

Februari 2020

Ajang Good Design Indonesia: Platform Desainer & Pelaku Usaha Indonesia Memasuki Pasar Global

3

TAJUK UTAMA

12

INFO GRAFIS

14

MARKET OUTLOOK

17

INSPIRATIF

20

REGULASI

22

REFLEKSI

EDITORIAL

Tahun 2020 telah memasuki bulan Februari. Di tengah berita wabah virus Corona yang mulai merebak di seluruh dunia, roda perekonomian negara harus terus dijalankan. Program-program kerja pemerintah di berbagai Kementerian dan Lembaga tetap dipersiapkan dan dilaksanakan sesuai rencana. Kementerian Perdagangan melalui Direktorat Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional pun terus berupaya agar semua kegiatan berjalan lancar, termasuk di antaranya adalah ajang Good Design Indonesia (GDI) yang telah memasuki tahun penyelenggaraan keempat kalinya.

GDI adalah ajang desain berskala nasional yang diberikan kepada desainer/pelaku usaha Indonesia, yang berhasil menghasilkan karya-karya desain produk kreatif, inovatif, serta memiliki nilai komersial tinggi di pasar ekspor. GDI bukan sekedar ajang desain semata yang mengedepankan nilai seni. Lebih dari itu, GDI merupakan platform bagi desainer dan pelaku usaha lokal untuk menuju kancah internasional. Untuk itu, penyelenggaraan GDI tidak pernah menawarkan hadiah berupa uang, melainkan peluang bisnis serta promosi dagang di dalam dan luar negeri. Selain itu, pemenang GDI juga difasilitasi untuk dapat mengikuti ajang desain terbesar dan tertua di dunia, *Good Design Award (G-Mark)* di Jepang.

Peluncuran GDI keempat ini telah digelar pada tanggal 3 Desember 2019. Masa pendaftaran daring melalui tautan idcc.kemendag.go.id/gdi juga telah dibuka sejak 2 Januari 2020. Desainer dan pelaku usaha yang berminat untuk berpartisipasi pada ajang GDI masih memiliki kesempatan mendaftar hingga 31 Maret 2020. Para peserta dapat memilih satu dari 18 kategori produk yang dibuka pada ajang GDI tahun ini, dan setiap peserta dapat mendaftarkan lebih dari satu karya.

Tahun lalu, seorang desainer sekaligus pelaku usaha bernama Freddy Chrisswantra, berhasil menorehkan catatan keberhasilannya pada ajang GDI serta G-Mark 2019. Dua produknya yang diberi nama Natha dan Citra, berhasil menyabet predikat GDI of the Year dan GDI Best. Tidak hanya itu, kedua produk tersebut juga sukses berlaga di panggung G-Mark ke-63 yang digelar di Tokyo pada tanggal 31 Oktober 2019. Inspirasinya berkarya di bawah label Bana Handcrafted Goods kami tuangkan pada edisi kali ini.

Selamat membaca!

Salam,
Tim Redaksi Warta Ekspor

Penanggung Jawab:
Kasan



Pemimpin Redaksi:
Iriana Trimurty Ryacudu

Redaktur:
Astri Permatasari

Sekretariat:
Farel Anjar Renato Purba

Penulis:
Roesfitawati

**Direktorat Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional
Kementerian Perdagangan**

Gedung Utama, lantai 3
Jl. Ridwan Rais No. 5 Jakarta - 10110
Tel./Fax.: +62 21 385 8171, E-mail: contact-pen@kemendag.go.id
 Ditjen Pengembangan Ekspor Nasional  [djpen.kemendag](https://www.instagram.com/djpen.kemendag)

DAFTAR ISI

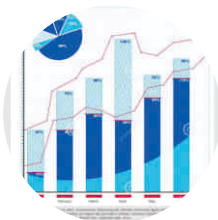
3



TAJUK UTAMA

Ajang Good Design Indonesia:
Platform Desainer &
Pelaku Usaha Indonesia
Memasuki Pasar Global

12



INFO GRAFIS

Kategorisasi Produk Ajang GDI 2020

14



MARKET OUTLOOK

Produk Pemenang GDI 2019
Sukses Berlaga di Jepang

17



INSPIRATIF

Mendunia Bersama
Bambu Indonesia

20



REGULASI

Resmi! Pemerintah dan
DPR RI Sepakati RUU IA
CEPA Menjadi Undang-Undang

22



REFLEKSI

- Lokakarya Pengembangan Ekspor Indonesia ke Kanada
- Forum Bisnis Indonesia-Australia
- Kunjungan ke Industri Tahu Tempe di Sydney
- Indonesia-Korea Animation Industry Cooperation Forum
- Kemendag Gelar Acara Temu Muka Perusahaan Anggota Customer Service Center
- Seminar Kebijakan Pengembangan SDM Guna Peningkatan Ekspor

28



AGENDA

29



TRIVIA

TAJUK UTAMA



Ajang Good Design Indonesia: **Platform Desainer & Pelaku Usaha Indonesia Memasuki Pasar Global**

Good Design Indonesia atau GDI adalah sebuah ajang penganugerahan bagi para desainer atau pelaku usaha di Indonesia, yang mampu menghasilkan produk atau karya desain kreatif, inovatif, serta memiliki nilai komersial tinggi di pasar internasional. Sebagaimana komitmen Direktorat Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional (Ditjen PEN) untuk mendorong pertumbuhan kinerja ekspor non migas, maka penyelenggaraan GDI merupakan sebuah program

kerja yang bukan hanya sekedar mengapresiasi suatu produk atau karya dari sisi keindahan, seni dan estetika semata, yang umumnya hanya menjadi produk koleksi bagi kalangan tertentu.

Konsep inilah yang membedakan GDI dengan ajang-ajang desain lainnya di Indonesia. Produk-produk yang layak mendapat penghargaan GDI harus memiliki nilai jual/komersial tinggi sebagai upaya mendorong perekonomian bangsa. Produk-



produk peraih predikat GDI harus memiliki fungsi yang dapat dimanfaatkan oleh banyak orang. Dengan kata lain, produk GDI dapat dikembangkan menjadi industri besar melalui produksi massal (*mass production*), dengan tetap mempertahankan kualitas dan keunggulan desainnya.



Pada dasarnya, program GDI merupakan salah satu implementasi dari kerja sama yang tertuang dalam Nota Kesepahaman atau Memorandum of Understanding (MoU) antara Ditjen PEN Kementerian Perdagangan dengan Japan Institute of Design Promotion (JDP) yang ditandatangani oleh kedua belah pihak pada tanggal 11 Oktober 2017 di Jakarta. Menimbang manfaat yang dirasakan oleh pihak Indonesia dan Jepang terkait dengan program pengembangan desain di kedua negara, maka MoU dimaksud kembali diperpanjang untuk dua tahun ke depan, dan telah ditandatangani kembali oleh kedua lembaga pada tanggal 1 November 2019 di Tokyo. MoU dimaksud rencananya secara reguler akan terus diperbaharui dan diperpanjang setiap dua tahun.

