

Oktober 2020

SEKTOR PRODUK PERTANIAN TUMBUH SELAMA PANDEMI

3

TAJUK UTAMA

8

INFO GRAFIS

9

MARKET OUTLOOK

10

INSPIRATIF

11

REGULASI

13

REFLEKSI

EDITORIAL

Status Pandemi COVID-19 yang ditetapkan oleh WHO sejak 12 Maret 2020 telah berdampak pada berbagai sektor, tidak terkecuali sektor perdagangan. Beberapa sektor ekonomi mengalami gangguan pertumbuhan bahkan negatif terdampak pandemi COVID-19, antara lain sektor industri pengolahan, sektor pertambangan dan lainnya. Namun demikian terdapat tiga sektor yang tetap tumbuh positif di masa pandemi COVID-19 (triwulan 2 tahun 2020) yaitu sektor Informasi dan Komunikasi tumbuh 10,88 persen, sektor pertanian tumbuh 2,19 persen, dan Jasa Keuangan tumbuh 1,03 persen.

Meskipun pertumbuhan ekonomi mengalami pelemahan, pada Semester I 2020 neraca perdagangan Indonesia ke dunia mengalami surplus sebesar USD 11,05 Miliar. Hal ini tercatat lebih besar dari periode yang sama tahun 2019, dimana defisit tercatat sebesar USD 2,06 Miliar. Nilai ekspor non migas periode ini mencapai USD 97,90 miliar dengan negara tujuan ekspor terbesar adalah RRT, Amerika Serikat, Uni Eropa, Jepang dan India.

Di tengah perlambatan ekonomi akibat pandemi ini, ekspor produk pertanian Indonesia justru mencatatkan kinerja yang baik. Pada semester I 2020 (Januari-Agustus, YOY) sektor pertanian mengalami pertumbuhan positif sebesar 8,64 persen senilai USD 2,4 miliar, dimana pada periode yang sama tahun 2019 tercatat sebesar USD 2,21 miliar. Produk ekspor pertanian yang tercatat mengalami peningkatan signifikan pada periode yang sama adalah produk kelapa yang naik 189,19 persen; jambu, mangga & manggis meningkat sebesar 134,49 persen; kayu manis naik 107,32 persen; kapulaga naik 96,54 persen; kacang mede naik 73,01 persen; sayuran naik 68,69 persen; pala naik 32,17 persen; dan cengkeh naik 14,09 persen. Adapun pasar produk pertanian yang tumbuhan positif pada periode yang sama adalah Iran dengan kenaikan 297,47 persen; Spanyol (naik 196,17 persen); Filipina (naik 100,59 persen); Rusia (68,85 persen); Jepang (53,78 persen); RRT (naik 35,14 persen); Perancis (naik 19,93 persen); Pakistan (naik 17,89 persen); dan Hongkong (naik 9,51 persen).

Sektor pertanian mempunyai peran penting dalam pertumbuhan ekonomi nasional. Terlebih dalam situasi pandemi Covid-19 yang berdampak terhadap perlambatan pada semua aspek ekonomi. Yang perlu menjadi catatan, dalam kurun waktu lima tahun terakhir (2015-2019), pertumbuhan ekspor produk pertanian Indonesia cenderung menurun rata-rata 0,55 persen per tahun. Tahun 2019 lalu, neraca perdagangan produk pertanian Indonesia dengan dunia mengalami defisit USD 5,4 miliar. Ekspor tercatat USD 3,61 miliar, sedangkan impornya mencapai USD 9,02 miliar. Pada periode Januari-Agustus 2020, neraca perdagangan produk pertanian mengalami defisit sebesar USD 2,81 miliar, dimana ekspor tercatat sebesar USD 2,4 miliar dan impor sebesar USD 5,21 miliar.

Indonesia masih mengimpor beberapa produk pertanian hortikultura, sayuran dan buah-buahan. Impor sayuran didominasi produk bawang putih, kentang olahan, bawang bombay. Adapun untuk produk buah terbanyak adalah anggur, apel, jeruk dan pir. Hal ini perlu mendapatkan perhatian, di mana konsumsi produk pertanian di dalam negeri masih mengandalkan impor dan perlu substitusi produk pertanian yang mampu diproduksi sendiri dalam negeri. Momentum peningkatan ekspor produk pertanian di masa pandemi dapat menjadi pijakan untuk mendorong sektor ini mampu mewujudkan kemandirian pangan sekaligus menjadi pemasok global produk pangan. Ekspor harus terus dipacu dan pada saat yang sama juga perlu mengurangi impor melalui peningkatan produksi dalam negeri. Kedepan sektor pertanian diharapkan mampu menjadi andalan perekonomian, bukan hanya sementara di masa pandemi ini saja.

Selamat membaca!

