



KEMENTERIAN
PERDAGANGAN
REPUBLIK INDONESIA

Direktorat Jenderal
Pengembangan
Ekspor Nasional

LAPORAN TAHUNAN 2022



DIREKTORAT JENDERAL
PENGEMBANGAN
EKSPOR NASIONAL



trade with



Directorate General of
National Export Development

KATA PENGANTAR

Arah kebijakan dan strategi Ditjen PEN ke depan dapat dijabarkan dalam konsep pengembangan ekspor nasional yang bertujuan untuk peningkatan daya saing dan akses pasar, serta peningkatan daya saing ekspor yang dilakukan melalui diversifikasi pasar ekspor, diversifikasi produk, dan pencitraan pelaku dan produk ekspor Indonesia. Pada Rencana Strategis Kementerian Perdagangan periode tahun 2020-2024, sasaran program Ditjen PEN yang ingin dicapai dalam periode tersebut adalah **Meningkatnya pertumbuhan barang ekspor non migas yang bernilai tambah dan jasa.**

Kunci menuju daya saing yang berkelanjutan terletak pada bagaimana menggerakkan dan mengorganisasikan seluruh potensi sumber daya produktif dalam rangka pemenuhan kebutuhan dan permintaan pasar. Untuk membangun daya saing yang berkelanjutan dilakukan optimalisasi pemanfaatan seluruh potensi sumber daya yang dimiliki serta kemampuan untuk memanfaatkan peluang-peluang perdagangan sekecil apapun. Peningkatan akses pasar serta peningkatan daya

saing ekspor ini dijabarkan dalam suatu konsep pengembangan ekspor nasional sebagai arah kebijakan dan strategi Ditjen PEN.

Maksud dan tujuan disusunnya Laporan Tahunan dan Evaluasi Ditjen PEN adalah untuk memberikan gambaran secara menyeluruh khususnya bagi unit internal Ditjen PEN atas perkembangan pelaksanaan tugas pokok dan fungsi serta hal-hal yang harus ditingkatkan dari masing-masing unit di lingkungan Ditjen PEN.

Sebagai salah satu perwujudan akuntabilitas kinerja Ditjen PEN, pada setiap tahunnya dilaporkan hasil pelaksanaan berbagai kegiatan Ditjen PEN beserta hasil evaluasinya. Dengan terangkumnya pelaksanaan kegiatan, tugas pokok, fungsi beserta evaluasi seluruh unit di lingkungan Ditjen PEN dalam Laporan Tahunan dan Evaluasi Ditjen PEN diharapkan dapat menjadi masukan bagi para pemangku kepentingan (*stakeholders*) termasuk para pimpinan di Kementerian Perdagangan dalam berkoordinasi maupun memberikan arahan untuk pelaksanaan kegiatan-kegiatan selanjutnya.

Jakarta, Juni 2023

Direktur Jenderal

Pengembangan Ekspor Nasional,

Didi Sumedi

RINGKASAN EKSEKUTIF

Sebagai upaya peningkatan ekspor, kebijakan dan langkah-langkah yang ditempuh Kementerian Perdagangan diprioritaskan pada upaya untuk perluasan pasar ekspor pada produk primer prioritas, manufaktur prioritas, jasa prioritas, dan peningkatan ekspor nonmigas ke pasar potensial. Kegiatan-kegiatan yang dilakukan, antara lain melalui intensifikasi promosi ekspor, peningkatan akses informasi kepada dunia usaha khususnya UKM, pengembangan kelembagaan ekspor, serta usaha-usaha peningkatan kemampuan dan profesionalisme dunia usaha khususnya para pelaku usaha kecil dan menengah.

Selama tahun 2022, upaya-upaya yang dilakukan Ditjen PEN untuk mendukung terwujudnya visi dan misi Kementerian Perdagangan dibagi dalam lima kegiatan utama, yakni Pengembangan Ekspor Produk Primer, Pengembangan Ekspor Produk Manufaktur, Pengembangan Ekspor Jasa dan Produk Kreatif, Pengembangan Pasar dan Informasi Ekspor, serta kegiatan pendukung lainnya.

Upaya mendorong pengembangan ekspor juga dilakukan melalui berbagai kegiatan promosi yang lebih banyak dilakukan oleh Direktorat Pengembangan Ekspor Produk Primer. Selama tahun 2022, Ditjen PEN telah melaksanakan sejumlah kegiatan promosi, yakni partisipasi pada pameran luar negeri (Expo 2020 Dubai, Sydney Build Expo, Seoul Food & Hotel, Summer Fancy Food, OIC Halal Expo, dan Food Africa) dan pameran dalam negeri (Trade Expo Indonesia ke-37). Selain itu,

juga dilakukan misi dagang ke Korea Selatan, India, Qatar, dan London. Direktorat Pengembangan Ekspor Produk Primer juga melakukan kegiatan pelepasan ekspor dalam mendukung pengembangan ekspor nasional.

Selama tahun 2022 Ditjen PEN juga melaksanakan berbagai kegiatan kerja sama perdagangan yang lebih banyak dilakukan oleh Direktorat Pengembangan Ekspor Produk Manufaktur. Hal ini dilakukan untuk menunjang kegiatan diversifikasi produk maupun pasar ekspor. Kegiatan yang dilakukan antara lain, yaitu kerja sama dengan Fairventures Worldwide tentang Pembangunan Berkelanjutan Kayu Ringan, kerja sama dengan PT Asuransi ASEI Indonesia tentang Pengembangan Ekspor Produk Organik Indonesia, kerja sama dengan Lembaga Pembiayaan Ekspor Indonesia dalam Pengembangan Ekspor Nasional, kerja sama dengan Lulu Group International tentang promosi, dan kerja sama dengan Kantor Fasilitas Dagang Kanada/Trade Facilitation Office Canada (TFO Canada) tentang pengembangan ekspor. Selain itu, juga dilakukan aktivasi dan implementasi kerja sama pengembangan ekspor, pameran luar negeri (pameran Automechanika), dan pelepasan ekspor.

Sebagai wujud komitmen pemerintah dalam hal ini Kementerian Perdagangan untuk meningkatkan keragaman produk ekspor, Ditjen PEN telah melaksanakan berbagai upaya diversifikasi produk ekspor pada Direktorat Pengembangan Ekspor Jasa dan Produk Kreatif. Adapun upaya-

upaya yang telah dilakukan, antara lain adalah fasilitasi program *Designer Dispatch Services* (DDS), *Good Design Indonesia* (GDI), Klinik Produk Ekspor, Pendampingan Sertifikasi Halal, Fasilitasi Pendaftaran Kekayaan Intelektual, dan Pendampingan Sertifikasi *Hazard Analysis Critical Control Point* (HACCP), selain itu juga melakukan pameran dalam negeri (Indobuildtech 2022) dan luar negeri (Gamescom 2022).

Simultan dengan kegiatan diversifikasi produk, Ditjen PEN juga melakukan kegiatan pengembangan pasar melalui Direktorat Pengembangan Pasar dan Informasi Ekspor. Kegiatan ini dimaksudkan agar para pelaku ekspor Indonesia mendapatkan informasi berupa gambaran yang utuh mengenai kondisi pasar tujuan ekspornya yang meliputi potensi, segmen pasar, dan strategi pesaing, sehingga para pelaku ekspor Indonesia dapat merumuskan strategi penetrasi pasar yang tepat. Untuk mendukung tujuan tersebut, Ditjen PEN

menyusun analisis market intelligence dan market brief. Kegiatan diversifikasi pasar juga dilakukan melalui penyediaan informasi pasar melalui pelayanan *InaExport*, di mana untuk memberikan pelayanan pendampingan, penyuluhan, dan konsultasi bisnis. *InaExport* juga menyediakan area untuk menampilkan produk-produk ekspor unggulan Indonesia yang diproduksi oleh berbagai perusahaan, yaitu *Permanent Trade Exhibition* yang terletak di Gedung Utama Lt. II Kementerian Perdagangan. Ditjen PEN juga menyelenggarakan pusat promosi di dalam dan luar negeri.

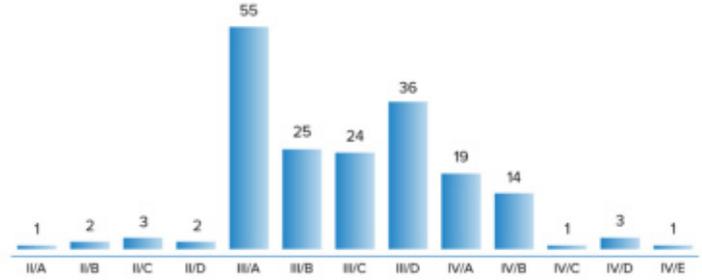
Kegiatan penunjang yang dilakukan oleh Sekretariat Ditjen PEN selama tahun 2022, di antara yaitu Pelatihan Peningkatan Kapasitas Sumber Daya Manusia ASN, Publikasi Pemberitaan Media Nasional Cetak dan Daring, dan Diseminasi Peraturan Perundang-Undangan di Bidang Pengembangan Ekspor Nasional Tahun 2022.



DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	3
RINGKASAN EKSEKUTIF	4
DAFTAR ISI	6
DAFTAR GRAFIK	7
DAFTAR GAMBAR	8
DAFTAR TABEL	9
BAB I PENDAHULUAN	11
BAB II KINERJA	17
BAB III PENUTUP	71
LAMPIRAN	73

DAFTAR GRAFIK

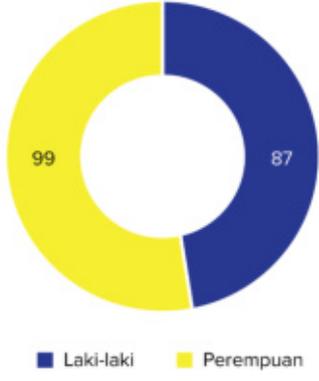
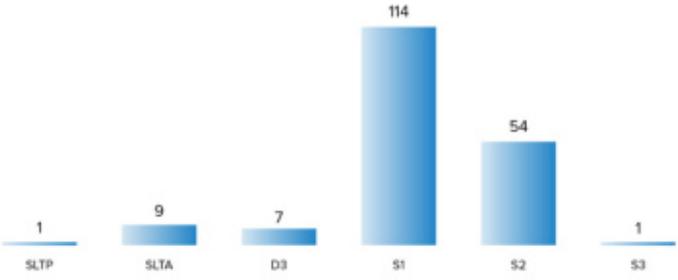


Grafik 1.
Komposisi Pegawai Ditjen PEN
berdasarkan Golongan Orang

68

Grafik 2.
Tingkat Pendidikan Pegawai
Ditjen PEN

69



Grafik 3.
Distribusi Pegawai Berdasarkan
Jenis Kelamin

69



DAFTAR GAMBAR



Gambar 1.
Presiden RI Membuka TEI ke-37
Tahun 2022

18

Gambar 2.
Menteri Perdagangan
Menyerahkan Penghargaan
Primaniyarta 2022

18



Gambar 3.
Pelaksanaan Trade, Tourism,
and Investment Forum

19

DAFTAR TABEL

Bulan	Jumlah Total Permintaan Pelayanan	Jumlah Permintaan Pelayanan	
		Dalam Negeri	Luar Negeri
Januari	34	19	15
Februari	34	17	17
Maret	37	11	26
April	30	11	19
Mei	31	9	22
Juni	29	13	16
Juli	45	27	18

Tabel 1.
Permintaan Pelayanan *Trade Inquiry*

58

Bulan	Jumlah Total Perusahaan di Display Produknya	Jumlah Perusahaan Baru Display
Januari	80	6
Februari	101	10
Maret	100	2
April	110	4
Mei	117	84
Juni	126	10
Juli	126	11
Agustus	126	11
September	138	18

Tabel 3.
Jumlah Perusahaan yang Mendisplay Produk di Kemendag

60

Bulan	Jumlah Total <i>Business Gathering</i>	Jumlah Perwakilan Negara Asing*	Jumlah Anggota Inaexport
Maret	2	8	10
April	3	12	14
Mei	3	20	14
Juni	5	20	22
Juli	4	16	17
Agustus	4	12	18
September	4	11	16

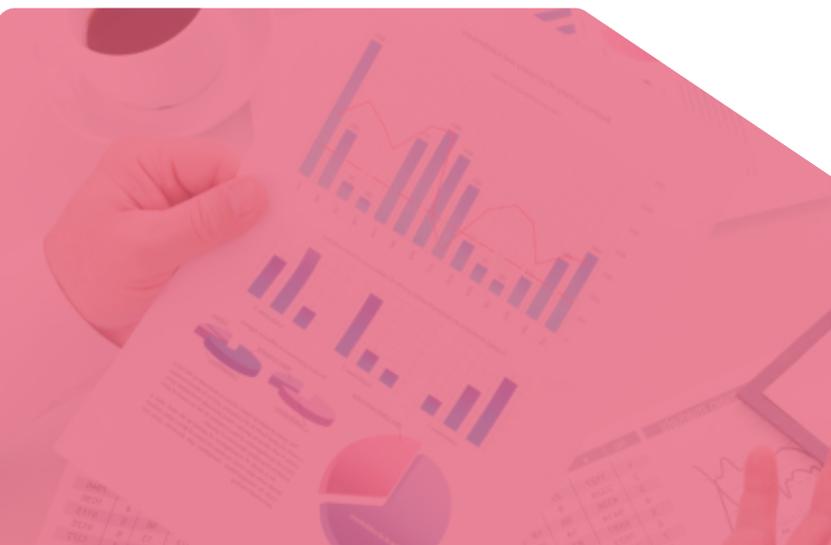
Tabel 2.
Jumlah *Business Gathering*

59

No.	Kegiatan	Pagu Awal (Rp)	Pagu Refocusing (Rp)	Realisasi (Rp)	Persentase (%)
1.	Sekretariat Dijen PEN	70.531.515.000	60.150.451.000	59.573.310.544	98,38%
2.	Pengembangan Produk Ekspor	14.800.000.000	12.591.363.000	12.550.430.159	99,67%
3.	Pengembangan Pasar dan Informasi Ekspor	10.800.000.000	7.738.776.000	6.313.458.252	81,58%
4.	Kerja sama Pengembangan Ekspor	6.300.000.000	4.771.003.000	4.636.133.335	97,77%
5.	Pengembangan Promosi dan Citra	116.800.000.000	89.997.728.000	88.169.988.380	97,97%
6.	Pengembangan SDM Bidang Ekspor	19.632.070.000	19.507.607.000	19.132.461.323	98,08%
Total		238.863.585.000	194.756.928.000	189.975.781.993	97,55%

Tabel 4.
Realisasi Anggaran 2022 per Kegiatan (31 Desember 2022)

70



BAB I

PENDAHULUAN



A. Latar Belakang

Peningkatan ekspor sebagai strategi untuk mendorong pertumbuhan ekonomi nasional

Pertumbuhan ekonomi sebagai prioritas sasaran pembangunan nasional dapat didorong melalui peningkatan konsumsi dalam negeri, peningkatan ekspor, dan peningkatan investasi. Direktorat Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional (Ditjen PEN) sebagai salah satu unit teknis di Kementerian Perdagangan yang bertugas untuk melaksanakan pengembangan ekspor, senantiasa berupaya untuk mendorong ekspor Indonesia, khususnya sektor non migas. Pengembangan ekspor non migas, baik barang maupun jasa, pada dasarnya merupakan andalan pemulihan ekonomi jangka pendek dan pertumbuhan ekonomi nasional dalam jangka panjang, yang dilakukan melalui peningkatan perolehan devisa, perluasan lapangan kerja, serta pemanfaatan sumber daya dalam negeri.

Namun demikian, globalisasi sektor perdagangan mengakibatkan Indonesia dihadapkan pada berbagai hambatan perdagangan internasional dan sekaligus menjadi tantangan untuk dapat memanfaatkan peluang dalam era globalisasi tersebut. Selain itu, kompetisi dalam perdagangan internasional yang semakin ketat serta kebijakan proteksionisme yang diterapkan pada banyak negara, menuntut fasilitasi perdagangan luar negeri yang lebih efisien dan efektif, promosi ekspor yang sinergis dan sistematis, penguatan akses informasi pasar, serta manuver diplomasi perdagangan yang kuat untuk memasuki pasar internasional.

Dalam rangka peningkatan ekspor non migas tahun 2022, kebijakan dan langkah perluasan pasar ekspor ke pasar

potensial akan diprioritaskan dengan meningkatkan kegiatan promosi dan misi dagang, meningkatkan akses informasi kepada dunia usaha, melakukan pengembangan produk, serta memperkuat kelembagaan ekspor dan kerja sama ekspor.

