

DAFTAR ISI	i
KATA PENGANTAR	ii
RINGKASAN EKSEKUTIF	iv
BAB I KINERJA	1
1.1. Peningkatan Diversifikasi Ekspor Jasa dan Produk Kreatif	1
1.2. Peningkatan Ekspor Produk Manufaktur	9
1.3. Peningkatan Ekspor Produk Primer	20
1.4. Peningkatan Pelayanan Hubungan Dagang dan Informasi Ekspor	27
1.5. Kegiatan Pendukung Ditjen PEN	33
BAB II AGENDA KEGIATAN DIREKTORAT JENDERAL PENGEMBANGAN EKSPOR NASIONAL	38
BAB III PERMASALAHAN DAN TINDAK LANJUT	42
1.1. Kendala, Isu dan Permasalahan	42
1.2. Tindak Lanjut Penyelesaian	42
BAB IV PENUTUP	43

Pada laporan bulan Desember 2022, kegiatan-kegiatan Direktorat Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional (Ditjen PEN) terangkum dalam sistematika pelaporan mencakup lingkup kegiatan Pengembangan Sektor Jasa dan Produk Kreatif, Pengembangan Ekspor Produk Manufaktur, Pengembangan Ekspor Produk Primer, Peningkatan Pelayanan Peluang Pasar dan Informasi Ekspor, serta Kegiatan Pendukung Ditjen PEN.

Penyusunan laporan ini dimaksudkan untuk informasi kepada Menteri Perdagangan dan unit Eselon I lainnya berkaitan dengan program dan kegiatan Ditjen PEN sepanjang bulan Desember 2022 dalam rangka mendukung capaian Kinerja Tahun 2022 Ditjen PEN yang telah ditetapkan di awal tahun. Laporan bulanan ini juga dibuat dalam rangka mendukung kegiatan reformasi birokrasi di lingkungan Kementerian Perdagangan dan guna mewujudkan Akuntabilitas Kinerja yang baik pada Ditjen PEN.

Pada tahun 2022 Ditjen PEN menetapkan 6 (enam) indikator kinerja, yang tertuang dalam Perjanjian Kinerja Tahun 2022 yaitu:

1. Presentase peningkatan ekspor non komoditas dengan target sebesar 4,17%;
2. Presentase peningkatan ekspor non migas ke negara-negara prioritas dengan target sebesar 4,61%;
3. Presentase peningkatan ekspor jasa prioritas dengan target sebesar 0,56%;
4. Presentase peserta pendampingan ekspor (*coaching program*) yang menjadi eksportir baru dengan target sebesar 30%;
5. Peningkatan potensi transaksi promosi produk ekspor (barang dan jasa) dengan target sebesar 15%; dan
6. Pelaksanaan pameran pada *side event* KTT G20 2022 dengan target sebesar 1 kegiatan.

Sampai dengan periode Januari-Desember 2022, indikator presentase pertumbuhan ekspor non komoditas menunjukkan capaian sebesar 345,08%, indikator peningkatan ekspor ke negara-negara prioritas sebesar 436,88%, indikator presentase peningkatan ekspor jasa prioritas sebesar 13932,14%, serta indikator presentase peningkatan potensi transaksi promosi produk ekspor (barang dan jasa) menunjukkan tingkat capaian sebesar 575,13%, indikator presentase pendampingan ekspor (*coaching program*) yang menjadi eksportir baru sebesar 115,57%, serta pelaksanaan pameran pada *side event* KTT G20 2022 yang telah dilaksanakan tanggal 13-14 November 2022.

Dari sisi kinerja anggaran, pada tahun anggaran 2022 Ditjen PEN Kementerian Perdagangan memperoleh alokasi anggaran sebesar Rp 238.863.585.000, namun setelah mengalami *refocusing*, anggaran Ditjen PEN menjadi sebesar Rp 194.756.928.000. Dari total anggaran tersebut, berdasarkan realisasi sampai dengan 31 Desember 2022, telah direalisasikan sebesar Rp 189.975.781.993 atau sebesar 97,55%.

Dengan tersusunnya laporan bulan Desember tahun 2022 ini diharapkan akan semakin memberikan gambaran yang jelas dan terarah mengenai perkembangan dari pelaksanaan tugas pokok dan fungsi antar direktorat di lingkungan Ditjen PEN. Selain itu, kepada para pemangku kepentingan (*stakeholders*) dan para pimpinan di lingkungan Kementerian Perdagangan, melalui penyusunan Laporan Bulanan ini diharapkan dapat memberikan pandangan dan arah yang jelas sebagai pertimbangan dalam pengambilan keputusan.

Jakarta, Januari 2023

Direktur Jenderal
Pengembangan Ekspor Nasional

Kinerja Ditjen PEN dalam mendukung program pengembangan ekspor nasional sepanjang bulan Desember 2022 di sektor jasa dan produk kreatif, meliputi: **Penganugerahan Good Design Indonesia (GDI) 2022** merupakan ajang tahunan pemilihan produk desain Indonesia dalam rangka pengembangan produk untuk mendorong peningkatan ekspor non migas Indonesia, **Kegiatan Sosialisasi Dekranas dan World Craft Council (WCC) Award dan Kunjungan Perusahaan di Kupang - NTT** yang bertujuan untuk menyebarluaskan informasi mengenai pendaftaran dan pelaksanaan kegiatan Dekranas dan WCC Award, serta **Menghadiri Undangan Focus Group Discussion (FGD) Kebijakan Perdagangan Luar Negeri dalam Mendukung Ekspor Sektor Jasa** yang bertujuan untuk menyusun rekomendasi kebijakan pengembangan ekspor sektor jasa Indonesia.

Untuk mendukung program pengembangan ekspor produk manufaktur, Ditjen PEN melakukan kegiatan: **Kunjungan Perusahaan Dalam Rangka Identifikasi Pelaku Usaha Sektor Home Decor di Yogyakarta** dengan tujuan identifikasi pelaku usaha *home decoration* dan *profiling product*, **Identifikasi Potensi Ekspor di Solo, Jawa Tengah** yang bertujuan untuk menguatkan kewirausahaan pada UKM guna meningkatkan nilai tambah ekonomi, **Workshop “Kiat Sukses Menjadi Eksportir”** yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan pelaku usaha Bali akan informasi terkait kegiatan ekspor, **Pertemuan Direktorat PEPM dengan Persatuan Pengusaha Kosmetik Indonesia** untuk melakukan identifikasi produk sabun melalui pertemuan dengan anggota Perkosmi, dan **Pelaksanaan Review Trade Fair Participation dengan perwakilan Perdagangan dan Program Aku Siap Ekspor (ASE)** yang bertujuan untuk memfasilitasi pelaku usaha produk dekorasi rumah dan furnitur kecil Indonesia melalui pembinaan intensif agar masuk ke pasar internasional.

Sedangkan untuk meningkatkan pengembangan ekspor produk primer pada bulan Desember 2022, Ditjen PEN melakukan kegiatan: **Partisipasi Indonesia pada Pameran Food Africa 2022** dengan potensi transaksi yang diperoleh tercatat sebesar USD 15,32 juta, **Pelaksanaan Focus Group Discussion (FGD) Sinergi Peningkatan Ekspor Produk Primer** yang merupakan forum diskusi untuk membahas berbagai upaya strategi pengembangan ekspor produk primer, dan **Penutupan Trade Expo Indonesia (TEI) ke-37** dengan transaksi perdagangan sebesar USD 15,83 miliar atau sekitar Rp 246,64 triliun selama penyelenggaraan.

Peningkatan pelayanan peluang pasar dan informasi ekspor dilaksanakan melalui **Pelayanan InaExport dan Business Reception**. Pelayanan hubungan dagang yang diterima InaExport pada bulan Desember 2022 berjumlah 34 permintaan hubungan dagang dan informasi lainnya yang disampaikan melalui *email* kepada InaExport dimana sebanyak 30 permintaan berasal dari luar negeri. Selain itu, terdapat kegiatan **Business Gathering Primaniyarta 2022** untuk memberikan apresiasi sekaligus menjadi ajang pertemuan antara para penerima penghargaan dengan beberapa pejabat di lingkungan Kementerian Perdagangan.

Untuk kegiatan pendukung pada bulan Desemberr 2022, Ditjen PEN melakukan **Pelaksanaan Monitoring Marketing Point Motaain TA 2022** yang bertujuan untuk memastikan kegiatan dan program peningkatan kapasitas pengelola Marketing Point berjalan dengan baik dan **Press Release Kegiatan DJPEN dalam Website Kemendag** terdapat 9 rilis berita di *website* Kemendag.

BAB I

KINERJA

1.1. Peningkatan Diversifikasi Ekspor Jasa dan Produk Kreatif

Penganugerahaan Good Design Indonesia 2022 Penganugerahaan penghargaan Good Design Indonesia (GDI) 2022 dilaksanakan pada 8 Desember 2022 di Gedung Indonesian Design Development Center (IDDC), Balai Pusat Pelatihan Sumber Daya Manusia Ekspor dan Jasa Perdagangan (PPEJP), Jakarta. GDI merupakan ajang tahunan pemilihan produk desain Indonesia dalam rangka pengembangan produk untuk mendorong peningkatan ekspor non migas Indonesia.

GDI mengusung 5 kunci kriteria penjurian yaitu bentuk dan estetika produk, fungsi, kualitas, inovasi, dan komersialisasi. Pemenang GDI 2022 terbagi dalam 3 (tiga) kategori, yaitu:

1. “GDI of The Year” merupakan penghargaan GDI tertinggi.
2. “GDI Best Design” yang disandangkan kepada produk-produk dengan kualifikasi excellent sebagai produk yang dinilai kreatif, memiliki kebaruan, memiliki nilai komersial di pasar global, serta berdampak positif terhadap lingkungan dan komunitas lokal. Penghargaan ini diberikan untuk 10 produk.
3. “GDI Good Design” yaitu predikat bagi produk-produk yang telah memenuhi semua kriteria yang ditetapkan juri. Penghargaan ini diberikan untuk 40 produk.

Pemenang mendapatkan sertifikat penghargaan dan mendapatkan kesempatan khusus mengikuti tahapan seleksi Good Design Award di Jepang. Selain itu, pemenang GDI diperbolehkan menggunakan simbol GDI serta mendapatkan kesempatan *display* produk pada *webstore* “Indonesia Goods” di Rakuten Jepang. Pemberian penghargaan diberikan langsung oleh Menteri Perdagangan Zulkifli Hasan. Mendag Zulkifli Hasan menyerahkan penghargaan kepada 50 pemenang penghargaan GDI 2022. Pemenang terbagi dalam tiga kategori yakni GDI of The Year, GDI Best Design, dan GDI Good Design. GDI of The Year diberikan kepada 1 produk, predikat Best Design diberikan kepada 10 produk, dan predikat GDI Good Desain diberikan kepada 40 produk.

Pemenang GDI of The Year diberikan kepada Bata Interlock Reka Brock. Produk ini merupakan produk batu bata dengan teknologi saling mengunci (interlocking). Teknologi batu bata ini dapat menghemat waktu dan biaya pembangunan rumah sebab mengeliminasi bahan perekat dan tenaga ahli.

Zulkifli Hasan dalam sambutannya menyatakan, desain menjadi salah satu kunci penting dalam peningkatan nilai tambah dan daya saing produk di era persaingan perdagangan global. Untuk memenangkan persaingan global, diperlukan kreativitas dan inovasi yang ditunjang dengan desain yang sesuai tren dan selera di pasar tujuan. Kemendag berkomitmen untuk mengakselerasi peningkatan daya saing dan nilai tambah produk ekspor melalui pengembangan desain.

Hadir dalam acara ini yaitu Ketua Dewan Juri GDI 2022 Pradipto Sugondo, perwakilan Japan External Trade Organization (JETRO), serta perwakilan asosiasi desain. Turut mendampingi Menteri Perdagangan yakni Direktur Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional Didi Sumedi.

Didi Sumedi menyatakan bahwa GDI dapat menjadi pintu gerbang produk andalan Indonesia dalam memasuki pasar global. Penghargaan ini terkoneksi langsung dengan Good Design Award (G-Mark) di Jepang. Keikutsertaan produk pemenang GDI pada G-Mark Jepang diharapkan dapat memberi dampak yang luas terhadap peningkatan reputasi perusahaan dan produk, pengakuan dan kepercayaan konsumen, serta meningkatkan pemasaran produk, baik di pasar domestik maupun ekspor.

Kegiatan Sosialisasi Dekranas dan World Craft Council (WCC) Award dan Kunjungan Perusahaan di Kupang

Kegiatan Sosialisasi Dekranas dan *World Craft Council* (WCC) Award di Kupang, NTT dilaksanakan pada tanggal 14 Desember 2022 di SOTIS Hotel Kupang dan kunjungan perusahaan pada tanggal 15 Desember 2022 ke Yeni Aksesoris dan Tenun Ikat Ina Sabu. Kegiatan Sosialisasi bertujuan untuk menyebarluaskan informasi mengenai pendaftaran dan pelaksanaan kegiatan Dekranas dan WCC Award kepada pihak Dekranasda dan Pengrajin/UKM Tenun NTT. Acara dihadiri oleh perwakilan dari Dit. Pengembangan Ekspor Jasa dan Produk Kreatif (PEJPK), Disperindag Provinsi NTT, Dekranas, Dekranasda, dan UKM/pengrajin tenun.