Salam,
Tim Warta Ekspor

Penanggung Jawab:
Kasan

Pemimpin Redaksi:
Iriana Trimurty Ryacudu

Redaktur:
Astri Permatasari

Sekretariat:
Farel Anjar Renato Purba

Penulis:
Prahastuti Maharani

DAFTAR ISI

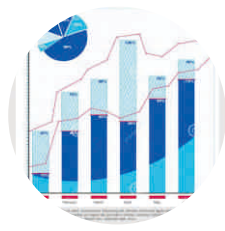
3



TAJUK UTAMA

- Produk Ekspor Pertanian yang Tumbuh di Era Pandemi
- Tantangan Sektor Pertanian Indonesia
- Terobosan Kementerian Perdagangan Dorong Ekspor Produk Pertanian

8



INFO GRAFIS

- 10 Negara Tujuan Ekspor Produk Pertanian Indonesia
- 10 Produk Ekspor Utama Indonesia ke Dunia

9



MARKET OUTLOOK

Ekspor Pertanian Indonesia di Dunia

10



INSPIRATIF

Koperasi Eksportir Berdayakan Masyarakat Lokal Menembus Pasar Global

11



REGULASI

Indonesia Tetap Mendapatkan Fasilitas GSP Amerika Serikat

13



REFLEKSI

- Peluncuran "One Year to Go Indonesia Pavilion at Expo 2020 Dubai"
- Peluncuran Good Design Indonesia 2021
- Penganugerahan Good Design Indonesia 2020
- Pelatihan Sertifikasi dan Standardisasi Ekspor Indonesia ke Australia
- Pelepasan Ekspor Produk Indonesia ke Dunia
- Indonesia-Japan Virtual Business Forum 2020: Webinar Market Access for Indonesian Coffee
- Sosialisasi Program Local Business Export Coaching Produk Home Decoration
- Webinar: Peluang Ekspor Produk UKM Indonesia ke Brasil dan Argentina
- Business Matching Virtual Indonesia-Mesir untuk Produk Kopi dan Rempah-Rempah

24



AGENDA

24



TRIVIA

25



ALAMAT PERWAKILAN

TAJUK UTAMA



Produk Ekspor Pertanian yang Tumbuh di Era Pandemi

Ketika masyarakat dunia membatasi pergerakan karena pembatasan sosial berskala besar yang diterapkan di banyak negara karena wabah Covid-19, maka kecenderungan untuk tetap tinggal di rumah dan mengonsumsi makanan rumahan menjadi lebih tinggi. Memasak makanan sendiri dengan berbelanja berbagai produk bahan makanan secara daring menjadi pilihan untuk menyiasati tantangan physical distancing guna meminimalkan infeksi paparan virus berbahaya.

Memasak juga menjadi salah satu hobby baru kian digandrungi untuk mengisi waktu luang saat mereka tinggal di rumah saja. Hal inilah yang melatarbelakangi tingginya permintaan produk pertanian termasuk produk

hortikultura dan peternakan di berbagai belahan dunia. Selain itu, demi menjaga kesehatan selama pandemi sekaligus meningkatkan daya tahan tubuh, pola konsumsi dan gaya hidup masyarakat global turut berubah. Kebutuhan akan bahan suplemen kesehatan herbal seperti rempah-rempah juga turut meningkat.

Produk ekspor pertanian yang tercatat mengalami peningkatan signifikan pada periode semester I 2020 (Januari-Agustus, Yoy) adalah produk kelapa yang naik 189,19 persen; jambu, mangga & manggis meningkat sebesar 134,49 persen; kayu manis naik 107,32 persen; kapulaga naik 96,54 persen; kacang mede naik 73,01 persen; sayuran naik 68,69 persen; pala naik 32,17

persen; dan cengkeh naik 14,09 persen. Pasar ekspor produk pertanian Indonesia yang tumbuhan positif dimasa pandemi COVID-19 (Januari-Agustus 2019/2020) adalah Iran dengan kenaikan 297,47 persen; Spanyol (naik 196,17 persen); Filipina (naik 100,59 persen); Rusia (68,85 persen); Jepang (53,78 persen); RRT (naik 35,14 persen); Perancis (naik 19,93 persen); Pakistan (naik 17,89 persen); dan Hongkong (naik 9,51 persen).

Catatan gemilang ekspor produk pertanian di masa pandemi diantaranya dihasilkan oleh produk kelapa dan turunannya. Dari sejak sebelum pandemi melanda, produk kelapa telah memiliki prospek yang menjanjikan mengingat permintaan pasar dunia terhadap komoditas tersebut terus meningkat. Sebagai komoditas yang banyak dikembangkan petani kecil, produk kelapa merupakan penyumbang devisa peringkat ke 4 setelah sawit, karet dan kakao.

Hingga saat ini sebagian besar petani kelapa memproduksi kelapa dalam bentuk kopra. Produk kelapa lain seperti VCO juga mengalami peningkatan permintaan karena memiliki kandungan antioksidan yang baik untuk daya tahan tubuh yang sangat dibutuhkan di masa pandemi saat ini. Produk turunan atau olahan kelapa lainnya, seperti sabut kelapa juga memiliki potensi sangat besar dikembangkan. Sabut kelapa yang diminati pasar ekspor ini umumnya

dimanfaatkan untuk bahan baku industri jok & dashboard kendaraan, media tanaman dan alat rumah tangga lainnya. Tanaman kelapa dihasilkan hampir seluruh wilayah di Indonesia sehingga masih sangat potensial untuk terus dikembangkan.

Beberapa produk hortikultura seperti sayur-sayuran dan buah-buahan juga mengalami peningkatan yang cukup baik di masa pandemi ini. Beberapa jenis sayuran daun segar seperti selada, bayam, kangkung, kubis, wortel produksi dalam negeri bisa ekspor ke mancanegara.

Produk sayur mayur yang dihasilkan oleh pertanian organik mengalami peningkatan permintaan yang menggembirakan mengingat perubahan gaya hidup yang lebih sehat dari masyarakat global. Banyak negara-negara maju juga mulai mengonsumsi buah tropis dan sayuran asal Indonesia.

