

<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>ii</b>
<b>RINGKASAN EKSEKUTIF.....</b>	<b>iii</b>
<b>BAB I KINERJA.....</b>	<b>1</b>
<b>1.1. Peningkatan Ekspor Produk Primer .....</b>	<b>1</b>
<b>1.2. Peningkatan Ekspor Produk Manufaktur.....</b>	<b>25</b>
<b>1.3. Peningkatan Diversifikasi Ekspor Jasa dan Produk Kreatif.....</b>	<b>56</b>
<b>1.4. Peningkatan Pelayanan Hubungan Dagang dan Informasi Ekspor.....</b>	<b>62</b>
<b>1.5. Kegiatan Pendukung Ditjen PEN .....</b>	<b>78</b>
<b>BAB III PERMASALAHAN DAN TINDAK LANJUT .....</b>	<b>87</b>
<b>1.1. Kendala, Isu dan Permasalahan .....</b>	<b>87</b>
<b>1.2. Tindak Lanjut Penyelesaian .....</b>	<b>87</b>
<b>BAB IV PENUTUP .....</b>	<b>88</b>

Pada laporan bulan Desember 2023, kegiatan-kegiatan Direktorat Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional (Ditjen PEN) terangkum dalam sistematika pelaporan mencakup lingkup kegiatan Pengembangan Ekspor Produk Primer, Pengembangan Ekspor Produk Manufaktur, Pengembangan Sektor Jasa dan Produk Kreatif, 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 2023 dalam rangka mendukung capaian Kinerja Tahun 2023 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 2023 Ditjen PEN menetapkan empat indikator kinerja, yang tertuang dalam Perjanjian Kinerja Tahun 2023 yaitu:

1. Presentase Peningkatan Ekspor Produk Primer Prioritas dengan target sebesar 2,94%.
2. Presentase Peningkatan Ekspor Produk Manufaktur Prioritas dengan target sebesar 2,83%.
3. Presentase Peningkatan Ekspor Jasa Prioritas dengan target sebesar 3,06%.
4. Presentase Pertumbuhan Ekspor Non Migas di Pasar Potensial dengan target sebesar 4,20%.

Dari sisi kinerja anggaran, pada tahun anggaran 2023 Ditjen PEN Kementerian Perdagangan memperoleh alokasi anggaran sebesar Rp 117.282.848.000,-, namun setelah mengalami *refocusing*, anggaran Ditjen PEN menjadi sebesar Rp 107.678.612.000,-. Dari total anggaran tersebut, berdasarkan realisasi sampai dengan 28 Desember 2023, telah direalisasikan 95,76% atau sebesar Rp 103.112.119.077,-.

Dengan tersusunnya laporan bulan Desember 2023 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 2024

Direktur Jenderal  
Pengembangan Ekspor Nasional

Kinerja Ditjen PEN dalam mendukung program pengembangan ekspor nasional sepanjang bulan Desember 2023 di sektor produk primer pada bulan Desember 2023 meliputi kegiatan **Kunjungan Monitoring dan Evaluasi Penyusunan Sustainability Report (SR) Kerja Sama Direktorat PEPP dengan Universitas Parahyangan** yang bertujuan untuk melihat perkembangan penulisan SR perusahaan, **Kunjungan dalam Rangka Program Pendampingan dan Fasilitasi Sertifikasi HACCP untuk TA 2024** yang bertujuan untuk melihat potensi dan *screening* awal untuk proses seleksi calon perusahaan dalam rangka program pendampingan dan fasilitasi HACCP 2024, **Partisipasi Indonesia pada Pameran International Coffee and Chocolate Exhibition (ICCE) 2023** yang mencatatkan transaksi sebesar USD 8,45 juta, serta **Kunjungan Perusahaan dalam Rangka Rebranding Trade Expo Indonesia ke-38** yang bertujuan untuk melakukan *monitoring* dan evaluasi hasil partisipasi beberapa perusahaan pada TEI ke-38 tahun 2023.

Untuk mendukung program pengembangan ekspor produk manufaktur, Ditjen PEN melakukan kegiatan **Focus Group Discussion Peningkatan Daya Saing dan Promosi Produk Alat Olahraga dan Alat Musik** dalam rangka mengidentifikasi dan menggali jenis kebutuhan yang diharapkan Kemendag dari pelaku usaha kedua sektor tersebut, **Kegiatan Diseminasi Hasil Kerja Sama Pengembangan Ekspor Produk Manufaktur di Kebumen** yang bertujuan untuk melihat manfaat dan kendala yang dihadapi oleh pelaku usaha setelah pelaksanaan pameran Interzum, **Kegiatan Pendampingan Pelaku Usaha Sertifikasi Produk Manufaktur** yang bertujuan untuk mengidentifikasi kebutuhan sertifikasi yang harus dipenuhi oleh eksportir produk kayu dan turunannya, **Kunjungan Perusahaan Dalam Rangka Monitoring dan Evaluasi Pelaksanaan Pameran Dagang Internasional 2023** yang bertujuan untuk *monitoring* dan evaluasi hasil partisipasi peserta pameran dagang internasional, **Koordinasi Dalam Rangka Monitoring Pameran Produk ILMATE** bertujuan untuk *monitoring* hasil pelaksanaan pameran ILMATE sekaligus pemetaan produk industri ILMATE, **Partisipasi Indonesia pada Pameran 35<sup>th</sup> Taipei Building Show 2023** yang berhasil mencatatkan potensi transaksi senilai USD 5.218.500 atau sekitar Rp 80,8 miliar, **Seremoni Penyerahan Sertifikat Program Fasilitasi Sertifikasi Good Manufacturing Practice (GMP) dan Halal Tahun 2023** bertujuan untuk memberikan apresiasi kepada para pelaku usaha yang telah berkomitmen dan bekerja sama dengan baik, **Monitoring dan Evaluasi Pameran Automechanika 2023** yang dilaksanakan dengan kunjungan ke Vietnam, **Koordinasi Pelaksanaan Sertifikasi Halal dengan Pelaku Usaha Kosmetik dan Bahan penyusun Kosmetik** untuk menggali informasi mengenai kesesuaian pelaksanaan program sertifikasi halal oleh Dit. PEPPM dengan acuan atau standar yang telah dibuat, **Pendampingan Pelaku Usaha dengan Sertifikasi Penunjang Ekspor Produk Manufaktur** untuk pelaku usaha di Batam, dan **Kegiatan Pendampingan Pelaku Usaha Penerima Manfaat Kerja Sama** bertujuan untuk mengidentifikasi kebutuhan sertifikasi yang harus dipenuhi oleh eksportir produk kayu dan turunannya dalam memenuhi persyaratan ekspor.

Untuk pengembangan ekspor jasa dan produk kreatif, telah dilaksanakan: **Kunjungan Perusahaan Program Klinik Desain – LBEC 2023 di Medan** yang bertujuan untuk melakukan pembahasan mengenai rencana awal pengembangan produk yang akan dihasilkan, **Pendampingan Buyer dari Amerika Serikat di D.I. Yogyakarta** untuk mempertemukan *buyer* Amerika Serikat dengan produsen produk topi dari anyaman bahan rafia, **Sharing Session tentang Industri Gim dan Event IGDX kepada Para Perwakilan Indonesia di Luar Negeri** untuk meningkatkan efektivitas *event* IGDX agar dapat lebih dikembangkan menjadi pusat B2B, dan **Pertemuan dengan Indigo Telkom, PT Nuon Digital Indonesia, serta Kunjungan ke Ayena Studio** untuk membahas rencana kerja sama antara Direktorat PEJPK dengan Indigo Telkom dan PT Nuon Digital Indonesia terkait percepatan pengembangan industri gim nasional.

Peningkatan pelayanan peluang pasar dan informasi ekspor dilaksanakan melalui **Pelayanan InaExport dan Business Reception**. Pelayanan hubungan dagang yang diterima InaExport pada bulan Desember 2023 berjumlah 36 permintaan hubungan dagang dan informasi lainnya yang disampaikan melalui *email* kepada InaExport. **Business Reception** selama bulan Desember 2023 dilaksanakan sebanyak dua kali. Selain itu, terdapat kegiatan **Sosialisasi Export Center Makassar (ECM) di Kota Parepare** untuk memperkenalkan peran dan fungsi ECM bagi pelaku usaha di Parepare, **Kegiatan Intelijen Pasar Utama / Potensial di Yordania untuk Produk Ikan Olahan** yang bertujuan untuk melakukan pemetaan potensi dan mendapatkan informasi secara langsung dari para pelaku usaha di negara tujuan ekspor, **Analisa Pengembangan Pasar Tujuan Ekspor di Republik Rakyat Bangladesh** untuk menyusun hasil analisa pasar Bangladesh khususnya untuk produk buah pinang.

Untuk kegiatan pendukung pada bulan Desember 2023, Ditjen PEN melakukan **Kegiatan Monitoring dan Evaluasi Fasilitas Promosi Dagang Ditjen PEN Tahun Anggaran 2021-2022 di Provinsi Banten** yang bertujuan untuk mendapatkan *feedback*/masukan secara utuh dari pelaku usaha terkait implementasi kegiatan promosi dagang. Sedangkan untuk **Press Release Kegiatan DJPEN dalam Website Kemendag** terdapat dua rilis berita di *website* Kemendag

## BABI

### KINERJA

#### 1.1. Peningkatan Ekspor Produk Primer

##### **Kunjungan *Monitoring* dan Evaluasi Penyusunan *Sustainability Report* Kerja Sama Direktorat PEPP dengan Universitas Parahyangan**

*Sustainability Report* (SR) adalah suatu *tools* untuk mengkomunikasikan nilai keunggulan unik perusahaan atau yang biasa disebut *value proposition* kepada pemangku kepentingan termasuk *buyer* dan investor. Prinsip *sustainability* ini tidak hanya melihat pemenuhan perusahaan terhadap kebutuhan konsumen, namun juga pemenuhan perusahaan kepada pemberdayaan masyarakat dan lingkungan. Kegiatan *Monitoring* dan Evaluasi Penyusunan SR bertujuan untuk melihat perkembangan penulisan SR perusahaan.

##### **Kegiatan *Monitoring* dan Evaluasi Penyusunan *Sustainability Report* di Semarang**

Kegiatan *Monitoring* dan Evaluasi Kerja Sama Direktorat PEPP dengan Universitas Parahyangan (UNPAR) di Semarang dilaksanakan pada tanggal 3-6 Desember 2023. Kegiatan ini dilaksanakan dengan melakukan kunjungan perusahaan penerima manfaat kerja sama dan telah menyusun *Sustainability Report* (SR), yaitu Insan Mulya Jaya, Azza Jaya, Erlangga Snack, dan Loembung Berkah Redjo.

##### **1. Kunjungan ke Insan Mulya Jaya**

- a. Insan Mulya Jaya merupakan perusahaan yang berfokus pada produksi *snack* keripik pisang. Saat ini, pemasaran yang dilakukan melalui warung besar di daerah Sayung, Jawa Tengah. Pasar luar negeri yang pernah dilakukan adalah pasar Hongkong dengan *hand and carry*.
- b. Produk dari Insan Mulya Jaya memilih merek LHEE'SANT dalam penjualannya, merek ini pun sudah terdaftar HKI-nya di Kementerian Hukum dan HAM. Kemasan produk merek ini sudah baik.
- c. Kapasitas produksi perusahaan mencapai 200 kg per bulan tergantung ketersediaan bahan baku. Tempat produksi masih menyatu dengan rumah pemilik, sehingga belum memiliki sertifikat GMP maupun HACCP. Untuk itu pelaku usaha ingin

memisahkan tempat produksinya, untuk pengurusan sertifikasi HACCP.

- d. Dalam menjalankan produksinya, perusahaan telah memiliki pemasok yang tetap di daerah Semarang dan Salatiga. Kejelasan pemasok ini meningkatkan kemungkinan untuk perusahaan mengimplementasikan *traceability* produk.
- e. Laporan SR sudah mencapai 70% dan akan secepatnya dilengkapi.

## **2. Kunjungan ke Azza Jaya**

- a. Azza Jaya merupakan perusahaan yang berdiri pada saat pandemi di tahun 2020. Produk yang dihasilkan yaitu keripik pisang dan dipasarkan di toko dan warung kecil.
- b. Untuk produk memiliki merek Azzara dan telah memiliki nomor P-IRT serta Sertifikat Halal.
- c. Bahan baku masih dibeli dari pasar sehingga belum ada kejelasan untuk ketersediaannya.
- d. Laporan SR sudah mencapai 80% dan akan secepatnya dilengkapi.

## **3. Kunjungan ke Erlangga Snack**

- a. Perusahaan berdiri pada tahun 2020 bertepatan dengan pandemi Covid-19. Produk yang dihasilkan yaitu wingko babat dengan masa simpan 10 hari dengan kemasan vakum.
- b. Penjualan yang dilakukan masih lokal melalui toko oleh-oleh dan penjualan langsung ke konsumen. Perusahaan menerapkan prinsip *mouth to mouth* untuk pemasarannya.
- c. Keunikan yang ditonjolkan dari perusahaan yaitu modernisasi makanan tradisional dengan perubahan bentuk produk, rasa, dan kemasan yang lebih modern.
- d. Saat ini perusahaan ingin meningkatkan produksi, sehingga memerlukan bantuan peralatan.
- e. Laporan SR sudah mencapai 90% dan akan melakukan presentasi pada tanggal 14 Desember 2023 mendatang.

#### **4. Kunjungan ke Loembung Berkah Redjo**

- a. Loembung Berkah Redjo merupakan perusahaan yang memproduksi beras organik dan telah bersertifikasi. Jenis beras yang diproduksi adalah IR64 dan IR32.
- b. Dengan luas lahan 600 hektar dan 300 orang petani, kapasitas beras yang dihasilkan sekitar 200 ton per 3 bulan.
- c. Perusahaan sudah melakukan pemasaran di Superindo, Transmart, dan Ramayana. Untuk penjualan di luar negeri, sudah pernah menjual ke Arab Saudi dalam rangka pemenuhan catering haji Indonesia melalui pihak ketiga. Untuk itu, dengan penyusunan SR ini dapat menjadikan langkah awal untuk mengembangkan pasar di luar negeri secara mandiri.
- d. Selain melakukan proses pemasaran, Loembung Berkah Redjo juga melakukan edukasi kepada para petani terkait proses produksi organik.
- e. Ke depannya, perusahaan ingin memakai tenaga surya dalam produksinya supaya lebih ramah lingkungan.
- f. Laporan SR sudah mencapai 70% dan akan secepatnya dilengkapi.

#### **Kegiatan *Monitoring* dan Evaluasi Penyusunan *Sustainability Report* di Magelang, Jawa Tengah**

Kegiatan *Monitoring* dan Evaluasi Kerja Sama Direktorat PEPP dengan Universitas Parahyangan (UNPAR) di Magelang, Jawa Tengah, dilaksanakan pada tanggal 3-6 Desember 2023. Kegiatan ini dilaksanakan dengan melakukan kunjungan perusahaan penerima manfaat kerja sama dan telah menyusun *Sustainability Report* (SR) yaitu CV Niaga Raya Internasional, PT Ecovivo Daya Lestari, dan PT Sinang Lembah Butuh.

##### **1. Kunjungan ke Niaga Raya Internasional**

- a. Niaga Raya Internasional merupakan perusahaan yang berfokus pada produksi dan perdagangan kopi. Saat ini, Niaga Raya telah mengekspor ke beberapa negara di luar negeri, namun masih melalui pihak ketiga.

- b. Perusahaan sedang melakukan penjajakan ekspor secara langsung dan melalui penyusunan SR dapat menjadi langkah awal untuk mengembangkan pasar di luar negeri secara mandiri.
- c. Kapasitas produksi kopi dalam bentuk *green bean* selama setahun masih dibawah 20 ton, namun perusahaan berupaya meningkatkan produksi dengan menjalin kemitraan dengan kelompok tani kopi dari wilayah lain seperti Banjarnegara dan Magelang.

## 2. Kunjungan ke PT Ecovivo Daya Lestari

- a. Ecovivo merupakan perusahaan artisan yang menghasilkan produk sabun, *shampoo*, teh, dan produk kimia organik lainnya yang dihasilkan dari tanaman atau produk pertanian. Semua produk dihasilkan secara natural/organik dengan proses alami tanpa menggunakan mesin dan senyawa kimia tambahan (*essence*). Proses yang digunakan untuk memperoleh minyak untuk pembuatan sabun melalui proses *infuse* dengan minyak VCO dengan waktu yang telah ditentukan.
- b. Konsep Ecovivo adalah berusaha untuk tidak meninggalkan *footprint* demi menjaga kelestarian alam. Selain itu, Ecovivo juga memberikan pengajaran mengenai peluang produk pertanian organik yang dilakukan di rumah tanpa merusak lingkungan kepada beberapa pondok pesantren di wilayah Jawa Tengah. Komitmen tersebut juga dilakukan dengan bergabung pada sebuah *project* bernama *zero waste living life* di mana *project* tersebut bertujuan untuk menciptakan gerakan minim sampah dan karbon.
- c. Ecovivo telah mendapatkan G-Mark dari program GDI dan memperoleh GDA sebagai perusahaan pembuat *shampoo* dan perawatan rambut organik.
- d. Dalam kunjungan tersebut disampaikan bahwa proses penyusunan SR masih dalam penyusunan konsep dan masih terus diusahakan untuk segera diselesaikan. Kesulitan dalam

penyusunannya karena kesulitan mengatur waktu pertemuan dengan perwakilan UNPAR.

- e. Ecovivo pernah mengikuti TEI pada tahun 2022, namun belum mendapatkan respons yang cukup baik dari beberapa *buyer* yang berkunjung. Hal ini menurut Ecovivo bahwa produknya sangat *segmented* dan perlu mencari *buyer* yang memang benar-benar peduli dan berkomitmen terhadap lingkungan.

### 3. Kunjungan ke PT Sindang Lembah Butuh

- a. PT Sindang Lembah Butuh bekerja sama dengan 35 petani yang tergabung dalam Kelompok Tani Lembah Butuh di Kawasan Perhutani Grabag, Jawa Tengah dengan kapasitas produksi kopi *fine* robusta sebanyak 500 kg per tahun. Pemasaran kopi dilakukan melalui beberapa pameran di dalam negeri dan kemitraan dengan perusahaan lain serta *platform* pemasaran di Jawa Tengah.
- b. Perusahaan telah mengekspor kopi *green bean* ke Jerman serta Belgia dalam jumlah yang masih terbatas dan belum menggunakan *container*, namun memakai karung goni. *Buyer* dari luar negeri diperoleh dari TEI, Trademap, dan Instagram.
- c. Perusahaan telah memiliki sertifikat organik LESOS yang dikeluarkan oleh Kementerian Pertanian.
- d. Bentuk komitmen perusahaan kepada petani yaitu memberikan jaminan harga, pelatihan, dan pengembangan produk untuk membuat kopi *sachet* untuk kebutuhan di lokal *market*.
- e. Komitmen PT Sindang Lembah Butuh untuk menjual produksi asli dari Magelang tidak menerima *order* atau kopi dari daerah lain untuk ekspor.

Isu berkelanjutan (*sustainability*) masih menjadi tren global sehingga para produsen memiliki *concern* tidak hanya aspek ekonomi, tetapi juga aspek lingkungan, seperti perubahan iklim, temperatur global, emisi global, kerusakan ekosistem, serta isu sosial.

## **Kegiatan *Monitoring* dan Evaluasi Penyusunan *Sustainability Report* di Kabupaten Kebumen dan Kabupaten Cilacap**

Kegiatan *Monitoring* dan Evaluasi Kerja Sama Direktorat PEPP dengan Universitas Parahyangan (UNPAR) di Kabupaten Kebumen dan Kabupaten Cilacap, Jawa Tengah dilaksanakan pada tanggal 6-9 Desember 2023. Pelaku usaha yang dikunjungi yaitu Yu Klenteng, Kopi Kuna, CV Cendekia Adhi Permata, Padma Bakery, dan PT Agroland Karya Utama. Beberapa catatan hasil kunjungan, antara lain:

### **1. Yu Klenteng**

- a. Merupakan produk makanan ringan, yakni keripik khususnya dalam pengolahan ikan. Produk yang dihasilkan adalah *baby fish crispy* dan *mocaf roasted crackers*, keduanya merupakan makanan dari olahan ikan. Kapasitas produksi per bulan mencapai 150 kg. Ke depannya Yu Klenteng akan mengembangkan produk di luar keripik, yakni manisan bengkoang.
- b. Disebutkan dalam SR jika produk Yu Klenteng saat ini tengah dalam proses mendapatkan Standar Keamanan Produk (SKP). Sedangkan Sertifikat BPOM-MD masih dalam proses. Namun, beberapa implementasi standar keamanan pangan belum sepenuhnya dilakukan, seperti penggunaan alas kaki dari luar diperbolehkan masuk ke area produksi.

### **2. Kopi Kuna**

- a. Produk dari Kopi Kuna di antaranya *green bean arabica*, *robusta roast bean*, *arabica wine*, *arabica roast bean*, *roast bean robusta*, dan *robusta honey*.
- b. Kopi Kuna mengembangkan produk dari olahan kopi, yakni pembuatan *the cascara* atau kulit kopi yang merupakan kulit kopi yang telah dipisahkan dari kopi cerinya, kemudian diambil dan dikeringkan. Produk cascara Kopi Kuna diambil hanya dari kulit kopi pasca panen dari proses *honey*.

- c. Kopi Kuna berencana memiliki alat *roasting* dan *grinding* sendiri. Selama ini proses *roasting* dan *grinding* tidak dimiliki sendiri.

### 3. CV Cendekia Adhi Permata

- a. Produk yang dihasilkan yaitu gula kelapa berbentuk bubuk dan padat/cetak. Kapasitas produksi per bulan gula kelapa berbentuk bubuk dan padat/cetak masing-masing yakni 15 ton.
- b. Kendala terkait aspek keberlanjutan yakni semakin sedikitnya petani yang memanen gula kelapa. Hal ini dikarenakan banyak tenaga muda yang enggan untuk memanjat pohon kelapa, ke depannya akan berpengaruh terhadap rantai pasok perusahaan.
- c. Ke depannya perusahaan akan menjadi pemasok bahan baku kecap dengan menggunakan gula kelapa sisa hasil produksi.

### 4. Padma Bakery

- a. Produk yang dihasilkan yaitu makanan ringan berupa bagelen. Kapasitas produksi per bulan yakni 750 pcs dan didistribusikan ke minimarket serta pusat oleh-oleh di daerah Kebumen. Perusahaan juga mendistribusikan secara *online*.
- b. Kendala yang dihadapi yakni ketersediaan alat produksi dengan kapasitas produksi yang lebih besar. Mengingat perusahaan berencana untuk mendistribusikan produknya ke luar area Kebumen.
- c. Padma Bakery berencana mengembangkan manisan jambu kristal dengan merek sendiri. Mengingat produksi buah jambu kristal di area Kebumen melimpah, sedangkan selama ini hanya dimakan langsung dan belum diolah menjadi bubuk minuman.

### 5. PT Agroland Karya Utama

- a. Produk yang dihasilkan yaitu olahan serabut kelapa, *betel nut* yang selanjutnya diolah menjadi kosmetik, *cocopeat* media tanam, *coconut fiber*, dan *coconut bristle fiber*.

- b. Kendala yang dihadapi yakni ketersediaan alat produksi dengan kapasitas produksi yang lebih besar. Mengingat perusahaan berencana untuk distribusi produknya terutama *coconut fiber* sebagai pemasok ke jok kendaraan bermotor.
- c. Perusahaan akan mengembangkan *betel nut* yang disertai sertifikat, sebagai syarat untuk pemasok bahan baku produk kosmetik.

Disimpulkan bahwa pelaku usaha sebagian besar telah mencantumkan data dan informasi di SR sesuai dengan data di lapangan.

### **Kegiatan *Monitoring* dan Evaluasi Penyusunan *Sustainability Report* di Sukoharjo dan Karanganyar**

Pada kunjungan kali ini, dilakukan pengamatan tentang perkembangan laporan SR untuk empat perusahaan, yaitu PT Berkah Dua Agri, CV Megatrading Agri Corpora, Chetoz Tahu Mama Ndut, dan Mitra Sejahtera.

#### **1. PT Berkah Dua Agri**

Berkah Dua Agri beralamat di Jl. Lawu, Desa Gayam Dampo, Kec. Karanganyar, Jateng. Berdiri sejak tahun 2019 dan telah menjadi salah satu pelopor produksi beras organik berkualitas. Perusahaan memproduksi dan memperdagangkan aneka jenis beras organik, di antaranya beras C4/IR64, beras mentik wangi, beras mentik susu, beras mentik coklat (PK), beras merah dan beras hitam. Semua produk yang dihasilkan Berkah Dua Agri merupakan beras organik berkualitas, bebas dari zat kimia, dan mengandung nutrisi alami.

Judul pada laporan SR perusahaan adalah "*A Better Life with Sustainable Organic Farming*" atau "Hidup Lebih Baik dengan Pertanian Organik Berkelanjutan". Tema ini sejalan dengan prinsip pelaku usaha untuk menerapkan pertanian organik berkelanjutan, dimulai dari proses budidaya, penanganan pascapanen, dan menjadi produk berkualitas yang dikonsumsi masyarakat. Hal ini bertujuan agar dapat meningkatkan kualitas kesehatan yang mengkonsumsinya.