Pada tataran implementasinya, GDI merupakan adaptasi dari model seleksi desain Good Design Award atau G-Mark di Jepang, yang diselenggarakan oleh JDP

sejak tahun 1957. Sebagaimana kegiatan tahunan G-Mark yang telah bertransformasi menjadi social movement dalam rangka meningkatkan kualitas hidup manusia, maka ajang GDI juga mengusung harapan dan cita-cita untuk membawa kesadaran akan standar desain yang baik di Indonesia, dengan mengedepankan lima prinsip dasar Good Design yang terdiri dari *Humanity, Innovation, Esthetics, Ethics, dan Honesty*.

Sejak diselenggarakan pada tahun 2017, Ditjen PEN dan

JDP mengadakan program Pertukaran Juri (*Jury Exchange*) dalam ajang GDI dan G-Mark. Setiap tahunnya, JDP menugaskan salah satu juri G-Mark untuk berpartisipasi pada proses penjurian GDI tahap ke-2 di Jakarta. Sebaliknya, Ditjen PEN juga menunjuk salah satu juri GDI sebagai perwakilan Indonesia pada *2nd screening* G-Mark di Tokyo.

Dengan demikian, melalui kolaborasi antara Ditjen PEN dan JDP, ajang GDI juga terkoneksi langsung dengan G-Mark yang setiap tahunnya diikuti oleh lebih dari 4.000 produk dari 43 negara.

Dengan adanya keterlibatan Juri dari Jepang, proses penjurian GDI juga sekaligus sebagai *1st screening* dari seleksi *Good Design Award*. Nama-nama pemenang GDI secara otomatis telah memenuhi kriteria untuk langsung masuk ke tahapan *2nd screening* pada seleksi G-Mark di Tokyo. Dengan kata lain, penjurian GDI di Jakarta sekaligus menjadi rangkaian seleksi menuju penganugerahan G-Mark.





Penandatanganan perpanjangan Nota Kesepahaman (MoU) antara Ditjen Pengembangan Ekspor Nasional dengan Japan Institute of Design Promotion selaku Penyelenggara Good Design Award (G-Mark), 1 November 2019 di Tokyo Jepang

GDI menjadi ajang yang sangat ditunggu oleh para pelaku usaha dan desainer Indonesia, di mana nantinya para peraih penghargaan GDI akan mendapatkan kesempatan publisitas produk bersama Kementerian Perdagangan. Salah satu keuntungan yang diperoleh para pemenang GDI adalah kesempatan untuk tampil pada *showcase* pameran produk berskala nasional maupun internasional, serta memperoleh pengakuan untuk memakai logo GDI.

Sejak awal penyelenggaraannya, Ditjen PEN tidak pernah menyediakan hadiah berupa uang, baik dalam

bentuk tunai, jaminan asuransi atau pun lainnya. Visi GDI adalah sebagai platform bagi desainer dan pelaku usaha

nasional menuju pasar global. Maka, yang ditawarkan oleh Ditjen PEN adalah peluang pasar atau peluang bisnis.



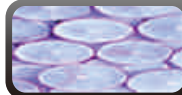
Humanity

• The creativity that guides the making of things



Innovation

• The vision to open up the future



Esthetics

• The imagination to evoke a rich life and culture



Ethics

• The thoughtfulness to shape society and the environment



Honesty

• The ability to clearly see the nature of modern society

“

Sebagaimana kegiatan tahunan G-Mark yang telah bertransformasi menjadi social movement dalam rangka meningkatkan kualitas hidup manusia



Dengan menjadi pemenang, secara otomatis produk-produk peraih anugerah GDI akan dipromosikan ke pasar Jepang, melalui Paviliun GDI pada pameran Good Design Award yang setiap tahunnya dikunjungi oleh para buyer, praktisi desain, asosiasi desain, maupun akademisi desain dari berbagai negara.

Selain pameran, Ditjen PEN juga mengagendakan kegiatan business forum atau business matching untuk memfasilitasi pertemuan dan negosiasi antara pemenang dan calon buyer





“

***Ditjen PEN
bekerjasama
dengan JETRO
mengadakan
Business Matching
dengan tema "New
Business Creation
Meet Up" pada
tanggal 1 November
2019 di Tokyo
Midtown***



Penganugerahan G-Mark ke-63 di Tokyo, Jepang, tanggal 31 Oktober 2019

potensial. Ditjen PEN bekerjasama dengan JETRO mengadakan Business Matching dengan tema "New Business Creation Meet Up" pada tanggal 1 November 2019 di Tokyo Midtown, dan dihadiri oleh sekitar 70 peserta dari kalangan buyer, akademisi, asosiasi dan praktisi desain. Hadir sebagai Narasumber adalah Paramapandu Soeprapto (Juri



GDI 2019) dengan presentasi berjudul "*Indonesian Good Design: Sustainable Design Lifestyle*". Selain itu, Arintha Vysistha (pemenang GDI Best 2019 dan G-Mark 2019), juga mempresentasikan inovasi produk OJ Kit.



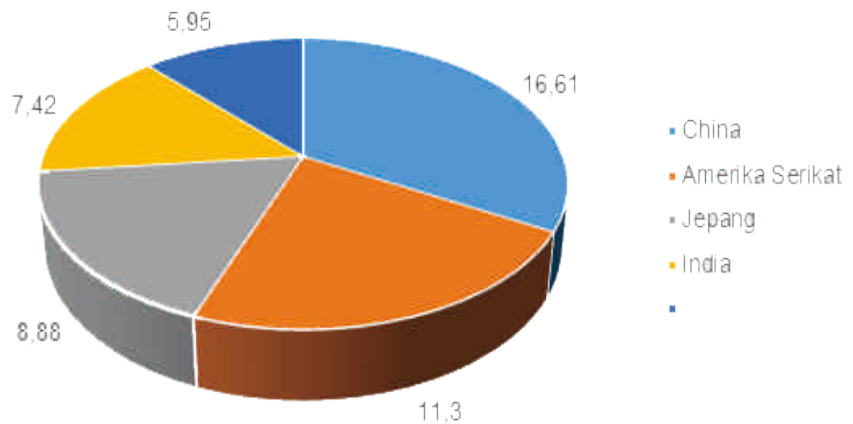
Acara Business Matching dengan tema "New Business Creation Meet Up" tanggal 1 November 2019 di Tokyo Midtown



Tujuan penyelenggaraan GDI pada muaranya bertujuan untuk mendorong kinerja ekspor nonmigas nasional, dengan bermuncullannya produk-produk lokal yang telah diakui dunia. Berdasarkan data BPS selama lima tahun terakhir (2014-2018), kinerja ekspor nonmigas Indonesia mengalami peningkatan sebesar 3,76%, yaitu dari USD 145,96 miliar pada tahun 2014, menjadi USD 162,84 miliar pada tahun 2018. Selanjutnya, pada periode Januari-November 2019, kinerja ekspor nonmigas nasional terbukukan di angka SD 141,68 miliar dengan lima mitra dagang terbesar adalah China (USD 23,54 miliar); Amerika Serikat (USD 16,01 miliar); Jepang (USD 12,59 miliar); India (USD 10,52 miliar) dan Singapura (USD 8,44 miliar).