Dalam melaksanakan pengembangan ekspor, Ditjen PEN memfokuskan kegiatannya pada empat kegiatan utama, yaitu pengembangan pasar dan informasi ekspor, pengembangan ekspor produk manufaktur, pengembangan ekspor produk primer, serta pengembangan ekspor jasa dan produk kreatif. Selain itu, dalam melaksanakan kegiatan utamanya, Ditjen PEN juga melakukan kegiatan-kegiatan penunjang untuk pengembangan ekspor.

Maksud dan Tujuan

Laporan dan Evaluasi Tahunan ini disusun dengan maksud dan tujuan untuk memberikan gambaran kegiatan yang dilakukan serta capaian kinerja yang dihasilkan oleh Ditjen PEN sepanjang tahun anggaran 2022. Selain itu, penyusunan laporan ini diharapkan dapat menjadi salah satu pertimbangan, saran, dan masukan bagi penyusunan program peningkatan ekspor nasional tahun anggaran berikutnya.



B. Rencana Strategis Ditjen PEN

Arah Kebijakan dan Strategi Nasional

Pembangunan Perdagangan dalam lima tahun ke depan berlandaskan pada Rencana Pembangunan Jangka Panjang Nasional (RPJPN) 2005-2025 yang dijabarkan ke dalam Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN) 2020-2024, serta bertumpu pada keseimbangan antara pembangunan perdagangan dalam negeri dan pembangunan perdagangan luar negeri. Artinya, peningkatan pertumbuhan ekspor nonmigas dalam rangka mendorong pertumbuhan ekonomi harus diiringi dengan penguatan perdagangan dalam negeri untuk menjaga kestabilan harga dan ketersediaan barang domestik serta menciptakan iklim usaha yang sehat.

Sasaran pembangunan pada RPJMN 2020-2024 yang merupakan tahap terakhir dari RPJPN 2005-2025 adalah mewujudkan masyarakat Indonesia yang mandiri, maju, adil, dan makmur melalui

percepatan pembangunan di berbagai bidang, dengan menekankan terbangunnya struktur perekonomian yang kokoh berlandaskan keunggulan kompetitif di wilayah serta di dukung oleh Sumber Daya Manusia yang berkualitas dan berdaya saing.

Sasaran pembangunan ini merupakan representasi dari lima arahan utama Bapak Presiden sampai tahun 2024, yaitu pembangunan sumber daya manusia, pembangunan infrastruktur, penyederhanaan regulasi, penyederhanaan birokrasi, dan transformasi ekonomi.

Kelima arahan Presiden di atas, selanjutnya diterjemahkan ke dalam tujuh Agenda Pembangunan, yaitu:

1. Memperkuat Ketahanan Ekonomi untuk Pertumbuhan yang Berkualitas dan Berkeadilan;
2. Mengembangkan Wilayah untuk Mengurangi

Kesenjangan dan Menjamin Pemerataan;

3. Meningkatkan Sumber Daya Manusia yang Berkualitas dan Berdaya Saing;
4. Revolusi Mental dan Pembangunan Kebudayaan;
5. Memperkuat Infrastruktur untuk Mendukung Pengembangan Ekonomi dan Pelayanan Dasar;
6. Membangun Lingkungan Hidup, Meningkatkan Ketahanan Bencana, dan Perubahan Iklim; dan
7. Memperkuat Stabilitas Polhukhankam dan Transformasi Pelayanan Publik.

Ditjen PEN dalam Renstra Kementerian Perdagangan periode tahun 2020-2024, terlibat secara khusus dalam pengimplementasian Agenda Pembangunan ke-1, yaitu memperkuat ketahanan ekonomi untuk pertumbuhan yang berkualitas dan berkeadilan.

Arah Kebijakan dan Strategi Kementerian Perdagangan

Dalam mendukung dan mengimplementasikan arah kebijakan dan strategi dalam Agenda Pembangunan yang telah dijelaskan sebelumnya, Kementerian Perdagangan memiliki 12 arah kebijakan yang dijabarkan ke dalam pokok pikiran sebagai berikut:

1. Pengembangan dan pengamanan pasar tujuan ekspor;

2. Peningkatan perundingan dan pemanfaatan perjanjian kerja sama perdagangan internasional;
3. Penguatan jaringan distribusi barang kebutuhan pokok;
4. Pengendalian harga dan pasokan barang kebutuhan pokok;
5. Peningkatan pemberdayaan konsumen;

6. Peningkatan pelaku usaha yang bertanggung jawab melalui penerapan tertib niaga, tertib mutu, dan tertib ukur;
7. Pembinaan dan pengamanan pasar dalam negeri;
8. Peningkatan pembinaan, pengembangan, pengawasan, dan dukungan peraturan Perdagangan Berjangka

<p>Komoditi (PBK), Sistem Resi Gudang (SRG), dan Pasar Lelang Komoditas (PLK);</p> <p>9. Penguatan integritas di lingkungan Kementerian</p>	<p>Perdagangan;</p> <p>10. Penguatan pelayanan publik yang prima;</p> <p>11. Peningkatan kualitas kebijakan perdagangan yang</p>	<p>harmonis dan berbasis kajian; dan</p> <p>12. Pengembangan kapasitas sumber daya manusia berbasis kompetensi.</p>
---	--	---

Sasaran Program dan Indikator Kinerja Ditjen PEN

Berdasarkan arah kebijakan dan strategi nasional Kementerian Perdagangan, sasaran program dan indikator kinerja Ditjen PEN yang ingin dicapai selama tahun 2022, yaitu:

Sasaran Program Ditjen PEN Tahun 2022

Meningkatnya diversifikasi pasar dan produk ekspor yang berdaya saing.

Indikator Kinerja Ditjen PEN Tahun 2022

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

Struktur Organisasi Ditjen PEN

Ditjen PEN merupakan unit eselon I di lingkungan Kementerian Perdagangan yang memiliki tugas dan fungsi yang mengacu pada ketentuan Permendag Nomor 29 Tahun 2022 yang ditetapkan pada tanggal 18 Mei 2022 sebagai Permendag yang mencabut Permendag Nomor 80 Tahun 2020 dan Permendag Nomor 81 Tahun 2020.

Dalam melaksanakan tugasnya, Ditjen PEN menyelenggarakan fungsi-fungsi sebagai berikut:

1. Perumusan kebijakan di bidang pengembangan dan peningkatan daya saing produk ekspor, pasar ekspor, dan pelaku ekspor serta penyelenggaraan promosi dagang, kampanye pencitraan Indonesia, dan pengembangan kelembagaan promosi.
2. Pelaksanaan kebijakan di bidang pengembangan dan peningkatan daya saing produk ekspor, pasar ekspor, dan pelaku ekspor serta penyelenggaraan promosi dagang, kampanye pencitraan Indonesia dan pengembangan kelembagaan promosi.
3. Penyusunan norma, standar, prosedur, dan kriteria di bidang penyelenggaraan promosi dagang, dan kampanye pencitraan Indonesia.
4. Pelaksanaan pemberian bimbingan teknis dan supervisi di bidang penyelenggaraan promosi dagang dan kampanye pencitraan Indonesia.
5. Pelaksanaan evaluasi dan pelaporan di bidang pengembangan dan peningkatan daya saing produk ekspor, pasar ekspor, dan pelaku ekspor serta penyelenggaraan promosi dagang, kampanye pencitraan Indonesia dan pengembangan kelembagaan promosi.
6. Pelaksanaan administrasi Direktorat Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional, dan
7. Pelaksanaan fungsi lain yang diberikan oleh Menteri.

Dalam rangka pelaksanaan tugas yang diamanatkan tersebut, Ditjen PEN memiliki struktur organisasi, seperti terlihat pada Lampiran I.

Sekretariat Direktorat Jenderal PEN

Memiliki tugas melaksanakan koordinasi pelaksanaan tugas dan pemberian pelayanan dukungan teknis dan administrasi kepada seluruh satuan organisasi di lingkungan Direktorat Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional.

Direktorat Pengembangan Ekspor Produk Primer

Memiliki tugas melaksanakan perumusan dan pelaksanaan kebijakan di bidang penyelenggaraan promosi dagang, kampanye pencitraan, dan pengembangan, serta peningkatan daya saing produk ekspor primer.

Direktorat Pengembangan Ekspor Produk Manufaktur

Memiliki tugas melaksanakan perumusan dan pelaksanaan kebijakan di bidang penyelenggaraan promosi dagang, kampanye pencitraan, dan pengembangan, serta peningkatan daya saing produk ekspor manufaktur.

Direktorat Pengembangan Ekspor Jasa dan Produk Kreatif

Memiliki tugas melaksanakan perumusan dan pelaksanaan kebijakan di bidang penyelenggaraan promosi dagang, kampanye pencitraan, dan pengembangan, serta peningkatan daya saing produk ekspor kreatif dan jasa.

Direktorat Pengembangan Pasar dan Informasi Ekspor

Memiliki tugas melaksanakan perumusan dan pelaksanaan kebijakan di bidang

pengembangan dan peningkatan daya saing pasar ekspor, pelaku ekspor, dan pengembangan kelembagaan promosi.

Sebelum berlakunya Permendag Nomor 29 Tahun 2022, Ditjen PEN memiliki struktur organisasi dengan jumlah enam eselon II, yaitu:

1. Sekretariat Direktorat Jenderal
2. Direktorat Pengembangan Promosi dan Citra
3. Direktorat Kerja Sama Pengembangan Ekspor
4. Direktorat Pengembangan Produk Ekspor
5. Direktorat Pengembangan Pasar dan Informasi Ekspor
6. Balai Besar Pendidikan dan Pelatihan Ekspor Indonesia



BAB II

KINERJA



A. Pengembangan Ekspor Produk Primer

Sepanjang tahun 2022, Ditjen PEN melaksanakan promosi dagang berupa partisipasi pada kegiatan pameran dagang baik dalam maupun luar negeri, serta misi dagang melalui Direktorat Pengembangan Ekspor Produk Primer, diantaranya:

Pameran Dalam Negeri

Penyelenggaraan *Trade Expo Indonesia (TEI) ke-37 Tahun 2022*

Trade Expo Indonesia (TEI) ke-37 Tahun 2023 dilaksanakan secara hibrida pada tanggal 19-23 Oktober 2022 di Indonesia Convention Exhibition (ICE), Bumi Serpong Damai (BSD), Tangerang. Sementara daring berlangsung tanggal 19 Oktober – 19 Desember 2022. Pameran dagang produk ekspor unggulan terbesar di Indonesia ini dibuka secara resmi oleh Presiden Republik Indonesia Joko Widodo dengan mengangkat tema “*Strengthening the Global Trade for Stronger Recovery*”.

Dalam rangkaian kegiatan pembukaan TEI ke-37 tahun 2022, juga dilakukan penyerahan



Gambar 1.
Presiden RI Membuka TEI ke-37 Tahun 2022



Gambar 2.
Menteri Perdagangan Menyerahkan Penghargaan Primaniyarta 2022

penghargaan Primaniyarta kepada 14 penerima yang terdiri atas 12 eksportir dan 2 (dua) kepala daerah terpilih.

Pameran TEI ke-37 Tahun 2022 diikuti oleh 1.097 peserta (exhibitor), yang terbagi ke dalam tujuh zonasi produk, yaitu: *Fashion & Accessories, Healthcare & Beauty, Manufacture, Food and Beverages, Medical Equipment, Digital & Services, dan Furniture.*

Rangkaian kegiatan pada acara TEI ke-37 Tahun 2022, yaitu:

1. Jakarta Muslim Fashion Week (JMFW) 2022

JMFW sebagai bagian dari ekosistem pengembangan fashion muslim, bertujuan untuk memperkenalkan serta mempromosikan produk fashion muslim Indonesia ke pasar global, guna memajukan, dan meningkatkan daya saing fashion muslim Indonesia di pasar internasional.

JMFW 2023 membukukan nilai transaksi sebesar USD 13,2 juta atau sekitar Rp 206,6 miliar dari 16 negara, yaitu Malaysia, Spanyol, Yaman, Portugal, Nigeria, dan lainnya. Pada penutupan JMFW juga dilakukan penandatanganan MoU antara buyer Malaysia dengan 14 pelaku usaha Indonesia yang juga merupakan binaan dari IKRA Bank Indonesia.

2. Trade, Tourism and Investment (TTI) Forum

Kegiatan TTI Forum dilaksanakan pada 19 Oktober 2022 secara hybrid di Ruang Nusantara ICE BSD. Kegiatan diawali dengan sambutan dari Menteri Perdagangan Zulkifli Hasan. Peserta yang hadir sebanyak 232 orang yang terdiri dari pelaku usaha serta perwakilan instansi pemerintah dari dalam dan luar negeri. Tujuan TTI Forum ini adalah mendapatkan insight tentang bagaimana mendapatkan percepatan pemulihan ekonomi dan memberikan informasi dan solusi strategis dalam menghadapi tantangan dan peluang perdagangan internasional, pariwisata, dan investasi.



Gambar 3.
Pelaksanaan Trade, Tourism, and Investment Forum

3. Business Forum

Pada acara TEI ke-37 Tahun 2022, terdapat tujuh kegiatan *Business Forum*, yaitu:

- Business Forum* dengan topik “Peluang Ekspor ke Jepang” yang diinisiasi oleh Atase Perdagangan Tokyo;
- Business Forum* dengan topik “*Strengthening Bilateral Relations Through Direct Connectivity Between Indonesia–India*” yang diinisiasi oleh KBRI di India dan Atase Perdagangan New Delhi;
- Business Forum* dengan topik “Indonesia Bangladesh Nepal Business Forum”;
- Business Forum* dengan topik “*Counter Trade Program Business to Business*”;
- Business Forum* dengan topik “Akses Pasar Produk Sarang Burung Walet Ke Malaysia, Singapura & Taiwan”;
- Business Forum* dengan topik “*Understanding the Australian Market*”; dan

- Business Forum* dengan topik “Peluang Ekspor Produk Makanan dan Minuman ke Kanada”.

4. Seminar Dalam TEI ke-37 Tahun 2022

Selama penyelenggaraan TEI ke-37 diadakan satu kegiatan Seminar Internasional dengan topik “*Expanding Export Market for Economic Recovery*” dan dua Seminar pada stage di Hall TEI dengan topik “*Digitalization to Expand and Strengthen Market*” dan “*Expanding Halal Products Opportunities Worldwide*”.

5. Business Counseling

Business Counseling atau klinik bisnis merupakan kegiatan konsultasi one on one yang diberikan oleh para Atase Perdagangan, Kepala Indonesian Trade Promotion Centre (ITPC), Kepala Kantor Dagang dan Ekonomi Indonesia (KDEI) di Taipei, dan Konsul Perdagangan di Hongkong kepada para peserta yang sebagian besar adalah pelaku usaha,

UMKM, calon eksportir, dan eksportir. Business Counseling terbagi menjadi lima kelas, yaitu wilayah Asia Tenggara dan Australia, Asia, Eropa, Amerika, serta Timur Tengah dan Afrika.

6. Business Matching

Selama penyelenggaraan TEI, terdapat permintaan *Business Matching* dari 39 negara yang terdiri atas 29 negara dari wilayah Aspasaf (Asia Pasifik dan Afrika) dan 10 negara dari kawasan Amerop (Amerika dan Eropa). Berdasarkan permintaan buyer, *Business*

Matching paling banyak berasal dari Malaysia (13 *buyer*), Vietnam (8 *buyer*), dan Thailand (6 *buyer*). Jenis produk yang paling banyak dicari oleh *buyer* adalah tekstil dan produk tekstil atau TPT (26,87%), *processed food* (23,13%), *agricultural product* (21,64%), *beauty & personal care* (8,21%), *fish & fish product* (5,22%), *wooden product* (3,73%), *digital & services* (3,73%), *coal* (2,99%), *electricity & electronic* (1,49%), *accessories* (1,49%), *chemical product* (0,75%), dan CPO (0,75%).

7. Buying Mission

Selama penyelenggaraan TEI 2022, dilaksanakan penandatanganan 232 MoU dengan total nilai transaksi sebesar USD 13,509 miliar.

8. Pertemuan Delegasi

Selama penyelenggaraan TEI, dilaksanakan pertemuan dengan delegasi negara-negara sahabat, yaitu Filipina, Malaysia, Thailand, Australia, Sudan, Amerika Serikat, Lebanon, Spanyol, Kamboja, Jerman, Saudi Arabia, Ethiopia, Srilanka, dan Suriah.

