



KEMENTERIAN
PERDAGANGAN
REPUBLIK INDONESIA

LAPORAN BULANAN MARET

Direktorat Jenderal
Pengembangan Ekspor Nasional



20
25



DAFTAR ISI	i
DAFTAR GAMBAR	ii
KATA PENGANTAR	iii
RINGKASAN EKSEKUTIF	iv
BAB I TARGET DAN CAPAIAN KINERJA DITJEN PEN	5
BAB II PROGRAM DAN KEGIATAN DITJEN PEN	7
2.1. PENINGKATAN EKSPOR PRODUK PRIMER.....	7
2.2. PENINGKATAN EKSPOR PRODUK MANUFAKTUR.....	9
2.3. PENINGKATAN EKSPOR JASA DAN PRODUK KREATIF	13
2.4. PENINGKATAN PELAYANAN HUBUNGAN DAGANG DAN INFORMASI EKSPOR	16
2.5. KEGIATAN PENDUKUNG.....	18
BAB III AGENDA KEGIATAN DIREKTORAT JENDERAL PENGEMBANGAN EKSPOR NASIONAL.....	21
BAB IV PENUTUP	28

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Kunjungan ke pelaku usaha dalam rangka sosialisasi TEI ke-40 tahun 2025.....	8
Gambar 2 Menteri Perdagangan pada acara Road to CAEXPO 2025	9
Gambar 3 Kunjungan ke PT Golden Agin Nusa	10
Gambar 4 Kunjungan ke PT Krakatau Posco.....	11
Gambar 5 Kunjungan ke PT Satunol Mikrosistem.....	12
Gambar 6 Kunjungan ke PT Krakatau Baja Industri	12
Gambar 7 Penandatanganan Perjanjian Kerja Sama Ditjen PEN dengan UNS	19

Pada laporan bulan Maret 2025, 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 sebagai informasi kepada Menteri Perdagangan dan unit Eselon I lainnya tentang program dan kegiatan Ditjen PEN sepanjang bulan Maret 2025 dalam rangka mendukung capaian Kinerja Tahun 2025 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 2025 Ditjen PEN menetapkan empat indikator kinerja, yang tertuang dalam Perjanjian Kinerja Tahun 2025 yaitu:

1. Presentase Peningkatan Ekspor Produk Primer dengan target sebesar 3,79%.
2. Presentase Peningkatan Ekspor Produk Manufaktur dengan target sebesar 3,44%.
3. Presentase Peningkatan Ekspor Jasa Prioritas dengan target sebesar 3,08%.
4. Presentase Pertumbuhan Ekspor Non Migas di Pasar Potensial dengan target sebesar 9,80%.

Dari sisi kinerja anggaran, pada tahun anggaran 2025 Ditjen PEN Kementerian Perdagangan memperoleh alokasi anggaran Rp 72.678.764.000,-, namun setelah hasil rekonstruksi Raker DPR 13 Februari 2025, anggaran Ditjen PEN menjadi sebesar Rp 14.720.900.000,-. Dari total anggaran tersebut, berdasarkan realisasi sampai dengan 27 Maret 2025, telah direalisasikan 27,73% atau sebesar Rp 4.082.408.211,-.

Dengan tersusunnya laporan bulan Maret 2025 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, April 2025

Direktur Jenderal
Pengembangan Ekspor Nasional

Kinerja Ditjen PEN dalam mendukung program pengembangan ekspor nasional sepanjang bulan Maret 2025 di sektor produk primer yaitu **Sosialisasi Trade Expo Indonesia (TEI) ke-40** yang bertujuan untuk memberikan informasi mengenai manfaat dan peluang yang dapat diperoleh dari pameran, dan kegiatan **Road to CAEXPO 2025 UMKM BISA Ekspor ke Tiongkok** yang bertujuan untuk memberikan pemahaman kepada pelaku UMKM mengenai peluang, tantangan dan strategi ekspor ke Tiongkok.

Untuk mendukung program pengembangan ekspor produk manufaktur, Ditjen PEN melakukan kegiatan antara lain: **Kunjungan ke Pelaku Usaha** yang merupakan upaya koordinasi dan sinergi program peningkatan ekspor kepada eksportir; dan kegiatan **Koordinasi Pengembangan Ekspor Produk Manufaktur dengan Asosiasi Pulp dan Kertas Indonesia (APKI)** yang bertujuan untuk berdiskusi tentang kegiatan pengembangan ekspor dan akses pasar produk *pulp* dan kertas yang dapat disinergikan di tahun 2025.

Untuk pengembangan ekspor jasa dan produk kreatif, telah dilaksanakan kegiatan **Audiensi Kolaborasi Pendanaan dan Inkubasi Bisnis Bagi Ekosistem Pengusaha Ekspor dengan Bizhare Group** untuk dapat membahas potensi kerja sama melalui kolaborasi pendanaan dan inkubasi bisnis bagi ekosistem pengusaha ekspor; kegiatan **Audiensi dengan Asosiasi Lisensi Indonesia (ASENSI)** untuk menginformasikan rencana program Rasa Indonesia yang bisa juga diikuti oleh anggota ASENSI yang bergerak di sektor kuliner; kegiatan **Pitching Antara Perwakilan Perdagangan Indonesia di India dengan Binaan BNI Xpora** dan terdapat enam peserta yang dinilai memiliki potensi masuk ke pasar India; dan kegiatan **Penyelenggaraan Launching ILFEX 2025** untuk menyampaikan informasi kepada seluruh *stakeholder* mengenai penyelenggaraan ILFEX 2025.

Peningkatan pelayanan peluang pasar dan informasi ekspor dilaksanakan melalui **Pelayanan Permanent Trade Exhibition**. Pelayanan hubungan dagang yang diterima pada bulan Maret 2025 berjumlah 14 *inquiry*, yang seluruhnya bersumber dari Inaexport.

Pada bulan Maret 2025, Sekretariat Ditjen PEN merekap **Press Release Kegiatan DJPEN dalam Website Kemendag** dan terdapat tujuh rilis berita kegiatan yang terpublikasi di *website* Kemendag. Selain itu, Sekretariat Ditjen PEN melaksanakan **Penandatanganan Kerja Sama antara Ditjen PEN dengan Universitas Sebelas Maret** untuk pendampingan penelitian serta peningkatan kapasitas pengembangan ekspor bagi para akademisi serta pendampingan UMKM inkubasi bisnis dari UNS.

BAB I

TARGET DAN CAPAIAN KINERJA DITJEN PEN

Berdasarkan usulan Renstra periode 2025-2029 yang saat ini masih disusun, sasaran strategis Ditjen PEN yang ingin dicapai adalah Meningkatnya Perluasan Akses Pasar Ekspor Barang dan Jasa, yang diukur melalui empat Indikator Kinerja Strategis adalah:

1. Kontribusi Ekspor Barang dan Jasa terhadap PDB;
2. Kontribusi Ekspor Barang Indonesia terhadap Total Ekspor Barang Dunia;
3. Nilai Ekspor Jasa Indonesia; dan
4. Pangsa Pasar Nilai Ekspor Indonesia yang Bergabung Dalam Rantai Nilai Global.

