



KEMENTERIAN
PERDAGANGAN
REPUBLIK INDONESIA

Direktorat Jenderal
Pengembangan
Ekspor Nasional

LAPORAN BULANAN

JUNI 2023



trade with



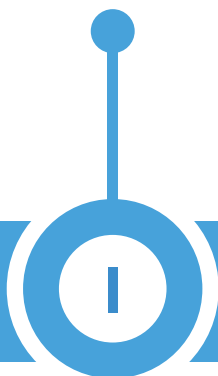
Directorate General of
National Export Development



DAFTAR

ISI

KINERJA 7 - 36

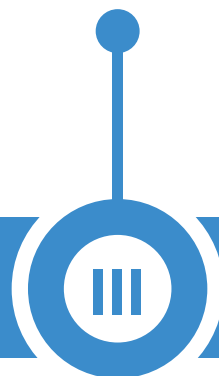


1.1. Peningkatan Ekspor Produk Primer	7
1.2. Peningkatan Ekspor Produk Manufaktur	11
1.3. Peningkatan Diversifikasi Ekspor Jasa dan Produk Kreatif	16
1.4. Peningkatan Pelayanan Hubungan Dagang dan Informasi Ekspor	27
1.5. Kegiatan Pendukung Ditjen PEN	36



AGENDA KEGIATAN DITJEN PEN 37-42

PERMASALAHAN DAN TINDAK LANJUT 43



2.1. Kendala, Isu dan Permasalahan	43
2.2. Tindak Lanjut Penyelesaian	43



PENUTUP 44

Pada laporan bulan Juni 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 Juni 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 102.282.848.000. Dari total anggaran tersebut, berdasarkan realisasi sampai dengan 27 Juni 2023, telah direalisasikan 41,49% atau sebesar Rp 58.850.636.839.

Dengan tersusunnya laporan bulan Juni tahun 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, Juli 2023

Direktur Jenderal

Pengembangan Ekspor Nasional

RINGKASAN EKSEKUTIF

4

Kinerja Ditjen PEN dalam mendukung program pengembangan ekspor nasional sepanjang bulan Juni 2023 di sektor produk primer, Ditjen PEN melakukan **Sosialisasi Trade Expo Indonesia (TEI) 2023 di Jawa Tengah** secara *hybrid* dan dihadiri oleh lebih dari 120 pelaku usaha, **Pelaksanaan Workshop TFO Kanada: Peluang dan Potensi Ekspor Produk Makanan Olahan ke Pasar Kanada** untuk memberikan gambaran dari potensi produk makanan olahan dan organik di pasar Kanada yang masih bisa dikembangkan ekspornya, serta **Indonesian Days in Budapest 2023 di Budapest, Hongaria** dengan Total potensi nilai transaksi sebesar USD 2.362.162 yang diperoleh dari kegiatan penandatanganan MoU sebesar USD 160.000, *business matching* senilai USD 2.179.780 dan transaksi retail sebesar HUF 7.610.303 atau setara USD 22.382.

Untuk mendukung program pengembangan ekspor produk manufaktur, Ditjen PEN melakukan **Pendampingan Pelaku Usaha Technical Assistance Mission (TAM) Program Local Business Export Coaching (LBEC)** yang merupakan bentuk *transfer knowledge* dari metode pembinaan ekspor CBI Belanda untuk pengembangan dan peningkatan ekspor produk Home Decoration ke pasar Eropa, **Kegiatan Pelepasan Ekspor Produk Alas Kaki NIKE Tujuan Uni Eropa** yang dilaksanakan di kantor PT Selalu Cinta Indonesia (SCI) Jawa Tengah dengan nilai transaksi sebesar USD 96.000, **Pelaksanaan Pendampingan Good Manufacturing Practice (GMP) untuk Kosmetik (ISO 22716:2007) Tahap II kepada PT Andara Cantika Indonesia** yang bertujuan untuk pengecekan *progress* perbaikan fasilitas produksi dan manajemen perusahaan, pengenalan dan persiapan dokumen yang dibutuhkan, **Bimbingan Teknis “Upaya Peningkatan Daya Saing Dalam Rangka Percepatan Ekspor TPT Indonesia”** yang bertujuan untuk membahas isu, permasalahan, dan peluang ekspor industri TPT Indonesia, dan **Partisipasi Indonesia pada Pameran Automechanika Ho Chi Minh City, di Ho Chi Minh City - Vietnam** yang menghasilkan potensi transaksi senilai USD 10,96 juta atau setara dengan Rp 164,6 miliar.

Sedangkan untuk meningkatkan pengembangan ekspor jasa dan produk kreatif, meliputi: **Pelaksanaan Identifikasi Pelaku Usaha Sektor Fesyen dan Makanan dan Minuman Siap Ekspor** yang bertujuan untuk melakukan pengumpulan data dan informasi serta melakukan evaluasi dan verifikasi terhadap pelaku usaha sektor ritel fesyen dan makanan dan minuman di Provinsi Yogyakarta, **Kegiatan Forum Konsultasi Klinik Desain** yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas kemasan dan mendorong

peningkatan kualitas produk UMKM, **Kegiatan Identifikasi Pelaku Animasi, Comic, dan Game (ACG) Siap Ekspor di Provinsi Bali** yang bertujuan untuk mengumpulkan data dan informasi serta melakukan evaluasi dan verifikasi terhadap perusahaan sektor ACG di Bali, **Penyelenggaraan Pameran Indonesia Comic Con (ICC) 2023** dengan nilai transaksi dan potensi transaksi yang dihasilkan sebesar Rp 488 juta, dan **Pelaksanaan Klinik Konsultasi Desain Produk Unggulan Daerah di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta** untuk memberikan informasi dan konsultasi produk unggulan daerah kepada pelaku usaha di Yogyakarta.

Peningkatan pelayanan peluang pasar dan informasi ekspor dilaksanakan melalui **Pelayanan InaExport dan Business Reception**. Pelayanan hubungan dagang yang diterima InaExport pada bulan Juni 2023 berjumlah 23 permintaan hubungan dagang dan informasi lainnya yang disampaikan melalui *email* kepada InaExport. *Business Reception* selama bulan Juni 2023 dilaksanakan tiga kali yaitu pada tanggal 8, 15 dan 22 Juni 2023. Selain itu, dilaksanakan **Kegiatan Sosialisasi dan Penjaringan Penghargaan Primaniyarta di Surabaya – Jawa Timur** sebagai salah satu upaya untuk mengenalkan Primaniyarta kepada perusahaan eksportir yang dinilai berprestasi dalam memperluas pasar di tingkat global, **Kegiatan Penyuluhan Informasi dan Komunikasi Ekspor** yang bertujuan untuk membantu para pelaku usaha berorientasi ekspor untuk mempromosikan produk secara *online* serta mendapatkan informasi mengenai peluang pasar di luar negeri, dan **Focus Group Discussion (FGD) Pengembangan Ekspor Limbah Minyak Goreng / Used Cooking Oil (UCO)**.

Untuk kegiatan pendukung Ditjen PEN pada bulan Juni 2023, terpublikasi secara ringkas pada **Press Release Kegiatan DJPEN dalam Website Kemendag** sebanyak 13 rilis berita.

1.1. Peningkatan Ekspor Produk Primer

Sosialisasi Trade Expo Indonesia (TEI) 2023 di Jawa Tengah

Sosialisasi dilaksanakan pada tanggal 8 Juni 2023, bekerjasama dengan Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Jawa Tengah. Kegiatan dilakukan secara *hybrid* dan dihadiri oleh lebih dari 120 pelaku usaha (70 pelaku usaha yang hadir secara *offline* dan 50 secara *online*).

Kepala Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Jawa Tengah diwakili oleh Kabid Daglu. Beliau menyampaikan Pemda Provinsi mendukung penyelenggaraan TEI ke-38 dan akan membantu Kementerian untuk menyampaikan informasi ini kepada pelaku usaha yang berada di wilayah kerja Provinsi Jawa Tengah. Perhelatan TEI diharapkan dapat lebih membangkitkan kembali perdagangan internasional, khususnya pasca pandemi covid 19. Selain dukungan terhadap TEI, Kabid Daglu melaporkan bahwa ekspor non-migas Jawa Tengah berhasil mempertahankan *surplus* neraca perdagangan, meskipun nilai ekspornya turun. Pangsa pasar ekspor Jawa Tengah didominasi oleh produk pakaian jadi, aksesoris, alas kaki, kayu, dan barang dari kayu yang terakumulasi sekitar 60-70%.

Pada kesempatan yang sama, dilakukan penyerahan sertifikat HACCP kepada tiga UKM di Jawa Tengah yang menjadi peserta program Sertifikasi Keamanan Pangan Tahun 2022. Seremonial penyerahan sertifikat dilakukan secara simbolis dengan disaksikan perwakilan dari Dinas Jawa Tengah.

Untuk teknis penyelenggaraan TEI ke-38, PT Debindo Adi Multiwasti selaku *Event Organizer* (EO) menyampaikan konsep TEI, benefit bagi peserta TEI, rangkaian program dan kegiatan selama TEI (*business matching, business counseling, seminar internasional, live performance* dan lain-lain). Pada sesi tanya jawab, pertanyaan yang banyak diajukan

adalah seputar bagaimana cara mendaftar, harga *booth* dan zonasi (terdapat sekitar lima perusahaan yang mendaftar sebagai peserta TEI 2023).

Sebagai rangkaian kegiatan sosialisasi TEI di Jawa Tengah, dilakukan kunjungan ke lima perusahaan yang sudah berorientasi ekspor, yaitu sebagai berikut:

1. **PT Nayati Indonesia**, merupakan perusahaan yang memproduksi *cooking equipment* meliputi modular *cooking, asian cooking, kitchen block, refrigeration, dish washer, oven, stainless steel, outdoor kitchen*, dan *self service*. Produk *cooking equipment* dari PT Nayati telah memiliki sertifikat CE (*Conformite Europeene*). Selama ini perusahaan telah melakukan ekspor ke wilayah Eropa seperti Belgia, Prancis, Jerman, Singapura, India, dan beberapa negara di *Middle East*. Perusahaan Nayati memperoleh penghargaan *Prismaniyarta Award* tahun 2015 dan 2016. Perusahaan Nayati menyampaikan bahwa saat ini *market* yang menjanjikan adalah *middle east* dan untuk itu perusahaan sedang memproses SASO Certificate. Berkaitan dengan kegiatan TEI, perwakilan perusahaan akan menyampaikan kepada manajemen terlebih dahulu mengingat tahun ini akan mengikuti pameran *HostMilano 2023* yang akan diselenggarakan tanggal 13-17 Oktober 2023 di Milan.
2. **PT Morich Indo Fashion**, merupakan perusahaan yang memproduksi jaket, celana *training, pant short, T-shirt, casual* dan *sport ware* dari berbagai produk luar dengan *brand* di antaranya *Perryellis, S Oliver, Umbro* beberapa *brand* internasional lainnya. Produk PT Morich Indo Fashion 80 persen dipasarkan ke negara Amerika Serikat dan sisanya tersebar ke bebe-

rapa pasar negara seperti Eropa, Asia, India, Jepang dan Tiongkok. PT Morich Indo Fashion ditetapkan sebagai Kawasan Berikat sehingga seluruh produk ditujukan untuk ekspor. Berkaitan dengan kegiatan TEI, perusahaan akan menyampaikan kepada manajemen.

3. **CV Laksana**, merupakan perusahaan karoseri kendaraan bermotor seperti bus. Pangsa pasar produk CV Laksana 90 persen domestik dan 10 persen ekspor dengan tingkat TKDN 60 persen. Kapasitas produk adalah 100-120 unit dengan *system customized*. Pasca pandemi covid 19, permintaan bus meningkat khususnya untuk keperluan ekspor ke Laos dan Fiji. Terkait dengan program haji dan umroh disampaikan bahwa perusahaan belum berhasil mengikuti tender pengadaan haji-umroh yang dilaksanakan oleh Kementerian Agama, dikarenakan pemerintah Saudi Arabia mensyaratkan penggunaan material dari Eropa seperti yang digunakan Mercedes. Sedangkan *budget* yang diajukan dalam proposal Kementerian Agama hanya untuk material dari Cina. CV Laksana memenangkan Good Design Indonesia dua kali, tapi belum berhasil memasuki pasar Jepang.
4. **PT Choice Plus Makmur**, merupakan perusahaan *cookies, wafer biscuits, 3-in-1 instant coffee*, dan *roasted Indonesian coffee beans*, dengan fokus pasar ekspor seperti Tiongkok, Amerika Serikat, Malaysia, dan Kamboja. Untuk pasar dalam negeri produk *Choice Plus* dipasarkan melalui jaringan pasar premium seperti Lotte, Ranch Market, dan Farmer Market. Perusahaan menerima banyak permintaan pada saat pandemi covid-19 khususnya untuk ekspor. PT Choice Plus Makmur juga menjadi *supplier* utama program pengadaan barang dan jasa dari Kementerian Sosial dan Angkatan Udara Republik Indonesia berupa penyediaan makanan pangan sehat. Perusahaan juga telah mengajukan ikut serta pada program makanan pangan sehat.
5. **PT Ampera Wira Wijaya**, dikenal dengan nama Herbora adalah perusahaan industri minuman

yang diambil dari bahan baku herbal atau rempah asli Indonesia berupa rempah-rempah dari bunga, biji-bijian, kulit, akar, dan organik pilihan. Teh herbal Herbora sudah dibuat dari tahun 2006 dan diproduksi secara masal tahun 2013 sampai sekarang menjadi minuman kegemaran masyarakat sebagai pilihan untuk menjaga kesehatan secara alami. Produk Herbora sudah diekspor ke beberapa negara *middle* seperti Arab Saudi, Dubai, dan Turki. Herbora merupakan salah satu UKM yang lulus kurasi untuk program pendukung Haji Umroh sebagaimana tercantum dalam perjanjian kerja sama antara Kementerian Perdagangan, Kementerian Agama, Kementerian Koperasi UKM, dan KADIN.

Pelaksanaan Workshop TFO Kanada: Peluang dan Potensi Ekspor Produk Makanan Olahan ke Pasar Kanada

Kegiatan workshop TFO Kanada dilaksanakan di Surabaya pada tanggal 9 Juni 2023, yang dihadiri oleh peserta yang berasal dari para pelaku usaha, perwakilan instansi NGO, dan narasumber *Trainer TFO Kanada* dari GAPMMI, Asosiasi Organik Indonesia, IWAPI, serta sebagai moderator yaitu dari *Local Coordinator TFO Kanada*. Para pembicara merupakan trainer dan dilatih langsung oleh TFO Kanada untuk memberikan gambaran dari potensi produk makanan olahan dan organik di pasar Kanada yang masih bisa digarap atau dikembangkan ekspornya. Selanjutnya pelaku usaha/peserta yang potensial akan diikutsertakan dalam seleksi untuk keikutsertaan dalam SIAL Montreal 2024.

Workshop dibuka oleh Direktur Pengembangan Ekspor Produk Primer Ditjen PEN, dalam sambutannya menyampaikan peranan penting produk makanan olahan dalam ekspor non-migas Indonesia dengan nilai ekspor USD 5,24 miliar atau naik 5,4 persen dibandingkan tahun 2021 sebesar USD 4,97 miliar. Ekspor produk makanan dan minuman olahan Indonesia tahun 2022 didominasi oleh wafer, olahan udang, *instant noodles*, ekstrak

kopi, dan kopi instant dengan negara tujuan ekspor terbesar adalah Amerika Serikat, Filipina, Malaysia, Tiongkok, dan Thailand. Pasar negara ASEAN mendominasi ekspor makanan olahan Indonesia ke dunia sebesar 37 persen ekspor ditujukan ke negara kawasan ASEAN. Sementara ekspor makanan olahan Indonesia ke Kanada masih terbilang kecil, senilai USD 46,8 juta, namun mengalami *trend* di lima tahun terakhir (19,8 persen).

Local Coordinator TFO Kanada Said Fauzan Baabud menyampaikan bahwa Kanada merupakan pasar yang potensial untuk eksportir Indonesia. Impor per kapita orang Kanada dua kali lipat dari impor per kapita orang Amerika Serikat. Namun terdapat beberapa hal yang harus diperhatikan oleh eksportir Indonesia, antara lain faktor sosial dan lingkungan dari komoditas yang diekspor. Dalam segi sosial konsumen Kanada memiliki perhatian terhadap partisipasi dan kontribusi *gender* perempuan dalam perusahaan. Fasilitas yang akan didapat jika lolos kurasi dan menjadi peserta SIAL Montreal 2024, antara lain *market familization* dan *training* perusahaan untuk persiapan pameran.

Perwakilan dari GAPMMI, Irwam Santo Widjaja menyampaikan strategi penetrasi pasar makanan olahan Kanada dapat melalui strategi demografi dan tren konsumen Kanada. Jumlah populasi imigrasi terbesar terdapat di Kanada bagian Barat seperti British Columbia (Vancouver) dan Alberta (Calgary) dengan selera makanan yang lebih variatif dibandingkan Kanada bagian Timur (Quebec, Ontario, dan New Brunswick).

Untuk tren konsumen Kanada, terdapat enam poin yang perlu diperhatikan eksportir antara lain makanan sehat (bersertifikasi organik dan HACCP), makanan vegan/vegetarian, kepraktisan, beretika (menjunjung etika bisnis dan *fair trade*), produk buatan Kanada, dan *online e-commerce*. Sebagai masukan untuk perusahaan dari penerapan strategi produk yang sudah disampaikan, diperlukan "5-S Concept" yaitu segmentasi pasar, strategi produk, strategi harga, strategi promosi, strategi distribusi, dan pemilihan mitra.