Pemantauan Buyer TEI

Selama penyelenggaraan TEI ke-37 tahun 2022, dilakukan kegiatan pemantauan visitor telah dilaksanakan sejak pembukaan registrasi secara *online*. Adapun hasil dari kegiatan pemantauan yang telah dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Ditjen PEN Kementerian Perdagangan menargetkan 8.300 *buyers* hadir pada TEI ke-37 tahun 2022. Dalam kaitan tersebut, Direktorat Pengembangan Ekspor Produk Manufaktur selaku Koordinator Penanganan Buyers dan Delegasi telah menyelenggarakan empat kali sosialisasi guna penggalangan *buyers/visitors* TEI 2022.
2. Sosialisasi TEI 2022 diselenggarakan secara *hybrid* dibagi dalam empat pertemuan, yakni: wilayah Eropa (27 Juli 2022), wilayah Afrika (1 Agustus 2022), wilayah Amerika

(2 Agustus 2022), dan wilayah Asia Pasifik dan Timur Tengah (3 Agustus 2022).

3. Tercatat sebanyak 29.714 pengunjung dari dalam maupun luar negeri dan juga tercatat sebanyak 4.774 *buyer* dari 194 negara mengunjungi TEI secara online melalui *website www.tradexpoinonesia.com*. Lima negara mitra dagang dengan jumlah *buyer* terbesar, yaitu India (402), Malaysia (294), Tiongkok (262), Nigeria (148), dan Saudi Arabia (120).
4. Potensial transaksi yang dihasilkan yakni sebesar USD 15,833 miliar yang diperoleh dari transaksi produk sebesar USD 15,282 miliar dan investasi sebesar USD 551,5 juta. Sedangkan untuk remitansi jasa sebesar USD 843,2 ribu. Angka potensial transaksi yang dicapai merupakan prestasi

yang menggembirakan karena melampaui target yang ditetapkan, yakni sebesar USD 10 miliar.

5. Lima negara asal *buyers* dengan nilai transaksi terbesar, yaitu Tiongkok sebesar USD 10,78 miliar (70,60%), India sebesar USD 1,50 miliar (9,85%), Jepang sebesar USD 843,96 juta (5,52%), Mesir sebesar USD 492,04 juta (3,22%), dan Filipina sebesar USD 343,22 juta (2,25%).
6. Adapun lima produk penyumbang potensial transaksi terbesar adalah CPO (USD 9,19 miliar), batubara (USD 2,64 miliar), produk pertanian (USD 777,81 juta), produk perikanan (USD 441,763 juta), dan kertas dan produk kertas (USD 385,86 juta).

Pameran Luar Negeri

Expo 2020 Dubai

Expo 2020 Dubai mengangkat tema *Connecting Minds, Creating the Future* merupakan ajang terbesar ketiga di dunia setelah Olimpiade dan Piala Dunia yang diadakan setiap lima tahun sekali. World Expo kali ini dilaksanakan di Persatuan Emirat Arab (PEA) pada 1 Oktober

2021 - 31 Maret 2021. Expo 2020 Dubai diikuti oleh 192 negara merupakan World Expo yang terbanyak diikuti negara peserta. Sejak dari pembukaan tanggal 1 Oktober 2021 sampai dengan penutupan di tanggal 31 Maret 2022, Paviliun Indonesia telah dikunjungi oleh 2.704.011

pengunjung atau 11,2% dari total pengunjung Expo 2020 Dubai, yaitu sebesar 24,1 juta pengunjung. Hasil potensi transaksi yang dihasilkan dari Expo Dubai 2020 sebesar USD 1.910.000.

Sydney Build Expo

Sydney Build Expo dilaksanakan pada tanggal 1-2 Juni 2022 di *International Convention and Exhibition Center (ICC)* Sidney, Australia. *Sydney Build Expo 2022* merupakan pameran konstruksi, arsitektur, dan infrastruktur terbesar di Australia. Selain pameran, peserta juga mengikuti sesi *business networking* yang diadakan di ITPC Sydney pada tanggal 1 Juni 2022.

Peserta pameran memaparkan profil dan produk perusahaan

pada sesi pitching kepada para importir. Produk yang banyak diminati, antara lain *plywood, blockboard, cladding (exterior wall), deco brick*. Potensi order untuk produk-produk tersebut diperkirakan mencapai USD 1,72 juta. Pameran *Sydney Build Expo* membuka peluang peningkatan ekspor produk bahan bangunan Indonesia, terutama karena kebutuhan konstruksi Australia tengah meningkat, pencarian alternatif *supplier* di luar Tiongkok dan Rusia oleh *buyer*

Australia, rekam jejak produk kayu Indonesia yang berkualitas, serta pemanfaatan IA CEPA dengan tarif 0%.

Produk Indonesia potensial untuk menggantikan produk konstruksi yang selama ini dipasok dari Tiongkok dan Rusia. Namun demikian untuk memenuhi kebutuhan konstruksi Australia, produk Indonesia harus memenuhi dan memiliki *Australian certification standard*.

Seoul Food & Hotel

Seoul Food and Hotel 2022 merupakan pameran makanan dan minuman terbesar di Korea Selatan yang diselenggarakan pada tanggal 7-10 Juni 2022 di Kintex Exhibition Center, Korea. Partisipasi Indonesia pada pameran *Seoul Food and Hotel 2022* terdiri dari dua paviliun, yaitu Paviliun Indonesia hasil kerja sama KBRI Seoul dan Kemendag yang didukung oleh BNI serta *ASEAN Korea Centre (AKC)*.

Paviliun Indonesia kerja sama antara Kemendag dan KBRI Seoul diikuti oleh 10 pelaku usaha, yaitu PT Gandum Mas Kencana, PT Indofood Sukses Makmur, Tbk., PT Indorasa Utama, CV Java Gedeg, PT Maxindo Karya Anugerah, PT Mayora Indah, Tbk., PT Serena Indopangan Industri, PT United Family Food (Unifarm), PT Ultra Prima Abadi, dan Zanada Corporation. Paviliun Indonesia menampilkan aneka produk makanan ringan (*snack*), wafer, permen, biskuit, aneka

keripik, *cake premixies*, cokelat dan bubuk cokelat, minuman sehat, dan peralatan makan kayu.

Sedangkan Paviliun Indonesia kerja sama antara Kemendag dengan AKC menampilkan produk minuman coklat, air kelapa, keripik kentang, dan peralatan makan kayu dari empat pelaku usaha, yaitu PT Rezeki Shaina Shakila Utama, PT Jagad Kelapa Nusantara, PT Pasific Food Indonesia, dan Art Classic International.

Selama pameran, terdapat beberapa potensi antara perusahaan. *Buyer* yang berkunjung ke Paviliun Indonesia berasal dari Korea Selatan,

Arab Saudi, Amerika Serikat, Australia, dan Meksiko. Produk yang banyak diminati, antara lain biskuit, mie instan, wafer, minuman sereal, permen, keripik

kentang, dan kopi instan. Potensi order untuk produk tersebut mencapai USD 4,66 juta.

Seoul Food & Hotel

Pameran produk makanan dan minuman *specialty Summer Fancy Food Show (SFFS) 2022* telah dilaksanakan pada 12-14 Juni 2022 di Javits Center, New York, Amerika Serikat. SFFS 2022 merupakan kegiatan promosi makanan dan minuman *specialty* tahunan terbesar di Amerika Serikat. Pameran ini diikuti oleh 10 peserta yang terjaring pada bulan Mei 2022. Adapun dasar dari pemilihan kesepuluh peserta tersebut, yaitu produk makanan

yang memiliki tren pasar positif di Amerika Serikat seperti *gluten free, plant based*, dan memiliki sertifikasi HACCP ataupun FDA.

Ke sepuluh peserta tersebut, yaitu PT Darya Padma Enoes, PT Madala Prima Makmur, PT Sahabat Mitra Strategis, PT Najwa Jambrud Khatulistiwa, PT Awilton Nyiur Internasional, CV Rengas Jaya, PT Suwe Ora Jamu Amertha, PT Agung Bumi Agro, PT Duta Serpack

Inti, dan PT Mayora. Sampai dengan hari ketiga pelaksanaan SFFS, peserta asal Indonesia terus melakukan penjajakan dan pertemuan bisnis dengan *buyer* potensial, sehingga memungkinkan nilai dan potensi transaksi akan terus mengalami peningkatan. Hasil capaian transaksi sampai dengan hari ketiga tercatat sebesar USD 62.835.356.

Pameran Gamescom 2022

Gamescom adalah salah satu pameran dagang dan pameran game terkemuka di dunia yang diadakan setiap tahun yang diadakan pada 23 - 28 Agustus 2022 di Koln Messe, Cologne, Jerman.

Paviliun Indonesia yang berada di Hall 3.2 khusus business area dan menempati lahan seluas 54 m² (9m x 6m) memfasilitasi 13 industri sub sektor permainan yang terdiri dari satu perusahaan *game publisher*, enam perusahaan *game developer*/studio dan enam perusahaan *services*, seluruhnya berasal dari Jakarta, Bali, Yogyakarta, Bandung, dan Malang.

Sebanyak sembilan industri hadir luring, yaitu Agate, Arsanesia, Big Fire Studio, Bundar, Komodoz, Megaxus, Niji Games, UMN Pictures dan Wisageni Studio. Sementara empat lainnya hadir secara daring/ *online*, yaitu IOTA, Devata Game Production, Redamantine, dan Sattriver. Selama penyelenggaraan pameran Gamescom 2022, seluruh peserta paviliun Indonesia telah melakukan pertemuan dengan setidaknya 273 *potential buyer* yang berasal dari *appointment Meet to Match* dan *walk-in-buyer*.

Dari jumlah pertemuan tersebut, tercatat potensi transaksi yang



dihasilkan sebesar USD 75,2 juta (atau setara dengan Rp 1,1 triliun). Potensi ini jauh meningkat dibandingkan dengan partisipasi pada tahun 2021 yang masih dilaksanakan secara online, yaitu hanya mencapai USD 13.057.425 (atau setara dengan lebih dari Rp 186 milyar).

OIC Halal Expo

Pameran OIC Halal Expo dilaksanakan pada tanggal 24-27 November 2022 di Istanbul, Turki. OIC Halal Expo 2022 merupakan salah satu pameran dagang terbesar di sektor halal yang penyelenggaraannya bersamaan dengan The 8th World Halal Summit pada 24-26 November 2022. Pada pameran ini, Ditjen PEN memfasilitasi 11 pelaku usaha, yaitu PT Pancatani Rahayu Internasional (*Coffee*

Bean), PT Uba Uhud Internasional (*Cocopeat*), CV Bunga Palm (*Coconut Sugar*), CV Centerindo Kurnia Tritama (Minuman Herbal), Kebayaku by Indah (Fesyen Muslim), Latifah Fashion (Fesyen Muslim), Jan Ayu (Fesyen Muslim), Yasmin Wiwid (Fesyen Muslim), PT Kalbe Internasional (Minuman Energi), PT Smax Makmur Sejahtera (*Snack*), dan OIC Youth center (teh dan *cocoa powder*).

Paviliun Indonesia berhasil membukukan potensial transaksi sebesar USD 9,1 juta atau setara dengan Rp 141,38 miliar (1 USD = Rp 15.500), sedangkan untuk booth Ditjen PEN mencatatkan sebesar USD 5,7 juta atau setara dengan Rp 89,1 miliar, dengan produk seperti makanan ringan (*snack*), kopi, teh, *cocoa powder*, *coconut sugar*, minuman herbal, dan produk pertanian (buah tropis dan *spices*).

Food Africa

Pameran Food Africa dilaksanakan pada tanggal 5 - 7 Desember 2022 di Egypt International Exhibitions Center (EIEC), Kairo, Mesir. Pada pameran ini, Paviliun Indonesia diikuti oleh 11 pelaku usaha mamin dan produk turunan agro, yaitu PT Mandala Prima Makmur, AK Goldenesia, PT Chita Agri Indonesia, PT Internasional Niaga Globalindo, Nusako, PT Sumber

Kopi Prima, PT Mayora, PT Selaras Rasakoe Indonesia, PT Alam Scientia Asia, PT Ikafood Putramas, dan PT Sasa Inti.

Sedangkan produk-produk yang dipamerkan berupa biji kopi, kopi instan, cokelat bubuk, minyak sawit (*palm oil*), mentega putih (*shortening*), pengganti minyak kakao (*cocoa butter substitute/ CBS*), teh dauh kelor (*moringa*),

kelapa kering (*dessicated coconut*), rempah-rempah, bumbu masakan, jagung pakan ternak, serta alat pengolah limbah makanan.

Produk makanan dan minuman (mamin) Indonesia berhasil meraup transaksi potensial sebesar USD 15,32 juta atau sekitar Rp 241 miliar di pameran *Food Africa* ke-7.

Penyelenggaraan Misi Dagang

Misi Dagang Korea Selatan

Misi Dagang Korea Selatan dilaksanakan pada tanggal 10 Juni 2022 di Korea Selatan. Kegiatan misi dagang ini dilaksanakan bersamaan dengan kegiatan promosi dagang melalui pameran *Seoul Food and Hotel 2022* dan *ASEAN Trade Fair* di Korea Selatan. Misi dagang merupakan fasilitasi kepada pelaku usaha Indonesia untuk secara langsung bertemu dengan calon pembeli

di Korea Selatan. Misi dagang diikuti oleh dua asosiasi, yaitu Kadin dan APRINDO serta 11 pelaku usaha yang bergerak di bidang makanan dan minuman, produk perikanan, kopi dan gaharu.

Kegiatan diawali sambutan pembuka oleh Duta Besar RI di Seoul, Gandi Sulistiyanto yang menyampaikan potensi

hubungan kedua negara dimana Korea merupakan negara tujuan ekspor ke-7 bagi Indonesia dan perdagangan bilateral kedua negara juga ditargetkan mencapai nilai USD 30 miliar tahun 2022. Disampaikan pula bahwa Indonesia terbuka untuk membangun kerja sama dalam rangka meningkatkan target tersebut.

Perwakilan dari pihak Korea, Taeho Kim, *Executive Vice President for Economic Cooperation and Trade Affairs KOTRA (Korea Trade - Investment Promotion Agency)* menyampaikan bahwa Indonesia dan Korea saling berkolaborasi mengingat kedua negara memiliki keunggulan. Selama ini KOTRA sangat mendukung hubungan bilateral Indonesia-Korea. KOTRA juga mendirikan kantor cabang di Jakarta sejak tahun 1964. KOTRA berharap dapat membangun kemitraan dengan pemerintah Indonesia yang lebih erat.

Wakil Menteri Perdagangan RI menyampaikan tentang hubungan perdagangan Indonesia dengan Korea. Indonesia merupakan negara yang tepat untuk menjadi mitra dagang bagi Korea karena tingkat populasi yang tinggi, situasi politik yang stabil, peran global Indonesia, dan kemudahan investasi. Kedua negara

diharapkan dapat meningkatkan perdagangan bilateral melalui kesepakatan dagang, yaitu IK-CEPA dan RCEP mengingat hal ini merupakan komitmen untuk memperkuat hubungan ekonomi di tengah tantangan global setelah pandemi Covid-19.

Disampaikan pula mengenai presidensi G20 sebagai momentum bagi kedua negara anggota G20 untuk mendukung isu global, seperti adanya transformasi ekonomi berbasis digital, transisi energi, dan kesehatan global. Selain itu, Wakil Menteri Perdagangan juga mengundang pihak Korea untuk melihat secara langsung produk-produk nonmigas unggulan Indonesia dengan berkunjung di TEI 2022 yang diadakan secara *hybrid*.

Acara dilanjutkan diskusi panel yang dipandu oleh Direktur Kerja Sama Pengembangan Ekspor dengan tema “*Strengthening Trade, Investment and Economic*

Partnership between Indonesia-Republic of Korea” yang menghadirkan pembicara, antara lain: Sekretaris Jenderal KADIN Indonesia Komite Bilateral Korea Lee Joo Haan; Ketua Asosiasi Pengusaha Retail Indonesia (APRINDO) Roy N. Mandey; dan Director of Global Business Development at NODA Labs Hunhee Cho Esq.

Dalam kegiatan ini juga dilakukan penandatanganan MoU antara PT Guna Graha Gemilang dengan Hansun Trading Co, Ltd untuk produk gaharu sebanyak 5 ton sebagai pembelian awal dan diperkirakan akan terus bertambah sejalan dengan tindak lanjut peserta dengan *buyer* potensial. Sebagian perusahaan telah melakukan pertemuan dengan *buyer* dan mendapatkan potensi transaksi sebesar USD 5,08 juta untuk produk *roasted bean*, gula aren, minuman sereal gaharu, air kelapa kemasan, keping cokelat, dan produk perikanan.

Misi Dagang India

Menteri Perdagangan RI, Zulkifli Hasan memimpin delegasi misi dagang ke New Delhi, India pada tanggal 21 - 22 Agustus 2022. Diikuti oleh 10 peserta yang berasal dari pelaku usaha/produsen Minyak Sawit Indonesia, Gabungan Pengusaha Kelapa Sawit Indonesia (GAPKI) serta KADIN Indonesia, pelaku usaha batu bara, furniture, kerajinan dan produk plastik. Agenda utama yang dilakukan sebagai rangkaian misi dagang adalah:

- a. Menyaksikan penandatanganan *Memorandum of Understanding (MoU)* kesepakatan dagang antara

supplier Indonesia dan *buyer* India untuk minyak sawit dan nonsawit.