## 2. CV Megatrading Agri Corpora

Perusahaan beralamat di Jl. Wirosari, Sumopuro, Klaten, Jateng, berdiri sejak tahun 2013, dengan salah satu produknya adalah *Charcoal Agroindustry* dan 100% ditujukan untuk pasar ekspor. Tema produk yang diangkat adalah "*Eco friendly, charcoal zero % carbon emission*". Produk *charcoal* menggunakan bahan baku kulit kelapa, dan briket *charcoal* ini digunakan untuk shisha, barbeque, dan dupa.

Perusahaan telah melakukan ekspor ke beberapa negara, seperti: Australia, Amerika Serikat, UAE, Oman, Irak, Iran, Kazahkstan, Kuwait, Mesir, Ceko, Korea Selatan, Polandia, Jerman, Yordania, dan lain-lain.

## 3. Chetoz Tahu Mama Ndut

Chetoz Tahu Mama Ndut yang beralamat di Desa Mranggen, Kec. Polokarto, Sukoharjo, bergerak dalam produksi makanan olahan tahu. Dalam melakukan produksi, perusahaan menggunakan material berupa tahu, tepung mokat, tepung maizena, dan bumbu-bumbu perasa yang terbuat dari bawang putih, soda kue, dan penyedap. Untuk bahan baku berupa tahu dan bumbu perasa, perusahaan membeli dari produsen/penjual lokal sekitar.

Judul pada laporan SR perusahaan adalah "*Sustainable Healthy Snack*" atau "Camilan Sehat Berkelanjutan". Tema ini sejalan dengan prinsip pelaku usaha untuk menerapkan dan memperhatikan kualitas bahan baku yang digunakan demi menjamin kualitas makanan yang diproduksi.

Dalam proses produksi demi mengurangi adanya limbah berlebih, perusahaan melakukan pengolahan sampah organik dari hasil proses produksi menjadi pupuk kompos. Selain itu, perusahaan juga melakukan pelatihan serta pemantauan kepada karyawan terhadap pengelolaan sampah.

## 4. Mitra Sejahtera

Mitra Sejahtera beralamat di Jl. Dawu Kulon, Kec. Waru, Kab. Sukoharjo, bergerak pada penenunan kain lurik dengan bekerja sama dengan Koperasi Tunas Bangsa Mandiri (KTBM). Mitra Sejahtera berdiri sejak tahun 2019 dan telah bermitra dengan

kurang lebih 60 orang. Segmentasi pasar Mitra Sejahtera masih untuk domestik dan ke depannya menargetkan pasar internasional untuk pakaian tradisional pria dan wanita.

Judul pada laporan SR adalah “*Preserving the Fashion Heritage of Our Ancestors*” atau “Pelestarian Busana Warisan dari Leluhur Nenek Moyang”, karena kain lurik merupakan warisan budaya nenek moyang yang harus dilestarikan karena memiliki nilai sejarah, kearifan lokal, dan identitas bangsa. Warisan budaya seperti kain lurik dapat menjadi jembatan untuk memahami kehidupan masa lalu, nilai-nilai luhur nenek moyang, serta karakteristik bangsa Indonesia.

Perkembangan laporan SR dari para pelaku usaha yang dikunjungi mencapai di atas 85% dan diharapkan dapat mencapai target finalisasi laporan SR pada awal bulan Desember 2023.

### **Kunjungan dalam Rangka Program Pendampingan dan Fasilitasi Sertifikasi HACCP untuk TA 2024**

#### **Kunjungan Pelaku Usaha di Makassar, Sulawesi Selatan**

Dalam rangka program pendampingan dan fasilitasi Sertifikasi HACCP untuk TA 2024, telah dilaksanakan kunjungan ke pelaku usaha pada tanggal 5-7 Desember 2023 di Makassar, Sulawesi Selatan. Program ini dilaksanakan sebagai upaya peningkatan daya saing produk ekspor Indonesia. Kunjungan ke pelaku usaha bertujuan untuk melihat secara langsung kondisi tempat produksi, proses dan alur produksi, jenis produk, pemasaran dan informasi lainnya terkait proses sertifikasi HACCP.

##### **1. PT Utama Surya Mandiri Sejahtera Group**

Utama Surya Mandiri menghasilkan produk lada bubuk yang diberi merek “Latada”, serta menjual berbagai macam komoditas rempah. Pemasaran produk masih di wilayah Sulawesi dan Surabaya. Saat ini, perusahaan baru memiliki satu mesin pengolahan untuk lada *powder* dan proses produksinya masih skala kecil.

Rumah produksi statusnya masih sewa dengan beberapa perbaikan yang diperlukan untuk memenuhi kriteria HACCP, di antaranya lantai, pembuatan beberapa ruangan produksi untuk

bahan baku, serta gudang penyimpanan dan perbaikan alur produksi.

## **2. PT SagoOne**

Produk yang dihasilkan oleh SagoOne adalah tepung sago. Produksi dilaksanakan pada rumah produksi bersama dengan penjadwalan secara berkala per minggu di antara beberapa pelaku usaha (sagu, sambal, gula aren, dan lainnya). Penjualan saat ini masih di wilayah Sulawesi dengan kapasitas produksi 3 ton/bulan.

Terdapat beberapa hal yang perlu diperbaiki untuk memenuhi kriteria HACCP, di antaranya perlu pemisahan area produksi untuk masing-masing pelaku usaha dan penyesuaian alur produksi, perbaikan atap, terdapat *cold storage permanent* yang tidak difungsikan, serta kondisi gedung perlu banyak perbaikan.

## **3. PT Tropik Agriteknologi Indonesia**

Produk yang dihasilkan PT Tropik adalah kacang mede, dengan penjualan produknya sebesar 80% untuk pasar ekspor dan 20% untuk pasar lokal. Terdapat beberapa hal yang perlu diperbaiki untuk memenuhi kriteria HACCP, di antaranya: perlu perbaikan untuk lantai, ventilasi, dan dinding ruang oven; beberapa ruang untuk produksi walaupun dalam ruangan tertutup namun memungkinkan hewan burung masuk ke dalam; dan untuk ruang produk final terpisah dan tertutup, namun memerlukan perbaikan ruangan dan peralatan.

## **4. PT Golata Healthy Brand**

Produk yang dihasilkan Golata Healthy yaitu gula aren. Lokasi produksi masih baru dan belum melakukan produksi secara kontinyu walaupun pabrikan telah berada di dekat sentra atau *supply* bahan baku. Untuk memenuhi kriteria HACCP, masih diperlukan perbaikan untuk lantai, ventilasi, kaca, dan perbaikan alur produksi.

## **5. CV Surya Lestari**

Produk yang dihasilkan Surya Lestari adalah sirup “Markisa Cemerlang”. Produk perusahaan yang berupa sirup

diperuntukkan untuk pemasaran lokal, sedangkan yang berupa *pulp* untuk di ekspor ke Australia. Pabrik Surya Lestari masih memerlukan banyak perbaikan, di antaranya atap, lantai, penyesuaian alur produksi, serta penyiapan ruangan untuk bahan baku dan penyimpanan. Selain itu, terdapat aktivitas lain yang tidak terkait dengan produksi dilakukan di pabrikan bagian luar (taman belajar).

## **6. UD Naga Mas**

Produk yang dihasilkan Naga Mas adalah kecap dan saus dengan merek “Dua Jempol”. Pemasaran produk masih terbatas di wilayah Sulawesi. Pabrik Naga Mas masih memerlukan perbaikan alur dan penyiapan ruangan untuk bahan baku dan penyimpanan.

Berdasarkan hasil kunjungan, sarana produksi pelaku usaha di Sulawesi Selatan masih memerlukan banyak perbaikan untuk memenuhi standar HACCP. Oleh karena itu, diperlukan komitmen dari pelaku usaha apabila nantinya terpilih dalam program pendampingan dan sertifikasi HACCP 2024, mengingat perbaikan infrastruktur akan menjadi tanggung jawab pelaku usaha. Selain itu, diperlukan rekrutmen tenaga ahli di bidang pangan untuk mempermudah penyiapan dokumen HACCP, karena pelaku usaha belum memiliki karyawan dengan latar belakang pendidikan pangan.

## **Kunjungan Pelaku Usaha di Provinsi Bangka Belitung**

Kunjungan ke pelaku usaha makanan minuman olahan di Provinsi Bangka Belitung dilaksanakan pada tanggal 21-23 Desember 2023. Kegiatan bertujuan untuk melihat potensi dan *screening* awal perusahaan makanan dan minuman olahan untuk proses seleksi calon perusahaan dalam rangka program pendampingan dan fasilitasi HACCP 2024. Pelaku usaha yang dikunjungi antara lain Sheilla Getas, Getas Cap Tani, Keripik Cumi Nina, dan Sirup Jeruk Kunci Mirando.

### **1. Sheilla Getas**

Perusahaan berlokasi di Pangkal Pinang dengan rumah produksi yang terletak terpisah dari kantor meskipun masih dalam satu lokasi dan berdekatan. Produk yang dihasilkan adalah getas dari ikan tengiri dan kerupuk telur cumi. Kegiatan produksi yang

dilakukan masih terbatas atas permintaan toko oleh-oleh di wilayah Pangkal Pinang maupun cabang toko oleh-oleh bersama di Jakarta dan belum mendapatkan pemesanan untuk ekspor.

Dari hasil kunjungan diperoleh informasi bahwa Sheilla Getas merupakan salah satu perusahaan penerima fasilitas pengembangan produk kemasan. Berdasarkan hasil pengamatan di tempat produksi, penerapan prinsip HACCP sudah terlihat sebagian tempat, hal ini dikarenakan Sheilla Getas merupakan salah satu perusahaan yang telah menerima sertifikat GMP oleh Kementerian Kelautan dan Perikanan.

Berdasarkan pengamatan, masih diperlukan beberapa perbaikan sesuai standar HACCP yang berlaku, antara lain alur produksi yang jelas, gudang penyimpanan bahan baku yang baik, gudang penyimpanan produk jadi, dan peningkatan kerapian serta kebersihan rumah produksi.

## **2. Getas Cap Tani**

Getas Cap Tani merupakan salah satu binaan program pengembangan kemasan produk. Selain itu, Getas Cap tani juga merupakan penerima fasilitas program HACCP dari Kementerian Kelautan dan Perikanan, namun program HACCP ini merupakan hasil kerja sama sehingga hanya berlaku di beberapa negara saja.

Dari hasil pengamatan, rumah produksi terletak berdampingan dengan rumah tinggal dan saat kunjungan beberapa prinsip HACCP sudah diterapkan meskipun beberapa perlu diperbaiki, seperti alur produksi. Dalam hal pemasaran, selain untuk memenuhi permintaan dalam negeri, Getas Cap Tani juga sudah melakukan ekspor rutin ke Singapura sebanyak 6 ton dalam satu tahun untuk disebar ke 42 toko yang menggunakan merek dagang dari *buyer*.

## **3. Keripik Cumi Nina**

Merupakan produsen *snack* berbahan baku cumi dengan kapasitas produksi rata-rata 70 kg/hari dan dapat ditingkatkan apabila ada permintaan. Keripik Cumi Nina tengah melakukan uji umur simpan produk karena diinformasikan bahwa *buyer* Australia tertarik untuk ekspor, namun terkendala pada produk

yang hanya bertahan selama tujuh bulan, sedangkan *buyer* meminta untuk umur simpan minimal satu tahun.

Keripik Cumi Nina juga merupakan penerima fasilitas program GMP dari KKP, sehingga tempat produksi sebagian sudah memenuhi standar prinsip HACCP, namun masih memerlukan banyak perubahan, antara lain: alur produksi, kerapihan dan kebersihan tempat produksi, serta gudang penyimpanan bahan baku dan produk jadi.

#### **4. Sirup Jeruk Kunci Mirando**

Jeruk kunci merupakan buah jeruk khas Bangka yang dikreasikan oleh pemilik perusahaan menjadi produk sirup dan minuman siap minum. Produk ini sementara dipasarkan di pusat oleh-oleh lokal dan *online* serta belum ada kesiapannya untuk merambah pasar ekspor karena beberapa faktor, antara lain: umur simpan produk, biaya pengiriman, dan kapasitas produksi.

Mirando juga merupakan hasil binaan program pengembangan kemasan. Dalam hal program HACCP, rumah produksi sudah terpisah dari rumah tinggal namun masih memerlukan banyak perbaikan, antara lain: perubahan letak kantor yang masih menjadi satu dengan rumah produksi, alur produksi, serta gudang penyimpanan bahan baku dan produk jadi.

Keempat perusahaan di atas berminat untuk mengikuti seleksi program HACCP, namun dari hasil pengamatan hanya Sheilla Getas dan Getas Cap Tani yang memiliki potensi mengikuti seleksi, hal ini dilihat dari kesiapan perusahaan, peluang ekspor, dan minimalnya perbaikan rumah produksi yang diperlukan.

#### **Partisipasi Indonesia pada Pameran International Coffee and Chocolate Exhibition (ICCE) 2023**

Indonesia berpartisipasi pada Pameran ICCE 2023 yang dilaksanakan di Riyadh, Arab Saudi pada tanggal 5-9 Desember 2023. Partisipasi ini merupakan sinergi antara Ditjen PEN dengan Atase Perdagangan (Atdag) Riyadh serta KBRI Riyadh dengan menampilkan paviliun Indonesia seluas 54 m<sup>2</sup>. Paviliun diisi oleh 10 pelaku usaha kopi terpilih yang terdiri dari delapan perusahaan dari sektor produk kopi dan dua perusahaan dari sektor produk coklat/kakao. Perusahaan dari sektor produk kopi, yaitu CV Java Halu, PT Iceh Agro Indonesia, PT Setia Kawan Abadi, PT Sari Alami, PT Imela Jaya Bersama, PT

Caldera Buana Prima, PT Graha Rejeki Indonesia, dan PT Milenial Project Indonesia. Perusahaan dari sektor produk cokelat, yaitu PT Gandum Mas Kencana dan PT Anugerah Chocolate.

Produk kopi dan cokelat asal Indonesia diperkenalkan melalui kegiatan *coffee serving* yang dilakukan secara bergantian dan disajikan melalui keterampilan barista asal Indonesia serta peserta paviliun Indonesia. Peserta juga melakukan pertemuan bisnis yang diatur secara mandiri dan didampingi oleh petugas penerjemah dari KBRI Riyadh.

Melengkapi rangkaian kegiatan ICCE 2023, dua orang peserta paviliun Indonesia yang dipilih oleh Asosiasi Kopi Arab Saudi, diundang untuk menjadi *guest speaker* produk kopi dengan tema: *The Challenges of the Coffee Industry Between Climate Change and Rising Costs* dan *Innovation in Brewing and Consumption*. Kegiatan ini dimanfaatkan dengan baik oleh kedua pembicara untuk mengangkat industri kopi Indonesia beserta keunggulan dan keotentikannya sekaligus menarik pengunjung ICCE 2023 berkunjung ke paviliun Indonesia. Adapun kedua pembicara yang ditampilkan, yaitu Rani Mayasari dari CV Java Halu dan Elkana dari PT Sari Alami.

Selama lima hari pelaksanaan pameran ICCE 2023, paviliun Indonesia cukup ramai dikunjungi dan telah mencatatkan transaksi sebesar USD 8,45 juta dan berpotensi akan bertambah dikarenakan sampai dengan akhir pameran, peserta paviliun Indonesia masih terus melakukan penjajakan dan pertemuan bisnis dengan *buyer* potensial.

Sebelum acara ICCE 2023, tim juga melakukan koordinasi dengan ITPC Jeddah terkait dengan kegiatan promosi yang dilakukan pada tahun 2023 dan rencana program promosi produk primer yang akan dilaksanakan di tahun 2024.

### **Kunjungan Perusahaan dalam Rangka Rebranding Trade Expo Indonesia ke-38**

### **Kunjungan Perusahaan dalam Rangka Rebranding TEI ke-38 di Cirebon**

Kunjungan perusahaan dilaksanakan pada tanggal 18-19 Desember 2023. Tujuan kunjungan adalah untuk melakukan *monitoring* dan evaluasi hasil partisipasi beberapa perusahaan pada TEI ke-38 tahun 2023, sekaligus melihat potensi perusahaan untuk ekspor dengan

melihat lokasi produksi dan kendala yang dihadapi. Perusahaan yang dikunjungi antara lain CV Aroma Sukses, CV Sentosa Trading, PT Mushroom Indonesia Sejahtera.

### 1. CV Aroma Sukses

Perusahaan yang beroperasi sejak 2017 ini berlokasi di Jl. Kedrunan 3, Cirebon dan merupakan produsen bawang merah goreng premium. Perusahaan menggunakan bawang merah pilihan dari daerah Cirebon, bawang putih kating, serta menggunakan minyak goreng kelapa. Produknya dapat ditemukan di pasar domestik, seperti di Hypermart, All Fresh, Rumah Buah, Hero pasar swalayan, Yogya Department Store, dan sebagainya.

Aroma Sukses baru pertama kali mengikuti TEI di tahun 2023, dan mencoba untuk mengikuti pameran dagang internasional setelah sebelumnya mengikuti program *Export Coaching Program (ECP)* dari PPEJP. Beberapa informasi yang diperoleh terkait hasil partisipasi pada TEI, kendala dan tantangan yang dihadapi perusahaan yaitu:

- a. Pada TEI 2023, *booth* CV Aroma Sukses berada di *hall* makanan dan minuman. Namun demikian, posisi *booth* agak kurang menguntungkan karena berada di pojok belakang. Walaupun demikian, perusahaan tetap mendapatkan kunjungan dari beberapa calon *buyer*.
- b. Perusahaan merasa puas terhadap pelaksanaan TEI karena UKM mendapatkan kesempatan untuk mengikuti ajang pameran yang berfokus untuk ekspor, mendapatkan masukan yang luar biasa dari para Perwadag saat mengikuti *business counseling* untuk masuk ke beberapa pasar dengan menyesuaikan permintaan konsumen dari negara tujuan ekspor.
- c. Perusahaan menilai kegiatan *business matching* di TEI sangat membantu untuk memperkenalkan produk dan mendapatkan potensi transaksi. Dalam kegiatan ini, perusahaan mendapatkan kesempatan untuk menemui calon *buyer* potensial dari Taiwan, Arab Saudi, Malaysia, Singapura, Filipina, Hongkong, dan Australia.

- d. Hasil dari partisipasi TEI, perusahaan telah berhasil melakukan ekspor ke Taiwan untuk produk bawang goreng setelah melalui beberapa proses negosiasi. Beberapa calon *buyer* dari Australia, Taiwan, dan Hongkong masih melakukan proses negosiasi dengan meminta produk lainnya seperti kacang goreng, emping, dan mie dengan spesifikasi yang ditentukan oleh *buyer*.
- e. Tantangan dan kendala yang dihadapi perusahaan terkait ekspor, antara lain: terbatasnya anggaran untuk melakukan promosi di luar negeri karena anggaran dialokasikan untuk pengembangan produk, informasi akses pasar ekspor masih terbatas, dan perusahaan masih membutuhkan dukungan dari Kemendag untuk pembuatan *Sustainability Report* (SR) dan mendapatkan sertifikasi HACCP.

## 2. CV Sentosa Trading

Sentosa Trading merupakan perusahaan dagang untuk produk makanan dan minuman yang berlokasi di Kecamatan Mundu, Cirebon. Perusahaan telah melakukan ekspor ke beberapa negara, seperti: Amerika Serikat, Korea Selatan, Taiwan, Australia, dan Arab Saudi. Produk perusahaan yang diekspor adalah ikan kering olahan, gula semut, gula aren, keripik, kolang kaling, dan sebagainya.

Awalnya perusahaan melakukan ekspor produk kolang kaling dan gula semut ke beberapa negara, seiring permintaan *buyer* untuk produk lainnya, maka perusahaan mengembangkan produk ke produk makanan dan minuman lainnya. Untuk sertifikasi, perusahaan sudah memiliki sertifikat HACCP yang diterbitkan oleh KKP.

Beberapa informasi yang diperoleh terkait hasil partisipasi pada TEI, kendala dan tantangan yang dihadapi perusahaan yaitu:

- a. Pada TEI 2023, perusahaan mendapatkan kunjungan dari beberapa calon *buyer* dari Amerika Serikat, Malaysia, dan Taiwan.

- b. Perusahaan mengharapkan mendapatkan *buyer* dari Mesir atau negara di Kawasan Afrika, karena sampai saat ini belum memperoleh calon mitra dari wilayah tersebut.
- c. Khususnya pasar Arab Saudi, perusahaan saat ini terkendala belum memiliki nomor registrasi SFDA untuk produk ikan kering, padahal *buyer* sering meminta produk tersebut karena permintaan yang cukup tinggi di pasar tersebut.
- d. Tantangan dan kendala yang dihadapi perusahaan terkait ekspor, antara lain: terbatasnya anggaran untuk melakukan promosi di luar negeri karena anggaran dialokasikan untuk proses produksi, serta perusahaan membutuhkan dukungan dari Kemendag untuk pembuatan SR dan informasi akses pasar ekspor khususnya pasar Afrika yang masih terbatas.

### 3. PT Mushroom Indonesia Sejahtera

Perusahaan yang beroperasi sejak tahun 2022 ini berlokasi di Desa Jatiseeng Kidul, Kec. Ciledug, Cirebon. Produk yang dihasilkan yaitu kopi, keripik jamur, dan bubuk jamur untuk bumbu penyedap. Sertifikasi yang dimiliki perusahaan adalah HACCP, HAKI, dan Halal. Perusahaan telah menyuplai produknya ke beberapa *coffee roastery*, *coffee shop*, dan pabrik kopi kemasan.

Beberapa informasi yang diperoleh terkait hasil partisipasi pada TEI, kendala dan tantangan yang dihadapi perusahaan yaitu:

- a. Selama TEI, mendapatkan kunjungan dari *buyer* berbagai negara, seperti: Amerika Serikat, Mesir, Jepang, Oman, dan Australia.
- b. Sesuai TEI, beberapa *buyer* telah melakukan pendekatan untuk pembelian produk seperti *buyer* Mesir dan Oman. Para *buyer* tersebut telah meminta sampel produk kopi dan bermaksud melakukan kunjungan untuk meninjau lokasi produksi dan masih dalam proses komunikasi.
- c. Perusahaan membutuhkan dukungan dari Kemendag untuk pembuatan SR dan informasi akses pasar ekspor karena informasi tersebut masih terbatas.

## Kunjungan Perusahaan dalam Rangka *Rebranding* TEI ke-38 di Provinsi Banten

Kegiatan kunjungan perusahaan dilaksanakan pada tanggal 19-21 Desember 2023. Perusahaan yang dikunjungi antara lain PT Followme Indonesia, PT Borden Eagle Indonesia, PT Fabindo Sejahtera, dan PT Mandala Prima Makmur.

### 1. PT Followme Indonesia

Followme Indonesia merupakan perusahaan produsen *liquid* beraroma wangi (seperti parfum dan *personal care*) dengan jenama Followme dan sudah tersertifikasi halal. Pasar ekspor yang telah berhasil dipenetrasi oleh perusahaan ini antara lain Fiji dan Papua New Guinea. Ke depannya, pasar ekspor lainnya yang ingin dibidik adalah Afrika dan Eropa Timur. Sedangkan untuk pasar domestik, perusahaan bekerja sama dengan sekitar 200 UKM dalam rangka pengembangan produk di bawah jenama lainnya.

Selama penyelenggaraan TEI ke-38, perusahaan berhasil mendapatkan *inquiry* dari *buyer* Libya, Inggris, dan Yaman. Langkah tindak lanjut yang sedang dilakukan hingga saat ini adalah pengiriman sampel produk di bawah jenama Followme, dengan penyesuaian wangi berdasarkan permintaan *buyer*.

Beberapa kendala dan masukan terkait penyelenggaraan TEI, yaitu:

- a. Untuk *loading* barang dikenakan biaya tambahan oleh EO, penyediaan *ID Card* dan kapasitas WiFi yang kurang mengakomodir kebutuhan eksibitor, serta terlalu banyak kegiatan seremonial yang mengurangi esensi dari pameran dan *business matching*.
- b. Alokasi waktu pelaksanaan *business matching* dinilai terlalu singkat, sehingga eksibitor dan calon *buyer* tidak dapat bernegosiasi hingga tuntas. Untuk tahun 2024, disarankan agar setiap *hall* menyediakan ruang *business matching* yang dilengkapi fasilitas meja dan kursi yang lebih memadai, dispenser, serta kopi/teh.

- c. *Online exhibition* kurang optimal di mana peserta kesulitan untuk dapat mengakses *website* TEI.
- d. Pengunjung TEI diutamakan dari kalangan *buyer* yang berfokus *B to B* daripada pengunjung domestik yang berbelanja ritel.