Beberapa buah yang mengalami peningkatan ekspor signifikan antara lain jambu kristal atau disebutkan jambu batu. Buah jambu merupakan salah satu komoditas buah unggulan nasional yang dihasilkan oleh provinsi Jawa Barat, Lampung, Kalimantan Barat, Sulawesi Selatan, Bengkulu dan NTB. Jambu kristal memiliki keunggulan dibanding jambu batu jenis lainnya yaitu memiliki tekstur yang lembut dan renyah dengan aroma khas yang segar. Selain itu, jambu ini nyaris tidak berbiji dan rasa manisnya menyerupai karakteristik apel

atau pir dengan kandungan mineral dan nutrisi yang baik. Buah manggis yang manis juga turut mencatat peningkatan permintaan, Badan Karantina Pertanian (Barantan) pada periode kuartal pertama tahun 2020 mencatatkan ekspor buah tropis eksotik ini sebanyak 34,71 ribu ton dengan total pengiriman 1.829 kali. Sentra produksi manggis membentang dari Sumatera, Jawa hingga Nusa Tenggara bahkan sampai Sulawesi Selatan dan Kalimantan Selatan.

Di Indonesia, tanaman jambu mete ini banyak kita jumpai di berbagai daerah seperti Sulawesi Tenggara, Jawa Tengah, Jawa Timur, Lampung, Sumatera Barat, Jawa Barat, dan Bali. Kacang mete sebagian besar diusahakan oleh perkebunan rakyat. Ekspor mete Indonesia saat ini kebanyakan masih dalam bentuk gelondong dengan tujuan ekspor ke India dan Vietnam.

Produk ini harganya cukup stabil dengan prospek yang masih sangat terbuka, baik pasar domestik maupun pasar internasional. Hasil olahan kulit mete bisa menjadi minyak CNSL dengan permintaan dari China, Amerika, India, dan Korea guna memenuhi kebutuhan bahan bakar nonfosil.

Selanjutnya rempah-rempah juga mengalami peningkatan ekspor ke Indonesia merupakan pengekspor rempah-rempah termasyur sejak lama. Peluang pasar rempah Indonesia juga semakin besar untuk

memenuhi kebutuhan industri obat-obatan, kosmetik, aroma terapi, serta makanan dan minuman. Rempah-rempah Indonesia cenderung memiliki kestabilan harga yang tinggi dan kualitas produk yang baik. Komoditas rempah unggulan ekspor di masa pandemi ini adalah kayu manis, kapulaga, pala, dan cengkeh. Rempah kayu manis di pasar dunia dipergadangkan dalam bentuk kulit kayu manis kering, pecahan kulit, tepung, serbuk dan minyak atsiri. Indonesia sebagian besar mengekspor komoditas ini dalam bentuk kayu manis gulungan dan sedikit sekali dalam bentuk tepung. Secara nasional daerah pengembangan kayu manis berada di provinsi Jambi, Sumatera Barat dan Kalimantan Selatan.

Indonesia merupakan negara pengekspor terbesar produk pala terbesar untuk Uni Eropa. Produk pala Indonesia yang diekspor ke Uni Eropa mencakup beberapa produk dengan kode HS antara lain; HS 090811 (pala utuh), HS 090812 (pala bubuk), HS 090821 (bunga pala utuh), dan HS 090822 (bunga pala dihancurkan). Indonesia juga merupakan negara pengekspor cengkeh terbesar dunia setelah Madagaskar. Sebagai negara tropis dan asal dari cengkeh, Indonesia memiliki potensi tinggi produksi cengkeh. Tanaman ini tersebar luas baik di pekarangan ataupun perkebunan hampir di seluruh wilayah Indonesia dengan provinsi Sulawesi Utara sebagai wilayah dengan luas tanaman cengkeh terluas di Indonesia.

Tantangan Sektor **Pertanian Indonesia**



Komoditi pertanian sebagian besar terkendala akses pasar karena adanya hambatan tarif dan non tarif seperti Sanitary dan Phytosanitary (SPS), persyaratan higienis produk, sertifikasi, registrasi produk, maupun persyaratan inspeksi. Selain itu, produk pertanian masih mengalami hambatan perdagangan terutama karena isu sustainability dan traceability. Permintaan global saat ini lebih menekankan perhatian terhadap isu-isu ini. Hambatan lain yang juga dihadapi produk pertanian Indonesia adalah kurangnya moda transportasi yang cepat dan kompetitif

menekan biaya logistik. Terbatasnya penerbangan ke negara tujuan ekspor juga menjadi kendala lainnya.

Komoditas pertanian umumnya masih bersifat market oriented dan menyesuaikan dengan tren dan preferensi pasar. Untuk itu, pelaku usaha dituntut harus lebih mampu membaca peluang pasar dan menyesuaikan produksinya dengan tren dan preferensi konsumen yang dapat berubah cepat akibat globalisasi informasi serta meningkatkan daya saing dengan penguatan kualitas dan kuantitas produk serta melakukan inovasi-inovasi baru.

Untuk itu, walaupun Indonesia memiliki comparative advantage tersendiri karena berada di wilayah khatulistiwa dan memiliki banyak sumber daya alam produk pertanian tropis, namun harus diakui bahwa daya saing produk ekspor pertanian Indonesia tersebut masih tertinggal dibandingkan tetangga di ASEAN seperti Vietnam dan Thailand.

Kendati begitu, Kemendag optimis bahwa Indonesia memiliki banyak potensi untuk terus meningkatkandaya saing produk pertanian agar komoditas Indonesia semakin diminati oleh dunia.