Capaian kinerja tahun 2025 belum dapat dihitung karena data ekspor tahun 2025 masih belum tersedia. Penghitungan tersebut dapat dilakukan pada bulan April 2025 setelah data yang diperlukan tersedia.

review Ibu Dirjen 4 feb 2025

KEMENTERIAN PERDAGANGAN REPUBLIK INDONESIA		
KONSEP DUMMY MATRIKS INDIKATOR RENCANA STRATEGIS (RENSTRA) KEMENTERIAN PERDAGANGAN TAHUN 2025-2029		
Sasaran Strategis: Meningkatnya Perluasan Akses Pasar Ekspor Barang dan Jasa		
Indikator Kinerja Strategis : 1. Kontribusi Ekspor Barang dan Jasa terhadap PDB		
IKP (Dirjen PEN)	IKK (Eselon II)	
Kontribusi Ekspor Produk Berteknologi Menengah Dan Tinggi Indonesia Terhadap Total Ekspor Produk Indonesia	Nilai ekspor Produk Berteknologi Menengah	PEPM
	Persentase pelaku usaha pendampingan pengembangan produk manufaktur yang mendapatkan potensi transaksi ekspor	PEPM
	Nilai Potensi transaksi promosi ekspor produk manufaktur	PEPM
	Pelaku usaha produk manufaktur penerima manfaat kerjasama pengembangan ekspor	PEPM
Nilai Ekspor Produk Kreatif	Nilai ekspor produk Kriya	JAKRE
	Persentase Pelaku Usaha yang berhasil menerima hasil luaran desain Klinik Desain IDDC	JAKRE
	Nilai potensi transaksi promosi ekspor produk kreatif	JAKRE

 Kolom berwarna hijau merupakan Indikator mandat RPJMN

 kemendag.go.id
    @Kemendag
    Kementerian Perdagangan
 #AyoDagang

Indikator Kinerja Strategis : 2. Kontribusi Ekspor Barang Indonesia terhadap Total Ekspor Barang Dunia

IKP (Dirjen PEN)	IKK (Level Eselon II)	
Kontribusi Pangsa Pasar Ekspor Produk Berteknologi Menengah Dan Tinggi Terhadap Dunia	Nilai ekspor Produk Berteknologi Tinggi	PEPM
	Nilai Perdagangan Komoditas Digital	PEPM
	Presentase peningkatan pemanfaatan informasi pasar negara tujuan ekspor untuk produk Berkategori Hijau (Environmental Goods)	PPIE
	Presentase peningkatan pemanfaatan informasi pasar negara tujuan ekspor untuk produk berteknologi menengah dan tinggi	PPIE
Kontribusi Pangsa Pasar Ekspor Produk Penyerap Tenaga Kerja Tinggi Terhadap Dunia	Nilai ekspor produk penyerap tenaga kerja tinggi	PEPM
	Presentase peningkatan pemanfaatan informasi pasar negara tujuan ekspor untuk produk penyerap tenaga kerja tinggi terhadap dunia	PPIE
Kontribusi Pangsa Pasar Ekspor Produk Pertanian Terhadap Dunia	Nilai ekspor produk pertanian (Fokus: CPO dan turunannya HS 15; Kopi, teh, dan rempah HS 09; kakao dan olahannya HS 18; ampas/sisa industri makanan HS 23)	PRIMER
Kontribusi Pangsa Pasar Ekspor Produk Industri Berbasis Sumber Daya Alam Terhadap Dunia	Nilai ekspor produk industri Berbasis Sumber Daya Alam (Fokus: Batubara HS 2701; nikel HS 75; logam mulia HS 71; ikan dan udang HS 03; makanan dan minuman olahan HS 20 & 21)	PRIMER
	Persentase pelaku usaha pendampingan pengembangan produk primer yang mendapatkan potensi transaksi ekspor	PRIMER
	Nilai Potensi transaksi promosi ekspor produk primer	PRIMER
	Pelaku usaha produk primer penerima manfaat kerjasama pengembangan ekspor	PRIMER

Indikator Kinerja Strategis : 3. Nilai Ekspor Jasa Indonesia

IKP (Dirjen PEN)	IKK (Level Eselon II)	
Nilai Ekspor Jasa Bisnis Lainnya	Nilai ekspor kelompok-kelompok jasa bisnis lainnya	JAKRE
	Pertumbuhan Pelaku Usaha Jasa Penerima Manfaat Fasilitas Pengembangan Ekspor Jasa	JAKRE
	Nilai Potensi transaksi promosi ekspor Jasa Prioritas	JAKRE
	Persentase usaha e-commerce yang melakukan ekspor	JAKRE
	Presentase peningkatan pemanfaatan informasi pasar negara tujuan ekspor untuk produk jasa	PPIE

Indikator Kinerja Strategis : 4. Pangsa Pasar Nilai Ekspor Indonesia yang Bergabung Dalam Rantai Nilai Global

IKP (Dirjen PEN)	IKK (Level Eselon II)	
Nilai Ekspor Indonesia yang Bergabung Dalam Rantai Pasok Global	Nilai ekspor produk elektronik dan produk otomotif	PEPM
	Jumlah pelaku usaha pendampingan pengembangan produk manufaktur yang masuk dalam rantai pasok global	PEPM

 Kolom berwarna hijau merupakan indikator mandat RPJMN

BAB II

PROGRAM DAN KEGIATAN DITJEN PEN

2.1. PENINGKATAN EKSPOR PRODUK PRIMER

1. Sosialisasi Trade Expo Indonesia (TEI) ke-40

Sosialisasi dilaksanakan pada tanggal 12-14 Maret 2025 bersama perwakilan dari Direktorat Pengembangan Ekspor Produk Primer, dan perwakilan dari PT Debindomulti Adhiswati.. Sosialisasi bertujuan untuk memberikan informasi mengenai manfaat dan peluang yang dapat diperoleh dari pameran, serta mendorong partisipasi aktif dari pelaku usaha di Banten. Kegiatan sosialisasi TEI ke-40 dilaksanakan di Tangerang dan Tangerang Selatan dengan pendekatan *door-to-door* melalui kunjungan ke lima perusahaan dan satu koperasi yang berpotensi untuk berpartisipasi dalam pameran

a. PT Aneka Pangan Internasional (produk kopi)

Perusahaan pernah mengekspor produknya ke sejumlah negara termasuk Jepang dan Uni Emirat Arab. Produk kopi yang dihasilkan mulai dari *drip bag*, *powder*, *steep* dan *coffee pod*. Setiap bulannya perusahaan dapat memproduksi sekitar 500 ribu pod dalam 21 varian rasa. Perusahaan tertarik untuk berpartisipasi pada TEI dan akan melakukan koordinasi internal untuk mendiskusikan secara lebih detail.

b. PT Mandala Prima Makmur (produk kakao)

Perusahaan telah memiliki pengalaman berpartisipasi pada TEI sebelumnya melalui fasilitasi yang diberikan oleh Bank BRI serta menerima fasilitasi Sertifikasi HACCP dari Kementerian Perdagangan pada tahun 2023. Perusahaan memiliki ketertarikan untuk mengikuti TEI 2025 dan akan membahas lebih lanjut secara internal.

c. PT Gandum Mas Kencana (produk kakao dan olahannya)