- b. *One on one meeting* dengan pelaku usaha serta asosiasi pelaku usaha India, antara lain *Confederation of Indian Industry (CII)*, *Solvent Extractor Association (SEA)* dan *Indian Vegetable Oils Producers Association (IVPA)*. Rangkaian kegiatan ini merupakan kerja sama antara Ditjen PEN dengan KBRI New Delhi.
- c. Indonesia – India Roundtable Business Engagement.

India dipilih sebagai tujuan misi dagang pertama yang dipimpin

Mendag karena merupakan mitra dagang strategis. Total perdagangan kedua negara tahun 2021 mencapai USD 21 miliar, di mana ekspor Indonesia senilai USD 13,34 miliar dan impor senilai USD 7,67 miliar. India juga menjadi tujuan ekspor minyak sawit Indonesia terbesar kedua setelah Tiongkok, senilai USD 3,4 milyar tahun 2021 atau 25% dari total ekspor Indonesia ke India.

Sebelum pelaksanaan misi dagang, pada tanggal 19 Agustus 2022, Menteri Perdagangan telah bertemu dengan Menteri Perdagangan dan Industri India Minister Piyush Goyal

secara *virtual* untuk membahas perkembangan hubungan bilateral kedua negara, termasuk rencana misi dagang, isu perdagangan sawit, keketuaan G20, *exchange views* terkait *Indo Pacific Economic Framework for Prosperity* (IPEF).

Agenda utama misi dagang didahului dengan *Indonesia-India Roundtable Business Engagement*, yang diawali *welcome remarks* dari Dubes RI di New Delhi, *introductory remarks* dari Angshu Mallick, perwakilan CII, dan dilanjutkan *Keynote Speech* oleh Menteri Perdagangan. Agenda ini dihadiri oleh seluruh delegasi bisnis dari Indonesia serta 50 orang pelaku usaha India yang tergabung dalam asosiasi CII, SEA, dan IVPA. Beberapa poin yang disampaikan Menteri Perdagangan, sebagai berikut:

1. Hubungan bilateral India dan Indonesia harus saling menguntungkan karena kedua negara saling melengkapi.
2. Pada situasi krisis ekonomi global, pelaku usaha kedua negara didorong untuk tingkatkan peluang kerja sama dalam penyediaan produk yang dibutuhkan konsumen kedua negara.
3. Pemerintah siap mendukung kelancaran ekspor produk sawit dan turunannya, baik dari sisi regulasi, fasilitasi, kesiapan pelaku usaha/eksportir, maupun promosi.
4. Mendukung dimulainya perundingan perjanjian perdagangan antara Indonesia dan India, sebagai 'toll way' untuk kemudahan akses pasar produk kedua negara, antara lain PTA dan upgrade AIFT.
5. Mengusulkan dibukanya *direct flight* dari Jakarta ke New Delhi, untuk kemudahan

aktivitas perdagangan, pariwisata, dan investasi. Sebagai pembanding, penerbangan Jakarta - RRT mencapai 10 kali per hari.

Misi dagang berhasil mencatatkan 22 *Memorandum of Understanding* (MoU) kesepakatan dagang dengan total nilai USD 3,2 milyar. Dari segi *volume*, pembelian sawit dan olein tercatat sejumlah 2,6 juta ton atau senilai USD 3,16 milyar, sedangkan nilai penjualan peralatan plastik, kerajinan, kertas dan bubuk kertas serta batu bara sebesar USD 40,6 juta.

Dari hasil diskusi terpisah dengan perwakilan *Solvent Extract Association* (SEA) dan *Indian Vegetable Oils Producers Association* (IVPA), mereka mengapresiasi penyelesaian masalah yang telah dilakukan oleh Pemri khususnya dalam mengatasi hambatan ekspor minyak sawit. Namun, terdapat beberapa isu khusus yang dihadapi oleh India terkait pasokan minyak nabati saat ini, yaitu:

1. Dinamika isu geopolitik dan perang dagang yang terjadi, menyebabkan India alami gangguan pasokan minyak biji bunga matahari dari Ukraina, yang mensuplai sekitar 800 ribu ton pasokan minyak nabati India.
2. India membutuhkan pasokan minyak nabati sebagai antisipasi lonjakan kebutuhan di sektor mamin dan horeka, khususnya menjelang hari raya Deepavali pada 24 Oktober 2022.
3. Sekitar 80% pasokan minyak nabati India didapat dari impor, sehingga ketersediaan pasokan menjadi sangat penting untuk menjaga tingkat inflasi yang saat ini telah mencapai 7,5%.

4. Pemerintah India tengah menggencarkan penanaman pohon sawit di wilayah selatan, khususnya di Telangana. Namun, para pemangku kepentingan di India menegaskan bahwa kebutuhan sawit dari Indonesia akan tetap tinggi karena kebutuhan minyak nabati India yang mencapai 8 juta ton per tahun, produktifitas sawit di India masih rendah karena faktor iklim dan tanah, dan pertumbuhan penduduk semakin tinggi.

Secara khusus, pelaku usaha minyak nabati India menyampaikan *concern* terkait kebijakan penundaan pengenaan Pungutan Ekspor (PE) yang saat ini berlaku hingga akhir Agustus 2022.

1. Adanya pengenaan PE dan BK (Bea Keluar) menjadikan harga minyak sawit Indonesia kurang kompetitif dibanding minyak kedelai. Saat ini, harga minyak sawit dan olein hampir sama, sementara kebutuhan olein di India hanya mencapai 300 ribu ton per bulan.
2. Meskipun harga minyak kedelai mentah lebih tinggi USD 300 per ton dari minyak sawit, namun minyak kedelai mentah mendapat preferensi *Tarif Rate Quota* 0%, sementara minyak sawit mentah dikenakan tarif impor 5,5%.

SEA dan IVPA juga mengajak pelaku usaha Indonesia dan pemerintah untuk bekerjasama dalam antisipasi semakin meluasnya kampanye negatif penggunaan minyak sawit pada produk makanan dan kebutuhan rumah tangga. Untuk konsumen India, kedua asosiasi tersebut telah memproduksi video pendek terkait promosi minyak

sawit sehat. Selain itu, SEA mengusulkan untuk kerja sama promosi *Indonesia Sustainable Palm Oil* (ISPO) dan *Indian Palm Oil Sustainability Framework* (IPOS). Saat ini, SEA telah bekerjasama dengan *Malaysia Palm Oil Board* (MPOB) untuk promosi *Malaysia Sustainable Palm Oil* ke konsumen India.

Menyikapi hal tersebut, Menteri Perdagangan menyampaikan komitmen Indonesia untuk menyediakan minyak sawit sebagaimana kebutuhan konsumen India, termasuk penyesuaian regulasi pengenaan BK dan PE yang sedang dibahas.

Menteri Perdagangan meyakinkan bahwa pengaturan tata niaga sawit akan saling menguntungkan semua pihak, termasuk para petani. Dengan peningkatan ekspor minyak sawit, maka pabrik kelapa sawit dapat menyerap kembali Tandan

Buah Segar (TBS) petani. Menteri Perdagangan juga melakukan dialog dengan Kamar Dagang dan Industri (*Confederation of Indian Industry-CII*) India, dan memperoleh beberapa masukan konkrit, yaitu:

1. Mendukung adanya perjanjian kerja sama perdagangan bilateral antara Indonesia dan India untuk meningkatkan perdagangan dan investasi kedua negara, yaitu dengan pelaksanaan perundingan PTA dan pelaksanaan hingga penyelesaian *review* AITIGA.
2. Mendukung keketuaan Indonesia dalam G20 tahun ini dan ingin bersinergi lebih erat untuk keberlanjutan keketuaan G20 India tahun 2023. Sejalan dengan Indonesia, Tim B20 India tengah mempersiapkan beberapa fokus isu terkait *resilience economy* melalui *global value chain, renewable*

energy, dan climate change.

3. Beberapa sektor investasi Indonesia yang menarik perhatian pelaku usaha India, diantaranya infrastruktur untuk pelabuhan, bandara dan darat, proyek pengembangan Ibu Kota Negara (IKN), proyek pengembangan informasi dan teknologi.
4. India sedang mengembangkan *National Solar Mission*, dan mengajak Indonesia turut berpartisipasi dalam *transfer* teknologi dan keahlian.
5. CII juga mengusulkan diselenggarakan *India-Indonesia Business Forum*, bersamaan dengan kunjungan Menteri Perdagangan Piyush Goyal ke Indonesia bulan September 2022 dalam rangka *G-20 Ministerial Meeting on Trade-Investment Industry.*

Misi Dagang Qatar

Misi Dagang ke Doha, Qatar, dilaksanakan pada tanggal 9 - 10 Oktober 2022 diikuti oleh 11 perusahaan Indonesia yang berasal dari sektor kelapa sawit dan turunannya, produk kertas, otomotif, baterai, makanan dan minuman, dekorasi rumah, produk kerajinan, garmen, dan produk kecantikan. Qatar dipilih sebagai negara tujuan dalam rangka membuka akses pasar baru di negara nontradisional khususnya kawasan Timur Tengah, serta meningkatkan hubungan perdagangan dan investasi antar kedua negara. Total perdagangan kedua negara tahun 2021 mencapai USD 893 juta, di mana ekspor Indonesia senilai USD 217 juta dan impor senilai USD 675 juta.

Pada Januari-Juli 2022, lokal perdagangan Indonesia dan Qatar meningkat 29,02% dibanding periode yang sama tahun sebelumnya. Qatar menjadi negara dengan nilai investasi sebesar USD 16,33 juta dan menempati posisi ke-33 sumber FDI Indonesia. Selama lima tahun terakhir kinerja investasi Qatar terdiri dari enam proyek dengan total nilai investasi USD 23,4 juta. Investasi Qatar di Indonesia terdapat di sektor komunikasi, perbankan, dan perdagangan.

Forum Bisnis Indonesia-Qatar merupakan kolaborasi antara Kementerian Perdagangan cq. Ditjen Pengembangan Ekspor Nasional, KBRI Doha dan ITPC Dubai. Forum Bisnis dengan

tema *Strengthening Trade, Investment, and Economic Cooperation between Indonesia and Qatar* bertujuan memberikan informasi peluang kerja sama perdagangan dan investasi antar kedua negara. Kegiatan ini dihadiri sekitar 80 pelaku bisnis dari kedua negara. Forum Bisnis dibuka oleh Dubes LBBP RI di Doha HE Ridwan Hassan; *Qatar Chamber First Vice-Chairman* HE Mohamed bin Twar Al Kuwari; dan *Assistant Undersecretary for Commerce, Ministry of commerce and Industry of Qatar*, HE Saleh Al Khualifi. Kemudian dilanjutkan *Keynote speech* oleh Menteri Perdagangan RI, serta diskusi panel menghadirkan Dirjen PEN dan perwakilan *Investment Promotion Agency* Qatar.

Beberapa poin yang dikemukakan dalam forum, antara lain:

1. Peningkatan hubungan ekonomi antara kedua negara perlu didukung oleh peningkatan aktivitas perdagangan Indonesia dengan Qatar, dan negara-negara sekitar, seperti anggota negara Kawasan Teluk (*Gulf Cooperation Council-GCC*). Hubungan perdagangan tersebut dapat semakin ditingkatkan melalui sinergi dan kolaborasi para pelaku usaha kedua negara.
2. Selain itu, ke depan keadaan geopolitik di dunia akan menjadi milik Asia dan Afrika. Qatar diharapkan mampu menjadi hub untuk wilayah Asia Selatan, Timur Tengah, dan Afrika.
3. Ekonomi Qatar diprediksi bertumbuh 4,9% pada tahun 2022. Saat ini, Pemerintah Qatar tengah berfokus pada peningkatan investasi dan ditargetkan menjadi negara tujuan utama *global investment* pada tahun 2030 mendatang.
4. Indonesia dianggap sebagai pasar potensial untuk investasi serta menjadi

pintu masuk ke negara Asia Tenggara lainnya.

Kegiatan *Business Matching* pada Misi Dagang Qatar 2022 ini berhasil membukukan potensi nilai transaksi sebesar Rp 23,2 miliar. Potensi transaksi tersebut berasal dari produk kecantikan dan hospitality, rempah dan bumbu, makanan ringan, makanan olahan, ikan beku, garmen, serta kerajinan. Nilai potensi yang telah tercatat tersebut masih berpotensi untuk terus bertambah sejalan dengan tindak lanjut para pelaku usaha dengan mitranya.

Sebagai rangkaian kegiatan Misi Dagang, dilakukan pertemuan dengan jajaran pimpinan LuLu Hypermarket di Doha, Qatar untuk menjajaki peluang dan potensi kerja sama antar pelaku usaha terkait. Selain itu, dilakukan pertemuan dengan Diaspora pelaku usaha Indonesia di Qatar yang memiliki peranan penting dalam meningkatkan nilai perdagangan antar kedua negara (terdapat 22 ribu WNI yang tinggal di Qatar). Diaspora pelaku usaha Indonesia bergerak di bidang kuliner dan makanan minuman, koperasi, fesyen, dan pemilik restoran.

Pertemuan Bilateral dengan Menteri Perdagangan dan Perindustrian Qatar

Pertemuan bilateral dengan Menteri Perdagangan dan Industri Qatar, HE Sheikh Mohamed bin Hamad bin Oassim al-Thani di Kantor Kementerian Perdagangan dan Perindustrian Qatar pada tanggal 10 Oktober 2022. Adapun beberapa hal yang menjadi fokus pembahasan pada pertemuan tersebut, antara lain:

1. Indonesia dan Qatar menyepakati perlunya peningkatan kerja sama di bidang perdagangan. Kedua negara juga perlu untuk tidak hanya memperdalam kerja sama di bidang perdagangan, tetapi juga investasi dan sektor lainnya, termasuk jasa, secara bersama-sama.
2. Peningkatan kerja sama perdagangan kedua negara, baik melalui forum kerja sama regional (*Gulf Cooperation Council GCC*) maupun bilateral. Menteri Perdagangan RI meminta Qatar sebagai salah satu anggota GCC untuk mendorong terlaksananya proses perundingan Indonesia-GCC CEPA GCC-CEPA), yang usulannya telah diinisiasi Indonesia sejak 2018

Temu Bisnis, London

Kegiatan Temu Bisnis dengan para Importir Produk Ekspor Potensial Indonesia di London, dilaksanakan tanggal 18-22 November 2022 dan dipimpin oleh Staf Khusus Menteri Perdagangan. Kegiatan ini secara umum bertujuan untuk meningkatkan dan menjaga hubungan perdagangan dan

investasi dengan pelaku usaha di negara akreditasi, sekaligus menjajaki peluang kerjasama pasca implementasi keluarnya Inggris dari Uni Eropa. Selain itu, secara khusus juga melihat lokasi pemasaran hasil industri kreatif pelaku usaha kreatif dan produk-produk Kopi Indonesia di coffee shop dan pasar di kota London.

Pelaksanaan Kegiatan Temu Bisnis

Kegiatan temu bisnis dilaksanakan di ruang Natuna, KBRI London, Inggris. Pertemuan berlangsung dengan beberapa *counterpart* pelaku usaha/importir dari London, Inggris. Berikut hasil pertemuan pada dialog bisnis tersebut:

Pertemuan dengan Coffee Peak – Importir Kopi Indonesia

Dalam pertemuan ini perusahaan Coffee Peak menyampaikan bahwa mereka mulai mengenal kopi Indonesia pada tahun 2016. Sebelumnya perusahaan ini bekerjasama dengan pemasok kopi dari Vietnam. Pada tahun 2018 perusahaan melakukan percobaan untuk mem-*blending* biji kopi Vietnam dengan Indonesia dan menjualnya di negara-negara Eropa. Namun, belakangan ini *Coffee Peak* murni hanya menggunakan kopi Indonesia. Mereka juga menyampaikan bahwa telah mendapat fasilitasi dari Atase Perdagangan untuk mengikuti *London Coffee Festival* (LCF) dan telah bekerjasama dengan perwakilan Bank Mandiri Indonesia di London. *Coffee Peak* secara rutin berpartisipasi dalam acara-acara sosial sebagai usaha untuk melakukan promosi produknya dan aktif melakukan promosi melalui media sosial.