Terobosan Kementerian Perdagangan Dorong Ekspor Produk Pertanian



Untuk mendorong ekspor produk pertanian di era pandemi, Kemendag melakukan dua pendekatan, pendekatan produk dan pendekatan pasar. Kemendag memfokuskan pada produk-produk yang mengalami pertumbuhan positif selama pandemi antara lain sayuran, buah-buahan, kelapa, cengkeh, pala, kacang mede, dan kapulaga. Perhatian khusus juga akan diberikan pada produk-produk yang akan pulih pasca pandemi seperti kopi dan teh. Selain itu, produk baru pertanian yang muncul akibat pandemi seperti produk-produk yang digunakan untuk meningkatkan imunitas juga akan terus didorong. Selain itu,

Kemendag me pada pasar produk pertanian yang pertumbuhannya positif di masa pandemi seperti RRT, Rusia, Jepang, Hongkong, Filipina, Pakistan, Iran, Spanyol, Perancis.

Selain itu, penyederhanaan regulasi dan prosedur ekspor dan impor sebagai akselerasi peningkatan ekspor terus diupayakan. Untuk membuka pasar ekspor yang lebih luas, Kemendag memaksimalkan keberadaan perwakilan perdagangan di luar negeri untuk mengawal keberlangsungan ekspor. Saat ini terdapat 46 Perwakilan Perdagangan RI (Atase Perdagangan, ITPC, Konsul

Perdagangan, KDEI dan Dubes WTO) yang tersebar di 31 negara.

Para perwakilan perdagangan ini melaporkan perkembangan kondisi terkini negara tujuan ekspor, termasuk peluang dan hambatan ekspor. Berbagai program promosi dan business matching secara virtual juga dilaksanakan untuk memberikan fasilitasi para pelaku ekspor khususnya UKM ekspor, termasuk dari sektor pertanian.

Selain itu, dalam meningkatkan kemampuan ekspor khususnya bagi UKM, pemerintah melalui Kementerian Perdagangan juga

telah mendirikan sekolah pelatihan ekspor yang bernama Pendidikan Pelatihan Ekspor Indonesia (PPEI) dan didirikan sejak 30 tahun lalu yang juga memiliki program pendampingan ekspor. Penguatan daya saing terhadap

petani/koperasi/UKM juga perlu terus dilakukan Kemendag melalui Klinik Produk Ekspor, fasilitasi konsultasi desain Indonesia Design Development Center (IDDC), fasilitasi rebranding dan kemasan, serta berbagai fasilitasi sertifikasi

seperti Kekayaan Intelektual (paten, merek, desain industri), ISO 22000, HACCP, GMP, Organik dan Halal.

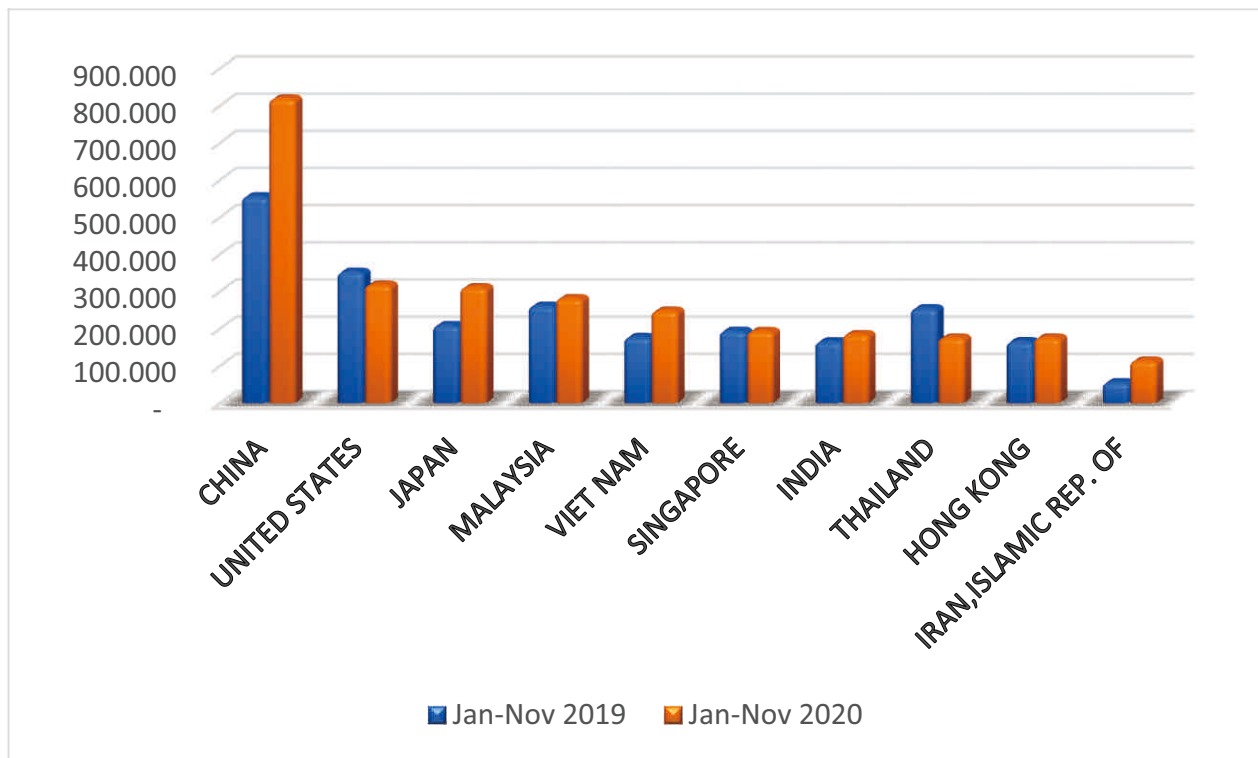
Selanjutnya, beberapa terobosan baru untuk membuka pasar ekspor yang lebih luas dilakukan melalui dukungan bagi berkembangnya platform berbasis digital berorientasi ekspor. Terobosan ini dilakukan Kemendag untuk menjawab tantangan pergeseran preferensi belanja konsumen, dimana perilaku penggunaan internet dan belanja secara daring semakin marak terutama di era pandemi. Peluncuran Archipelago Marketplace Inc. di platform niaga-el terbesar dunia, Amazon serta IDNstore platform pemasaran digital produk Indonesia untuk wilayah RRT, Hongkong dan Taiwan yang akan diluncurkan pada awal 2021 merupakan langkah untuk menyiasati akses pasar di masa pandemi saat ini. Platform pemasaran digital semacam ini diharapkan dapat menjadi inkubator bagi para pelaku usaha khususnya UKM untuk memasarkan produknya dengan lebih mudah.