Sosialisasi diikuti oleh 50 peserta dan secara langsung dibuka oleh perwakilan Kepala Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi NTT. Pada kesempatan tersebut, disampaikan bahwa kegiatan sosialisasi terkait Dekranas dan WCC Award sangat baik untuk diikuti agar dapat meningkatkan motivasi dan peran pengrajin di NTT serta mempunyai inovasi dan kreatifitas dalam menciptakan kreasi baru kerajinan Indonesia yang berdaya saing di pasar domestik maupun internasional.

Perwakilan Direktorat PEPJK dalam sambutannya menyampaikan bahwa sektor kerajinan memiliki kontribusi yang besar bagi perekonomian Indonesia, di mana kerajinan merupakan salah satu produk prospektif untuk pasar domestik maupun pasar ekspor. Kementerian Perdagangan secara konsisten mendukung berbagai kegiatan pengembangan usaha dan produk kerajinan yang diharapkan dapat meningkatkan perekonomian Indonesia.

Sunu Widi Purwoko yang merupakan *Senior Vice President* LPEI menyampaikan topik “Peran Eximbank (LPEI) dalam Mendukung Peran UMKM Berorientasi Ekspor”. Dijelaskan bahwa LPEI memberikan layanan finansial dan non-finansial kepada pelaku ekspor juga jasa konsultasi kepada UMKM berorientasi ekspor dalam rangka penciptaan eksportir baru dan peningkatan ekspor. LPEI telah menyalurkan pembiayaan ekspor sebesar Rp 86,32 triliun, termasuk UMKM Rp 14,56 triliun (per 30 September 2022). LPEI juga telah membentuk desa valuta kerajinan di beberapa daerah di Indonesia, antara lain: Desa Tirtomulyo-Bantul, Desa Wedan-Gresik, dan desa valuta kopi di NTT. Rencananya akan dibuatkan kembali beberapa desa valuta di Indonesia.

Narasumber kedua adalah Hesti Indah Kresnarini, anggota Bidang Daya Saing Dekranas yang menjelaskan tentang Dekranas dan WCC Award. Disampaikan bahwa tujuan dari pemberian penghargaan Dekranas ini selain memperkenalkan dan meningkatkan citra produk kerajinan Indonesia ke manca negara, juga untuk meningkatkan kesejahteraan perajin Indonesia dalam perannya sebagai pelaku dan pembuat produk kerajinan.

Kriteria Dekranas Award mengacu pada kriteria yang telah ditetapkan UNESCO dan dilanjutkan oleh WCC AoE for Handicraft yaitu

merupakan buatan seniman perajin. Sedangkan untuk kriteria pembina teladan yang diberikan kepada lembaga pembina di daerah yaitu memiliki kreatifitas dalam merencanakan program dan komitmen yang berkesinambungan serta kepekaan dalam menilik dan mengembangkan potensi yang ada di daerah sebagai sebuah peluang.

Penerima Dekranas Award ini akan diikutkan ke ajang seleksi WCC AoE for Handicraft. Penerima penghargaan akan dipromosikan melalui situs WCC, brosur, dan pameran yang diselenggarakan WCC. Selain itu, penerima penghargaan akan mendapatkan sertifikat yang menjadi pengakuan dunia untuk kualitas, inovasi, dan originalitas dari produk yang terpilih sebagai pemenang.

Narasumber ketiga yaitu Prieyo Pratomo dari HDII yang memberikan penjelasan pengisian *form* pendaftaran Dekranas dan WCC Award serta menjelaskan *benchmarking* produk dari negara lain. Formulir pendaftaran secara keseluruhan memuat berbagai uraian yang perlu disampaikan sebagai penjelasan tertulis dari kreasi kriya yang didaftarkan untuk dijadikan bahan pertimbangan saat penilaian. Prieyo juga menjelaskan syarat utama untuk Dekranas Award, antara lain:

1. *Excellence*, menunjukkan tingkat kesempurnaan hasil akhir pekerjaan dan penerapan standar kualitas yang bermutu tinggi.
2. *Authenticity*, mengekspresikan identitas budaya dan kearifan nilai-nilai estetis tradisional.
3. *Innovation*, kreatif dan berhasil memadukan bentuk keterampilan tradisional dan inovasi baru dalam pemakaian bahan/material serta pemilihan bentuk atau desain.
4. *Marketability*, kreasi kriya tersebut memiliki nilai komersial dan berpotensi untuk memasuki pasar internasional.

Kunjungan ke perusahaan Yeni Aksesoris dan Tenun Ikat Ina Sabu dilakukan pada 15 Desember 2022 untuk melihat proses produksi serta produk secara lengkap. Kedua perusahaan tersebut merupakan peserta Sosialisasi Dekranas dan WCC Award yang produknya juga telah dievaluasi oleh tim Dekranas, Ditjen PEN, dan Disperindag. Yeni

Aksesoris adalah merek lokal produk aksesoris seperti gelang, kalung, dan anting yang terbuat dari kain tenun ikat asli NTT. Perusahaan Tenun Ikat Ina Sabu merupakan *trader* yang mengumpulkan tenun khas NTT dari para pengrajin tenun kemudian dijual kembali kepada *customer*.

**Menghadiri Undangan Focus
Group Discussion (FGD)
Kebijakan Perdagangan Luar
Negeri dalam Mendukung
Ekspor Sektor Jasa**

Direktorat Pengembangan Ekspor Jasa dan Produk Kreatif menghadiri undangan FGD Kebijakan Perdagangan Luar Negeri yang diselenggarakan oleh Ditjen Perdagangan Luar Negeri pada tanggal 5 Desember 2022. Acara ini diselenggarakan dengan tujuan untuk menyusun rekomendasi kebijakan pengembangan ekspor sektor jasa Indonesia yang perlu menjadi perhatian bagi Ditjen Perdagangan Luar Negeri. Penyelenggaraan kegiatan berlangsung secara hybrid.

Acara dibuka oleh Plt. Sekretaris Ditjen Daglu Muhammad Suaib Sulaiman. Dalam sambutannya, beliau menyampaikan bahwa Daglu selama ini memang fokus mengatur perdagangan barang karena jelas ada wujud fisiknya, namun seiring dengan pertumbuhan yang dialami di sektor jasa. Daglu melalui penyelenggaraan FGD kali ini ingin menggali informasi lebih dalam terkait perdagangan di sektor jasa untuk merumuskan strategi dalam mendukung peningkatan ekspornya.

Sesi diskusi dimulai dengan paparan pertama oleh Plt. Direktur Perdagangan, Investasi dan Kerjasama Ekonomi Internasional, Kementerian PPN/Bappenas, P.N. Laksmi Kusumawati. Laksmi memaparkan tentang Arah Kebijakan Perdagangan Sektor Jasa dalam RPJMN 2020-2024 dan RKP 2023, yang dirangkum sebagai berikut:

1. Kategori jasa utama selain jasa perjalanan melampaui tingkat ekspor 2019. Penurunan status Covid-19 dari Pandemi menjadi Endemi juga telah mendorong negara-negara di dunia untuk mulai membuka border-nya sehingga ekspor jasa di tahun 2022 diperkirakan akan terus mengalami pemulihan.
2. Berbeda dengan ekspor jasa dunia yang sudah mulai pulih, ekspor jasa Indonesia masih terkontraksi dalam dua tahun terakhir. Lambatnya pemulihan ini terutama karena penurunan ekspor jasa utama Indonesia yaitu jasa perjalanan.

3. Sektor jasa utama di Indonesia meliputi: jasa pariwisata, jasa transportasi udara, jasa telekomunikasi (*data center*), dan jasa waralaba.
4. Bappenas sedang melakukan Studi Grand Design Akselerasi Ekspor dimana sektor jasa memiliki berbagai potensi untuk dikembangkan, namun juga masih mengalami berbagai hambatan dalam pengembangan ekspornya, yang meliputi: pariwisata, waralaba, telekomunikasi (ISP, *Data Center*, *Online Content*), jasa transportasi (angkutan udara), *Fintech: P2P Lending*, dan *Asset Management*.
5. Hambatan perdagangan sektor jasa berdasarkan temuan awal Studi Grand Design Akselerasi Ekspor ditemukan pada kategori *risk & security*, *regulatory & border issues*, *competitiveness*, dan *geographic issues*.
6. Indonesia masih menghadapi tantangan di perdagangan jasa secara umum. Pemerintah tidak memiliki data yang lengkap terkait perdagangan dan investasi di sektor jasa sehingga sulit menentukan mana saja sektor jasa yang menjadi prioritas untuk didorong. Sementara itu, pelaku usaha juga terkendala permodalan, infrastruktur, dan SDM.

Paparan kedua disampaikan oleh Direktur Perundingan Perdagangan Jasa, Basaria Tiara Desika Lumban Gaol dengan judul: Isu Terkini dalam Perundingan Perdagangan Jasa Internasional. Dalam paparan tersebut disampaikan poin-poin sebagai berikut:

1. Klasifikasi 12 sektor jasa, antara lain: *business services*, *distribution services*, *health services*, *educational services*, *financial services*, *transport services*, *environmental services*, *communication services*, *tourism services*, *construction services*, *recreational cultural & sport services*, dan *other services*.
2. *Four modes of supply* yang meliputi Moda 1 (*cross-border supply*), Moda 2 (*consumption abroad*), Moda 3 (*commercial presence*), dan Moda 4 (*presence of natural persons*).

3. Perdagangan jasa mampu meningkatkan perekonomian Indonesia dengan sektor jasa utama yaitu jasa bisnis lainnya, jasa transportasi, dan jasa telekomunikasi.
4. Tantangan utama perkembangan sektor jasa Indonesia antara lain:
 - a. Produktivitas sektor jasa masih rendah dan kebanyakan berada di sektor jasa tradisional.
 - b. Keterbatasan *supply* dalam negeri yang berimbas Indonesia merupakan net importir jasa.
 - c. Kebijakan perdagangan internasional sektor jasa di Indonesia relatif lebih restriktif dibandingkan banyak negara lainnya.
 - d. Kontribusi sektor jasa dalam perekonomian Indonesia lebih rendah bila dibandingkan dengan negara-negara maju maupun ASEAN.
5. Secara umum saat ini negara mitra menginginkan adanya perjanjian perdagangan jasa yang modern dan berkualitas dengan fokus utama pada akses pasar dan disiplin/teks perjanjian.
6. Permendag nomor 7 tahun 2021 tentang Tahapan dan Tata Cara Pembuatan Perjanjian Perdagangan Internasional menekankan pada pentingnya penerapan prinsip *Good Regulatory Practices*. Penyusunan/pembuatan peraturan perundang-undangan khususnya pada sektor jasa yang telah dikomitmenkan dalam perjanjian perdagangan internasional dan relevan dengan disiplin/ketentuan pada perjanjian agar dibuat sesuai dan tidak bertentangan.

Paparan ketiga disampaikan oleh Direktur Eksekutif-Indonesia Services Dialogue Council, Devi Ariyani, dengan judul: Strategi dan Peluang Ekspor Jasa Indonesia. Dalam paparan tersebut disampaikan poin-poin sebagai berikut:

1. Perdagangan jasa terbagi menjadi 12 sektor dan memiliki 160 sub-sektor. Setelah dilakukan pemetaan, sektor jasa melibatkan sebanyak 53 Direktorat terkait di 35 Kementerian.
2. Kemendag ada baiknya fokus mengendalikan sektor jasa di hilir dan jangan mengutak-atik yang di hulu. Kementerian yang terkait langsung yang akan menangani dan mendalaminya.

3. Dalam prakteknya saat ini, contoh di ASEAN, sudah ada MRA sesama negara anggota untuk sektor jasa namun tidak bisa dilakukan karena saling ditutup.
4. Indonesia cenderung restriktif dalam melakukan negosiasi perundingan jasa dan mengeluarkan regulasi terkait sector jasa. Hal ini mengakibatkan banyak Multinational Corporation (MNC) lebih memilih buka regional hub di Singapura. Perlu adanya *regulatory adjustment* secara besar-besaran apabila Indonesia ingin menarik MNC untuk memindahkan regional hub mereka ke Indonesia.