## 2. PT Borden Eagle Indonesia

Borden Eagle merupakan produsen produk kesehatan khususnya kategori *rubs* dan *balm* dengan jenama populer yaitu Cap Lang dan Balsem Geliga. Dari total kapasitas produksi, baru 10% yang telah diekspor dengan pasar tujuan ke Timur Tengah dan Afrika. Melalui keikutsertaan pada TEI 2023, perusahaan berhasil memperoleh kontak dagang dari *buyer* Yordania, India, dan Tanzania. Produk-produk yang diminati yaitu balsem, *inhaler*, dan minyak angin. Beberapa kendala dan masukan terkait penyelenggaraan TEI, antara lain:

- a. Pameran TEI dengan konsep multi produk dianggap kurang efektif dalam menarik minat *buyer* baru untuk datang dan lebih didominasi oleh *trader* serta asosiasi daripada distributor. Kebanyakan *buyer* juga cenderung tidak fokus dalam menggali informasi tentang produk tertentu secara lebih mendetail, karena tidak yakin produk apa yang dibutuhkan.
- b. Perusahaan mengusulkan agar TEI sebaiknya fokus pada satu sektor produk, sehingga *buyer* yang didatangkan juga fokus mencari produk tertentu. Opsi lain adalah TEI berkolaborasi dengan pameran yang sudah eksis, namun tetap mengedepankan konsep *B to B* dalam rangka mendorong peningkatan ekspor.
- c. Promosi penyelenggaraan TEI di luar negeri agar lebih diintensifkan.
- d. Pengaturan pelaksanaan *business matching* agar lebih dikoordinasikan dengan baik, sehingga pelaku usaha bisa bertemu langsung dengan calon *buyer* potensial dan bukan perwakilan KADIN ataupun asosiasi. Selain itu, *business matching* sebaiknya dikategorisasikan berdasarkan produk dan bukan berdasarkan per negara.

- e. Peserta pameran agar diberi akses untuk bisa memperoleh data pengunjung TEI (*buyer*) sebelum hari penyelenggaraan. Data tersebut akan berguna untuk menyampaikan *pre-invitation* oleh peserta kepada *buyer* yang ingin dibidik. Sebagai perbandingan, peserta pameran Arab Health diberikan akses data *visitor* dan *buyer* melalui *website*.

### 3. PT Fabindo Sejahtera

PT Fabindo Sejahtera merupakan perusahaan yang bergerak di sektor produk kecantikan dengan jenama Fanbo dan Rivera. Aktivitas ekspor yang selama ini dilakukan belum rutin dan hanya temporal sesuai permintaan *buyer*. Divisi yang khusus menangani pengembangan pasar ekspor juga baru dibentuk sejak dua tahun lalu. Pasar ekspor yang menjadi target utama adalah Malaysia dan Vietnam, di mana pada tahun 2024, Fabindo akan fokus pada pameran internasional di Vietnam.

Beberapa kendala dan masukan untuk penyelenggaraan TEI sebagai berikut:

- a. TEI 2023 relatif sepi pengunjung dan tidak ada *buyer* yang datang ke *booth* Fabindo.
- b. Penempatan antar zonasi tidak efisien dan membuat *buyer* bingung untuk mencari lokasi produk-produk yang dituju.
- c. Fabindo kesulitan mendapatkan data *visitor/buyer*, baik dari EO atau Kemendag. Dalam hal ini, sebaiknya peserta mendapatkan akses data *visitor* dan *buyer* melalui *website*.
- d. *Website* TEI (*online exhibition*) tidak *user friendly* dan seringkali *error* ketika diakses, baik di ICE maupun di luar lokasi pameran.
- e. Konsep penyelenggaraan TEI lebih fokus pada produk tertentu dan konsisten mengedepankan skema *B to B*.

### 4. PT Mandala Prima Makmur

Mandala Prima merupakan perusahaan yang bergerak di sektor produk kakao dan olahannya, yang telah berhasil mengekspor produknya ke sejumlah negara terutama di Kawasan Afrika dan Timur Tengah. Pada TEI 2023, perusahaan ini mendapatkan *inquiry* dari *buyer* Lithuania dan Yordania. Selain pameran TEI,

perusahaan juga aktif mengikuti misi dagang yang diselenggarakan Ditjen PEN. Terkait penyelenggaraan TEI, pimpinan perusahaan menilai pelaksanaannya sudah cukup baik dan efektif untuk menjaring *buyer* potensial yang baru.

### **Kunjungan Perusahaan dalam Rangka *Rebranding* TEI ke-38 di Bogor**

Kunjungan perusahaan dilaksanakan untuk mendapatkan masukan dan pendapat perusahaan secara langsung dari para pelaku usaha peserta TEI melalui *interview*. Perusahaan yang dikunjungi antara lain PT Tom Cococha Indonesia, PT Selaras Rasakoe, Tempe Azaki, Saraka Mandiri Semesta, Alam Scientia Asia, dan PT Inasentra Unisatya.

#### **1. PT Tom Cococha Indonesia**

Perusahaan merupakan eksportir briket yang berbahan baku arang batok kelapa dan telah mengikuti TEI secara mandiri sejak tahun 2019. Tom Cococha Indonesia telah mengeksport briket ke negara-negara Timur Tengah seperti Jordan, Libanon, Irak, dan Turkey; Eropa seperti Jerman; Korea, Jepang, dan Amerika Serikat. Produk berupa briket untuk shisha, barbeque, dan *heater*.

Pada kesempatan ini, perusahaan menyampaikan bahwa penting bagi Indonesia untuk mengikuti pameran World of Shisha di Uni Emirat Arab untuk menunjukkan eksistensi Indonesia dalam peranannya menjadi *supplier* utama produk briket shisha ke pasar dunia. Saat ini negara pesaing untuk ekspor briket adalah Brazil, namun kualitas Indonesia masih jauh lebih baik.

Masukan dari perusahaan terkait penyelenggaraan TEI 2023 yaitu agar peserta pameran sebaiknya perusahaan dari Indonesia saja agar produk Indonesia menjadi lebih banyak yang menjangkau pasar di luar negeri.

#### **2. PT Selaras Rasakoe**

Selaras Rasakoe merupakan perusahaan penghasil rempah dan bumbu masakan, namun belum pernah memasuki pasar ekspor karena terkendala negosiasi harga yang belum mencapai titik

temu. Rempah Indonesia dianggap terlalu mahal oleh para *buyers* dari luar negeri.

Perusahaan telah mengikuti TEI 2023 dan juga SIAL Interfood untuk memasarkan produknya. Pada TEI, perusahaan mendapat banyak permintaan sampel namun masih terkendala harga. Perusahaan menyampaikan bahwa TEI tahun 2023 dinilai lebih baik dalam pelaksanaannya namun *buyer* masih sangat jarang. Selain itu, pada TEI 2023 banyak informasi dari hulu ke hilir yang diperoleh dari TEI karena ada banyak *booth* pemerintah yang membantu mendapatkan informasi terkait ekspor.

### 3. Tempe Azaki

Tahun 2022, Tempe Azaki ekspor ke Jepang dengan kapasitas dua kontainer dan akan ekspor rutin sebanyak dua kontainer per bulan. Saat ini tengah negosiasi dengan *buyer* dari Taiwan dengan kapasitas lebih kecil. Tempe Azaki menyampaikan bahwa TEI tahun 2023 pengunjungnya lebih sepi dibandingkan tahun 2022 dan perwakilan perdagangan juga tahun ini tidak ada yang mengunjungi *booth*. Sebagai perbandingan, pada TEI tahun 2022, Tempe Azaki mendapat *order* dan pelepasan ekspor pada November hasil dari *follow up buyer* TEI di bulan Oktober 2022. Di tahun 2023, belum mendapat respon dari *buyer* yang telah di *follow up* sejak bulan Oktober 2023.

Tempe Azaki mengapresiasi pelaksanaan TEI bahwa perusahaan mendapat beberapa *buyers* potensial dari keikutsertaan pada TEI dan berharap agar TEI dapat ditingkatkan kualitas pelaksanaannya agar kendala-kendala yang dihadapi peserta seperti *nametag* dan *loading dock* dapat diminimalisir.

### 4. Saraka Mandiri Semesta

Saraka Mandiri adalah perusahaan yang membuat obat-obatan herbal dan produk untuk ibu dan anak-anak. Perusahaan mengikuti TEI pada tahun 2021, 2022, dan 2023. Saraka Mandiri menyampaikan bahwa TEI secara *online* kurang efektif. Dalam dua bulan pelaksanaan *online* hanya satu perusahaan yang berkunjung. Perbedaan waktu menjadi tantangan untuk *buyers* di luar negeri dengan di Indonesia. Selain itu, pembagian *booth* juga

sedikit membingungkan karena perusahaan merupakan produsen obat dan herbal namun disatukan dengan produk kosmetik. Dari keikutsertaan selama tahun 2021 dan 2022 perusahaan belum mendapatkan *buyer*.

## 5. Alam Scientia Asia

Alam Scientia Asia mengikuti TEI di tahun 2022 dan 2023. Perusahaan berpendapat bahwa TEI sangat bagus karena untuk UKM sangat perlu untuk memperkenalkan produknya. Perusahaan menilai TEI tahun 2023 lebih bagus dan lebih baik dalam persiapan karena perusahaan terinfo lebih awal sehingga dapat berkomunikasi lebih dahulu dibandingkan pelaksanaan tahun lalu. Tahun ini Alam Scientia mendapatkan *order* dari Australia.

Alam Scientia juga menyampaikan jika pelaksanaan TEI mengundang perusahaan dari negara lain, peluangnya justru lebih bagus karena *networking* lebih bagus terutama produk yang mempunyai *competitive advantage*. Masukan lain, jika bisa anak-anak muda mahasiswa diundang hadir ke TEI dan diminta untuk membuat laporan hasil pengamatan dengan harapan dapat merangsang jiwa *entrepreneurship*.

## 6. PT Inasentra Unisatya

Keikutsertaan perusahaan terakhir pada tahun 2022 dan telah berpartisipasi sejak 2019. Tahun 2023 tidak berpartisipasi karena perubahan model bisnis perusahaan. Partisipasi tahun 2019 sangat efektif untuk perusahaan karena bertemu tatap muka langsung dan telah ekspor tahun 2020 ke Brunei, Korea, dan Vietnam dengan *brand* sendiri pasca keikutsertaan pada tahun tersebut. Sedangkan keikutsertaan tahun 2022 kurang efektif dengan model bisnis perusahaan yang baru.

Menurut Inasentra untuk pameran TEI lebih baik jika spesifik pada sektor tertentu, sebagai contoh makanan minuman dan industri pendukungnya seperti kemasan dan *ingredients* karena selera *buyer* berbeda-beda. Selain itu, perusahaan berpendapat jika pameran dibuka untuk peserta dari luar negeri akan

berdampak positif kepada pelaku usaha lokal dalam pengembangan produk dan inovasi di dalam negeri.

## 1.2. Peningkatan Ekspor Produk Manufaktur

### **Focus Group Discussion Peningkatan Daya Saing dan Promosi Produk Alat Olahraga dan Alat Musik**

Kegiatan *Focus Group Discussion* (FGD) Produk Alat Olahraga dan Alat Musik dilaksanakan pada tanggal 1 Desember 2023 di Bandung, Jawa Barat. Kegiatan dilaksanakan dalam rangka identifikasi dan menggali jenis kebutuhan yang diharapkan dari Kemendag oleh pelaku usaha kedua sektor tersebut, yang menjadi ruang lingkup fasilitasi dan pembinaan Kemendag, antara lain program promosi, adaptasi produk, dan akses pasar.

FGD diselenggarakan secara *hybrid* dan dibuka oleh Direktur PEPM serta dihadiri *stakeholder* terkait yang mewakili K/L, yaitu Kemenperin, Asosiasi Aksesoris Peralatan Olahraga (dari kelompok *apparel* yakni produsen pakaian olahraga), Disperindag Provinsi Jawa Barat, dan para pelaku usaha sektor alat olah raga dan alat musik.

Terdapat beberapa catatan dan masukan yang disampaikan oleh pelaku usaha, antara lain:

1. Perwakilan Yamaha dan beberapa peserta lainnya menyampaikan perlunya mendapatkan fasilitasi promosi untuk produk alat musik ke negara tujuan ekspor.
2. Beberapa bahan baku seperti kayu untuk gitar dan bahan baku pakaian olahraga serta beberapa komponen sebagian besar masih tergantung pada impor.
3. Permintaan alat musik masih fluktuatif karena masih tergolong barang tersier atau hobi. Hal lain yang turut menurunkan pertumbuhan produsen nasional yaitu masuknya barang impor sejenis berkualitas rendah dengan harga murah.
4. Perlunya peningkatan kualitas standar produk alat olahraga dan musik sesuai standar internasional dan permintaan *buyer* agar mampu bersaing di pasar global.

5. Perwakilan perusahaan produsen tenis meja menyampaikan pentingnya memperbanyak penggunaan produk lokal dalam rangka meningkatkan *volume* permintaan domestik.
6. Maraknya kejuaraan baik tingkat nasional maupun internasional ataupun yang bersifat *entertainment* seharusnya menjadi ajang dalam mempromosikan penggunaan produk lokal, baik ajang sepak bola, badminton, dan *volley*, dengan menggunakan bola produksi dalam negeri.
7. Kecenderungan masyarakat yang ingin meningkatkan kualitas hidup dengan menjaga keseimbangan antara kebutuhan jasmani dan rohani, otak kanan dan otak kiri, yang salah satunya dapat dipenuhi dengan menikmati musik, dapat mendorong peluang perdagangan alat musik.

Tahun 2025, Direktorat PEPM berencana memfasilitasi pelaku usaha alat musik untuk berpromosi di ajang pameran alat musik terbesar di dunia, yakni *National Association of Music Merchants (NAMM) Show* di California, Amerika Serikat. Ditjen PEN nantinya akan berkolaborasi dengan Perwadag AS dan merangkul K/L terkait pembina industri alat musik, antara lain Kementerian Perindustrian serta Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif.

Sementara dalam mendorong promosi alat olahraga, Direktorat PEPM juga akan menjajaki kemungkinan ikut serta dalam salah satu pameran olahraga terbesar di dunia yakni *Sportech 2025* yang diselenggarakan di Tokyo, Jepang melalui kolaborasi dengan Perwadag, Kementerian Perindustrian, serta Kementerian Pemuda dan Olahraga.

### **Kegiatan Diseminasi Hasil Kerja Sama Pengembangan Ekspor Produk Manufaktur di Kebumen**

Ditjen PEN c.q. Direktorat PEPM bekerja sama dengan *Swiss Secretariat for Economic Affairs (SECO)* terkait kerja sama dalam promosi ekspor. Salah satu implementasi dan tindak lanjut kerja sama tersebut adalah program kerja sama bersama *Swiss Import Promotion Programme (SIPPO)* dengan melaksanakan promosi ekspor yakni berpartisipasi pada pameran *Interzum 2023* di Jerman.

Kegiatan promosi ekspor melalui pameran terdiri dari rangkaian *pre*, *during*, dan *postfair*. Kegiatan *post-fair* dilakukan dengan melakukan *follow up* dari perusahaan terhadap kontak bisnis yang didapatkan

selama pameran. Hasil dari pameran Interzum perlu dilakukan *follow up* guna melihat efektivitas, manfaat, maupun kendala yang dihadapi oleh pelaku usaha setelah pelaksanaan pameran tersebut.

Kegiatan *follow up* pameran Interzum ini mengikutsertakan pula tim dari SIPPO guna menyampaikan panduan dalam *follow up buyer* dan memberikan info terbaru terkait regulasi Uni Eropa untuk impor produk *technical wood* sebagai antisipasi permintaan *buyer*.

Kegiatan kunjungan *follow up* dilaksanakan pada tanggal 5 Desember 2023 ke PT Rama Gombang Sejahtera (RGS) yang berlokasi di Jln. Yos Sudarso 481 Gombang, Kabupaten Kebumen, Jawa Tengah. RGS merupakan satu dari enam perusahaan yang difasilitasi untuk mengikuti pameran Interzum 2023 di Jerman. Pada kunjungan ini, tim PEPM dan konsultan SIPPO diterima oleh Aris dan Patty selaku pemilik dari RGS. Setiap bulannya RGS rutin melakukan ekspor minimal 20 kontainer dengan kapasitas 36-40 kontainer, terutama ke negara di Kawasan Eropa. Sedangkan jumlah pekerja RGS saat ini berjumlah sekitar 500 orang. Produk yang diekspor berupa *plywood* dan *panels*.

Terdapat sekitar 20 *potential buyer* yang melakukan *follow up* ke RGS, namun hanya empat *buyers* yang telah melakukan pembelian, bahkan *repeat orders*. Hal ini dikarenakan *payment term* yang ditentukan di awal oleh RGS yakni 70% pembayaran di muka yang telah dilakukan oleh RGS baik untuk loyal *buyer* maupun potensial *buyer*. Negara tujuan ekspor hasil dari pameran Interzum yaitu Eropa dan Amerika Latin. Selain itu, karena produk yang dihasilkan oleh RGS adalah *custom products* maka terdapat keterbatasan kapasitas produksi untuk jumlah *buyer* baru yang diterima. Namun RGS berupaya dengan menyediakan tambahan lini untuk jenis produk dan tambahan jumlahnya.

Sertifikasi yang telah dimiliki RGS adalah SVLK, namun beberapa importir asal Eropa telah meminta RGS untuk memenuhi sertifikasi FSC. Hal ini sulit untuk dipenuhi karena terkendala bahan baku yang digunakan oleh RGS. RGS berharap supaya Kementerian Perdagangan dan SIPPO membantu terkait hal ini. Karena imbas dari perang antara Rusia dan Ukraina, Eropa memblokir produk dari Rusia, sehingga dapat menjadi peluang Indonesia untuk memenuhi

permintaan Eropa namun jangan sampai terbatas oleh masalah sertifikasi.

Selain permasalahan sertifikasi, kendala yang dihadapi RGS saat pameran Interzum 2023 adalah fasilitas yang terbatas, yaitu jumlah kursi dan gudang. Kedua fasilitas ini perlu diperhatikan oleh tim PEPM dan perwakilan perdagangan di Jerman karena mempengaruhi efektivitas pelaku usaha saat melakukan diskusi dengan *potential buyers*. Padahal informasi dari RSG dan SIPPO bahwa *booth* Indonesia lebih ramai dibandingkan *booth* negara lain.

RSG menyampaikan masukan untuk tim PEPM, yaitu agar lebih selektif dalam memilih pelaku usaha yang difasilitasi terkait keikutsertaan dalam suatu pameran. Hal ini penting karena mempengaruhi nama baik Indonesia secara keseluruhan. Selain kesiapan dalam ekspor, pelaku usaha juga harus totalitas dan mengikuti aturan yang telah ditetapkan. SIPPO juga menyampaikan bahwa lebih baik sedikit pelaku usaha yang mendapatkan fasilitasi namun merupakan pelaku usaha yang terbaik.

SIPPO juga menjelaskan terkait isu penerapan *European Union Deforestation Regulation* (EUDR) yang akan diberlakukan pada tahun 2024. RGS diharapkan untuk Bersiap menghadapi kemungkinan besar importir asal Eropa yang akan mempersyaratkan EUDR untuk ekspor tahun depan.

### **Kegiatan Pendampingan Pelaku Usaha Sertifikasi Produk Manufaktur**

Sebagai upaya meningkatkan kapasitas ekspor pelaku usaha produk manufaktur, salah satu langkah yang dapat dilakukan adalah mendorong pelaku usaha untuk dapat memenuhi persyaratan ekspor, salah satunya sertifikasi. Untuk produk kayu dan turunannya, terdapat beberapa sertifikasi yang menjadi syarat ekspor, baik yang bersifat wajib maupun berdasarkan permintaan dari *buyer*. Sistem Informasi Legalitas dan Kelestarian / V-Legal / SVLK adalah sertifikasi yang wajib dimiliki eksportir produk kayu dan turunannya. Selain SVLK, terdapat *buyer* dari beberapa negara tujuan ekspor yang mempersyaratkan sertifikasi lain seperti FSC, BSCI, ICS, dan SEDEX (SMETA) yang mencakup *social compliance* dan keberlanjutan sebagai dampak dari permintaan *end customer*.

Berdasarkan hal tersebut, kegiatan ini bertujuan untuk mengidentifikasi kebutuhan sertifikasi yang harus dipenuhi oleh eksportir produk kayu dan turunannya dalam memenuhi persyaratan ekspor ke negara tujuan. Pemenuhan syarat sertifikasi diharapkan dapat meningkatkan daya saing produk untuk peningkatan nilai ekspor Indonesia.

### **Pendampingan Pelaku Usaha di Yogyakarta tanggal 5-7 Desember 2023**

Pendampingan pelaku usaha di Yogyakarta dilakukan ke dua pelaku usaha, yaitu CV Pitoyo Indo Furniture dan CV Anugrah Acintya Gumilar (AAG).

#### **1. CV Pitoyo Indo Furniture**

Didirikan pada tahun 2015 dan *workshop* berlokasi di Bantul, DIY dengan sistem produksi sub kontrak pada beberapa *supplier* di Jawa Timur dan Jawa Tengah. Produk yang dihasilkan adalah *animal statue and decoration, indoor dan outdoor furniture, dan stationary*. Bahan baku yang digunakan adalah akar dan kayu jati, serta beberapa jenis kayu lainnya seperti mahoni dan suar. Produk yang sedang dikembangkan adalah *small storage* untuk kelengkapan hotel (tempat menyimpan *room amenities*) dengan target market Korea dan Jepang. Pameran luar negeri yang pernah diikuti adalah Atlanta Summer Market di Amerika (bagian dari program ASE 1).

Pasar ekspor CV Pitoyo Indo saat ini adalah Afrika (Mauritus) dan United Kingdom dengan saluran distribusi *retail dan wholesale*. Saat ini untuk masing-masing *buyer* tidak mensyaratkan sertifikasi selain FLEGT (SVLK). Namun demikian, dengan dinamika pasar yang ada dan isu berkelanjutan yang semakin disadari, CV Pitoyo Indo memahami kebutuhan sertifikasi keberlanjutan seperti FSC yang nantinya akan dipersyaratkan *buyer*, sehingga perusahaan mengharapkan bantuan pemerintah terkait sertifikasi FSC ini, mengingat biayanya yang sangat mahal.

#### **2. CV Anugrah Acintya Gumilar (AAG)**

Berlokasi di Bantul, DIY dan didirikan oleh Rita Gumilar pada tahun 2019. Produk yang dihasilkan adalah *artisan small furniture*

dan *home decoration* dengan material kayu suar, kayu mangga, serat alam dan *reclaimed teakwood*. Pasar tujuan ekspor CV AAG antara lain Amerika Serikat dan Eropa. Produk yang dihasilkan CV AAG merupakan produk *handmade* dengan *lead time* tiga bulan.

AAG hanya memiliki sertifikat SVLK dan pada tahun 2022 telah memenuhi audit *social compliance*. Menurutnya, sertifikasi SVLK cukup untuk memenuhi syarat ekspor ke negara tujuan dan apabila *buyer* meminta audit untuk *social compliance*, AAG akan mempertimbangkan terlebih dahulu dengan volume order yang diminta oleh *buyer*. Hal ini karena AAG lebih berfokus pada produk *handmade*, sehingga membidik *buyer* yang tidak memerlukan audit seperti pada perusahaan besar yang memproduksi *mass product*.

Audit *social compliance* merupakan persyaratan preferensi *buyer* yang sangat rigid dan hanya berlaku untuk *buyer* tertentu saja. Harga untuk sekali audit yaitu berkisar USD 800-1.000 dan hanya berlaku dalam periode waktu tertentu (paling singkat selama 6 bulan). Untuk itu, bagi AAG pemenuhan *social compliance* ini sangat berat dalam hal biaya, dan juga mengingat biaya yang perlu dikeluarkan untuk persiapannya saja sudah cukup besar, terlebih lagi apabila volume order yang diminta *buyer* tidak banyak.

### **Pendampingan Pelaku Usaha di Tangerang, Banten tanggal 8-9 Desember 2023**

Pendampingan pelaku usaha di Tangerang, Banten dilakukan ke dua pelaku usaha, yaitu Hanna Furniture dan CV Rainbow Trikarasa Mandiri.

#### **1. Hanna Furniture**

Berdiri pada tahun 2015 dan merupakan salah satu pelaku usaha peserta dari program kerja sama Kemendag dengan *stakeholder* lainnya, yaitu Aku Siap Ekspor (ASE) 1.0 yang memiliki *brand* dengan nama Mebelle, sudah terdaftar di HKI sejak tahun 2020. *Showroom* berlokasi di Tangerang Selatan, Banten dan *workshop* berlokasi di Jepara, Jawa Tengah.

Bahan baku yang digunakan Mebelle adalah kayu jati yang berasal dari Perhutani dengan produk yang dihasilkan adalah *furniture*

untuk *living room, residence, hotel, restoran, beserta aksesoris home decor* (vas bunga, tempat lilin, dan kotak tissue dari sisa-sisa kayu). Produk yang dihasilkan mengusung konsep *handmade* dan *ethnic* dengan material lokal serta mengedepankan pengelolaan nol limbah atau *environment and social sustainability*.

Mebelle telah mengikuti beberapa kegiatan promosi dagang di antaranya yaitu Good Design Indonesia, Indonesia International Furniture Expo (IFEX), dan Indonesia Contemporary Art & Design (ICAD), Brilianpreneur, Home Design & Interior Exhibition (HOMEDEC). Produk Mebelle telah diekspor ke negara China, Korea Selatan, Perancis, dan Afrika Selatan dengan pengiriman per tahun 2-3 kontainer. Owner Mebelle berminat untuk mengembangkan pasar ekspornya ke negara Timur Tengah yang dirasakan saat ini sedang berkembang pesat.