Indonesia sebagai negara agraris memiliki potensi besar untuk menjadi pemasok global produk pangan dunia. Terlebih karena dilintasi garis Katulistiwa maka hampir semua tanaman tumbuh baik di negeri tropis ini. Indonesia sendiri memiliki banyak produk pertanian yang khas dan beranekaragam. Permintaan ekspor yang masih kian meningkat diharapkan dapat menjadi momentum untuk kembali pulih dari perlemahan ekonomi saat ini.

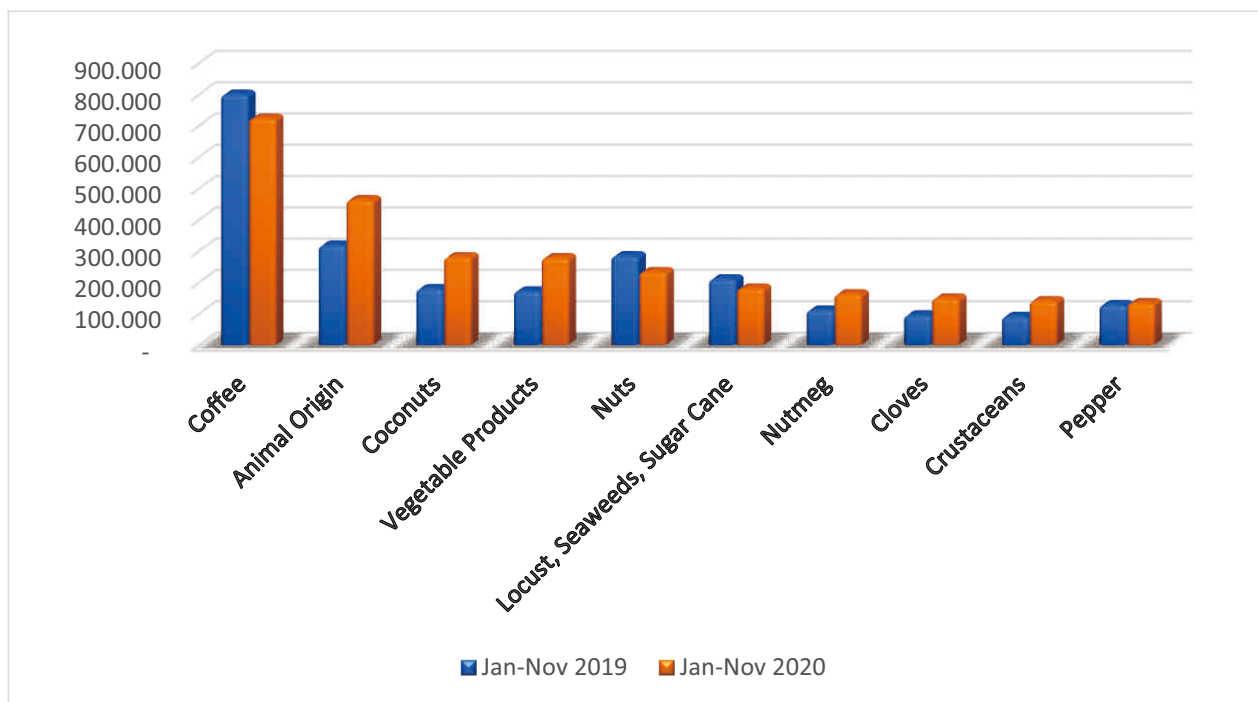


INFO GRAFIS

10 Negara Tujuan Ekspor Produk Pertanian Indonesia



10 Produk Ekspor Utama Indonesia ke Dunia



MARKET OUTLOOK

Ekspor Pertanian Indonesia di Dunia

Dilansir dari data Kementerian Perdagangan, ekspor sektor pertanian tumbuh menggembirakan seiring dengan perubahan pola konsumsi dan gaya hidup masyarakat global di era pandemi Covid-19. Selama 5 tahun terakhir (2015-2019) tren pertumbuhan ekspor produk pertanian mengalami penurunan sekitar 0,55 persen per tahun. Namun pada semester I 2020 (Januari-Agustus, Yoy) sektor pertanian mengalami pertumbuhan positif sebesar 8,64 persen atau sebesar USD 2,4 miliar. Dibandingkan dengan periode yang sama tahun 2019, ekspor produk pertanian tercatat senilai USD 2,21 miliar. Hal ini merupakan perkembangan yang menggembirakan mengingat di tengah tantangan pandemi ekspor sektor pertanian justru menunjukkan perkembangan yang baik.