Paparan keempat disampaikan oleh perwakilan Pusat Kebijakan Ekspor Impor dan Pengamanan Perdagangan (Puska EIPP), Immanuel Lingga, dengan judul: Identifikasi Potensi Ekspor Sektor Jasa Indonesia. Dalam paparan tersebut disampaikan poin-poin sebagai berikut:

1. Sektor jasa berperan penting dalam perekonomian dunia dengan kontribusi sekitar 65,7% pada tahun 2020. Di Indonesia, kontribusi sektor jasa terhadap perekonomian mencapai 42,82% di 2021.
2. Beberapa sektor jasa yang mengalami pertumbuhan tertinggi selama Q3 2022 antara lain transportasi dan pergudangan (25,81%, YoY); penyediaan akomodasi dan makan minum (17,83%); administrasi pemerintahan, pertahanan, dan jaminan sosial wajib (12,42%); jasa perusahaan (10,79%); dan jasa lainnya (9,13%).
3. Sektor prioritas ekspor jasa (2022) adalah komik, waralaba, *e-commerce (licensing & merchandising)*, *game*, dan animasi.
4. Prioritas perundingan sektor jasa 2022-2023 yaitu transportasi, komunikasi, transportasi laut, dan konstruksi.
5. Terdapat dua sektor jasa yang potensial yaitu jasa transportasi serta jasa pendidikan dan Kesehatan.
6. Rencana kerja strategis Puska EIPP pada tahun 2023 yaitu penguatan peran Kemendag dan kebijakan peningkatan perdagangan internasional bidang jasa serta dukungan pembentukan statistik perdagangan jasa.

7. Beberapa aspek pengembangan perdagangan sektor jasa Indonesia meliputi: infrastruktur kelembagaan perdagangan jasa, *market competition*, *national sovereignty*, *innovation and creativity*, *small and medium shareholder existences*, dan *privacy*.

1.2. Peningkatan Ekspor Produk Manufaktur

Kunjungan Perusahaan Dalam Rangka Identifikasi Pelaku Usaha Sektor Home Decor di Yogyakarta

Direktorat PEPM melalui Tim Produk Kehutanan & Perkebunan melakukan kunjungan ke Yogyakarta pada tanggal 30 November–2 Desember 2022 dengan tujuan melakukan identifikasi pelaku usaha *home decoration* dan *profiling product*. Kunjungan dilakukan langsung ke lokasi pabrik/*workshop* perusahaan dan mensinergikan program kerja sama guna meningkatkan ekspor produk *home decor*. Selain melakukan kunjungan identifikasi ke pelaku usaha, turut dilaksanakan juga penjangkaran peserta untuk partisipasi pada pameran *Tokyo Gift Show 2023* yang akan berlangsung pada tanggal 15-17 Februari 2023 dan *VIFA (Vietnam International Furniture & Home Accessories Fair) EXPO 2023* pada tanggal 8-11 Maret 2023.

Target penjangkaran pameran adalah peserta program ASE (Aku Siap Ekspor) 2.0 yang fokus pada pengembangan produk sektor *home decor*. Setelah melalui seleksi awal oleh tim internal dilanjutkan dengan kunjungan ke 4 perusahaan diantaranya:

1. CV Yuka Stone Art

CV Yuka Stone Art adalah perusahaan yang memproduksi produk *furniture* dan *home decoration*. Berdiri sejak tahun 2003 yang bermula dari industri rumahan kemudian berkembang menjadi industri *garage space*. CV Yuka Stone Art berlokasi di Jl. Gedong Kuning Selatan No. 126B, Banguntapan, Bantul, Yogyakarta.

Perusahaan memulai ekspor sejak tahun 2004 dengan bahan baku utama yang digunakan yaitu *marble*, *petrified wood*, *riverstone*, *onyx*, dan *terasso*. Yuka juga telah memiliki Sistem Verifikasi Legalitas Kayu (SVLK) untuk legalitas kayu. Produk yang dihasilkan antara lain: *wastafel riverstone*, *bath tub lux*, *mosaic pebbles & natural tiles*, *terrazo*, *wastafel toiletries*, *bath tub*, *perified wood*, *riverstone*, *lamp base*, *accessories & candle holder*, dan *statue garden lamp & ornament*.

CV Yuka Stone mempunyai beberapa negara tujuan ekspor, antara lain: Amerika, Eropa, Rusia, India, Prancis, Jepang, dan Inggris. Pangsa pasarnya mencakup wilayah Eropa, Amerika Utara dan Selatan, Asia, dan Timur Tengah. Pameran yang pernah diikuti perusahaan ini, antara lain: Festival Kerajinan Yogyakarta 2004, TEI tahun 2005, IFEX Agustus 2022, Ambiente 2014, dan IFF Indonesia Festival Frankfurt Titus Forum September 2022.

2. PT Pandowo Group Indonesia

PT Pandowo Group Indonesia adalah perusahaan yang memproduksi *furniture* dan *home decoration*. Berdiri pada tahun 2020 saat masa pandemi. Jumlah tenaga kerja saat ini sebanyak 20 orang. Pandowo memproduksi produk *water hyacinth, basket, round placement, tissue box*, talenan, dan peralatan rumah tangga/dapur lainnya yang berbahan kayu. Bahan baku yang digunakan yaitu kayu, bambu, dan enceng gondok.

Pandowo sudah pernah melakukan ekspor dengan perantara pihak ketiga ke negara tujuan ekspor diantaranya adalah negara Spanyol, Inggris, Korea, Singapura, dan Malaysia. Pemasaran produk dilakukan melalui media sosial dan *digital marketing*. Pandowo belum pernah mengikuti pameran dalam dan luar negeri serta belum memiliki SVLK. Pandowo memiliki *showroom* di daerah Green Garden Jakarta Barat untuk *display sampel* produk dan kantor *digital marketing*. Permasalahan yang dihadapi perusahaan saat ini yaitu terjadi penurunan permintaan pasar dibandingkan saat masa pandemi covid-19 tahun 2020-2021.

3. Jodico Furniture

Jodico Furniture merupakan perusahaan perorangan yang memproduksi *furniture* sejak berdiri pada tahun 2005. Jumlah karyawan yang dimiliki saat ini hanya 1 orang dikarenakan kondisi perusahaan sedang menurun. Jodico berlokasi di Jl. Tentara Palagan Km. 9 Poton 05/06 Sariharjo Ngaglik, Sleman, Yogyakarta. Jodico tidak memiliki *showroom* untuk *display* produk namun Jodico sudah melakukan ekspor sejak tahun 2008 melalui perantara pihak ketiga ke negara Belanda, Inggris, UEA, dan Jepang.

Bahan baku yang digunakan untuk furniturnya adalah kayu suar dan sudah memiliki SVLK. Kayu suar merupakan bahan kayu yang materialnya mudah didapatkan namun perawatannya membutuhkan *extra treatment*. Beberapa produk yang dihasilkan yaitu *dining table*, *consol table*, *stool 3 legs* dan *coffee table*.

Penetrasi pasar produk Jodico yaitu Jepang untuk produk *stool* (kerjasama pihak *wholesaler* di Osaka), Korea untuk produk talenan dan peralatan dapur, dan Belanda untuk produk *stool* bubut. Fokus target pasar saat ini hanya untuk pasar lokal. Jodico pernah mengikuti pameran *Trade Expo Indonesia 2016* yang merupakan fasilitasi program satu tahunan EXIM.

Kendala yang dihadapi perusahaan saat ini adalah sudah satu tahun lebih Jodico tidak memproduksi untuk ekspor karena manajemen sedang memiliki masalah terkait finansial. Perusahaan hanya menerima order terbatas pada pengerjaan amplas kayu dari pihak ketiga untuk pasar lokal.

4. CV Amarta Furniture

Amarta Furniture merupakan perusahaan *furniture* dan *home decor* yang memproduksi *furniture indoor*, *recycle furniture*, *garden furniture*, *home decor*, dan *teak root furniture*. Amarta Furniture berdiri sejak Agustus 1995. Kantor dan *workshop* Amarta berlokasi di Jl. Wates Km 3,5 Ngepreh 01/30 No. 69 Ngestiharjo Kasihan, Bantul, Yogyakarta. Sedangkan *showroom* di Jl. Raya Kasongan Beton Tirtonimolo, Kasihan, Bantul, Yogyakarta. Jumlah karyawan saat ini sebanyak 30 orang.

Bahan baku *furniture* berasal dari kayu jati, suar, dan liliana. Kayu liliana yang berbentuk seperti akar berasal dari Flores NTT. Produk yang dihasilkan antara lain *teak wood*, *coffee table*, *console*, *table* dan *chair*, *stool collection*, *wine rack collection*, *divider*, *lamp collection*, *mirror collection*, dan *decoration collection*.

Kendala yang dihadapi perusahaan saat ini adalah penurunan jumlah ekspor yang signifikan ke negara-negara pasar tujuan ekspor (terutama pasar Eropa) dikarenakan prediksi ekonomi

dunia akan mengalami resesi tahun 2023 yang menyebabkan perlambatan pertumbuhan ekonomi.

Identifikasi Potensi Ekspor di Solo, Jawa Tengah

Identifikasi Potensi Ekspor di Solo, Jawa Tengah dilaksanakan pada 8 Desember 2022. Kegiatan ini bertujuan untuk menguatkan kewirausahaan pada UKM guna meningkatkan nilai tambah ekonomi serta mendorong pemulihan ekonomi nasional dengan memberikan data dan informasi produk unggulan pada sektor manufaktur.

Kepala Bidang Pengembangan Ekspor dan Pemasaran Produk Dalam Negeri Disperindag Surakarta dalam sambutannya menyampaikan bahwa untuk produk manufaktur yang terdapat dalam teritorial wilayah Kota Surakarta tidak terlalu banyak karena luasan wilayah Kota Surakarta yang tidak terlalu besar. Biasanya pengembangan bisnis UKM yang ada di Surakarta dilakukan di wilayah sekitar Kota Surakarta seperti Sukoharjo, Karanganyar, Klaten, dan Boyolali.

Produk manufaktur yang berpotensi ekspor di daerah Surakarta yaitu PT Sari Warna Asli yang bergerak dalam bidang tekstil dan PT Solo Murni (Kiky) yang bergerak dalam pembuatan alat tulis yang pengembangannya dilakukan di Boyolali. Terdapat UKM batik yang berpotensi ekspor seperti Batik Pria Tampan, PT Aneka Andalan, dan Andreani Batik Solo. UKM potensial lainnya di wilayah Surakarta adalah UKM yang bergerak dalam bidang pembuatan mesin *laundry*. Pemasarannya saat ini masih di dalam negeri namun sudah berkeinginan untuk melakukan ekspor. Tetapi terkendala prosedur untuk mendapat sertifikat SNI dan tingkat Tingkat Komponen Dalam Negeri (TKDN) dari Kemenperin yang kurang mumpuni karena masih menggunakan bahan baku berupa *stain steel* yang diperoleh dari impor. Produk ekspor tertinggi di Kota Surakarta tahun 2022 yaitu produk *furniture* TPT, garmen (batik), plastik, dan kertas (kantong kertas).

Sesuai rekomendasi Dinas Perdagangan Kota Surakarta, tim Dit. PEPM melakukan kunjungan ke pelaku usaha guna mendapatkan informasi secara langsung (observasi) dari pelaku usaha yaitu PT Solo Murni dan PT Sari Warna Asli.

1. PT Solo Murni (Kiky)

PT Solo Murni adalah perusahaan manufaktur dengan produk berupa alat tulis/*stationary* seperti *giftbox*, *paper bag*, dan buku tulis dengan penjualan terbesar di Amerika. Perusahaan yang didirikan tahun 1976 oleh Sinyo Haryanto berkantor pusat di Solo, Jawa Tengah yang berkembang di daerah Boyolali, Jawa Tengah.

Dalam melakukan ekspor, perusahaan menyesuaikan dengan permintaan dari negara yang bersangkutan, seperti ekspor ke negara Kuwait yang menyesuaikan warna *colourfull* dan bertuliskan huruf arab. Perusahaan melakukan ekspor ke Amerika sebesar 2 *container* perbulan dan ke negara Arab sebanyak 20 *container*. Sedangkan ke Etiopia untuk 1 (satu) barang dapat mencapai 100 *container* terlebih pada bulan Maret-Juni untuk kebutuhan anak sekolah. Barang-barang yang di ekspor tidak menggunakan nama Kiky, namun menggunakan *brand* dari negara yang bersangkutan namun tetap dituliskan "*Made in Indonesia*". Dalam penjualan dalam negeri, perusahaan membuat bungkus rokok untuk *brand* lokal. Selain itu juga terdapat *box* makanan untuk *brand* Gacoan, Krispy Kreme, KFC, dan Hokben.

Perusahaan berkeinginan mengembangkan pemasaran produk ke berbagai negara melalui perwakilan dari Kementerian Perdagangan untuk memperoleh informasi seperti Australia. Kendala yang dihadapi adalah berupa *duty tax* bagi produk dari PT Solo Murni yang tinggi khususnya dari negara Indonesia.

2. PT Sari Warna Asli

PT Sari Warna Asli adalah perusahaan manufaktur dengan produk garmen yang telah bergabung dengan PT Sritex pada tahun 2012. Perusahaan telah melakukan ekspor ke 35 negara antara lain wilayah Eropa (Italia), Asia (Jepang, Korea, dan Bangladesh), New Zealand, Amerika (Kanada, Peru, dan Chile), dan Timur Tengah. Perusahaan bergerak di bidang pembuatan pakaian dengan desain dari pembeli/*buyer*.