Mebelle belum memiliki sertifikasi VLK dan SVLK yang dimiliki adalah SVLK gabungan dan hal ini dirasakan masih efektif untuk memenuhi persyaratan ekspor. Ke depannya, Mebelle berharap bisa memiliki SVLK atas nama perusahaan sendiri dan juga mendapatkan fasilitasi sertifikasi lainnya dari pemerintah atau *stakeholder* terkait.

## **2. CV Rainbow Trikarsa Mandiri**

CV Rainbow merupakan salah satu pelaku usaha peserta program kerja sama Kemendag dengan CBI Belanda dan *stakeholder* lainnya yaitu *Local Business Export Coaching* (LBEC). Didirikan pada tahun 2007 dengan *brand* bernama Jan & Clift. Perusahaan Rainbow memproduksi *furniture* untuk kamar tidur, *living room, dining room* dengan material kayu solid (mahoni, mindi, jati, atau sesuai permintaan dengan standar kekeringan kayu yang cukup), dan kayu olahan (MDF, plywood). Bahan bakunya berasal dari wilayah Jepara dan spesifikasi yang menyesuaikan dengan permintaan *buyer*.

Produksi CV Rainbow adalah berdasarkan *project*, yang melayani permintaan khusus (desain, warna, material dan ukuran) dari *buyer* internasional maupun domestik dan disesuaikan dengan kapasitas serta kemampuan perusahaan. Dengan kapasitas

produksi sebanyak 5-6 kontainer per tahun, CV Rainbow telah memiliki *buyer* tetap dari Amerika Serikat.

CV Rainbow telah memiliki sertifikat VLK atas nama perusahaan, dan hal ini dirasakan efektif untuk memenuhi persyaratan ekspor. Perusahaan berharap ke depannya bisa mendapatkan fasilitas sertifikasi lainnya dari pemerintah atau stakeholder terkait sehingga dapat meningkatkan pasar ekspor. Perusahaan ingin mengembangkan pasar ekspornya ke negara Timur Tengah dan negara kawasan Eropa.

Saat ini CV Rainbow telah mengembangkan desain produk yang berkolaborasi dengan *interior designer* (tenaga ahli program DDS, Kemendag) dalam rangka untuk memenuhi tugas dari rangkaian program LBEC dan nantinya produk tersebut akan ditampilkan pada pameran IFEX 2024.

### **Pendampingan Pelaku Usaha di Sidoarjo, Jawa Timur tanggal 11-13 Desember 2023**

Pendampingan pelaku usaha di Sidoarjo, Jawa Timur dilakukan ke dua pelaku usaha, yaitu PT Surya Furniture Gemilang dan CV Padmabayu Ethnica.

#### **1. PT Surya Furniture Gemilang (SFG)**

SFG merupakan salah satu pelaku usaha dari peserta program ASE 2.0. Berdiri pada tahun 2006 dan memiliki *showroom* yang berlokasi di Surabaya, sedangkan *workshop*nya di Palu dengan luas tanah 3.500 m<sup>2</sup>. Alasan pemilihan lokasi *workshop* di Palu yaitu agar dekat dengan sumber bahan baku (*solid wood*). Kayu asal Sulawesi, seperti kayu palapi dan kayu kamper memiliki corak tersendiri dibandingkan kayu Kalimantan yang berwarna gelap.

SFG secara rutin melakukan ekspor sebanyak 1-2 kontainer per bulan ke negara Maldives dan Australia. Negara tujuan ekspor SFG lainnya yaitu Jepang dan India. Produk yang dihasilkan oleh SFG yaitu pintu, kusen, lis jendela, meja, kursi, dan berbagai *indoor furniture* lainnya. Namun SFG terkendala dengan terbatasnya kapasitas produksi sehingga berencana untuk memperluas *workshop* di Palu. Saat ini, SFG sedang mencari *supplier* tambahan

untuk pemasok material kayu jati. Selain itu, jumlah pekerja saat ini (20 orang) juga dirasakan kurang untuk peningkatan kapasitas produksi.

SFG baru memiliki SVLK terhitung pada bulan November 2023 secara mandiri, di mana sebelumnya SFG pernah difasilitasi oleh Kemenperin namun mengalami beberapa kendala. SVLK dirasakan efektif bagi perusahaan untuk memenuhi persyaratan ekspor. Terkait sertifikasi lainnya yang diminta adalah FSC (Forest Stewardship Council) khusus oleh *buyer* Eropa. Namun SFG selektif dalam memilih *buyer* karena beberapa sertifikasi seperti FSC, BSCI, dan PEPC masih bersifat *segmented* untuk negara-negara tertentu.

Terdapat masukan dari SFG terkait fasilitasi sertifikasi dari K/L terhadap pelaku usaha yakni agar pihak yang memfasilitasi sertifikasi tersebut dapat lebih ketat pada tahapan seleksi perusahaan. Hal ini dikarenakan beberapa pelaku usaha yang sudah mendapatkan fasilitasi sertifikasi pada akhirnya tidak dapat digunakan karena tidak melakukan ekspor secara rutin.

## 2. CV Padmabayu Ethnica

CV Padmabayu Ethnica merupakan salah satu pelaku usaha dari peserta program kerja sama ASE 1.0. *Showroom* Padmabayu terletak di Sidoarjo, sedangkan *workshop*nya berlokasi di Kediri dan Malang. Padmabayu berencana untuk menambah lokasi *workshop* lebih mumpuni di Kulon Progo khusus untuk produk anyaman, serta *showroom furniture* di Gunung Kidul, Yogyakarta.

Padmabayu berdiri pada tahun 2019 dan merupakan pengembangan usaha dari UD Primaduta yang berlokasi di Kediri. Namun saat ini kegiatan ekspor dikelola oleh Padmabayu, sedangkan Primaduta hanya fokus di produksi khusus *furniture*. Saat ini Padmabayu sedang mengembangkan variasi produk kayu dengan kombinasi anyaman alam dan *upcycled materials* untuk rencana bisnis tahun 2024.

Secara khusus, Padmabayu memberdayakan komunitas pengrajin anyaman dari dua desa di Kulonprogo, Yogyakarta, yakni satu desa spesialis di serat alam dan satu desa lainnya spesialis di

anyaman bambu. Bahan baku yang digunakan oleh Padmabayu adalah *solid wood* (kayu mindi, jati dan mahoni) untuk *workshop* di Kediri serta serat alam (eceng gondok, pelepah pisang, mending, agel, rotan, dan sigrass) untuk *workshop* di Kulon Progo. Khusus untuk produk kayu dan turunannya, perusahaan secara rutin ekspor sebanyak satu kontainer tiap bulannya ke Amerika Serikat untuk produk *furniture* dan *boat spare part* serta Belanda untuk *upcycle product*.

Padmabayu sudah memiliki sertifikat SVLK dan FLEGT untuk kebutuhan ekspor. Sertifikasi ini dirasakan efektif untuk memenuhi persyaratan ekspor. Calon *buyer* asal Eropa dan Chile juga sempat meminta sertifikasi FSC namun belum dapat dipenuhi oleh Padmabayu. Sama halnya dengan SFG, Padmabayu akan selektif dalam memilih *buyer* terkait permintaan pemenuhan sertifikasi khususnya dari *buyer* Eropa.

### **Kunjungan Perusahaan Dalam Rangka *Monitoring* dan Evaluasi Pelaksanaan Pameran Dagang Internasional 2023**

### **Kunjungan Perusahaan Dalam Rangka *Monitoring* dan Evaluasi Pelaksanaan Pameran Dagang Internasional 2023 di Bali**

Direktorat PEPM telah melaksanakan kunjungan perusahaan pada tanggal 7-9 Desember 2023, di Denpasar, Bali. Tujuan kunjungan untuk *monitoring* dan evaluasi hasil partisipasi peserta pameran *Global Sourcing Expo Australia 2023 (GSE)* di Melbourne pada tanggal 21-23 November 2023. GSE merupakan pameran B2B untuk *sourcing* produk *apparel*, tekstil, alas kaki, dan *gift* yang diselenggarakan oleh *International Expo Group Pty. Ltd*, Australia.

Kegiatan kunjungan perusahaan di Bali dilakukan ke dua pelaku usaha yaitu:

#### **1. Candra Collection**

Candra Collection merupakan produsen *footwear* asal Bali yang telah ekspor ke Australia selama 20 tahun. Perusahaan memiliki 10 karyawan tetap dengan kapasitas produksi 2.000 unit/bulan. Candra Collection memproduksi alas kaki wanita, alas kaki pria, tas dan dompet. Bahan baku utama yang digunakan bervariasi, di antaranya *polyester*, kulit, dan bahan penolong sebagai aksesoris. Pada pameran GSE 2023, Candra Collection dikunjungi sebanyak 20 *visitor*, tujuh di antaranya telah menyampaikan *inquiry*. Saat ini

sebanyak tiga perusahaan dalam proses negosiasi kontrak dengan potensi transaksi 500 - 2.000 unit aksesoris *fashion*. Beberapa perkembangan negosiasi kontrak yaitu:

- a. *Inquiry white label* berasal dari desainer asal Melbourne untuk produk alas kaki wanita.
- b. *Inquiry* sandal pria untuk musim panas dan jejaring ritel Paul's Jeany di Melbourne. Pihak *buyer* tersebut mengagendakan kunjungan ke Candra Collection pada bulan Januari 2024.
- c. *Inquiry* alas kaki dan aksesoris *fashion* dari jejaring ritel Mr. David Australia dengan rencana kunjungan ke Candra Collection pada bulan April 2024.

## 2. CV Aman Begja Adinata

CV Aman Begja Adinata dengan merek dagang Sheo Home Living, memiliki rumah produksi yang berlokasi di Cirebon, sementara kantor pemasaran beserta *show room* berada di Bali Sheo Home Living telah mengeksport ke lebih dari 30 negara di dunia. Pada partisipasinya dalam Global Sourcing Expo Australia 2023, Sheo Home Living mendapat respon yang cukup positif dari 15 visitor pada pameran GSE 2023. Saat ini Sheo Home Living tengah berkomunikasi dengan dua calon *buyers* dan sedang memasuki tahap *trial order*, yaitu:

- a. *Inquiry Folding Mat (folding mattress)* untuk anak berbahan polyester dari perusahaan penyedia mainan dan aksesoris anak asal Australia dengan merek dagang Pilanky. Sheo Home Living mendapatkan *trial order* sebanyak 1.000 pcs seharga AUD 90/pcs dengan total nilai transaksi sebesar AUD 90.000.
- b. *Inquiry* produk *Desiccant* (penyerap/kontrol kelembaban) dari perusahaan Olam Orchards Australia Pty Ltd (Olam Australia). Beberapa informasi terkait *inquiry* tersebut sebagai berikut:
  - 1) Olam Australia merupakan pemasok produk agrikultur (coklat, vanili, kopi) terbesar ketiga di dunia. Olam Australia membutuhkan produk *desiccant* untuk menjaga

kelembaban produk makanan selama proses pengiriman ke berbagai negara.

- 2) Sheo Home Living memiliki *sister company* Humitrap yang merupakan produsen sekaligus merek dagang *desiccant*.
- 3) Sebelum pelaksanaan GSE 2023, Sheo Home Living menjalin komunikasi dengan *buyer* potensial asal Australia. Momen pameran GSE 2023 dimanfaatkan oleh Sheo Home Living untuk melakukan presentasi dan pendekatan lebih lanjut kepada pihak Olam Australia.
- 4) Sheo Home Living mendapatkan *trial order* dari Olam Australia *trial* sebanyak 8 kontainer pada Desember 2023 dengan potensi sebesar 3.000 kontainer/tahun.

### **Kunjungan Perusahaan Dalam Rangka *Monitoring* dan Evaluasi Pelaksanaan Pameran Dagang Internasional 2023 di Yogyakarta**

Kunjungan perusahaan di Yogyakarta dilaksanakan pada tanggal 14-16 Desember 2023, pada pelaku usaha Rubycraft. Rubycraft merupakan produsen produk *home décor* dan *homewares*. Perusahaan saat ini memiliki 10 karyawan tetap dengan kapasitas produksi 35 ribu unit per tahun. Rubycraft dapat meningkatkan kapasitas produksi ekstra sebanyak 35 ribu unit pertahun jika permintaan meningkat dengan melibatkan lima badan usaha mitra kerja yang berlokasi di sekitar DIY. Rubycraft memproduksi *cutleries*, wadah pizza, *place mat*, *coaster*, *tumbler*, dan keranjang rotan. Bahan baku utama yaitu kayu jati dan rotan yang berasal dari Blora, Jawa Timur serta memanfaatkan jejaring Perhutani sementara bahan penolong seperti *cup* dalam *tumbler* berbahan *stainless steel* diimpor dari Tiongkok.

Pada pameran GSE 2023, Rubycraft dikunjungi sebanyak enam *visitor*, satu di antaranya telah menyampaikan *inquiry* berupa pengiriman sampel dan *trial order*. Beberapa perkembangan negosiasi kontrak yaitu:

- a. *Inquiry white label* berasal dari perusahaan Newington asal Sydney untuk produk *tumbler* dan wadah bumbu (garam).

b. Sampel diharapkan tiba di Sydney pada tanggal 24 Desember 2023.

Rubycraft mengapresiasi konsep desain *booth* pada *Global Sourcing Expo Australia 2023 (GSE)*. Namun Rubycraft menyampaikan agar identitas perusahaan (*fascia*) tetap dapat ditonjolkan pada *booth* agar calon *buyer* dapat dengan mudah mengingat nama perusahaan maupun *brand* perusahaan Indonesia. Melalui pameran GSE 2023, Rubycraft berhasil mendapatkan transaksi dengan nilai potensial mencapai AUD 15.000.

Rubycraft menyampaikan agar perusahaan dapat mengikuti satu pameran yang sama secara konsisten selama beberapa tahun. Beberapa rekomendasi pameran untuk produk *home décor*, antara lain Atlanta Market - Atlanta, Amerika, VIFA Expo - Vietnam, Japan DIY Homecenter Show, dan Tokyo Gift Show. Selain itu, agar pada pameran selanjutnya, persiapan dilakukan dengan waktu yang lebih panjang. Pada rangkaian kegiatan pameran juga dapat disiapkan agenda *market-oriented mission* dengan mengunjungi pasar dan toko-toko di negara pameran untuk mengetahui *update* perkembangan produk serupa.

Pada tahun 2024, Rubycraft akan berfokus pada pasar Jepang melalui rencana partisipasi pada pameran Japan DIY Home Center Show dan Tokyo Gift Show. Saat ini Rubycraft sedang penajajakan dengan perusahaan *retailer* asal Jepang yaitu Three COINS.

### **Kunjungan Perusahaan Dalam Rangka *Monitoring* dan Evaluasi Pelaksanaan Pameran Dagang Internasional 2023 di Jawa Timur**

Dit. PEPM telah melaksanakan kunjungan perusahaan ke Jawa Timur dilaksanakan pada tanggal 21 Desember 2023. Kunjungan bertujuan untuk *monitoring* dan evaluasi hasil partisipasi peserta pameran *China International Import Expo (CIIE) di Shanghai, Tiongkok*. Kegiatan kunjungan perusahaan pada dua pelaku usaha, yaitu:

#### **1. PT Tri Jaya Tangguh (TJT)**

Perusahaan TJT berdiri pada tahun 2006 dengan modal kerja Rp 75 miliar, memproduksi *desiccated coconut, coconut cream*, dan *coconut water*. Lokasi pabriknya berada di Gorontalo, Sulawesi

Utara, sedangkan untuk lokasi kantor *marketing* dan *finance* berada di Pondok Dharmahusada I No. 211, Mulyorejo, Kec. Mulyorejo, Surabaya, Jawa Timur.

Perusahaan TJT memiliki *brand coconut water* dengan nama YAMACOCO dan *brand coconut cream* dengan nama ACC. Pabriknya yang berada di Gorontalo memiliki program CSR dengan pemerintah setempat, di mana TJT memberdayakan dan bekerja sama dengan petani kelapa di Gorontalo. Beberapa sertifikasi yang telah dimiliki di antaranya FSSC, HACCP, Koster, Halal, dan GACC.

TJT merupakan *supplier* untuk produk kelapa parut kering dan air kelapa untuk perusahaan besar di Indonesia seperti produk Mayora, Wings Group, dan Indomaret. Perusahaan telah memiliki rekanan di negara Tiongkok untuk perluasan akses pasar. Produk juga telah di ekspor ke Inggris, Ukraina, Rusia, Amerika Serikat, dan Belanda.

Hasil evaluasi dari partisipasi pelaku usaha pada pameran CIIE 2023 adalah:

- a. Jumlah *visitor* yang berkunjung ke *booth* perusahaan yaitu sebanyak 20-30 orang yang berasal dari negara Tiongkok, Indonesia, Hong Kong, Rusia, Taiwan, dan Macau.
- b. Perusahaan mendapatkan *inquiry* dari perusahaan Grand Ocean Tiongkok, Xiamen Jaking, Sinermus Tiongkok, Pan Pan Tiongkok, Xili Food, dan 7 Eleven Tiongkok dengan *dessicated coconut* milik TJT, namun harga yang ditawarkan *buyer* terlalu rendah hingga 40-50% dari harga lokal.
- c. Perusahaan berhasil deal dengan *buyer* asal Xiamen dengan pengiriman produk *dessicated coconut* sebanyak 2 kontainer (50 ton) senilai USD 65.000.
- d. TJT memperoleh informasi tentang pameran dari GAPMMI. TJT menilai proses rekrutmen, seleksi, dan kurasi sudah baik. Persiapan dan keberangkatan untuk pameran berjalan dengan baik dan lancar.

- e. Fasilitasi *booth* dari Kemendag sangat membantu karena *buyer* lebih percaya dengan legalitas perusahaan.

Saran atau masukan lainnya yaitu masih terdapat kesulitan *buyer* yang ingin berkunjung ke area pameran karena penerapan regulasi dari Biro CIIE. Perusahaan berharap dapat diikutsertakan pada kegiatan pameran dagang di negara manapun yang potensial untuk dijajaki sesuai dengan diversifikasi produk.

Beberapa isu yang menjadi perhatian perusahaan, di antaranya yaitu:

- a. Indonesia belum memiliki FTA dengan Tiongkok sehingga tidak bebas pajak dan hal ini menyebabkan produk *dessicated coconut*. Indonesia kurang bersaing dibanding produk sejenis dari negara ASEAN.
- b. Biaya pengiriman dari Indonesia cenderung lebih mahal. Selain itu, karena tidak bisa melakukan ekspor ke Gorontalo, maka TJT perlu mengirimkan produk ke Surabaya terlebih dahulu baru dilanjutkan ekspor ke negara lain.
- c. Masalah geopolitik perang Ukraina-Rusia serta Israel-Palestina berdampak signifikan pada penurunan omzet sebanyak 40%.

## 2. PT Eferindo Jaya Indonesia (Eferindo)

Eferindo berdiri pada tahun 2015 dengan modal kerja sebesar Rp 1 miliar, memproduksi kopi (Arabika, Robusta, Luwak dari Sumatera, Jawa, Bali, Papua, dan Toraja). Kantor dan pabriknya berlokasi di Komplek Pergudangan Platinum East Road C3 Banjarsari Lingkar Timur, Sidoarjo. Perusahaan ini memiliki beberapa *brand* di antaranya Artcofie, Esvenco, Clean Cup, dan Rayzen. Sertifikasi yang telah dimiliki di antaranya Sertifikasi Halal, BPOM, dan GACC.

Hasil evaluasi partisipasi pelaku usaha pada pameran CIIE 2023 adalah:

- a. Jumlah *visitor* yang berkunjung ke *booth* Eferindo sebanyak 200-300 orang dan sebagian besar dari Tiongkok.

- b. Perusahaan mendapatkan *inquiry* dari perusahaan Tiongkok dan sekitarnya.
- c. Erefindo berhasil mendapatkan transaksi sebesar USD 20.000 dengan volume sebanyak ½ kontainer ke Tiongkok.
- d. Perusahaan memperoleh informasi tentang pameran (rekrutmen dan kurasi) dari ITPC Shanghai melalui distributor Erefindo yang berada di Tiongkok.
- e. Proses seleksi, kurasi dan koordinasi selama pameran berlangsung dirasakan cukup baik.
- f. Proses pengurusan dokumen serta persiapan keberangkatan sudah cukup baik dan berjalan dengan lancar.
- g. *Booth* perusahaan dirasakan kurang luas untuk setiap perusahaan, sehingga harapannya ke depan, luas area *booth* bisa lebih ditingkatkan lagi.
- h. Tulisan ke depan banner di paviliun agar dilengkapi dengan tulisan bahasa Mandarin/bahasa setempat dan lebih menampilkan identitas Indonesia.

**Koordinasi Dalam Rangka  
Monitoring Pameran Produk  
ILMATE**

Dalam rangka *monitoring* produk ILMATE, Dit. PEPM melakukan kunjungan ke beberapa perusahaan peserta pameran produk ILMATE. Kunjungan bertujuan untuk *monitoring* hasil pelaksanaan pameran ILMATE sekaligus pemetaan produk industri ILMATE sehubungan dengan ketersediaan bahan baku, serta potensi dan hambatan yang dihadapi dalam kegiatan ekspor.

**Kunjungan ke Perusahaan Peserta ILMATE di Surabaya Jawa Timur**

*Monitoring* hasil pelaksanaan pameran ILMATE di Surabaya dilaksanakan pada tanggal 7-9 Desember 2023 pada dua pelaku usaha, yaitu Platinum Ceramics Industry dan PT Khazanah Indonesia Jaya.

**1. Platinum Ceramics Industry**

Platinum Ceramics Industry berlokasi di Jl. Panglima Sudirman No. 23-25 Surabaya. Kategori produknya di bidang *interior design* dan *finishing*. *Ceramic tile* dan *porcelain tile* merupakan produk

utama yang dihasilkan. Negara tujuan ekspor perusahaan meliputi negara Malaysia, Filipina, Thailand, Myanmar, Timor Leste, Korea Selatan, Jepang, UAE, Yaman, dan Australia. Memiliki karyawan dengan jumlah ± 1.000.

Platinum Ceramics Industry sudah lebih dari 50 tahun berpengalaman di industri keramik dan memiliki empat fasilitas produksi modern dengan kapasitas produksi lebih dari 70 juta *square* meter. Jaringan distribusi dan marketing secara lokal dan internasional.

Beberapa isu yang menjadi perhatian perusahaan, yaitu:

- a. Penentuan *freight cost* (batas atas dan bawah) pengiriman agar bisa disamakan/seragam di kota besar yang merupakan basis industri dan perdagangan.
- b. Terkait impor, China menerapkan kebijakan *tax refund* 16-17% sedangkan untuk impor barang dari Indonesia terkena *safeguard* di tahun 2023 sebesar 15% dan 13% untuk tahun 2024. Hal ini mempengaruhi kebijakan ekspor produk potensial ke China.
- c. Terdapat permasalahan mengenai gas untuk produksi.
- d. Memiliki banyak lahan di luar Jawa namun belum ekspansi karena harga gas belum merata di daerah.

## 2. PT Khazanah Indonesia Jaya

PT Khazanah Indonesia Jaya berlokasi di Jl. Ketintang PTT IV No. 20 Kec. Gayungan, Surabaya, Jawa Timur. Memiliki pabrik di wilayah Mojokerto untuk produk *furniture* dan wilayah Tulung Agung untuk produk *flooring* dan *stone*. Produk yang dihasilkan yaitu *cladding/mosaic* terbuat dari batu, kayu atau bambu, keramik lantai berbahan kayu, *parquet*, *marble*, *terrazzo*, bambu, sink, aksesoris kamar mandi, kursi bambu, dan *furniture* lainnya. Produk unggulannya adalah *stone tech* dengan motif batu alam terazo. Pameran dalam negeri yang pernah diikuti yaitu TEI 38<sup>th</sup> Tahun 2023, sedangkan pameran luar negeri yang diikuti yaitu Saudi Build 2023 di Riyadh.

PT Khazanah Indonesia Jaya memberikan masukan terkait pameran Saudi Build 2023 yaitu koordinasi dengan para pemangku kepentingan seperti Atase, ITPC, Kemendag, dan perusahaan peserta agar bisa diselenggarakan dengan waktu persiapan yang lebih baik dan matang. Saran untuk pameran potensial 2024 yaitu Pameran *Big 5 Construct Dubai 2024*, di mana pasar Dubai dan Timur Tengah merupakan pangsa pasar potensial saat ini.

### **Kunjungan ke Perusahaan Peserta ILMATE di Provinsi DIY. Yogyakarta**

Kunjungan ke perusahaan ILMATE di wilayah Yogyakarta dilaksanakan pada tanggal 11-13 Desember 2023. Kunjungan dilakukan pada dua pelaku usaha, yaitu:

#### **1. CV Kirana Mas Homes**

CV Kirana Mas Homes merupakan perusahaan PMDN yang memproduksi produk berupa *wall cladding, furniture*, dan produk *decorative* dari kayu dan bambu. Perusahaan memiliki tiga pabrik di wilayah Yogyakarta dengan tenaga kerja tetap berjumlah 80 orang. Ketika *demand* terhadap produk tinggi, beberapa lini produksi (kecuali *Office, QC*, dan *packaging*) dibantu oleh tenaga kerja harian. Produk yang dijual perusahaan *made by order*. Kapasitas produksi besar, namun terdapat waktu tunggu maksimal tiga bulan untuk memastikan kadar air produk kayu sesuai dengan persyaratan dan meminimalisir resiko berjamur selama pengiriman. Perusahaan pernah mendapatkan fasilitasi ekspor CBI dan sudah pernah ekspor ke beberapa negara di Eropa dan Amerika. Perusahaan juga secara rutin mengikuti pameran Ambiente di Jerman.