Perwakilan Aliansi Organisme Indonesia (AOI) Ratna Puspaningtyas menyampaikan bahwa pentingnya bagi pelaku usaha untuk menyusun *Export Marketing Plan* (EMP) sebagai acuan dalam mengukur keberhasilan usaha dan strategi atau perencanaan perusahaan lebih tepat sasaran. Setiap EMP harus minimal memuat informasi terkait *Customer Description*, *Market Entry Strategy*, *Regulatory & Logistical issue*, *Risk Factors*, *Implementation Plan*, dan *Resource Requirements*. *Market* Kanada juga memiliki keunikan dalam hal preferensi konsumen di Kanada terhadap produk yang berkelanjutan (*sustainable*). *Sustainable* menjadi hal yang dipertimbangkan karena konsumen ingin berkontribusi terhadap lingkungan dan planet dari setiap produk yang mereka konsumsi.

Perwakilan IWAPI Sofi Suryasnia menyampaikan bahwa bagaimana partisipasi perempuan yang bekerja dapat meningkatkan pendapatan rumah tangga sebesar 37 persen. Selain itu disampaikan bahwa dalam berbisnis untuk ekspor terdapat hal-hal yang harus dikuasai oleh eksportir, di antaranya prinsip perdagangan internasional, peranan bank dalam perdagangan internasional, metode pembayaran dalam transaksi perdagangan internasional, dan pembiayaan ekspor.

Dit. PEPP selanjutnya akan bekerjasama dengan TFO Kanada untuk seleksi perusahaan makanan dan minuman untuk diikutsertakan dalam program pelatihan menjadi peserta SIAL Montreal 2024. Perusahaan diharuskan untuk mengisi *survey* dan formulir *export plan* yang berisi formulir tentang rencana ekspor, kegiatan/bisnis utama perusahaan, partner bisnis, strategi pemasaran, target pasar, dan program CSR (*Corporate Social Responsibility*) yang dimiliki.

Indonesian Days in Budapest 2023 di Budapest, Hongaria

Direktur Pengembangan Ekspor Produk Primer (PEPP) menghadiri kegiatan Indonesian Days in Budapest 2023 di Budapest, Hongaria pada

tanggal 17-18 Juni 2023. Kegiatan ini merupakan kerja sama antara Indonesian Trade Promotion Centre (ITPC) Budapest, Kedutaan Besar Republik Indonesia di Budapest, dan Bank Indonesia. Kegiatan dibuka oleh Duta Besar LBBP RI untuk Hongaria, A.H. Dimas Wahab dan Deputi Gubernur Bank Indonesia Doni Primanto Joewono.

Dalam kegiatan ini juga turut dilakukan pertemuan khusus dengan para pelaku ekspor Indonesia dan *partner/distributor* produk Indonesia di Hongaria. Adapun *partner/distributor* produk Indonesia yang melakukan audiensi dengan Direktur PEPP adalah CEO Baliayu Balinese Massage Spa, CEO Runbest Kft, CEO Monte Kft, CEO Asian Shop, dan CEO Indonesia Rumah Makan Kft. Dalam audiensi dimaksud disampaikan dukungan Kemendag kepada *partner/distributor* produk Indonesia di Hongaria serta permintaan dukungan promosi oleh *partner* di Hongaria untuk produk-produk Indonesia yang dipasarkan ke Kawasan Eropa Tengah dan Timur (ETT) melalui Hongaria.

Indonesian Days in Budapest merupakan kegiatan tahunan untuk mempromosikan Indonesia melalui pameran dan ritel produk. Pada penyelenggaraan tahun ini, kegiatan dimeriahkan dengan Festival Kopi, pameran dan ritel produk kerajinan tangan, tekstil, aksesoris, *home decor*, dan makanan dari UMKM Binaan Bank Indonesia; promosi kuliner melalui demo masak dan Restoran Indonesia, ritel produk makanan minuman Indonesia oleh Toko Asia di Hongaria, promosi *massage* dan spa Indonesia; serta kegiatan budaya.

Indonesian Days juga diisi dengan kegiatan promosi kopi melalui Festival Kopi Indonesia. Kegiatan ini menyajikan program *cupping*, *tasting*, seminar, dan temu bisnis. Festival Kopi Indonesia di Budapest dilaksanakan tepat tiga hari sebelum penyelenggaraan World of Coffee (WOC) pada 22 – 24 Juni 2023 di Athena, Yunani, yang dimaksudkan untuk mengoptimalkan partisipasi produsen kopi Indonesia untuk melakukan promosi di dua lokasi sekaligus, sehingga dapat menjangkau pasar kopi yang lebih luas di kawasan Eropa dan sekitarnya.

Terdapat lima produsen kopi Indonesia yang hadir

ke Indonesian Days in Budapest dan juga hadir di kegiatan WOC Athena. Kelima perusahaan yang berkesempatan untuk memasarkan produknya ke pasar ETT melalui Indonesian Days in Budapest antara lain: PT Iceh Agro Indonesia, PT Commodities Source Indonesia, KBQ Baburayan Cooperative, Koperasi Koerintji Barokah Bersama, dan Randan Uma Coffee.

Selain produsen kopi, terdapat UMKM Binaan Bank Indonesia yang berkesempatan membawa produk sampel dan ritel, antara lain: Bale Rattan, CV Dita Mandiri, Galeri Batik Jawa, Wastraloka, Joglo Ayu Tenan, Indhe Indonesian Bag Fashion, Buana Alit, Project Sekar, Kar Jewelry, Naruna, CV Mendong Jaya, Mia Bordir, Batik Tenun Vi, Rumah Rakuji, Alishamarsya, Cokelatin, Kultiva, Nankaku, Kopwan Srikandi, Semedo Manise, Cavatoz, Narata, Rostcas, Minang Kakao, Krakakoa, dan Kulaku.

Pada hari pembukaan kegiatan dilaksanakan penandatanganan Memorandum of Understanding (MoU) antara enam perusahaan importir Hongaria yang dilakukan secara *offline* dan disaksikan secara *online* oleh enam *partner* eksportir Indonesia, yaitu:

1. Helloservice Kft dengan PT Kultiva Indonesia Makmur untuk produk keripik dengan potensi nilai transaksi USD 25.000.
2. Tarcha World Kft dengan Minang Kakao untuk produk bubuk kakao dengan potensi nilai transaksi USD 40.000.
3. Retkoz Pack Bt dengan Koperasi Wanita Srikandi untuk produk kelapa parut kering dengan potensi nilai transaksi USD 25.000.
4. Vita Stilo Hungary Kft dengan PT Kampung Kearifan Indonesia untuk produk makanan sehat dengan potensi nilai transaksi USD 10.000.
5. Yellow Phoenix Kft dengan KBQ Baburayan Cooperative untuk produk kopi dengan potensi nilai transaksi USD 10.000.
6. Cserepvaros Kft dengan Alishamarsya untuk produk tekstil dengan potensi nilai transaksi USD 50.000. Total potensi nilai transaksi dari

kegiatan penandatanganan MoU ini adalah sebesar USD 160.000.

Sementara itu untuk dua hari pelaksanaan kegiatan ritel produk dan kuliner Indonesia di Indonesian Days, tercapai nilai realisasi transaksi sebesar HUF 7.610.303 atau setara USD 22.382. Produk-produk yang diminati dalam kegiatan ritel ini antara lain: makanan dan minuman dalam kemasan, tekstil, aksesoris, *home decor* dan souvenir, serta produk kuliner Indonesia.

Di sela-sela kegiatan *cupping* program juga dilaksanakan kegiatan *business matching* antara pelaku ekspor kopi Indonesia dengan *roaster* dan importir kopi. Kegiatan tersebut berhasil mencatat potensi kesepakatan bisnis dari para pelaku usaha/importir kopi asal Hongaria senilai USD 2.179.780 untuk rencana pembelian biji kopi dari PT CSI, KBQ

Baburayan, dan PT Iceh Agro Indonesia. Selain itu, pemilik *coffee roastery* asal Turki juga tertarik untuk melakukan kontak dagang pembelian produk biji kopi dengan total potensi nilai transaksi USD 295.680 ($\pm$ dua *containers*/tahunnya) dari KBQ Baburayan. Selain permintaan produk kopi, dari PT CSI telah menerima permintaan kontak dagang untuk produk bubuk kakao dengan potensi nilai transaksi senilai USD 22.100.

Indonesian Days in Budapest dihadiri oleh lebih dari 5.000 pengunjung yang terdiri dari penduduk lokal, wisatawan asing, dan pengunjung profesional. Dengan dilaksanakannya kegiatan Indonesian Days in Budapest, diharapkan semakin meningkatkan pengetahuan masyarakat Eropa tentang Indonesia dan menambah daya tarik tentang produk-produk Indonesia.

1.2. Peningkatan Ekspor Produk Manufaktur

Pendampingan Pelaku Usaha *Technical Assistance Mission (TAM) Program Local Business Export Coaching (LBEC)*

Dalam kerangka kerja sama program LBEC, Dit. PEPM melakukan pendampingan kegiatan TAM antara *coach* atau *expert* CBI dengan perusahaan peserta program LBEC yang dilaksanakan pada 14-15 Juni 2023 di Bali, untuk dua pelaku usaha peserta program LBEC yaitu Sheo Home Living dan Gangga Sukta. Kedua perusahaan ini juga turut berpartisipasi pada pameran TEI 2022 dan pameran IFEX 2023.

Kegiatan ini merupakan bentuk *transfer knowledge* dari metode pembinaan ekspor CBI Belanda untuk pengembangan dan peningkatan daya saing ekspor produk Home Decoration ke pasar Eropa. Tujuan kegiatan ini adalah untuk mempertajam asistensi, melakukan pendampingan, mendapatkan informasi manfaat kerja sama dari peserta program, mengidentifikasi permasalahan selama menjalani program, melakukan evaluasi pelaksana-

an program dan mendapatkan *feedback*, serta menyusun rencana tindak lanjut kegiatan asistensi dan pendampingan.

Kegiatan diawali dengan kunjungan ke Sheo Home Living, dan diperoleh beberapa catatan, yaitu:

1. Pelaku usaha memperoleh manfaat yang besar dari program LBEC terutama untuk pengetahuan dan persiapan *market entry* ke pasar Eropa. Hal ini mendukung perusahaan untuk terus berorientasi ekspor.
2. Selama pandemi, permintaan terhadap *home decor* cukup meningkat. Hal ini terjadi karena banyak konsumen yang melakukan *remodelling* dan dekorasi rumahnya ketika masa pandemi.
3. Perusahaan mempromosikan produk menggunakan *website* sendiri tanpa melalui *e-commerce* atau media sosial lain. Pengelolaan *website*

juga dilakukan secara mandiri oleh tim Sheo Home Living.

4. Untuk memenuhi permintaan produk, perusahaan bekerja sama dengan beberapa produsen/ *supplier* di wilayah Cirebon, Yogyakarta, dan Solo.
5. Paska partisipasi pada *booth* LBEC Ditjen PEN di IFEX 2023, Sheo Home Living memperoleh *order* dari *buyer* yang telah ditindaklanjuti dengan pengiriman satu kontainer ke Spanyol.

Kunjungan selanjutnya yaitu ke perusahaan Gangga Sukta, dengan beberapa catatan yaitu:

1. Gangga Sukta sudah berdiri lebih dari 20 tahun di Gianyar Bali, yang secara aktif melakukan pengembangan lini bisnisnya seluas mungkin.
2. Sistem pelatihan dalam program LBEC sudah membantu perusahaan untuk mengembangkan bisnisnya, karena disampaikan secara komprehensif mulai dari materi dasar hingga lanjutan. Sebagai bentuk CSR, perusahaan juga melakukan *transfer knowledge* dan pendampingan atas ilmu yang diperoleh ke pelaku UKM asli Bali di sektor *handycraft*.
3. Melalui program LBEC, perusahaan berharap dapat melakukan *market entry* di Eropa, di mana salah satunya berpartisipasi pada pameran Ambiente di Jerman.
4. Paska partisipasi pada *booth* LBEC di IFEX 2023, perusahaan mendapatkan kontrak pembelian untuk pengiriman ke Los Angeles, Amerika Serikat sejumlah satu kontainer.

Secara khusus, *coach* dan perusahaan peserta LBEC melakukan diskusi terkait *progress* pelatihan dan pendampingan, manfaat kerja sama, serta permasalahan yang dihadapi selama menjalani program. Dalam kesempatan ini, *coach* dan pendamping juga memberikan *feedback* atau solusi, sekaligus tindak lanjut *Export Marketing Plan* yang telah disusun perusahaan.

Kegiatan Pelepasan Ekspor Produk Alas Kaki NIKE Tujuan Uni Eropa

Pelepasan ekspor produk alas kaki NIKE dilaksanakan di kantor PT Selalu Cinta Indonesia (SCI) Salatiga, Jawa Tengah, dipimpin oleh Staf Khusus Menteri Perdagangan Bidang Perjanjian Perdagangan Internasional Bara Hasibuan mewakili Menteri Perdagangan pada tanggal 20 Juni 2023. Bara Hasibuan bersama dengan Kepala Disperindag Provinsi Jawa Tengah, Sekda Kota Salatiga, Penasehat Khusus Menko Marves, *Vice President Government and Public Affairs for NIKE Asia Pacific and Latin America*, Direktur Perundingan Bilateral Ditjen PPI serta Direktur Fasilitas Ekspor dan Impor Ditjen Daglu, dan perwakilan Direktorat Pengembangan Ekspor Manufaktur melepas ekspor produk alas kaki Nike tujuan Uni Eropa dengan nilai sebesar USD 96.000.

Perusahaan Nike sudah bekerjasama dengan PT SCI sejak tahun 2018 dalam memproduksi produk sepatu Nike (sepatu, *apparel* dan aksesoris). PT SCI sendiri sudah berdiri sejak tahun 2015 dan resmi beroperasi pada tahun 2016 dengan kapasitas produksi 17,9 juta pasang sepatu pada tahun 2022. Dari 17,9 juta pasang sepatu, sebanyak 12,1 juta pasang diekspor ke *worldwide* dan 3,32 juta diekspor ke Uni Eropa atau sebesar 27,44 persen dari total ekspor PT SCI.

Nike juga bermitra dengan 40 perusahaan di Indonesia lainnya yang berlokasi di Pulau Jawa. Dari sisi investor, Nike melihat keunggulan Pulau Jawa khususnya Jawa Tengah, dalam hal sebagai lokasi pabrik sepatu dibandingkan dengan wilayah lain di antaranya infrastruktur yang mendukung berupa akses jalan tol; ketersediaan tenaga kerja; upah yang kompetitif bahkan dibandingkan dengan kompetitor Indonesia seperti Vietnam dan India; serta budaya dan iklimnya.

Beberapa hal yang menjadi *concern* Nike dan PT SCI dalam pertemuan tersebut, antara lain :

1. Nike Indonesia telah bermitra dengan beberapa pabrikan rekanan sepatu di Indonesia untuk tujuan ekspor ke berbagai kawasan. Selain

mengeksport, Nike Indonesia juga melakukan impor produk sepatu jadi untuk mengisi store Nike di seluruh Indonesia untuk HS/Pos tarif 6406 yakni alas kaki dengan *sole* luar dari bahan tekstil (*upper textile*).

2. Sebagai *single importer*, Nike saat ini memperoleh persetujuan impor dari Kementerian Perdagangan sebanyak 70.000 pasang dalam sekali pengajuan dengan total lima kali dalam satu tahun atau sekitar 350.000 pasang per tahun.
3. Nike berharap Kemendag dapat mempertimbangkan jumlah pasang sepatu yang dapat diimpor oleh Nike yang saat ini diperoleh oleh Kemendag.
4. Nike juga menyampaikan perlunya perbaikan infrastruktur dan kapasitas pelabuhan Tanjung Emas, mengingat saat ini *vessel schedule* masih sangat terbatas dan perlu kapal berukuran lebih besar untuk mendukung *direct shipment* ke Amerika Serikat dan Eropa.
5. Nike berharap Perjanjian Dagang Indonesia-EU CEPA dapat segera ditandatangani dan menyatakan dukungannya terhadap tim negosiasi Indonesia bila diminta masukan terkait perundingan dimaksud. Percepatan penyelesaian perundingan I-EU CEPA diharapkan dapat mendorong peningkatan *competitiveness* produk alas kaki Indonesia di Eropa di antara *competitor* Indonesia.
6. PT SCI merupakan pabrik sepatu Indonesia pertama yang menggunakan solar PV (fotovoltaik) sebagai langkah menuju *net zero emission*. Saat ini, PT SCI memiliki kapasitas sebesar 3,8 MW, namun hanya memperoleh izin utilisasi dari PLN sebesar 1,4 MW, sehingga terdapat 2,4 MW yang tidak ter-utilisasi.
7. PT SCI berharap PLN dapat memberikan izin utilisasi sebesar 100 persen kapasitas yakni 3,8 MW.

Kegiatan pelepasan ekspor untuk produk unggulan Indonesia lainnya dengan kehadiran Kementerian Perdagangan, perlu terus dilakukan dengan na-

rasi yang kuat sehingga dapat meningkatkan citra produk ekspor Indonesia di negara mitra. Di samping itu, pelepasan ekspor juga menjadi momentum perluasan pasar ekspor produk Indonesia serta penggerak roda perekonomian Indonesia pasca pandemi.

Pelaksanaan Pendampingan *Good Manufacturing Practice (GMP)* untuk Kosmetik (ISO 22716:2007) Tahap II kepada PT Andara Cantika Indonesia

Sebagai tindak lanjut dari pelaksanaan Program Fasilitasi Sertifikasi GMP untuk produk kosmetik dan minyak asiri (ISO 22716:2007) oleh Dit. PEPM, telah dilakukan pendampingan tahap II kepada PT Andara Cantika Indonesia yang berlokasi di Jawa Timur pada tanggal 21-24 Juni 2023. Kegiatan ini bertujuan untuk pengecekan *progress* perbaikan fasilitas produksi dan manajemen perusahaan, pengenalan dan persiapan dokumen yang dibutuhkan pada sertifikasi ISO 22716:2007 yaitu *Standard Operating Procedure (SOP)*, *Sanitation Standard Operating Procedure (SSOP)*, *Form Checklist*, dan Instruksi Kerja.