Bahan baku yang digunakan perusahaan sudah terpenuhi dari dalam negeri sebesar 90%, sedangkan sisanya masih menggunakan bahan baku dari luar negeri yang merupakan hasil kontrak dengan pembeli. Perusahaan juga telah melakukan *monitoring* dan evaluasi dari

pembeli luar negeri setiap 6 (enam) bulan sekali guna menjamin hasil produksi.

Workshop "Kiat Sukses Menjadi Eksportir"

Workshop "Kiat Sukses Menjadi Eksportir" dilaksanakan tanggal 3 Desember 2022 di The Vasini Hotel Bali dan dihadiri oleh 100 peserta. Kegiatan ini bekerja sama dengan Anggota Komisi VI DPR RI dan Pemerintah Provinsi Bali dalam rangka untuk memenuhi kebutuhan pelaku usaha Bali akan informasi terkait kegiatan ekspor sehingga dapat mendukung target peningkatan ekspor daerah dan nasional.

Workshop dihadiri oleh Kepala Bidang Kerja Sama Luar Negeri, Kepala Pusat Kebijakan Ekspor Impor dan Pengamanan Perdagangan (KEIPP), Badan Kebijakan Perdagangan, serta 2 (dua) orang narasumber lainnya yang merupakan perwakilan BNI Xpora Provinsi Bali dan tenaga pengajar kegiatan Export Coaching Program yang diselenggarakan oleh Pusat Pelatihan Sumber Daya Manusia Ekspor dan Jasa Perdagangan (PPEJP).

Kegiatan diawali dengan pembacaan sambutan Kepala Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Bali oleh Kepala Bidang Kerja Sama Luar Negeri. Dalam sambutannya disampaikan bahwa pengusaha industri kecil dan menengah di Bali adalah rata-rata pengusaha kecil dan banyak kelemahannya seperti desain, *finishing*, permodalan, pasar domestik dan internasional, dan pengelolaan usaha (manajemen).

Kepala Pusat KEIPP menyampaikan *update* mengenai *trend* positif perdagangan Indonesia dan kinerja ekspor Januari-Oktober 2022. Pada Januari-Oktober 2022, ekspor Indonesia mencapai USD 244,14 miliar (naik 30,97%) dan neraca perdagangan Indonesia mengalami surplus sebesar USD 45,52 miliar. Angka surplus perdagangan Januari-Oktober 2022 ini telah melampaui capaian sepanjang tahun 2021 sebesar USD 35,42 miliar dan dua kali lipat dari capaian 2020 (USD 21,62 miliar).

Kegiatan resmi dibuka oleh Anggota Komisi VI DPR RI, I Nyoman Parta. Nyoman menyampaikan harapan agar pelaku usaha Bali kreatif dan inovatif serta jeli dalam melihat peluang pasar global. Dalam mengembangkan bisnisnya, pelaku usaha Bali diminta dapat

melibatkan SDM sekitar sehingga kesuksesan perusahaan juga menjadi kesuksesan masyarakat dan memberi nilai ekonomi.

Perwakilan BNI Xpora Provinsi Bali hadir dalam *workshop* tersebut untuk mempromosikan program Xpora kepada peserta. Dalam paparannya disampaikan tantangan ekspor yang dihadapi pelaku UMKM seperti persaingan produk, akses pasar global, kemampuan digital, akses permodalan, prosedur dan lisensi ekspor, serta solusi keuangan dan transaksi. Program Xpora hadir sebagai *One Stop Shopping Solution* untuk mendukung peningkatan potensi UMKM Indonesia agar dapat mengembangkan bisnisnya menuju *UMKM Go Productive, Go Digital, & Go Global* serta menjadi pusat layanan bagi para diaspora Indonesia yang berada di dalam dan luar negeri.

Pada kesempatan yang sama, tenaga pengajar PPEJP menyampaikan serangkaian materi yang bertujuan menstimulasi para peserta yang hadir untuk bisa ekspor. Narasumber membagikan tips dalam mempersiapkan bisnis dan produk berorientasi ekspor seperti menentukan negara tujuan ekspor termasuk persyaratan impor, strategi mencari *buyer*, dan strategi *digital marketing*, serta menentukan produk yang diinginkan pasar, prosedur, dan pembiayaan ekspor. Narasumber juga menggunakan media pembelajaran dan permainan yang interaktif sehingga menggugah peserta untuk mengikuti acara dari awal sampai akhir. Peserta yang hadir juga diminta membawa produknya untuk mendapatkan masukan dari narasumber mengenai kemasan dan desain.

Sebagai rangkaian dari kegiatan *workshop*, Dit. PEPM juga melakukan kunjungan ke beberapa perusahaan potensial yang direkomendasikan oleh Anggota Komisi VI DPR RI, yaitu Voorduren (*clothing*) di Kabupaten Bandung dan Sari Mertha (perhiasan dan kerajinan perak) yang berlokasi di Kota Denpasar.

1. Voorduren merupakan produsen baju dan pakaian untuk segmen konsumen anak muda lokal dan wisatawan mancanegara. *Brand* ini awalnya memiliki beberapa toko *offline* di sekitaran Bali dan Makassar, namun pandemi covid-19 menyebabkan Voorduren gulung tikar selama 2 (dua) tahun dan saat ini mencoba bangkit dengan fokus berjualan melalui *website* dan *marketplace*. Bahan bakunya menggunakan tekstil katun buatan Bandung. Untuk

produksi pakaian dilakukan di Bali, sedangkan aksesoris diproduksi di Bandung. Voorduren aktif mengikuti berbagai festival seni dan kreatif di Bali seperti Paradise Island's Clothing Association (PICA), yang merupakan *event* tahunan yang diselenggarakan oleh Provinsi Bali. Pameran dalam negeri yang sering diikuti yaitu Inacraft, Sarinah, dan SMESCO. Voorduren berharap mendapatkan pendampingan inkubasi dan Pemerintah Provinsi dan Kementerian Perdagangan untuk promosi ekspor dan bantuan pembiayaan karena selama ini mengandalkan *angel investor* dengan bunga 12-14%.

2. Sari Mertha merupakan salah satu *pioneer* eksportir perhiasan dan kerajinan perak di Kota Denpasar dan sering mengikuti program pameran yang diselenggarakan Kementerian Perdagangan maupun K/L lainnya, salah satunya adalah pameran Tokyo Gift Show. Sari Mertha saat ini lebih sering menjual produknya ke agen yang mensuplai *website* www.novica.com. Pihaknya berharap agar permintaan *buyer* terhadap perhiasan dan kerajinan perak semakin meningkat seiring dengan semakin banyaknya wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Bali dan mengharapkan semakin banyak kegiatan *business matching* yang diselenggarakan oleh Kementerian Perdagangan.

Pertemuan Direktorat PEPM dengan Persatuan Pengusaha Kosmetik Indonesia (Perkosmi) di Bali

Sebagai rangkaian penyusunan program pengembangan ekspor produk manufaktur tahun 2023, Direktorat PEPM melakukan identifikasi produk sabun melalui pertemuan dengan beberapa pelaku usaha sabun di Bali yang merupakan anggota Perkosmi pada tanggal 8-10 Desember 2022. Pelaku usaha yang dikunjungi yaitu CV Denara dan PT Bali Alus.

Perkosmi merupakan wadah organisasi bagi pelaku usaha dibidang kosmetik yang berkantor pusat di Jakarta dan memiliki beberapa cabang salah satunya di Bali. Perkosmi Bali beranggotakan 29 pelaku usaha yang merupakan produsen dan distributor produk kosmetik. Beberapa anggota Perkosmi telah melakukan ekspor ke beberapa negara seperti Korea Selatan dan Rusia. Beberapa kendala umum yang dihadapi pelaku usaha sabun dan produk kosmetik lainnya antara lain akses pasar, *product branding*, inovasi produk, dan bahan baku. Beberapa pameran yang telah diikuti oleh anggota Perkosmi di dalam

negeri yaitu Inacraft, Cosmo Beauty, dan ICI (Internasional Cosmetic Ingredients).

1. CV Denara

CV Denara berdiri sejak tahun 2008 dan merupakan produsen sabun dan garam untuk spa dengan kapasitas industri 25 ton/bulan. Beberapa produk yang diproduksi oleh CV Deenara antara lain *natural soap*, *body scrub*, dan *hand & body lotion*.

Pada masa pandemi peluang ekspor tetap dalam kondisi baik dan saat ini cenderung mengalami peningkatan. CV Deenara juga merupakan salah satu *exhibitor* pada Trade Expo Indonesia 2022 dan telah melakukan komunikasi dengan Perwadag di Kanada dan Santiago untuk penetrasi produknya. CV Deenara memiliki area produksi yang tidak besar namun cara produksinya telah mengikuti aturan yang dianjurkan oleh BPOM dan telah memiliki Sertifikat Halal. Namun begitu, masih terdapat beberapa sertifikasi lainnya yang diperlukan untuk memasuki pasar Eropa seperti ISO 9001 dan GMP. Dalam rangka pemanfaatan digitalisasi, CV Deenara telah difasilitasi oleh PT Pertamina melalui pelatihan *go digital* yaitu program agregator untuk pengajuan proposal bisnis.

2. PT Bali Alus

Bali Alus adalah perusahaan manufaktur dibidang kosmetik dan produk spa. Selain pemasaran di dalam negeri, Bali Alus telah mengeksport produknya ke mancanegara seperti Jepang, Singapura, Malaysia, Australia, dan beberapa negara di Eropa. Produk yang dihasilkan telah memenuhi standar cara pembuatan kosmetik yang baik (GMP) dan telah memenuhi standar ISO 9001.

Bahan baku produksi yang digunakan Bali Alus 98% berasal dari dalam negeri. Sebagian bahan baku produk spa PT Bali Alus diproduksi oleh petani di Bali. Beberapa pameran luar negeri yang telah diikuti oleh PT Bali Alus antara lain pameran kosmetik di Moscow dan Sydney. PT Bali Alus telah mendapatkan fasilitasi dari BUMN dan pemerintah antara lain pembiayaan pameran dari BNI Xpora, pengembangan desain produk dari Pertamina, dan pembiayaan untuk pengadaan mesin dari Kementerian Perindustrian.

Beberapa isu yang dihadapi pelaku usaha kosmetik dan produk spa termasuk sabun di Bali antara lain:

1. Ketentuan sertifikasi halal yang akan diterapkan untuk produk kosmetik, sehingga perlu fasilitasi pendampingan dari Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH).
2. Fasilitasi pameran dan akses pasar ke luar negeri.
3. Pemanfaatan digitalisasi yang menjangkau pasar luar negeri.

Pelaksanaan *Review Trade Fair Participation* dengan perwakilan Perdagangan dan Program Aku Siap Ekspor (ASE)

Direktorat PEPM melaksanakan pertemuan *Review on Trade Participation* program Aku Siap Ekspor (ASE) yang dilaksanakan secara daring pada tanggal 27 Desember 2022. Program ASE adalah akselerasi program UKM Siap Ekspor yang merupakan kolaborasi dari Kemendag, Kemenperin, Kemenparekraf, HIMKI, Dekranas, dan BEDO.

Pelaksanaan pertemuan ini bertujuan untuk memfasilitasi pelaku usaha produk dekorasi rumah dan furnitur kecil Indonesia melalui pembinaan intensif agar masuk ke pasar internasional. Sejak bulan Januari 2021 hingga saat ini telah terjaring peserta sebanyak 147 pelaku usaha di bidang dekorasi rumah, furniture kecil, dan tekstil dekoratif. Peserta akan mendapatkan berbagai pelatihan, *workshop*, serta pendampingan yang dilakukan oleh *trainer* ASE dan pengurus BEDO.

Dalam kegiatan ini Ditjen PEN telah melakukan koordinasi dengan perwakilan perdagangan untuk dukungan dalam partisipasi pameran di wilayah masing-masing sebagai berikut:

1. Promosi dagang di Jepang
 - a. Promosi B to C *In Store Promotion* Kumamoto dan Indonesia Fair Spring Osaka. Diawali *coaching* program serta asistensi dari ITPC Osaka.
 - b. Pameran DIY *Homecenter Show* 2022 pada tanggal 25-27 Agustus 2022 di Makuharie Messe Chiba.
 - c. Osaka *International Lifestyle Show* 2022 pada tanggal 14-16 September 2022 di Intex Osaka.

2. Pameran Atlanta *Summer Market* di Americas *Mart Convention Center*, Atlanta, Amerika Serikat (AS), tanggal 13-17 Juli 2022, yang melibatkan 3 UKM.
3. Promosi melalui Canada Gift (Cangift) Show, yang melibatkan pelaku UKM produk *home decoration*.

Terdapat beberapa masukan dari para peserta ASE terkait pelaksanaan pameran, yaitu:

1. Jangka waktu penyampaian informasi penjangkaran peserta dengan pelaksanaan pameran yang terlalu singkat.
2. Pelaku usaha membutuhkan informasi terkait tren produk yang diminati di pameran serta profil pengunjung.
3. Jika memungkinkan, peserta memperoleh informasi *buyer* potensial yang bisa mereka jajaki dan lakukan komunikasi sebelum pelaksanaan pameran.
4. Dilakukan koordinasi dengan peserta lain untuk pengaturan logistik/pengiriman produk yang akan ditampilkan dalam pameran.
5. Pemilihan pameran serta lokasi *booth* agar lebih selektif sehingga memudahkan peserta dalam melakukan promosi serta terkait kredibilitas pameran.