Khusus aktivitas perdagangan antara Indonesia dan Jepang, transaksi ekspor nonmigas yang tercatat selama lima tahun terakhir juga menunjukkan tren positif atau terjadi peningkatan sebesar 3,47% atau merambat naik dari USD 14,56 miliar (2014) menjadi USD 16,31 miliar (2018). Sedangkan catatan transaksi ekspor nonmigas Indonesia ke Jepang di bulan Januari hingga November 2020 tercatat senilai USD 12,59 miliar. Secara umum, konsumen Jepang memiliki minat yang besar terhadap produk-produk seperti batubara (USD 1,47 miliar atau 11,70%); konduktor listrik (USD 711,75 juta atau 5,65%); nikel (USD 699,99 juta atau 5,56%); logam mulia (USD 696,23 juta atau 5,53%) dan karet alam (USD 634,76 juta atau 5,04%).

Pangsa Pasar Ekspor Nonmigas Indonesia (%)



Peningkatan ekspor nonmigas merupakan salah satu strategi agar neraca perdagangan Indonesia tidak defisit, mengingat aktivitas perdagangan dari sisi migas memang sedang mengalami hambatan, yang hingga kini masih terus diperjuangkan agar kembali mengalami kemajuan. Melalui program GDI, Ditjen PEN mengajak para eksportir dalam negeri untuk bekerjasama meningkatkan kesejahteraan bangsa Indonesia, melalui peningkatan ekspor nonmigas dari produk-produk pemenang GDI. Melalui berpartisipasi pada ajang GDI, Ditjen PEN berharap agar selain mumpuni sebagai

pusat produk-produk gaya hidup seperti kerajinan, furnitur dan home décor, Indonesia juga dapat meningkatkan reputasinya sebagai sentra produk berbasis teknologi dan internet, berpadu dengan pengembangan desain.

Setiap tahunnya, antusiasme masyarakat untuk berpartisipasi di GDI terus meningkat, yaitu dari 134 peserta pada tahun 2017, kemudian menjadi 253 pada tahun 2018, dan terakhir mencapai 421 pada tahun 2019 ini. Selain dari sisi jumlah peserta, dari segi konsep pelaksanaannya pun GDI terus mengalami improvisasi demi menyesuaikan dengan skema G-Mark di Jepang. Perubahan ini perlu dilakukan mengingat GDI merupakan pintu masuk akselerasi menuju proses seleksi G-Mark tahap akhir.

Peserta yang layak mengikuti ajang GDI adalah pelaku usaha yang memiliki legalitas sebagai badan hukum, atau desainer yang memiliki usaha sendiri maupun bekerjasama dengan perusahaan lain. Karena untuk bisa memasuki pasar ekspor, pelaku usaha wajib memiliki legalitas perusahaan. Sehingga ketika berhasil meraih

“

Melalui program GDI, Ditjen PEN mengajak para eksportir dalam negeri untuk bekerjasama meningkatkan kesejahteraan bangsa Indonesia

PERSYARATAN PESERTA



- Warga Negara Indonesia (WNI)
- Desain produk original
- Memiliki badan usaha atau kerjasama dengan perusahaan
- Produk sudah dipasarkan maksimal 2 tahun

penghargaan GDI, pemenang sudah harus siap dengan segala dokumen penting saat menerima order. Singkat kata, jika sudah memiliki dokumen legalitas yang lengkap, maka desainer atau pelaku usaha tersebut sudah siap untuk menghadapi kompetisi di pasar global.

Rangkaian kegiatan GDI terdiri dari beberapa tahapan yang membutuhkan waktu selama 12 bulan. Untuk itu, rentang waktu penyelenggaraan GDI perlu disusun sedemikian rupa dengan menyesuaikan jadwal 2nd screening G-Mark di Tokyo, yang setiap tahun rutin digelar pada tanggal 30 Juli - 1 Agustus. Seluruh kegiatan pendaftaran, penjurian dan penganugerahan harus sudah selesai semua paling lambat pada akhir bulan Juni. Mempertimbangkan keberhasilan pelaksanaan Good Design Indonesia (GDI) selama

tiga tahun berturut-turut, di mana jumlah peserta mengalami peningkatan yang signifikan, maka DITJEN PEN kembali menggelar ajang GDI untuk yang ke-4 kalinya di tahun 2020 ini. Pendaftaran telah dibuka sejak tanggal 2 Januari 2020 dan akan ditutup pada 31 Maret 2020. Sama halnya dengan penyelenggaraan sebelumnya, pendaftaran GDI dapat dilakukan secara daring melalui situs resmi di alamat iddd.kemendag.go.id/gdi.

Sejak awal, proses registrasi GDI dilakukan secara online atau daring, agar calon peserta yang berasal dari luar Jakarta tidak perlu mengeluarkan biaya mahal untuk mengirimkan formulir pendaftaran. Selain itu, peserta juga bisa memonitor sendiri kelengkapan dokumen pendaftaran yang diajukan, apakah sudah lengkap atau belum. Tentu saja dalam hal ini

desainer atau pelaku usaha yang mendaftar harus cakap teknologi agar tidak tergerus perkembangan zaman. Para eksportir dan calon eksportir tidak bisa bertahan dalam ketertinggalan melalui cara yang konvensional. Karena mempromosikan produk dan mencari peluang pasar pun kini sudah sangat memanfaatkan perkembangan teknologi internet, agar bisa masuk ke pasar internasional.