Pendampingan GMP Kosmetik Tahap II dilakukan oleh Tenaga Ahli Dede Saputra bersama dengan tim Dit. PEPM. Diikuti juga oleh Fanny Lia Sutanto selaku pemilik perusahaan, Aditya Garjito sebagai Komisaris, dan anggota tim yang terdiri dari *General Affair*, Penanggung Jawab Teknis, Kepala Produksi, *Purchasing*, dan *Quality Control*.

Pada hari pertama, Tenaga Ahli memberikan penjelasan mengenai dokumen-dokumen yang harus disiapkan untuk audit sertifikasi ISO 22716:2007. Tenaga Ahli memberikan 25 persen contoh dokumen dari keseluruhan dokumen dan tim diharuskan untuk melengkapi dokumen-dokumen tersebut hingga kelengkapan mencapai 100 persen. SOP, SSOP, Instruksi Kerja, dan Form Checklist yang sudah dibuat sebaiknya diterapkan selama 1,5 bulan sebelum dapat dinyatakan siap audit. Selain itu, juga dilakukan pengecekan *self-assessment* dan *gap analysis* dari pendampingan

tahap pertama. Tim perusahaan melakukan finalisasi dokumen *self-assessment* dan *gap analysis* yang belum terselesaikan. Pada akhir pendampingan, telah ditambahkan berbagai foto pembaruan area pabrik yang telah dilaksanakan oleh perusahaan.

Pada hari kedua, Tenaga Ahli melakukan pendampingan dalam pembuatan diagram alir produksi. Dilakukan pendataan daftar bahan baku dan bahan kemas yang digunakan, hingga masing-masing klien maklon beserta pesannya. Kemudian dibuat alur produksi yang dimulai dari penerimaan bahan baku, pengecekan standar bahan baku, penyimpanan bahan baku, penimbangan bahan, proses *mixing*, proses cek kualitas, proses *filling*, uji kebocoran, pengemasan sekunder, hingga pengemasan final, dan penyimpanan produk jadi hingga pengiriman.

Pada hari ketiga, dilakukan kembali inspeksi pabrik untuk melakukan pengecekan rekomendasi perbaikan fasilitas produksi dari Tenaga Ahli pada pendampingan tahap pertama, serta mengidentifikasi apabila masih terdapat ketidaksesuaian dengan prinsip-prinsip pada ISO 22716:2007. Secara umum, perusahaan telah menerapkan prinsip-prinsip pada ISO 22716:2007 dan menerapkan perbaikan yang direkomendasikan. Tenaga Ahli menilai perbaikan perusahaan sudah mencapai 96 persen.

Namun, masih ada beberapa catatan yang ditemukan pada area produksi, antara lain:

1. Masih terdapat aktivitas pengemasan sekunder di lantai yang dilakukan oleh buruh lepas, seharusnya kegiatan pengemasan dilakukan di atas meja.
2. Para buruh lepas tersebut masih melakukan aktivitas makan dan minum ketika proses pengemasan, seharusnya proses produksi terbebas dari potensi kontaminasi seperti makanan dan minuman.
3. Buruh lepas tidak menggunakan *safety jacket* pada saat proses pengemasan.
4. Peletakan alat produksi pada ruangan *mixing*

dan *filling* perlu disesuaikan untuk efisiensi pergerakan manusia.

5. Masih terdapat beberapa celah pada dinding dan langit-langit di area produksi yang berpotensi menjadi jalur hama.
6. Perlu pelabelan yang jelas untuk setiap bagian pada fasilitas produksi.
7. Serta kerapian barang-barang yang perlu lebih diperhatikan.

Selain itu, terdapat beberapa hal yang masih perlu dikerjakan oleh perusahaan yaitu penjadwalan tera ulang alat ukur, tes kesehatan pegawai, serta uji air mikrobiologi dan kimia.

Partisipasi Indonesia pada Pameran Auto-mechanika Ho Chi Minh City, di Ho Chi Minh City, Vietnam

Indonesia berpartisipasi pada pameran Auto-mechanika Ho Chi Minh (HCM) 2023 yang diselenggarakan pada tanggal 23-25 Juni 2023 di Ho Chi Minh City, Vietnam. Automechanika HCM merupakan salah satu pameran industri otomotif potensial di kawasan Asia yang diikuti lebih dari 400 *exhibitors* dan dihadiri lebih dari 10.000 pengunjung dari 42 negara di Kawasan Asia, Afrika, Amerika, Eropa, Timur Tengah, dan Oceania. Automechanika Expo merupakan salah satu *trade fair* yang dinaungi oleh *event organizer* Messe Frankfurt dan merupakan *event* paling spektakuler dengan jaringan sebanyak 13 *event* yang tersebar di berbagai negara secara global.

Vietnam merupakan negara yang sangat potensial dalam upaya peningkatan ekspor produk otomotif sehingga kegiatan promosi produk otomotif di Vietnam dapat dipertimbangkan untuk dilakukan secara berkelanjutan. Berdasarkan data dari BPS yang diolah Kementerian Perdagangan, pada tahun 2022, Vietnam merupakan tujuan ekspor otomotif Indonesia ke-2 di dunia dengan pangsa 12,16 persen setelah Filipina (pangsa 26,92 persen). Pada 2022, nilai ekspor 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 14,94 persen pada periode 2018 hingga 2022.

Elektrifikasi kendaraan saat ini merupakan *Indonesia* global sebagai bentuk pemenuhan komitmen dunia dalam melawan perubahan iklim. Dengan adanya *Indonesia* tersebut, industri otomotif di tanah air memiliki peluang yang sangat besar untuk menjadi pemain penting dalam rantai pasok dunia (*global supply chain*), termasuk upaya memproduksi mobil listrik. Apalagi Indonesia memiliki sumber daya mineral yang sangat besar untuk mendukung pengembangan ekosistem kendaraan listrik. *Indonesia* ini juga harus diantisipasi oleh industri suku cadang kendaraan *Internal Combustion Engine* (ICE) dengan melakukan diversifikasi produk.

Keikutsertaan Indonesia pada pameran Auto-mechanika HCM adalah yang pertama kali dan merupakan wujud kolaborasi di antara DJPEN Kemendag, Atdag Hanoi, serta pelaku usaha terkait produk otomotif Indonesia. DJPEN dan Atdag Hanoi memberikan dukungan pendanaan sewa lahan sedangkan biaya konstruksi *special design* didukung oleh anggaran Atdag Hanoi dan kontribusi dari para peserta.

Paviliun Indonesia menempati luas lahan 90 m2 yang berlokasi pada booth F25-F34. Paviliun Indonesia menampilkan sembilan perusahaan, yaitu:

1. Indonesia Adyawinsa Rubber Industry (*rubber to metal bonded parts of vulcanized rubber*)
2. Indonesia Aneka Komkar Utama (*gasket, plastic component, rubber to metal bonded parts of vulcanized rubber*)

3. Indonesia Astra Otoparts Tbk (*autoparts*)
4. Indonesia Chakra Giri Energi Indonesia (*electric vehicle charging unit*)
5. Indonesia Edico Utama / TEIKIN (*piston, gasket*)
6. Indonesia Megatama Spring (*spring*)
7. Indonesia Pakoakuina (*wheels, velg*)
8. Pertamina Lubricants (*lubricants*)
9. Indonesia Supreme Belting Perkasa (*multi rib belt-poly v-belt for automotive*)

Selain perusahaan di atas, terdapat perusahaan yang ikut serta secara mandiri di luar Paviliun Indonesia yaitu Indonesia Indoprima Gemilang.

Pameran diikuti oleh 464 peserta dari 20 negara di dunia, yaitu Australia, Cina, Mesir, Perancis, Jerman, Hong Kong, India, Indonesia, Jepang, Korea, Lithuania, Malaysia, Singapura, Taiwan, Thailand, Turki, Inggris, Persatuan Emirat Arab (UAE), Amerika Serikat, dan Vietnam. Adapun *visitor* yang hadir tercatat lebih dari 10.000 pengunjung. Selama tiga hari pelaksanaan pameran, Paviliun Indonesia dikunjungi lebih dari 1.300 pengunjung yang berasal dari Australia, Tiongkok, Hong Kong, India, Indonesia, Jepang, Jerman, Kamboja, Kongo, Korea, Malaysia, Myanmar, Rusia, Singapura, Taiwan, Thailand, UAE, Vietnam, dan Amerika Serikat.

Partisipasi Indonesia pada pameran Automechanika 2023 telah menghasilkan potensi transaksi senilai USD 10,96 juta atau setara dengan Rp 164,6 miliar (kurs Rp 15.000/USD) di mana nilai transaksi ini diharapkan akan terus bertambah mengingat terdapat beberapa *inquiry* yang masih *follow up* oleh para peserta.

1.3. Peningkatan Diversifikasi Ekspor Jasa dan Produk Kreatif

Pelaksanaan Identifikasi Pelaku Usaha Sektor Fesyen dan Makanan dan Minuman Siap Ekspor

16

Kegiatan Identifikasi Pelaku Usaha Sektor Fesyen dan Makanan dan Minuman Siap Ekspor di Yogyakarta

Kegiatan Identifikasi di Yogyakarta dilaksanakan pada tanggal 7-8 Juni 2023. Kegiatan bertujuan untuk melakukan pengumpulan data dan informasi serta melakukan evaluasi dan verifikasi terhadap pelaku usaha sektor ritel fesyen dan makanan dan minuman di kota Yogyakarta terkait kesiapannya untuk melakukan ekspor produk maupun jasa yang dihasilkannya.

Acara dibuka oleh Kabid Perdagangan Luar Negeri Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi D.I. Yogyakarta, Theresia Sumartini. Dalam sambutannya, disampaikan Pemprov menyambut baik penyelenggaraan identifikasi pelaku usaha siap ekspor di kota Yogyakarta, karena hal ini sejalan dengan arahan Gubernur agar mengupayakan pelaku usaha yang potensial bisa dibantu dalam melakukan ekspor.

Dalam kesempatan yang sama, Kabid Daglu Disperindag Provinsi D.I. Yogyakarta juga turut berpartisipasi memberikan penjelasan kepada para pelaku usaha terkait sertifikasi Hak atas Kekayaan Intelektual yang bisa difasilitasi oleh Dinas.

Pelaku usaha yang hadir dalam kesempatan kali ini sebagian besar masih merupakan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) baik di bidang bisnis fesyen maupun makanan olahan. Beberapa pelaku usaha sudah ada yang pernah melakukan ekspor, namun sebagian besar belum pernah melakukan ekspor meski sangat antusias untuk segera bisa ekspor.

Pada kegiatan ini dilakukan kunjungan ke beberapa pelaku usaha yang ada di Yogyakarta, hasil pertemuannya adalah sebagai berikut:

1. Yasmin Butik

Perusahaan ini memproduksi garmen dan

pernah mengikuti kurasi JMFV tahun lalu meskipun hasilnya masih belum maksimal. Perusahaan ini juga sudah mengirimkan hasil produksi mereka untuk di-*display* di Nusantara Fashion House di Malaysia. Sarinah juga sudah menawarkan mereka untuk men-*display* barang di outlet Sarinah, namun modal besar yang perlu dipersiapkan membuat mereka masih perlu memikirkannya terlebih dahulu. Disarankan agar mereka bisa mencoba ikut TEI tahun ini guna melihat potensi pasar untuk produk mereka.

2. Gudang Kaleng Bu Tjitro 1925.

Perusahaan ini memproduksi makanan olahan dalam bentuk kaleng seperti sayur gudeg, telur, krecek, dan rendang. Pengembangan teknologi pengalengan mereka didukung oleh Badan Riset dan Inovasi Nasional (BRIN) yang dahulu masih menyandang nama LIPI. Mereka dibimbing penuh sejak awal hingga kini sudah bisa membantu pelaku usaha lokal lainnya untuk layanan pengalengan. Pasar tujuan ekspor mereka yaitu Australia, Amerika Serikat, dan Jepang.

3. Swayasa Prakarsa

Swayasa Prakarsa merupakan anak perusahaan dari unit usaha Universitas Gajah Mada yang berfokus pada hilirisasi riset bidang Kesehatan. Secara khusus, unit usaha yang kami kunjungi adalah Gama Food yang bergerak dalam produksi dan distribusi pangan hasil riset. Secara kualitas, produk mereka sudah teruji, namun demikian saat ini Swayasa Prakarsa sedang menghadapi kendala karena merek dagang "Gama" sudah dimiliki oleh entitas bisnis yang lain.

4. Ramu Padu Nusantara

Ramu Padu Nusantara merupakan sebuah *food startup* dengan spesialisasi mengolah bahan

baku eksotis asli Indonesia untuk dijadikan produk *gourmet syrup*, *herb tea series & powder*, dan ekstrak. Sertifikasi HACCP sedang dalam proses pengurusan. Ramu Padu Nusantara sudah bermitra dengan Hyatt Regency Yogyakarta, Bank Indonesia, M Bloc, Blanco Coffee Indonesia, Kem Chicks, Space Coffee Roastery, Grand Inna Malioboro, JCo, dan Swiss-bel Boutique Yogyakarta. Secara khusus, perusahaan ini memohon bantuan agar bisa dipertemukan dengan Kopi Kenangan agar bisa menjadi *supliernya*.

Kegiatan Identifikasi Pelaku Usaha Sektor Fesyen dan Makanan dan Minuman Siap Ekspor di Bali

Kegiatan Identifikasi Pelaku Usaha di kota Yogyakarta dilaksanakan pada tanggal 14-15 Juni 2023. Kegiatan bertujuan untuk melakukan pengumpulan data dan informasi serta melakukan evaluasi dan verifikasi terhadap pelaku usaha sektor ritel fesyen dan makanan dan minuman di Provinsi Bali terkait kesiapannya untuk melakukan ekspor produk maupun jasa yang dihasilkannya.

Acara dibuka oleh Kabid Perdagangan Luar Negeri Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Bali, Ni Wayan Lestari. Dalam sambutannya, disampaikan Pemprov menyambut baik penyelenggaraan identifikasi pelaku usaha siap ekspor di Provinsi Bali, yang sejalan dengan arahan Gubernur untuk bisa mendorong para pelaku usaha UMKM Lokal Go Global.

Pelaku usaha yang hadir dalam kesempatan kali ini sebagian besar masih merupakan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM). Sebagian besar pelaku usaha sudah ada yang pernah melakukan ekspor, namun ada juga yang belum pernah melakukan ekspor meski sangat antusias untuk segera bisa ekspor.

Pada kegiatan ini dilakukan kunjungan ke beberapa pelaku usaha yang ada di Provinsi Bali, hasil pertemuannya adalah sebagai berikut:

1. PT Ayunan Bulan Internasional

Perusahaan ini merupakan PMA (Penanaman Modal Asing) dari Perancis yang memproduksi

aksesoris *camping* dan *hammock* dengan merek "Ticket to the Moon". Sebagian besar material didapat di dalam negeri, namun masih ada porsi kecil komponen yang masih harus diimpor dari Taiwan dan Tiongkok. Pasar tujuan ekspor mereka utamanya ke Eropa dan Jepang, namun saat ini karena imbas perang Rusia - Ukraina, penjualan produk mereka khususnya yang ke Eropa mengalami penurunan drastis. Perusahaan berharap bisa menemukan pasar tujuan ekspor potensial yang baru untuk dikembangkan bagi produk mereka.

2. Mandailing Estate Coffee

Mandailing Estate Coffee memasarkan kopi yang secara khusus diperoleh dari wilayah Mandailing, namun demikian mereka juga mengumpulkan beragam biji kopi dari Jawa, Bali, dan Flores. Perusahaan tidak menjual *green bean*, hanya yang sudah di-*roasting*. Perusahaan kini menghadapi kendala dengan terbukanya peluang petani bisa melakukan ekspor *green bean*, maka harga *green bean* ditingkat petani menjadi semakin mahal sehingga menaikkan biaya bahan baku produksi. Pasar tujuan ekspor mereka ke Eropa, Rusia, Australia, Jepang, dan Tiongkok. Saat ini mereka masih rutin ekspor ke Tiongkok, sementara ekspor ke Eropa sudah mulai berkurang.

3. CV Kreatif Design

Perusahaan merupakan produsen garmen untuk grosir maupun ritel. Ragam produk yang dihasilkan meliputi: gaun, rok, baju atasan, kemeja, *t-shirt*, kaftan, celana, *legging*, kimono, *beach wear*, kebaya, dan sandal. Pasar tujuan ekspor mereka adalah Belanda, Australia, dan Jepang. Pembeli potensial dari Eropa pada umumnya mengajukan persyaratan kelayakan bahan dengan memiliki sertifikasi OEKO TEX, hal ini yang menjadi kendala ekspor ke Eropa bagi mereka. Seiring dengan kondisi saat ini yang mengakibatkan perdagangan dengan Eropa mengalami penurunan, bahan baku pesanan *buyer* dari Belanda juga semakin sulit didapat karena semakin langka. Perusahaan berharap dapat memperoleh potensial *buyer* di negara lain.

Kegiatan Forum Konsultasi Klinik Desain dilakukan pada tanggal 7-8 Juni 2023 di IDDC Grogol Jakarta. Kegiatan pertemuan dibuka oleh Ketua Tim Program/Koordinator kegiatan Klinik Desain, Dit. PEJPK Ditjen PEN, Davit Marpaung, yang menyampaikan secara singkat mengenai sejarah, program, layanan serta fasilitas Indonesia Design Development Center (IDDC) kepada peserta UMKM Binaan Disprindag Papua Barat. Kemudian dilanjutkan kata sambutan yang disampaikan oleh Kabid Daglu mewakili Kepala Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Papua Barat yang menyampaikan ucapan terima kasih atas sambutan dan penerimaannya di IDDC. Beliau mendukung kegiatan Klinik Desain ini untuk bisa meningkatkan kualitas kemasan dan produk UMKM asal Provinsi Papua Barat dan mendorong peningkatan kualitas produk untuk dapat dipasarkan lebih luas lagi.