Saat ini perusahaan berencana untuk ekspansi ekspor ke pasar Maldives dan Australia, sehingga TEI dapat menjadi *platform* promosi dan memperluas jaringan dengan *buyer* dari negara tersebut. Perusahaan sudah pernah berpartisipasi pada program Dit. PEPP yaitu pada pameran Africa Big 7 tahun 2024.

d. PT Huda Rachma Groupindo (produk koper dan tas)

Perusahaan berpartisipasi pada TEI tahun lalu, mendapatkan hasil yang kurang optimal dengan jumlah visitor terbatas. Oleh karenanya, sektor *lifestyle* perlu dipromosikan lebih gencar dan dibantu dicarikan *buyer* sebelum pameran berlangsung.

e. PT Villar Swargi Internusa (produk vanili)

Pada TEI tahun 2024 perusahaan tidak berpartisipasi dikarenakan kendala internal. Pada tahun ini sejalan dengan rencana untuk meningkatkan promosi produk,

perusahaan berminat untuk berpartisipasi pada TEI 2025. Bersedia untuk diikuti dalam kegiatan *pitching* dan *business matching* yang dilakukan Kementerian Perdagangan.

f. Galeri Etnik Nusantara (GENSA) (multiproduk)

GENSA bersama perwakilan Debindo mengadakan sesi tanya jawab dengan pelaku usaha diantaranya adalah Omah Sedap, PT Toma Mandiri, CV Saripati, Cahaya Globalindo, dan Rempah Sumber Rezeki sebagai koperasi yang menaungi berbagai UMKM di sektor kerajinan, batik, makanan olahan, dan furnitur. GENSA telah mengatakan kesediaannya untuk bergabung secara mandiri.



Gambar 1 Kunjungan ke pelaku usaha dalam rangka sosialisasi TEI ke-40 tahun 2025

2. Kegiatan *Road to CAEXPO 2025* UMKM BISA Ekspor ke Tiongkok

Road to CAEXPO 2025 dilaksanakan secara *hybrid* pada 17 Maret 2025 di Auditorium Gedung Utama Kementerian Perdagangan, dan dihadiri oleh pelaku usaha UMKM anggota Himpunan Pengusaha Muda Indonesia (HIPMI). Hadir sebagai pembicara pada diskusi panel yaitu Wakil Sekretaris Jenderal Badan pengurus Pusat (BPP) HIPMI, Direktur Utama PT Pandu Arjuna Indonesia (PAR Indonesia), Wakil Sekretaris Jenderal Gabungan Pengusaha Kelapa Sawit Indonesia (GAPKI), dan Atase Perdagangan Beijing. Kegiatan bekerja sama dengan HIPMI dan bertujuan untuk memberikan pemahaman kepada pelaku UMKM mengenai peluang, tantangan dan strategi ekspor ke Tiongkok, mendorong UMKM untuk berpartisipasi dalam pameran dagang China-ASEAN (CAEXPO) 2025 di Nanning, Tiongkok, serta memfasilitasi *pitching* dan *business matching* antara pelaku UMKM dengan perwakilan perdagangan di Tiongkok.

Acara dibuka oleh Menteri Perdagangan dengan menyampaikan bahwa saat ini Kementerian Perdagangan melakukan *pitching* dan *business matching* antara importir dan UMKM dengan dukungan perwakilan perdagangan secara berkala untuk meningkatkan kepercayaan diri dan *branding* produk UMKM di pasar global, dengan tujuan akhir yaitu ekspor berkelanjutan melalui *repeating order*.

Pada sesi diskusi panel, ada beberapa hal yang didiskusikan, antara lain terkait manfaat partisipasi pada CAEXPO 2025, karakteristik pasar dan pelaku usaha Tiongkok, ketentuan ekspor ke Tiongkok, dukungan perwakilan perdagangan RI, peluang dan tantangan serta strategi ekspor ke Tiongkok, serta peran HIPMI dalam meningkatkan ekspor Indonesia serta pentingnya pembiayaan dan permodalan ekspor bagi para eksportir.

Kegiatan dilanjutkan dengan *pitching* antara UMKM yang hadir dengan perwakilan perdagangan di Tiongkok di antaranya untuk produk madu hutan, emas dan perhiasan, bubuk coklat, tembakau, dan juga hasil perikanan. Pada kesempatan ini, PT PAR memberikan fasilitas satu *booth* standar gratis kepada peserta kegiatan. Pelaku usaha yang mendapatkan fasilitas *booth* gratis adalah PT Hojaya Group International dengan produk arang briket.



Gambar 2 Menteri Perdagangan pada acara *Road to CAEXPO 2025*

2.2. PENINGKATAN EKSPOR PRODUK MANUFAKTUR

1. Kunjungan ke Pelaku Usaha

Kunjungan perusahaan merupakan upaya koordinasi dan sinergi program peningkatan ekspor kepada eksportir. Pada kegiatan ini Ditjen PEN c.q Dit. PEPM melakukan kunjungan ke pelaku usaha yang bergerak di berbagai sektor, yaitu sebagai berikut:

a. PT Golden Agin Nusa

Kunjungan ke PT Golden Agin Nusa yang merupakan perusahaan sektor mesin pertanian dilaksanakan pada tanggal 14 Maret 2025. PT GAN merupakan perusahaan yang memproduksi mesin pertanian dan bahan bangunan. Mesin pertanian yang dibuat adalah sprayer berbahan plastik dan *stainless steel* dengan sistem manual dan elektronik dengan merk “Swan” atau “Cap Bebek”, serta modul drone. Untuk produk bahan bangunan, perusahaan memproduksi pintu darurat, serta modul drone yang memiliki keunggulan anti-rayap, anti memuai dan anti api. PT GAN telah melakukan ekspor ke Filipina, Vietnam, dan Malaysia.

Beberapa poin diskusi yang dibahas antara lain sebagai berikut:

- 1) Nilai ekspor tahun 2024 PT PAN mencapai sekitar Rp 50 miliar. Sebelum pandemi dan perang Rusia-Ukraina, proporsi penjualan ekspor adalah 70%, sementara penjualan domestik menyumbang 30%. Namun kini komposisi ekspor cenderung menurun sehingga harus diimbangi penjualan pasar domestik.
- 2) Bahan baku *stainless steel* yang digunakan PT GAN saat ini merupakan produk impor karena produk dalam negeri kualitasnya belum memenuhi syarat dan harganya tinggi.
- 3) PT GAN ingin menasar pasar Australia dan Amerika Serikat karena preferensi mereka terhadap produk berkualitas yang berasal di luar Tiongkok, ditambah juga karena ada penerapan tarif tinggi terhadap produk asal Tiongkok.