*Feedback* CV Kirana Mas Homes pada pelaksanaan Saudi Build:

- a. Fasilitasi dari Ditjen PEN dan Perwadag sangat baik mulai dari persiapan hingga pelaksanaan pameran.
- b. Produk *wall cladding* perusahaan sangat diminati oleh pengunjung selama pameran karena produk dibuat dari kayu asli dan *handmade*.

- c. Perusahaan sudah melakukan *follow up* pasca pelaksanaan pameran dan respon yang didapatkan perusahaan sangat baik. Kontak bisnis masih terus berlanjut.
- d. Saat melakukan kontak bisnis terdapat tantangan sebab kebanyakan *potential buyer* dari Arab Saudi tidak menggunakan bahasa Inggris.

Perusahaan berharap dapat dihubungkan dengan ITPC Dubai terkait *display* sampel produk di *trade display* ITPC Dubai. Selain itu, perusahaan berharap dapat diikutsertakan dalam kegiatan promosi Ditjen PEN lainnya terutama di wilayah Timur Tengah.

## 2. PT Infinity Global Export

PT Infinity Global Export merupakan perusahaan PMDN yang berdiri pada tahun 2019 dan bergerak di bidang ekspor *furniture* dari kayu sekaligus penyedia jasa desain interior. Perusahaan memiliki dua lokasi pabrik di Yogyakarta dan Solo. Lokasi *warehouse* dan *showroom* perusahaan berada di Yogyakarta. Produk *furniture* perusahaan menggunakan merek “Kalika Furniture” dan memiliki jangkauan desain beragam mulai dari *simple*, modern, hingga mewah. Perusahaan saat ini sedang menjajaki perluasan pasar ke beberapa negara ASEAN seperti ke negara Vietnam serta ke wilayah Amerika Serikat.

*Feedback* PT Infinity Global Export pada pelaksanaan Saudi Build:

- a. Selama pelaksanaan pameran, produk perusahaan yang sangat diminati *buyer* adalah produk interior rumah serta *flooring*.
- b. Perusahaan sudah melakukan *follow up* pasca pelaksanaan pameran dan masih melanjutkan kontak dengan *potential buyer*.
- c. Perusahaan berharap ke depannya dapat diikutsertakan dalam kegiatan promosi Ditjen PEN lainnya.

### **Partisipasi Indonesia pada Pameran 35<sup>th</sup> Taipei Building Show 2023**

Dalam rangka terus mempromosikan dan mendorong peningkatan ekspor produk *building material* Indonesia ke pasar Taiwan, Ditjen PEN bersama Kantor Dagang Ekonomi Indonesia (KDEI) Taipei berpartisipasi pada pameran Taipei Building Show yang

diselenggarakan pada tanggal 7-10 Desember 2023 di Taipei Nangang Exhibition Center, Taipei, Taiwan. Pameran Taipei Building Show 2023 merupakan pameran produk *building material* tahunan dan bertaraf internasional di wilayah Asia Timur yang diselenggarakan sejak tahun 1989. Pameran diikuti oleh 500 peserta dari berbagai negara dengan jumlah *visitor* lebih dari 60.000 pengunjung.

Pavilion Indonesia menempati lahan seluas 54 m<sup>2</sup> dan diisi oleh sembilan perusahaan yang menampilkan produk *building materials* seperti: *wood panel*, keramik, *artisan furniture*, *home décor*, *wooden dining ware*, *tea*, *cigar box*, *wine box*, dan rak kayu untuk botol *wine*. Selama empat hari pelaksanaan pameran, Paviliun Indonesia dikunjungi lebih dari 3.000 pengunjung dan berhasil mencatat potensi transaksi senilai **USD 5.218.500** atau sekitar **Rp 80,8 miliar**. Nilai transaksi ini diharapkan terus bertambah mengingat terdapat *inquiry* yang masih akan ditindaklanjuti oleh para peserta perusahaan Indonesia.

Dalam rangka mendorong terjadinya kontak dagang dan transaksi dagang antara perusahaan *building material* Indonesia dengan *buyer* Taiwan selama pameran berlangsung, Ditjen PEN bersama KDEI memfasilitasi pertemuan *buyer* Taiwan dengan para pelaku usaha Indonesia peserta *Taipei Building Show 2023* yang bertempat di KDEI Taipei. Diikuti oleh pelaku bisnis *building material* dari Indonesia dan Taiwan, antara lain: Association Tile Development Taiwan (ATDT), Miro Teak, dan Sun Power Ceramics; perusahaan *designer* Taiwan, serta INDEX yaitu perusahaan retail yang menjual produk Asia Tenggara terutama produk Indonesia terbesar di Taiwan, dihadiri perwakilan dari BRI Taipei yang siap memberi dukungan pembiayaan.

ATDT menyampaikan bahwa anggotanya mengalami hambatan perdagangan karena dituduh melakukan dumping keramik sehingga dikenakan tarif bea masuk sebesar 46%. Melalui perhitungan ulang oleh akuntan *independent* dan investigasi yang dilakukan oleh pihak Taiwan, tarif bea masuk yang semula dikenakan 46% turun menjadi 16%. ATDT berharap tarif sebesar 16% dapat diturunkan kembali karena produk keramik menjadi tidak dapat bersaing. Oleh

karenanya, ATDT memohon pemerintah Indonesia (c.q. Kementerian Perdagangan) dapat berkomunikasi dengan otoritas terkait di Taiwan terkait penurunan bea masuk keramik.

Pada kesempatan yang sama, Perwakilan Sun Ceramics menyampaikan bahwa sejak tahun 2010, telah melakukan investasi membangun pabrik senilai USD 2,5 juta dolar di Jawa Timur. Sun Ceramics meminta bantuan pemerintah Indonesia untuk menyikapi harga murah keramik asal Tiongkok di pasar Indonesia.

Para pengusaha *building material* Taiwan menyampaikan bahwa banyak dari mereka yang telah lama melakukan bisnis dengan Indonesia dan berharap dapat semakin banyak bermitra dengan pelaku usaha *building material* dari Indonesia dalam rangka diversifikasi produk.

**Seremoni Penyerahan  
Sertifikat Program Fasilitas  
Sertifikasi *Good  
Manufacturing Practice (GMP)*  
dan Halal Tahun 2023**

Dalam rangka mendorong produk kosmetik Indonesia berdaya saing ekspor serta mampu memenuhi standar atau persyaratan yang ditetapkan di negara tujuan ekspor, Direktorat PEPM memfasilitasi program sertifikasi GMP (ISO 22716) dan Halal. Penyelenggaraan fasilitas sertifikasi ini merupakan yang pertama kali dilaksanakan oleh Dit. PEPM dan tercatat sebanyak 221 partisipan terlibat dalam program sertifikasi GMP, sedangkan 179 partisipan terlibat dalam program sertifikasi halal. Adapun jumlah fasilitas yang diberikan adalah 5 fasilitas GMP untuk produk kosmetik dan minyak atsiri, serta 18 fasilitas halal untuk produk kosmetik dan bahan penyusun kosmetik.

Seremoni penyerahan sertifikat program fasilitas GMP (ISO 22716) dan halal dilaksanakan pada tanggal 12 Desember 2023 di Hotel Mercure Tangerang Center, Banten. Acara dihadiri oleh peserta yang mendapatkan fasilitas sertifikasi GMP dan halal dari Dit. PEPM di tahun 2023. Acara ini bertujuan untuk memberikan apresiasi kepada para pelaku usaha yang telah berkomitmen dan bekerja sama dengan baik sehingga program sertifikasi berjalan dengan lancar dan dapat diselesaikan sesuai dengan target waktu yang telah ditetapkan.

Acara diawali dengan *sharing knowledge* dari para narasumber yang hadir, sebagai berikut:

- 1. Karlina Bone selaku *Head of Division System Certification (General Manager)* PT TUV Nord Indonesia**, menyampaikan materi “*Certification and Business Portofolio for Export Competitiveness*”. Melalui paparannya, dijelaskan bahwa sertifikasi produk sangat diperlukan untuk meningkatkan daya saing produk di pasar tujuan ekspor. Jenis sertifikasi sangat beragam dan dapat disesuaikan dengan kebutuhan masing-masing pelaku usaha, misalnya untuk keamanan pangan maka sertifikat yang perlu dimiliki adalah ISO 22000, sedangkan untuk produk kosmetik maka sertifikat yang dibutuhkan adalah ISO 22716 yang memberikan pendekatan komprehensif dari segi kualitas sistem manajemen dan sertifikasi ini adalah jenis sertifikasi yang difasilitasi oleh Dit. PEPM.
- 2. Agus Suryanto selaku Kepala Unit Halal PT Sucofindo**, menyampaikan materi mengenai tantangan dan kendala dalam mempersiapkan dokumen dan pemenuhan tuntutan persyaratan teknis dalam sertifikasi halal. Dalam presentasinya, disampaikan bahwa tantangan dan kendala yang ditemui dalam melaksanakan program sertifikasi halal untuk produk kosmetik di antaranya adalah Nomor Induk Berusaha (NIB) dari perusahaan yang belum berbasis resiko, kurangnya *database supplier* halal, tingginya nilai *Minimum Order Quantity* (MOQ) pembelian bahan yang berdampak pada terbatasnya dokumen pendukung bahan yang digunakan, produk yang didaftarkan untuk mendapat sertifikat halal ada yang belum memiliki izin edar, fasilitas pencucian alat yang masih menyatu dengan rumah tangga, belum terpenuhinya fasilitas produksi yang sesuai dengan ketentuan CPKB serta terbatasnya pengetahuan terkait tertulis aktifitas kritis sesuai Sistem Jaminan Produk Halal.
- 3. Ganef Judawati selaku *Senior Advisor* Ditjen PEN**, menyampaikan materi “Sertifikasi Standar Kualifikasi Ekspor: Kebutuhan Mutlak Keberterimaan dan Kesuksesan Ekspor”. Pada paparan ini, dijabarkan bahwa sertifikasi GMP dan halal memiliki sifat yang berbeda di mana sertifikasi GMP bersifat sukarela karena pelaku usaha tidak memiliki kewajiban untuk memilikinya, akan tetapi dengan memiliki sertifikat ini maka daya saing produk akan semakin tinggi. Sedangkan sertifikat halal

bersifat *mandatory* sehingga wajib dimiliki oleh pelaku usaha karena terdapat program wajib halal produk kosmetik Indonesia tahun 2026 yang diselenggarakan oleh Pemerintah Indonesia. Peserta yang mengikuti program sertifikasi dari Dit. PEPM juga difasilitasi pada pameran Trade Expo Indonesia.

Dalam *sharing session* bersama peserta, tenaga ahli, auditor, serta narasumber yang berlangsung setelah paparan, didiskusikan beberapa poin sebagai berikut:

1. Peserta sangat mengapresiasi program sertifikasi GMP yang diberikan oleh Dit. PEPM. Melalui program ini, pelaku usaha menjadi paham bahwa memberikan jaminan keamanan produk merupakan suatu hal yang sangat penting dan dengan standar yang diberlakukan juga memudahkan perusahaan dalam menjalankan aktivitas produksi dan manajemen setiap hari.
2. Jaminan kehalalan juga memberikan nilai jual tersendiri bagi produk pelaku usaha dan menumbuhkan kepercayaan yang lebih tinggi terhadap produsen.
3. Untuk menghadapi kendala MOQ dalam pembelian bahan baku guna mendapatkan sertifikat halal, pelaku usaha disarankan untuk dapat melakukan kemitraan dengan perusahaan besar atau melakukan pembelian bersama dengan pelaku usaha lainnya.

Pada kesempatan ini disampaikan juga penghargaan atas komitmen serta kerja keras peserta dan seluruh pihak yang terlibat baik tenaga ahli maupun auditor program sertifikasi ini. Berkat kolaborasi yang baik dari berbagai pihak tersebut, sertifikat peserta dapat terbit dan diharapkan dapat menambah daya saing pelaku usaha di pasar global. Sebagai acara penutup, Dit. PEPM melakukan penyerahan sertifikat GMP dan halal secara simbolis kepada seluruh peserta yang hadir.

### **Monitoring dan Evaluasi Pameran Automechanika 2023**

Kegiatan *Monitoring* dan Evaluasi Pameran Automechanika 2023 dilaksanakan pada tanggal 16-20 Desember 2023 di Hanoi-Vietnam. Kunjungan tim DJPEN ke Vietnam adalah dalam rangka *monitoring* dan evaluasi Pameran Automechanika 2023 yang telah dilaksanakan pada tanggal 22-25 Juni 2023 di Saigon Exhibition & Convention Center (SECC) Ho Chi Minh City. Keikutsertaan Indonesia pada

pameran Automechanika tahun 2023 adalah merupakan wujud kolaborasi antara Ditjen PEN-Kemendag, Atase Perdagangan Hanoi serta pelaku usaha terkait produk otomotif Indonesia.

Vietnam merupakan salah satu pasar utama produk otomotif Indonesia. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik yang diolah Kemendag, pada tahun 2022 Vietnam merupakan tujuan ekspor otomotif Indonesia ke-2 di dunia dengan pangsa sebesar 12,16% setelah Filipina (pangsa 26,92%). Pada tahun 2022 nilai otomotif Indonesia ke Vietnam mencapai USD 1,2 miliar. Nilai ini mengalami peningkatan dari tahun sebelumnya sebesar USD 851 juta. Tren ekspor otomotif Indonesia ke Vietnam juga menunjukkan tren yang positif sebesar 14,94% pada periode 2018 hingga 2022.

### **Koordinasi dengan Atase Perdagangan di Hanoi, Vietnam**

Atdag Hanoi menyampaikan bahwa keikutsertaan Indonesia pada Automechanika HCM mendapatkan hasil yang baik sehingga Automechanika HCM 2024 merupakan salah satu pameran yang diusulkan untuk diikuti kembali.

Atdag Hanoi menyampaikan bahwa KBRI di Hanoi akan melaksanakan kegiatan "*Meet Indonesia*" pada tanggal 21-22 Maret 2024 di Provinsi Nan Chang, Vietnam Tengah dengan mendatangkan perusahaan Indonesia yang akan bertemu dengan para Gubernur sebanyak 15 provinsi. Sektor yang akan dipromosikan terdiri dari lima sektor, yaitu perikanan, pertanian, *high tech*, *sustainability*, dan digital ekonomi.

Kawasan selatan daerah Ho Chi Minh City masih mengembangkan produk pertanian untuk lebih ditingkatkan guna mendorong perekonomian, infrastruktur dan pariwisata pada wilayah Vietnam Tengah. Atdag Hanoi mengharapkan Dit. PEN (Dit. PEPM dan Dit. PEPP) dapat berperan serta melalui misi dagang (*business matching*) pada tahun 2024 ke Vietnam.

### **Kunjungan ke importir Vietnam Tan Lien Minh**

Tan Lien Minh merupakan importir produk Astra Otopart yang bertemu dengan Astra Otopart di tahun 2018 pada pameran Automechanika. Setelah Tan Lien Minh menandatangani kontrak pada tahun 2019 dan importasi pertama dilakukan pada tahun 2020.

Pada awal kerja sama importasi hanya satu kontainer setiap dua bulan. Dengan kualitas dan harga yang bersaing saat ini, Tan lien Minh telah melakukan importasi dengan volume satu kontainer per bulan. Tan Lien Minh saat ini sangat percaya dengan produk buatan Indonesia dan telah mengembangkan varietas produknya dengan mengimpor busi dari Indonesia dengan merek Champion.

### **Kunjungan ke PT Astra Vieston Vietnam dan Akebono Brake Vietnam Co., Ltd.**

Kedua perusahaan tersebut adalah anak perusahaan dari Astra Indonesia dengan membuka cabang untuk produk komponen otomotif dan kendaraan bermotor di Vietnam. Total mobil ke Vietnam sebesar 30% berasal dari Indonesia dengan peringkat ke-2, sehingga pemerintah Vietnam membuat kebijakan untuk kebutuhan kendaraan harus memiliki pabrik di dalam negeri. Prediksi perkembangan otomotif pada tahun depan akan adanya potensi kenaikan sebesar 150% terkait adanya kebijakan elektrifikasi oleh pemerintah Vietnam.

Vietnam merupakan salah satu negara di Asia Tenggara yang cukup agresif dalam mengembangkan kendaraan listrik, di mana sejak tahun 2017 telah memproduksi mobil nasional (mobnas) bertenaga Listrik VinFast. Saat ini VinFast sudah dipasarkan ke beberapa negara antara lain Rusia, Amerika Serikat, Kanada, Jerman, Perancis, dan Belanda. Indonesia dapat memanfaatkan peluang ini dengan menyuplai komponen kendaraan listrik (termasuk baterai) ke produsen VinFast.

### **Koordinasi Pelaksanaan Sertifikasi Halal dengan Pelaku Usaha Kosmetik dan Bahan penyusun Kosmetik**

Program fasilitasi sertifikasi halal yang dilaksanakan oleh Dit. PEPM tahun 2023 diberikan kepada 18 pelaku usaha kosmetik dan bahan penyusun kosmetik dengan lokasi yang tersebar di seluruh Indonesia. Pelaksanaan program ini merupakan salah satu bentuk dukungan terhadap program pemerintah dalam penahapan kewajiban sertifikasi halal produk kosmetik di tahun 2026. Koordinasi pelaksanaan program fasilitasi sertifikasi halal bertujuan untuk menggali informasi mengenai kesesuaian pelaksanaan program sertifikasi halal oleh Dit. PEPM dengan acuan atau standar

yang telah dibuat serta memeriksa keefektifan program oleh pelaku usaha.

Kegiatan koordinasi sertifikasi dilaksanakan pada tanggal 19 Desember 2023 pada dua pelaku usaha yang berdomisili di daerah Bandung, yaitu:

### **1. CV Asanka Wijaya**

CV Asanka Wijaya berdiri pada tahun 2017 dan memproduksi kosmetik jenis cat kuku (kuteks). Perusahaan mengembangkan cat kuku *peel off* dan *nail care* sejak tahun 2023 dan mendaftarkan produk-produk tersebut untuk mendapatkan sertifikasi halal. Perusahaan juga telah memiliki sertifikat Cara Pembuatan Kosmetik yang Baik (CPKB) golongan A yang mencakup seluruh bentuk sediaan. Audit halal di CV Asanka Wijaya telah dilaksanakan pada tanggal 5 Oktober 2023 dan saat ini sertifikat halal perusahaan juga telah diterbitkan oleh Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH).

### **2. Kun Anta Indonesia**

Kun Anta Indonesia merupakan perusahaan yang memproduksi kosmetik berbahan dasar natural dengan jenis produk sabun mandi cair, *shampoo*, dan krim pelembab kulit (*scalve*). Saat ini Perusahaan masih dalam proses pendaftaran CPKB golongan A ke BPOM dengan *progress* sudah mencapai 70%. Audit halal di Kun Anta Indonesia dilaksanakan pada 7 November 2023 dan hasil audit juga sudah disidangkan fatwa oleh MUI, sehingga saat ini Perusahaan sedang menunggu penerbitan sertifikat halal oleh BPJPH.

Beberapa poin yang menjadi pokok bahasan dalam diskusi bersama dengan tim Itjen dan Dit. PEPM, yaitu:

- a. Dari seluruh tahapan yang terdapat dalam program fasilitasi sertifikasi halal di Dit. PEPM, CV Asanka Wijaya dan Kun Anta Indonesia tidak mengikuti tahap webinar. Hal ini disebabkan karena kedua perusahaan mengikuti program halal ketika webinar sosialisasi program sertifikasi halal sudah dilaksanakan. Kedua Perusahaan tersebut merupakan pengganti dari peserta yang sebelumnya terpilih namun kemudian tidak dapat

dilanjutkan program fasilitasnya dengan beberapa pertimbangan. Meskipun tidak mengikuti webinar, perusahaan tetap mengikuti *workshop* dan bimbingan teknis yang dipandu oleh PT Sucofindo.

- b. *Minimum Order Quantity* (MOQ) merupakan salah satu kendala yang dihadapi perusahaan untuk mendapatkan bahan baku yang bersertifikat halal. Untuk itu, perusahaan mencari alternatif bahan baku pengganti yang telah bersertifikat halal melalui *supplier* yang terdaftar dalam *website* BPJPH. Dengan adanya pergantian bahan baku, maka pelaku usaha memerlukan penyesuaian dari bahan baku lama ke bahan baku baru.
- c. Pelaku usaha merasakan bahwa program sertifikasi halal dapat meningkatkan daya saing produk yang dimiliki karena dengan sertifikasi halal tersebut menambah kepercayaan konsumen kepada produsen yang secara tidak langsung berdampak pada peningkatan penjualan produk. Terlebih pelaksanaan program ini tidak memungut biaya apapun sehingga meringankan pelaku usaha.
- d. Pelaku usaha belum mendapatkan program yang dilaksanakan oleh Ditjen PEN secara menyeluruh sehingga belum dapat ikut serta memanfaatkan program Ditjen PEN sesuai dengan kebutuhannya.
- e. Jenis fasilitas/program yang dibutuhkan oleh pelaku usaha dari Ditjen PEN adalah program pendampingan ekspor yang tidak hanya bersifat keilmuan seperti *workshop* atau seminar. Pendampingan dilakukan mulai dari pengembangan produk sampai dengan tes pasar ekspor. Selain sertifikasi halal, pelaku usaha juga memerlukan sertifikasi lain yang disesuaikan dengan kebutuhan di pasar ekspor.

**Pendampingan Pelaku Usaha dengan Sertifikasi Penunjang Ekspor Produk Manufaktur**

Dalam rangka pendampingan pelaku usaha dengan sertifikasi penunjang ekspor untuk manufaktur di Batam, Kepulauan Riau, Direktorat PEPM telah melakukan kunjungan ke perusahaan rekomendasi dari Badan Pengusaha Batam (BP Batam). Kunjungan dilakukan pada tanggal 20 Desember 2023 dengan didampingi oleh Direktorat Perindustrian dan Perdagangan BP Batam ke dua

perusahaan elektronik yang bergerak pada proses pembuatan OEM manufaktur alat elektronik.

### 1. PT WIK Far East Batam

PT WIK merupakan perusahaan Penanaman Modal Asing (PMA) yang bergerak dalam bisnis OEM *Manufacturer* mesin kopi dan *hairdryer*. PT WIK berdiri sejak tahun 1950 dan mendirikan pabrik di Batam semenjak tahun 1990. Selain di Batam, PT WIK juga memiliki pabrik di negara Jerman, Macedonia, Hongkong, dan Shenzhen. PT WIK merupakan perusahaan OEM *Manufacturer* mesin kopi khusus untuk *brand-brand* Italia dan Nestle serta *hairdryer high-end* merek *Good Hair Day*.

PT WIK juga membuat CSR yang dikhususkan untuk Batam yaitu PT Free the Sea yang dimulai dari tahun 2019. Pada pembukaan pabrik baru di Batam, PT Free The Sea dibuka secara langsung oleh Menteri Perekonomian, Maritim, dan Investasi, Luhut Binsar Panjaitan pada Maret 2023. Bentuk CSR ini dilakukan dengan mengurai sampah plastik botol PET dan RABS menjadi plastik resin yang kemudian menjadi bahan baku plastik pada *parts* mesin kopi.

Sertifikasi yang dimiliki PT WIK adalah sertifikasi ISO 9001:2015, ISO 14001, 4 pilar (*Fair Trade, Health, Safety, dan Good Management*), sertifikasi SMETA, sertifikasi BCA Green Mark, sertifikasi U.S Green Building Council, dan untuk sertifikasi produk memiliki sertifikasi EUDR (sertifikat *recycle* untuk pasar Eropa), sertifikasi SCS (ketahanan produk) dan UL (sertifikasi ketahanan produk terhadap panas). Saat ini sertifikasi yang sedang dalam *progress* adalah sertifikasi C2C (*Cradle to Cradle*) yaitu sertifikasi yang memungkinkan proses barang daur ulang untuk diaplikasikan pada produk dengan kriteria tertentu melalui proses alami.

Sertifikasi yang dimiliki tersebut sangat menunjang kegiatan ekspor dan sangat penting untuk dimiliki apabila ingin mendapatkan *deal* dengan *buyer*. Saat ini, masyarakat internasional sudah memiliki kesadaran akan pentingnya menjaga lingkungan dan sosial, maka dengan adanya sertifikasi

yang menjamin proses bisnis yang ramah lingkungan dan adil secara sosial juga menjadi aspek yang penting.

## 2. PT Sat Nusapersada (Satnusa)

PT Satnusa merupakan perusahaan Indonesia yang didirikan pada tahun 1990 di Batam yang awalnya mendapatkan kontrak penuh untuk perusahaan Jepang, Kenwood. PT Satnusa memiliki 15 pabrik dan saat ini diresmikan menjadi Obyek Vital Nasional Batam, Kepulauan Riau dan masuk dalam Top 50 Perusahaan Forbes Indonesia. PT Satnusa merupakan perusahaan *full* ekspor dengan *OEM Manufacturer brand* ternama seperti Nokia, Xiaomi, Asus, Oppo, dan Redmi. Sertifikasi yang dimiliki adalah ISO 9001, ISO 14001, IATF 16949, ESD S20.20, TL 9000, dan ISO 45001. PT Satnusa sendiri merupakan salah satu penyumbang ekspor terbesar produk elektronik di Batam.