Perwakilan dari perusahaan menyampaikan harapannya agar ekspor kopi Indonesia dapat ditingkatkan. Menurut mereka meskipun pasar kopi Inggris sangat potensial, di mana tarif bea masuk kopi dari Indonesia sebesar “0” persen serta tidak adanya persyaratan standar yang rigid, namun saat ini pasar dan konsumen di Inggris belum memiliki *brand awareness* tentang kopi Indonesia, sehingga perusahaan butuh dukungan dari pemerintah pusat untuk memberikan bantuan *experience exposure* dan dukungan politik. Sebagai tambahan, *Coffee Peak* juga berminat untuk mengimpor biji coklat dan teh dari Indonesia untuk diversifikasi produk dan memperluas lini bisnis perusahaan. Dalam pertemuan ini disepakati untuk mendorong

adanya *agreement* antara pemerintah untuk mendorong peningkatan produksi kopi.

Pertemuan dengan Pacific Rim – Importir Kayu dan Produk Kayu Indonesia

Perusahaan Pacific Rim telah bekerjasama dengan Indonesia selama 30 tahun. Perusahaan telah menandatangani komitmen Kebijakan Pembelian Bertanggung Jawab (RPP - *Responsible Purchasing Policy*) untuk memastikan produk bersumber secara legal dan berkelanjutan.

Perusahaan juga telah disertifikasi dan terdaftar untuk beroperasi dalam FSC (*Forest Stewardship Council*) untuk memastikan bahwa produk bersumber dari hutan lestari dan dikelola dengan baik sehingga dapat memenuhi kebutuhan dan permintaan perusahaan konstruksi dan pengadaan kayu di Inggris.

Perusahaan selama ini melakukan pembelian kayu dari Malaysia dan Indonesia, namun saat ini hanya mengambil kayu yang bersumber dari Indonesia karena kayu dari Indonesia sudah tersertifikasi dan diakui secara internasional.

Pacific Rim saat ini memproduksi produk kayu di perusahaan manufakturnya di Indonesia, perusahaan ini memiliki dua pabrik di Kalimantan dan satu di Jawa Timur. Adapun produknya berupa pintu kayu, *door plank*, *fire door*, dan banyak lainnya. Produk yang diproduksi di Indonesia mayoritas dijual ke Amerika, India, dan Australia. *Pacific Rim* juga melakukan desain produk spesial, sehingga memiliki *value added*.

Disampaikan juga oleh mereka bahwa Indonesia melalui kebij-

kan skema Sistem Verifikasi Legalitas Kayu (SVLK) merupakan satu-satunya negara pemasok yang mengikuti skema lisensi *Forest Law Enforcement, Governance and Trade* (FLEGT) bagi semua ekspor produk kayu Indonesia, sehingga semua produknya dapat diterima di 28 negara di Uni Eropa. Hal ini memberikan keuntungan bagi perusahaan untuk menjual produknya dengan mudah, sehingga secara nominal transaksi untuk produk dari Indonesia mencapai USD 50 Juta.

Saat ini sebagai syarat masuk produk kayu Indonesia ke Inggris dibutuhkan standar khusus dari UK Standard. Perwakilan perusahaan menyampaikan bahwa untuk meningkatkan impor dari Indonesia, perusahaan membutuhkan dukungan, berupa *announcement*, *promotion*, *assistant*, dan *advertisement* agar standar kayu Indonesia lebih dikenal secara positif. Selain itu, dibutuhkan pendekatan ke pemerintah Inggris agar ada penurunan tarif bea masuk. Sebagai tambahan, perusahaan menyampaikan bahwa perusahaan mereka di Indonesia pada saat TEI ke-37 tahun 2022 berhasil menjual kayu dan produk kayu (*timber*, *plywood*, dan pintu) senilai USD 25 juta kepada dua perusahaan konstruksi konsumen dari Inggris.

Pertemuan dengan Indonesia Small Medium Enterprise in UK (ISME UK)

ISME UK merupakan organisasi UKM Indonesia di Inggris dan terdaftar secara legal. Tujuan dari organisasi ini antara lain untuk memberikan dukungan kepada UKM Indonesia dalam menjalankan bisnis mereka melalui pelatihan, lokakarya, dan diskusi kelompok terfokus.

Selain itu, membantu UKM Indonesia untuk mempromosikan produk atau layanan mereka ke komunitas internasional yang lebih luas di Inggris dengan menyelenggarakan acara, bekerja sama dengan Dewan Kota di Inggris dan badan pemerintah di Indonesia, serta berpartisipasi dalam acara publik di Inggris. Tujuan utamanya adalah untuk menjembatani UKM di Indonesia agar memiliki akses ke pasar Inggris.

ISME UK saat ini telah memfasilitasi 13 UKM, beberapa di antaranya adalah *muslim sportswear* serta produk makanan dan minuman. Dalam jangka pendek, ISME UK akan mengembangkan *online shop* dan mengadakan pelatihan-pelatihan bagi UKM potensial. Jangka panjangnya, ISME UK akan menempati lot atau salah satu bagian di area *stadion Oxford United* yang dimiliki Erik Tohir dan Anindya Bakrie.

ISME UK rencananya juga akan membuat toko distribusi untuk pemasok rempah dan bumbu Indonesia ke toko-toko Asia atau China di wilayah Inggris Raya. Perwakilan ISME UK meminta bantuan delegasi Kemendag untuk mencari kontak perusahaan pemasok dari Indonesia. Menurut pengamatan ISME, pesaing mereka dari Thailand dan Vietnam. Saat ini mereka membutuhkan dana untuk mengembangkan usaha. Selain itu, mereka mengusulkan adanya Ensiklopedia Makanan Indonesia agar ISME UK dapat lebih mudah dalam menjelaskan ke konsumen tentang deskripsi dan narasi *ingredients* dari produk makanan dan minuman asli Indonesia.

Kunjungan ke Tempat Penjualan Kopi dan Pusat Pemasaran Produk Kreatif di London

Delegasi Kemendag didampingi oleh Atase Perdagangan juga menyempatkan untuk melakukan survei ke salah satu pusat perbelanjaan ternama di kota London yang salah satu bagiannya menjual kopi dari seluruh dunia. Di tempat itu ditemukan kopi Luwak liar asal Indonesia yang dijual dengan harga £ 2,000 per kilogram.

Selain itu, delegasi juga mengunjungi pusat pemasaran produk kreatif di *Tower Wharf, South Bank Community* area kota London, di mana tempat ini merupakan lokasi khusus yang menyediakan *space* bagi pelaku Industri Kreatif untuk memasarkan produknya dengan tema "*The Heart of Creative London*".

Exit Meeting Dengan Duta Besar RI

Pada hari terakhir kunjungan kerja, Delegasi Kemendag melakukan Exit Meeting dengan Duta Besar RI untuk Inggris merangkap Irlandia dan *International Maritime Organization*. Pada kesempatan ini, pimpinan delegasi menyampaikan hasil pertemuan yang telah dilakukan selama kunjungan kerja di London, Inggris. Dubes menyampaikan bahwa saat ini KBRI telah berusaha melakukan bridging antara UKM Indonesia dengan para pengusaha dan konsumen akhir di Inggris.

Selain itu, KBRI dan ISME UK sedang mencoba untuk mempropose pembentukan Indonesia *Trading House* agar barang

Indonesia mudah didapat dan semakin dikenal di pasar. Dubes meminta agar Kemendag mendorong kembali adanya *joint economic and trade* agar ada *progress* yang konkret dengan *time frame* yang jelas di level *working group*.

Dalam kesempatan ini, Dubes menekankan pentingnya adanya FTA dengan Inggris terlebih dengan telah resminya Inggris lepas dari Uni Eropa. Menanggapi informasi dari pimpinan delegasi Kemendag terkait isu ekspor kayu Indonesia, Dubes juga mendukung bahwa perlu ada *political message* untuk kayu dan produk kayu Indonesia.

Selain itu, Dubes menambahkan bahwa FLEGT perlu segera diratifikasi di Indonesia. Dubes juga menginformasikan bahwa akan ada kunjungan Bapak Presiden RI di bulan Desember untuk meningkatkan perdagangan dan kerja sama ekonomi dengan negara Inggris yang memang sangat masih bisa ditingkatkan dan dioptimalkan lagi.

Terkait perdagangan jasa, Dubes menyampaikan bahwa Indonesia dapat melakukan ekspor *seasonal worker* untuk permintaan pekerjaan sebagai pemetik buah. Kaitannya dengan kebijakan luar negeri dan geo politik Inggris dimana Inggris selalu peduli dan sangat ingin berkolaborasi dalam isu-isu global. Dubes juga memberikan pesan khusus agar Mendag mendorong kembali *Joint Economic and Trade Committee - JETCO* yang merupakan bentuk komitmen kedua negara dalam meningkatkan kerja sama, khususnya dalam bidang perdagangan.

Pelepasan Ekspor

Pelaksanaan Seremoni Pelepasan Ekspor Desa Sejahtera Astra (DSA) Wakatobi dan Bombana

Kegiatan Pelepasan Ekspor DSA Wakatobi dan Bombana dilaksanakan pada hari Jumat, 12 Agustus 2022 di pergudangan Garuda, kota Makassar, Sulawesi Selatan. Dihadiri oleh Gubernur Sulawesi Selatan, *Chief of Corporate Affairs* PT Astra International Tbk, *Chief of Corporate Human Capital Development* PT Astra International Tbk, Direktur Promosi dan Pemasaran Produk Unggulan Desa, Daerah Tertinggal, dan Transmigrasi Kemendes PDTT, Staff Khusus Wakil Presiden Republik Indonesia, Direktorat Pengembangan Ekspor Produk Primer, Ketua Koordinator Wilayah Grup Astra Makassar, Koordinator Promosi Direktorat Jenderal Penguatan Daya Saing Produk Kelautan dan Perikanan (KKP), Kasubdit Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Direktorat Jenderal Pendidikan Islam Kemenag, Kepala Dinas Pemberdayaan Masyarakat Desa Kab. Bombana dan Kab. Wakatobi, Para Fasilitator, Tokoh Masyarakat, Alim Ulam, dan Penggiat DSA.

Seremoni pelepasan ekspor DSA Wakatobi dan Bombana merupakan salah satu rangkaian kegiatan peringatan ulang tahun Astra ke-65 yang jatuh pada tanggal 20 Februari 2022. Adapun produk DSA yang diekspor terdiri dari 27 ton rumput laut senilai Rp 450 juta ke Tiongkok, 14 ton produk

perikanan senilai Rp 1,4 miliar ke Amerika Serikat dari DSA Wakatobi, serta 12 ton produk minyak nilam senilai Rp 4,7 miliar ke India dan Pakistan dari DSA Bone, Sulawesi Selatan dan DSA Bombana.

Direktur Pengembangan Ekspor Produk Primer menyampaikan bahwa ketiga produk yang akan diekspor tersebut memiliki tren pertumbuhan yang positif, di mana artinya bahwa permintaan dunia atas ketiga produk Indonesia tersebut selalu ada dan terus meningkat. Selain Tiongkok, Amerika, India, dan Pakistan, ketiga produk tersebut juga memiliki prospek yang baik di beberapa negara tujuan ekspor lain seperti Malaysia, Vietnam, Korea Selatan, Jepang, Prancis, dan juga Brasil. Kementerian Perdagangan akan selalu mendukung kegiatan promosi ekspor produk-produk unggulan desa yang diharapkan juga dapat tampil pada kegiatan promosi tahunan bertaraf internasional, *Hybrid Trade Expo Indonesia* pada bulan Oktober 2022 mendatang.

Kegiatan ini seyogyanya dilaksanakan di Wakatobi namun dikarenakan sejak Juli 2022 hingga batas waktu yang belum ditentukan, Wings Air sebagai satu-satunya maskapai yang menyediakan jadwal penerbangan ke Wakatobi menghentikan jadwal penerbangannya, maka pelaksanaan seremoni pelepasan ekspor

dua DSA asal Provinsi Sulawesi Tenggara ini dialihkan ke kota Makassar, Provinsi Sulawesi Selatan.

DSA merupakan salah satu pilar CSR Astra yang sejalan dengan cita-cita perusahaan untuk “Sejahtera Bersama Bangsa” melalui program “Astra Untuk Indonesia Kreatif” yang berupa pengembangan kewirausahaan dan mengoptimalkan potensi pelaku usaha agar dapat memberikan nilai tambah ekonomi bagi masyarakat dan dapat menembus pasar internasional.

Kolaborasi antara Kementerian Perdagangan dan PT Astra International Tbk telah dimulai dan diformalkan sejak tanggal 28 Juli 2018 dengan ditandatanganinya Perjanjian Kerja Sama (PKS) tentang Peningkatan Kapasitas Pelaku Ekspor dan Pemasaran Produk Unggulan Desa antara Direktur Kerja Sama Pengembangan Ekspor, Ditjen PEN Kemendag dan *Head of Environment and Social Responsibility Division* PT Astra International Tbk. Naskah kerjasama tersebut berlaku selama dua tahun hingga 23 Juli 2023 dengan target dari sekitar 900 desa binaan Astra, minimal 100 desa harus mampu melakukan ekspor secara mandiri dan mendapatkan repeat order dalam kurun waktu tersebut. PKS ini dapat dihentikan atau diperpanjang sesuai dengan kesepakatan kedua belah pihak.

Usai pelaksanaan seremoni pelepasan ekspor, dilakukan kunjungan ke pameran produk-produk DSA lainnya dan gudang penyimpanan produk rumput laut guna melihat potensi yang dapat terus didorong

pengembangannya serta menyusun strategi atas tantangan yang dihadapi pelaku usaha. Selain itu dilakukan diskusi dengan *Head of Environment & Social Responsibility* PT Astra International Tbk Bima Kirda

Pamungkas, terkait rencana pembukaan paviliun CSR Astra di TEI ke-37 Tahun 2022 yang akan diisi oleh produk - produk unggulan DSA.

Evaluasi dan Rekomendasi

Promosi Dagang untuk Peningkatan Ekspor

Sepanjang tahun 2022, Ditjen PEN melalui Pengembangan Ekspor Produk Primer telah melakukan berbagai kegiatan promosi baik di dalam maupun di luar negeri, serta misi dagang sebagai upaya untuk

meningkatkan ekspor Indonesia. Kegiatan promosi Ditjen PEN Kementerian Perdagangan pada tahun 2022 adalah misi dagang Korea Selatan, India, dan Qatar. Selain juga dari pameran luar negeri (Expo 2020 Dubai,

Sydney Build Expo, Seoul Food & Hotel, Summer Fancy Food, Pameran Gamescomm 2022, Automechanika, OIC Halal Expo, dan Food Africa) dan pameran dalam negeri (Indobuildtech dan TEI ke-37).

Perkembangan Ekspor Indonesia Berbasis Pada Peningkatan Daya Saing Produk

Untuk mendorong kinerja ekspor berbasis peningkatan daya saing produk sekaligus memenangkan persaingan di pasar global, komposisi ekspor Indonesia diarahkan kepada produk-produk berdaya saing tinggi. Saat ini, ekspor nonmigas Indonesia masih didominasi oleh sektor barang, terutama produk-produk

primer. Oleh karena itu, arah pengembangan ekspor nonmigas saat ini difokuskan pada produk-produk manufaktur, jasa, dan produk kreatif. Hal ini sekaligus untuk menjawab tantangan global terhadap ekspor berkelanjutan terhadap produk-produk inovatif dan berdaya saing tinggi.

Selain itu, program peningkatan daya saing produk ekspor perlu dilakukan dengan mencari informasi detail peluang pasar yang dapat diakses oleh para eksportir Indonesia. Informasi yang perlu dicari adalah produk yang dibutuhkan, negara mana saja yang membutuhkan, serta kualifikasi produk yang dibutuhkan.

Perkembangan Ekspor Indonesia Berbasis Pada Peningkatan Daya Saing Produk

Diversifikasi pasar merupakan strategi menambah perluasan pasar dalam meningkatkan ekspor Indonesia. Diversifikasi pasar dilakukan untuk mengantisipasi kemungkinan terjadinya penurunan permintaan ekspor, terutama dari negara-negara yang disampaikan oleh IMF yang akan mengalami pelemahan perekonomian, yaitu Tiongkok,

Amerika Serikat, dan Uni Eropa, di mana negara-negara tersebut merupakan negara utama tujuan pasar ekspor Indonesia.

Oleh karena itu, diperlukan penetrasi pasar dengan melakukan diversifikasi ekspor ke pasar-pasar baru yang dikenal dengan istilah pasar nontradisional. Negara prioritas yang dapat

menjadi tujuan ekspor untuk saat ini adalah India. India merupakan sebuah pasar besar yang telah lama tidak pernah diperbincangkan. Apabila ada kepastian permintaan ekspor dari India, maka ekspor Indonesia akan lebih meningkat.

Khusus untuk pasar India, perlu dilakukan penjajakan untuk

menyusun kerja sama *Indonesia-India Comprehensive Economic Partnership Agreement (II-CEPA)*.