Pada pertemuan ini dihadiri oleh Harry Maulana, Iman Setiabudy dan Della selaku Tenaga Ahli / Desainer Program Klinik Desain IDDC, yang menyampaikan secara singkat permasalahan nyata di dunia desain industri, serta keilmuan yang perlu disiapkan oleh pelaku usaha untuk menjawab tantangan di masa mendatang dalam meningkatkan peran desain produk Indonesia yang bertujuan untuk mendapatkan pasar dan diakui secara internasional.

Pemaparan pertama menjelaskan bagaimana cara mendesain produk untuk tujuan ekspor. Desain produk dengan tujuan ekspor tentunya harus memiliki keunggulan untuk meningkatkan daya tarik dan kualitas produk. Dengan kegiatan klinik desain ini tentunya bisa membantu para pelaku usaha dalam pengembangan desain produk untuk diversifikasi produk. Selain itu pemateri mempresentasikan beberapa contoh desain produk dari IDDC pada tahun 2022. Tujuannya selain untuk memberikan referensi juga memberikan semangat kepada pelaku usaha untuk bisa memiliki produk yang bisa diekspor.

Pemaparan kedua berkaitan dengan desain kemasan. Hal yang dibahas meliputi jenis-jenis

desain kemasan dan penjelasan fungsi dari kemasan untuk meningkatkan produk. Kemudian pemateri juga memaparkan tren pada desain kemasan. Tujuannya untuk meningkatkan daya tarik dan menyesuaikan kondisi minat pasar saat ini pada kemasan produk pelaku usaha.

Setelah sesi seminar dan tanya jawab, dilanjutkan sesi konsultasi. Metode konsultasi yang digunakan ialah *one on one consultation*, di mana satu pelaku usaha/peserta berkonsultasi langsung dengan satu desainer. Konsultasi dibagi menjadi dua klinik, yakni klinik desain produk oleh Harry Maulana, Iman Setiabudy dan klinik desain kemasan oleh Della. Jumlah pelaku usaha yang melakukan konsultasi setelah sesi seminar adalah 10 pelaku usaha.

Pelaksanaan Klinik Konsultasi Desain Produk Unggulan Daerah di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta

Kegiatan Klinik Konsultasi Desain Produk Unggulan Daerah dilaksanakan di The Alana Hotel & Conference Malioboro, Yogyakarta pada tanggal 14 Juni 2023. Kegiatan dibuka secara resmi oleh Kadis Perindag Yogyakarta yang diwakili Theresia Sumartini, Kabid Perdagangan Luar Negeri Tri Reni Budiharti, Anggota Bidang Daya Saing Dekranas Della Alif, Tenaga Ahli Desainer IDDC, perwakilan Dekranasda Yogyakarta dan tim Klinik Desain Unggulan Daerah. Diikuti oleh 30 pelaku usaha kerajinan dan *home decor* binaan Dekranasda Yogyakarta dan Disperindag Yogyakarta.

Tujuan penyelenggaraan kegiatan ini merupakan perwujudan sinergi program kegiatan Bidang Daya Saing Dekranas dengan Kementerian Perdagangan, dengan topik "Strategi Peningkatan Ekspor Melalui Pengembangan Desain Produk Kerajinan dan *Home Decoration* di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta". Serta untuk memberikan informasi dan konsultasi produk unggulan daerah kepada pelaku usaha di Yogyakarta, sekaligus juga melakukan kurasi terhadap produk-produk unggulan pelaku

usaha Yogyakarta untuk menyeleksi lima produk yang akan direkomendasikan untuk ikut serta pada event “Dekranas Award”.

Klinik Konsultasi Desain Produk Unggulan Daerah

Sambutan Direktur PEJPK yang diwakili oleh Ketua Tim Layanan IDDC, apresiasi kepada Dekranas, Dekranasda Yogyakarta serta Disperindag Yogyakarta disampaikan pada awal sambutan atas kolaborasi yang terjalin erat demi suksesnya penyelenggaraan kegiatan ini. Selanjutnya dijabarkan latar belakang, tujuan dan *detail* pelaksanaan rangkaian kegiatan Klinik Konsultasi Desain Produk Unggulan Daerah kali ini. Disampaikan juga kondisi tren ekspor untuk produk kerajinan dan *home decor* Indonesia di pasar dunia dan upaya-upaya Ditjen PEN dalam mendorong pertumbuhan ekspor produk tersebut, khususnya program-program promosi yang dilaksanakan baik oleh Ditjen PEN sendiri maupun perwakilan perdagangan untuk menunjang sektor kerajinan dan *home decor* Indonesia ‘naik kelas’ di kancah internasional.

Kegiatan lokakarya dilanjutkan dengan sesi pemaparan materi oleh narasumber Tri Reni Budiharti, Anggota Bidang Daya Saing Dekranas, yang menyampaikan paparan terkait kegiatan Dekranas Award dan Della Alif, Desainer IDDC, yang menyampaikan paparan mengenai penerapan dan pengembangan desain pada produk kerajinan dan *home decor*.

Konsultasi Produk

Metode konsultasi yang digunakan adalah *one on one consultation*, di mana setiap pelaku usaha akan berkonsultasi secara langsung dengan seorang narasumber. Jumlah pelaku usaha yang melakukan konsultasi sebanyak 30 pelaku usaha yang membawa produk. Dari jumlah tersebut, dilaksanakan seleksi sehingga terpilih lima pelaku usaha yang selanjutnya akan direkomendasikan untuk turut serta pada event Dekranas Award. Kelima pelaku usaha tersebut adalah Jan Edan (produk kulit), Tropis Homedeco (produk keramik/terakota), Eco Print Home Decor (produk *home*

textile eco print), FDA Handicraft (produk *small furniture/home decor* dari limbah kayu), dan Jayna Asia (produk *home decor* berbahan kayu dan logam/aluminium).

Kunjungan ke Pelaku Usaha

1. Tropis Homedeco

Perusahaan ini berdiri pada tahun 2019 dan telah memasok pelanggan yang tersebar di seluruh dunia dengan produk Terakota berkualitas tinggi. Seluruh produk yang dihasilkan merupakan produk buatan tangan dari tanah liat dan semen, sehingga memberikan tampilan yang murni dan unik untuk setiap produk. Karakter alami yang dipadukan dengan desain inovatif versi barat (Eropa/Amerika) membuat produk perusahaan ini memiliki suasana pedesaan dan modern yang khas.

2. Jayna Asia

Perusahaan ini merupakan perusahaan yang memproduksi *furniture* berbasis kayu dan kulit. Untuk produk dengan penjualan tertinggi adalah *stool* dengan bentuk hewan kambing, di mana Jayna Asia sudah berhasil memasarkan produk tersebut hingga ke Jerman, Belgia, Amerika Serikat, dan Finlandia. Saat ini, pelaku usaha sedang berusaha melakukan riset untuk mengembangkan varian produk baru karena pasar menginginkan *stool* dengan bentuk hewan yang berbeda sehingga dapat menjadi satu set dengan produk yang telah diekspor tersebut.

3. Gerimis Home

Gerimis Home merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang desain interior dan *furniture*. Perusahaan umumnya mengerjakan berbagai macam pekerjaan seperti desain ruangan, pembuatan *kitchen set*, *bed set*, *backdrop TV*, *wardrobe*/lemari pakaian, partisi ruangan, dan berbagai *furniture* pengisi interior ruangan lainnya. Produk-produk yang dihasilkan biasanya didesain berdasarkan permintaan dan menyesuaikan ukuran ruangan konsumen saat ini. Sedangkan terkait ekspor, Gerimis Home

umumnya membuat produk ekspor sesuai dengan desain yang diminta atau diajukan oleh pembeli luar negeri.

Klinik Konsultasi Desain Produk Unggulan Daerah merupakan langkah konkret Kementerian Perdagangan untuk mendukung kesiapan pelaku usaha memasuki pasar ekspor melalui peningkatan kualitas produk dan pengembangan desain melalui pendampingan dan fasilitasi untuk menghasilkan produk-produk ekspor bernilai tambah dan berdaya saing. Melalui kolaborasi dengan Dekranas, Disperindag, dan Dekranasda Yogyakarta pada kegiatan ini, diharapkan pelaku usaha di Yogyakarta akan terpacu untuk terus berinovasi menciptakan desain produk yang unik, menarik, dan memiliki ciri khas tersendiri yang bisa dinikmati dan diminati oleh pembeli baik lokal maupun internasional.

Kegiatan Identifikasi Pelaku Animasi, Comic, dan Game (ACG) Siap Ekspor di Provinsi Bali

Kegiatan Identifikasi diselenggarakan pada tanggal 14 dan 15 Juni 2023, diawali dengan pertemuan teknis di kantor Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Bali dan dilanjutkan dengan kunjungan langsung ke pelaku ACG Bali. Acara pertemuan teknis dihadiri oleh sekitar 30 peserta yang merupakan perwakilan dari Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Bali, UPTD Rumah Kreatif Bali, Dinas Pariwisata Provinsi Bali, serta pelaku ACG daerah Bali dan sekitarnya.

Kegiatan Identifikasi ini bertujuan untuk mengumpulkan data dan informasi serta melakukan evaluasi dan verifikasi terhadap perusahaan sektor ACG di Bali terkait kesiapannya untuk melakukan ekspor produk ataupun jasanya. Identifikasi yang dilakukan juga bertujuan untuk mendapatkan informasi dan masukan terkait pengembangan sektor ACG ke depannya, kendala yang dihadapi, serta ajakan kolaborasi untuk mempromosikan sektor ACG baik di dalam negeri maupun luar negeri.

Dari hasil kegiatan identifikasi ini diharapkan dapat

diperoleh *database* pelaku usaha sektor animasi, komik, game, dan *licencing-merchandising* dengan kriteria yang sesuai dengan yang kami tetapkan. Beberapa kriteria tersebut juga sesuai dengan standar yang telah ditetapkan oleh TFO, antara lain: jenis produk yang diproduksi, portofolio IP, apakah tergabung dalam asosiasi, pengalaman ekspor produk/jasa, memiliki *Company Profile* sebagai bahan promosi, memiliki *Export Plan*, pengalaman pameran luar negeri, jumlah pekerja perempuan dan laki-laki, sumber pendanaan, program/fasilitasi pemerintah yang pernah diikuti, Ijin Usaha dan Badan Hukum, perlengkapan produksi, dan kapasitas Produksi.

Database tersebut juga akan kami masukkan ke *website* Ina Digi Export, yaitu *platform* layanan satu atap untuk mengeksport produk kreatif digital, serta menghubungkan dan mempromosikan pelaku usaha atau eksportir Indonesia kepada pembeli internasional.

Ketua Tim ACG yang hadir mewakili Direktorat Pengembangan Ekspor Jasa dan Produk Kreatif, Ditjen PEN, menyampaikan beberapa hal, antara lain:

1. Kegiatan "Identifikasi Pelaku ACG Siap Ekspor" diperlukan guna mendapatkan sejumlah pelaku ACG yang berkualitas dan berpotensi ekspor untuk masuk *database* Ditjen PEN. Selanjutnya dari *database* tersebut akan digunakan sebagai data dukung dalam berbagai program pengembangan ekspor sektor ACG, antara lain peningkatan kompetensi pelaku kreatif di industri ACG, promosi dan pembukaan akses pasar (*in-store promotion* di dalam negeri, pameran di dalam dan luar negeri, misi dagang, *business meeting*, dan promosi pelaku ACG pada *website* Ina Digi Export).
2. Dalam upaya mendorong program pengembangan ekspor sektor ACG agar berjalan maksimal, Kemendag telah memiliki kerja sama dengan Trade Facilitation Office (TFO) Kanada. TFO Kanada adalah organisasi *non-profit* yang membantu negara berkembang melalui penyediaan informasi, saran, dan kontak

kepada para calon eksportir untuk mengakses dan memasuki pasar Kanada. Ruang lingkup kerja sama antara Kemendag dan TFO Kanada adalah mendukung pengembangan kapasitas pelaku ekspor, promosi dan pemasaran produk, salah satunya adalah jasa teknologi informasi, khususnya sektor ACG Indonesia agar dapat masuk ke pasar Kanada yang memang belum digarap secara maksimal di pasar tersebut.

3. Kemendag juga bekerja sama dengan Asosiasi Industri Animasi Indonesia (AINAKI), Asosiasi Game Indonesia (AGI), Asosiasi Komik Indonesia (AKSI), dan Asosiasi Industri Licensing-Merchandising Indonesia (ALMI). Kerja sama ini berisi komitmen Kemendag dan asosiasi kreatif Indonesia dalam pertukaran informasi, fasilitasi promosi produk, penguatan basis data (*database*), peningkatan kapasitas, dan penyediaan infrastruktur bisnis bagi para pelaku industri jasa kreatif. Hal ini merupakan wujud upaya bersama untuk memfasilitasi pelaku usaha sektor animasi, komik, *game*, dan *licensing-merchandising* agar dapat memasuki pasar ekspor.
4. Disampaikan pula informasi detail terkait *website* Ina Digi Export yang merupakan sub-produk dari Inaexport yang baru dibangun tahun kemarin, hasil kerja sama antara Ditjen PEN Kemendag dengan AINAKI, AGI, dan AKSI. Ina Digi Export merupakan *platform* layanan satu atap untuk mengeksport produk kreatif digital, serta menghubungkan dan mempromosikan pelaku usaha atau eksportir Indonesia kepada pembeli internasional. Selain itu, para pelaku usaha yang terdaftar juga dapat kami libatkan pada kegiatan promosi ke luar negeri, berupa pameran, misi dagang, *business matching*, dan kegiatan promosi lainnya.
5. Para pelaku ACG, terutama yang sudah siap ekspor disarankan untuk membuat *company profile* dan *e-catalog* sebagai media promosi produk dan jasanya. Dalam hal ini Ditjen PEN dapat membantu menyampaikannya ke para perwakilan perdagangan di luar negeri untuk disebarkan ke para *buyer* potensial.

6. Terakhir para peserta rapat diminta untuk dapat mengisi formulir melalui tautan atau QR Code yang ditampilkan pada layar. Dengan mengisi formulir tersebut, maka para peserta akan masuk pada *database* Ditjen PEN dan bersedia untuk dihubungi guna koordinasi lebih lanjut pada saat kegiatan pengembangan ekspor sektor ACG.

Ketua Tim Bidang Ekonomi Kreatif, Dinas Pariwisata Provinsi Bali menyampaikan beberapa poin, antara lain:

1. Ekonomi kreatif menjadi salah satu sektor unggulan Bali, sebagaimana arahan dari Gubernur Bali untuk menjadikan sektor ekonomi kreatif digital dan sektor ekonomi pariwisata.
2. Di Bali sendiri belum ada data terkait dengan ekonomi kreatif, sehingga Dinas Pariwisata Provinsi Bali saat ini sedang dalam proses sinkronisasi dan koordinasi dengan sembilan Dinas Pariwisata di kota dan kabupaten yang tersebar di Provinsi Bali.
3. Melalui informasi yang disampaikan dari Kementerian Perdagangan maupun pelaku ACG pada kegiatan ini nantinya dapat menjadi gambaran juga bagi Dinas Pariwisata terkait dengan industri ACG di Provinsi Bali. Dinas Pariwisata Provinsi Bali juga akan melakukan sosialisasi melalui sembilan Dinas Pariwisata kota/kabupaten di sekitar Bali sehingga diharapkan bisa mendata dan mengidentifikasi para pelaku industri ACG di Provinsi Bali.

Kegiatan kunjungan perusahaan dilakukan ke beberapa studio ACG di daerah Bali, yaitu Comicotopia, Devata Studio, Ini Dia Studio, SLAB Games, dan Brown Bag Film Bali.

1. Comicotopia

Comicotopia merupakan komunitas yang dibentuk pada 2013 yang mewadahi para pembuat dan penikmat komik. Comicotopia juga memberi wadah kepada komikus yang bisa membuat gambar tapi tidak bisa membuat cerita dan sebaliknya. Para komikus Comicotopia menjadi kontributor *official* di

beberapa *platform* di Ciao Comics dan Line Webtoon.

Baru-baru ini Comicotopia mengadakan kegiatan bernama Comic Jam, yaitu dalam waktu 24 jam mengumpulkan komikus-komikus Bali untuk membuat komik bersama-sama. Total terdapat 15 komikus yang turut serta pada Comic Jam dan menghasilkan tujuh karya dalam 24 jam. Saat ini tujuh karya tersebut sedang dalam proses kompilasi.

2. Devata Studio, Ini Dia Studio, dan SLAB Games

Devata Studio, Ini Dia Studio, dan SLAB Games merupakan beberapa studio animasi dan *game* yang berkantor di Bali Creative Industry Center (BCIC) - Balai Diklat Industri Denpasar. Dalam menunjang pengembangan industri kreatif, pada tahun 2014 Kementerian Perindustrian mendirikan BCIC yang dilengkapi berbagai penyediaan fasilitas pendukung sehingga diharapkan dapat menjadi pusat pertumbuhan dan pengembangan industri kreatif *digital center*, *software*, animasi, kerajinan, barang seni, dan wirausaha baru bidang *digital creative*.