Gambar 3 Kunjungan ke PT Golden Agin Nusa

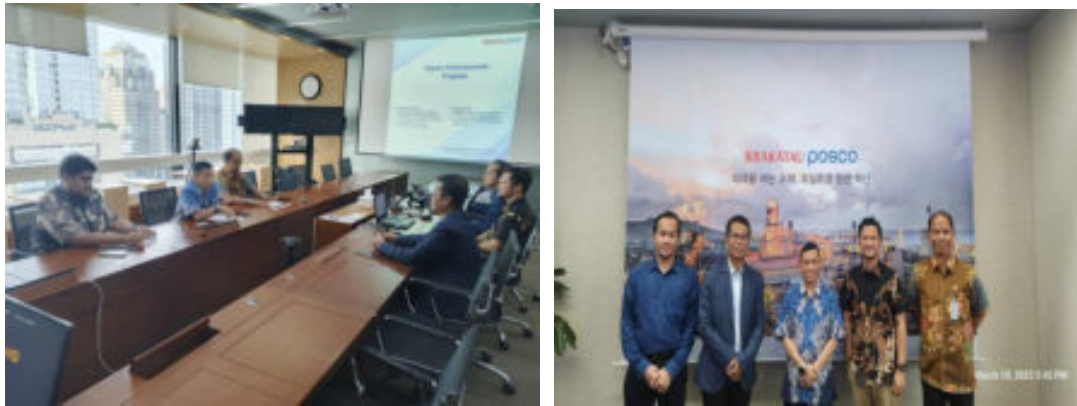
b. PT Krakatau Posco

Kunjungan ke PT Krakatau Posco dilaksanakan pada tanggal 18 Maret 2025. Krakatau Posco berdiri pada tahun 2010 dengan target penjualan ke pasar nasional berkisar 70% dan ekspor 30%. Rencana perusahaan di tahun 2025 akan memproduksi sebesar 1,2 juta MT (Metrics Ton) dari kapasitas 1,5 juta MT per tahun, terdiri dari 530.000 MT produk *plate (steel slab, steel plate)* dan 590.000 MT produk *Hot Rolled Coil*. Tujuan ekspor utama adalah Uni Eropa, Asia Tenggara, Afrika Selatan, dan India.

Pada sesi diskusi dengan Krakatau Posco, disampaikan beberapa hal yaitu:

- 1) Krakatau Posco memaksimalkan penjualan segmen strategis (*construction, pipes, automotives, heavy industries*), penetrasi ke *market* dengan produk *high value added* berbasis project (*bridges, wind tunel, ports, oil & gas dan energy*), serta pengembangan pasar Afrika Selatan, kawasan ASEAN, Baltic, serta kawasan Amerika Selatan dan Utara.
- 2) Imbas rencana regulasi CBAM di Eropa dan pengenaan tarif baja oleh Amerika Serikat, khususnya bagi negara Tiongkok, Vietnam, Thailand dan Malaysia

menyebabkan lebih banyak produk impor dari Tiongkok dan Vietnam dengan harga kompetitif termasuk yang tidak tersertifikasi masuk ke Indonesia.



Gambar 4 Kunjungan ke PT Krakatau Posco

c. PT Satunol Mikrosistem

Kunjungan perusahaan dilaksanakan pada tanggal 19 Maret 2025. Perusahaan didirikan pada tahun 1995 hingga kini telah beroperasi lebih dari 25 tahun. PT SM merupakan perusahaan *software*, *hardware* dan penyedia layanan *Internet of Things* (IoT).

Beberapa poin yang dibahas dalam diskusi yaitu sebagai berikut:

- 1) Pada tanggal 11-13 Maret 2025, PT SM mendapat fasilitasi dari ITPC Sydney pada pameran *Energy Exchange Australia* (EXA) 2025 untuk *produk excavators guidance system*-nya dengan merk “Toho” terutama dalam menyasar perusahaan sektor pertambangan Australia.
- 2) Produk PT SM banyak diminati pengunjung baik dari produsen produk serupa, perusahaan *end user* maupun konsultan mining dan memiliki potensi penjualan sekitar USD 30 ribu per unit hingga USD 2,5 juta.
- 3) Kelebihan sistem *device* yang dimiliki PT SM dibanding pesaing serupa dari luar negeri seperti merk Trimble (Amerika Serikat), Hexagon (Swedia), Topcon (Jepang) dan merk lain dari Tiongkok adalah harganya lebih murah sekitar 25%-50%.
- 4) Bahan baku yang digunakan PT SM adalah komponen impor, namun di *assembly* di Indonesia dengan *software* buatan Indonesia, adapun *enclosure/cover* dari *device* berasal dari impor karena pertimbangan biaya.
- 5) Saat ini PT SM ingin menyasar pasar selain Australia yang juga memiliki keunggulan di sektor pertambangan dan perkebunan.



Gambar 5 Kunjungan ke PT Satunol Mikrosistem

d. PT Krakatau Baja Industri

Kunjungan ke PT Krakatau Baja Industri (KBI) yang berlokasi di Cilegon dilaksanakan pada tanggal 21 Maret 2025. KBI merupakan industri manufaktur pengelolaan baja lembaran canai dingin dengan kapasitas produksi 540.000 MT dari total 850.000 ton per tahun. Produk yang dihasilkan adalah *Hot Rolled Pickled Oil (HRPO)*, *Cold Rolled Coil (CRC)*, *Cold Rolled Sheet* yang telah tersertifikasi SNI, JIS, ASTM, SIRIM.

Pada sesi diskusi dengan KBI disampaikan beberapa hal, yaitu sebagai berikut:

- 1) Krakatau Baja Industri dapat melakukan pemasaran produknya baik langsung maupun tidak langsung. KBI juga melakukan upaya kolaborasi promosi bersama perusahaan yang mereka pasok seperti Tata Metal Lestari, Sunrise Steel, Spindo, Fumira, Kedawung dan Sarana Central Bajatama.
- 2) Untukantisipasi CBAM dan peningkatan daya saing, KBI melakukan inisiatif seperti pemasangan solar panel, penggunaan gas dan pengolahan limbah (*reject treatment plant*). Pengenaan tarif 25% produk baja oleh Amerika Serikat menjadi peluang bagi produk Indonesia termasuk KBI karena memiliki *level equal playing field* seperti negara RRT, Vietnam, Thailand dan Malaysia.



Gambar 6 Kunjungan ke PT Krakatau Baja Industri

2. Koordinasi Pengembangan Ekspor Produk Manufaktur dengan Asosiasi Pulp dan Kertas Indonesia (APKI)

Pertemuan Dit. PEPM dengan Asosiasi *Pulp* dan Kertas Indonesia (APKI) berlangsung pada tanggal 17 Maret 2025. Tujuan pertemuan tersebut adalah untuk berdiskusi tentang

kegiatan pengembangan ekspor dan akses pasar produk *pulp* dan kertas yang dapat disinergikan di tahun 2025. Berdasarkan analisis posisi produk Indonesia terhadap permintaan dunia dan indeks keunggulan komparatif, beberapa produk ekspor APKI potensial Indonesia yakni, 1) HS 470329-*wood pulp; chemical wood pulp, soda or sulphate*, 2) HS 480256-*Uncoted paper and paperboard (not 4801 or 4803); printing, writing or graphic*, 3) HS 470200-*wood pulp; chemical wood pulp, dissolving grades*, 4) HS 480300-*tissue, towel, napkin stock or similar; for household or sanitary use, cellulose, wadding webs of cellulose fibres*, 5) HS 480255-*Uncoated paper and paperboard (not 4801 or 4803); printing, writing or graphic*.