Dengan langkah tersebut, diharapkan nantinya Indonesia tidak bergantung kepada

beberapa kelompok negara, namun dapat menjadikan negara-negara lainnya sebagai mitra dagang utama yang seimbang. Hal ini sekaligus dapat meningkatkan keragaman produk ekspor yang memiliki

nilai tambah dan berdaya saing tinggi, yang diharapkan dapat meningkatkan kemampuan bersaing produk-produk Indonesia di pasar global.

B. Peningkatan Pengembangan Ekspor Produk Manufaktur

Untuk mengembangkan ekspor nasional, diperlukan sinergi seluruh pemangku kebijakan di Indonesia. Oleh karena itu, Ditjen PEN sebagai unit kerja di Kementerian Perdagangan yang memiliki tugas untuk melakukan pengembangan ekspor melakukan kerja sama dengan pihak-pihak baik instansi pemerintah maupun swasta untuk mengembangkan ekspor nasional. Sepanjang tahun 2022, Ditjen PEN telah melakukan kegiatan pengembangan ekspor produk manufaktur melalui kerja sama pengembangan ekspor dengan beberapa pihak dan beberapa kegiatan yang menunjang peningkatan kerja sama pengembangan ekspor, antara lain:

Penandatanganan Nota Kesepahaman antara Kementerian Perdagangan dengan Stakeholders

Pada tahun 2022, Ditjen PEN melakukan penandatanganan lima Nota Kesepahaman antara Kementerian Perdagangan dengan stakeholders dengan instansi pemerintah maupun swasta baik di dalam maupun di luar negeri. Adapun Nota Kesepahaman tersebut, yaitu sebagai berikut:

1. Perjanjian Kerja Sama Antara Ditjen PEN dengan Fairventures Worldwide tentang Pembangunan Berkelanjutan Kayu Ringan.

Dilaksanakan di Jakarta pada tanggal 22 April 2022, ditandatangani oleh Dirjen PEN Didi Sumedi dan *Executive Directore of Fairventures Worldwide* FVW GMBH Megan King. Kerja sama ini

bertujuan sebagai kerangka kerja untuk memfasilitasi kerja sama di bidang program pembangunan berkelanjutan kayu ringan dan Hasil Hutan Bukan Kayu (HHBK) untuk pelaksanaan Nota Kesepahaman.

2. Perjanjian Kerja Sama Antara Ditjen PEN dengan PT Asuransi ASEI Indonesia tentang Kerja Sama Pengembangan Ekspor Produk Organik Indonesia.

Dilaksanakan di Jakarta pada tanggal 27 Mei 2022, ditandatangani oleh Dirjen PEN Didi Sumedi dan Direktur Utama PT Asuransi Asei Indonesia Arie Surya Nugraha. Kerja sama ini bertujuan untuk mewujudkan kerja sama dan

sinergisitas dalam rangka peningkatan ekspor nasional.

3. Perjanjian Kerja Sama Antara Ditjen PEN dengan Lembaga Pembiayaan Eskpor Indonesia (Indonesia Eximbank) tentang Kerja Sama dalam Pengembangan Ekspor Nasional.

Dilaksanakan di Jakarta pada tanggal 27 Mei 2022, ditandatangani oleh Dirjen PEN Didi Sumedi dan Direktur Eksekutif Lembaga Pembiayaan Ekspor Indonesia (LPEI) atau Indonesia Eximbank Rijani Tirtoso. Kerja sama ini bertujuan untuk mewujudkan kerja sama dan sinergisitas dalam rangka peningkatan eksor nasional.

4. Perjanjian Kerja Sama Antara Ditjen PEN dengan Lulu Grup Internasional tentang Kerja Sama Promosi.

Dilaksanakan di Jakarta tanggal 30 Maret 2022, ditandatangani oleh Dirjen PEN Didi Sumedi dan *Chief Operating Officer* Salim Vi.

Kerja sama ini bertujuan untuk membangun kerja sama antara para pihak dalam rangka memfasilitasi dan mendukung ekspor barang-barang potensial Indonesia ke United Arab Emirates dan wilayah lain melalui distribusi dan jaringan retail Lulu di United Arab Emirates dan pasar internasional.

5. Memorandum Saling Pengertian Antara Direktur Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional (Kemendag) dengan Kantor Fasilitas Dagang Kanada/Trade Facilitation Office Canada (TFO Canada) tentang Pengembangan Ekspor.

Dilaksanakan di Jakarta pada tanggal 18 November 2022, ditandatangani oleh Sekretaris Ditjen PEN Ganef Judawati dan Executive Director Steve Tipman. Kerja sama ini bertujuan untuk mendukung pengembangan ekspor nasional.



Aktivasi dan Implementasi Kerja Sama Pengembangan Ekspor

Rangkaian kegiatan aktivasi kerja sama pengembangan ekspor produk manufaktur pada tahun 2022 diselenggarakan sebagai perwujudan kerja sama pengembangan ekspor antara Ditjen PEN dengan berbagai mitra kerja sama baik dari dalam negeri maupun luar negeri. Pada tahun 2022 telah terlaksana 12 kegiatan aktivasi dan implementasi kerja sama pengembangan ekspor. Adapun detail kegiatan aktivasi dan implementasi kerja sama pengembangan ekspor yang dilaksanakan oleh Ditjen PEN pada tahun 2022, antara lain adalah:

1. Koordinasi dengan Pertamina

Dit. Pengembangan Ekspor Produk Manufaktur melakukan koordinasi dengan Pertamina terkait kerja sama pada tanggal 18 Januari 2022. Hal ini dalam upaya meningkatkan pemasaran UMKM di

dalam dan luar negeri, salah satu fokus Pertamina terhadap UMKM binaannya mengenai pengembangan potensi produk unggulan UMKM binaannya untuk go global yang merupakan level pembinaan khusus untuk pengusaha UMKM yang sudah siap mengisi pasar dunia melalui ekspor dengan jumlah sebanyak 54 UMKM. Pertamina meminta pendampingan khusus dalam hal pengembangan produk, promosi, dan perluasan akses pasar.

Dalam hal ini Pertamina telah memiliki *marketplace*, yaitu Pertamina SMEXPO sebagai tempat sarana untuk memfasilitasi para UMKM binaan Pertamina dalam melakukan business matching. Terkait hal permohonan kerja sama, perlu terlebih dahulu membahas sinkronisasi program dan ruang lingkup kerja

samanya. Adapun binaan Pertamina dapat diarahkan berdasarkan 30 produk yang menjadi fokus Kemendag untuk dikembangkan dan tujuh negara tujuan ekspor yang telah memiliki perjanjian dagang dengan Indonesia.

2. Kerja Sama dengan SMESCO, Kementerian Koperasi dan UKM

SMESCO, Kementerian Koperasi dan UKM berkoordinasi dengan Dit. Pengembangan Ekspor Produk Manufaktur pada tanggal 18 Januari 2022 di Jakarta dengan tujuan peninjauan dan identifikasi kerja sama pengembangan ekspor yang dapat dilakukan bersama SMESCO, Kementerian Koperasi dan UKM.

1. Tiga kategori utama fokus produk KemenKUKM, yaitu *agroprocessing*, *herbal-welness*, dan *local*

indigenous product (food and beverages, kriya).

2. Fasilitas SMESCO terdiri dari: *fulfilment centre*, APINDO UMKM Akademi Hub, SMESCO Labo, Bank Indonesia *showcase space*, BNI Xpora *showcase space*, dan rencana pembangunan SMESCO Hub Timur di Bali, *platform jualan online*.
3. Dit. Pengembangan Ekspor Produk Manufaktur siap bekerja sama dalam menghubungkan UMKM siap ekspor binaan SMESCO dengan pemasok bahan baku yang menjadi mitra kerja sama Dit. Pengembangan Ekspor Produk Manufaktur, seperti petani sorgum mitra ASTRA.

3. Kerja Sama dengan PT Bank Rakyat Indonesia

Kerja sama antara Ditjen. PEN dengan PT Bank Rakyat Indonesia (PT BRI) dilaksanakan pada tanggal 25 Januari 2022 di Kementerian Perdagangan.

Tujuan kegiatan adalah untuk melakukan pendalaman kerja sama antara Ditjen. PEN dan PT BRI serta tindak lanjut dari MoU dan rencana kegiatan selanjutnya yang bisa dilakukan kedepannya. Kegiatan yang dapat dilaksanakan pada tahun 2022 yaitu UMKM EXPO (RT) BRILIANPRENEUR.

- a. Tahun 2021, BRI telah menampilkan 500 UMKM dari 3000 yang telah dikurasi dan dibagi dalam empat sektor, antara lain: *home decor and craft; food and beverage; fashion; serta accessories and beauty*.
- b. Dari 500 UMKM, dapat tampil dalam rangkaian

kegiatan, antara lain: 3D *Vitual Expo, Business matching, Talkshow, Bazaar Online*, dan *UMKM Awards*.

- c. Program UMKM EXPO (RT) BRILIANPRENEUR sebagai upaya mempertemukan UMKM di seluruh Indonesia dengan para *buyer* internasional.
- d. Dapat memberikan rekomendasi eksportir yang masuk ke pasar G20. Database tersebut akan digunakan untuk mengundang eksportir ikut serta dalam kegiatan expo BP di acara G20 bulan Oktober 2022 di Bali.

4. Kerja Sama Women in Trade For Inclusive and Sustainable Growth (WITISG) Project, Trade Facilitation Office (TFO) Canada

Tindak lanjut Naskah Memorandum Saling Pengertian (MSP) antara Kementerian Perdagangan dan TFO Kanada mengenai WITISG sebagai peningkatan daya saing ekspor Indonesia bagi UKM Indonesia di sektor makanan olahan dan jasa teknologi informasi kreatif, khususnya yang dimiliki atau dipimpin oleh perempuan pada tanggal 18 Agustus 2022 dan telah diluncurkan pada tanggal 8 Maret 2021, diinformasikan sebagai berikut:

- a. Kegiatan yang telah dilaksanakan pada tahun 2022 berupa: *Local Market Research; Gender Equality and Social Inclusion (GESI) Training; Training of Trainers; Export Readiness Workshops for SMEs* untuk 120 UKM tentang permintaan Konsumen/ Pembeli, Peraturan, dan Kesiapan Ekspor.

- b. Rencana pelaksanaan program berikutnya, berupa: *Penandatanganan Project Implementation Agreement; SMEs Training Batch 2 (DKI Jakarta, Jawa Barat, Sumatera); Trade Mission (Makanan Olahan dan Pangan Organic; IT Creative); Business Forum di Trade Expo Indonesia; dan Buyer Mission*.
- c. Diperlukan perjanjian dalam bentuk *Project Implementation Agreement (PIA)* antara Kemendag dengan TFO.
- d. Pada Januari-Juni 2022 telah dilaksanakan serangkaian rapat antara TFO Kanada dengan perwakilan dari Dit. Pengembangan Ekspor Produk Manufaktur, khususnya membahas total kontribusi anggaran pada project WITISG selama periode 2020-2021 dengan total anggaran sebesar CAD 353.354,50 (atau setara dengan 3,9 milyar rupiah).
Adapun pembagian kontribusi anggaran pada project WITISG tersebut, antara lain: TFO Kanada (CAD 188.431,60—sebesar 53%); Ditjen. PEN (CAD 95.632,60—sebesar 27%); Perwadag (CAD 26.590,30—sebesar 8%); dan Pelaku Usaha (CAD 42.700,00—sebesar 12%).
- e. Usulan kontribusi kegiatan dari masing-masing pihak, antara lain: TFO Kanada (CAD 79.900); Ditjen PEN (CAD 46.002); Perwadag Kanada (CAD 26.590), dan Pelaku Usaha (CAD 62.300).
- f. TFO Kanada berharap agar naskah *Project Implementation* dapat ditandatangani oleh Pejabat

Eselon I untuk dapat segera dilaksanakan mengenai proyek tersebut.

- g. Penyusunan naskah Project Implementation Agreement (PIA) Kerja Sama WITISG TFO Kanada dilaksanakan tanggal 20 September 2022. Proyek WITISG adalah implementasi dari MoU antara DGNED and TFO Canada on Export Development yang ditandatangani pada 18 Agustus 2020. Tujuan kegiatan ini, yaitu tindak lanjut arahan Dirjen PEN untuk melakukan reviu besaran kontribusi Ditjen. PEN dalam konsep naskah PIA tersebut yang diusulkan oleh pihak TFO Kanada sebesar 27%.

Penyelesaian dan penandatanganan naskah PIA merupakan hal yang mendesak dilakukan kedua pihak dalam waktu dekat karena merupakan dokumen acuan

dalam implementasi kegiatan proyek WITISG. Adapun beberapa poin dalam naskah tersebut, antara lain:

- a. Dit. Pengembangan Ekspor Produk Manufaktur akan melakukan pertemuan dengan *local project coordinator* TFO Kanada untuk mendiskusikan penyesuaian besaran kontribusi anggaran yang ditanggung oleh Ditjen PEN sekaligus membuat rincian kebutuhan anggaran pelaksanaan kegiatan agar sesuai dengan RKA-KL yang digunakan Kemendag.
 - b. Tujuannya untuk memudahkan perencanaan anggaran pada unit pengampu kerja sama selanjutnya, yaitu Dit. Pengembangan Ekspor Produk Primer dan Dit. Pengembangan Ekspor Jasa dan Produk Kreatif.
- Tanggal 29 September 2022, pembahasan naskah

PIA kerja sama WITISG TFO Kanada dengan unit internal Ditjen PEN, yaitu dari hasil penyesuaian nilai kontribusi para pihak dalam kerja sama selama tahun 2020 hingga Juni 2022.

Sehingga, kontribusi Ditjen PEN yang semula diusulkan 27% turun menjadi 9% dengan rincian kegiatan dan kebutuhan anggaran untuk pelaksanaan periode Oktober - Desember 2022 (Penandatanganan PIA Proyek WITISG, Rakor penentuan *Trade Show* ACG tahun 2023 (*Fanexpo/SIGGRAPH*), Rapat Seleksi Peserta *Trade Show* oleh DJPEN, TFO Kanada, dan Rakor persiapan *Trade Show*, tahun 2023 (Pendampingan pelaksanaan pameran oleh Perwakilan Ditjen PEN, evaluasi pasca pameran dan tahun 2024 (*Sharing Experience*, Monev Kerja Sama, dan pendampingan *buyer mission*).

Pameran Luar Negeri

Pameran Automechanika

Pameran Automechanika dilaksanakan pada 22 - 24 November 2022 di Dubai World Trade Centre. Pameran *Automechanika* Dubai 2022 merupakan pameran tahunan terbesar di dunia, khususnya di wilayah Timur Tengah dan Afrika Utara, yang menampilkan produk-produk suku cadang kendaraan bermotor yang menghadirkan hampir 20.000 mega brand.

Paviliun Indonesia menampilkan sembilan perusahaan yang bergerak di bidang otomotif, yaitu PT Selatan Jadi Jaya (*battery*), PT Supreme Belting

Perkasa (*car belt*), PT Sumatera Kartindo (*tyre*), PT Astra Otoparts, Tbk., (*automotive component/sparepart*), PT Chemo Harapan Nusantara (*motor cycle & automobike brake systems, aluminium casting parts, dan alloy wheel*), PT New Indobatt Energy Nusantara (*automotive storage battery: car, motorcycle, bus, truck, military*), PT Duta Nichirindo Pratama (*filter for automotive and agriculture*), PT Green Rubtech (*rubber compound*), dan ADR Group of Companies (*filter dan radiator*).

Potensi transaksi dagang yang diperoleh peserta perusahaan Indonesia pada pameran Automechanika Dubai 2022 selama tiga hari tercatat sebesar USD 3,832,242. Selain itu, terdapat satu perusahaan Indonesia yang berpartisipasi secara mandiri, yaitu PT Edico Utama (dengan produknya Teikin) yang bergabung dengan mitra mereka di Dubai, yaitu Al Shamali Auto Parts. Kedua perusahaan tersebut telah menjalin kerja sama suplai piston kendaraan bermotor selama 30 tahun dengan nilai penjualan mencapai USD 7 juta per tahunnya.

Pelepasan Ekspor Sepuluh Produk Olahan Sorghum

Kegiatan “Panen Raya Sorghum dan Pelepasan Ekspor Sepuluh Produk Olahan Sorghum Nusa Tenggara Barat ke Malaysia dan Timor Leste” berlangsung pada tanggal 22 Januari 2022 bekerja sama dengan PT Astra International Tbk. Kegiatan pelepasan ekspor 10 produk olahan sorghum sebanyak 60.000 pcs bernilai Rp 700 juta ke Malaysia dan Timor Leste dilaksanakan di Dusun Lokok Sutrang, Desa Santong Mulia, Lombok Utara, Nusa Tenggara Barat (NTB) pada tanggal 22 Januari 2022.