Devata Studio yang beranggotakan tujuh orang, saat ini sedang menggarap IP pertama yang sudah dikerjakan dari tahun 2020. Perjalanan Devata dimulai pada 2020 saat *game* yang dibuatnya masih sebatas *prototype* dan masih melakukan riset *game* seperti apa yang diinginkan oleh para *player*. Pada tahun 2020 mengikuti program Inkubasi Telkom. Saat ini Devata Studio sedang mengerjakan *game* "Biwar Legend of Dragon Slayer" yang akan dirilis di Steam. Biwar merupakan IP *original* dari Devata Game. Demonya sudah ada di Steam dari tahun 2020 dan di dalam *game*-nya banyak menggunakan musik-musik Bali. Saat ini proses pengerjaan *game* Devata sudah mencapai 75%. Devata sendiri ingin menysasar ke pasar PC di pasar global.

Ini Dia Studio didirikan tahun 2016 dan pada tahun 2017 berhasil mendapatkan buyer dari Israel dan Australia. Pertemuan dengan *buyer* melalui pemanfaatan *website* upwork.com.

Website tersebut merupakan situs pertemuan bisnis antara perusahaan pencari tenaga kerja dengan *freelancer*. Selain dengan mitra luar negeri, Ini Dia Studio tengah mengembangkan IP sendiri yang terinspirasi dari karakter "Leak" yang diberi nama "Lio & Lea". Ini Dia Studio juga menyediakan jasa teknik produksi dengan memanfaatkan *platform thirdparty*. Selain itu, Ini Dia Studio juga sudah melakukan ekspor jasa, dengan mengerjakan *project* dari Ethiopia.

SLAB Games berdiri pada tahun 2010 dan merupakan *game platform* yang sudah memasarkan *game* secara internasional. Pada awalnya SLAB Games memasarkan *game* di tahun 2010 - 2012 melalui *flash browser*, kemudian seiring berkembangnya teknologi SLAB Games mulai memasarkan *game* melalui *platform mobile*. SLAB Games sudah pernah mengikuti beberapa pameran internasional salah satunya pameran di Tiongkok.

3. Brown Bag Film Bali

Brown Bag Film Bali semula bernama BASE Studio (Bali Animasi Solusi Ekakarsa) kemudian diakuisisi Brown Bag Canada. Sejak itu Brown Bag Film Bali mendapat *order* dari klien internasional (Disney, Dreamworks) secara stabil dan luas sehingga tenaga kerja meningkat pesat dari 100 orang menjadi 315 orang, dan rata-rata usia muda (18-25 tahun). Brown Bag aktif berpartisipasi pada Asian Animation Summit (AAS) yang diselenggarakan sejak tahun 2018 dan difasilitasi oleh Kemenparekraf.

Terdapat beberapa masukan Brown Bag untuk memajukan sektor animasi Indonesia. Dalam hal kerja sama, pemerintah perlu membangun kerja sama *Government to Government* (G to G) lebih banyak pada sektor animasi. Hal ini dapat mendorong adanya pengembangan sektor animasi dari sisi keterampilan, investasi hingga *joint projects*. Terkait promosi, pihaknya menghargai peran pemerintah dalam program promosi animasi Indonesia ke luar negeri, namun lemah dalam tindak lanjut pasca promosi (tidak adanya tindak lanjut yang konkrit).

Beberapa studio yang telah dikunjungi tersebut berpotensi untuk diekspor, baik produk maupun jasanya. Tidak lupa, Tim ACG Dit. PEJPK menyarankan studio-studio tersebut untuk dapat mendaftarkan perusahaannya ke Ina Digi Export sebagai salah satu sarana untuk mempromosikan hasil karyanya.

Bimbingan Teknis “Upaya Peningkatan Daya Saing Dalam Rangka Percepatan Ekspor TPT Indonesia”

Kegiatan Bimbingan Teknis “Upaya Peningkatan Daya Saing Dalam Rangka Percepatan Ekspor TPT Indonesia” dilaksanakan pada tanggal 15 Juni 2023 di Semarang, Jawa Tengah. Kegiatan bertujuan untuk membahas isu, permasalahan, dan peluang ekspor industri TPT Indonesia guna merumuskan usulan rekomendasi kebijakan yang perlu ditindaklanjuti oleh K/L dalam rangka percepatan ekspor TPT Indonesia.

Pertemuan dipimpin oleh Direktur Ekspor Produk Industri dan Pertambangan – Kementerian Perdagangan dan dihadiri oleh perwakilan asosiasi dan pelaku usaha TPT di Jawa Tengah (secara *offline*) dan pelaku usaha TPT di luar Jawa Tengah (secara *online*). Hadir sebagai narasumber pada kegiatan bimbingan teknis antara lain Kepala Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Jawa Tengah; perwakilan dari Direktorat Pengembangan Ekspor Produk Manufaktur; perwakilan Direktorat Perundingan Bilateral; perwakilan Direktorat Industri Tekstil, Kulit dan Alas Kaki (Kemenperin); serta Asosiasi Pertekstilan Indonesia (API).

Beberapa materi yang disampaikan pembicara pada bimbingan teknis yaitu:

1. Direktur Ekspor Produk Industri dan Pertambangan

Kinerja ekspor TPT selama tahun 2018-2022 memiliki *trend* positif sebesar 1,10 persen. Pada tahun 2022, nilai ekspor TPT Indonesia mencapai USD 13,83 miliar, dan memberikan kontribusi sebesar 4,74 persen terhadap total nilai ekspor Indonesia pada tahun tersebut.

Neraca perdagangan TPT periode Januari-Maret 2023 mencatatkan surplus sebesar USD 0,90 miliar yang dihasilkan dari ekspor sebesar USD 2,94 miliar dan impor sebesar USD 2,04 miliar.

Permasalahan industri TPT Indonesia antara lain pelemahan pasar ekspor dengan menurunnya permintaan dari beberapa negara tujuan ekspor; penurunan utilisasi produksi (fenomena PHK); ketergantungan bahan baku impor; dan belum maksimalnya pemanfaatan kerja sama perdagangan internasional.

2. Kepala Disperindag Jawa Tengah

Dalam struktur industri Jawa Tengah, kontribusi terbesar dihasilkan oleh industri pengolahan sebesar 33,93 persen. Dari 3575 jenis industri di Jawa Tengah, lima industri terbesar yakni Industri Tekstil dan Alas Kaki, Industri Makanan dan Minuman, Industri Furniture, Industri Kayu, dan Industri Bahan Kimia dan barang dari bahan kimia.

Kelompok produk ekspor terbesar Jawa Tengah pada Januari-April 2023 didominasi oleh produk TPT sebesar USD 1,2 juta atau sekitar 38,58 persen dari total ekspor non migas Jawa Tengah, diikuti oleh kayu dan barang dari kayu, perabotan, lampu dan alat penerangan, serta alas kaki.

Permasalahan industri TPT di Jawa Tengah antara lain: pelabuhan muat yang kurang memenuhi syarat untuk berlabuhnya kapal-kapal besar sehingga *direct shipment*-nya masih belum maksimal; bahan baku impor; peningkatan kemampuan SDM pengelola ekspor; *update* regulasi; penerapan industri hijau; dan regulasi pengurusan impor bahan baku yang sangat lama (2-3 bulan).

Beberapa upaya yang telah dilaksanakan dalam menyelesaikan permasalahan tersebut antara lain: meningkatkan kemudahan penerbitan SKA yang dapat dilakukan secara *online*; melakukan diseminasi informasi kepada pelaku usaha regulasi ekspor, pengendalian impor, dan peraturan di negara tujuan ekspor; serta

memaksimalkan kerja sama *sister province* Jawa Tengah di antaranya dengan Siem Reap (Kamboja) dan Fujian (Tiongkok).

3. Ketua Utama Asosiasi Produsen Perseratan dan Filamen Indonesia

Kinerja industri TPT Q1-Q3 2022 menunjukkan adanya penurunan utilisasi dikarenakan produk impor kembali membanjiri pasar dalam negeri dan mahalnya bahan baku serat sintetik efek perang Rusia-Ukraina. Pada Q4 2022 terjadi stagnasi utilisasi namun pengendalian impor sudah mulai dilakukan.

Hambatan ekspor TPT antara lain:

- a. Pelemahan pasar ekspor di Uni Eropa, Amerika Serikat, Jepang, Amerika Latin, dan Afrika.
- b. Belum ada *trade agreement* yang menguntungkan bagi produsen Indonesia untuk melakukan ekspor.
- c. Perubahan kondisi ekonomi di Uni Eropa dan Amerika Serikat juga berimbas pada negara lain, berdampak pada melemahnya konsumsi dan daya beli di banyak negara konsumen TPT.
- d. Negara-negara tujuan ekspor tekstil menerapkan *trade remedies* untuk produk tekstil.

Untuk itu, perlu adanya strategi dari pemerintah dalam meningkatkan diversifikasi pasar serta mengurangi hambatan tarif melalui perjanjian perdagangan agar memudahkan penetrasi pasar untuk produk TPT Indonesia.

4. Perwakilan Direktorat Tekstil, Kulit, dan Alas Kaki Kementerian Perindustrian

Volume impor cenderung lebih tinggi sehingga neraca perdagangan dari sisi volume cenderung negatif. Jika dilihat lebih dalam maka defisit neraca perdagangan lebih banyak disebabkan impor yang tinggi pada bahan baku (kain dan serat). Beberapa langkah yang dilakukan Kemenperin dalam mengendalikan impor dan meningkatkan ekspor antara lain:

- a. Program pengendalian impor
 - 1) Harmonisasi tarif
 - 2) Penerapan tarif *barrier*, BMAD, dan BMTF
 - 3) Pelaksanaan pemberian alokasi Perse-tujuan Impor (PI) dan Verifikasi Kemampuan Industri (VKI) dalam rangka Neraca Komoditas
 - 4) Program Indonesia *Smart Textile Industry Hub*, sebuah *platform* yang menghubungkan industri kecil menengah dengan industri besar untuk dapat saling berkolaborasi untuk meningkatkan produktivitas perusahaan.

b. Program peningkatan ekspor

Dilakukan melalui kerja sama Free Trade Agreement (FTA) dengan Uni Eropa dan Amerika Serikat. Kerja sama saat ini sedang dibangun melalui perundingan IEU-CEPA.

c. Program peningkatan kapabilitas

Kemenperin berupaya untuk meningkatkan kompetensi SDM industri melalui program pendidikan vokasi yang *link and match* antara SMK dengan industri dan juga melaksanakan program pelatihan SDM garmen. Kemenperin juga melakukan restrukturisasi mesin dan peralatan industri pencetakan kain dan penyempurnaan kain.

5. Perwakilan Direktorat Pengembangan Ekspor Produk Manufaktur

Indonesia berada di peringkat ke-15 sebagai eksportir produk TPT dunia. Sementara lima besar negara pengekspor produk TPT dunia, yaitu Tiongkok, Bangladesh, Vietnam, Italia, dan Jerman. Negara tujuan ekspor produk TPT dengan *demand* yang tinggi, yaitu Belanda, Spanyol, Vietnam, Tiongkok, Inggris, Italia, Jepang, Prancis, Jerman, dan Amerika Serikat.

Strategi yang dilakukan Ditjen PEN dalam meningkatkan ekspor TPT antara lain:

- a. Optimalisasi pemanfaatan informasi *market intelligent* dari perwakilan perdagangan (Atase Perdagangan dan ITPC).

- b. Penguatan akses pasar melalui pameran, misi dagang, dan pemanfaatan hasil perundingan.
 - c. Peningkatan daya saing produk melalui pendampingan (desain dan sertifikasi).
 - d. Optimalisasi *platform* digital (Inaexport)
 - e. Optimalisasi pemanfaatan kerja sama dengan mitra di dalam dan di luar negeri.
- 3. Perlu adanya peningkatan kualitas bahan baku lokal untuk mengatasi kelangkaan bahan baku industri dan mengurangi ketergantungan bahan baku impor.
 - 4. Pemanfaatan perjanjian kerja sama dapat dioptimalkan melalui sosialisasi yang dapat dilakukan bersama dengan FTA Center yang terdapat di Jakarta, Bandung, Semarang, dan Makassar.

6. Perwakilan Direktur Perundingan Bilateral

Dalam mendukung peningkatan ekspor produk Indonesia di luar negeri, Kementerian Perdagangan melakukan beberapa perundingan untuk mencapai kesepakatan kerja sama baik bersifat bilateral maupun regional untuk mempermudah peningkatan akses pasar ke negara tujuan ekspor. Adapun perkembangan perundingan perdagangan saat ini yakni 10 perjanjian dagang yang telah di implementasikan, 11 dalam proses perundingan, dan 14 dalam proses peninjauan perundingan.

Melalui perjanjian dagang, Indonesia berhasil mendapatkan komitmen penurunan bea masuk pos tarif produk TPR dengan rata-rata cakupan sebesar 89 persen dalam setiap EPA/CEPA. Untuk itu, diperlukan sinergi antara Kementerian dan Lembaga untuk memaksimalkan pemanfaatan preferensi tarif yang telah disediakan pada perjanjian perdagangan.

Beberapa masukan dalam bimbingan teknis yang perlu mendapatkan tindak lanjut antara lain:

1. Dalam menyikapi penurunan ekspor produk TPT di mana saat ini pasar dalam negeri lebih menjanjikan dibandingkan pasar luar negeri, perlu adanya inovasi dari pelaku usaha dalam hal pengembangan produk dan pemasaran untuk bisa mengisi peluang ekspor yang belum terisi oleh negara pesaing.
2. Perlu adanya kolaborasi Pemerintah Pusat dan Daerah serta Asosiasi Pelaku Usaha dalam menyelesaikan hambatan ekspor yang bersifat non tarif melalui forum diskusi dan koordinasi.

Penyelenggaraan Pameran Indonesia Comic Con (ICC) 2023

Kegiatan diselenggarakan pada tanggal 23-25 Juni di Jakarta Convention Center (JCC), Jakarta bekerja sama dengan Asosiasi Komik Indonesia (AKSI) dan Panorama Media. Pameran ini merupakan salah satu bentuk dukungan dari Kementerian Perdagangan, khususnya Ditjen PEN terhadap pengembangan industri komik Indonesia ke pasar ekspor.

Direktur PEJPK Ditjen PEN berkesempatan menyampaikan sambutannya sekaligus membuka acara ICC 2023 bersama dengan perwakilan dari Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif DKI Jakarta dan *Project Director* Panorama Media. Dalam sambutannya disampaikan bahwa *Intellectual Property* (IP) merupakan aset dalam pengembangan industri komik yang bisa diperdagangkan lintas batas wilayah (*cross-border*) dan menjadi salah satu subsektor ekonomi kreatif yang menjadi alternatif sumber devisa negara di masa depan. Kementerian Perdagangan memandang subsektor ini memiliki potensi yang cukup besar untuk dikembangkan dalam menggerakkan ekonomi nasional khususnya meningkatkan ekspor Indonesia dalam sektor jasa dan kreatif.

Potensi industri komik di era digital mulai bangkit kembali dengan munculnya berbagai *platform* digital seperti Line Webtoon, Ciayo Comics, dan Ngomik.com. Adapun karya-karya komikus Indonesia yang terkenal pada saat ini antara lain Si Juki karya Faza Meonk, Tahilalats karya Nurfadli Mursyid, Eggnoid karya Archie the RedCat,

Flawless karya Shinshinhye, dan My Pre-Wedding karya Annisa Nisfihani. Komik-komik Indonesia yang kini berfokus melalui *platform* digital dapat meningkatkan popularitasnya hingga ke mancanegara.

Pada ICC 2023 ini, Dit. PEJPK memfasilitasi 18 booth yang isinya terdiri dari kurang lebih 100 IP dan karakter lokal. Beberapa perusahaan/studio komik yang mengisi paviliun Kemendag, antara lain Wind Rider Studio, Meta Komik Surabaya, Skylar Comics, Comxnaut ID, Forum Komik Jogja, Padma Pusaka Nusantara, Padepokan Kembang Kelape, Rotasi Books, Jangan Halu Selalu, HIVE, PT Infia Media Pratama, PT BLDX Komik Nusantara, Pesta Komik, Octopus Garden, Cipta Karsa Adikarya (CAKRA), Artenspace, dan Anjaya Books. Dit. PEJPK juga menyediakan *booth* untuk AKSI dan InaDigi Export Kemendag.

Sebagai bentuk tindak lanjut dari kegiatan Identifikasi Pelaku ACG yang telah dilaksanakan oleh Dit. PEJPK di beberapa daerah, yaitu Bandung, Yogyakarta, Surabaya, Malang, dan Bali, dilakukan kunjungan ke beberapa pelaku usaha, yaitu Pesta Komik, Forum Komik Jogja, Meta Komik Surabaya, dan Artenspace.

ICC ini diikuti oleh 150 peserta pameran yang 98 persen merupakan perusahaan lokal. Adapun jumlah pengunjung tercatat dalam pameran ini sebanyak lebih dari 30.000 pengunjung. Dari keikutsertaan ini, transaksi dan potensi transaksi tercatat di dalam Paviliun Kemendag adalah sebesar Rp 488 juta. Dalam potensi transaksi ini termasuk di dalamnya sebesar Rp 250 juta transaksi

potensial atas kesepakatan penggunaan IP salah satu peserta yaitu Duet Maut dari Skylar Comics. IP tersebut direncanakan akan diangkat menjadi judul novel dan film layar lebar. Selain itu, terdapat pembahasan atas rencana kerja sama dengan Lokapala dengan Skylar Comics atas penggunaan karakter komiknya di dalam Gim Lokapala.

Di hari ketiga ICC 2023, Direktur PEJPK bersama dengan Wakil Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif dan Sekjen AKSI mengikuti *side event* ICC bertajuk “Live Painting”. Untuk sesi kali ini diikuti oleh ilustrator Aisyah PL (Semesta Ki Gentar), Tsurugami (Tsurugami), Jasmine Surkaty (Jangan Halu Selalu), dan Ariv Rusanto (Skylar Comics). Sebelum dimulai, Wamenparekraf, Direktur PEJPK dan Sekjen AKSI memberikan coretan pada kertas kanvas yang kemudian dilanjutkan oleh para ilustrator untuk menjadi gambar IP mereka masing-masing. Kegiatan dilanjutkan dengan kunjungan ke paviliun Kemendag, paviliun Disparekraf DKI Jakarta, dan *booth* salah satu IP Lokal, Si Juki.