PT WIK dan PT Satnusa difasilitasi oleh Kementerian Perindustrian dan BP Batam pada pameran Hannover Messe 2023 di Hannover, Jerman. PT WIK membawa Free the Sea sebagai anak perusahaan di Hannover Messe 2023 dan menjadi pembicara dalam salah satu panel terkait dengan pemanfaatan *recycling plastic* sebagai inovasi masa depan plastik resin yang dapat diaplikasikan pada berbagai produk, mulai dari mesin kopi sampai furnitur. Sedangkan PT Satnusa menginformasikan Hannover Messe merupakan ajang yang baik dalam *showcasing* inovasi tetapi tidak cocok dengan PT Satnusa yang hanya fokus pada *OEM Manufacturer* produk. PT Satnusa menginginkan pameran B2B terutama pameran di China dan Taiwan, seperti pameran CIIE di China dan Computex di Taiwan.

### **Kegiatan Pendampingan Pelaku Usaha Penerima Manfaat Kerja Sama**

Sebagai upaya peningkatan nilai ekspor produk manufaktur, khususnya untuk produk kayu dan turunannya, salah satu langkah yang dapat dilakukan adalah mendorong pelaku usaha untuk dapat memenuhi persyaratan ekspor dan menyesuaikan produknya dengan selera konsumen negara tujuan ekspor. Oleh karena itu, perlu dilakukan koordinasi langsung dengan pelaku usaha di daerah guna mengetahui kondisi di lapangan serta tantangan yang dihadapi.

Terkait sertifikasi persyaratan ekspor, terdapat beberapa sertifikasi yang harus dimiliki oleh eksportir produk kayu dan turunannya untuk dapat melakukan ekspor ke negara tujuan. Sistem Verifikasi

Legalitas dan Kelestarian (SVLK) adalah sertifikasi yang wajib dimiliki sebagai persyaratan untuk ekspor kayu dan produk turunannya dari Indonesia. Selain SVLK, *buyer* dari beberapa negara tujuan ekspor juga mempersyaratkan sertifikasi lain seperti FSC, BSCI, ICS, dan SEDEX (SMETA) yang mencangkup *social compliance* dan keberlanjutan sebagai dampak dari permintaan *end-costumer*.

Kegiatan ini bertujuan untuk mengetahui kondisi pelaku usaha di lapangan sehingga program yang dilakukan oleh Dit. PEPM di tahun anggaran 2024 dapat menyesuaikan dengan kebutuhan pelaku usaha. Selain itu, kegiatan bertujuan pula untuk mengidentifikasi kebutuhan sertifikasi yang harus dipenuhi oleh eksportir produk kayu dan turunannya dalam memenuhi persyaratan ekspor ke negara tujuan. Pemenuhan persyaratan ekspor diharapkan dapat meningkatkan daya saing produk untuk peningkatan nilai ekspor Indonesia.

Kegiatan dilaksanakan pada tanggal 20-21 Desember 2023 dengan mengunjungi PT Pilar Bali Furniture dan CV Mario Antique yang keduanya berlokasi di Kecamatan Sukawati, Kabupaten Gianyar, Bali.

### **1. PT Pilar Bali Furniture (PBF)**

PBF didirikan pada tahun 2001 dan memiliki dua *workshop* yang berlokasi di Situbondo dan Gianyar. Jumlah pekerja PBF di Gianyar sebanyak 30 orang, sedangkan di Situbondo 40 - 50 orang. Material yang digunakan adalah kayu jati dan kayu trembesi yang berasal dari *recycled* kayu kapal. Saat ini tengah memproduksi lemari, tempat tidur, serta set meja dan kursi dengan desain produk yang disediakan dari *buyer*. Selain memenuhi permintaan ekspor, PBF juga memasok permintaan dalam negeri khususnya untuk *resort* di Kawasan Bali.

Secara rata-rata PBF melakukan ekspor sebanyak 3 - 4 kontainer tiap bulannya dengan negara tujuan ekspor yaitu Australia, Swiss, Italia, Jerman, Singapura, Malaysia, dan Amerika Serikat. Kegiatan produksi dan pengiriman dilakukan di Situbondo, namun untuk produk yang akan dikirim melalui Bali tetap akan dilakukan *quality control* dan pengemasan di Gianyar.

Saat ini PBF belum memiliki sertifikasi SVLK, sehingga untuk keperluan ekspor masih dipenuhi oleh *trader*. Belum tersedianya SVLK menjadi permasalahan yang dihadapi oleh PBF, guna mengatasinya maka PBF ikut serta untuk kurasi fasilitasi sertifikasi SVLK dari Kemenperin. Permasalahan lain yang dihadapi oleh PBF adalah keterlambatan pengiriman ke kargo. Namun hal ini dapat diatasi dengan penjadwalan yang lebih baik oleh tim produksi.

## 2. CV Mario Antique

CV Mario Antique didirikan pada tahun 1990. Jumlah pekerja yang dimiliki sebanyak 15 orang, dengan beberapa pengrajin yang khusus untuk menganyam. Pada tahun 2023, telah melakukan ekspor melalui *trader* menuju Brazil dan Guadalupe. Mario Antique merupakan perusahaan lama yang sempat jaya pada masanya, namun saat ini tengah mengalami kemunduran. Hal ini karena sempat terputusnya permintaan saat pandemi Covid serta produk yang tidak mengikuti tren pasar. Setelah penurunan kepemilikan menjadi anak dari pemilik lama, mulai dilakukan pembaruan produk yang dihasilkan sehingga lebih mengikuti tren pasar ekspor.

Ciri khas dari Mario Antique adalah penggunaan perpaduan material kayu jati, *thick bamboo*, dan rotan. Pemilik berencana untuk mendaftarkan HKI terkait perpaduan material ini karena dirasa masih sangat jarang pengrajin yang menggunakan teknik pengayamannya. Saat ini Mario Antique masih fokus untuk memenuhi pemesanan untuk villa dari dalam negeri di kawasan Bali.

Keterbatasan yang dimiliki Mario Antique adalah permodalan, sehingga dihadapi pula dengan keterbatasan kapasitas produksi. Selain itu, saat ini juga tidak memiliki sertifikasi SVLK sehingga saat melakukan ekspor masih melalui *trader*. Sejalan dengan PBF, Mario Antique juga sedang mengikuti kurasi fasilitasi SVLK oleh Kemenperin. Adanya *potential buyer* dari Yunani untuk produk rumah joglo dengan jumlah yang relatif besar mengakibatkan sangat dibutuhkannya sertifikasi SVLK untuk Mario Antique.

PT Pilar Bali Furniture maupun CV Mario Antique belum memiliki sertifikasi SVLK meskipun keduanya telah melakukan ekspor. Selama ini pemesanan dan pengiriman dilakukan melalui *trader* sehingga harga produk ditekan jauh dari harga sampai di *buyer*. Saat ini kedua perusahaan mengikuti kurasi untuk mendapatkan fasilitasi penyediaan sertifikasi SVLK dari Kemenperin.

### 1.3 Peningkatan Diversifikasi Ekspor Jasa dan Produk Kreatif

#### **Kunjungan Perusahaan Program Klinik Desain – LBEC 2023 di Medan**

Program Klinik Desain – LBEC 2023 merupakan fasilitas layanan konsultasi bebas biaya yang mengakomodir kebutuhan pelaku usaha untuk meningkatkan daya saing produk orientasi ekspor melalui desain sebagai nilai tambah. Untuk program Klinik Desain – LBEC, IDDC menggandeng mitra kerja sama program LBEC di tahun 2023 di dalam pengembangan produk *home décor* dan *small furniture* untuk empat perusahaan.

Terdapat tiga desainer yang terpilih untuk mendampingi empat perusahaan LBEC yang mengikuti program Klinik Desain – LBEC 2023. Tujuan dari kunjungan ini adalah berdiskusi antara desainer dan perusahaan terkait rencana awal pengembangan produk yang akan dihasilkan melalui kolaborasi desainer DDS dan pelaku usaha serta *review prototype* produk berdasarkan desain dari para desainer.

Kunjungan perusahaan dilaksanakan pada tanggal 30 November sampai 2 Desember 2023 di Medan, Sumatera Utara dengan peserta CV Haramas oleh Desainer Sugeng Untung dan merupakan tindak lanjut atas pertemuan *online* yang telah dilakukan oleh desainer dan pelaku usaha pada pertemuan sebelumnya. Haramas merupakan perusahaan *furniture* dan *home décor* untuk produknya ke berbagai negara di dunia seperti Belanda, New Zealand, dan Prancis.

Terdapat empat produk yang dikembangkan dalam program Klinik Desain – LBEC, yaitu kursi teras, *coffee table*, *basket* tangga, dan *hanging mirror*. Berikut hal-hal yang menjadi evaluasi desainer kepada perusahaan untuk produk *prototype*, antara lain:

1. Kursi teras: desain rujukan terasa biasa dan standar, belum ada konsistensi dengan *furniture* lainnya; rotan perkuatan pada bagian bawah kursi dan kursi tidak memungkinkan untuk

*stackable*; diameter rotan pada beberapa bagian kursi masih terasa kebesaran dan kekecilan.

2. *Basket* tangga: diameter rotan pada *prototype* masih terlalu besar berbanding dengan tinggi *furniture* dan akan digantikan dengan diameter rotan yang lebih kecil; dan anyaman desain terasa belum konsisten dengan *furniture* lainnya sehingga akan digantikan dengan rujian agar lebih konsisten.
3. *Coffee table*: ditambahkan *rottan support* pada bagian bawah ambalan *coffee table* dan untuk perkuatan rotan akan dibuatkan berbentuk “X” setengah lingkaran agar konsisten secara bentuk.
4. *Hanging mirror*: karakter rotan manau yang kokoh tidak ideal untuk produk *hanging mirror* dengan desain yang masif yang berfungsi sebagai elemen estetika sehingga desain akan disesuaikan kembali agar tepat secara fungsi dan tampilan *furniture* serta keserasian sebagai satu set.

Berdasarkan hasil kunjungan dan *review prototype* oleh desainer, semua item hampir sudah final dan akan berlanjut ke tahap *finishing*. Perbaikan secara minor akan dilakukan sampai dengan akhir bulan Desember 2023 dan diawal bulan Januari 2024 pelaku usaha akan melakukan dokumentasi produk dalam rangka pembuatan *marketing tools*.

### **Pendampingan Buyer dari Amerika Serikat di D.I. Yogyakarta**

Kegiatan pendampingan bertujuan untuk mempertemukan *buyer* Amerika Serikat dengan produsen produk topi dari anyaman bahan rafia. Kegiatan dilaksanakan di Provinsi D.I. Yogyakarta pada tanggal 6-9 Desember 2023. Kunjungan dilakukan kepada enam pelaku usaha, antara lain: Martini Natural, Jogjavanesia Craft Shop, Takara Living, Rafael Craft, Biansa Home, dan Knezhomedecor.

Berdasarkan informasi *buyer*, untuk pemesanan pertama akan dilakukan sebanyak 1.400 buah topi untuk pengiriman ke Amerika Serikat yang diharapkan dapat dikirim sebelum akhir Februari 2024. Terkait dengan hal tersebut, diketahui bahwa pertimbangan utama pemilihan pelaku usaha oleh *buyer* yaitu produk harus mengikuti standar ukuran serta kuantitas produk yang sudah ditentukan.

Dari hasil kunjungan dan diskusi dengan *buyer*, dapat disimpulkan sebagai berikut:

### **1. Marini Natural**

Marini Natural sudah memiliki pengalaman ekspor produk kerajinan ke Eropa dengan dibantu pihak ketiga dan dari sisi kapasitas produksi menyanggupi untuk produksi topi bahan rafia sebanyak 1.400 buah. Jaringan pekerja yang dimiliki Marini Natural yaitu komunitas di sekitar tempat produksi.

### **2. Jogjavanesia Craft Shop**

Jogjavanesia sudah memiliki pengalaman ekspor langsung ke Eropa dan dari sisi kapasitas produksi juga menyanggupi untuk produksi topi bahan rafia sebanyak 1.400 buah. Selain itu, Jogjavanesia merupakan satu-satunya pelaku usaha yang memiliki cetakan (*mold*) khusus produk topi, sehingga ukuran produk bisa lebih presisi sesuai permintaan *buyer*.

### **3. Takara Living**

Takara Living sudah melakukan ekspor secara langsung ke berbagai negara dan memiliki katalog produk yang lengkap mulai dari produk topi, aksesoris, hingga *home décor*. Tetapi karena harga yang ditawarkan oleh Takara terlalu tinggi sehingga *buyer* sedikit ragu untuk memesan produk topi ke Takara.

### **4. Rafael Craft**

Rafael Craft sudah pernah melakukan ekspor ke berbagai negara. *Buyer* lebih tertarik untuk memesan produk *home décor* di Rafael Craft.

### **5. Biansa Home**

Biansa Home merupakan binaan Kemendag melalui program LBEC dan sudah memiliki sertifikasi Fair Trade. Biansa juga sudah pernah melakukan ekspor.

### **6. Knez Home Décor**

Knez merupakan binaan Kemendag melalui program LBEC dan sudah pernah melakukan ekspor.

Sebagai kelanjutan dari kunjungan tersebut, maka pelaku usaha diminta untuk membuat sampel sesuai dengan spesifikasi ukuran produk yang diharapkan serta daftar harga produk. Produk sampel dan dokumen harga barang diharapkan dikirim ke *buyer* selama dua minggu ke depan. Dari sampel yang dikirim, *buyer* akan mempertimbangkan untuk memilih pelaku usaha sebagai mitra bisnis. *Buyer* akan melakukan transaksi langsung dengan pelaku usaha untuk selanjutnya produk akan dikirim paling lambat akhir bulan Februari 2024.

**Sharing Session tentang Industri Gim dan Event IGDX kepada Para Perwakilan Indonesia di Luar Negeri**

*Sharing Session* tentang “Potensi Sektor Gim Indonesia dan *Event IGDX* sebagai Sarana Promosi Gim Lokal ke Mancanegara” dilaksanakan pada tanggal 19 Desember 2023 secara daring. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan efektivitas *event IGDX (Indonesia Game Developer Exchange)* agar dapat lebih dikembangkan menjadi pusat B2B di sektor gim dengan mengundang lebih banyak lagi *buyer* dari mancanegara. Acara diikuti oleh para perwakilan Kedutaan Besar RI, perwakilan Konsultan Jenderal RI, serta Perwakilan Perdagangan (Perwadag) di luar negeri dengan jumlah peserta sebanyak 115 orang.

Bertindak sebagai pembicara yaitu Ketua Tim Fasilitasi Business Matchmaking – Direktorat Ekonomi Digital, Kemenkominfo yang memberikan penjelasan detail mengenai *event IGDX*; *Vice President AGI (Asosiasi Game Indonesia)* yang menyampaikan terkait peluang dan tantangan dalam pengembangan industri gim menuju pasar global; serta *Chief Operating Officer (COO) Anantarupa* yang pada kesempatan ini mewakili CAKRA menyampaikan peluang dan tantangan dalam pengembangan ekosistem gim.

Kegiatan diawali dengan sambutan dari Dirjen PEN yang sekaligus membuka acara. Dalam sambutannya disampaikan bahwa gim buatan Indonesia di luar negeri untuk memahami ekosistem industri gim, pengembang gim, serta mendorong promosi gim Indonesia yang tak hanya di dalam negeri tapi juga di luar negeri, salah satunya adalah melalui IGDX.

Disampaikan pula bahwa IGDX merupakan promosi industri gim nasional bertaraf internasional. Kolaborasi antara Kemendag dengan Kemenkominfo ke depannya diharapkan dapat mengembangkan

IGDX menjadi sasaran pameran gim lokal yang berskala internasional. Selain itu, IGDX bisa menjadi *platform* untuk meningkatkan kemampuan daya saing dari pengembang gim Indonesia dalam mengakuisisi pasar dalam negeri dan internasional. IGDX hadir dengan empat kegiatan utama, yaitu IGDX Academy, IGDX Career, IGDX Business, dan IGDX Conference yang diikuti pengembang lokal untuk membuat gim mereka berkembang dan dikenal secara internasional.

Penyelenggaraan *sharing session* ini mendapat tanggapan positif dari para peserta karena telah terbantu dalam mendapatkan informasi menggunakan potensi dan pengembangan industri gim lokal, serta terdapat *event* promosi gim di dalam negeri yang berskala internasional, yaitu IGDX. Mereka berharap ke depannya dapat lebih fokus dalam mempromosikan gim lokal dan mencari *buyer* yang tepat untuk gim buatan Indonesia. Dalam kesempatan tersebut, beberapa perwakilan Indonesia juga menyampaikan terkait potensi industri gim di negara mereka, beberapa kendala yang dihadapi dalam pengembangannya, serta pameran-pameran yang dapat diikuti guna mempromosikan gim buatan Indonesia dan ajang untuk mendapatkan *publisher*.

### **Pertemuan dengan Indigo Telkom, PT Nuon Digital Indonesia, serta Kunjungan ke Ayena Studio**

### **Pertemuan dengan Indigo Telkom dan Nuon**

Pertemuan diadakan di kantor Indigo Telkom Bandung pada tanggal 14 Desember 2023 dan dihadiri oleh Direktorat PEJPK beserta tim ACG, perwakilan dari Indigo Telkom, serta perwakilan dari PT Nuon Digital Indonesia. Tujuan dari pertemuan adalah dalam rangka membahas rencana kerja sama antara Direktorat PEJPK dengan Indigo Telkom dan PT Nuon Digital Indonesia terkait percepatan pengembangan industri gim nasional.

Indigo Telkom merupakan program inkubator dan akselerator yang diinisiasi oleh Telkom Indonesia. Indigo menyediakan inkubasi/akselerasi *startup* yang lengkap dengan program pengembangan *startup end to end* yang dimulai dengan kegiatan *nurturing creativity* di tahapan *pre-startup*, inkubasi/akselerasi *startup* hingga pada program sinergi bisnis dan investasi lanjutan atau *follow on funding*. Sedangkan Nuon Digital Indonesia merupakan bagian dari Telkom Group yang menghadirkan konten digital dan

hiburan berkualitas, mulai dari musik, *digital games*, hingga *edutainment*.

Dari pertemuan ini, para pihak sepakat bekerja sama dalam mendukung percepatan industri gim nasional melalui kolaborasi program Direktorat PEJPK, program Indigo Game, dan Nuon. Adapun usaha pengembangan industri gim nasional dilaksanakan dengan beberapa aktivitas berikut:

1. Kolaborasi dalam inkubasi, promosi dan *match-making*. Inkubasi dilakukan oleh Indigo, sementara promosi dan *match-making* dilakukan oleh Kemendag dan Nuon.
2. Pertukaran data terkait pelaku industri gim untuk dapat dimasukkan ke dalam Ina Digi Export dan dipromosikan melalui Perwadag di negara akreditasinya masing-masing.
3. Sosialisasi program-program yang dimiliki oleh Kemendag dan Indigo. Keberadaan Indigo Hub akan dioptimalkan dalam kegiatan sosialisasi, sekaligus *mapping* ekosistem ACG dan *sharing knowledge*.
4. Rekomendasi *startup* gim oleh Kemendag c.q Ditjen PEN yang berpotensi dibina melalui *pipeline intake* Indigo dan *publish* oleh Nuon.

### **Kunjungan ke Studio Animasi Ayena**

Kunjungan ke Ayena Studio dilaksanakan pada tanggal 15 Desember 2023 dengan tujuan untuk melakukan pengumpulan data dan informasi, serta melakukan verifikasi terkait kesiapannya untuk melakukan ekspor produk ataupun jasa. Ayena Studio pernah menerima penghargaan dari Ditjen PEN Kemendag sebagai tim dengan cerita terbaik dalam Kompetisi Serial Animasi Indonesia Tahun 2011.

Dari pertemuan yang dilakukan, diperoleh potensi kerja sama dalam hal mempromosikan *Intellectual Property* (IP) lokal, khususnya yang dimiliki oleh Ayena Studio untuk mensosialisasikan program pemerintah. Untuk menindaklanjuti hal tersebut, Direktorat PEJPK akan memfasilitasi pertemuan antara Ayena Studio dengan unit-unit terkait di internal Kemendag yang sekiranya dapat menggunakan IP lokal untuk mensosialisasikan programnya. Direktorat PEJPK juga

akan membantu memberikan fasilitasi HKI kepada para pemilik IP agar tidak disalahgunakan oleh pihak-pihak yang tidak bertanggung jawab.

#### 1.4 Peningkatan Pelayanan Hubungan Dagang dan Informasi Ekspor

##### Sosialisasi Export Center Makassar di Kota Parepare

Kegiatan Sosialisasi Export Center Makassar (ECM) dilaksanakan pada tanggal 4 Desember 2023, bertempat di Hotel Bukit Kenari, Kota Parepare, Provinsi Sulawesi Selatan. Dihadiri oleh Kepala Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Sulawesi Selatan, Kepala Dinas Perdagangan Kota Parepare, Kepala Pengelola ECM, serta para pelaku usaha IKM (Industri Kecil Menengah) Kota Parepare.

Kegiatan dibuka dengan sambutan dan paparan dari Kepala Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Sulawesi Selatan, H. Ahmadi Akil S.E., M.M. Beberapa hal yang disampaikan adalah sebagai berikut:

1. Saat ini hanya ada dua Export Center di Indonesia yaitu Export Center Surabaya (ECS) dan Export Center Makassar (ECM). Keberadaan ECM diharapkan dapat membantu meningkatkan ekspor Indonesia khususnya dari Provinsi Sulawesi Selatan.
2. Sulawesi Selatan hanya unggul dalam ekspor komoditi, seperti rumput laut, hasil perikanan, dan sarang walet. Jika ada yang dalam bentuk produk olahan, biasanya hanya sampai produk setengah jadi, misalnya bubuk coklat. Pelaku usaha di Sulawesi Selatan perlu melakukan diversifikasi produk agar produk ekspor memiliki nilai tambah dan dapat menjangkau pasar ekspor yang lebih luas.
3. Gubernur Provinsi Sulawesi Selatan mencanangkan beberapa program, salah satunya mempersiapkan komoditi pisang sebagai komoditi ekspor terbaru dan terbesar dari Sulawesi Selatan. Gubernur juga menargetkan pada triwulan IV tahun 2024 beberapa industri pengolahan pisang dapat beroperasi di Sulawesi Selatan dan menghasilkan produk ekspor.

Kegiatan dilanjutkan dengan pemaparan dari Kepala Pengelola ECM, Chairil Burhan. Beberapa hal yang disampaikan antara lain:

1. ECM merupakan pelayanan *one stop service* yang terdiri dari Pelayanan Konsultasi, Informasi Perdagangan, Pemanfaatan

Inaexport, *Inquiry, Business Matching*, Pemanfaatan SKA, dan Pelayanan Kasus Ekspor.

2. Pelayanan konsultasi mayoritas dilakukan secara *online*, jadi tidak hanya pelaku usaha ekspor di Makassar yang dapat difasilitasi melainkan seluruh Provinsi Sulawesi Selatan. Bahkan beberapa pelaku usaha yang memanfaatkan konsultasi *online* ECM berasal dari luar Provinsi Sulawesi Selatan.
3. Media *online* ECM yang dapat diakses, yaitu Youtube, Instagram, dan Facebook. Pada media tersebut terdapat link *google form* yang dapat diisi untuk memilih pelayanan konsultasi melalui *Whatsapp, Zoom Meeting*, ataupun datang langsung ke kantor ECM. Kepala Pengelola ECM pada kesempatan ini juga menegaskan bahwa semua pelayanan di ECM tidak dipungut biaya apapun.

Kegiatan dilanjutkan dengan sesi tanya jawab yang dipandu oleh Erman dari Dinas Perdagangan Kota Parepare selaku moderator.

1. Pelaku usaha kerajinan kerang menyampaikan banyak permintaan produk kerajinan kerang dari luar Provinsi Sulawesi Selatan, salah satunya dari Labuan Bajo, namun terkendala ongkos kirim yang mahal. Menanggapi permasalahan ini, Kepala Pengelola ECM menyatakan bahwa perlu dilakukan survei harga ke beberapa ekspedisi, tidak hanya terpaku di satu ekspedisi saja. Namun dalam kegiatan ekspor, perihal ongkos kirim ini dapat dinegosiasikan dengan *buyer*, misalnya menerapkan metode 50:50 sehingga tercapai kesepakatan *win win solution*.
2. Pertanyaan terkait kendala pengiriman produk basah, Kepala Pengelola ECM menjelaskan bahwa untuk kegiatan ekspor terdapat *container* pendingin khusus yang *disebut refrigerated container/reefer container*. Jadi produk basah seperti bandeng presto dapat sampai dengan aman di negara tujuan ekspor.
3. Beberapa IKM menyatakan siap untuk melakukan ekspor namun membutuhkan pendampingan karena regulasi untuk makanan cukup sulit. Pihak ECM menyatakan siap untuk mendampingi. Untuk mengekspor produk makanan dan obat-obatan.