Beberapa hal yang disampaikan oleh APKI pada pertemuan tersebut, yaitu sebagai berikut:

- a. Terdapat 113 industri *pulp* dan kertas (IPK) di seluruh Indonesia dengan nilai ekspor USD 8 miliar dengan memberikan kontribusi terhadap PDB non migas pada 2024 sebesar 3,97%.
- b. Isu terkait hambatan tarif yang dikenakan di negara tujuan ekspor untuk menghambat produk *pulp* dan kertas dari Indonesia seperti negara China, Mexico, India, Afrika, Mesir, dan beberapa negara di Asia Timur dan Tenggara.
- c. Isu terkait keberlangsungan lingkungan menyebabkan tren penggunaan kertas berbahan daur ulang (KDU) meningkat.
- d. Dari sisi ketersediaan bahan baku untuk IPK hanya 50% yang mampu dipenuhi dari sumber dalam negeri, sedangkan untuk memenuhi kebutuhan 50% lagi Indonesia masih tergantung pada impor.
- e. Pemerintah diharapkan lebih memaksimalkan manfaat yang diperoleh dari perjanjian perdagangan yang dijalin bagi industri dalam negeri.
- f. Pihak APKI mengharapkan informasi terkini dan bantuan untuk dipertemukan dengan para *buyer* potensial di negara tujuan ekspor oleh perwakilan perdagangan yang dinaungi oleh Kementerian Perdagangan.

2.3. PENINGKATAN EKSPOR JASA DAN PRODUK KREATIF

1. Audiensi Kolaborasi Pendanaan dan Inkubasi Bisnis Bagi Ekosistem Pengusaha Ekspor dengan Bizhare Group

Pada tanggal 3 Maret 2025 telah dilaksanakan Audiensi Kolaborasi Pendanaan dan Inkubasi Bisnis Bagi Ekosistem Pengusaha Ekspor dengan Bizhare Group. Audiensi ini bertujuan untuk dapat membahas potensi kerja sama melalui kolaborasi pendanaan dan inkubasi bisnis bagi ekosistem pengusaha ekspor antara Ditjen PEN c.q Dit. PEJPK dan Bizhare Group. Pertemuan dihadiri oleh Presiden Direktur dari Bizhare Group dan Presiden Direktur dari MBN Consulting.

Bizhare Holding Group merupakan sebuah grup keuangan berbasis di Indonesia yang berfokus pada bisnis UKM dengan berbagai solusi seperti *Licensed Securities Crowdfunding Platform*, Konsultan Bisnis dan *Digital Private Equity Fund Investment*. Bizhare Holding Group terbagi ke dalam tiga anak perusahaan di antaranya adalah Bizhare, MBN, dan Synergyze Capital. Terdapat beberapa investor besar yang sudah *men-support* Bizhare Holding Group salah satunya adalah Telkomsel.

Bizhare memiliki dua skema pendanaan yang ditawarkan di antaranya adalah:

- a. *Corporate Financing* yaitu pendanaan melalui skema obligasi/sukuk berdasarkan *cash flow* dan juga historikal proyek untuk menentukan nilai pendanaan yang disetujui; dan
- b. *Project Financing* yang merupakan pendanaan melalui skema obligasi/sukuk dengan berlandaskan SPK/PO aktif hingga 80% dari nilai modal pelaksanaan proyek.

MBN Consulting merupakan perusahaan Manajemen Konsultan Bisnis yang membantu pemilik bisnis menyusun kerangka kerja strategis dan melakukan eksekusi berbagai kebutuhan bisnis mulai dari Pembenahan Keuangan, Fundamental Bisnis, Manajemen Operasional dan Strategi *Marketing* dengan kualitas yang baik dan *affordable*, hingga berkolaborasi dengan berbagai *stakeholders* baik dari perusahaan swasta maupun menjadi partner resmi pemerintah.

Kolaborasi antara Bizhare, MBN Consulting dan Kementerian Perdagangan memiliki potensi untuk mempercepat kesiapan ekspor UMKM melalui akses pembiayaan fleksibel dan pendampingan bisnis strategis. Program ini membantu UMKM mengatasi tantangan permodalan, meningkatkan kapasitas operasional, memperoleh sertifikasi ekspor serta memperluas akses ke pasar global. Dengan sinergi antara teknologi finansial, strategi bisnis dan dukungan pemerintah, inisiatif ini diharapkan dapat membangun ekosistem ekspor yang lebih kuat, berdaya saing dan berkelanjutan bagi UMKM Indonesia.

2. Audiensi dengan Asosiasi Lisensi Indonesia (ASENSI)

Audiensi bersama Asosiasi Lisensi Indonesia (ASENSI) dilaksanakan pada tanggal 4 Maret 2025 di Ruang Rapat Ditjen PEN. Audiensi dipimpin oleh Dirjen PEN dan dihadiri oleh Direktur Primer; Direktur Jakre; Ketua Umum ASENSI; Sekretaris Jenderal I ASENSI; dan perwakilan PT Debindomulti Adhiswasti sebagai penyelenggara acara Indonesia International Licensing & Franchising Export 2025 (IILFEX 2025).

ASENSI berperan sebagai wadah bagi pengusaha lisensi dari berbagai industri, termasuk UMKM dan pelaku waralaba. Organisasi ini bertujuan untuk memberdayakan momentum lisensi merek dan produk lokal agar dapat bersaing di tingkat global serta mengembangkan usaha lisensi menjadi waralaba yang berkualitas. ASENSI menyampaikan rencana penyelenggaraan event IIFEX 2025 yang akan berlangsung pada tanggal 20-22 Juni 2025 di ICE BSD City. ASENSI juga berencana berpartisipasi dalam berbagai kegiatan promosi

internasional, antara lain: Hong Kong Licensing Show (28-30 April 2025) dan FLA Singapura (18-20 September 2025).

Dalam audiensi ini, Dirjen PEN menginformasikan rencana program Rasa Indonesia sebagai tindak lanjut dari Indonesia Spice Up The World (ISUTW) yang bisa juga diikuti oleh anggota ASENSI yang bergerak di sektor kuliner. ASENSI memberikan respon positif terhadap rencana pelaksanaan program Rasa Indonesia dan bersedia berpartisipasi, mengingat keterlibatannya dalam penyelenggaraan pada kegiatan ISUTW tahun lalu.

3. *Pitching* Antara Perwakilan Perdagangan Indonesia di India dengan Binaan BNI Xpora

Kegiatan *pitching* pada 11 Maret 2025 dilakukan secara daring melalui aplikasi Zoom Meeting, dihadiri oleh Atase Perdagangan New Delhi, Kepala ITPC Chennai, perwakilan BNI Expora dan para binaannya serta perwakilan Dit. P2IE. Berdasarkan permintaan dari perwadag India, fokus produk yang dibahas adalah furnitur, *home decor*, dan *wood product*. Terdapat 15 perusahaan yang direkomendasikan oleh BNI Expora dan sejumlah 11 perusahaan yang hadir dan mengikuti *pitching* kali ini.

Perusahaan yang mengikuti *pitching* antara lain: CV Jati Alasku, CV Ganesha Home, CV Palem Craft, PT Megah Sehat Sejahtera Jaya, PT Karya Nusa Raya, PT Indorisakti, PT Nancy Citra Fantasi, CV Rajasa Mas Jaya, PT Pratama Putra Satria, CV Larasindo Furniture, dan CV HRJ Mart. Dari hasil *pitching*, terdapat enam peserta yang dinilai memiliki potensi masuk ke pasar India. Tim jasa non bisnis lainnya dan perwadag India berencana akan melakukan *business matching* pada bulan April 2025.