Pameran ini diharapkan dapat bermanfaat untuk memberikan motivasi dan membangkitkan semangat para pembuat komik nasional untuk melakukan ekspansi di pasar mancanegara. Selain itu, melalui 45 perwakilan perdagangan di luar negeri, diharapkan dapat memberikan kemudahan akses pasar bagi pelaku industri komik di pasar internasional. Oleh karena itu, Dit. PEJPK akan menyampaikan daftar perusahaan/studio komik yang difasilitasi pada ICC 2023 beserta *company profile*-nya kepada para Perwadag (Atdag dan ITPC) untuk dibantu dipromosikan di negara akreditasi mereka masing-masing.

1.4. Peningkatan Pelayanan Hubungan Dagang dan Informasi Ekspor

Pelaksanaan Kegiatan Sosialisasi dan Penjaringan Penghargaan Primaniyarta di Surabaya – Jawa Timur

Kegiatan sosialisasi dan penjaringan penghargaan Primaniyarta dilaksanakan tanggal 10 Juni 2023. Kegiatan ini merupakan salah satu upaya untuk mengenalkan Primaniyarta kepada perusahaan eksportir yang dinilai berprestasi dalam memperluas pasar di tingkat global, meningkatkan daya saing ekonomi nasional, dan menghasilkan dampak positif pada pertumbuhan ekonomi Indonesia. Penghargaan Primaniyarta bertujuan untuk menginspirasi perusahaan lain, kiranya dapat mengikuti jejak penerima penghargaan dalam rangka mendorong pertumbuhan ekspor Indonesia secara keseluruhan.

Dalam kegiatan sosialisasi dan penjaringan penghargaan Primaniyarta ini, Dit. P2IE berkesempatan mengunjungi beberapa perusahaan di Surabaya dan sekitarnya yaitu PT Untung Bersama Sejahtera (UBS Gold), PT Bambang Djaja, dan PT Sekar Laut Tbk.

1. PT Untung Bersama Sejahtera (UBS Gold)

UBS Gold merupakan perusahaan perhiasan emas yang berdiri sejak tahun 1981. UBS Gold dapat membuat 500 *design* baru setiap bulannya dan dapat membuat 20 *design* baru setiap harinya. Semua produk UBS merupakan produk *handmade* yang memadukan teknologi terbaru. UBS merupakan merk perhiasan emas untuk pasar domestik saja. Dalam *export market*, pihak UBS tidak menjualnya dengan nama *brand*.

Perusahaan ini merupakan penerima penghargaan Primaniyarta Tahun 2022 dengan kategori Eksportir Produk Inovatif. Direncanakan pada tahun ini, UBS Gold akan mengikuti penghargaan Primaniyarta kembali dan ingin mendaftar pada kategori Eksportir Produk Industri Manufaktur.

2. PT Bambang Djaja

PT Bambang Djaja adalah perusahaan nasional yang memproduksi transformer/trafo dan telah berdiri sejak tahun 1985 di Surabaya. Perusahaan ini memulai bisnisnya dengan desain dan pembuatan *oil immersed distribution transformer* dengan menggunakan merk B&D. Hingga saat ini, PT Bambang Djaja memiliki banyak varian produk seperti transformator distribusi type oil, *transformator distribusi dry cost resin (dry type)*, transformator tenaga s/d 275 KV, *instrument transformator (CT & PT)*, *overhead solution (isolator, lightning arrester, fuse cut out)* serta *service center*. Pelanggan terbesar PT Bambang Djaja adalah PT PLN (persero) dan telah melakukan ekspor ke negara Brunei Darussalam, Malaysia, Sri Lanka, Timor Leste, Thailand, Filipina, Sudan dan Yaman.

PT Bambang Djaja belum mengetahui informasi mengenai penghargaan Primaniyarta sebelumnya, sehingga pada kunjungan ini merupakan kesempatan yang baik untuk memperkenalkan dan memberikan informasi mengenai Primaniyarta. Perusahaan juga diberikan informasi mengenai salah satu pelayanan yang ada di Direktorat Pengembangan pasar dan Informasi Ekspor yaitu Permanent Trade Exhibition (PTE) dan tertarik untuk melakukan *display* di ruangan tersebut.

3. PT Sekar Laut Tbk.

PT Sekar Laut, Tbk. berfokus pada produk *dry food* yang merupakan anak perusahaan Sekar Group. Sekar Group didirikan pada tahun 1976 dan merupakan produsen kerupuk udang *modern* terbesar di Indonesia dengan *brand* mereka yang terkenal yaitu FINNA. PT Sekar Laut memproduksi *raw crackers, snacks, cooking spices, sambals, sauces, burger buns*

dan *premex flour* dan telah di ekspor hingga lebih dari 30 negara.

PT Sekar Laut merupakan salah satu penerima Primaniyarta tahun 2022 dengan kategori Eksportir Pengembang Pasar Baru. Sebagai penerima penghargaan Primaniyarta 2022, mereka berencana juga akan mengikuti penghargaan Primaniyarta tahun ini dan berencana akan mendaftar pada kategori yang sama dengan tahun lalu.

Kegiatan Penyuluhan Informasi dan Komunikasi Ekspor

Kegiatan Penyuluhan Informasi dan Komunikasi Ekspor dilaksanakan pada tanggal 14-16 Juni 2023 di Kota Bandung, Jawa Barat. Tujuan kegiatan ini untuk membantu para pelaku usaha berorientasi ekspor untuk mempromosikan produk mereka secara *online* serta mendapatkan informasi mengenai peluang pasar di luar negeri dan informasi mengenai Primaniyarta Award. Kegiatan dihadiri oleh para pelaku usaha di Kota Bandung, Jawa Barat yang berorientasi ekspor dengan produk beragam di antaranya *snack, dairy products, textile, coffee*, dan sebagainya.

Acara dibuka dengan presentasi dari Duta Besar negara Oman yang menjelaskan potensi-potensi untuk menjalin kerja sama dengan Oman. Oman merupakan negara dengan sumber daya air melimpah yang berasal dari mediterania sehingga mudah untuk akses transportasi. Struktur ekonomi Oman didominasi oleh sektor jasa dengan komponen terbesarnya adalah perdagangan grosir, transportasi, komunikasi, dan logistik. Oman merupakan negara yang menganut sistem perdagangan terbuka. Perdagangan luar negeri Oman menjadi salah satu penopang utama perekonomian nasionalnya, terutama bagi penerimaan negara dari hasil penjualan minyak bumi. Produk utama ekspor Oman adalah minyak, gas alam, produk-produk hidrokarbon, aluminium, biji besi, dan pupuk. Sedangkan produk utama yang diimpor oleh Oman adalah Kendaraan bermotor,

aksesoris kendaraan, peralatan konstruksi, dan peralatan komunikasi.

Selanjutnya dari perwakilan Kedutaan Belarusia menjelaskan terkait kondisi Belarusia yang berada di pusat benua Eropa. Belarusia telah menjadi salah satu produsen Dump Trucks untuk pertambangan di Kalimantan dan Sumatera. Belarus tidak memiliki produk seperti CPO, *fishery*, dan *cocoa*. Sehingga, Belarusia mencari produk-produk tersebut untuk memenuhi kebutuhan dalam negerinya. Selain itu, Belarusia pun juga memiliki *platform* seperti *Inaexport* yang bernama *National Centre For Marketing* bertujuan untuk membantu promosi produk-produk Belarusia ke pasar internasional. Kerja sama Indonesia dan Belarusia sudah berjalan sejak Juni 1993. Produk utama Belarus salah satunya adalah Potash yang merupakan produsen ketiga teratas di dunia.

Pembicara ketiga dari JETRO yang merupakan badan organisasi yang terkait dengan pemerintah Jepang, yang bekerja untuk mempromosikan hubungan perdagangan dan investasi antara Jepang dengan negara-negara lain di dunia.

Pembicara terakhir dari perwakilan kedutaan Kenya, menjelaskan potensi kerja sama dengan Kenya. Salah satunya di bidang pertambangan, Kenya memiliki banyak sumber mineral di antaranya *soda ash, titanium, manganese, silica sand*, dan *chromite*. Selain itu, Kenya merupakan hub antara negara-negara di Afrika Timur dan Afrika Tengah. Indonesia dan Kenya memiliki hubungan perdagangan yang sangat baik. Kenya berharap dapat meningkatkan perdagangan dan memperluas investasi dengan Indonesia. Kenya sendiri mengeksport teh, kopi, sayuran, dan kulit ke Indonesia. Sedangkan produk Indonesia yang telah masuk ke Kenya antara lain CPO, kertas karton, produk tekstil, *fatty alcohol*, pakaian olah raga, aki, kaca optik, dan lemari es.

Selanjutnya dilakukan sesi diskusi mengenai pembahasan *Inaexport* ataupun permasalahan ekspor yang dialami peserta, di antaranya:

1. Kesempatan kerja sama terhadap pertanian, kosmetik, *skincare*, dan *snack*;

2. Apa saja fasilitas yang diberikan oleh JETRO;
3. Bagaimana cara memperluas kerja sama untuk produk Yarn; serta
4. Diharapkan perwakilan membawa *buyer* pada saat TEI 2023

Kemudian dalam sesi pembahasan menjelaskan bahwa negara Oman, Belarusia, Kenya, dan Jepang sangat terbuka untuk menjalin kerja sama dengan pelaku usaha dari Indonesia. Selain itu, perwakilan JETRO menjelaskan bahwa penduduk Jepang lebih menyukai kripik singkong dengan rasa *original* untuk menemani minum beer. Kedutaan Belarusia sangat senang untuk menerima delegasi dari Indonesia yang akan berkunjung ke Belarusia, untuk informasi dapat menghubungi Kedutaan di Moscow dikarenakan Duta Besar bertanggung jawab untuk Belarusia dan Rusia.

Para pelaku usaha yang mengikuti Penyuluhan Informasi dan Komunikasi Ekspor sebagian besar sudah ekspor. Pelaku usaha mengharapkan bantuan pemerintah untuk memfasilitasi promosi produk mereka dengan mengikuti pameran di luar negeri. Salah satu pelaku usaha, PT Kewalram Indonesia merupakan perusahaan tekstil terintegrasi besar yang meliputi pemintalan, bordir, garmen, dan rumah pewarna, yang menghasilkan beragam produk tekstil seperti benang, kain, dan pakaian jadi. PT Kewalram Indonesia telah ekspor ke Belarus dan Kenya, namun belum pernah ekspor ke Oman.

Selain itu, ada PT Gistex Garmen Indonesia yang sudah berdiri sejak tahun 1975 dan memiliki komitmen yang kuat dalam hal konservasi lingkungan. Dedikasi ini terlihat dari upaya perusahaan dalam mendaur ulang air limbah, penyediaan lahan terbuka hijau di sekitar pabrik dan program-program lain yang mendukung *Green Environment*.

Ada pula perusahaan PT Ultrajaya Milk Industry yang bergerak dalam bidang industri makanan dan minuman. Di bidang minuman, Ultrajaya memproduksi minuman seperti susu cair, sari buah, teh, minuman tradisional dan minuman kesehatan, yang diolah dengan teknologi UHT (*Ultra High*

Temperature) dan dikemas dalam kemasan karton aseptik.

Focus Group Discussion (FGD) Pengembangan Ekspor Limbah Minyak Goreng / Used Cooking Oil (UCO)

Dalam rangka pengembangan ekspor Limbah Minyak Goreng/UCO, Direktorat Pengembangan Pasar dan Informasi Ekspor (P2IE) mengadakan kegiatan FGD pada 26 Juni 2023. FGD dipimpin oleh Direktur Pengembangan Pasar dan Informasi Ekspor dan dihadiri oleh wakil dari BKF, Kementerian Keuangan, Direktorat Jenderal Perdagangan Luar Negeri, Asosiasi Gabungan Pelaku Usaha Limbah Minyak Goreng Indonesia (GAPULIMGI), dan perwakilan Perdagangan di luar negeri khususnya dari Eropa yaitu Atase Perdagangan di Madrid, Brussel, dan Roma.

Tim Dit. P2IE menjabarkan potensi ekspor produk UCO ke Pasar Eropa, serta besaran nilai ekspornya. Selanjutnya, disampaikan terkait pentingnya koordinasi antar KL terkait kejelasan proses pendaftaran eksportir UCO dalam TracesNT, dan memberlakukan pembebasan DMO bagi ekspor UCO dengan memasukkan UCO ke dalam kategori produk limbah lainnya.

Selanjutnya Perwadag menyampaikan informasi yang terjadi di negara masing-masing terkait perdagangan UCO:

1. Perwadag Madrid menjelaskan kondisi dan potensi di Spanyol untuk ekspor UCO. Pendaftaran di TracesNT baru diwajibkan pada 1 Juni 2023, yang menjadi kendala utama adalah UCO dari Indonesia tidak diakui badan karantina Indonesia dan sejauh ini Kementerian Pertanian sendiri tidak mengeluarkan pengesahannya. Sedangkan pengesahan tersebut dibutuhkan untuk terdaftar di TracesNT. Spanyol menjadi importir terbesar di dunia untuk UCO, ekspor dari Indonesia meningkat setiap tahunnya namun sempat menurun di tahun 2020 dan 2021 karena ada regulasi DMO (*Domestic Market Obligation*). Importir Spanyol mengharuskan

adanya sertifikasi ISCC (terkait emisi karbon), namun beberapa eksportir Indonesia bila di lihat melalui ISCC eksportir tersebut, menunjukkan koordinat yang tidak sesuai dengan realitanya, malah beberapa eksportir menunjuk ke lokasi yang salah, hal ini juga diakui oleh GAPULIMGI dan berjanji akan melakukan perbaikan.

2. Perwadag Brussels menjelaskan alur dan TracesNT, dan menjelaskan bagaimana EU concern dengan maraknya terjadi *fraud* saat proses ekspor UCO khususnya dari Tiongkok, karena negara tersebut tidak dapat membuktikan *origin* dari produk tersebut yang berasal dari Indonesia dan Malaysia. Selanjutnya, menurut data BPS ekspor produk UCO dengan kode HS 15180032 juga mengalami penurunan sekitar 18 persen pada tahun 2021 dan 2022. Untuk catatan, eksportir dari Asia yang sudah terdaftar di TracesNT hanya yang berasal dari Taiwan, sedangkan eksportir Malaysia dan Indonesia belum ada yang terdaftar.
3. Perwadag Roma menjelaskan untuk impor Italia meningkat setiap tahunnya, namun untuk ekspor dari Indonesia sendiri masih sedikit dan menurun tiga tahun terakhir.

Pada kesempatan ini, GAPULIMGI menjelaskan asosiasinya merupakan perkumpulan terbuka yang menghimpun para penghasil, UMKM pengumpul, eksportir, dan segenap pelaku usaha limbah minyak goreng (minyak jelantah) lainnya di seluruh Indonesia. Para eksportir anggota asosiasi mengalami beberapa kendala yaitu DMO, pungutan BDPKS (Levy), Teknis TracesNT, dan *Phytosanitary certificate*.

Terkait hal tersebut GAPULIMGI juga menyampaikan beberapa saran dan masukan sebagai berikut:

1. Tidak memasukkan limbah minyak goreng sebagai produk turunan CPO, dan mengategorikannya sebagai produk limbah atau *waste*.
2. Penghapusan kewajiban DMO untuk ekspor UCO. juga penghapusan kewajiban pungutan sawit (*levy*). Kalaupun pungutan sawit (*levy*)

diterapkan, besarnya harusnya disamakan dengan *waste product* lainnya (ie. POME) sebesar USD 5/mt.

3. Laporan Survei (LS) juga dirasa akan menduplikasi skema Laporan Hasil Pemeriksaan (LHP) yang selama ini sudah dijalankan oleh Bea Cukai, sebagai kontrol guna mencegah potensi pelarian HS.
4. Penyeragaman HS Code ekspor limbah minyak goreng atau UCO dengan menggunakan HS Code 15180038.
5. Mendorong Badan Karantina untuk memasukkan HS Code UCO dalam format pilihan isian proses permohonan *Phytosanitary Certificate*.
6. Mendorong Kemendag, dalam hal ini Ditjen PEN, sebagai otoritas di Indonesia yang mengeluarkan *approval* untuk TracesNT Uni Eropa. Setiap eksportir bisa mendaftar dan di-survey/ di-check oleh Ditjen PEN untuk dinyatakan sebagai *economic operator* yang diakui sistem TracesNT Uni Eropa.

Menurut BKF, pemberlakuan UCO ini sebagai limbah perlu adanya kajian lebih dalam, karena jika sudah dimasukkan ke klasifikasi limbah akan ada perlakuan yang berbeda, dan akan ada campur tangan lagi dari KLHK. Untuk DMO sendiri tidak dikenakan untuk UCO namun tetap akan ada pungutan ekspor.

Perwakilan dari Daglu menyampaikan, menurut Bea Cukai untuk enam HS Code UCO wajib dikenakan PE, dasarnya adalah Hak Ekspor, yang harus ada distribusi dalam negeri. Jika eksportir tidak ingin dikenakan DMO dapat mengajukan surat yang ditujukan kepada Kemenko Marves (Deputi Bidang Koordinasi Investasi dan Pertambangan, Deputi Bidang Koordinasi Sumber Daya Maritim dan Energi, Deputi Bidang Koordinasi Infrastruktur dan Transportasi) dan untuk Kemendag ada Direktorat Jenderal Perdagangan Luar Negeri dan Direktorat Jenderal Perdagangan Dalam Negeri.