Ajang GDI 2020 akan memfokuskan pada nilai-nilai sustainable lifestyle dengan melihat produk dari perspektif pengguna, perspektif industri, perspektif sosial dan perspektif masa. Para peserta GDI juga diharapkan dapat bercerita terkait dengan ide desain produknya dalam sebuah story telling mengenai gagasan dan konsep terciptanya suatu produk. Para peraih penghargaan GDI akan mendapatkan kesempatan publisitas produk bersama Kementerian Perdagangan. Selain itu, pemenang juga berkesempatan tampil pada showcase pameran produk berskala nasional maupun internasional, memperoleh pengakuan untuk memakai logo GDI, serta mendapatkan jalur akselerasi mengikuti ajang G-Mark dan langsung lolos ke penjurian Tahap II.

GDI merupakan ajang penganugerahan terhadap karya desain produk terbaik di Indonesia, dengan tujuan untuk memperkenalkan produk-produk dalam negeri yang memiliki nilai tambah melalui pengembangan desain, sekaligus mendorong kinerja

ekspor nonmigas Indonesia ke pasar dunia. Oleh karena itu, selain harus memiliki desain kreatif dan inovatif, produk pemenang GDI juga harus memiliki nilai komersial di pasar ekspor atau memiliki daya jual di mata konsumen internasional.

Beberapa dokumen yang harus dilengkapi antara lain: 1) Kartu identitas desainer; 2) Dokumen legalitas perusahaan; 3) Surat pernyataan kepemilikan produk atau surat perjanjian kerjasama antara desainer dan perusahaan yang memiliki hak produksi; 4) Sertifikasi HKI atau Dokumen Paten untuk membuktikan bahwa desain Anda orisinal; dan 5) Tiga buah foto yang diambil dari tiga sudut berbeda. Peserta dapat mendaftarkan maksimal empat produk dengan mengisi e-form terpisah untuk masing-masing produk. Jika mendaftarkan lebih

APRESIASI PEMENANG



- Tropi & sertifikat dari Menteri Perdagangan
- Promosi produk pada pameran nasional & internasional
- Fasilitas di ajang G-Mark ke-64 di Tokyo

dari satu produk, maka terdapat tiga foto untuk masing-masing produk.

Khusus untuk produk yang dipasarkan di Indonesia dan termasuk dalam kategori Wajib SNI berdasarkan UU No 20

Tahun 2014 tentang Standardisasi dan Penilaian Kesesuaian, Pasal 24 ayat (1) yang berbunyi "Dalam hal berkaitan dengan kepentingan keselamatan, keamanan, kesehatan, atau pelestarian fungsi lingkungan hidup, kementerian/lembaga pemerintah nonkementerian berwenang menetapkan pemberlakuan SNI secara wajib dengan Peraturan Menteri atau Peraturan Kepala Lembaga Pemerintah Nonkementerian", harus melampirkan salinan sertifikat SNI saat pendaftaran online.

KRITERIA PEMENANG



- Desain kreatif & inovatif
- Komersial di pasar ekspor
- Berdampak positif bagi lingkungan dan kehidupan manusia

“

Peserta dapat mendaftarkan maksimal empat produk dengan mengisi e-form terpisah untuk masing-masing produk

INFO GRAFIS

18 Kategorisasi Produk Ajang GDI 2020

Pada tahun 2017 dan 2018, terdapat 6 kategori baru yang memiliki potensi paling besar di Indonesia yaitu produk (1) furnitur dan home decor; (2) peralatan rumah tangga; (3) gaya hidup dan aksesoris; (4) kemasan dan desain grafis; (5) transportasi; dan (6) elektronik. Pada dua tahun

penyelenggaraan terakhir, antusiasme para desainer dan pelaku usaha semakin tinggi namun belum ada kategori produknya sehingga tidak dapat mendaftar GDI. Sehingga pada tahun 2019, Ditjen PEN membuka 16 kategori produk sebagaimana yang juga diterapkan pada G-Mark di

Jepang. Pada tahun 2020, Ditjen PEN membuka 18 kategori produk, pengembangan dari 16 kategori sebelumnya. Delapan belas kategori ini mengklasifikasikan produk secara lebih detil, agar dapat mengakomodir ragam jenis produk unggulan.

1	Life products (accessories and healthcare: accessories and personal items; clothing, healthcare items; sanitary goods; beauty care equipment; smart watch)	2	Life products (kids and stationery: childcare goods and accessories; household childcare; stationery and office supplies; teaching materials and educational supplies; toys)	3	Life products (leisure and hobby: sporting goods; leisure/outdoor/travel goods; hobby goods and pet care supplies; accessories for smartphones, personal computers and cameras; garden tool; audio equipment and music instruments)
4	Life products (kitchen tools and daily necessities: kitchen goods, cookware, tableware, cutlery; daily necessities)	5	Home furniture and household goods (home furniture; cleaning goods; household nursing and rehabilitation equipment; emergency supplies; bedclothes; religious supplies)	6	Home appliances (kitchen appliances; home appliances; air conditioning appliances)
7	ICT Equipment (cameras, mobile phones and tablets; video equipment, ICT equipment for general public; broadcast and sound equipment for professional use; ICT equipment for professional use)	8	Housing fixtures (House lighting appliances; House air conditioning machines/fixtures; House building materials/fixtures; House interior materials; House exterior materials; Kitchen fixtures; Bathroom and wet area; House machines/fixtures)	9	Mobility (Passenger car; passenger car for home use; Passenger car-related instruments; Commercial vehicle; Commercial vehicle-related instruments; Motorbike; Motorbike-related instruments; Personal mobility and bicycle-related instruments; Railway; Shipping; Aircraft; Transportation system and service)

10	Equipment and facilities for manufacturing and medical care (Accessories and personal items for professional use; Working tools and instruments; Agricultural tools and equipment; Equipment and facilities for production and manufacturing; Medical equipment and facilities; Materials and parts; Manufacturing and production technique; Equipment and facilities for research and experiment; Other product for medical use and manufacturing)	11	Equipment and facilities for shop, office and public space (Furniture for shop, office, public space; Display furniture for shop and public space; Equipment and facilities for public space; Kitchen equipment and facilities for professional use; Equipment and facilities for professional use; Lighting appliances for professional use; Air conditioning equipment and facilities for professional use; Building materials and equipment for commercial space; Equipment and facilities for commercial space)	12	Housing (Personal residence, small sized apartment: Commercial/industrialized housing; Detached house; Cohousing; Small sized housing complex; Construction method for housing; Service and system for detached and small-sized housing /HEMS-Home Energy Management System)
13	Housing (Medium to large sized housing complex: Medium/large sized housing complex; Service and system for housing complex/HEMS -Home Energy Management System)	14	Construction for industry, commercial and public facility (Construction/space design for industry; Construction/space design for commercial use; Construction/space design for public facility; Landscape, civil engineering structures; Block and community development; Construction method for industry, commercial, public facility)	15	Media, contents and packaging (Media; Contents for the general public; Contents for business; Method for advertising/PR; Exhibition / display; Branding/CI/VI; Font; Packaging for the general public; Packaging for professional use; Application, software for the general public / apps for smartphones and tablets)
16	System and service (System/service for the general public; Insurance/financial service and system; Software for professional use; System/service for professional use; Social infrastructure system / infrastructure)	17	Business model and method (Business model; Research and development method; Awareness improvement, management method and project for industry; Education/promotion/support method; Awareness improvement for individual and public)	18	Project and activity (Regional/community development; Social contribution; Project and activity for the general public)