4. Penyelenggaraan *Launching* ILFEX 2025

Acara *launching* ILFEX 2025 yang mengusung tema: "Gerakan Lisensi dan Waralaba Merek Lokal BISA Go Global" telah dilaksanakan pada tanggal 12 Maret 2025. Pelaksanaan kegiatan ini berlangsung secara hibrida, secara *offline* diselenggarakan di Ruang Auditorium Kementerian Perdagangan dan secara *online* diselenggarakan melalui aplikasi Zoom Meeting serta disiarkan melalui saluran Youtube Kemendag (*live streaming*).

Tujuan kegiatan ini adalah untuk menyampaikan informasi kepada seluruh *stakeholder* mengenai penyelenggaraan ILFEX 2025 yang akan diselenggarakan bersamaan tempat dan waktunya dengan penyelenggaraan kegiatan TEI ke-40 tahun 2025 pada tanggal 15-19 Oktober 2025 di Indonesia Convention Exhibition (ICE) BSD City di Kabupaten Tangerang, Banten.

Launching ILFEX 2025 secara resmi dibuka oleh Bapak Mendag yang juga didampingi oleh Dirjen PEN dan Ketua Umum ASEANSI, Susanty Widjaya. Turut hadir dalam acara ini Ketua Umum Perhimpunan Hotel dan Restoran Indonesia (PHRI) Hariyadi Sukamdani, Ketua Umum Gabungan Produsen Makanan Minuman Indonesia (GAPMMI) Adhi Lukman, Sekretaris Jenderal Kemendag, Inspektur Jenderal Kemendag, Dirjen PDN, Kepala BAPPEBTI, Staf Ahli Bidang Iklim Usaha dan Pengamanan Pasar, perwakilan K/L, pelaku usaha, dan PT Debindo selaku PEO. Pada acara *Launching* ILFEX 2025 ini juga dilakukan acara mini *exhibition* dari anggota ASEANSI seperti Bakmi Naga Resto, Bizshare, Sepatu Bocoocco, Tas Anyam Rajoet, Batavia Cafe, dan Ohayo Drawing School.

ILFEX 2025 akan menghadirkan acara *International and National Licensing Conference*, peninjauan bisnis, *talkshow*, pemberian *awards*, penyelenggaraan kompetisi serta berbagai kegiatan penunjang acara lainnya, di mana melalui penyelenggaraan rangkaian kegiatan tersebut diharapkan peserta dan pengunjung akan mendapat pengalaman bisnis, baik dari kalangan profesional maupun usahawan pemula yang sedang mencari peluang bisnis akan mendapatkan inspirasi maupun peluang bisnis yang mereka inginkan.

2.4. PENINGKATAN PELAYANAN HUBUNGAN DAGANG DAN INFORMASI EKSPOR

1. *Business Matching* dengan Perwadag Periode Maret 2025

Dalam rangka mendukung program UMKM BISA Ekspor, Ditjen PEN c.q Dit. P2IE melaksanakan *business matching* dengan Perwakilan Perdagangan di 33 negara, sebagai berikut:

- a. Pada periode Maret 2025, sudah dilaksanakan 73 kegiatan *business matching* yang terdiri dari 54 *pitching* dan 19 pertemuan dengan *buyer*.
- b. Terdapat 138 UMKM yang berpartisipasi aktif dalam kegiatan *business matching*. Adapun sektor yang diminati, antara lain produk pertanian, tepung porang, *soap noodle*, *challate* (rumah kayu untuk *resort*), *furniture*, rempah-rempah, kosmetik & *skin care*, produk perikanan, kopi, produk herbal, makanan olahan, santan, dan sarang burung *wallet*.
- c. Sebanyak 18 pembinaan UMKM turut serta dalam mendampingi dan merekomendasikan UMKM binaan, antara lain: BNI, BRI, LPEI, ASEI, Pelindo, UMKM *go Export*, Bank Jatim, PPI, BI Desk, Bank Syariah Indonesia, dan *Export Center*.
- d. Dari sisi *buyer*, kegiatan ini berhasil mempertemukan lebih dari 19 *buyer* yang berasal lebih dari 15 negara mitra dagang, yang secara aktif menjajaki peluang kerja sama dengan eksportir Indonesia.
- e. Adapun hasil transaksi yang dihasilkan sebesar USD 5.09 juta, dengan rincian USD 563.180 berupa *Purchase Order* (PO) dan USD 4,53 juta potensial transaksi.

- f. Secara kumulatif selama periode Januari-Februari telah dilaksanakan 219 kegiatan *business matching* yang terdiri dari 145 *pitching* dan 74 pertemuan dengan *buyer*. Nilai transaksi yang terjadi sebesar USD 13,86 juta dengan rincian USD 3,91 juta berupa *purchase order* (PO) dan USD 9,95 juta potensial transaksi.

2. Pelayanan Permanent Trade Exhibition

Pelayanan informasi yang diberikan oleh *Permanent Trade Exhibition* 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.

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.

Seluruh pelayanan tersebut telah dilakukan pada bulan Maret 2025, dengan rincian sebagai berikut:

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

Permintaan hubungan dagang yang diterima pada bulan Maret 2025 berjumlah 14 *inquiry* yang bersumber dari Inaexport.

b. Pengunjung Inaexport

Layanan tatap muka di *Permanent Trade Exhibition* (PTE) yang berlokasi di Gedung Utama, Lantai 2, Kementerian Perdagangan dibuka setiap hari Senin-Jumat baik secara *online* maupun *offline*.

1) Layanan Konsultasi Bisnis

Selama bulan Maret 2025, InaExport membuka pelayanan secara *online* melalui email csc@kemendag.go.id; pte.inaexport@gmail.com dan *offline* dengan tatap muka langsung pada hari kerja mulai pukul 09.00 s.d 15.00 WIB. Pada periode Maret, tercatat 79 orang telah mengunjungi PTE untuk melakukan konsultasi, pertemuan dan hal-hal lain terkait kegiatan bisnis khususnya dalam hal ekspor.

2) *Permanent Trade Exhibiton (PTE)*

Pada periode Maret 2025, perusahaan yang sedang memanfaatkan ruang pameran (PTE) sebanyak 295 perusahaan, di antaranya terdapat satu perusahaan yang baru naik *display*, yaitu PT Ziw Cosmetics Industrial dan perusahaan yang turun *display* pada Maret 2024 ada satu Perusahaan yaitu CV Nikmat Sentausa. Sedangkan yang pergantian produk ada enam perusahaan, yaitu PT Rajawali Unggul Sejangad Raya; PT Essentia Tritunggal; PT Paragon Technology And Innovation; CV Gangga Sukta; Indo CV Kreasi Cipta Rejeki; dan TRIMEGA PRIMA NUSANTARA.

2.5. KEGIATAN PENDUKUNG

1. Penandatanganan Kerja Sama antara Ditjen PEN dengan Universitas Sebelas Maret

Pelaksanaan penandatanganan kerja sama antara Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sebelas Maret dan Ditjen PEN tentang “Penyelenggaraan Tridarma Perguruan Tinggi Di Bidang Pengembangan Ekspor Nasional” pada tanggal 11 Maret 2025 bertempat di Auditorium GPH Haryo Mataram, FISIP-UNS. Kegiatan ini diselenggarakan dalam rangkaian acara Sidang Senat Terbuka Dies Natalis UNS ke-49. Dokumen kerja sama ini ditandatangani Direktur Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional Fajarini Puntodewi dan Dekan FISIP UNS Didik Gunawan Suharto.