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 Juni 2023, dengan rincian sebagai berikut:

1. Pelayanan Permintaan Hubungan Dagang (Trade Inquiry)

Pelayanan hubungan dagang yang diterima InaExport pada bulan Juni 2023 berjumlah 23 permintaan hubungan dagang yang berasal dari luar negeri. Adapun permintaan hubungan dagang dari perwakilan RI di luar negeri tersebut berasal dari Mexico, Sudan, India, Yunani, Iran, Libya, Vietnam, Singapura, Sri Lanka, Qatar, dan Kanada. 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 adalah *tilapia fillet*, *snake fruit products*, *drift daybed*, *drift barstool*, *rattan drift banana barstool*, *drift banana bench rattan*, *nail drill machine*, *lifebuoy shampo*, *soap*, *onions*, *brake cleaner*, *cosmetics*, *beauty products*, *RBD coconut oil*, *cashew nut*, *cashew nut kernel*, *elephant fresh ginger*, *Montis Putri Salju cookies (cashew)*, *natural roasted cashews jar*, dan *raw cashew nuts*.

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. Selain 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

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

A. Layanan Konsultasi Bisnis

Pada bulan Juni 2023, InaExport membuka pelayanan secara *online* melalui *email* csc@kemendag.go.id dan *offline* dengan tatap muka langsung pada hari kerja mulai pukul 08.00 s.d 16.00 WIB. Pada periode ini, tercatat 68 orang telah mengunjungi PTE untuk melakukan konsultasi bisnis.

B. *Permanent Trade Exhibition* (PTE)

Pada periode Juni 2023, perusahaan yang sedang memanfaatkan ruang pamer (PTE) sebanyak 230 perusahaan, di antaranya terdapat 14 perusahaan yang baru naik *display* pada Juni 2023 antara lain: PT Elang Biru Indonesia Gemilang, CV Agia Persada (minyak kelapa), CV Indo Kreasi Cipta Rejeki (minuman), PT Victory Sukses Bersama (rempah-rempah), CV Jaya Abadi (makanan ringan), PT Duta Harapan Tunggal (sirup), PT Green Market Global Indonesia (briket kelapa), PT Tujuh Cakra Manunggal (3D wall panel), PT Battenberg Tiga Indonesia (makanan ringan), PT Rhenza Jaya Nusantara (kosmetik), PT Sidaun Tumbuh Bersama (bahan makanan), PT Alam Scientia Asia (bahan makanan), PT Dapur Sehati Food (bahan makanan), dan PT Trihiaka Alpha Teknologi (garmen). Sementara itu, bulan Juni 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 menyerahkan salinan SPPT SNI atau sertifikat dari BPOM.

Business Reception Ditjen PEN

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

Kegiatan *Business Reception* dilaksanakan setiap hari Kamis, diagendakan untuk memperkenalkan produk-produk unggulan Indonesia yang sudah ekspor dan yang siap ekspor. Kegiatan ini juga menjadi salah satu layanan Ditjen PEN melalui Direktorat Pengembangan Pasar dan Informasi ekspor dalam upayanya untuk meningkatkan ekspor nasional. Kegiatan *business reception* yang dilaksanakan selama bulan Juni 2023 adalah sebagai berikut:

1. Business Reception 8 Juni 2023

Business Reception yang dilaksanakan tanggal 8 Juni 2023 dihadiri oleh beberapa perwakilan khusus perempuan antara lain Perwakilan dari Kedutaan Besar Aljazair, Kedutaan Besar Libya, Kedutaan Besar Ecuador, dan Kedutaan Besar Kenya. Sedangkan untuk pelaku usaha perwakilan yang hadir berasal dari Alexander Troso, PT Nata Jaya Export, CV Koma Jaya, dan PT Setia Kawan Abadi.

Alexander Troso merupakan usaha yang bergerak di bidang produksi kain tenun ATBM

dari Desa Troso, Jepara. Perusahaan sudah beroperasi sejak 2015 namun baru mendaftarkan usahanya pada 2022. Perusahaan memiliki ketertarikan untuk melebarkan produksinya ke manca negara dengan kapasitas produksi 1000 lembar kain per bulan yang dapat dijadikan bahan untuk pembuatan baju, sepatu, aksesoris *fashion* dan tas. Bahan pembuatan kain berasal dari serat katun murni dengan pewarna baik yang alami maupun non alami sehingga menghasilkan kain yang lembut, motif yang unik dan berwarna cerah. Saat ini sebagai bagian dari warisan budaya setempat motif-motifnya sedang diajukan kepada Kemenkumham menjadi Hak Kekayaan Intelektual (HKI). Perusahaan membuka jasa maklon dan *partnership* dengan desainer *fashion*.

PT Nata Jaya Export merupakan perusahaan dagang yang mendistribusikan produk *virgin coconut oil* (VCO) dan berencana melakukan ekspor dengan kapasitas produksi sebanyak 10 MT/bulan dengan harga USD 8 per 1 kg. VCO merupakan produk yang dapat dipakai sebagai bahan pembuatan *cooking oil*, kosmetik, sabun, dan parfum. VCO dibuat dari kelapa segar tanpa pemanasan dan tanpa pemurnian dengan bahan kimia. Salah satu metode yang digunakan dalam pembuatan VCO adalah fermentasi, sehingga VCO aman dikonsumsi langsung untuk kesehatan. Dengan demikian VCO secara luas dapat diterima di negara mana pun sebagai produk alternatif minyak nabati.

CV Koma Jaya adalah produsen dan distributor bumbu dalam bentuk segar dan kering serta kopi Flores dalam bentuk *green bean*. Bumbu dan kopi dihasilkan dari Kabupaten Flores, Nusa Tenggara Timur di mana lahannya berada pada ketinggian 800 m dpl. Perusahaan sudah beroperasi sejak tahun 2008 sebagai produsen minuman rempah yang sehat. Untuk mendapatkan bumbu segar yang tahan lama, Koma Jaya melakukan pengeringan dengan sinar matahari sampai tingkat kandungan air yang standar. Bumbu yang dihasilkan yaitu kemiri, kayu manis, cengkeh, biji pala, dan vanilla dengan kualitas organik.

PT Setia Kawan Abadi merupakan perusahaan manufaktur yang berfokus pada produksi obat herbal, suplemen serta makanan dan minuman kesehatan berbasis bahan herbal alami. Pabrik berlokasi di Cengkareng dengan produksi sebanyak sembilan jenis produk dalam bentuk bubuk, *softgel*, kapsul, tablet, dan cair. Produk SKA sudah diekspor ke Filipina dan dipakai secara luas di sana setelah mendapat registrasi produk dari FDA Filipina.

2. *Business Reception* 15 Juni 2023

Business Reception tanggal 15 Juni 2023 dihadiri oleh perwakilan dari Kedutaan Besar Russia, Kedutaan Besar Armenia, Kedutaan Besar Amerika Serikat. Pelaku usaha yang hadir yaitu perwakilan dari PT Rajawali Nusindo, PT Agro Borneo Buntok, CV Bunga Melati – Creative Kokedama, CV Indo Kreasi Cipta Rejeki.

PT Rajawali Nusindo (Persero) adalah perusahaan BUMN fokus yang didistribusikan saat ini meliputi produk-produk pangan, produk obat-obatan, alat kesehatan dan kedokteran, serta produk Agro Industri. Terdiri atas sektor tebu, sawit, teh, kopi, *tropical fruit*, *cocoa powder*, karet, dan produk agro lainnya. Perusahaan memiliki 12 anak perusahaan yang tersebar dalam berbagai daerah di Indonesia. Perusahaan juga berfokus pada produksi kopi robusta yang diambil dari daerah Bengkulu dan Jawa Timur. Saat ini, perusahaan sedang mengembangkan distribusi produk sarang burung walet di daerah Bengkulu. Perusahaan berharap untuk dapat mengembangkan produk agro dalam negeri dan dapat bermitra dengan petani dan *stakeholder* terkait.

PT Agro Borneo Buntok merupakan perusahaan yang mengupayakan Peningkatan Gerakan Ekonomi Kreatif di Kalimantan Tengah dan mengembangkan produk sedotan ramah lingkungan dengan bahan baku tanaman Purun. Tanaman Purun sebelumnya hanya tanaman yang tidak diberdayakan di Palangkaraya. Palangkaraya memiliki 2,5 juta lahan gambut yang menjadi area tumbuh tanaman Purun.

Untuk produk sedotan sudah mendapatkan sertifikat halal dan sertifikat keamanan makanan. Perusahaan berharap dapat memberdayakan masyarakat dan lingkungan. Kapasitas Produksi saat ini mencapai satu juta sedotan tiap bulan yang sekarang dipasarkan ke lokal Surabaya dan Bali. Diharapkan dapat bekerja sama dengan *stakeholder* terkait untuk membantu memasarkan produk sedotan yang ramah lingkungan menggantikan sedotan yang terbuat dari bahan kertas yang dinilai tidak *foodgrade*.

CV Bunga Melati-Creative Kokedama adalah produsen tanaman hias yang menggunakan teknik dari Jepang yaitu Kokedama. Kokedama adalah media tanam bunga dari lumut berbentuk bola lumut. Perusahaan mengembangkan inovasi pertanian dengan teknik Kokedama karena tanaman hias sedang menjadi buruan, terutama untuk tambahan interior rumah. Teknik ini membuat tanaman hias lebih bersih dan mudah untuk dirawat. Perusahaan sedang mengembangkan penggunaan tumbuhan lain seperti purun yang tidak termanfaatkan. Pemilik perusahaan pernah berkeliling ke Eropa untuk mendapatkan inspirasi tanaman hias yang menjadi selera masyarakat Eropa.

CV Indo Kreasi Cipta Rejeki adalah perusahaan yang bergerak di bidang produksi dan distribusi minuman berbahan dasar kacang hijau (*mung bean*) dengan merek Mungbee. Perusahaan berdedikasi untuk menciptakan minuman lezat dan bergizi yang mempromosikan gaya hidup sehat dan aktif. Tekstur minuman yang berbeda dengan lainnya menjadi daya tarik utama produk Mungbee. Minuman Mungbee memiliki varian rasa original, coklat, dan vanilla. Produknya sudah mendapatkan Sertifikasi Halal, GMP, dan HCCP. Perusahaan berharap dapat memperkenalkan produk kacang hijau sebagai minuman sehat ke negara-negara yang belum familiar dengan produk kacang hijau.

Dalam kesempatan ini, perwakilan dari kedutaan negara mitra dan pelaku usaha mengapresiasi kegiatan *Business Gathering* yang menarik

di PTE. Terdapat beberapa tanggapan dari peserta *gathering*, di antaranya yaitu:

- a. Kedutaan Besar Amerika Serikat menginformasikan untuk produk-produk Indonesia banyak masuk ke pasar Amerika Serikat, untuk produk makanan minuman diharapkan menasar kota besar di LA, New York, Washington, Chicago dan lainnya. Sertifikasi pangan juga perlu diperhatikan oleh produsen di Indonesia bila mau masuk ke Amerika Serikat. Memang pasar Amerika Serikat menjadi tujuan ekspor dunia karena sebagai hiasan rumah dan taman, perlu memahami selera masyarakat di Amerika Serikat. Untuk produk sedotan memang kedepan menjadi prospek bisnis yang bagus mendukung kampanye ramah lingkungan, diharapkan perusahaan mampu menjelaskan produknya aman dikonsumsi karena terbuat dari tumbuhan.
- b. Kedutaan Besar Rusia menginformasikan untuk pasar Rusia, produk rempah, kopi robusta arabika dan lainnya, serta makanan minuman Indonesia cukup populer di sana. Perusahaan perlu menjalin kerja sama dengan mitra dagang (*buyer*) guna mengetahui persyaratan masuk untuk produk makanan dan minuman. Secara umum persyaratan cukup selektif, karena produk tersebut akan diuji juga di negara Rusia, untuk produk tanaman hias perlu diperhatikan daerah yang akan dituju, karena sebagian besar wilayah Rusia berupa area dingin, namun tidak menutup kemungkinan dapat mitra disana. Untuk produk sedotan organik cukup bagus produknya karena ramah lingkungan, namun tetap perlu mengenalkan produknya lebih *detail* bahwa sudah aman.
- c. Kedutaan Besar Armenia menginformasikan bahwa kantor kedutaan dan masyarakat Armenia hobi mengkonsumsi kopi jenis robusta maupun arabika. Peluang bisnis untuk makanan minuman untuk pasar Armenia. Selera pasar Armenia hampir sama dengan selera negara Eropa lainnya.

3. *Business Reception* 22 Juni 2023

Business Reception tanggal 22 Juni 2023 dihadiri oleh Perwakilan dari Kedutaan Besar Republik Irak, Kedutaan Besar Portugal. Pelaku usaha yang hadir yaitu perwakilan dari PT Cahaya Unggul Alami Nusantara, PT Victory Sukses Bersama, PT Hasta Kencana Jaya, PT Tujuh Cakra Manunggal, dan PT Trimega Prima Nusantara.

PT Cahaya Unggul Alami Nusantara merupakan perusahaan yang bergerak di bidang *food beverage* dengan produk utama *red ginger* (jahe merah). Produknya telah diekspor ke negara Singapura, Thailand, Australia, Jepang, dll. Didistribusikan secara *online* dan *offline*. Bahan baku produk dari jahe natural dan minuman dikemas dengan kemasan yang modern dan menarik. Saat ini perusahaan sedang mencari *partner* di negara Eropa untuk menjual produknya secara *online*. Perusahaan berharap dengan adanya kegiatan ini membuka peluang pasar yang baru.

PT Victory Sukses Bersama adalah perusahaan yang bergerak di bidang ekspor kapulaga, cengkeh, daun pisang, jahe dan produk unggulan berupa pemanis dari bunga stevia. Pemanis tersebut merupakan bahan pemanis dengan kandungan nol kalori. Tanaman ini bisa digunakan sebagai pengganti gula yang lebih sehat. Dapat dicampurkan dengan minuman favorit seperti teh, kopi dan lainnya. Produknya telah diekspor ke Cyprus dan sedang mencari rekan bisnis di negara lainnya. Bahan baku diambil dari Jawa Tengah. Pemanis Stevia (Lai's Sweet) dijual dengan berbagai ukuran dan dapat disesuaikan dengan pesanan.

PT Hasta Kencana Jaya bergerak dibidang *retail*, dengan *brand* obat nyamuk King Kong dan teh dengan *brand* Cap Djempol, Sipp, Bankitwangi, minyak goreng dan lain-lainnya. Perusahaan memiliki perkebunan teh organik di Indonesia yang telah mendapatkan Sertifikasi Internasional dari USDA, Organic Farm dan JAS yang berlokasi di Bandung, Sukabumi, dan Cianjur. Produk tehnya benar-

benar dipilih dari bahan baku yang terbaik. Produknya telah diekspor ke Jepang, Prancis dan lainnya. Varian rasanya cukup banyak dan variatif. Perusahaan akan mengirim produk teh ke Jordania. Perusahaan memahami bahwa produknya memang memiliki harga yang lebih tinggi daripada harga teh lainnya, sehingga dari perusahaan lebih gencar dalam memperkenalkan produk tehnya serta dapat menjaga kualitas produknya.

PT Tujuh Cakra Manunggal merupakan perusahaan yang bergerak di bidang manufaktur dan distribusi produk pelapis dinding tiga dimensi berbahan konkret beton dengan kualitas premium. Perwakilan perusahaan menyampaikan bahwa 100 persen bahan berasal dari Indonesia, perusahaan dapat memfasilitasi dalam bentuk, warna dan lainnya sesuai permintaan konsumen. Perusahaan bekerjasama dengan tujuh desainer asal Indonesia sehingga dapat memenuhi keinginan dari konsumen. Produknya sudah diekspor ke Belanda dan Korea Selatan. Perusahaan terbuka dengan OEM dari *buyer* yang berminat bekerja sama. Keseluruhan produk dapat disesuaikan dengan permintaan desain dari konsumen. Tantangan yang dihadapi perusahaan adalah produk imitasi dari perusahaan lain, namun PT Tujuh Cakra Manunggal terus meningkatkan kualitas produknya.

PT Trimega Prima Nusantara adalah perusahaan yang bergerak sebagai produsen produk herbal atau lebih dikenal jamu. Selain jamu, perusahaan ini juga memproduksi minyak telon, minyak kayu putih dan tentunya pengembangan produk baru lainnya. Perusahaan menggunakan *brand* Nyonya Manees membudayakan minuman herbal untuk menjaga kesehatan tubuh. Hal ini diwujudkan dengan meluncurkan produk

terbaru herbal bernama Nogula berbahan dasar alami untuk membantu menurunkan kadar gula darah dalam tubuh. Seluruh produk herbal Nyonya Manees telah diuji dan memperoleh izin dari BPOM. Selain itu, kehygienisan produk dan proses produksi Nyonya Manees memiliki standar tinggi mulai peralatan mesin dan laboratorium modern hingga melibatkan tenaga medis ahli dalam pembuatan produk. Harapan Perusahaan adalah budaya minum herbal bagi masyarakat Indonesia dapat menjadi pilihan utama untuk menjaga kesehatan serta mampu membawa produk herbal asli Indonesia mendunia.

Dalam kesempatan ini, perwakilan dari Kedutaan Negara mitra dan pelaku usaha luar negeri mengapresiasi kegiatan *business reception* yang menarik di PTE. Terdapat beberapa tanggapan dari peserta, di antaranya yaitu:

- a. Kedutaan Besar Republik Irak menginformasikan produk-produk Indonesia menjadi perhatian baik bagi pelaku usaha di Irak. Produk teh yang disajikan memiliki rasa yang enak dan aroma yang khas. Sesuai dengan cita rasa selera Timur tengah. Diharapkan produk-produk makanan dan minuman dapat dipasarkan ke negara Irak.
- b. Kedutaan Besar Portugal menyampaikan sangat tertarik dengan produk-produk yang dipresentasikan. Perwakilan menyampaikan bahwa produk makanan minuman terutama dari rempah-rempah khas Indonesia masih menjadi primadona menjadi minuman dan bahan makanan di Portugal. Untuk sertifikasi pangan, masuk ke Portugal memiliki standar yang hampir sama dengan negara Eropa lainnya, cukup selektif untuk produk makanan dan minuman.