Pihak perwadag juga menyampaikan beberapa masukan, sebagai berikut:

1. Kenali dan pahami karakter *buyer* di negara lokasi pameran, karena tidak semua *buyer*/pengunjung akan langsung melakukan *deal* (membutuhkan waktu).
2. Sangat penting bagi pelaku usaha untuk hadir atau mengirim perwakilan yang berkepentingan dalam mengambil keputusan, karena sebagian besar *buyer* lebih menyukai untuk berkomunikasi dan melakukan *deal* langsung dengan produsen (bukan *trader*). Hal ini untuk mengurangi biaya serta resiko produk yang dipesan tidak sesuai.
3. Sampel produk yang *display* harus sesuai dengan produk aslinya.

4. Produsen/eksportir harus dapat menjaga kontinuitas suplai produk dan konsistensi kualitas sesuai dengan standar yang ditawarkan saat pameran.
5. Harga yang ditawarkan eksportir/produsen Indonesia kurang kompetitif dibanding produsen negara lain.

Beberapa target keberhasilan yang sudah dicapai oleh pelaku usaha adalah sebagai berikut:

1. CV Aksa Living, pelaku UKM yang berpartisipasi dalam Canada Gift Show, menjadi salah satu eksportir yang cukup sukses dalam membangun jejaring pemasaran di Canada karena memiliki gudang di lokasi yang strategis. Hal ini memudahkan dalam jaminan ketersediaan produk serta menekan biaya logistik yang timbul akibat ketidakpastian *shipping* dan pengapalan *less container loading* yang biasanya dilakukan pelaku UKM.
2. Bengok Craft berhasil memperoleh kontrak kerja sama dengan *In Store Promotion* Kumamoto, untuk menampilkan produk anyaman mendong dalam area tematik “*Sustainable Water and Green*” selama kurang lebih satu tahun. Dalam persiapannya, perusahaan mendapatkan pendampingan dalam pemilihan produk serta pembuatan video yang menceritakan kontribusi produk Bengok Craft dalam menjaga ekosistem perairan di wilayah produksinya.
3. Beberapa pelaku usaha lain berhasil mendapatkan potensi kerja sama dengan *buyer* setempat, yang saat ini masih dalam tahap komunikasi lebih lanjut.

3.3. Peningkatan Ekspor Produk Primer

Partisipasi Indonesia pada Pameran Food Africa 2022

Indonesia melalui Kementerian Perdagangan berpartisipasi pada pameran Food Africa ke-7 pada tanggal 5-7 Desember 2022 yang diselenggarakan di Egypt Internasional Exhibitions Center, Kairo, Mesir. Pameran Food Africa merupakan salah satu pameran dagang terbesar untuk produk makanan dan minuman di kawasan Teluk, Timur Tengah, dan Afrika. Selain Indonesia, negara lain yang ikut berpartisipasi pada Food Africa 2022 adalah Malaysia, India, Pakistan, Kuwait, Arab Saudi, UAE, Turki, dan Jerman.

Partisipasi Indonesia merupakan kerja sama Kementerian Perdagangan c.q. Ditjen Pengembangan Ekspor Nasional dengan KBRI dan Atase Perdagangan RI di Kairo. Paviliun Indonesia terletak di Hall 2, seluas 54 m² dengan kontruksi spesial desain. Pada pameran ini, Indonesia menampilkan produk makanan dan minuman dari 11 perusahaan Indonesia, yaitu PT Mandala Prima Makmur (cokelat dan kopi), AK Goldenesia (minyak kelapa sawit dan turunannya), PT Selaras Rasakoe Indonesia (rempah dan bumbu), PT Chita Agri Indonesia (kopi, moringa, dan jagung pakan ternak), PT Internasional Niaga Globalindo (kopi dan cokelat), Nusako (minuman air kelapa dan produk kelapa), PT Alam Scientia Asia (bumbu dan *condiment*), PT Ikafood Putramas (bumbu), PT Sumber Kopi Prima (kopi instan), PT Mayora (kopiko), dan PT Sasa Inti (bumbu masakan).

Paviliun Indonesia resmi dibuka oleh Duta Besar RI untuk Mesir, H.E. Lutfi Rauf, dan didampingi oleh Fungsi Ekonomi dan Atase Perdagangan RI Kairo. Pada hari pertama, Paviliun Indonesia dikunjungi oleh pejabat dari kalangan pemerintah Republik Mesir yaitu Menteri Perdagangan dan Perindustrian Ahmed Samir, Menteri Pasokan dan Perdagangan Dalam Negeri Ali Moselhi, Menteri Pariwisata dan Produk Antik Ahmed Issa, serta Ketua Egyptian-Indonesia Business Council (EIBC) Sherif El Gabali. Selama 3 (tiga) hari pameran, *buyer* yang berkunjung dan bernegosiasi dengan pelaku usaha Indonesia antara lain berasal dari Rusia, Mesir, Yaman, Libanon, Rusia, Burundi, Palestina, Yordania, Uni Emirat Arab, Arab Saudi, Libya, Turki, dan Italia.

Potensi transaksi dagang yang diperoleh peserta perusahaan pada paviliun Indonesia tercatat sebesar USD 15,32 juta. Nilai transaksi ini naik dibandingkan partisipasi pada tahun 2021 lalu yang tercatat sebesar USD 13,6 juta. Adapun nilai tersebut berasal dari transaksi dagang untuk produk *shortening*, *palm olein*, *cocoa butter substitute (CBS)*, cokelat bubuk, biji kopi, moringa, *dessicated coconut*, jagung untuk pakan ternak, serta komoditi rempah (kapulaga, cengkeh, kayu manis, jahe, lengkuas, lada, ketumbar, asam jawa, dan bunga lawang). Selain itu, terdapat potensi pembelian mesin pengolahan sampah/limbah makanan milik PT Chita Agri Indonesia yang dikembangkan bersama dengan PT Pindad.

**Pelaksanaan Focus Group
Discussion (FGD) Sinergi
Peningkatan Ekspor Produk
Primer**

Kegiatan FGD Sinergi Peningkatan Ekspor Produk Primer dilaksanakan secara *hybrid* pada tanggal 16-17 Desember 2022 di Bandung. Acara FGD diikuti oleh 60 peserta yang terdiri dari perwakilan Ditjen Daglu (Dit. Ekspor Produk Pertanian dan Kehutanan, Dit. Ekspor Produk Industri dan Pertambangan), dan Ditjen PEN (Setditjen PEN, Dit. PPIE, dan Dit. Manufaktur).

FGD dilaksanakan sebagai forum diskusi untuk membahas berbagai upaya strategi pengembangan ekspor produk primer yang dilakukan oleh para pemangku kepentingan, diantaranya pembahasan fokus produk dan pasar ekspor, identifikasi potensi dan hambatan peningkatan ekspor, ketersediaan pasokan produk, serta pembahasan evaluasi program dan rencana program Direktorat Pengembangan Produk Primer Tahun 2023.

Para narasumber FGD adalah instansi terkait produk primer, yaitu Direktur Pengolahan dan Pemasaran Hasil Peternakan, Ditjen Peternakan dan Kesehatan Hewan–Kementerian Pertanian; Koordinator Pengembangan Investasi dan Kerjasama Minerba–Kementerian Energi dan Sumber Daya Mineral; Koordinator Fungsi Program, Direktorat Industri Hasil Hutan dan Perkebunan–Kementerian Perindustrian; dan Sub Koordinator Pemasaran dan Promosi, Direktorat Pengolahan dan Pemasaran Hasil Tanaman Pangan, Ditjen Tanaman Pangan–Kementerian Pertanian.

Pokok-pokok hasil pembahasan dalam FGD adalah sebagai berikut:

1. Sektor Peternakan

Kementerian Pertanian sedang menggalangkan kebijakan gerakan tiga kali lipat ekspor (Gratieks). Target ekspor produk peternakan adalah sebesar USD 1,09 juta tahun 2024. Untuk mencapai target tersebut Kementerian Pertanian menetapkan lima kebijakan strategis yaitu meningkatkan nilai dan volume ekspor, menambah negara mitra dagang, mendorong pertumbuhan eksportir baru, menambah ragam komoditas ekspor, dan meningkatkan frekuensi pengiriman.

Komoditas peternakan yang menjadi unggulan adalah unggas, sarang burung walet, kambing, dan domba. Kendala yang dihadapi eksportir unggas saat ini adalah wabah penyakit mulut dan kuku

(PMK) serta pendaftaran produk pangan asal unggas ke Arab Saudi melalui Saudi Food & Drugs Authority (SFDA) memakan waktu yang lama.

Selain komoditas unggulan peternakan, terdapat beberapa komoditas ekspor peternakan yang menjadi peluang yaitu:

- a. Lipan kering dengan tujuan ekspor ke Jepang, Hongkong, Korea Selatan, Taiwan, Jerman, Prancis, Kanada, dan Amerika Serikat.
- b. Tokek dengan negara tujuan ekspor ke Jepang, Hongkong, Korea Selatan, Taiwan, Jerman, Prancis, Kanada, dan Amerika Serikat.
- c. Katak dengan negara tujuan ekspor ke Jerman, Hongkong, Italia, Jepang, Korea Selatan, dan Amerika Serikat.
- d. Tepung jangkrik dengan negara tujuan ekspor ke Thailand, Jepang, dan Amerika Serikat.
- e. Bulu dengan negara tujuan ekspor ke Tiongkok, Italia, Vietnam, Jerman, Belanda, Australia, Amerika Serikat, Meksiko, Selandia Baru, Jepang, UAE, dan Prancis.

2. Sektor Perkebunan

Sektor perkebunan merupakan sektor strategis di Indonesia. Jumlah perusahaan perkebunan mencapai 3.012 perusahaan dengan total kapasitas 67,72 juta ton per tahun. Serapan tenaga kerja pada sektor ini sebesar 2,8 juta tenaga kerja. Produk unggulan pada sektor perkebunan yaitu kelapa sawit dan karet.

Saat ini telah dilakukan berbagai kegiatan hilirisasi produk kelapa sawit yang sudah berjalan dengan baik. Hal ini terlihat dari ragam jenis produk hilir yang meningkat dalam jangka waktu 11 tahun. Pada tahun 2011, produk hilir kelapa sawit 54 jenis meningkat menjadi 168 jenis pada tahun 2021. Target ragam jenis produk hilir kelapa sawit mencapai 200 jenis pada tahun 2030.

Komoditas turunan sawit yang perlu menjadi perhatian pemerintah adalah cangkang sawit yang merupakan produk potensial karena tingginya permintaan dari pasar Jepang dan Korea Selatan. Namun, cangkang sawit di Indonesia harganya masih mengikuti harga sawit dengan perubahan harga yang cenderung bersifat volatil. Hal ini

menyebabkan kurang bersaingnya produk cangkang kelapa sawit Indonesia dibandingkan produk serupa dari negara Malaysia.

Pada komoditas karet, utilisasi baru 60% dari produksi sehingga perlu pengembangan dan diversifikasi produk, contohnya penggunaan karet pada aspal untuk menjaga harga dan penyerapan karet. Industri ban dalam negeri hanya menyerap 18-20% dari produksi karet lokal dan selebihnya diekspor dalam bentuk *scrumb rubber*. Inovasi dan pengembangan produk turunan karet masih perlu dilakukan untuk penyerapan produksi karet dalam negeri.

3. Sektor Pertanian

Kementerian Pertanian menggiatkan kerjasama dengan pemerintah daerah dalam mendorong ekspor melalui pembentukan program desa gerakan ekspor tiga kali (gratieks). Targetnya akan ada 1.000 desa gratieks dengan 10 komoditas unggulan di seluruh Indonesia. Program ini merupakan strategi pembangunan pertanian Indonesia dengan fokus meningkatkan produktivitas dan kapasitas pertanian. Komoditas unggulannya yaitu beras, kopi, kelapa, lada, kakao/mete, porang, manggis, kubis, dan wortel.

Strategi pengembangan produk pertanian khususnya komoditas binaan, antara lain pengembangan kapasitas lahan melalui ekstensifikasi lahan di luar pulau Jawa, penguatan substitusi/cadangan pangan melalui data pemetaan penggilingan bahan pangan, pengembangan petani modern, dan gerakan ekspor tiga kali (gratieks).

Beberapa tantangan pengembangan produk pertanian, antara lain sulitnya transportasi/logistik untuk pengembangan lahan dan produk di luar pulau Jawa, para petani lebih sering mengikuti *trend* tanaman pangan yang lebih populer, dan kurang tersedianya hilirisasi yang menampung hasil panen sektor pertanian. Pengembangan produk pertanian baiknya diikuti pengembangan industri sektor pertanian sehingga hasil panen dapat diolah menjadi produk bernilai tambah (misalnya pengolahan sorghum).