Indonesia sendiri termasuk dalam 10 besar pemasok produk pertanian dunia bersama tetangga ASEAN lainnya yaitu Thailand dan Malaysia. Dimana 5 besar pemasok produk pangan global adalah Amerika Serikat, Brasil, China, Kanada, dan

Argentina. Negara tujuan ekspor terbesar produk pertanian Indonesia pada periode Januari-Agustus 2020 antara lain RRT 19,6 persen; Amerika Serikat 9,93 persen; Jepang 9,25 persen; Malaysia 8,2 persen, Hongkong 5,63 persen; dan Singapura 5,59 persen. Ekspor produk pertanian Indonesia pada periode tersebut didominasi oleh kopi sebesar 20,86 persen; sayuran 8,28 persen, pinang 7,24 persen, kelapa 3,96 persen, jambu, manga dan manggis 3,24 persen, cengkeh 3,22 persen dan lada 3,19 persen. 10 provinsi penghasil produk pertanian utama Indonesia pada periode ini adalah Jawa timur, Sumatera Utara, DKI Jakarta, Lampung, Jambi, Riau, Sulawesi Selatan, Jawa tengah, Jawa Barat, dan Kepulauan Riau.

Saat ini beberapa sektor sektor ekonomi mengalami penurunan pertumbuhan bahkan negatif akibat dampak pandemi COVID-19. Namun tiga sektor yang pertumbuhannya tetap positif di masa pandemi COVID-19 (Triwulan 2 tahun 2020) yaitu sektor Informasi dan Komunikasi tumbuh 10,88 persen dengan kontribusi terhadap PDB 4,66persen,

sektor pertanian tumbuh 2,19 persen dengan kontribusi terhadap PDB 15,48 persen dan Jasa Keuangan 1,03 persen, kontribusi terhadap PDB 4,44persen. Sementara itu untuk sektor industri, perdagangan, konstruksi dan pertambangan mengalami pertumbuhan negatif.

Adapun pasar ekspor produk pertanian Indonesia yang tumbuh positif di masa pandemi COVID-19 (Januari-Agustus 2019/2020) adalah Iran dengan kenaikan 297,47 persen; Spanyol (naik 196,17persen); Filipina (naik 100,59 persen); Rusia (68,85persen); Jepang (53,78persen); RRT (naik 35,14persen); Perancis (naik 19,93 persen); Pakistan (naik 17,89 persen); dan Hongkong (naik 9,51persen). Sementara itu produk ekspor pertanian yang meningkat signifikan pada periode yang sama adalah produk kelapa naik 189,19 persen; jambu, mangga& manggis naik 134,49 persen; kayu manis naik 107,32 persen; kapulaga naik 96,54 persen; kacang mede naik 73,01 persen; sayuran naik 68,69 persen; pala naik 32,17 persen; dan cengkeh naik 14,09 persen

INSPIRATIF

Koperasi Eksportir Berdayakan Masyarakat Lokal Menembus Pasar Global

Ekspor produk pertanian kebanyakan adalah korporasi yang sudah mapan dengan modal besar karena harus berhadapan dengan regulasi yang rumit di negara tujuan ekspor. Namun di Purworejo Jawa Tengah terdapat pelaku ekspor berbasis koperasi wanita yang sangat inspiratif, Koperasi Wanita Srikandi. Koperasi ini berhasil mengeksport produk berbahan dasar kelapa seperti gula kristal organik dan VCO ke beberapa negara dengan memberdayakan masyarakat lokal pedesaan di daerahnya.

Koperasi ini pada awalnya berdiri di bawah LSM Kartinem di tahun 2006 yang bergerak di bidang perempuan dan perlindungan anak. Untuk membiayai LSM Kartinem, dibukalah usaha minyak goreng dan gula merah dengan mendirikan Kelompok Usaha Bersama (KUB) Mitra Sejahtera pada 2001 yang kemudian berbadan hukum resmi koperasi dengan nama Koperasi Wanita Srikandi pada tahun 2014. Selanjutnya di tahun 2015, Kopwan Srikandi berhasil mendapatkan Nomor Identitas Kepabeaan (NIK) sebagai persyaratan untuk ekspor ke negara-negara Asia dan Eropa.

Koperasi Wanita Srikandi atau yang biasa disebut Kopwan Srikandi berhasil memberdayakan para petani dan perajin di wilayah Purworejo dan sekitarnya. Dengan motto "Agen Pemberdayaan Masyarakat Berbasis Sumber Daya Lokal", Kopwan Srikandi memiliki lebih dari 2 ribu petani penderes binaan, 14 kelompok dampingan perajin minyak kelapa dengan wilayah meliputi Kabupaten Purworejo, Kebumen dan Wonosobo.

Produk-produk olahan berbasis kelapa yang dihasilkan Kopwan Srikandi memiliki sertifikasi organik Internasional yang dikeluarkan oleh Control Union Belanda, Sertifikat EU Organic Farming dari Eropa dan bersertifikat USDA organic dari Amerika. Selain itu, produk-produknya juga telah diakui keamanan pangannya dengan sertifikat HACCP yang sudah terakreditasi oleh Komite Akreditasi Nasional (KAN).