Kegiatan ini berlangsung bersamaan dengan panen raya sorghum yang juga dihadiri oleh Bupati Lombok Utara, Head of CSR PT Astra International Tbk, pemilik CV Yant Sorghum, Asisten Deputi Pemberdayaan Ekonomi

Masyarakat dan Kewirausahaan Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian, serta Direktur Promosi dan Pemasaran Produk Unggulan Desa, Daerah Tertinggal dan Transmigrasi Kementerian Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal, dan Transmigrasi (PDPT).

Produk-produk yang diekspor tersebut diproduksi oleh CV Yant Sorghum yang membina lebih dari 1000 petani sorghum dari 22 desa di Kabupaten Lombok Utara, Lombok Timur, Lombok Tengah, dan Lombok Selatan dengan kapasitas mencapai 1000 ton per bulan.

Selain membina petani, CV Yant Sorghum juga memberdayakan ibu rumah tangga dalam proses pengolahan dan produksi olahan sorghum. Kesepuluh produk olahan sorghum yang dilepas ekspornya adalah keripik tempe

sorghum, roll sorghum, puff sorghum, keciput sorghum, stik bawang sorghum, beras sorghum, tepung sorghum, biskuit sorghum, gula cair sorghum kemasan botol dan saset, serta sendok dan garpu berbahan sorghum yang bisa dimakan (*edible sorghum spoon and fork*). DSA Porang Lombok saat ini memiliki lima offtaker (PT Rajawali Nusantara, PT Penta Persada Nusantara, PT Bushang, PT Asia Prima Konjact, dan PT Galih Tulen) dan satu perusahaan mitra, yaitu PT MSN (merupakan anak perusahaan Mayora Group Indonesia).

DSA Porang Lombok bersama PT MSN dalam waktu dekat akan membangun pabrik pengolahan porang di Kecamatan Gangga yang akan menghasilkan keripik, tepung, dan glukomanan untuk selanjutnya diekspor ke kawasan Asia, Eropa, Korea, Amerika, Jepang, dan negara lainnya.

Pelepasan Ekspor Produk Alas Kaki NIKE

Pelepasan ekspor produk alas kaki merek NIKE dilaksanakan pada tanggal 13 September 2022 di kantor PT Pratama Abadi Industri, Serpong-Tangerang, Banten. Pelepasan ini dipimpin oleh Menteri Perdagangan dan dihadiri oleh Pejabat Eselon I

dan II Kementerian Perdagangan, Wakil Walikota Tangerang Selatan, dan perwakilan Bea dan Cukai. Pelepasan ekspor alas kaki merek NIKE mencatatkan nilai transaksi sebesar USD 211 ribu dengan tujuan ekspor ke Belanda.

PT Pratama Abadi Industri dan NIKE Indonesia telah menjadikan Indonesia sebagai salah satu negara pusat produksi melalui kemitraan dengan sebanyak 38 pabrik di Indonesia.

Pelepasan Ekspor TPT Pabrik Sritex

Pelepasan ekspor 50 kontainer TPT PT Sritex dilaksanakan pada 15 September 2022 di Sukoharjo, Jawa Tengah. Pelepasan dihadiri oleh Pejabat Eselon I dan II Kementerian Perdagangan, perwakilan dari Pemprov Jawa

Tengah, Kepala Kanwil Bea Cukai Jawa Tengah dan Yogyakarta, perwakilan dari Pemkab Sukoharjo, OJK, Bank Indonesia, dan perwakilan dari Asosiasi Pertekstilan Indonesia (API).

Produk TPT yang diekspor mencakup garmen, kain jadi, dan benang dengan nilai ekspor sebesar USD 3,7 juta ke Swedia, Thailand, Malaysia, Brasil, Bangladesh, Portugal, Polandia, Republik Dominika, Mesir,

Meksiko, Jepang, Argentina, Yordania, Persatuan Emirat Arab, Korea Selatan, Turki, Spanyol, India, Amerika Serikat, dan Qatar.

PT Sritex merupakan salah satu produsen tekstil terbesar di Asia Tenggara yang cukup aktif dalam kegiatan ekspor nonmigas

Indonesia di tengah pemulihan ekonomi nasional pasca pandemi.

Pelepasan Ekspor Produk Aluminium Extrusion

Pelepasan ekspor produk aluminium ekstrusi dilaksanakan tanggal 29 September 2022 di Maspion Group, Surabaya, Jawa Timur. Acara dipimpin oleh Menteri Perdagangan dan dihadiri oleh Sekjen Kemendag, Staf Ahli Bidang Iklim Usaha dan Hubungan Antar Lembaga, Dirjen PEN, Plt. Dirjen Daglu, Direktur Pengembangan Ekspor Produk Primer-Ditjen PEN, Direktur Ekspor Produk Industri dan Pertambangan-Ditjen Daglu, Sekretaris Daerah Provinsi Jawa Timur, serta Presiden Direktur Maspion Group Alim Markus, beserta seluruh jajarannya.

Produk yang diekspor pada pelepasan kali ini adalah produk aluminium dengan turunan produk berupa aluminium ekstrusi, tangga aluminium, dan aluminium foil yang membukukan nilai sebesar USD 1,2 juta. Tujuan eksportnya antara lain

ke Amerika Serikat, Australia, Inggris, Selandia Baru, Belgia, dan Vietnam. Produk aluminium ekstrusi digunakan untuk material bangunan, tangga aluminium, serta pendukung untuk komponen printer dan frame panel surya.

PT Maspion berdiri tahun 1971 dan tiga tahun berikutnya perusahaan mulai memproduksi pipa PVC dan aksesorisnya. Dengan ini jangkauan produksi perusahaan semakin luas. Selain itu, sejak tahun 1975, Maspion juga mulai mengembangkan bisnis peralatan listrik rumah serta peralatan dapur dari bahan stainless steel.

Maspion merupakan salah satu produsen perlengkapan konsumen terbaik di dunia. dengan beberapa anak perusahaan yang bernaung di bawah nama Maspion Group.

Perusahaan ini telah memiliki reputasi baik dalam pembuatan berbagai rangkaian produk peralatan rumah tangga berkualitas yang meliputi peralatan dapur, peralatan rumah tangga plastik, dan peralatan listrik.

Selain itu, Maspion juga memproduksi pipa PVC dan PE yang digunakan untuk keperluan perumahan dan rumah tangga. Maspion telah memiliki jaringan distribusi yang tersebar secara global baik di dalam maupun luar negeri melalui distribusi, agen, pengecer, atau kantor cabang. Dalam perkembangannya, Maspion telah dikenal sebagai Original Equipment Manufacturing (OEM) yang terkemuka di dunia. Terbukti bahwa Maspion telah memasok produk-produk buatannya di berbagai toko ritel dan grosir di Amerika Serikat dan negara-negara besar lain di dunia.

Pelepasan Ekspor Produk Aluminium Extrusion

Pelepasan ekspor produk ponsel pintar dilaksanakan tanggal 13 Oktober 2022 di PT Samsung Electronics Indonesia (PT SEIN), Cikarang. Acara ini dipimpin oleh Menteri Perdagangan dan dihadiri oleh Duta Besar Korea Selatan untuk Indonesia Mr. Park Taesong, Ditjen PEN, Ditjen Daglu, Ditjen PPI, Biro Umum, Biro Humas, Jajaran Forkopimda, Presiden Direktur Sales PT SEIN Mr. Simon Lee, Presiden

Direktur Production PT SEIN Mr. Hong Yeun Seuk, Presiden Direktur Riset PT SEIN Mr. Yash Yountaek Oh, serta perwakilan dari beberapa media nasional. Sejak tahun 2018 PT SEIN telah melakukan ekspor produk ponsel pintar sebanyak lebih dari 8 juta unit.

Dalam sambutannya, Menteri Perdagangan menyampaikan bahwa surplus neraca perdagangan Indonesia periode

Januari-Agustus tercatat sebesar USD 34,92 miliar. Kinerja ekspor yang baik ini dimungkinkan karena kerja keras dan dedikasi para eksportir Indonesia, salah satunya PT SEIN. Namun demikian, Indonesia harus tetap waspada sebab tantangan global kedepannya akan semakin besar. Sektor elektronik merupakan sektor unggulan yang juga masuk dalam prioritas Making Indonesia 4.0. Sektor elektronik

merupakan kontributor ekspor ke-4 terbesar dalam struktur ekspor Indonesia. Pada tahun 2021, ekspor elektronik Indonesia mencapai nilai USD 14,1 miliar dengan tren pertumbuhan sebesar 6,54% dalam lima tahun terakhir.

Melalui sinergi antara pihak swasta, seperti PT SEIN dan pemerintah untuk mewujudkan Making Indonesia 4.0, diharapkan kedepannya Indonesia mampu menjadi salah satu negara eksportir elektronik utama dengan

pangsa pasar yang terus meningkat. Saat ini Indonesia masih berada pada urutan ke-34 sebagai negara eksportir elektronik dengan pangsa 0,25%.

Pelepasan Ekspor Produk Kemasan Plastik Premium

Ditjen PEN bersama PT CMN Internasional Indonesia melaksanakan kegiatan pelepasan ekspor perdana produk plastik kemasan premium ke Filipina pada tanggal 25 Agustus 2022. Produk yang diekspor adalah produk kemasan plastik premium merek "Moorlife" sebanyak 17 kontainer (masing-masing 40 ft) dengan nilai sebesar USD 435 ribu atau setara Rp 6,49 miliar.

Kegiatan pelepasan ekspor bertujuan untuk memanfaatkan momentum besar yakni peringatan memperingati hari ulang tahun Republik Indonesia ke-77 tahun melalui seremoni ekspor perdana produk plastik premium

PT CMN ke negara tujuan ekspor Filipina. Pelepasan ekspor dihadiri oleh Bupati Sidoarjo, Presiden dan *Founder* serta Direktur Operasional CMN, Export Center Surabaya, dan perwakilan Direktorat PEPM. Pada kegiatan pelepasan ekspor tersebut, kami secara virtual menyampaikan *remarks* sekaligus melakukan seremoni secara bersama-sama dengan jajaran PT CMN Internasional Indonesia.

PT CMN merupakan perusahaan subsidiari dari grup perusahaan Tancorp. PT CMN mengekspor produk *food and beverage packaging* plastik premium merek Moorlife. Produk Moorlife

memiliki beragam produk diantaranya produk penyajian makanan di meja makan (*servicing collection*), wadah *canister* untuk menyimpan makanan kering dengan penutup kedap udara (*air-tight smart storage*), penyimpanan bahan makanan dalam kulkas di area *chiller* dan *freezer*, wadah di lemari dapur (*kitchen queen*), berbagai wadah tempat minum *biolife bottle*, dan *lunch box (ready to go)*. CMN Internasional Indonesia juga merupakan salah satu peserta misi dagang ke India, yang menandatangani MoU secara daring dengan deal USD 75.000.

Evaluasi dan Rekomendasi

Pengembangan Ekspor Produk Manufaktur Melalui Kerja sama Pengembangan Ekspor, Promosi Dagang, dan Pelepasan Ekspor

Pada tahun 2022, capaian kinerja Ditjen PEN untuk pengembangan ekspor produk manufaktur melalui kerja sama pengembangan ekspor secara umum telah terlaksana dengan baik. Kegiatan peningkatan kerja sama pengembangan ekspor yang dilakukan oleh Ditjen PEN, yaitu penandatanganan naskah kesepakatan kerja sama dengan lembaga-lembaga pemerintah dan/atau nonpemerintah baik di

dalam maupun luar negeri, dan pelaksanaan kesepakatan kerja sama melalui kegiatan aktivasi/ diseminasi hasil kerja sama, pameran dagang, dan pelepasan ekspor.

Sepanjang tahun 2022, Ditjen PEN melalui Direktorat Pengembangan Ekspor Produk Manufaktur telah berhasil membuat lima naskah kesepakatan, baik pemerintah

maupun non pemerintah di dalam dan di luar negeri. Peningkatan kerja sama ini dimaksudkan untuk memperkuat UKM ekspor agar mampu bersaing dengan produk-produk dari negara lain. Kerja sama yang dihasilkan akan menjadi jembatan dalam memfasilitasi UKM ekspor untuk mengembangkan usahanya. Adanya kegiatan pelepasan ekspor juga bermanfaat untuk membuka peluang pasar baru

di luar negeri. Peluang tersebut akan menumbuhkan perluasan pasar domestik, investasi, dan devisa pada suatu negara. Selain itu, untuk memaksimalkan

kerja sama pengembangan ekspor, maka juga dilakukan kegiatan pameran dan pelepasan ekspor, di mana juga dilakukan

kerja sama dengan lembaga-lembaga pemerintah dan/atau nonpemerintah baik di dalam maupun luar negeri.

Implementasi dan Evaluasi dari Kesepakatan yang telah Dihasilkan oleh Ditjen PEN

Salah satu hal yang perlu untuk mendapatkan perhatian khusus adalah proses implementasi dari naskah kesepakatan yang telah dihasilkan oleh Ditjen PEN melalui melalui Direktorat Pengembangan Ekspor Produk Manufaktur, yaitu sebaiknya naskah-naskah kesepakatan kerja sama yang telah ditandatangani dibahas bersama oleh seluruh unit teknis di lingkungan Ditjen PEN. Hal ini dimaksudkan untuk memaksimalkan seluruh ruang lingkup kerja sama, sehingga muncul kegiatan-kegiatan baru untuk mengembangkan ekspor nasional baik untuk tahun anggaran berjalan maupun untuk tahun anggaran selanjutnya mengingat durasi kesepakatan kerja sama biasanya berlaku antara 3-5 tahun.

Selain itu, kegiatan-kegiatan yang dihasilkan dari kesepakatan kerja sama tersebut dapat disinergikan dengan kegiatan-kegiatan yang dilaksanakan oleh unit-unit teknis Ditjen PEN. Selain itu, dalam pelaksanaan kegiatan-kegiatan yang tertuang dalam naskah-naskah kesepakatan kerja sama perlu untuk dievaluasi setiap tahunnya. Hal ini dimaksudkan untuk memperoleh hasil yang lebih maksimal atas kesepakatan-kesepakatan kerja sama yang telah ditandatangani.

Melalui kegiatan evaluasi implementasi kesepakatan kerja sama, Ditjen PEN dapat mengajukan penyesuaian atas kesepakatan yang telah dibuat apabila pelaksanaan kegiatan belum memberikan dampak

positif terhadap pengembangan ekspor nasional.

Lebih lanjut, implementasi kerja sama juga dapat disinergikan dengan kegiatan-kegiatan lain yang dilaksanakan oleh unit eselon I lainnya di lingkungan Kementerian Perdagangan, misalnya dalam hal standarisasi produk dengan Direktorat Jenderal Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga, pengembangan UKM daerah dengan Direktorat Jenderal Perdagangan Dalam Negeri, dan kerja sama dalam berbagai bentuk lainnya. Namun demikian, untuk dapat melakukan hal tersebut diperlukan koordinasi yang erat antar unit teknis Kementerian Perdagangan.

C. Pengembangan Ekspor Jasa dan Produk Kreatif

Dalam upaya melakukan pengembangan ekspor jasa dan produk kreatif, sejumlah kegiatan berbasis produk yang bersifat simultan perlu terus dilakukan untuk meningkatkan nilai tambah dan daya saing produk Indonesia. Melalui pengembangan standar kualitas dan desain, membangun *brand*, serta terus meningkatkan *awareness* dari *buyer/potential buyer* terhadap produk-produk potensial ekspor Indonesia, dapat menjadi langkah yang tepat untuk diambil. Adapun kegiatan-kegiatan yang telah dilakukan dalam upaya pengembangan ekspor jasa dan produk kreatif sepanjang tahun 2022 adalah sebagai berikut:

Designer Dispatch Service (DDS)

Designers Dispatch Service (DDS) adalah salah satu kegiatan yang dilakukan oleh Direktorat Pengembangan Ekspor Jasa dan Produk Kreatif, Kementerian Perdagangan. DDS merupakan program pendampingan antara *designer* dan pelaku usaha dalam menciptakan *prototype* dan nilai tambah produk untuk pasar ekspor. Dengan mengkolaborasi para *designer* terpilih dengan UKM potensial untuk menciptakan produk Indonesia dengan desain inovatif, kreatif serta bernilai tambah, sehingga dapat bersaing di pasar dunia.