4. Sektor Pertambangan

Kementerian ESDM memiliki 3 (tiga) strategi utama yaitu mendorong kegiatan eksplorasi dan peningkatan investasi, dekarbonasi atau program mitigasi pengurangan emisi, dan peningkatan nilai tambah. Produk potensial yang menjadi fokus utama antara lain tembaga, timah, bauksit, alumina, nikel, dan batu bara.

Dalam memasarkan produk pertambangan, terdapat beberapa tantangan yaitu tekanan dari negara anggota WTO yang menentang kebijakan pelarangan ekspor bahan mentah mineral (nikel), pangsa pasar batubara ke depan akan dipengaruhi kebijakan dunia dalam mengurangi emisi karbon, serta adanya komoditas mineral tertentu yang belum tersedia di dalam negeri seperti lithium dan grafit yang merupakan bahan tambahan pada komoditas utama mineral yang mendukung industri hijau.

Penutupan Trade Expo Indonesia (TEI) ke-37

Penutupan TEI ke-37 dilaksanakan pada tanggal 22 Desember 2022 di Auditorium Utama Kementerian Perdagangan. Menteri Perdagangan, Zulkifli Hasan, memberikan sambutan sekaligus menutup secara simbolis TEI ke-37 Tahun 2022. Dalam sambutannya, Zulkifli Hasan mengungkapkan bahwa TEI merupakan salah satu upaya konkret pemerintah dalam strategi perdagangan. TEI 2022 sekaligus menjadi salah satu acara monumental yang memperlihatkan geliat ekonomi Indonesia. Keberhasilan penyelenggaraan TEI 2022 menjadi pendorong Kemendag untuk terus proaktif meningkatkan kualitas pelayanan dalam mendorong peningkatan ekspor nonmigas.

TEI 2022 membukukan transaksi perdagangan sebesar USD 15,83 miliar atau sekitar Rp 246,64 triliun. Secara rinci, capaian transaksi berasal dari transaksi produk sebesar USD 15,28 miliar, transaksi investasi senilai USD 551,50 juta, dan remitansi jasa senilai USD 843,20 ribu. Secara khusus, capaian berasal dari kegiatan peninjauan kesepakatan bisnis (*business matching*) yang mencatatkan transaksi dagang senilai USD 204 juta dan kegiatan penandatanganan kontrak dagang dan kesepakatan (MoU) senilai USD 12,79 miliar dengan *buyers* dari 31 negara.

Berdasarkan besaran nilai transaksi produk, terdapat lima negara dengan jumlah transaksi tertinggi yakni Tiongkok (USD 10,78 miliar), India (USD 1,5 miliar), Jepang (USD 843,96 juta), Mesir (USD 492,04 juta), dan Filipina (USD 343,22 juta). Produk dengan nilai transaksi terbesar diantaranya adalah CPO (USD 9,19 miliar), batu bara (USD 2,64 miliar), produk pertanian (USD 777,81 juta), produk perikanan (USD 441,763 juta), serta kertas dan produk kertas (USD 385,86 juta).

Hingga hari terakhir, tercatat sebanyak 1.097 pelaku usaha turut berpartisipasi pada pameran dagang terbesar di Indonesia ini. Pelaku usaha tersebut menempati aula yang terbagi ke dalam tujuh kategori produk, yang terdiri atas produk fesyen dan aksesoris; manufaktur; makanan dan minuman; peralatan kesehatan; perawatan kecantikan; digital, gaya hidup, dan jasa; serta furnitur.

Selama TEI 2022 yang digelar pada 19 Oktober-19 Desember 2022, pameran dikunjungi 29.714 orang, baik dari dalam maupun luar negeri. Selain itu, pameran dihadiri 4.774 buyers dari 194 negara. Sementara berdasarkan negara asal, jumlah *buyer* terbesar berasal dari India (402 *buyers*), Malaysia (294 *buyers*), Tiongkok (262 *buyers*), Nigeria (148 *buyers*), dan Arab Saudi (120 *buyers*).

Penutupan TEI ke-37 juga dirangkai dengan pemberian apresiasi kepada perwakilan peserta dari masing-masing zona pameran untuk *stand* terbaik. Apresiasi juga diberikan untuk karya jurnalis terbaik. Artikel berita dengan judul “JMFW, ‘Perahu’ Indonesia Menjadi Kiblat Fesyen Muslim” oleh Sella Panduarsa Garita dari LKBN ANTARA didapuk menjadi juara pertama. Sedangkan juara kedua diberikan kepada artikel berita berjudul “Trade Expo Indonesia 2022 Bawa Lada Hitam Lampung Timur kian Mendunia” oleh Meza Swastika dari media pantaulampung.com. Sementara, juara ketiga diberikan kepada Wahyu Adityo Prodjo dari media Kompas.com dengan judul artikel “Pertamina Boyong 50 UMKM Unggulan ke Trade Expo Indonesia”.

Direktur Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional, Didi Sumedi mengungkapkan, TEI 2022 juga dirangkai dengan gelaran Jakarta Muslim Fashion Week (JMFW) pada 20-22 Oktober 2022. Acara ini menampilkan 144 desainer/merek dengan lebih dari 1000 koleksi. Fesyen muslim Indonesia juga diperagakan Miss Grand Internasional yang berasal dari 68 negara. Gelaran ini berhasil membukukan transaksi

dagang sekitar Rp 206,6 miliar dari 16 negara di antaranya Malaysia, Spanyol, Yaman, Portugal, Nigeria, dan lainnya.

3.4. Peningkatan Pelayanan Hubungan Dagang dan Informasi Ekspor

Pelayanan InaExport

Pelayanan informasi yang diberikan oleh InaExport terdiri dari permintaan hubungan dagang (*trade inquiry*), layanan pembeli luar negeri (*business matching*) dan konsultasi bisnis. Pelayanan permintaan *trade inquiry* dan *business matching* mencakup layanan hubungan dagang yang diterima baik secara langsung maupun melalui Atase Perdagangan atau ITPC, kantor Kedutaan Besar negara asing dan permintaan dari pembeli secara individu serta layanan Konsultasi Bisnis kepada eksportir yang mengunjungi langsung InaExport. Seluruh pelayanan tersebut telah dilakukan pada bulan Desember 2022, dengan rincian sebagai berikut:

1. Pelayanan Permintaan Hubungan Dagang (*Trade Inquiry*)

Pelayanan hubungan dagang yang diterima InaExport pada bulan Desember 2022 berjumlah 34 permintaan hubungan dagang dan informasi lainnya yang disampaikan melalui *email* kepada InaExport. Permintaan tersebut berasal dari luar negeri sebanyak 30 permintaan.

Adapun permintaan hubungan dagang berasal dari importir/*buyer* luar negeri tersebut berasal Kuwait, Namibia, Pakistan, Sri Lanka, dan Zimbabwe. Importir/*buyer* luar negeri tersebut berminat untuk mendapatkan kontak dengan produsen/eksportir Indonesia dalam rangka mengimpor produk-produk dari Indonesia.

Adapun produk-produk dan informasi yang diminati oleh calon pembeli dari mancanegara antara lain: *aluminium-ware*, pakaian anak yang berkualitas, *diapers*, *palm oil*, *electrical-mechanical*, *industrial steel components*, *military equipment*, *coal*, *musical instruments*, *multi products*, validitas perusahaan, berbagai produk makaroni mentah, *green tea* dan macam-macam teh sehat, mainan anak, *construction service*, *ingredients & spices*, *computer system software*, *innovative product prototypes*, *e-commerce*, *telecommunication devices*, *toys & games*, *arm & vehicles*, *pulp kayu mekanik*, *zipper*, kancing, dan *embroidery*.

Permintaan yang diterima dari dalam negeri berasal dari kalangan eksportir Indonesia yang membutuhkan informasi importir/*buyer* luar negeri dalam rangka mempromosikan produk dan juga melakukan konsultasi bisnis, pameran, mencari daftar *buyer*, serta informasi pelatihan dan dokumen yang diperlukan. Di samping itu juga telah diberikan informasi mengenai cara menjadi anggota InaExport.id pada *platform* InaExport, untuk meningkatkan pelayanan kepada para pelaku usaha dalam mengembangkan bisnis.

2. Pengunjung *InaExport*

A. Layanan Konsultasi Bisnis

InaExport membuka pelayanan secara *online* melalui email: csc@kemendag.go.id dan *offline* dengan tatap muka langsung pada hari kerja mulai pukul 08.00 s.d 16.00 WIB.

B. *Permanent Trade Exhibition* (PTE)

Pada periode Januari 2022 sampai dengan Desember 2022, perusahaan yang memanfaatkan ruang pameran (PTE) sebanyak 185 perusahaan. Terdapat 16 perusahaan yang baru naik *display* yaitu PT Supranusa Indogita, PT Lestari Jaya Bangsa, PT Villamas Agro Industri, Koperasi Umbul Jaya, PT Nikmat Sentausa, PT Molindo Raya Industrial, CV Wimi Fu International, PT Interbuana Mandiri, PT Surya Adipura Sapujagat, PT Riau Andalan Kertas, PT Pangan Milenial Jaya (Bitchips), PT Be Chips Indonesia, PT Trinovasi Gourmeta Adidaya, PT Sinar Antjol, PT Bersama Raja Abadi, dan PT Kirana Mitra Abadi.

Terkait dengan kelengkapan dokumen, sebagian peserta PTE telah men-*display* produk yang SNI-nya sudah diberlakukan secara wajib dengan melengkapi salinan SNI/BPOM, sedangkan yang lainnya sedang dalam tahap tindak lanjut pengadaannya dan dikomunikasikan dengan masing-masing perusahaan peserta.

Kelengkapan dokumen tersebut merupakan tindak lanjut atas instruksi pimpinan bahwa perusahaan yang men-*display* produk di ruang InaExport Kementerian Perdagangan harus

menyertakan salinan SPPT SNI atau sertifikat dari BPOM produk di ruang InaExport Kementerian Perdagangan harus menyertakan salinan SPPT SNI atau sertifikat dari BPOM.

Business Reception Ditjen PEN

Business Reception merupakan salah satu upaya untuk menjawab kebutuhan informasi produk Indonesia, dan sekaligus memperkenalkan produk unggulan Indonesia kepada perwakilan yang hadir. Kegiatan ini terdiri dari penyampaian informasi oleh perusahaan mengenai profil perusahaan, produk, diskusi, dan penutup.

Kegiatan *Business Reception* dilaksanakan setiap hari Kamis, diagendakan untuk memperkenalkan produk-produk unggulan Indonesia yang sudah ekspor dan yang siap ekspor. Kegiatan ini juga menjadi salah satu layanan Ditjen PEN melalui Direktorat Pengembangan Pasar dan Informasi ekspor dalam upayanya untuk meningkatkan ekspor nasional. Kegiatan *business reception* yang dilaksanakan selama bulan Desember 2022 adalah sebagai berikut:

1. *Business Reception* 1 Desember 2022

Business Reception tanggal 1 Desember 2022 dihadiri oleh beberapa perwakilan dari Kedutaan Besar Republik Arab Mesir, Kedutaan Besar Sosialis Srilanka, Kedutaan Besar Republik Federasi Nigeria, Kedutaan Besar Palestina, PT Bersama Raja Abadi, PT Largo Elektrindo, CV Puji Indojamu, dan PT Sinar Antjol.

Terdapat beberapa hal yang dirangkum dari *business reception* adalah sebagai berikut:

- a. PT Bersama Raja Abadi (BRA) merupakan perusahaan pemasok, produsen, dan eksportir produk kelapa terkemuka di Indonesia. Rangkaian produk BRA terdiri dari *coco fiber/coir fiber*, *coco peat/coir pith*, *organic coconut sugar*, dan *white cardamom*.
- b. PT Largo Elektrindo merupakan perusahaan yang memproduksi sepeda listrik dengan merek Largo eBike. Desain dan pengembangan produk Largo dilakukan di studio Jakarta, tetapi produksi dan perakitannya dilakukan di Bandung.
- c. CV Puji Indojamu (Rempah Karsa) merupakan artisan peracik rempah, herbal, dan turunannya yang berasal dari bahan-bahan alami.

- d. PT Sinar Antjol merupakan produsen produk sabun, deterjen, produk perawatan pribadi, dan produk pembersih rumah tangga. PT Sinar Antjol menjadi salah satu pemain utama industri produk konsumen di Asia.

2. Business Reception 8 Desember 2022

Business Reception tanggal 8 Desember 2022 dihadiri oleh perwakilan dari Kedutaan Besar Republik Syria, Kedutaan Besar Republik Ekuador, Kedutaan Besar Republik Belarus, PT AICA Indria, Be'Chips Indonesia, dan PT Trinovasi Gourmeta Adidaya.

PT AICA Indria merupakan produsen perekat untuk keperluan industri dengan merek Lem FOX. Perwakilan dari Kedutaan Besar Republik Syria menyampaikan bahwa perekat industri dan kebutuhan rumahan cukup menarik dan memiliki peluang yang baik untuk masuk ke negaranya.