PKS ini merupakan implementasi nota kesepahaman (MoU) yang ditandatangani pada 31 Oktober 2024 tentang implementasi Tri Dharma Perguruan Tinggi dan Merdeka Belajar – Kampus Merdeka. Implementasi PKS ini antara lain adalah pendampingan penelitian serta peningkatan kapasitas pengembangan ekspor bagi para akademisi serta pendampingan UMKM inkubasi bisnis dari UNS. Sebagai langkah awal implementasi kerja sama ini, Kemendag melalui Ditjen PEN akan mendukung UNS sebagai juri pada *Sustainable Business Plan Competition* yang merupakan kompetisi bisnis yang terbuka bagi mahasiswa dan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Selain itu, Ditjen PEN akan memberikan pendampingan orientasi ekspor bagi pelaku UMKM pemenang.

Dalam acara Sidang Senat Terbuka Dies Natalis UNS ke-49 juga dihadiri oleh Menteri Perdagangan di mana Bapak Mendag akan menerima penghargaan sebagai alumni berprestasi, Penghargaan ini diberikan atas kontribusi dan dedikasi Mendag dalam memajukan Indonesia di bidang perdagangan. Dalam orasinya menyampaikan bahwa universitas mempunyai tantangan yang cukup besar untuk memastikan relevansi

kurikulum terhadap kebutuhan industri dan meningkatkan daya serap lulusan. Universitas juga harus dapat beradaptasi dengan teknologi dan memaksimalkan bonus demografi.

Usai menghadiri Dies Natalis, Mendag meresmikan ruang Kepala Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) UNS dan melakukan penanaman pohon. Mendag juga menghadiri kegiatan Inspirational Talk dengan tema Alumni *Back to Campus: Bootcamp* bersama Menteri Perdagangan Menuju Mahasiswa Berorientasi Ekspor.

Kegiatan *bootcamp* ini merupakan *kick off* dari Kompetisi Bisnis Inovatif: *Sustainable Business Practices* untuk UMKM Indonesia, di mana kegiatan ini akan membantu mahasiswa menciptakan ide bisnis berkelanjutan dan mendapatkan gambaran terkait strategi ekspansi ke pasar internasional. Dirjen PEN menyampaikan *keynote speech* yang menjelaskan strategi ekspansi bisnis ke pasar internasional, mencakup aspek regulasi, strategi pemasaran global, serta peluang dan tantangan bagi UMKM yang ingin memperluas jangkauan bisnisnya. Selain itu, juga menekankan peran mahasiswa sebagai fasilitator maupun pelaku dalam UMKM Bisa Ekspor.



Gambar 7 Penandatanganan Perjanjian Kerja Sama Ditjen PEN dengan UNS

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

Selama bulan Maret 2025, *press release* terkait kegiatan Ditjen PEN yang tayang dalam *website official* Kemendag sebanyak tujuh rilis berita. Rilis yang tayang adalah sebagai berikut:

- a. Kemendag dan UNS Berkolaborasi Kembangkan Kapasitas Pelaku UMKM Berorientasi Ekspor (11 Maret 2025).
- b. Perkuat Merek Lokal Berbasis Lisensi dan Waralaba, Kemendag dan ASENSI Luncurkan ILFEX 2025 (12 Maret 2025).
- c. Produk UMKM Catat Transaksi USD 3,55 Juta pada Business Matching Februari 2025 (17 Maret 2025).
- d. “Road to CAEXPO 2025: UMKM Bisa Ekspor ke China”, Kemendag Fasilitasi Business Matching dan Market Intelligence (17 Maret 2025).

- e. Gelar Bird's Nest Trade Summit Forum 2025, Kemendag Perkuat Ekspor Sarang Burung Walet ke Tiongkok (19 Maret 2025).
- f. Wamendag Roro Dorong UMKM Yogyakarta Akses Informasi Pasar Ekspor dan Gandeng Perwadag (20 Maret 2025).
- g. UMKM Jawa Timur Berhasil Ekspor Perdana Gerabah Inovatif ke Jepang (26 Maret 2025).

BAB III

AGENDA KEGIATAN

DIREKTORAT JENDERAL PENGEMBANGAN EKSPOR NASIONAL

4 Maret

Dirjen PEN, Fajarini Puntodewi menerima kunjungan Ketua Umum Asosiasi Lisensi Indonesia (ASENSI) di Kantor Kementerian Perdagangan. Pertemuan membahas mengenai kerja sama pengembangan ekspor melalui peningkatan perdagangan lisensi dan waralaba bagi UMKM Indonesia. Turut hadir yaitu Direktur Pengembangan Ekspor Produk Primer dan Direktur Pengembangan Jasa dan Produk Kreatif.



4 Maret

Dirjen PEN, Fajarini Puntodewi menerima kunjungan Direktur Bisnis dan Kewirausahaan Syariah Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah (KNEKS) di Kantor Kementerian Perdagangan. Pertemuan membahas rencana tindak lanjut program pengembangan ekspor produk halal Indonesia. Turut hadir dalam kegiatan ini, Direktur Pengembangan Ekspor Produk Primer, Direktur Pengembangan Ekspor Produk Manufaktur, dan Deputy Direktur KNEKS.



5 Maret

Dirjen PEN, Fajarini Puntodewi menerima delegasi United States-Mexico Chamber of Commerce (USMCOC) di Gedung Kementerian perdagangan. Pertemuan ini dalam rangkaian the 14th Annual USMCOC Trade Mission To Asia 2025. Pada kesempatan ini delegasi Meksiko menyatakan tertarik untuk mencari pemasok produk furniture dan tekstil.



10 Maret

Sekretaris Ditjen PEN, Arief Wibisono menjadi narasumber dalam acara Obrolan Ekspor “Menembus Pasar Internasional Bersama UMKM BISA Ekspor” yang disiarkan secara langsung melalui kanal Youtube PPEJP Kemendag. Obrolan Ekspor diinisiasi oleh Pusat Pelatihan Sumber Daya Manusia Ekspor dan Jasa Perdagangan (PPEJP) dalam rangka membuka wawasan UMKM terhadap pasar ekspor.



10 Maret

Dirjen PEN, Fajarini Puntodewi menerima Duta Besar Bangladesh untuk Indonesia Md. Tarikul Islam di kantor Kementerian Perdagangan. Pertemuan tersebut membahas kerja sama perdagangan kedua negara, serta perkembangan ekspor Indonesia ke Bangladesh. Turut hadir dalam pertemuan ini, Sekretaris Ditjen PEN Arief Wibisono dan Direktur Pengembangan Pasar dan Informasi Ekspor Bayu Wicaksono Putro.



11 Maret

Sekretaris Ditjen PEN, Arief Wibisono melepas ekspor perdana produk Kecap Manis Surabaya produksi PT Siraj Badawi Cukup Rupiah ke Arab Saudi dari Bekasi, Jawa Barat. Ekspor perdana ke Arab Saudi dengan total nilai sebesar USD 27.255 ini merupakan tindak lanjut dari kontak dagang pada ajang Trade Expo Indonesia (TEI) ke-39 hasil kerja sama PT Siraj Badawi Cukup Rupiah dan CV Makmur Jaya Sentosa sebagai agregator.