### **Kegiatan Intelijen Pasar Utama / Potensial di Yordania untuk Produk Ikan Olahan**

Dalam rangka melakukan pemetaan potensi dan mendapatkan informasi secara langsung dari para pelaku usaha di negara tujuan ekspor, tim dari Direktorat P2IE telah melakukan kunjungan ke Yordania untuk melihat potensi ekspor produk ikan olahan (HS 1604), yang dilaksanakan tanggal 17-21 Desember 2023. Kunjungan ini merupakan tahapan lanjutan dari *desk research* yang telah dilaksanakan sebelumnya.

Secara umum total perdagangan Indonesia-Yordania tahun 2022 tercatat sebesar USD 983 juta, di mana dari angka tersebut, Indonesia mencatatkan surplus sebesar USD 200,8 juta. Nilai ini merupakan surplus terbesar dari lima tahun terakhir dan meningkat 120,47% dari nilai di 2021. Bahkan berdasarkan data terakhir yang tersedia, pada periode Januari - Oktober 2023, ekspor non-migas Indonesia ke Yordan tercatat sebesar USD 614,8 juta atau meningkat 23,16% dari nilai periode yang sama di tahun sebelumnya. Dan neraca perdagangan pada periode Januari - Oktober 2023 tercatat surplus untuk Indonesia sebesar USD 401,1 juta atau meningkat 201,29% dari periode yang sama di tahun sebelumnya.

Pelaku usaha importir ikan yang pertama kali dikunjungi adalah Ocean. Kunjungan diterima oleh Hassan Abu Al-Failat, *Chairman & CEO* yang didampingi oleh kepala pabrik serta bagian pengadaan (*procurement*). Ocean memiliki konsep penjualan langsung melalui rantai restoran dan toko yang mereka miliki sendiri. Ocean menyediakan berbagai macam ikan serta makanan laut lainnya (gurita, cumi, kerang, kepiting, lobster, dan sebagainya) dalam bentuk segar dan beku.

Ocean menyambut baik penawaran untuk membeli pasokan ikan dari Indonesia dikarenakan mereka memegang pangsa pasar 90% di Yordania serta telah melakukan importasi dari 80 negara. Distribusi mereka saat ini sudah memiliki 12 restoran serta toko, dan akan memperluas pasarnya ke negara-negara Timur Tengah lainnya (Irak dan Suriah). Khusus untuk produk ikan beku, Ocean menerapkan *private label* di mana penyalur mereka langsung mengemas dalam bentuk *pouch* (kantong) dan bukan kalengan. Ocean juga menyambut dengan baik jika perusahaan Indonesia berkenan mengirimkan profil

perusahaan serta katalog produk dari perusahaan-perusahaan ikan dari Indonesia untuk mereka kurasi sebagai calon *supplier*.

Saat ini setiap bulan rata-rata Ocean mengimpor produk perikanan dari berbagai negara sebesar 6-7 kontainer untuk pasar Yordania dan sekitarnya, dan dalam waktu dekat mungkin akan meningkat dengan rencana Ocean untuk membuka distributor dan restoran baru di negara lain di kawasan Timur Tengah. Perlu juga dicatat bahwa Ocean juga sudah mempunyai distributor/agen di Timur Tengah, jadi bila perusahaan Indonesia dapat dipercaya sebagai salah satu pemasok, tidak tertutup kemungkinan untuk dapat mengirim produk tidak hanya ke Yordania, tetapi juga ke negara-negara di mana terdapat distributor/agen Ocean.

Perusahaan yang dikunjungi selanjutnya adalah Durra, yang berasal dari Suriah dan sudah memiliki jaringan distribusi di berbagai negara. Produk Durra juga sangat luas, mulai dari rempah, sirup, manisan, beras sampai ikan kaleng (sarden dan tuna). Tim P2IE diterima oleh bagian pengadaan Durra dan mereka menyampaikan untuk produk ikan, Durra sudah bekerja sama dengan perusahaan Indonesia, CV Pasific Harvest, namun belum dalam jumlah yang besar karena harga yang cukup tinggi. Per tahun, berdasarkan estimasi, Durra membutuhkan 60-70 kontainer ikan kaleng, tidak hanya untuk pasar Yordania tetapi untuk distribusi agen penjualan mereka di seluruh Timur Tengah serta Eropa. Oleh karenanya, Durra menyambut baik apabila terdapat perusahaan di Indonesia yang memiliki harga yang kompetitif serta kualitas produk yang baik untuk menyuplai mereka.

Kegiatan selanjutnya adalah berdiskusi dengan Kamar Dagang Amman, yang diwakili oleh Mr. Hisham Dweik, selaku Direktur Jenderal. Beliau menyampaikan bahwa organisasinya memiliki 40.000 anggota yang di antaranya adalah pelaku usaha dagang serta penyedia jasa di kawasan Amman yang diwajibkan oleh hukum untuk terdaftar sebagai anggota dan syarat untuk mendapatkan izin berusaha. Tidak seperti di Indonesia, Surat Keterangan Asal (SKA) diterbitkan oleh pemerintah, di Yordania yang menerbitkan SKA adalah Kamar Dagang Amman. Disampaikan pula bahwa ikan secara umum, khususnya ikan segar, merupakan produk *high end* di

Yordania, dikarenakan 80% merupakan produk impor dan harganya tinggi. Untuk produk ikan kaleng, harganya akan lebih kompetitif yang mungkin dapat lebih diterima oleh masyarakat yang lebih luas di Yordania. Kamar Dagang Amman sendiri memiliki situs yang menyediakan informasi, termasuk kontak para anggotanya.

Selanjutnya dilakukan kunjungan ke Kamar Dagang Irbid dan diterima oleh Mr. Mohammad A. Al-Shoha, *Chairman*, beserta para jajarannya serta terdapat beberapa importir ikan dari sekitar Irbid. Kamar Dagang Irbid meminta daftar perusahaan eksportir ikan segar dan kalengan dari Indonesia dikirim melalui surel ke Kamar Dagang Irbid, serta mereka meminta diundang untuk setiap pameran dagang berskala menengah dan besar di Indonesia setiap bulannya. Hal ini sebagai sarana mereka mendapatkan informasi mengenai perusahaan serta produk yang menarik di Indonesia. Selain ikan, ternyata terdapat ketertarikan untuk melakukan importasi baterai kendaraan listrik dari Indonesia.

### **Analisa Pengembangan Pasar Tujuan Ekspor di Republik Rakyat Bangladesh**

Kegiatan analisa pengembangan pasar tujuan ekspor di Republik Rakyat Bangladesh dilaksanakan tanggal 18-22 Desember 2023. Kegiatan ini bekerja sama dengan Kedutaan Besar Republik Indonesia di Dhaka, Bangladesh sebagai fasilitator dalam pertemuan dengan pihak-pihak terkait. Tujuan dari kegiatan ini untuk menyusun hasil analisa pasar Bangladesh khususnya untuk produk buah pinang (HS 0802) yang mencakup potensi pasar, saluran distribusi, kompetitor, peraturan impor yang berlaku dan hal terkait lainnya dalam rangka pengembangan ekspor Indonesia ke Bangladesh.

Kegiatan diskusi dan wawancara dilakukan dengan *Ministry of Commerce Bangladesh (MoC)*, *The Federation of Bangladesh Chamber of Commerce & Industry (FBCCI)*, *The Bangladesh Foodstuff Importers and Suppliers Association (BAFISA)*, *ShopUp* (perusahaan *startup*), importir buah pinang Bangladesh dan kunjungan ke pasar.

#### **Ministry of Commerce (MoC) Bangladesh**

Pihak MoC Bangladesh menyoroti besarnya defisit perdagangan antara Bangladesh dan Indonesia, sehingga mengharapkan untuk melanjutkan perundingan dalam penyusunan *Indonesia-Bangladesh Preferential Trade Agreement (IBPTA)* yang sempat terhenti karena

belum dicapainya kesepakatan kedua negara terkait *hs code* yang mendapatkan penurunan tarif.

Terkait buah pinang, pihak MoC menyampaikan bahwa Bangladesh juga merupakan eksportir buah pinang yang telah diolah ke India dan bukan menjadi pasar impor produk buah pinang India sebagaimana data *trademap.org*. Pihak MoC menambahkan bahwa nilai total impor dan ekspor buah pinang hampir seimbang dikarenakan Bangladesh juga merupakan produsen sekaligus sebagai konsumen buah pinang.

Tarif untuk produk impor asal Indonesia dikenai tarif *Most Favourable Nation* (MFN) sebesar 25% untuk semua produk Indonesia dikarenakan belum adanya perjanjian dagang antara Bangladesh dan Indonesia. Sedangkan produk impor asal India dikenakan tarif 0% sesuai perjanjian *South Asian Free Trade Area* (SAFTA).

#### **Bangladesh Foodstuff Importer & Supplier Association (BAFISA)**

Pada kunjungan ke BAFISA, delegasi tidak mendapatkan informasi terkait dengan produk buah pinang karena bukan dalam ranah produk makanan, namun delegasi mendapatkan informasi umum terkait importasi produk makanan di Bangladesh. Beberapa informasi hambatan non tarif yang dihadapi dalam importasi produk Indonesia khususnya produk makanan dan minuman yaitu besarnya pajak impor produk makanan yang mencapai 120%. Hal ini memberatkan importir Bangladesh dalam menentukan harga jual untuk produk-produk impor. Namun, bila produk impor tersebut digunakan kembali untuk kegiatan ekspor, maka tidak dikenakan pajak.

Selain itu, importir Bangladesh mengeluhkan kebijakan Indonesia dalam mengeluarkan ijin visa yang dinilai sulit dan visa yang dikeluarkan hanya berlaku untuk satu kali perjalanan/kunjungan. Hal ini berpengaruh pada proses negosiasi dan kunjungan langsung ke perusahaan produsen di negara Indonesia. Importir Bangladesh mengharapkan visa kunjungan Indonesia dapat digunakan untuk beberapa kali kunjungan sebagaimana kebijakan Amerika dan Eropa.

## **The Federation of Bangladesh Chamber of Commerce & Industry (FBCCI)**

FBCCI mengharapkan dapat mengurangi gap perdagangan antara Indonesia dengan Bangladesh. Sehingga ekspor Bangladesh ke Indonesia juga dapat ditingkatkan. Adapun produk-produk ekspor Bangladesh yaitu tekstil, farmasi, dan serat jute (bahan baku karung goni).

Dalam pertemuan tersebut, diperoleh informasi bahwa di Bangladesh terdapat asosiasi pengusaha daun sirih namun tidak terdapat asosiasi pengusaha buah pinang. Meskipun demikian, terdapat beberapa importir buah pinang di Bangladesh. Sebagian besar buah pinang di Bangladesh dimanfaatkan untuk menginning (*chewing betel nut*). Selain itu, buah pinang digunakan juga untuk pengobatan tradisional dan pewarna tekstil. Namun penggunaan buah pinang sebagai pewarna tekstil masih sangat sedikit karena dinilai mahal.

### **ShopUp**

ShopUp adalah *platform* perdagangan *full stack B2B* terkemuka di Bangladesh untuk usaha kecil. Yang memiliki tujuan memanfaatkan teknologi untuk meningkatkan bisnis dengan akses mudah ke sumber B2B dan logistik jarak jauh. ShopUp mendistribusikan dan/atau menyuplai multi produk ke pedagang-pedagang kecil yang ada di Bangladesh di mana produk yang didistribusikan berupa produk dalam negeri dan produk impor. Pihak ShopUp menyampaikan bahwa mereka sebagai importir buah pinang dari Indonesia menyampaikan bahwa produk pinang yang diimpor dari Indonesia sebagian besar diekspor kembali ke negara-negara seperti Inggris, Kanada, dan UAE di mana banyak terdapat warga Bangladesh yang tinggal di negara-negara tersebut.

### **Importir Buah Pinang**

Selain kunjungan, tim dari Direktorat P2IE juga melakukan pertemuan daring dengan importir buah pinang Indonesia yang berada di kota Chittagong. Pada pertemuan tersebut, importir menyampaikan kendala yang sering dihadapi yaitu produk buah pinang dari Indonesia sering kali kurang memenuhi standar. Selama ini, importir mendapatkan produk buah pinang dari Provinsi Jambi,

Bengkulu, dan Padang. Harapannya dapat melakukan *sourcing* buah pinang ke daerah/provinsi lainnya yang menghasilkan pinang. Untuk itu, importir juga menyarankan kemudahan visa kunjungan agar dapat melakukan *sourcing* lebih jauh.

### **Kunjungan Pasar Induk**

Pasar Induk Shyam Bazar merupakan pasar dalam kategori distributor pertama yang mendapatkan buah pinang langsung dari importir yang berasal dari Chittagong. Di pasar ini terdapat berbagai jenis buah pinang baik buah pinang lokal maupun buah pinang impor yang berasal dari Indonesia, Thailand, dan Myanmar. Harga buah pinang kupas untuk produk lokal yaitu 250 taka/kg, sedangkan untuk produk impor pada kisaran harga 350-390 taka/kg. Salah satu perbedaan produk buah pinang Indonesia, Myanmar, dan Thailand terdapat pada ukuran di mana ukuran buah pinang Thailand dan Myanmar lebih besar dibandingkan buah pinang asal Indonesia.

Pasar Induk Kawran Bazar merupakan pasar dalam kategori distributor kedua di mana sebagian besar buah pinang yang dijual didapatkan dari Shyam Bazar. Di pasar ini lebih dominan ditemui buah pinang lokal baik yang sudah dikupas maupun yang belum dikupas. Tingkat harga buah pinang di Kawran Bazar berkisar 390-450 taka/kg.

Harga jual buah pinang utuh di pasar tradisional mencapai 50 taka per kg sedangkan untuk buah pinang bentuk koin dan potongan kecil-kecil berada pada kisaran harga 400-600 taka. Jenis buah pinang yang berada di pasar ini merupakan produk lokal Bangladesh.

### **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 2023, dengan rincian sebagai berikut:

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

Pelayanan hubungan dagang yang diterima InaExport pada bulan Desember 2023 berjumlah 36 permintaan hubungan dagang berasal dari luar negeri. Adapun permintaan hubungan dagang berasal dari pelaku usaha luar negeri tersebut berasal dari Taiwan, Hong Kong, Iran, Pakistan, India, China, dan Madagaskar. Importir/*buyer* luar negeri 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 adalah *Beauty/Body Care, Essential Oil, Coffee, Red Grouper, Areca Nuts, Copra Meal, Cuttlefish Bone, dan Coal & its derivative*.

Permintaan yang diterima dari dalam negeri berasal dari kalangan eksportir Indonesia yang membutuhkan informasi data statistik ekspor-impor dalam rangka perencanaan perluasan pasar produk masing-masing dan juga melakukan konsultasi bisnis, mencari daftar *buyer*, informasi pameran, 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***

Tersedia layanan tatap muka di *Permanent Trade Exhibition* (PTE) yang berlokasi di Gedung Utama, Lantai 2, Kementerian Perdagangan.

#### **A. Layanan Konsultasi Bisnis**

InaExport membuka pelayanan secara *online* melalui email [csc@kemendag.go.id](mailto:csc@kemendag.go.id) dan *offline* dengan tatap muka langsung pada hari kerja mulai pukul 08.00 s.d 16.00 WIB. Sepanjang tahun 2023, tercatat 2.460 orang telah mengunjungi PTE untuk melakukan konsultasi, pertemuan

dan hal-hal lain terkait kegiatan bisnis khususnya dalam hal ekspor.

### **B. *Permanent Trade Exhibition (PTE)***

Pada periode Desember 2023, perusahaan yang sedang memanfaatkan ruang pameran (PTE) sebanyak 257 perusahaan, di antaranya terdapat empat perusahaan yang baru naik *display* pada Desember 2023, yaitu PT Dua Putri Tavida (makanan ringan), PT Berkah Niaga Perkasa (makanan ringan), PT Lung Victory Carpet (karpet), dan PT Pratama Putra Satria (peralatan rumah tangga, kerajinan). Sementara itu, bulan Desember tidak ada perusahaan yang turun *display*.

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.

***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* pada bulan Desember 2023 hanya dilaksanakan dua kali pertemuan.

## 1. **Business Reception 11-15 Desember 2023**

*Business Reception* tanggal 11-15 Desember 2023 dilaksanakan di Nairobi, Kenya. Kegiatan ini bertujuan untuk mengumpulkan, mengolah dan menganalisa informasi secara langsung tentang produk khususnya produk furnitur dari kayu (HS 9403), karakteristik pasar, kompetitor, regulasi, dan lain-lain dengan menggunakan metodologi dan prosedur yang sistematis.

Republik Kenya berada di kawasan Afrika Timur sekaligus menjadi pusat organisasi East African Community (EAC) yang mencakup tujuh negara di Kawasan termasuk Kenya yaitu Kongo, Burundi, Rwanda Somalia, Sudan Selatan, Uganda, dan Tanzania. Kenya juga menjadi hub untuk negara-negara EAC dengan pelabuhan internasional terletak di kota industri Mombasa. Jumlah penduduk Kenya sebanyak 54 juta dan EAC sebanyak 284 juta. GDP Kenya sebesar USD 417 juta dengan pertumbuhan positif 5,4% sampai dengan Juni 2023.

Secara umum, Indonesia merupakan negara asal impor ke-19 dengan *share* 1,09 % dari total impor Kenya dari dunia pada tahun 2022. Struktur impor Kenya menunjukkan kecenderungan Kenya untuk meningkatkan perdagangan dengan negara-negara di Asia, seperti China, Uni Emirat Arab, India, dan Malaysia. Secara umum, neraca perdagangan Indonesia-Kenya masih mencatatkan *surplus*, yang menjadikan Kenya sebagai mitra dagang penting Indonesia, dengan tren impor Kenya dari Indonesia menunjukkan peningkatan sebesar 17,40 % selama periode 2018-2022.

**Kenya** merupakan negara net importir produk furnitur kayu. Total impor Kenya untuk produk furnitur kayu mencapai USD 46,68 juta yang menjadikan Kenya sebagai importir produk furnitur kayu di dunia. Penggunaan furnitur kayu di Kenya semakin meningkat seiring dengan meningkatnya kelas *middle income* di Kenya yang tercatat sebesar kurang lebih 10 juta orang di tahun 2020. Sumber utama impor furnitur kayu Kenya adalah dari China. Pada tahun 2022, China menyumbang 55,79% impor furnitur kayu Kenya. Sumber impor utama lainnya termasuk Turki dan Malaysia. Impor furnitur kayu ke Kenya dikenakan bea masuk sebesar 35%

berdasarkan informasi dari <https://exim.kemendag.go.id>. Hal ini dirancang untuk melindungi industri kayu lokal dan turunannya.

Pengamatan lapangan dan wawancara dilaksanakan terhadap dua importir utama furnitur di Nairobi yaitu terhadap pemilik Kingsway Group dan Odds and Ends yang sekaligus merupakan retail furnitur terbesar di Afrika Timur. Dari hasil pengamatan lapangan dan wawancara diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

- a. GINI *ratio* Kenya yang mencapai 51,3 merupakan penanda adanya ketimpangan pendapatan dan kesejahteraan yang cukup besar dan kurangnya pemerataan kesejahteraan di Kenya. Sehingga produk furnitur dari kayu hanya mampu dibeli oleh orang dengan pendapatan menengah ke atas dengan gaji per bulan di kisaran USD 300 s.d 1,200.
- b. Masyarakat Kenya yang memilih kayu sebagai bahan furnitur kantor atau rumah karena keunggulan furnitur dari kayu dalam hal umur ekonomis, perawatan yang mudah, serta prestise. Namun demikian, harga produk menjadi preferensi pembeli selain desain yang sederhana dan elegan.
- c. Penjualan furnitur dari kayu di Kenya didominasi oleh produk impor dari China untuk furnitur kantor, kamar dan sofa, serta dari Malaysia untuk furnitur ruang makan, ruang tamu dan ruang tidur. Produk impor dari Turki didominasi produk dari rotan, kayu oak, ebony, dan jati. Produk Indonesia yang ada di Kenya sebagian besar untuk keperluan *outdoor*.
- d. Eksportir utama furnitur dari China adalah Cheer yang merupakan manufaktur dengan investasi dari Inggris yang membuat sofa dengan harga murah. Sedangkan eksportir utama dari Malaysia adalah Windmill Export Import Sdn Bdn.
- e. Hambatan untuk masuk ke pasar Kenya adalah tarif yang cukup tinggi dikenakan untuk furnitur dari kayu yaitu sebesar 45% ditambah dengan biaya-biaya lain untuk inspeksi, pengangkutan dan biaya gudang sebesar 5% dan pungutan-pungutan tak resmi lainnya. Sehingga biayanya bisa mencapai 50% s.d. 60%. Hal ini berbeda dari *desk research* sebelumnya dari <https://exim.kemendag.go.id/> yang menyatakan bea

masuk sebesar 35% yang dalam praktik di lapangan dikenakan bukan untuk produk jadi melainkan untuk produk setengah jadi dan sofa.

- f. Hambatan lainnya adalah pelayanan tidak prima, ketidakpastian aturan yang berlaku dari pemerintah untuk berusaha di Kenya serta keamanan yang tidak kondusif untuk pengiriman barang.
- g. Faktor furnitur Indonesia kalah bersaing dengan produk dari negara lain adalah segmen produk Indonesia dengan harga yang tinggi dan ditujukan untuk ekspor ke negara-negara Eropa, Amerika, dan Jepang yang lebih mengutamakan desain, fungsi, dan kualitas dibanding harga. Faktor lainnya adalah kurangnya pengenalan produk Indonesia di Kenya sehingga importir tidak banyak mengenal produk Indonesia.

## **2. Business Reception 14-15 Desember 2023**

*Business Reception* tanggal 14-15 Desember 2023 dilaksanakan di Pasuruan, bekerja sama dengan Pemkab Pasuruan. Kegiatan dihadiri oleh Pj Bupati Pasuruan, Direktur Pengembangan Pasar dan Informasi Ekspor, Perwakilan Kedubes Mozambique, Zimbabwe, Venezuela, Uzbekistan, Vietnam, Afrika Selatan, Oman, Timor Leste, dan perwakilan Jetro. Kegiatan bertujuan untuk memperluas promosi produk UMKM unggulan ekspor Pemkab Pasuruan kepada berbagai kalangan negara mitra dagang dengan harapan untuk meningkatkan kerja sama perdagangan antar Indonesia dan negara-negara mitra.

Pada kesempatan ini, diselenggarakan pula *mini exhibition* yang memamerkan produk unggulan ekspor dari Kabupaten Pasuruan. Pameran ini memamerkan produk batik, tekstil dan produk tekstil, dekorasi rumah, makanan ringan, mocaf, dan kopi.

Penyampaian informasi dan presentasi oleh perusahaan mengenai profil perusahaan, produk, dan pengaplikasian produk, dibagi menjadi tiga group, tersebut dirangkum sebagai berikut:

### **Sesi 1:**

- a. **CV Faiza Bordir (*home decoration embroidery*)**, menghasilkan produk rajutan untuk *home decor* berupa taplak

untuk meja, *cover sova*, dan produk *home decor* lainnya. Dibuat secara *handmade*, ukuran juga dapat disesuaikan dengan kebutuhan *customer*, kapasitas produksi (taplak kecil  $\pm 500$  pcs, dan besar  $\pm 200$  pcs).

- b. **Alam Batik (*batik natural color*)**, memproduksi batik tulis premium dengan warna natural dan pewarnaan dengan bahan baku natural. Secara perawatan, batik natural lebih awet daripada pewarna sintetis, karena perawatan dan pencuciannya lebih mudah.
- c. **KUPU Sutera (*silk*)**, menghasilkan produk sepatu dari bahan sutera. Sepatu sutera ini agar terasa premium dengan cara pembuatannya yang manual, mulai dari budidaya ulat sutera hingga pemintalannya dilakukan secara *handmade*. Pewarnaan menggunakan bahan pewarna alami dari ekstrak daun-daunan. Kupu Sutera dapat menghasilkan puluhan sepatu sesuai permintaan konsumen.
- d. **Wins Rajut (*woven from water hyacinth*)**, melalui tangan-tangan terampil, mendong dan eceng gondok disulap menjadi produk estetik. Dua bahan tersebut disatukan dengan teknik sulam dan rajut, sehingga menjadi aneka produk *handmade* berkualitas. Produk *home decor* seperti karpet, almari, kursi, sarung bantal, aneka hiasan ruangan, hingga tempat tissue tampak indah dan memikat siapapun yang melihat. Begitupun aneka produk *fashion* seperti tas, dompet, topi semakin menambah cantik dan kharisma pemakainya.

#### Sesi 2:

- a. **Harapan Abadi Tekstil Indonesia (*textile*)**, saat ini berfokus pada produksi kain *printing* dengan berbagai macam motif untuk berbagai keperluan pelanggan. Kapasitas produksi sekitar 140 juta sq feet per tahun.
- b. **PT Mazaraat Lakanatura Indonesia (*natural chesse*)**, sebuah perusahaan perorangan yang khusus memproduksi keju dan *creamery* secara organik. Mazaraat terus berkembang dan kini membangun lini produksi keju dan krim untuk peternakan sapi perah di Gundaling Farm-Berastagi, Moon

River Dairy–Banyuwangi, Mitrayasa–Tasikmalaya, dan Kahfi Cheese–Batu Malang. Mazaraat dapat memproduksi ratusan kilo gram berbagai jenis keju premium.

- c. **KAMPAS (Koperasi Arabusta Maslahat Pasuruan) (*Coffee*)**, produsen biji kopi (*green bean*) dengan produk unggulan Kopi Robusta Pasuruan (KRP) yang ter-Indikasi Geografis (IG) dalam bentuk biji kopi mentah dengan berbagai jenis proses pengolahan pascapanen buah kopi. Kapasitas produksi mencapai 1.400 ton/musim panen.