Kopwan Srikandi telah mengeksport produknya dengan tujuan RRT, Perancis, Polandia, Australia, Spanyol, Jepang, Yunani, Sri Lanka, Australia, Inggris dan

Belanda. Saat ini sedang dilakukan negosiasi dengan Kanada dan Pakistan untuk ekspor pada akhir Januari mendatang. Selain produk gula kristal organik dan VCO yang menjadi unggulan eksportnya, Kopwan Srikandi memiliki produk baru yakni coconut nextar, yang saat ini masih menunggu PIRT, sertifikat halal dan sertifikat organik.

Kopwan Srikandi turut mengalami tantangan selama masa pandemi Covid-19 yang mengakibatkan logistik terhambat. Namun, tidak berputus asa, baru-baru ini, Kopwan Srikandi melakukan inovasi dengan mendirikan PT dengan nama PT Praja Agro Indoland rencananya akan beroperasi 5 Januari 2020 untuk menyasar pasar yang lebih luas. Koperasi sebagai sarana pemasaran dan produksi kolektif jika dikelola secara baik dan profesional dapat bersaing dengan korporasi yang lebih besar serta lebih berdampak bagi terutama bagi masyarakat pedesaan. Selain berorientasi meningkatkan penghasilan masyarakat lokal juga mampu memunculkan titik pertumbuhan ekonomi baru.

Sumber: Kopwan Srikandi serta dirangkum dari berbagai sumber lainnya.

REGULASI

Indonesia Tetap Mendapatkan Fasilitas GSP Amerika Serikat



Sejak Pemerintah Amerika Serikat (AS) memulai proses peninjauan kembali pada bulan April 2018 atas fasilitas Generalized System of Preferences (GSP) yang diberikan kepada beberapa negara termasuk Indonesia, pemerintah Indonesia secara aktif melakukan serangkaian konsultasi dengan kantor United States Trade Representative (USTR), yang disambut positif Pemerintah AS.

Berbagai upaya yang dilakukan sejak tahun 2018 itu akhirnya membuahkan hasil pada 30 Oktober 2020 saat AS menyatakan bahwa proses peninjauan kembali untuk Indonesia dinyatakan selesai dan Indonesia akan tetap mendapatkan fasilitas GSP. Hasil peninjauan kembali tersebut diumumkan

secara resmi melalui laman situs USTR <https://ustr.gov/about-us/policy-offices/press-office/pressreleases/2020/october/ustr-announces-gsp-enforcement-action-country-successes-and-neweligibility-reviews> dan surat Ambassador USTR, Robert Lighthizer, kepada Menko Bidang Maritim dan Investasi tertanggal 30 Oktober 2020.

"Hasil akhir yang positif dari proses peninjauan kembali fasilitas GSP untuk Indonesia ini tentunya memberikan kepastian baik bagi eksportir Indonesia maupun importir AS bahwa mereka dapat melanjutkan bahkan meningkatkan kegiatan bisnisnya. Ini tentunya perkembangan yang positif di tengah upaya kita untuk memperkecil

dampak pandemi Covid-19 bagi perekonomian Indonesia maupun AS," ungkap Menteri Perdagangan Agus Suparmanto.

Mendag Agus lebih lanjut menegaskan bahwa selama proses peninjauan kembali sejak tahun 2018, fasilitas GSP tetap dapat dinikmati Indonesia, dan keputusan akhir dari proses peninjauan kembali ini mempertegas bahwa Indonesia tetap dapat menikmati fasilitas ini untuk beberapa tahun ke depan.



Fasilitas GSP ini diberikan dalam bentuk pengurangan tarif bea masuk pada sejumlah produk Indonesia yang dinilai kurang berdaya saing di pasar AS dibanding produk sama atau sejenis dari negara lain di pasar AS

Fasilitas GSP ini diberikan dalam bentuk pengurangan tarif bea masuk pada sejumlah produk Indonesia yang dinilai kurang berdaya saing di pasar AS dibanding produk sama atau sejenis dari negara lain di pasar AS.

GSP adalah program preferensi penurunan tarif bea masuk yang diterapkan secara unilateral oleh AS kepada negara berkembang, termasuk Indonesia. Pada tahun 2019, ekspor Indonesia yang menggunakan fasilitas GSP tercatat senilai USD 2,61 miliar atau setara 13,1 persen dari total ekspor Indonesia ke AS (USD 20,15 miliar).

Produk utama Indonesia yang menikmati fasilitas GSP di AS ini mencakup travel goods/ tas (USD 408,2 juta), perhiasan (USD 392,1 juta), produk elektronik (USD 282

juta), ban kendaraan (USD 244,5 juta) dan furnitur (USD 147,9 juta). Indonesia adalah negara yang paling besar memanfaatkan program GSP di AS setelah Thailand.

Di tahun 2019, total nilai tariff saving yang seharusnya dibayarkan oleh importir AS atas impor dari Indonesia mencapai USD 142,1 juta. Besarnya manfaat dari tariff saving tersebut turut membuahkan dukungan dunia usaha AS agar Indonesia tetap mendapatkan GSP.

"Selanjutnya, saya mengajak pelaku usaha termasuk UMKM untuk terus mengoptimalkan fasilitas GSP ke AS karena utilisasi GSP Indonesia saat ini masih belum maksimal. Dari 3.572 pos tarif yang mendapatkan fasilitas GSP, Indonesia baru memanfaatkannya untuk

729 pos tarif barang saja, atau sekitar 20,4 persen. Oleh sebab itu, Kemendag terus bekerja sama dengan K/L terkait serta pelaku usaha dan industri agar dapat meningkatkan variasi ekspor dan memanfaatkan pasar AS yang masih terbuka," tegas Mendag.