MARKET OUTLOOK



- multipurpose storage "Natha" dan "Citra";
- b. Iwan Sung yang sudah dilirik calon buyer potensial di Jepang berkat produk sedotan bambu "Buloo";
- c. Arintha Vysistha yang memperkenalkan produk functional fashion "OJ Kit";
- d. Yanuar Pratama Firdaus dan Gea Sentanu yang memikat Juri G-Mark dengan karya arsitektur "Norhouse"; dan
- e. Tim Akara Project yang digawangi oleh Alfath Kurniadi, Didi Alfin, Ady Setyawan, Rolly Anwar, dan Danita Maulida yang sukses mengemas video kampanye rotan berjudul "Laman Nupabomba".

Produk Pemenang GDI 2019 Sukses Berlaga di Jepang

Penyelenggaraan Good Design Indonesia (GDI) ke-3 telah selesai dilaksanakan pada tahun 2019. Sebagaimana tahun 2018 lalu, kegiatan GDI tahun ini juga ditutup dengan manis, melalui keberhasilan produk-produk pemenang GDI yang sukses berlaga di ajang desain tertua dan terbesar di dunia, yaitu Good Design Award atau G-Mark. Pada acara penganugerahan G-Mark ke-63 yang digelar tanggal 31 Oktober 2019 di Grand Hyatt Hotel, Tokyo, diumumkan bahwa enam produk GDI 2019 berhasil meraih penghargaan G-Mark 2019 yaitu:

- a. Freddy Chrisswantra yang sukses berlagu dengan produk

Bekerjasama dengan Atase Perdagangan RI di *Tokyo* dan *Indonesia Trade Promotion Centre (ITPC)* Osaka, Kementerian Perdagangan melalui DJPEN memfasilitasi 21 pemenang GDI 2019 untuk berpartisipasi pada pameran G-



Mark, yang digelar pada tanggal 31 Oktober - 4 November 2019 di Tokyo Midtown. Pameran ini setiap tahunnya dikunjungi oleh desainer, pelaku usaha dan buyer potensial. Melalui Paviliun GDI berukuran 15 x 1.5 meter, sejumlah produk pemenang GDI berhasil menarik perhatian pengunjung antara lain Natha,

Pada penyelenggaraan yang ke-63 tahun ini, G-Mark 2019 diikuti oleh 4.120 produk yang berasal dari 20 negara, yaitu Turki, Kanada, Perancis, India, Korea Selatan, Amerika Serikat, Peru, Thailand, Cina, Jerman, Indonesia, Singapura, Swiss, Jepang, Finlandia, Hongkong, Italia, Slovenia, Taiwan dan Inggris.



“

Pada penyelenggaraan yang ke-63 tahun ini, G-Mark 2019 diikuti oleh 4.120 produk yang berasal dari 20 negara

PEMENANG GDI OF THE YEAR & GDI BEST 2019

PT Bana Andaru Nusantara

Bandung

Email : hello@bana.id

PIC: Freddy Chrisswantra

Tridolbag

Jakarta Selatan

Email : smardono@gmail.com

PIC: Don Gunarto

PALA Nusantara X Mycotech

Bandung

Email : ilhampinastiko@gmail.com

PIC: Ilham Pinastiko

PD Multi Prima

Jakarta Pusat

Email : b710hy@gmail.com,

primestabilizator@gmail.com

PIC: Henry Yogiaman

OJ Kit

Jakarta Selatan

Email : ojkit.id@gmail.com,

arinhavys@hotmail.com

PIC: Arintha Vysistha

PT. Pudak Oriental Indonesia

Bandung

Email : hello@suji.co.id

PIC: Melati Fadilla Nissa

Saruga Package-Free

Jakarta Selatan

Email : omaramaa@gmail.com

PIC :Adi Asmawa

Balagi Rattan

Email : malfathakurniadi@gmail.com

PIC: Alfath Kurniadi

PT Pindad (Persero)

Bandung

Email : adimas@pindad.com

PIC: Adimas Dwi Anggoro

PT Centra Teknologi Indonesia

DI Yogyakarta

Email : cs.centralab@gmail.com

PIC :Azis

**Lembaga Pengembangan Inovasi dan
Kewirausahaan - Institut Teknologi Bandung**

Email : permana.group1@gmail.com

PIC : Permana

**Aaksen Responsible Aarchitecture
(CV Kelana Semesta)**

Bandung

Email : contact@aaksenstudio.com

PIC :Yanuar Pratama Firdaus

Akara Projects

Bandung

Email : akaraprojects.id@gmail.com

PIC :Alfath Kurniadi

PT. Pindad (Persero)

Bandung

Email : otje@pindad.com

PIC :Otje / Suresh Ferdian

INSPIRATIF



Freddy Chrisswantra saat tampil mempresentasikan produknya, Natha dan Citra pada saat penjurian GDI 2019 Tahap ke-2 bertempat di Indonesia Design Development Centre (IDDC), Jakarta

“

Natha dan Citra, meraih dua penghargaan tertinggi di ajang Good Design Indonesia (GDI) 2019

Mendunia Bersama Bambu Indonesia

Tahun 2019 menjadi salah satu tonggak pencapaian bagi Freddy Chrisswantra, seorang desainer yang telah memiliki PT Bana Andaru Nusantara dan melejitkan label Bana Handcrafted Goods. Terinspirasi dari kekayaan alam dan budaya Indonesia, Freddy mendirikan perusahaannya pada tahun 2018. Berlokasi di Bandung, Jawa Barat, sarjana desain

lulusan Institut Teknologi Bandung ini mengawali perjalanan usahanya dengan mengeksplorasi material bambu yang melimpah di daerah Tasikmalaya.

Material inilah yang mengantarkan Freddy sukses berlaga di panggung dunia melalui produk Natha dan Citra. Dua produk anyaman bambu

hasil karyanya, Natha dan Citra, meraih dua penghargaan tertinggi di ajang Good Design Indonesia (GDI) 2019. Lebih dari itu, melalui fasilitasi Kementerian Perdagangan cq. Ditjen PEN kepada para pemenang GDI of the Year dan GDI Best, kedua produk tersebut juga sukses berlaga di panggung Good Design Award atau G-Mark 2019 di Tokyo, Jepang.