Be'Chips Indonesia memproduksi makanan ringan yaitu keripik batagor. Peluang berinovasi ini timbul dari pemilik perusahaan yang menyukai batagor dengan cita rasa yang khas dan memiliki aroma wangi ikan tenggiri. Perwakilan Kedutaan Besar Republik Ekuador mengatakan produk keripik batagor memiliki rasa yang menarik, rasanya cocok, dan tidak terlalu pedas. Dalam kegiatan promosi harus ditekankan pada bahan baku, proses pembuatan, dan kandungan yang digunakan dalam produk keripik batagor.

PT Trinovasi Gourmeta Adidaya (TGA) yang berkantor pusat di Surabaya bergerak dalam inovasi makanan. Produk pertamanya yaitu popcorn adiboga merek OVERDOZZE yang memiliki 13 varian rasa dan bermitra dengan puluhan selebriti di Indonesia. Di penghujung tahun 2019, OVERDOZZE terpilih sebagai satu-satunya makanan ringan oleh Instagram Reels untuk diberikan kepada 200 selebriti terbaik Indonesia sebagai *hampers*.

3. Business Reception 22 Desember 2022

Business Reception tanggal 22 Desember 2022 dihadiri oleh perwakilan dari Kedutaan Besar Kerajaan Maroko, Kedutaan Besar Romania, Kedutaan Besar Federasi Rusia, PT Deli Farm

International, PT Kirana Mitra Abadi, PT Inter Buana Mandiri, dan Kalbe International Pte. Ltd.

PT Deli Farm International juga dikenal sebagai Deli Farm, yakni perusahaan yang memproduksi tepung tapioka dan keripik singkong berkualitas tinggi. Perusahaan telah memiliki Sertifikasi ISO 22000:2018, Sertifikasi Halal Indonesia, Sertifikasi BPOM, Sertifikasi HACCP, dan Sertifikasi Komite Akreditasi Nasional. Perusahaan saat ini telah berhasil melakukan ekspor ke pasar negara Korea Selatan.

PT Kirana Mitra Abadi didirikan pada tahun 2010 dengan melakukan pengolahan berbagai jenis bahan baku lilin di Indonesia yang sebagian besar masih belum diproses. Perusahaan merupakan pelopor penyulingan lilin dan satu-satunya perusahaan di Indonesia yang fokus pada penelitian, pengembangan, dan pembuatan lilin. Produk yang dihasilkan perusahaan diantaranya: *paraffin wax*, *paraffinic oil*, *petroleum & natural jelly*, *specially-formulated wax*, *coconut wax*, dan *rubber protective wax*. Perusahaan telah melakukan ekspor ke beberapa negara di wilayah Asia, Eropa, dan Amerika.

PT Inter Buana Mandiri berdiri sejak tahun 1985 dan merupakan pemain lama di dunia distribusi makanan di Surabaya. Perusahaan menjadi salah satu pemasok makanan dan bahan makanan terbesar di Surabaya. Saat ini perusahaan mengembangkan produk madu hasil kerja sama dengan warga lokal di wilayah Jawa Timur dan telah dipasarkan secara nasional di supermarket.

Kalbe International Pte. Ltd. adalah perusahaan pemasaran internasional yang menangani transaksi perdagangan/ekspor dari seluruh kelompok usaha Kalbe Farma. Beberapa produk andalan perusahaan antara lain: Hidrococo, Milna, Nutrican, Mephrosol, Extra Joss, Fitbar, dan Woods.

Delegasi Kedutaan Besar Kerajaan Maroko menyampaikan telah mencoba beberapa produk utamanya dari Kalbe International Pte. Ltd. dan mengharapkan perdagangan antara Indonesia dan Maroko dapat berkembang lagi menjadi lebih baik. Delegasi juga menanyakan apakah terdapat ketentuan tertentu untuk bekerja

sama dengan Kalbe dan mendapatkan jawaban bahwa perusahaan dapat bekerja sama dengan negara mana pun namun dalam konteks perdagangan yang berkelanjutan sehingga hubungan dagang dapat terjalin dengan cukup lama.

Kegiatan *Business Gathering* Primaniyarta 2022

Business Gathering Primaniyarta 2022 yang dilaksanakan pada tanggal 15 Desember 2022 merupakan tindak lanjut acara penyerahan penghargaan Primaniyarta 2022 kepada para penerima penghargaan pada acara pembukaan Trade Expo Indonesia (TEI) 2022. Kegiatan ini bertujuan untuk memberikan apresiasi sekaligus menjadi ajang pertemuan antara para penerima penghargaan dengan beberapa pejabat di lingkungan Kementerian Perdagangan.

Kegiatan dihadiri oleh para penerima penghargaan atau yang mewakili dari masing-masing kategori penghargaan, yaitu 12 penerima penghargaan dari perusahaan dan 2 (dua) penerima penghargaan dari instansi (Disperindag). Turut hadir beberapa Tim Teknis dan Komite Juri Penghargaan Primaniyarta dan Primaduta 2022 serta perwakilan dari kedutaan negara sahabat di Jakarta.

Terdapat 8 (delapan) kategori penerima Penghargaan Primaniyarta 2022 yaitu:

1. Eksportir Pengembang Pasar Baru
2. Eksportir Digital
3. Eksportir Produk Berkelanjutan
4. Eksportir Produk Inovatif
5. Eksportir Produk Industri Manufaktur
6. Eksportir Produk Halal dan Fesyen Muslim
7. Eksportir Pemula (*Special Award*)
8. Kepala Daerah Pendukung Ekspor (*Special Award*)

Pada kesempatan ini, para penerima dari perusahaan memajang produk-produk unggulan mereka dan Menteri Perdagangan bersama rombongan meninjau ke *stand* para peserta penerima penghargaan. Hal ini memberikan apresiasi tersendiri bagi para penerima karena mereka dapat berdialog langsung dengan Menteri Perdagangan dan mendapatkan beberapa arahan dalam hal pengembangan bisnisnya.

Kegiatan *Business Gathering* dipimpin oleh Menteri Perdagangan. Dalam sambutannya, Menteri Perdagangan menyampaikan bahwa ekspor Indonesia ke berbagai negara di dunia merupakan kunci Indonesia sebagai negara maju pada tahun 2045. Para eksportir, termasuk para peraih Penghargaan Primaniyarta, merupakan pejuang Merah Putih yang menjadikan negara Indonesia maju. Ditengah ketidakpastian perekonomian global dan *trend* pertumbuhan ekonomi yang cenderung menurun, perekonomian Indonesia masih menunjukkan pertumbuhan. Pada triwulan III 2022, ekonomi Indonesia tumbuh 5,72% dengan neraca perdagangan Indonesia yang juga surplus pada Januari-Oktober 2022 dan mencapai USD 45,52 miliar.

Pertemuan *Business Gathering* ini juga mendapatkan sambutan yang baik oleh Tim Teknis dan Komite Juri, dimana mereka juga dapat saling berinteraksi dengan para penerima penghargaan. Dengan adanya kegiatan *Business Gathering*, dapat lebih mempererat hubungan kerja sama perusahaan dan instansi dengan Kementerian Perdagangan di masa mendatang.

3.5. Kegiatan Pendukung Ditjen PEN

Pelaksanaan *Monitoring Marketing Point Motaain TA 2022*

Monitoring Marketing Point Motaain dilaksanakan pada tanggal 13-16 Desember 2022. Kegiatan *monitoring* ini bertujuan untuk memastikan kegiatan dan program peningkatan kapasitas pengelola Marketing Point berjalan dengan baik.

Program Peningkatan Kapasitas Pengelola Marketing Point

Pada TA 2022, para pengelola Marketing Point di Motaain dan Entikong telah mengikuti program peningkatan kapasitas yaitu mengikuti 3 (tiga) pelatihan di Pusat Pelatihan Sumber Daya Manusia Ekspor dan Jasa Perdagangan (PPEJP) Jakarta yaitu: Pelatihan Prosedur Ekspor (23-25 Mei 2022), Pelatihan Manajemen Ekspor Impor dengan Simulasi (30 Agustus – 7 September 2022), dan Pelatihan Bisnis *Online* Ekspor (1-3 November 2022). Pelatihan ini merupakan program yang difasilitasi oleh Sekretariat Direktorat Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional Kementerian Perdagangan untuk meningkatkan kapasitas petugas Marketing Point, utamanya dalam hal pengetahuan prosedur ekspor, manajemen ekspor impor, serta bisnis *online* ekspor.

Dalam Pelatihan Prosedur Ekspor (23-25 Mei 2022) beberapa materi yang didapatkan sebagai berikut:

- a. 4 (empat) tahap proses kegiatan Ekspor yakni proses *sales contract*, penerimaan *Letter of Credit* (L/C), pengiriman barang, dan dokumen pengapalan.
- b. Peraturan di bidang ekspor diatur dalam Permendag No. 18 Tahun 2021 tentang barang dilarang ekspor dan barang dilarang impor dan Permendag No. 19 Tahun 2021 tentang Kebijakan dan Pengaturan Ekspor.
- c. Dokumen yang diperlukan dalam melakukan ekspor diantaranya:
1) legalitas perusahaan: Nomor Induk Berusaha (NIB) dan Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP); 2) dokumen ekspor utama: *Commercial Invoice*, *Packing List*, dan *Bill of Lading* (B/L); serta 3) dokumen pendukung: pemberitahuan ekspor barang kontrak penjualan, *letter of credit* (L/C), *bill of exchange*, sertifikat asal barang, dan dokumen lain yang dipersyaratkan oleh undang-undang yang berlaku sesuai jenis barang.
- d. Informasi terkait Incoterms 2020, Tata Laksana Kepabeanan di Bidang Ekspor, Prosedur Transportasi dan Penanganan Cargo Ekspor, serta Sistem Pembayaran Ekspor.

Pelatihan Manajemen Ekspor Impor dengan Simulasi (30 Agustus – 7 September 2022) disampaikan hal-hal sebagai berikut:

- a. Peraturan terkait ekspor impor yaitu: 1) Tata Cara Penerbitan Surat Keterangan Asal (Permendag No. 39 Tahun 2020); 2) Barang Dilarang Ekspor dan Barang Dilarang Impor (Permendag No. 18 Tahun 2021); 3) Kebijakan dan Pengaturan Ekspor (Permendag No. 19 Tahun 2021); dan 4) Kebijakan dan Pengaturan Impor (Permendag No. 20 Tahun 2021).
- b. Indonesia National Single Window (INSW) yaitu sistem untuk melakukan integrasi informasi dengan memadukan alur dan proses informasi antar sistem internal secara otomatis, guna penanganan proses *customs release* dan *cargo clearance*. Sistem yang terkait dalam INSW adalah sistem kepabeanan, perizinan, kepelabuhanan, kebandarudaraan, dan sistem lain yang terkait.

- c. Transportasi Penanganan Cargo, *Incoterms 2022*, kalkulasi penetapan harga ekspor dan impor, korespondensi bisnis, ragam pembiayaan ekspor, serta penyusunan kontrak dagang.
- d. Kunjungan lapangan ke Kantor Pelayanan Utama Bea Cukai (KPU BC) dan Pelabuhan Tanjung Priok.
- e. Pelaksanaan simulasi kegiatan ekspor impor mulai dari proses pengiriman *inquiry*, *offer sheet*, *order sheet*, penandatanganan *sales contract*, penyusunan dokumen kelengkapan ekspor, hingga pengurusan dokumen pembayaran ekspor.

Pelatihan Bisnis *Online Ekspor* (1-3 November 2022) disampaikan hal-hal sebagai berikut:

- a. *Digital Marketing* untuk bisnis *online* ekspor mencakup: 1) *Content Marketing*, di mana pelaku usaha membuat konten, melakukan kurasi, distribusi, dan amplifikasi konten; 2) *E-Commerce, platform* untuk jual beli serta fasilitasi transaksi; 3) *Content Marketing Platform*, sarana promosi produk seperti *website* dan media sosial.
- b. *Praktik* pembuatan konten media sosial, pembuatan *website*, serta pengelolaan laman *e-commerce* untuk promosi dan transaksi jual beli.
- c. Mengelola transaksi pembayaran bisnis *online* serta ragam metode pembayaran perdagangan internasional, yaitu: *direct payment*, *documentary collection*, dan *L/C*.

Kegiatan Marketing Point

Renovasi kantor Marketing Point Motaain sudah selesai dilakukan dan ruangan sudah dapat digunakan untuk pelayanan pelaku usaha. Ditjen PEN sudah melakukan beberapa hal untuk mensosialisasikan kantor Marketing Point seperti pembuatan brosur *marketing point* untuk diletakkan di meja *foodcourt* PLBN dan kantor Marketing Point, serta pemasangan spanduk Marketing Point di area PLBN, sehingga dapat menginformasikan keberadaan Marketing Point.