### Sesi 3:

- a. **Dua Putri Tavida (*patin crackers and instant patin noodle*)**, produk kripik dari kulit dan duri ikan patin, menjadi bekal merintis usaha ini. Dalam upaya memanfaatkan semua bagian ikan dan mengusung konsep *zero waste* dan bertahan lama hingga satu tahun. Dua Putri Tavida mampu meraih omzet Rp 50 juta/bulan. Dengan kapasitas produksi mencapai ribuan *pack*/bulan.
- b. **PT Sadjiwo Daniswara (*mocaf dan modified cassava flour*)**, produsen tepung bebas gluten dari singkong dengan memanfaatkan singkong menjadi tepung. Hal ini juga selaras dengan mimpi owner untuk mendukung ketahanan pangan di Indonesia melalui hasil kekayaan alam dari petani sendiri. Kapasitas produksi PT Sadjiwo mampu mencapai ratusan kg/bulan.
- c. **Dhe GedangKu (*banana chips and banana crackers*)**, memproduksi berbagai produk kripik pisang dan jamur, salah satunya kripik AZZAHWA. Kripik jamur terbuat dari jamur tiram yang memiliki kandungan nutrisi yang baik. Selain itu, jamur ini juga menjadi salah satu jenis jamur yang cukup digemari masyarakat Indonesia. Produksinya mencapai 2000 *pack*/bulan.

**Perwakilan Kedubes Mozambique** menyampaikan apresiasi kegiatan *business gathering* tersebut, produk yang ditampilkan cukup beragam. Kedubes Mozambique di Indonesia siap menjembatani dan mendukung produk Indonesia dapat diekspor

ke Mozambique sesuai dengan kebutuhan masyarakat di Mozambique.

**Perwakilan Kedubes Venezuela dan Perwakilan Kedubes Vietnam** menyampaikan untuk produk makanan dari rasa sudah cukup baik, namun dinilai masih ada beberapa aspek yang harus dimasukkan dalam kemasan seperti kandungan nilai gizi maupun resiko alergi. Karena *snack* atau makanan ringan tersebut dari bahan yang cukup unik. Untuk produk keju, masyarakat Vietnam gemar untuk mengonsumsi keju sebagai bahan penambah cita rasa makanan.

**Perwakilan Kedubes Uzbekistan** menyampaikan siap mendukung kegiatan temu bisnis seperti ini. Beberapa pelaku usaha Uzbekistan berniat untuk dapat bermitra dengan pelaku usaha di Indonesia dan diharapkan Uzbekistan mampu menjadi hub perdagangan bagi negara sekitarnya.

**Perwakilan Kedubes Afsel** menyampaikan produk-produk yang dipaparkan cukup menarik, ada beberapa produk seperti batik maupun tekstil yang dapat masuk ke pasar Afsel karena masyarakatnya sangat dinamis dan multietnis. Kedutaan Besar Afsel di Indonesia mendukung kegiatan serupa dalam upaya meningkatkan kerja sama dagang Indonesia – Afrika Selatan.

**Perwakilan Jetro** menyampaikan dukungan terhadap kegiatan yang dilaksanakan, sudah beberapa kali mengikuti kegiatan ini, produk yang ditampilkan cukup bervariasi, untuk produk makanan secara rasa sudah baik, namun perlu diperhatikan kemasan dan kandungan produknya. Jepang cukup pemilih untuk makanan-makanan yang kandungannya dinilai baru/cukup asing.

**Perwakilan Kedubes Timor Leste** menyampaikan perkenalan sebagai pejabat delegasi baru Timor Leste di Indonesia, yang sebelumnya telah terjalin hubungan bisnis yang baik antara Indonesia. Ke depannya diharapkan kegiatan seperti ini dapat dilaksanakan kembali dan peluang bisnis kedua negara dapat ditingkatkan.

## 1.5 Kegiatan Pendukung Ditjen PEN

### **Kegiatan *Monitoring* dan Evaluasi Fasilitas Promosi Dagang Ditjen PEN Tahun Anggaran 2021-2022 di Provinsi Banten**

Kegiatan *Monitoring* dan Evaluasi Fasilitas Promosi Dagang Ditjen PEN T.A. 2021-2022 telah dilaksanakan di Provinsi Banten pada tanggal 19-21 Desember 2023. Kegiatan bertujuan untuk:

1. Mengetahui ada/tidaknya realisasi potensi transaksi dagang perusahaan setelah mendapatkan fasilitas program promosi dagang dari Ditjen PEN, serta
2. Mendapatkan *feedback*/masukan secara utuh dari pelaku usaha terkait implementasi kegiatan promosi dagang sehingga pada pelaksanaan selanjutnya dapat dilakukan perbaikan apabila dibutuhkan.

*Monitoring* dan Evaluasi Fasilitas Promosi Dagang Ditjen PEN di Provinsi Banten dilakukan kepada tiga pelaku usaha yang telah menerima tiga fasilitas Promosi Dagang, yaitu:

1. PT Sanika Indonesia Sukses, penerima fasilitas promosi dagang Pameran SCAJ Tokyo 2021,
2. PT Alami Sejahtera Nusantara, penerima fasilitas promosi dagang Pameran SIAL Interfood 2022, serta
3. PT Gandum Mas Kencana, penerima fasilitas promosi dagang Seoul Food and Hotel 2022.

Hasil wawancara dan diskusi kepada para pelaku usaha penerima fasilitas kegiatan promosi dagang Ditjen PEN adalah sebagai berikut:

#### **1. PT Sanika Indonesia Sukses (Sepeda Coffee)**

PT Sanika Indonesia Sukses berdiri sejak tahun 2021 dan memproduksi produk kopi dengan merek Sepeda Coffee. Usaha ini memiliki omzet rata-rata sebesar Rp 80-100 juta per bulan. Perusahaan beralamat di Ruko Golden Madrid Blok D No. 26, Jl. Letnan Sutopo, BSD Sektor XIV Tangerang Selatan, Banten. Perusahaan telah melakukan ekspor ke luar negeri, yaitu ke Amerika Serikat, Korea Selatan, Jepang, Inggris, dan Iran.

Manfaat yang dirasakan perusahaan setelah mengikuti pameran SCAJ Tokyo 2021 di antaranya adalah kesempatan untuk memperkenalkan produk PT Sanika Indonesia Sukses, membuka akses pasar baru, serta menjalin relasi dengan importir dari

Jepang. Dalam pameran SCAJ Tokyo 2021, PT Sanika Indonesia Sukses belum memperoleh potensi transaksi ataupun transaksi riil. Pihaknya mengemukakan, untuk produk kopi, pertemuan langsung dengan calon *buyer* sangat penting sehingga pelaku usaha dapat menjelaskan produk secara detail, memberi demonstrasi penyajian produk, agar *buyer* dapat mengecek kualitas produk secara langsung.

Adapun masukan yang diberikan oleh PT Sanika Indonesia Sukses, di antaranya yaitu:

- a. Kemendag dapat secara rutin memfasilitasi pelaku usaha kopi pada tiga pameran SCA sebagai pameran kopi terbesar di dunia, yaitu SCAJ Tokyo, SCA Boston, dan SCA Milan.
- b. Mempertimbangkan pemberian fasilitasi sertifikasi seperti *Fairtrade Certification*.

Selain dari Kementerian Perdagangan, PT Sanika Indonesia Sukses pernah mendapatkan fasilitasi promosi dagang dari Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi untuk berpartisipasi dalam pameran SIAL Interfood 2022 dan dari Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif untuk mengikuti pameran SCA Boston 2022. Fasilitasi yang diperoleh berupa *booth* pameran. Lebih lanjut, perusahaan juga memperoleh fasilitasi pengiriman produk ke Boston dari Disperindag Kota Tangerang Selatan.

## **2. PT Alami Sejahtera Nusantara (Lewi's Organics)**

PT Alami Sejahtera Nusantara (PT ASN) berdiri sejak tahun 2018 dan memiliki merek dagang Lewi's Organics yang memproduksi gula dan madu lontar organik. Kantor sekaligus toko PT ASN beralamat di Jl. Pondok Kacang Timur No. 11 Tangerang, Banten. Perusahaan ini sudah pernah melakukan ekspor madu lontar organik ke Jerman pada tahun 2021.

Manfaat yang dirasakan setelah mengikuti kegiatan promosi dagang di antaranya kesempatan untuk memasarkan produk mereka dan memperoleh *buyer* baru. Dalam pameran SIAL Interfood 2022, PT ASN berhasil memperoleh potensi transaksi sebesar Rp 100 juta, serta transaksi riil sebesar Rp 4 juta yaitu pengiriman produk madu lontar organik ke *buyer* di Semarang.

Pada Pameran SCAJ Tokyo 2023, perusahaan belum memperoleh *buyer* luar negeri dari pameran ini. Pengunjung masih didominasi oleh *buyer* dalam negeri, diduga akibat waktu pelaksanaan di masa transisi pasca pandemi Covid-19. Permasalahan yang dihadapi ketika mengikuti kegiatan promosi dagang, di antaranya adalah lokasi *booth* yang berdekatan dengan *booth* produk bumbu masak yang mengeluarkan aroma kuat saat demo masak berlangsung, sehingga dirasa tata letak *booth* kurang tepat.

- a. Adapun masukan yang diberikan oleh PT ASN, di antaranya yaitu fasilitas pameran yang diberikan kepada pelaku usaha sebaiknya dilakukan secara berlanjut, minimal selama tiga tahun berturut-turut pada pameran yang sama, guna meningkatkan dampak positif yang diperoleh pelaku usaha.
- b. Dalam pelaksanaan TEI, Kemendag bisa menciptakan kategori khusus produk organik untuk memfasilitasi para pelaku usaha organik untuk memasarkan produk mereka.

### **3. PT Gandum Mas Kencana (Colatta Professional Chocolate)**

PT Gandum Mas Kencana berdiri sejak tahun 1985 dan memproduksi beragam produk untuk industri makanan dengan merek dagang Colatta Professional Chocolate, Haan Instant-Mix, Bendico Cocoa Powder, dan La Kreiva. Perusahaan memiliki omzet rata-rata Rp 10 Miliar per bulan. Perusahaan beralamat di Jl. Moh. Toha KM 03, Tangerang. Produk PT Gandum Mas Kencana sudah diekspor ke mancanegara, di antaranya ke Asia (Singapura, Malaysia, Vietnam, Filipina, Korea Selatan, India), Timur Tengah (Arab Saudi, UAE, Qatar), dan Afrika (Kenya, Nigeria).

Manfaat yang dirasakan setelah mengikuti kegiatan Pameran Seoul Food and Hotel 2022 di Korea Selatan, bergabung dalam *country pavilion* merupakan sebuah keunggulan dibandingkan dengan membuka *booth* secara mandiri. Tergabung dalam Paviliun Indonesia membuat perusahaan memperoleh kepercayaan dan meningkatkan kredibilitas perusahaan di mata *buyer*. Dalam pameran Seoul Food dan Hotel 2022, perusahaan mencatat potensi transaksi sekaligus transaksi riil sebesar USD 4.000 atau setara Rp 60 juta dengan *buyer* asal Korea Selatan. Saat

ini, pihaknya juga sedang menjajaki kerja sama dengan Homeplus Korea untuk mengekspor produk OEM.

Masukan yang diberikan oleh PT Gandum Mas Kencana di antaranya yaitu:

- a. Kemendag mempertimbangkan untuk memberikan fasilitas dalam pameran Gulfood Dubai sebagai pameran makanan dan minuman terbesar di Timur Tengah.
- b. Memperoleh informasi kontak Perwadag untuk melakukan konsultasi jika terjadi isu/kendala di negara tujuan ekspor.

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

Selama bulan Desember 2023, *press release* terkait kegiatan Ditjen PEN yang tayang dalam *website official* Kemendag sebanyak dua rilis. Rilis yang tayang adalah sebagai berikut:

1. Tampil Perdana di Pameran Taipei Building Show, Produk Bahan Bangunan Indonesia Bukukan Potensi Transaksi Rp 80,88 Miliar (12 Desember 2023).
2. Produk Halal Indonesia Periode Januari-Oktober 2023 Sumbang 87 Persen Surplus Neraca Perdagangan Nasional (19 Desember 2023).

**BAB II**  
**AGENDA KEGIATAN**  
**DIREKTORAT JENDERAL PENGEMBANGAN EKSPOR NASIONAL**

**3**  
Desember

Kemendag memfasilitasi pembukaan jaringan toko khusus produk Indonesia yang berlokasi di salah satu pusat perbelanjaan di Kuala Lumpur, secara resmi dibuka oleh Dirjen PEN Didi Sumedi bersama Duta Besar Republik Indonesia di Malaysia. Dilakukan juga penandatanganan komitmen perdagangan senilai 573,2 miliar rupiah untuk produk makanan dan minuman yang salah satunya untuk keperluan toko produk Indonesia di seluruh Malaysia.



Direktur Pengembangan Ekspor Produk Manufaktur, Direktur Pengembangan Pasar dan Informasi, dan Direktur Fasilitas Ekspor-Impor, bersama dengan Staf Khusus Menteri Perdagangan menerima delegasi ekonomi dan perdagangan dan pelaku usaha Provinsi Fujian Tiongkok. Pertemuan ini membahas kerja sama perdagangan melalui The China-Indonesia Two Countries Twin Parks di sektor pertanian, perikanan, *green mining*, serta mendorong kerja sama *industrial chain*.

**4**  
Desember

**5**  
Desember

Kemendag berpartisipasi pada perhelatan akbar produk kopi dan coklat, International Coffee and Chocolate Exhibition (ICCE) yang digelar di Riyadh International Convention & Exhibition Center, Riyadh. Paviliun Indonesia menampilkan 10 peserta yang memamerkan produk kopi dan produk coklat. Direktur Pengembangan Ekspor Produk Primer Merry Maryati turut mendampingi kesepuluh peserta terpilih dalam pameran ICCE.





Dalam rangka menggarap pasar ekspor *building material* ke pasar Taiwan, Dirjen PEN Didi Sumedi meresmikan Paviliun Indonesia yang ada di pameran Taipei Building Show bersama dengan kepala KDEI Taipei. Taipei Building Show merupakan pameran *building material* terbesar di Taipei dan merupakan pelaksanaan yang ke-35. Paviliun Indonesia diisi sembilan perusahaan yang menampilkan produk *home decor, ceramic tile, pintu besi, wood panel, tableware, diningware, serta wooden box*.

7  
Desember

8  
Desember

Ditjen PEN bersama Kantor Dagang Ekonomi Indonesia (KDEI) memfasilitasi pertemuan *buyer* Taiwan dengan para pelaku usaha Indonesia peserta Taipei Building Show 2023 bertempat di KDEI Taipei. Acara ini diikuti lebih dari 40 pelaku bisnis *building material* dari Indonesia - Taiwan. Hadir dalam pertemuan tersebut *buyer* potensial dari Taiwan antara lain: Association Tile Development Taiwan (ATDT), Miro Teak, Sun Power Ceramics, perusahaan *designer* Taiwan, serta INDEX.

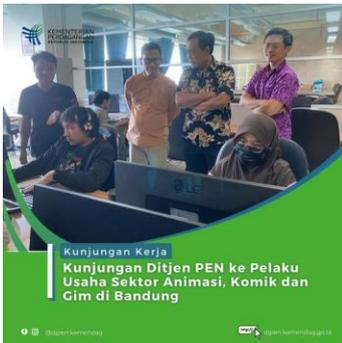


Dirjen PEN Didi Sumedi menerima delegasi Dubai Chambers di kantor Kemendag, didampingi oleh Direktur Pengembangan Pasar dan Informasi Ekspor dan Direktur Pengembangan Ekspor Produk Manufaktur. Kunjungan bertujuan menjajaki peluang kerja sama yang tersedia dan dapat dimanfaatkan antara Indonesia dan Persatuan Emirat Arab, sekaligus mengoordinasikan rencana kunjungan delegasi misi dagang dari Dubai ke Indonesia yang akan dilakukan pada bulan Mei 2024.

11  
Desember

12  
Desember

Direktur Pengembangan Ekspor Produk Manufaktur Dewi Rokhayati menyerahkan Sertifikat Good Manufacturing Practice (GMP) dan Sertifikat Halal kepada peserta program fasilitasi sertifikasi GMP dan Halal tahun 2023 yang berlangsung di Tangerang Banten. Pada tahun ini Kemendag melalui Ditjen PEN memberikan pendampingan sertifikasi GMP dan sertifikasi Halal untuk produk kosmetik dan minyak asiri dalam rangka mendorong keberterimaan di pasar ekspor.



Direktur Pengembangan Ekspor Jasa dan Produk Kreatif Miftah Farid melakukan pertemuan dengan Indigo Telkom dan PT Nuon Digital Indonesia bertempat di kantor Indigo Telkom Bandung. Kegiatan ini merupakan tindak lanjut dari diskusi sebelumnya terkait potensi kolaborasi program untuk mendukung percepatan pengembangan industri gim.

14  
Desember

14  
Desember

Dirjen PEN kembali menggelar resepsi bisnis PTE ke-28 dan Mini Exhibition Produk Potensial Ekspor dari Kabupaten Pasuruan di Kantor Kemendag. Kegiatan dibuka oleh Direktur Pengembangan Pasar dan Informasi Ekspor Arief Wibisono. Mini Exhibition memamerkan produk batik, tekstil dan produk tekstil, dekorasi rumah, makanan ringan, mocaf, dan kopi.





Plt. Sesditjen PEN Merry Maryati memimpin forum *Monitoring* dan Evaluasi Kerja Sama Kelembagaan Ditjen Pengembangan Ekspor dengan Mitra bertempat di Hotel Ibis Syle Bogor Raya. Pertemuan bertujuan untuk memperoleh informasi sekaligus melaksanakan evaluasi terhadap kegiatan yang dilaksanakan Ditjen PEN bersama mitra dalam skema kerja sama. Turut hadir adalah perwakilan dari Lembaga Pembiayaan Ekspor Indonesia (LPEI), PT ASEI, dan PT Pertamina.

15  
Desember

19  
Desember

Dirjen PEN Didi Sumedi secara resmi menutup rangkaian Trade Expo Indonesia (TEI) ke-38 tahun 2023 di kantor Kemendag. Dirjen Didi menyampaikan bahwa hingga hari terakhir penyelenggaraan TEI ke-38, total nilai transaksi dagang yang dicatatkan tercatat mencapai USD 30,5 miliar, dimana total transaksi mencakup transaksi dagang dan investasi.



Dirjen PEN Didi Sumedi membuka kegiatan *Sharing Session* dengan tema “Potensi Industri Game dan Event Game Developer Exchange (IGDX) sebagai Sarana Promosi Gim Lokal Ke Mancanegara”. Kegiatan yang digelar secara virtual ini diikuti para perwakilan perdagangan Indonesia di luar negeri. Hadir sebagai narasumber yaitu Perwakilan AGI, Adam Ardisasmita dan Perwakilan dari Kementerian Komunikasi dan Informatika, Luat Sihombing. Turut hadir dalam forum, Direktur Pengembangan Ekspor Jasa dan Produk Kreatif Miftah Farid.

19  
Desember

20  
Desember

Dirjen PEN Didi Sumedi secara resmi menutup rangkaian Trade Expo Indonesia (TEI) ke-38 tahun 2023 di kantor Kementerian Perdagangan. Dirjen Didi menyampaikan bahwa hingga hari terakhir penyelenggaraan TEI ke-38, total nilai transaksi dagang yang dicatatkan tercatat mencapai USD 30,5 miliar. Pencapaian ini melampaui target yang ditetapkan sebelumnya yaitu USD 11 miliar, di mana total transaksi mencakup transaksi dagang dan investasi.



Direktur Pengembangan Ekspor Produk Manufaktur Dewi Rokhayati memimpin pertemuan seluruh *stakeholder* terkait program pengembangan ekspor produk manufaktur tahun 2024 bertempat di Hotel Mercure Jakarta. Hadir dalam pertemuan tersebut 70 mitra yang merupakan Asosiasi Bisnis di antaranya Aprisindo, Aspaki, Perkosmi, dan Gaikindo, ILWA, serta mitra kerja sama luar negeri yakni CBI - Belanda dan SIPPO Swiss.

22  
Desember

## BAB III

### PERMASALAHAN DAN TINDAK LANJUT

#### 1.1. Kendala, Isu dan Permasalahan

**Focus Group Discussion** Perwakilan Yamaha dan beberapa peserta lainnya menyampaikan **Peningkatan Daya Saing dan Promosi Produk Alat Olahraga dan Alat Musik** perlunya mendapatkan fasilitasi promosi untuk produk alat musik ke negara tujuan ekspor. Selain itu, permintaan alat musik cenderung fluktuatif karena masih tergolong barang tersier atau hobi. Hal lain yang turut menurunkan pertumbuhan produsen nasional antara lain masuk barang impor sejenis dengan kualitas rendah dengan harga murah.

#### 1.2. Tindak Lanjut Penyelesaian

**Focus Group Discussion** Tahun 2025, Dit. PEPM berencana memfasilitasi pelaku usaha alat **Peningkatan Daya Saing dan Promosi Produk Alat Olahraga dan Alat Musik** musik untuk berpromosi di ajang pameran alat musik terbesar di dunia yakni *National Association of Music Merchants (NAMM) Show* di California, Amerika Serikat. Ditjen PEN nantinya akan berkolaborasi dengan Perwadag AS dan merangkul K/L terkait pembina industri alat musik, antara lain Kementerian Perindustrian serta Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif.

Sementara dalam mendorong promosi alat olah raga, Dit. PEPM juga akan menjajaki kemungkinan ikut serta dalam salah satu pameran olah raga terbesar dunia yakni Sportech 2025 yang diselenggarakan di Tokyo Jepang setiap bulan Juli melalui kolaborasi dengan Perwadag, Kementerian Perindustrian serta Kementerian Pemuda dan Olahraga.

## **BAB IV**

### **PENUTUP**

Selama bulan Desember 2023, kegiatan Ditjen PEN secara ringkas mencakup kegiatan-kegiatan antara lain: *Monitoring* dan Evaluasi Penyusunan *Sustainability Report* Kerja Sama Direktorat PEPP dengan Universitas Parahyangan; Kunjungan dalam Rangka Program Pendampingan dan Fasilitasi Sertifikasi HACCP untuk TA 2024; Partisipasi Indonesia pada Pameran International Coffee and Chocolate Exhibition (ICCE) 2023; Kunjungan Perusahaan dalam Rangka *Rebranding* Trade Expo Indonesia ke-38; *Focus Group Discussion* Peningkatan Daya Saing dan Promosi Produk Alat Olahraga dan Alat Musik; Kegiatan Diseminasi Hasil Kerja Sama Pengembangan Ekspor Produk Manufaktur di Kebumen; Kegiatan Pendampingan Pelaku Usaha Sertifikasi Produk Manufaktur; Kunjungan Perusahaan Dalam Rangka *Monitoring* dan Evaluasi Pelaksanaan Pameran Dagang Internasional 2023; Koordinasi Dalam Rangka *Monitoring* Pameran Produk ILMATE; Partisipasi Indonesia pada Pameran 35<sup>th</sup> Taipei Building Show 2023; Seremoni Penyerahan Sertifikat Program Fasilitasi Sertifikasi *Good Manufacturing Practice* (GMP) dan Halal Tahun 2023; *Monitoring* dan Evaluasi Pameran Automechanika 2023; Koordinasi Pelaksanaan Sertifikasi Halal dengan Pelaku Usaha Kosmetik dan Bahan penyusun Kosmetik; Pendampingan Pelaku Usaha dengan Sertifikasi Penunjang Ekspor Produk Manufaktur; Kegiatan Pendampingan Pelaku Usaha Penerima Manfaat Kerja Sama; Kunjungan Perusahaan Program Klinik Desain – LBEC 2023 di Medan; Pendampingan *Buyer* dari Amerika Serikat di D.I. Yogyakarta; *Sharing Session* tentang Industri Gim dan *Event* IGDX kepada Para Perwakilan Indonesia di Luar Negeri; Pertemuan dengan Indigo Telkom, PT Nuon Digital Indonesia, serta Kunjungan ke Ayena Studio; Sosialisasi Export Center Makassar di Kota Parepare; Kegiatan Intelijen Pasar Utama / Potensial di Yordania untuk Produk Ikan Olahan; Analisa Pengembangan Pasar Tujuan Ekspor di Republik Rakyat Bangladesh; dan Kegiatan *Monitoring* dan Evaluasi Fasilitasi Promosi Dagang Ditjen PEN Tahun Anggaran 2021-2022 di Provinsi Banten.

Peningkatan pelayanan hubungan dagang dan informasi ekspor dilaksanakan melalui Pelayanan *InaExport* dan *Business Reception* yang diadakan dua kali selama Desember 2023. Dalam bab permasalahan, isu dan tindak lanjut dibahas mengenai isu yang perlu ditindaklanjuti, yakni *Focus Group Discussion* Peningkatan Daya Saing dan Promosi Produk Alat Olahraga dan Alat Musik.

Dengan demikian, sepanjang bulan Desember 2023, selain beberapa aktivitas promosi, kegiatan Ditjen PEN juga melakukan aktivitas persiapan, pembahasan dan pengembangan kerja sama 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.