Freddy Chrisswantra meraih dua trofi dan dua sertifikat sekaligus, GDI of the Year dan GDI Best, pada ajang Penganugerahan GDI 2019 di Jakarta melalui karyanya bernama Natha dan Citra

“

Produk bambu lokal yang dijual ke pasar global juga umumnya hanya mengikuti permintaan pasar, serta meniru produk-produk serupa dari negara-negara lain seperti Viet Nam, Thailand dan Filipina.

Melalui kacamata seorang desainer, Freddy melihat bahwa bambu lokal Indonesia merupakan komoditas ekspor yang memiliki potensi besar. Hanya saja, produk-produk bambu yang dihasilkan oleh pelaku usaha atau perajin lokal masih memiliki nilai jual yang rendah. Kondisi ini disebabkan oleh belum adanya pengembangan desain sebagai upaya diferensiasi produk bambu Indonesia di pasar internasional.

Produk-produk bambu Indonesia sebagian besar masih semata melanjutkan tradisi atau bisnis turun temurun, yang diwariskan orang tua. Desain produk-produk bambu yang ada tetap sama dari dulu hingga kini. Tidak hanya itu, produk bambu lokal yang dijual ke pasar global juga umumnya hanya mengikuti permintaan pasar, serta meniru produk-produk serupa dari negara-negara lain seperti Viet Nam, Thailand dan Filipina.

Kesamaan desain produk dengan para kompetitor, menempatkan perajin bambu Indonesia pada kondisi pasar yang sangat mengontrol harga. Para pemain pasar bersaing merebut perhatian pasar dengan cara menurunkan harga. Efeknya, kualitas dan nilai tambah produk juga harus diturunkan. Dampak jangka panjang dari situasi ini adalah menurunnya pendapatan para perajin atau pelaku usaha

kerajinan, yang mendorong mereka untuk beralih profesi ke bidang usaha lain.

Terdorong oleh keinginan yang kuat untuk membangkitkan kembali potensi bambu Indonesia yang memiliki nilai budaya sekaligus nilai ekonomi tinggi, Freddy memperkenalkan label Bana Handcrafted Goods dan mengambil posisi untuk bersaing dari sisi kualitas dan desain, yang dengan sendirinya memberikan nilai tambah

Natha, GDI of the Year 2019



Citra, GDI Best 2019



tersendiri terhadap produk tersebut. Di sisi lain, Freddy juga berempati untuk mengangkat potensi para perajin bambu lokal di beberapa daerah di Indonesia, yang sesungguhnya memiliki talenta unik dan luar biasa dalam hal menganyam bambu.

Di saat yang bersamaan, Freddy juga menggali kembali nilai-nilai budaya setempat yang hampir terlupakan untuk kemudian dituangkan ke dalam ide-ide desainnya. Kolaborasi antara para perajin bertalenta dan Freddy yang memiliki kemampuan desain, pada akhirnya menghasilkan karya-karya desain produk bambu bernilai seni tinggi serta bernilai ekonomi di pasar dalam dan luar negeri.

Patra, Paras, Saki, Kaia, Alike, Adia, Kidung, Deepa, Kirana, Dara, Neeru, Rayya, Padma, Kanaka, Asmara, Nari, Ishya, Sekar, Pasa, Parna, Gendhis, Eila, Dhira, Bimala adalah produk-produk yang lahir dari tangan kreatif Freddy. Di samping itu, Freddy juga berkolaborasi dengan perajin di daerah lain seperti Boyolali, dengan mengusung bahan baku tembaga, serta Lombok yang mengeksplorasi bahan baku ketak.

Produk-produk hasil karya Freddy dan para perajin lokal adalah barang yang sudah pernah ada sebelumnya, namun dikemas dengan konsep desain *soft blended authenticity*, yaitu mengoptimalkan penggunaan bahan baku alam Indonesia yang melimpah di kombinasikan dengan tangan terampil para perajin lokal, lalu dikemas dengan sentuhan modern

sebagai bentuk manifestasi antara gaya dengan proses produksi industry. Hasilnya, Freddy mampu menghadirkan sebuah produk yang sederhana namun solid dalam menghadirkan nilai-nilai tradisi dalam kehidupan sehari-hari pemiliknya. Pada muaranya, produk-produk keluaran Bana Handcrafted Goods tersebut juga diharapkan berdampak positif terhadap keberlanjutan industri kerajinan bambu sebagai salah satu tulang punggung ekonomi para perajin di daerah.



REGULASI



Resmi! Pemerintah dan DPR RI Sepakati RUU IA CEPA Menjadi Undang-Undang

“

Kegiatan ini menghasilkan potensi nilai transaksi sebesar USD 2,4 juta untuk produk makanan dan bumbu masak, kopi, produk perikanan, furnitur, dan produk kayu

Persetujuan Kemitraan Ekonomi Komprehensif Indonesia-Australia atau Indonesia - Australia Comprehensive Economic Partnership Agreement (IA-CEPA) telah diratifikasi DPR RI, 6 Februari lalu. "Dengan telah diratifikasinya IA-CEPA ini, maka dalam 5 tahun ke depan, kedua negara sudah mempunyai plan of action. Dengan demikian, hubungan bilateral Indonesia-Australia akan semakin kuat dan saling menguntungkan," demikian disampaikan Direktur Jenderal Perundingan Perdagangan Internasional, Iman Pambagyo mewakili Menteri Perdagangan RI pada acara Forum Bisnis Indonesia-

Australia di Hotel Shangri La, Sydney, Australia, 11 Februari.

Forum Bisnis Indonesia-Australia kali ini yang dipimpin oleh Direktur Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional, Dody Edward dan Dirjen PPI, Iman Pambagyo, diikuti oleh 10 perusahaan Indonesia sektor, yaitu kayu, furnitur, dekorasi rumah, kerajinan, makanan dan minuman, kopi, pupuk, dan niaga elektronik (e-commerce). Forum bisnis ini diawali dengan Diskusi Panel "IA-CEPA: A Pathway to Explore Opportunities Next Door" dengan narasumber State Director NSW State Office, Wakil Ketua Umum

Kadin Indonesia Bidang Hubungan Internasional, Ketua Umum GAPMMI, dan National President of AIBC. Kemudian dilanjutkan dengan peninjauan kesepakatan bisnis (*business matching*) yang mempertemukan para pelaku usaha Indonesia dan Australia. "Kegiatan ini menghasilkan potensi nilai transaksi sebesar USD 2,4 juta untuk produk makanan dan bumbu masak, kopi, produk perikanan, furnitur, dan produk kayu. Transaksi ini akan terus bertambah seiring dengan dicapainya kesepakatan dagang yang masih dalam proses negosiasi *business to business*," jelas Dirjen PEN Dody.