Hingga bulan Agustus tahun 2020, nilai ekspor GSP Indonesia ke AS tercatat senilai USD 1,87 miliar, atau naik 10,6 persen dibandingkan periode sama di tahun sebelumnya. Di tahun 2019, AS telah mencabut status GSP bagi India, Turki, dan Thailand (parsial), sehingga memberikan keunggulan komparatif bagi produk ekspor Indonesia dan berpeluang besar menjadi negara pengguna GSP terbesar di AS.

Sumber: www.kemendag.go.id



REFLEKSI

Peluncuran "One Year to Go Indonesia Pavilion at Expo 2020 Dubai"



kesuksesan partisipasi Indonesia pada gelaran tersebut. Saat ini, PT Astra International Tbk telah berkomitmen sebagai sponsor utama Paviliun Indonesia, diikuti PT Gajah Tunggal Tbk, Grup APRIL, dan PT Wijaya Karya (Persero) Tbk (WIKA).

Kemendag juga meluncurkan logo dan maskot Paviliun Indonesia Expo 2020 Dubai. Mendag menyerahkan hadiah secara simbolis kepada pemenang desain logo dan maskot Paviliun Indonesia Expo 2020 Dubai. Logo dan maskot terpilih diharapkan dapat menjadi identitas bangsa di ajang dunia, menggambarkan Indonesia masa kini, serta mampu merefleksikan gagasan masa depan.

Menteri Perdagangan, Agus Suparmanto bersama Duta Besar UEA Jakarta, Abdullah Salem Obeid Al Dhaheri melakukan peluncuran "One Year to Go Indonesia Pavilion at Expo 2020 Dubai" di Kantor Kementerian Perdagangan, Jakarta, 1 Oktober 2020. Expo 2020 Dubai merupakan momentum untuk menegaskan posisi Indonesia di kancah global sebagai upaya pemulihan pascapandemi Covid-19. Expo 2020 Dubai yang semula direncanakan digelar dalam waktu dekat di Dubai, Uni Emirat Arab (UEA), harus disesuaikan karena pandemi Covid-19 menjadi 1 Oktober 2021 hingga 31 Maret 2022.

Hal ini sejalan dengan arahan Presiden Joko Widodo bahwa partisipasi

Indonesia pada Expo 2020 Dubai merupakan bagian dari upaya peningkatan promosi citra, perdagangan, pariwisata, dan investasi Indonesia, khususnya di wilayah Timur Tengah dan dunia pada umumnya. Partisipasi Indonesia pada Expo 2020 Dubai, merupakan wujud Indonesia Incorporated. Pemerintah dan pihak swasta bersama-sama mendukung



Peluncuran Good Design Indonesia 2021



Penyelenggaraan GDI 2021 tetap bersinergi dengan Japan Institute of Design Promotion (JDP) dan Japan External Trade Organization (JETRO), terkoneksi langsung dengan Good Design Award (G-Mark) Jepang sehingga makin banyak produk Indonesia bersaing di pasar global.

Good Design Indonesia merupakan salah satu wujud komitmen Kementerian Perdagangan dalam upaya mengembangkan produk ekspor melalui peningkatan desain dan kualitas produk ekspor.

Menteri Perdagangan, Agus Suparmanto didampingi Direktur Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional, Kasan serta Japan External Trade Organization (JETRO) Jakarta, Keishi Suzuki menekan tombol sebagai tanda Peluncuran Good Design Indonesia 2021 yang berlangsung di Kantor Kementerian Perdagangan, Jakarta, 6 Oktober 2020.



Mendag mengajak seluruh masyarakat, khususnya pelaku bisnis, produsen, eksportir, desainer dan akademisi, dapat mempersiapkan diri sejak tahun ini dan bekerja sama dalam menciptakan suatu produk ekspor yang bernilai dan berkualitas serta mampu bersaing di GDI 2021.

Penganugerahan Good Design Indonesia 2020



Menteri Perdagangan, Agus Suparmanto memberi Penganugerahan Good Design Indonesia (GDI) 2020 kepada para desainer produk GDI 2020 di Alun Alun Indonesia, Mal Grand Indonesia, Jakarta, 7 Oktober 2020. Pada GDI tahun ini yang mengangkat tema "Trade Sustainable Lifestyle Through Good Design", Kemendag telah menetapkan 26 produk dari 23 pelaku usaha sebagai pemenang GDI 2020. Untuk mengembangkan potensinya ke pasar internasional, 16 desainer produk GDI tersebut difasilitasi untuk mengikuti Good Design Award atau G-Mark ke-64 di Jepang.

GDI mengadopsi 5 kunci kriteria, yakni inovasi, memiliki nilai kebaruan, bernilai komersial, berorientasi ekspor, dan berdampak positif bagi masyarakat dan lingkungan. GDI juga

terkoneksi dengan ajang Good Design Award atau G-Mark di Jepang, dan memberikan peluang dan akses pasar yang lebih luas bagi pelaku bisnis menuju pasar global.

Mendag juga mengunjungi beberapa stan produk pemenang GDI 2020, antara lain Pala Nusantara, Kejaya Handicraft, Karya Dua Anyam, dan Jaxee Anyaman.

Kemendag mengapresiasi 6 produk dari 5 perusahaan yang telah meraih penghargaan G-Mark di Jepang yang diikuti berbagai peserta dunia, seperti RRT, Belanda, Spanyol, Taiwan, Uganda, Jerman, Singapura, Swedia, Thailand, Inggris, Kanada, Turki, Amerika Serikat, Swiss, Korea Selatan, Malaysia, Hongkong, Macau, dan Jepang sendiri.