11 Maret

Dirjen PEN, Fajarini Puntodewi melaksanakan penandatanganan Perjanjian Kerja Sama (PKS) tentang Penyelenggaraan Tridarma Perguruan Tinggi di Bidang Pengembangan Ekspor Nasional, antara Ditjen PEN dengan Universitas Sebelas Maret (UNS). Salah satu implementasi PKS ini, Ditjen PEN akan mendukung UNS sebagai juri pada Sustainable Business Plan Competition yang merupakan kompetisi bisnis yang terbuka bagi mahasiswa dan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM)



18 Maret

Dirjen PEN Fajarini Puntodewi menerima audiensi perwakilan Reed Exhibition di kantor Kementerian Perdagangan. Reed Exhibitions merupakan event organizer yang memiliki jaringan di 25 negara. Pertemuan ini dimaksudkan untuk mendiskusikan potensi kerjasama pengembangan promosi produk Indonesia melalui pameran dagang di berbagai sektor.



20 Maret

Dirjen PEN Fajarini Puntodewi menerima delegasi bisnis Uzbekistan di kantor Kementerian Perdagangan. Pertemuan ini membahas potensi peningkatan kerja sama di sektor perdagangan antara kedua negara. Turut hadir dalam pertemuan, Direktur Pengembangan Pasar dan Informasi Ekspor; Direktur Pengembangan Ekspor Produk Primer; serta Direktur Pengembangan Ekspor Jasa Produk Kreatif.



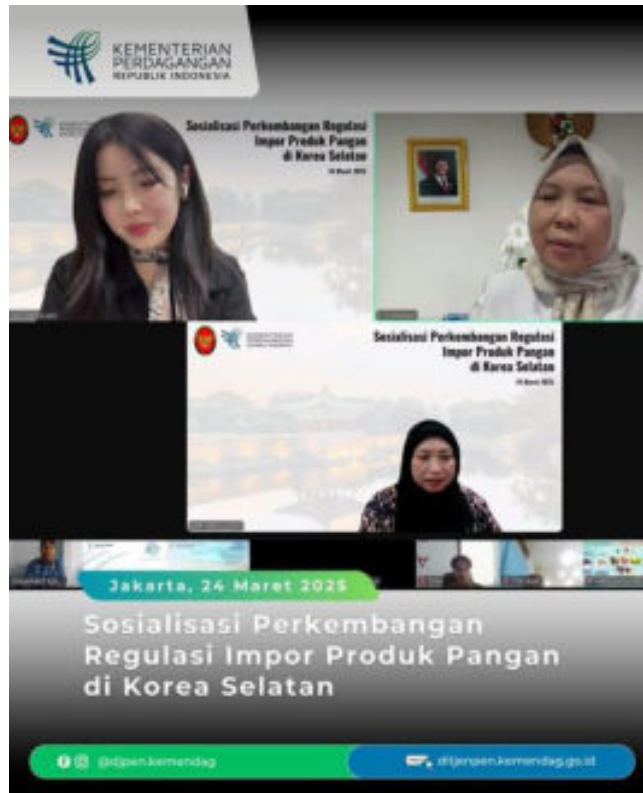
21 Maret

Dirjen PEN Fajarini Puntodewi menyaksikan penandatanganan kesepakatan dagang antara pelaku UMKM Indonesia dengan importir Arab Saudi secara daring. Kesepakatan dagang tersebut adalah antara CV Agra Daya dengan Rose Asia Est asal Arab Saudi untuk produk kemiri kemasan vakum senilai USD150 ribu. Kegiatan ini merupakan hasil business matching yang difasilitasi oleh ITPC Jeddah.



24 Maret

Dirjen PEN Fajarini Puntodewi memberikan sambutan pembuka pada acara Inclusive and Transformative Leadership Senior Networking Dinner di Jakarta. Kegiatan yang diinisiasi oleh Prospera, Program Kemitraan Indonesia Australia untuk Perekonomian ini merupakan rangkaian dari Australia Public Service (APS) Community of Practice (CoP).



25 Maret

Dirjen PEN Fajarini Puntodewi menerima perwakilan Katalis Australia di kantor Kementerian Perdagangan. Pertemuan ini membahas potensi care economy, bisnis perawatan untuk anak dan orangtua. Turut hadir dalam pertemuan, Direktur Pengembangan Ekspor Jasa Produk Kreatif, Ari Satria dan perwakilan Ditjen Perundingan Perdagangan Internasional.



26 Maret

Dirjen PEN Fajarini Puntodewi hadir dan menjadi panelis pada Kick Off Meeting Keikutsertaan Indonesia pada World Expo 2025 Osaka yang dilaksanakan di Kantor Kementerian Perencanaan Pembangunan Nasional/Bappenas Jakarta. Kegiatan yang diinisiasi oleh Kementerian PPN/Bappenas ini dimaksudkan untuk mensosialisasikan program dan kegiatan, serta dampak positif keikutsertaan Indonesia pada World Expo 2025 Osaka.



26 Maret

Dirjen PEN Fajarini Puntodewi, membuka Forum ASEAN-Japan Blue and Green Business Matchmaking Support di Jakarta. Forum ini menjadi wadah pertukaran teknologi dan peluang bisnis untuk mendukung ekonomi hijau dan inovasi berkelanjutan di kawasan ASEAN dan Jepang. Forum ASEAN-Japan Blue Business Matchmaking Support merupakan inisiasi dari ASEAN-Japan Centre.

BAB IV

PENUTUP

Selama bulan Maret 2025, kegiatan Ditjen PEN secara ringkas mencakup kegiatan-kegiatan antara lain: Sosialisasi Trade Expo Indonesia (TEI) ke-40; *Road to CAEXPO 2025* UMKM BISA Ekspor ke Tiongkok; Kunjungan ke Pelaku Usaha; Koordinasi Pengembangan Ekspor Produk Manufaktur dengan Asosiasi Pulp dan Kertas Indonesia (APKI); Audiensi Kolaborasi Pendanaan dan Inkubasi Bisnis Bagi Ekosistem Pengusaha Ekspor dengan Bizhare Group; Audiensi dengan Asosiasi Lisensi Indonesia (ASENSI); *Pitching* Antara Perwakilan Perdagangan Indonesia di India dengan Binaan BNI Xpora; Penyelenggaraan *Launching* ILFEX 2025; *Press Release* Kegiatan DJPEN dalam *Website* Kemendag; Penandatanganan Kerja Sama antara Ditjen PEN dengan Universitas Sebelas Maret. Peningkatan pelayanan hubungan dagang dan informasi ekspor dilaksanakan melalui Pelayanan *Permanent Trade Exhibition*.

Dengan demikian, sepanjang bulan Maret 2025, selain beberapa aktivitas promosi, kegiatan Ditjen PEN juga melakukan aktivitas persiapan, pembahasan dan pengembangan kerja sama bagi pelaksanaan kegiatan untuk bulan-bulan berikutnya, yang bertujuan untuk meningkatkan kinerja Ditjen PEN sesuai dengan tugas dan fungsinya, serta memberikan kontribusi pada pencapaian target yang telah ditetapkan untuk Kementerian Perdagangan.