Untuk meningkatkan pemanfaatan IA-CEPA, para pebisnis diharapkan mempersiapkan diri lebih baik dan memperkuat kerja sama dalam mengembangkan pasar, serta mendorong satu sama lain untuk melakukan hubungan bisnis. Saat ini, Indonesia melakukan kerja sama dengan Australia di berbagai bidang, di antaranya telekomunikasi, rumah sakit, pertambangan,



asuransi, konstruksi, pendidikan tinggi, serta pelatihan kejuruan teknis. Indonesia juga memberikan tarif khusus untuk beberapa produk pertanian, termasuk biji-bijian pakan, dan untuk gulungan baja canai panas/dingin.

Indonesia dan Australia merupakan mitra strategis yang harus tumbuh bersama. Oleh karena itu, hubungan bilateral sangat penting bagi kedua negara. Tahun 2019, total perdagangan Indonesia dan Australia mencapai USD 7,8 miliar. Produk ekspor utama Indonesia ke Australia yaitu

minyak bumi, cerutu, kayu, monitor dan proyektor, ban, dan alas kaki. Sementara, produk impor utama dari Australia adalah minyak bumi, gandum dan meslin, batu bara, sapi hidup, ferro nikel, dan bijih besi. Ekspor Indonesia ke Australia sebesar 1,2% dari total impor Australia dari dunia. Sementara, ekspor Australia ke Indonesia sebesar 3,1% dari total impor Indonesia dari dunia. Untuk investasi, pada tahun 2018, Australia merupakan investor terbesar ke-10 di Indonesia, mencakup 635 proyek di Indonesia dengan jumlah total sekitar USD 597,4 juta. Saat ini, investasi Australia di Indonesia sebagian besar bergerak di bidang pertambangan, logam, pertanian, real estat, permesinan, dan transportasi. Sementara, Indonesia merupakan negara tujuan investasi favorit ke-4 di dunia dan memiliki potensi besar. Berbagai bidang investasi cukup menarik minat pebisnis Australia, seperti maritim, logistik, pariwisata, teknologi informasi dan komunikasi, pendidikan tinggi, serta pelatihan kejuruan.



REFLEKSI



“

Kegiatan ini memberi informasi yang terkini mengenai pasar Kanada dan kebijakan pemerintah Kanada yang mengedepankan aspek kesetaraan gender dalam menjalankan bisnis sehingga instansi terkait diharapkan dapat memanfaatkan kerja sama ini

Lokakarya Pengembangan Ekspor Indonesia ke Kanada

Kementerian Perdagangan bekerjasama dengan Trade Facilitation Office Kanada menyelenggarakan Lokakarya Pengembangan Ekspor ke Kanada di Kantor Kementerian Perdagangan, Jakarta, Senin (3 Februari). Kegiatan ini memberi informasi yang terkini mengenai pasar Kanada dan kebijakan pemerintah Kanada yang mengedepankan aspek kesetaraan gender dalam menjalankan bisnis sehingga instansi terkait diharapkan dapat memanfaatkan kerja sama ini guna menunjang pengembangan ekspor Indonesia ke pasar Kanada. Sementara, Director of Cooperation (Development) dari Kedutaan Kanada Jakarta, Pierre Yves Monard menyampaikan terima kasih dan apresiasi atas kerja sama antara Indonesia dan Kanada. Hadir sebagai pembicara pada lokakarya ini Project Director TFO Canada

untuk Asia, Zaki Munshi. Lokakarya ini dihadiri oleh perwakilan Indonesia-Canada Chamber of Commerce, Greg Elms, Kadin Indonesia, Asosiasi Pengusaha Indonesia, Ikatan Wanita Pengusaha Indonesia, Asosiasi Pertekstilan Indonesia, Gabungan Pengusaha Ekspor Indonesia, Asosiasi Persepatuan Indonesia, Asosiasi Eksportir dan Produsen Handicraft Indonesia, dan Dewan Kerajinan Nasional



Forum Bisnis Indonesia-Australia



Kementerian Perdagangan bekerjasama dengan Kadin Indonesia dan Australia Indonesia Business Council (AIBC) menggelar Forum Bisnis Indonesia-Australia yang berlangsung di Hotel Shangri La, Sydney, Australia, 11 Februari. Kegiatan forum bisnis diisi

dengan Panel Diskusi dengan tema "IA-CEPA: A Pathway to Explore Opportunities Next Door" dengan narasumber State Director NSW State Office, Trudy Witbreuk; Wakil Ketua Umum Kadin Indonesia Bidang Hubungan Internasional, Shinta Kamdani; Ketua Umum GAPMMI, Adhi Lukman dan National President of AIBC, Philip Turtle. Selain menggelar diskusi panel, pada forum bisnis ini juga digelar peninjauan kesepakatan bisnis (business matching) antara pelaku usaha Indonesia dan Australia. Terdapat 10 perusahaan Indonesia yang bergerak di bidang fesyen, dekorasi rumah, kerajinan, makanan dan minuman, kopi, pupuk, dan niaga elektronik (e-commerce).



Kunjungan ke Industri Tahu Tempe di Sydney

Dalam rangkaian misi dagang ke Australia, Direktur Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional, Dody Edward melakukan kunjungan ke produsen tahu tempe NutriSoy di Sydney, 12 Februari. NutriSoy merupakan produsen tahu tempe dengan merek Soyco yang berdiri sejak 30 tahun lalu. Hingga saat ini, produksi NutriSoy mencapai 8 ton untuk tahu dan 1 ton untuk tempe dengan penjualan 90% untuk keperluan domestik Australia dan 10% untuk ekspor. Untuk domestik, produk ini dijual ke ritel dan 69 restoran Indonesia yang ada di Australia. Dirjen PEN juga melakukan diskusi dengan pemilik usaha terkait kiat sukses membuka usaha makanan di Australia. Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk meningkatkan ekspor Indonesia ke Australia seiring telah selesainya ratifikasi IA-CEPA.



Indonesia-Korea Animation Industry Cooperation Forum



Kementerian Perdagangan bekerjasama dengan ASEAN-Korea Center menyelenggarakan Indonesia-Korea Animation Industry Cooperation Forum di Hotel Fairmont, Jakarta, 12-14 Februari, yang dibuka oleh Staf Ahli Menteri Perdagangan Bidang Pengamanan Pasar, Sutriono Edi. Sekretaris Jenderal ASEAN-Korea Centre, Lee Hyuk menyampaikan komitmen meningkatkan kerja sama pengembangan sektor animasi Indonesia, dan berharap Indonesia dapat menjadi negara industri animasi terbesar di Asia Tenggara. Hadir Duta Besar Korea Selatan Jakarta, Kim Chang-beom menyampaikan congratulatory remarks. Peserta forum ini terdiri dari 16 pelaku industri animasi Korea dan 28 pelaku industri animasi Indonesia, dan menghasilkan 57 penajakan kesepakatan bisnis (business meeting).