Pelaksanaan Forum Strategi Pengembangan Ekspor Nasional oleh Ditjen PEN pada 11-12 Agustus 2022 juga turut membantu upaya sosialisasi keberadaan Marketing Point Motaain kepada pelaku usaha di kawasan. Petugas Marketing Point telah berkoordinasi dengan kantor

Dinas Perindustrian dan Perdagangan (Disperindag) Kabupaten Belu dan Disperindag Provinsi NTT untuk menghimpun data pelaku usaha. Konsultasi ekspor juga telah dilakukan bekerja sama dengan Kantor Bea Cukai Atambua. Dalam upaya memaksimalkan kegiatan penyebarluasan informasi ekspor, petugas Marketing Point akan memperoleh sosialisasi InaExport dari Direktorat Pengembangan Pasar dan Informasi Ekspor (Dit. P2IE).

Petugas Marketing Point saat ini tengah menyusun daftar eksportir asal NTT dan *buyer* asal Timor Leste untuk kemudian dapat dihubungkan dan dipertemukan untuk pembahasan bisnis lebih lanjut. Petugas Marketing Point juga secara aktif mengunjungi pelaku usaha untuk meminta sampel produk dengan tujuan untuk menambah kuantitas *display* produk di kantor Marketing Point. Kendala yang dihadapi petugas Marketing Point yaitu beberapa pelaku usaha enggan memberikan sampel produk jika Marketing Point tidak dapat membantu menjual produk mereka secara langsung. Produk yang banyak dicari oleh *buyer* dari Timor Leste didominasi oleh barang kebutuhan sehari-hari (*consumer goods*) seperti produk makanan dan minuman kemasan.

**Press Release Kegiatan Ditjen
PEN dalam Website
Kemendag**

Selama bulan Desember 2022, *press release* yang tayang dalam *website official* Kemendag sebanyak 9 (sembilan) rilis. Rilis yang tayang adalah sebagai berikut:

1. Partisipasi pada Pameran Food Africa 2022, Kemendag Bidik Pasar Mamin di Kawasan Timur Tengah dan Afrika Utara (6 Desember 2022).
2. Produk Kecantikan Indonesia Kantongi USD 106 ribu di Beauty West Africa 2022 (6 Desember 2022).
3. Bertemu Industri Kue di Arab Saudi, Indonesia Optimis Tingkatkan Ekspor Gula Aren dan Cokelat (7 Desember 2022).
4. Kemendag Fasilitasi Misi Dagang ke Arab Saudi, Berhasil Teken Kontrak Dagang Rp 8 Miliar (7 Desember 2022).
5. Serahkan Penghargaan GDI Of The Year 2022, Mendag Zulkifli Hasan: Kreativitas Desain Kunci Hadapi Persaingan Global (8 Desember 2022).
6. Di Pameran Food Africa 2022, Produk Mamin Indonesia Sukses Cetak Transaksi Potensial USD 15,32 Juta (13 Desember 2022).

7. Kemendag Gelar Business Gathering Primaniyarta 2022, Mendag Zulkifli Hasan: Pejuang Ekspor Jadikan Indonesia Negara Maju (15 Desember 2022).
8. Promosi Kuliner di Mancanegara, Kemendag Luncurkan Basis Data Rumah Makan dan Ritel Indonesia di Luar Negeri (16 Desember 2022).
9. TEI 2022 Resmi Ditutup, Mendag Zulkifli Hasan: Bangga TEI Sukses Lampau Target, Transaksi Capai USD 15,83 Miliar (22 Desember 2022).

BAB II

AGENDA KEGIATAN

DIREKTORAT JENDERAL PENGEMBANGAN EKSPOR NASIONAL

2
Desember

Dirjen Pengembangan Ekspor Nasional, Didi Sumedi menyaksikan penandatanganan komitmen dagang secara virtual produk *desicated coconut* senilai USD 564 ribu antara pelaku usaha Indonesia dengan pelaku usaha asal Brasil. Turut hadir dalam penandatanganan komitmen dagang tersebut Duta Besar RI untuk Brazil, Edy Yusup dan Direktur Pengembangan Produk primer, Merry Maryati.



Dirjen Pengembangan Ekspor Nasional, Didi Sumedi menerima Duta Besar Indonesia untuk India, Ina Hagniningtyas Krisnamurthi di Gedung Utama Kementerian Perdagangan. Dalam audiensi didiskusikan berbagai sinergi dalam mengembangkan dukungan bagi pelaku usaha Indonesia dalam mempertajam upaya penetrasi ke pasar India.

7
Desember

7
Desember

Plt. Direktur Pengembangan Ekspor Produk Manufaktur, Ganef Judawati membuka Webinar Peluang dan Penetrasi Pasar Produk Indonesia di India secara daring. Hadir sebagai narasumber dalam webinar adalah Atase Perdagangan New Delhi, Bona Kusuma, Kepala ITPC Chennai, Nugroho Priyo Pratama, serta importir asal India, Kundan Jha yang memaparkan peluang pasar dan strategi memasuki pasar India.





Sekretaris Ditjen Pengembangan Ekspor Nasional, Ganef Judawati menjadi narasumber dalam Dedicated Team Meeting Investor Relations Unit (DTM IRU) yang diselenggarakan oleh Departemen Internasional Bank Indonesia secara daring. Kegiatan ini untuk menyelaraskan strategi dan rencana kegiatan promosi investasi, perdagangan, dan pariwisata tahun 2023 antara Bank Indonesia dan Kementerian/ Lembaga guna meningkatkan efektivitas pelaksanaan kegiatan promosi.

8
Desember

8
Desember

Menteri Perdagangan, Zulkifli Hasan didampingi Dirjen Pengembangan Ekspor Nasional, Didi Sumedi memberikan pengarahan pada Penganugerahan Good Design Indonesia (GDI) 2022 yang dilaksanakan di Pusat Pelatihan Sumber Daya Manusia Ekspor dan Jasa Perdagangan. GDI merupakan ajang tahunan pemilihan produk desain Indonesia dalam rangka pengembangan produk untuk mendorong peningkatan ekspor non migas Indonesia, sebanyak 496 produk dan jasa mendaftar dalam penghargaan GDI tahun ini.



Mewakili Dirjen Pengembangan Ekspor Nasional, Sekretaris Ditjen Pengembangan Ekspor Nasional, Ganef Judawati bersama Ketua Umum HIPPINDO, Budihardjo Iduansjah sepakati kerja sama tentang pengembangan ekspor melalui jasa ritel. Kesepakatan Bersama ini bertujuan sebagai panduan kolaborasi kedua belah pihak dalam pelaksanaan pengembangan ekspor melalui jasa ritel dalam upaya peningkatan ekspor nasional.

9
Desember

12
Desember

Dirjen Pengembangan Ekspor Nasional, Didi Sumedi menerima perwakilan Kedutaan Besar Mesir di Jakarta, Alzahraa Ahmed bertempat di Kantor Kementerian Perdagangan. Pertemuan ini diharapkan dapat menjembatani para pelaku usaha Indonesia untuk dapat mengembangkan ekspor ke pasar Mesir. Turut hadir dalam kegiatan ini Direktur Pengembangan Ekspor Produk Primer, Merry Maryati, Tim Ahli Mendag, dan perwakilan pelaku usaha dari Indonesia.



12
Desember

Dirjen Pengembangan Ekspor Nasional, Didi Sumedi menjadi pembicara utama dalam Webinar Potensi dan Peluang Ekspor Produk Indonesia Ke Mesir. Webinar ini membahas berbagai peluang ekspor ke pasar Mesir terutama dari segi kebijakan, peraturan, serta hal-hal teknis lainnya. Kegiatan webinar ini diharapkan dapat meningkatkan sinergi pemangku kepentingan dan pelaku usaha dalam menciptakan terobosan dan ide-ide baru untuk peningkatan ekspor produk Indonesia.



21
Desember

Dirjen Pengembangan Ekspor Nasional, Didi Sumedi menerima audiensi Direktur Indonesia-Korea Business Cooperation Center (IKBCC) KOTRA, Bok Dug Gyou dan Rektor Universitas Siber Asia, Cho Jang Youn. Pertemuan ini bertujuan untuk meningkatkan kerja sama Indonesia - Korea dalam meningkatkan perdagangan dan industri Indonesia-Korea.





Menteri Perdagangan Zulkifli Hasan secara resmi menutup Trade Expo Indonesia 2022 di Kantor Kementerian Perdagangan. Pada gelaran ke-37 tahun ini, TEI membuahkan hasil yang membanggakan dengan mencatatkan transaksi sebesar USD 15,83 miliar atau sekitar Rp246,64 triliun. Nilai ini jauh melebihi target yang ditetapkan yakni USD 10 miliar.

22
Desember

23
Desember

Sekretaris Ditjen Pengembangan Ekspor Nasional, Ganef Judawati memimpin Rapat Koordinasi Program Tahun 2023 yang berlangsung di Cordyard by Marriott Hotel Bandung, Jawa Barat. Acara ini dihadiri oleh Direktur Pengembangan Produk Primer, Merry Maryati dan seluruh Ketua Tim dari Sekretariat Ditjen PEN, Direktorat Pengembangan Pasar dan Informasi Ekspor, Direktorat Pengembangan Ekspor Produk Primer, Direktorat Pengembangan Produk Manufaktur, dan Direktorat Pengembangan Ekspor Jasa dan produk Kreatif.



BAB III

PERMASALAHAN DAN TINDAK LANJUT

1.1. Kendala, Isu dan Permasalahan

Pertemuan Direktorat PEPM dengan Persatuan Kosmetik Indonesia (Perkosmi) di Bali Sebagian besar produk anggota Perkosmi di wilayah Bali masih minim desain, kemasan, serta media promosi yang masih sangat sederhana dan kurang menarik. Selain itu, banyak diantara anggota Perkosmi Bali yang kurang mendapatkan informasi terkait potensi pasar ekspor. Pemberlakuan sertifikasi halal bagi produk kosmetik pada tahun depan juga merupakan kendala bagi sebagian besar anggota Perkosmi Bali yang belum memiliki sertifikasi Halal, sehingga memerlukan pendampingan.

1.2. Tindak Lanjut Penyelesaian

Pertemuan Direktorat PEPM dengan Persatuan Kosmetik Indonesia (Perkosmi) di Bali Dalam rangka mendukung pelaku usaha kosmetik di wilayah Bali termasuk produk sabun untuk memasuki pasar ekspor, Ditjen PEN telah menyusun program pendampingan bersama dengan Pengurus Perkosmis Bali untuk tahun 2023, antara lain:

1. Fasilitasi pelatihan Global Reporting Initiative (GRI) dalam penyusunan *website* yang berstandar internasional yang memberi *value* atas produk yang dihasilkan bagi anggota Perkosmi Bali, sehingga dapat meningkatkan minat calon *buyers*.
2. Fasilitasi pertemuan dengan Halal Hub dan BPJPH terkait sertifikasi halal.
3. Pelatihan dalam pemanfaatan *e-commerce* yang dapat menjangkau pasar luar negeri.
4. Fasilitasi pameran.

BAB IV

PENUTUP

Selama bulan Desember 2022, kegiatan Ditjen PEN secara ringkas mencakup kegiatan-kegiatan antara lain: Penganugerahan Good Design Indonesia (GDI) 2022, Kegiatan Sosialisasi Dekranas dan World Craft Council (WCC) Award dan Kunjungan Perusahaan di Kupang – NTT; Menghadiri Undangan Focus Group Discussion (FGD) Kebijakan Perdagangan Luar Negeri dalam Mendukung Ekspor Sektor Jasa; Kunjungan Perusahaan Dalam Rangka Identifikasi Pelaku Usaha Sektor Home Decor di Yogyakarta; Identifikasi Potensi Ekspor di Solo, Jawa Tengah; Workshop “Kiat Sukses Menjadi Eksportir”; Pertemuan Direktorat PEPM dengan Persatuan Pengusaha Kosmetik Indonesia (Perkosmi) di Bali; Pelaksanaan *Review Trade Fair Participation* dengan perwakilan Perdagangan dan Program Aku Siap Ekspor (ASE); Partisipasi Indonesia pada Pameran Food Africa 2022; Pelaksanaan Focus Group Discussion (FGD) Sinergi Peningkatan Ekspor Produk Primer; Penutupan Trade Expo Indonesia (TEI) ke-37; *Business Gathering* Primaniyarta 2022; dan Pelaksanaan *Monitoring Marketing Point* Motaain TA 2022.

Peningkatan pelayanan hubungan dagang dan informasi ekspor dilaksanakan melalui Pelayanan *InaExport dan Business Reception* yang diadakan 3 (tiga) kali selama Desember 2022. Dalam bab permasalahan, isu dan tindak lanjut dibahas mengenai isu yang perlu ditindaklanjuti, yakni Pertemuan Direktorat PEPM dengan Persatuan Kosmetik Indonesia (Perkosmi) di Bali.

Dengan demikian, sepanjang bulan Desember 2022, selain beberapa aktivitas promosi, kegiatan Ditjen PEN juga melakukan aktivitas persiapan, pembahasan dan pengembangan kerjasama bagi pelaksanaan kegiatan untuk bulan-bulan berikutnya, yang bertujuan untuk meningkatkan kinerja Ditjen PEN sesuai dengan tugas dan fungsinya, serta memberikan kontribusi pada pencapaian target yang telah ditetapkan untuk Kementerian Perdagangan.