIWAL ENTERPRISES

W-42 Greater Kailash II Barakhamba Lane, India

Tel : 091 11 29219677,78,79

Fax : 91-11-29210985

Email : info@kejriwalgroup.co.in

Website : www.kejriwalgroup.co.in

Produk yang Diminati:

Ginger, Tea

5. POLICO COMERCIAL DE ALIMENTOS LTDA

Rua Dr Pedro Ferreira 155 Sala 1206 Itajai-SC Cep 88301-030 Brazil

Tel : (55-11) 3733-5418

Fax : (55-11) 3731-8734

Email : adriana@polico.co.br

Website : www.polico.com.br

Produk yang Diminati:

Cinnamon (Cassia Vera)

6. MIRWASHI IMPEX SINGAPORE PTE LTD.

627A Aljunied Road, #01-05 Biztech Centre Singapore

Tel : (65) 63366307 (5 lines)

Fax : (65) 63395736

Email : kawashi@singnet.com.sg / info@kawashi.com.sg

Website : www.kawashi.com.sg

Produk Yang Diminati:

Crude Palm Oils, Other Essential Oils, Food and Beverages

7. NEWPAC

New Pacific Line Pte Ltd 9 Temasek Boulevard #20-04
Suntec Tower 2 Singapore

Tel : 65-62483199

Fax : 65-63344144

Email : v.chee@newpacificline.com

Website : www.newpacificline.com

Produk yang Diminati:

Footwear, Palm Oils, Other Essential Oils, Textile & Garment,
knitted or crocheted

8. MIKOYA KOSHO, LTD

2-16-1, 8F Hatagaya Shibuya-ku, Japan

Tel : 81 3 3377 3377

Fax : 81 3 3373 7651

Email : info@mikoya.co.jp

Website : www.mikoya.co.jp

Produk yang Diminati:

Vanila Beans, Essential Oils, Food and Beverages

9. VANILLAND.EU

Kft 7634 Pécs, Vöröskő u. 32 Hungary

Tel : +36 20 7761717

Fax : +36 72793167

Email : info@vanilland.eu

Website : www.vanilland.eu

Produk yang Diminati:

Vanila Beans, Cinnamon (Cassia Vera)

10. RUBY OVERSEAS

No 141, (Old No 68) Govindappa Naicken Street
India

Tel : 91 44 4301 1991 /92

Email : info@rubyoverseas.in

Website : www.rubyoverseas.in

Produk yang Diminati:

Black Pepper, Cinnamon (Cassia Vera), Cardamoms, Cloves,
Fruits Dried, Spices, Paper Product.

TRADE XPO

35th

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



Products
&
Services



Organized by :



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

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

tradeexpoindonesia@kemendag.go.id
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