Kemendag Gelar Acara Temu Muka Perusahaan Anggota Customer Service Center

Kementerian Perdagangan menggelar acara temu muka (gathering) perusahaan anggota Customer Service Center (CSC) di Kantor Kemendag, Jakarta, 19 Februari, yang dibuka oleh Direktur Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional, Dody Edward. Pertemuan ini bertujuan sebagai salah satu upaya peningkatan sinergi komunikasi dengan para eksportir dari berbagai industri. Acara temu muka ini dihadiri sekitar 100 orang dari berbagai perusahaan dan menghadirkan narasumber Wakil Ketua Umum Kadin Indonesia Bidang Hubungan Internasional, Shinta Widjaja Kamdani; Direktur Perundingan Bilateral, Ni Made Ayu Marthini; dan Kasubdit Pengembangan Sistem Informasi Ekspor, Aksamil Khair, serta dimoderatori oleh Direktur Pengembangan Pasar dan Promosi Ekspor, Iriana Ryacudu.



Seminar Kebijakan Pengembangan SDM Guna Peningkatan Ekspor

Balai Besar Pendidikan dan Pelatihan Ekspor Indonesia (BBPPEI) Ditjen PEN Kemendag menyelenggarakan Seminar Kebijakan Pengembangan Sumber Daya Manusia Guna Peningkatan Ekspor yang berlangsung di Hotel Ciputra Jakarta, 27 Februari. Seminar bertema "Digital Marketing untuk Bisnis UKM" dibuka secara resmi oleh Direktur Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional Dody Edward, yang memaparkan strategi



peningkatan ekspor yaitu refocus produk ekspor ke produk industri dan diversifikasi produk ekspor, menjalin perjanjian perdagangan dengan negara mitra dagang baru, meningkatkan promosi melalui pameran, memperluas pasar ekspor, promosi melalui pameran, meningkatkan daya saing produk dan SDM ekspor, dan mendorong peningkatan ekspor secara daring. Pada seminar ini Dirjen PEN Dody menganugerahkan Facilitator of the Year Award Tahun 2019 kepada pemenang fasilitator PPEI, Calex Supriyatno. Seminar yang mengetengahkan narasumber Yongky Susilo dari PT Nielsen Indonesia dan diikuti 200 peserta dari Asosiasi, BUMN, Akademisi, pelaku usaha, eksportir dan perwakilan dari instansi terkait.

AGENDA

3 Maret 2020

Forum CEO

Auditorium Kementerian Perdagangan, Jakarta

4-5 Maret 2020

Rapat Kerja Kementerian Perdagangan

Hotel Borobudur, Jakarta

9 Maret 2020

Lokakarya Peluang Pasar Produk Ritel di Taiwan, Hong Kong, Singapura, serta
Pemanfaatan Platform Niaga-Elektronik
Tangerang, Banten



TRIVIA

❖ **Preferential Trade Arrangement (PTA):**

Kesepakatan untuk menurunkan/menghapus tingkat tarif pada sejumlah (kecil) pos tarif yang menjadi kepentingan ekspor pihak mitra. Dilakukan pengaturan Rules of Origin (ROO) untuk memastikan originating status dari produk yang diekspor ke negara mitra PTA. Ketentuan lain seperti Sanitary and Phytosanitary Measures (SPS) Agreement, Technical Barriers to Trade (TBT) Agreement, facilitation dan lain-lain umumnya menggunakan ketentuan World Trade Organization (WTO) dan existing regulations yang bersifat most-favored-nation (MFN).

❖ **Trade in Goods Agreement (TIGA):**

Kesepakatan untuk menurunkan/menghapus tingkat tarif pada semua pos tarif. TIGA mencakup pula ketentuan lain seperti ROO, SPS, customs procedures and facilitation, TBT, intellectual property rights (IPR), trade remedies yang sifatnya WTO-plus. Beberapa negara akan mengusulkan dimasukkan ketentuan mengenai Geographical Indications (GIs).

❖ **Free Trade Agreement (FTA):**

Kesepakatan liberalisasi sektor barang, jasa dan investasi. Diatur pula ketentuan lain seperti ROO, SPS, customs procedures & facilitation, TBT, IPR, trade remedies yang sifatnya WTO-plus.

❖ **Comprehensive Economic Partnership Agreement (CEPA):**

Kemitraan yang mencakup liberalisasi, fasilitasi, cooperation, rules, dan isu spesifik seperti UKM, GIs, competition, sustainable development, State-Owned Enterprises (SOE), government procurement, dan lain-lain.

KEMENTERIAN
PERDAGANGAN
REPUBLIK INDONESIA

Ikutan, yuk!



**Good
Design
Indonesia
2020**

iddc.kemendag.go.id/gdi

Informasi lebih lanjut, hubungi
gooddesign-indonesia@kemendag.go.id



PERSYARATAN PESERTA

- Warga Negara Indonesia (WNI)
- Desain produk orisinal
- Memiliki badan usaha atau kerja sama dengan perusahaan
- Produk sudah dipasarkan maksimal 2 tahun

KRITERIA PEMENANG

- Desain kreatif dan inovatif
- Komersial di pasar ekspor
- Berdampak positif bagi lingkungan dan kehidupan manusia

APRESIASI PESERTA

- Trofi dan sertifikat dari Menteri Perdagangan
- Promosi produk pada pameran nasional dan internasional
- Fasilitas pada ajang G-Mark ke-64 di Tokyo

JADWAL PELAKSANAAN

2 Januari--10 April
Pendaftaran daring

15--16 April
Penjurian tahap I di Jakarta

16--18 Juni
Penjurian tahap II di Jakarta

23 Juni--9 Juli
Pameran produk pemenang GDI
di Alun-Alun Grand Indonesia

24 Juni
Penganugerahan GDI

18--20 Agustus
Penjurian G-Mark di Tokyo

31 Oktober
Penganugerahan G-Mark di Tokyo



www.kemendag.go.id



@Kemendag



Kementerian Perdagangan

**Direktorat Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional
Kementerian Perdagangan**

Gedung Utama, lantai 3

Jl. Ridwan Rais No. 5 Jakarta - 10110

Tel./Fax.: +62 21 385 8171, E-mail: contact-pen@kemendag.go.id

 Ditjen Pengembangan Ekspor Nasional  [djpen.kemendag](https://www.instagram.com/djpen.kemendag)