1.5. Kegiatan Pendukung Ditjen PEN

Press Release Kegiatan Ditjen PEN dalam Website Kemendag

Selama bulan Juni 2023, *press release* yang tayang dalam *website official* Kemendag sebanyak 12 rilis berita. Rilis yang tayang adalah sebagai berikut:

1. Audiensi dengan Perhimpunan Pelajar Indonesia Dunia, Mendag Zulkifli Hasan Dukung Pengembangan Program Duta Ekspor (5 Juni 2023).
2. Penjurian Tahap II Good Design Indonesia Tekankan Inovasi Desain yang Berdampak Baik (11 Juni 2023).
3. Apresiasi Eksportir Indonesia, Kemendag Kembali Berikan Penghargaan Primaniyarta 2023 (12 Juni 2023).
4. Terobosan Baru Promosi Produk Halal Indonesia, Pemerintah Luncurkan *Vending Machine* di Jepang (14 Juni 2023).
5. Produk Dekorasi dan Interior Peraih Good Design Indonesia Tampil di International Lifestyle Tokyo (15 Juni 2023).
6. Kemendag Lepas Ekspor Produk Alas Kaki Senilai USD 96 Ribu, Momentum Indonesia Dalam Rantai Pasok Alas Kaki Dunia (20 Juni 2023).
7. Promosi Produk Kopi, Indonesia Siap Tebarkan Aroma Kopi Specialty di World of Coffee Athens 2023 (21 Juni 2023).
8. Dorong UKM Go Global, Kemendag Teken Kerja Sama dengan Pertamina (22 Juni 2023).
9. Luncurkan JMFW 2024, Mendag Zulkifli Hasan: Indonesia Tampilkan Produk Modest Fashion Unggulan (22 Juni 2023).
10. Dukung Industri Komik Lokal, Kemendag Berpartisipasi pada Indonesia Comic Con (ICC) 2023 (23 Juni 2023).
11. Tampil di World of Coffee Athena 2023, Aroma Kopi Specialty Indonesia Catat Potensi Transaksi USD 20,36 Juta (26 Juni 2023).
12. Semakin Diakui, Produk Suku Cadang Otomotif Raup Potensi Transaksi USD 10,96 juta di Automechanika Ho Chi Minh 2023 (27 Juni 2023).

BAB II. AGENDA KEGIATAN DIREKTORAT JENDERAL PENGEMBANGAN EKSPOR NASIONAL

37



5
JUNI

Direktur Pengembangan Ekspor Produk Primer Merry Maryati menjadi narasumber pada FGD Penyusunan Rekomendasi Kebijakan Konsepsi Standardisasi untuk Peningkatan Produktivitas Komoditas Ekspor Hortikultura yang digelar Pusat Standardisasi Instrumen Hortikultura (PSIH) Kementerian Pertanian secara hibrida dari Hotel Lor In Bogor Jawa Barat.

8
JUNI

Kemendag menggelar resepsi bisnis reguler Permanent Trade Exhibition (PTE) ke-15 Tahun 2023 di Kantor Kemendag. Acara dibuka oleh Direktur Pengembangan Pasar dan Informasi Ekspor Marolop Nainggolan. Dihadiri oleh perwakilan Kedutaan Besar Republik Algeria, Libya, Ekuador, dan Kenya. Eksportir yang hadir adalah PT Nata Jaya Export, CV Koma Jaya, PT Setia Kawan Abadi, dan Alexander Troso.



8 JUNI

Direktur Pengembangan Ekspor Produk Primer Merry Maryati membuka kegiatan sosialisasi TEI 2023 yang digelar secara hibrida dari Semarang Jawa Tengah. Kegiatan sosialisasi diikuti oleh 110 peserta yang hadir secara luring dan daring dari Jawa Tengah. Sebagai narasumber adalah Kepala Bidang Perdagangan Luar Negeri Dinas Provinsi Jawa Tengah Hariyanta dan perwakilan PT Debindo Multi Adhiwasti Rizal Adiputra.



9 JUNI

Direktur Pengembangan Ekspor Produk Primer Merry Maryati membuka Lokakarya Peluang dan Potensi Ekspor Produk Makanan Olahan ke Pasar Kanada bertempat di Surabaya. Lokakarya ini merupakan implementasi MoU kerja sama antara Kemendag dan TFO Kanada, yang menghadirkan pembicara/narasumber para praktisi dari GAPMMI, Aliansi Organisme Indonesia, dan IWAPI.

12 JUNI

Dirjen PEN Didi Sumedi meresmikan Indonesia Halal Vending Machine di Kedutaan Besar Republik Indonesia di Tokyo, Jepang. Indonesia Halal Vending Machine merupakan hasil kerjasama antara KBRI Tokyo, Kemendag, Bank Indonesia, Bank Negara Indonesia (BNI), Garuda Indonesia, Pertamina, serta ASEAN Japan Centre.





13
JUNI

Dalam rangkaian sosialisasi penyelenggaraan TEI ke-38, Direktur Pengembangan Ekspor Produk Primer Merry Maryati melakukan kunjungan ke perusahaan eksportir penerima fasilitas sertifikasi HACCP di wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta. Kunjungan tersebut dilaksanakan ke perusahaan hasil pendampingan HACCP tahun 2021 yaitu PT Matcha Muda Manggala. Dilanjutkan dengan kunjungan ke 2 perusahaan penerima sertifikasi HACCP tahun 2023, PT Anugerah Mulia Sentosa dan CV Cahaya Sinar Terang.

14
JUNI

Direktur Pengembangan Ekspor Produk Primer Merry Maryati membuka kegiatan sosialisasi TEI 2023 ke-38 yang digelar secara hibrida dari Yogyakarta. Sosialisasi diikuti oleh pelaku usaha dari provinsi DI Yogyakarta, Provinsi Jawa Barat dan Provinsi Banten. Sebagai narasumber adalah Kepala Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi D.I. Yogyakarta, Kepala Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Banten, Kepala Dinas Perdagangan Kabupaten Bekasi, dan perwakilan PT Debindo Multi, Profesional Event Organizer Trade Expo Indonesia Ke-38.



14
JUNI

Plt. Direktur Pengembangan Ekspor Produk Manufaktur Ganef Judawati mewakili Dirjen PEN selaku Council Director Indonesia ASEAN-Japan Centre (AJC) memimpin Delegasi Indonesia pada pertemuan The First 43rd Annual Meeting of The Council of the ASEAN-Japan Centre yang digelar secara daring. Hadir dalam pertemuan tersebut, Sekretaris Jenderal AJC Kunihiro Hirabayashi dan para Council Director negara-negara ASEAN.



16 JUNI

Plt. Direktur Pengembangan Ekspor Produk Manufaktur Ganef Judawati membuka webinar dengan tema "Peningkatan Daya Saing Ekspor Produk Kosmetik Melalui Sertifikasi Halal". Webinar dihadiri oleh para pelaku usaha di sektor kosmetik, Kementerian/Lembaga terkait, serta Dinas Perindustrian dan Perdagangan dari seluruh Indonesia.



20 JUNI

Dirjen PEN Didi Sumedi berbicara pada Kuliah Ekspor Konferensi Kolaborasi Ekspor Nasional 2023 dengan tema "Kolaborasi Perguruan Tinggi, Pemerintah dan Dunia Usaha untuk Menjadikan Indonesia sebagai Negara Eksportir Utama Dunia" yang digelar secara daring. Kegiatan ini diselenggarakan oleh Sekolah Ekspor mitra Kampus Merdeka bekerja sama dengan Kemendikbudristek, Kemendag, Kemenkop dan UKM, KADIN Indonesia, APINDO, dan GPEI.

22 JUNI

Kemendag menggelar resepsi bisnis reguler Permanent Trade Exhibition (PTE) ke-17 Tahun 2023 di Kantor Kemendag. Acara dibuka oleh Direktur Pengembangan Pasar dan Informasi Ekspor Marolop Nainggolan. Kegiatan kali ini dihadiri oleh perwakilan Kedutaan Besar Portugal dan Irak di Jakarta. Adapun eksportir yang hadir adalah PT Cahaya Unggul Alami Nusantara, PT Victory Sukses Bersama, PT Hasta Kencana Jaya, PT Tujuh Cakra Manunggal, dan PT Trimega Prima Nusantara.



Dorong UKM Go Global

**Ditjen PEN Teken Kerja Sama
dengan Pertamina**



**22
JUNI**

Dirjen PEN Didi Sumedi menandatangani kesepakatan bersama dengan *Corporate Secretary* PT Pertamina (Persero) Brahmantya Satyamurti Poerwadi tentang Pembinaan Pelaku UKM Berorientasi Ekspor Dalam Rangka Pengembangan Ekspor di Kantor Kemendag. Turut hadir adalah *Vice President CSR & SMEPP Management* PT Pertamina (Persero), Sesditjen PEN, Direktur Pengembangan Pasar dan Informasi Ekspor, dan perwakilan unit-unit terkait.

41

**22
JUNI**

Direktur Pengembangan Ekspor Produk Primer Merry Maryati meresmikan paviliun Indonesia di World of Coffee (WoC) Athens 2023, Yunani. Partisipasi Indonesia pada Pameran internasional kopi spesialti terbesar di Eropa ini merupakan kolaborasi antara Ditjen PEN, ITPC Budapest, ITPC Milan, dan Bank Indonesia. Paviliun Indonesia yang mengusung tema Toraja, menampilkan beragam produk kopi dari 11 pelaku usaha kopi terpilih pada area seluas 108 m².



Direktur Pengembangan Ekspor Produk Primer Merry Maryati meresmikan paviliun Indonesia di World of Coffee (WoC) Athens 2023, Yunani pada Kamis (22 Juni). Partisipasi Indonesia pada Pameran internasional kopi spesialti terbesar di Eropa ini merupakan kolaborasi antara Direktorat Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional, ITPC Budapest, ITPC Milan, dan Bank Indonesia.

@dipen.kemendag

@dipen.kemendag.go.id

Launching

**Jakarta Muslim Fashion Week
(JMFw) 2024**



**23
JUNI**

Dirjen PEN Didi Sumedi mendampingi Menteri Perdagangan Zulkifli Hasan meluncurkan Jakarta Muslim Fashion Week (JMFw) 2024 dengan tema "Discover Indonesia Modest Fashion Excellence" di Jakarta. Peluncuran JMFw 2024 dimeriahkan dengan parade busana yang menampilkan karya 10 desainer yaitu Lisa Fitria, Danjyo Hiyoji, Kami, Buttons carves, Nada Puspita, Aldrie, Artkea Bloom, Kursien Karzai, Brilianto, dan Ayu Dyah Andari.

23 JUNI

Dirjen PEN Didi Sumedi menjadi salah satu pembicara pada Diskusi Terpumpun "Ekosistem Industri Farmasi dan Kosmetik Halal Indonesia" yang diselenggarakan oleh Lembaga Afiliasi Penelitian dan Industri (LAPI) ITB di Dago, Bandung. Diskusi ini bertujuan untuk memperoleh gambaran kondisi industri farmasi dan kosmetik halal Indonesia, termasuk peran strategis pemerintah, dalam mendorong pengembangan industri farmasi dan kosmetik halal Indonesia.



Kunjungan Study

Mahasiswa Universitas Twente Belanda



27 JUNI

Direktur Pengembangan Pasar dan Informasi Ekspor, Marolop Nainggolan Menerima Audiensi Mahasiswa Universitas Twente Belanda di Kantor Kemendag. Kunjungan Mahasiswa Universitas Twente Belanda bertujuan untuk melihat langsung perkembangan produk-produk berkelanjutan dari Indonesia serta pengaruh isu *green economy* terhadap produk-produk Indonesia. Sebanyak 26 mahasiswa berpartisipasi dalam kegiatan ini.

27 JUNI

Dirjen PEN Didi Sumedi memberikan pengarahan dalam Pelatihan Peningkatan Kompetensi Calon Perwakilan Perdagangan RI di Luar Negeri yang digelar Pusat Pendidikan dan Pelatihan (Pusdiklat) Aparatur Perdagangan Angkatan II secara daring. Kegiatan diikuti oleh enam pegawai Kemendag yang selanjutnya akan menjadi perwakilan perdagangan di berbagai negara.



BAB III. PERMASALAHAN DAN TINDAK LANJUT



3.1. Kendala, Isu dan Permasalahan

Bimbingan Teknis “Upaya Peningkatan Daya Saing Dalam Rangka Percepatan Ekspor TPT Indonesia”

Permasalahan industri TPT Indonesia antara lain: pelemahan pasar ekspor dengan menurunnya permintaan dari beberapa negara tujuan ekspor, penurunan utilisasi produksi (fenomena PHK), ketergantungan bahan baku impor, dan belum maksimalnya pemanfaatan kerja sama perdagangan internasional.

Kepala Disperindag Jawa tengah menyampaikan hambatan ekspor TPT antara lain:

1. Pelemahan pasar ekspor di Uni Eropa, Amerika Serikat, Jepang, Amerika Latin, dan Afrika.
2. Belum ada *trade agreement* yang menguntungkan bagi produsen Indonesia untuk melakukan ekspor.
3. Perubahan kondisi ekonomi di Uni Eropa dan Amerika Serikat juga berimbas pada negara lain, berdampak pada melemahnya konsumsi dan daya beli di banyak negara konsumen TPT.
4. Negara-negara tujuan ekspor tekstil menerapkan *trade remedies* untuk produk tekstil.



3.2. Tindak Lanjut Penyelesaian

Bimbingan Teknis “Upaya Peningkatan Daya Saing Dalam Rangka Percepatan Ekspor TPT Indonesia”

Ditjen PEN telah berkoordinasi dengan asosiasi dan pelaku usaha yang hadir pada bimbingan teknis tersebut mengenai program pengembangan ekspor produk TPT yang dilakukan oleh Ditjen PEN selama tahun 2023 antara lain pameran, *business matching*, pendampingan pelaku usaha, dan misi dagang. Untuk itu kedepannya akan dilakukan diskusi lebih lanjut mengenai kendala, hambatan, dan potensi dalam melakukan ekspor produk TPT untuk dapat disesuaikan dengan rencana program kegiatan Dit. PEPM agar tepat sasaran dan tepat guna.

BAB IV. PENUTUP

Selama bulan Juni 2023, kegiatan Ditjen PEN secara ringkas mencakup kegiatan-kegiatan antara lain: Sosialisasi Trade Expo Indonesia (TEI) 2023 di Jawa Tengah; Workshop TFO Kanada: Peluang dan Potensi Ekspor Produk Makanan Olahan ke Pasar Kanada; Indonesian Days in Budapest 2023 di Budapest, Hongaria; Pendampingan Pelaku Usaha *Technical Assistance Mission* (TAM) Program *Local Business Export Coaching* (LBEC); Kegiatan Pelepasan Ekspor Produk Alas Kaki NIKE Tujuan Uni Eropa; Pelaksanaan Pendampingan *Good Manufacturing Practice* (GMP) untuk Kosmetik (ISO 22716:2007) Tahap II kepada PT Andara Cantika Indonesia; Bimbingan Teknis “Upaya Peningkatan Daya Saing Dalam Rangka Percepatan Ekspor TPT Indonesia”; Partisipasi Indonesia pada Pameran Automechanika Ho Chi Minh City, di Ho Chi Minh City – Vietnam; Pelaksanaan Identifikasi Pelaku Usaha Sektor Fesyen dan Makanan dan Minuman Siap Ekspor; Penyelenggaraan Pameran Indonesia Comic Con (ICC) 2023; Kegiatan Forum Konsultasi Klinik Desain; Kegiatan Identifikasi Pelaku Animasi, *Comic*, dan *Game* (ACG) Siap Ekspor di Provinsi Bali; Pelaksanaan Klinik Konsultasi Desain Produk Unggulan Daerah di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta; Kegiatan Sosialisasi dan Penjaringan Penghargaan Primaniyarta di Surabaya – Jawa Timur; Kegiatan Penyuluhan Informasi dan Komunikasi Ekspor; dan *Focus Group Discussion* (FGD) Pengembangan Ekspor Limbah Minyak Goreng / *Used Cooking Oil* (UCO).

Peningkatan pelayanan hubungan dagang dan informasi ekspor dilaksanakan melalui Pelayanan *InaExport* dan *Business Reception* yang diadakan tiga kali selama Juni 2023. Dalam bab permasalahan, isu dan tindak lanjut dibahas mengenai isu yang perlu ditindaklanjuti, yakni Bimbingan Teknis “Upaya Peningkatan Daya Saing Dalam Rangka Percepatan Ekspor TPT Indonesia”.

Dengan demikian, sepanjang bulan Juni 2023, selain beberapa aktivitas promosi, kegiatan Ditjen PEN juga melakukan aktivitas persiapan, pembahasan dan pengembangan kerjasama bagi pelaksanaan kegiatan untuk bulan-bulan berikutnya, yang bertujuan untuk meningkatkan kinerja Ditjen PEN sesuai dengan tugas dan fungsinya, serta memberikan kontribusi pada pencapaian target yang telah ditetapkan untuk Kementerian Perdagangan.



Directorate General of
National Export Development



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

Main Building 3rd, 4th, 13th, 14th Floor
Jl. M.I. Ridwan Rais No. 5
Jakarta 10110, Indonesia



Phone: (62) 021 - 23528640



Fax: (62) 021 - 23528650



www.djpen.kemendag.go.id