Kegiatan DDS ini terbagi menjadi dua bidang desain, yaitu DDS khusus pengembangan desain produk dan DDS untuk pengembangan desain kemasan. Kegiatan ini ditujukan kepada pelaku usaha yang memiliki produk potensial di berbagai daerah. Kemendag menyiapkan *designer* yang sesuai untuk setiap produk dan memfasilitasi kolaborasi antara pelaku usaha dengan *designer* yang sudah ditunjuk untuk menciptakan berbagai produk-produk baru yang inovatif dan bernilai tambah. Desain baru yang dibuat akan tetap menonjolkan ciri khas atau kekuatan dari produk milik pelaku usaha, namun diberi sentuhan baru dari perspektif desain produk. Selanjutnya, Kemendag juga memfasilitasi produk yang sudah jadi untuk didaftarkan hak desain industri dan diikuti pada promosi produk ekspor.

Kegiatan DDS ini merupakan program *flagship* Kemendag berkolaborasi dengan Pemerintah Pusat dan Daerah, Tenaga Ahli (*designer*), dan Pelaku Bisnis/UKM orientasi ekspor untuk

mengembangkan produk ekspor bernilai tambah dan berdaya saing di pasar ekspor melalui pengembangan desain dan penyelerasan produk orientasi ekspor sesuai dengan standar, tren, dan preferensi pasar tujuan pasar ekspor.

DDS APBN Tahun Anggaran 2022 melibatkan sebanyak 10 *designer* serta 20 pelaku usaha dari sembilan daerah, yaitu Aceh, Bangka Belitung, Jawa Barat, Jawa Tengah, DI Yogyakarta, Jawa Timur, Kalimantan Timur, Bali, dan Nusa Tenggara Barat. Terdapat 10 orang *designer* yang akan bertugas untuk melakukan pendampingan pada kegiatan DDS ini. Setiap *designer* mendampingi dua pelaku usaha, yang mana masing-masing pelaku usaha akan mengembangkan minimal desain baru. Adapun tahapan pelaksanaan kegiatan pendampingan DDS adalah sebagai berikut:

Pelaksanaan Kegiatan DDS

1. Kurasi Tenaga Ahli

Kegiatan Seleksi atau Kurasi *Designer* DDS 2022 telah dilaksanakan dalam dua tahap, yakni seleksi awal (berdasarkan berkas pendaftaran) dan wawancara. Pada seleksi administrasi calon peserta mengirimkan biodata dan informasi pendukung lainnya yang lebih tematis, yaitu informasi tentang pengalaman keterlibatan mereka pada kegiatan-kegiatan pendampingan pengembangan produk para pelaku usaha. Selanjutnya, semua berkas dikirimkan ke panitia melalui email yang telah disebutkan dalam *flyer* untuk dievaluasi

dan dilakukan penyaringan secara administratif (*desk evaluation*).

Komposisi *reviewer* terdiri dari:

- a. Perwakilan Senior *Designer* yang bertugas menggali informasi terkait dengan kemampuan melakukan pengembangan produk, wawasan keilmuan, cara pengambilan keputusan, dan kemampuan presentasi desain yang diwakili oleh Fitorio Leksono, Sekjen Asosiasi *Designer* Produk Industri Indonesia (ADPII) dan Harry Maulana, *Brand Owner* PT Harimau Design Indonesia (Tenaga Ahli Klinik Desain).
- b. Perwakilan pelaku usaha yang bertugas untuk menggali informasi terkait pengalaman kerja, rekam jejak interaksi dengan UKM, strategi berpikir bisnis, caraantisipasi teknis pada situasi yang tidak terprediksi di lapangan yang diwakili oleh Betsy Monoarfa, Wakil Ketua Umum Bidang Pembinaan & Pengembangan UMKM GAPMMI (Gabungan Pengusaha Makanan dan Minuman Indonesia).
- c. Ahli di bidang *branding* dan kemasan sebagai tenaga ahli dalam memberikan penilaian pada aspek pemahaman tentang *branding* dan kemasan yang diwakili oleh Ariana Susanti, *Past President & Honorary Member Asian Packaging Federation*.
- d. Wakil dari Kemendag bertugas memberikan arahan tentang *nature* dari DDS, filosofi kegiatan,

konsekuensi administratif, hak dan kewajiban peserta hingga risiko yang akan dialami pelamar pada pelaksanaan kegiatan, yang diwakili oleh Hikmah Fitria, Ketua Tim DDS 2022.

Keputusan seleksi dilakukan dalam sidang penentuan akhir pelamar yang lolos seleksi. Penentuan pelamar yang lolos kualifikasi didasarkan pada ketentuan *ranking* dari pelamar dengan kualifikasi paling tinggi dan kebutuhan sektor pelaku usaha terhadap produk yang akan dibuat.

Seleksi wawancara telah dilaksanakan secara daring pada tanggal 18 – 19 April 2022. Adapun 10 tenaga ahli yang terpilih dengan daerah penugasannya, yaitu:

1. Freddy Chriswantra (Bali)
2. Eugenio Hendro (Jawa Tengah)
3. Fauzy Prasetya K (D.I. Yogyakarta 2)
4. Iman Setiobudy (NTB)
5. Fauzi Arif Adhika (Jawa Barat)
6. Mufti Alem (D.I. Yogyakarta 1)
7. Baginda Wisnu Wardhana (Aceh)
8. Tri Anugrah (Jawa Timur)
9. Della (Bangka Belitung)
10. Anton Dwinanto (Kalimantan Timur)

Sebagai persiapan penempatan desainer ke daerah tujuan DDS, maka dilaksanakan kegiatan *Briefing Desainer*. Inti kegiatan *briefing* ini adalah memberikan serangkaian informasi sebagai pembekalan bagi para *desainer* agar mereka memiliki kemampuan yang cukup dalam berinteraksi

dengan pelaku usaha di daerah. Tidak hanya kemampuan merancang barang saja yang harus mereka kuasai, melainkan kepekaan membaca potensi daerah yang menarik untuk diangkat, kemampuan membaca pasar, cara penyampaian ide dengan bahasa yang komunikatif, hingga memberi rekomendasi sistem kerja yang efisien dan efektif bagi pelaku usaha apabila terjadi kontrak bisnis dalam jumlah permintaan yang besar.

2. Kurasi Pelaku Usaha

Tahap Seleksi Pelaku Usaha DDS APBN 2022 bertujuan untuk menentukan 20 pelaku usaha yang akan menerima fasilitasi pendampingan desain oleh *desainer* di setiap daerah. Tahapan ini dilakukan secara daring melalui *Zoom Meeting*. Kurasi pelaku usaha dilaksanakan selama empat hari pada tanggal 7 – 10 April 2022. Tim kurator melakukan seleksi berdasarkan hasil wawancara serta *company profile* dan foto contoh produk yang telah diserahkan Dinas Perindag setempat sesuai dengan persyaratan pelaku usaha yang ditentukan oleh tim internal Kemendag. Adapun komposisi tim *curator* adalah sebagai berikut:

1. Tenaga ahli produk yang bertugas menggali informasi terkait potensi dan kemampuan melakukan pengembangan produk tiap-tiap pelaku usaha yang diwakili oleh Eugenio Hendro dan Freddy Kriswantara.
2. Perwakilan pelaku usaha yang diwakili oleh perwakilan KADIN, oleh Ferdi Hendarman, Direktur

PT Reka Inti Chatura Hasta dan perwakilan GAPPMI, oleh Betsy M. Subagyo, Waketum Bidang Pembinaan dan Pengembangan UMKM GAPPMI.

3. Wakil dari Dinas Perindustrian dan Perdagangan selaku pembina pelaku usaha.
4. Wakil dari Kemendag bertugas memberikan arahan tentang *nature* dari DDS, filosofi kegiatan, konsekuensi administratif, hak dan kewajiban peserta, hingga risiko yang akan dialami pelamar pada pelaksanaan kegiatan, yang diwakili oleh Hikmah Fitria, Ketua Tim DDS 2022.

3. Pelaksanaan Pendampingan Desain

Tahap pendampingan merupakan inti dari kegiatan DDS di mana *desainer* mulai terjun ke lapangan melakukan kegiatan pendampingan teknis (*dispatching*) bagi pelaku usaha. Setiap selesai menyelesaikan tahapan, seluruh *desainer* melaksanakan evaluasi melalui diskusi dari hasil paparan kerja terakhir. Tahapan yang dilakukan adalah sebagai berikut:

a. Tahap Pendampingan Pertama

Metode kegiatan tahap ini terbagi dalam dua fase, yaitu:

- Fase pertama, *desainer* mengumpulkan segala informasi seperti potensi budaya, material, bahan baku utama, sumber daya bahan pendukung, tingkat keterampilan pengrajin, kapabilitas produksi, dan efisiensi finansial terkait produksi.

- Fase kedua, *desainer* mempersiapkan ide atau sketsa dari hasil observasi untuk dilihat bersama kemungkinan realisasi prototipnya.

b. Tahap Pendampingan Kedua

Pendampingan tahap II bertujuan untuk melanjutkan pengembangan produk sampai diperoleh produk setengah jadi. Pada tahap tersebut, *desainer* memberikan masukan terhadap produk yang telah dibuat untuk dapat dilanjutkan menjadi produk jadi. Pada tahap kedua, *desainer* sudah melakukan proses visualisasi ide menjadi produk setengah jadi melalui kemampuan

produksi pelaku usaha. Proses ini sangat menentukan keberhasilan realisasi ide menjadi desain yang diharapkan kedua belah pihak.

c. Tahap Pendampingan Ketiga

Pendampingan tahap III ini adalah kegiatan terakhir dari rangkaian *dispatching* pelaku usaha. Kegiatan ini merupakan penentu dari seluruh rangkaian panjang DDS karena pada tahap ini *desainer* dan pelaku usaha telah menentukan desain produk akhir yang akan dipromosikan dalam pameran dagang internasional. Pada tahap tersebut, diharapkan produk sudah jadi. Apabila terdapat revisi

hanya bersifat minor. Kegiatan lain pada tahap tersebut adalah pengambilan video untuk pembuatan materi promosi dan publikasi.

Metode pada tahap ini adalah pembuatan prototip dengan finalisasi detail dari produk yang dibuat. Selain itu, *desainer* juga menyiapkan bahan promosi dan publikasi untuk pameran tentang foto produk, deskripsi produk, nama/judul produk, harga jual yang disepakati bersama pelaku usaha dan *desainer*, serta testimoni program DDS untuk dijadikan bahan *marketing kit*. Rincian produk-produk dari pendampingan DDS oleh DitjenPEN tahun 2022 terdapat pada **lampiran IV**.

Good Design Indonesia (GDI)

Dalam rangka peningkatan daya saing produk ekspor melalui pengembangan desain, Direktorat Pengembangan Ekspor Jasa dan Produk Kreatif kembali menyelenggarakan kegiatan Good Design Indonesia (GDI) pada tahun 2022. Good Design Indonesia merupakan ajang penganugerahan desain terbaik bagi *desainer* & pelaku bisnis Indonesia yang terkoneksi dengan Good Design Award Jepang. GDI terhubung langsung ke GDA (*Good Design Award*). Salah satu juri GDA juga terlibat dengan Penjurian Tahap II di Jakarta. Dengan demikian, pemenang GDI juga dinyatakan telah memenuhi kriteria *Good Design Award* dan secara otomatis berhak langsung mengikuti *2nd Screening* di Tokyo.

Penghargaan GDI terbagi atas tiga predikat, yaitu *Good Design Indonesia of The Year 2022*, *Best Design 2022*, dan *Good Design 2022*. Seluruh pemenang akan memperoleh sertifikat dari Menteri Perdagangan serta berhak mengaplikasikan logo GDI pada produk dan berbagai materi promosinya. Produk-produk peraih GDI akan dipromosikan melalui pameran di dalam dan luar negeri serta dipublikasikan dengan memanfaatkan jejaring bisnis Atase Perdagangan dan kantor *Indonesia Trade Promotion Center (ITPC)* di berbagai negara.

Pada tahun 2022, dari 496 peserta, sebanyak 50 produk yang meraih penghargaan dengan komposisi, 10 meraih

predikat *Best Design* dan 40 meraih predikat *Good Desain*. GDI dilaksanakan melalui beberapa tahap, yaitu:

1. Pembentukan Dewan Pengarah dan Tim Juri *Good Design Indonesia 2022*

Dalam rangka proses penentuan pemenang yang sesuai dengan kriteria dalam GDI, serta untuk menjaga independensi, maka disusunlah Dewan Pengarah dan Tim Juri GDI 2022 yang dituangkan ke dalam Keputusan Menteri Perdagangan Nomor 792 Tahun 2021, tentang "Pembentukan Dewan Pengarah dan Tim Juri Penghargaan *Good Design Indonesia* Tahun 2022".

2. Penentuan Kategori Produk

Berbeda dengan tahun 2021 sebagaimana penyelenggaraan G-Mark di Jepang, tahun 2022 GDI juga membuka 17 kategori produk yang dapat diikuti oleh peserta, yaitu:

- a. *Accessories & wearable*
- b. *Wellness & massage items*
- c. *Stationery & hobby*
- d. *Households goods*
- e. *Home appliances*
- f. *Audio, video, and ICT equipment*
- g. *Mobility*
- h. *Housing (detached house & small sized housing)*
- i. *Housing (medium to large sized housing complex)*
- j. *Construction (industry and commercial facility)*
- k. *Public facility, civil structure, and landscape*
- l. *Media and content*
- m. *System and service*

3. Pendaftaran Daring GDI 2022

Pendaftaran GDI 2022 dibuka secara online pada 7 Januari 2022 dan ditutup 30 April 2022 melalui situs iddc.kemendag.go.id/gdi. Berdasarkan data yang masuk, tercatat sebanyak 496 pendaftar yang memenuhi persyaratan administrasi dan mengisi 17 kategori. Apabila dibandingkan dengan tahun sebelumnya, jumlah pendaftar GDI 2022 mengalami kenaikan sebesar 16,16% dibandingkan dengan tahun 2021 yang mencapai 427.

Penjurian Tahap I

Penjurian GDI Tahap I dilaksanakan secara luring pada tanggal 18-19 Mei 2022 dengan *metode digital* di mana seluruh dokumen

produk, form penilaian juri, dan *form* rekapitulasi untuk panitia dapat diakses melalui *website* GDI. Setiap juri memberikan penilaian mandiri terhadap seluruh produk melalui tautan laman penjurian. Hasil penilaian juri secara otomatis langsung masuk ke dalam matriks rekapitulasi penilaian yang berada di laman Admin GDI. Kemudian Tim Juri melakukan diskusi melalui aplikasi *Zoom Meeting* untuk memutuskan produk-produk yang lolos dan yang tidak lolos penjurian GDI tahap pertama.

Dari 17 kategori yang disediakan, lima besar kategori yang banyak dipilih adalah *Accessories and Wearable* (206), *Media and Contents* (59) *Furniture/ Equipment and Facilities for Office and Public* (51), *Household Goods* (37), dan *Housing Fixtures* (30). Berdasarkan hasil penjurian diputuskan bahwa 88 produk dari 17 kategori dinyatakan lolos penjurian tahap pertama.

Penjurian Tahap II

Penjurian Tahap II dilaksanakan pada tanggal 16-18 Juni 2022 secara *hybrid*, bertempat di Ruang Auditorium Kementerian Perdagangan. Penjurian menerapkan metode tatap muka dan daring dengan tetap mengedepankan protokol kesehatan demi keamanan tim juri, panitia, dan peserta yang hadir.

Berdasarkan hasil penjurian GDI tahap I, sebanyak 88 produk dari 17 kategori dinyatakan lolos untuk mengikuti penjurian tahap II. Adapun tim juri pada seleksi putaran ke-2 ini terdiri dari 11 tim juri termasuk juri dari Jepang.

Sebagai hasilnya, berdasarkan hasil diskusi para juri diputuskan bahwa sebanyak 50 produk dinyatakan sebagai pemenang GDI 2022, yang terdiri dari 10

produk yang berasal dari tujuh kategori meraih *Best Design* dan 40 produk meraih *Good Design*, rinciannya terdapat dalam **lampiran V**.

Penganugerahan GDI (*Good Design Indonesia*) 2022

Sebagai bentuk apresiasi kepada seluruh pemenang yang mengikuti GDI 2022, maka dilaksanakan Penganugerahan Pemenang GDI 2022 oleh Menteri Perdagangan didampingi oleh Dirjen PEN yang dilaksanakan pada tanggal 8 Desember 2022, bertempat di Auditorium Pusat Pelatihan Sumber Daya Manusia Ekspor dan Jasa Perdagangan (PPEJP) Jakarta. Acara dihadiri oleh para pelaku usaha yang mendapatkan penghargaan, Asosiasi, Tim Juri, dan Pejabat Kementerian Perdagangan terkait.

Anugerah GDI diberikan kepada satu pemenang GDI *of The Year*, 10 peraih penghargaan GDI *Best* 2022, dan 40 peraih GDI. Selain memberikan penganugerahan kepada para pemenang GDI, Menteri Perdagangan juga memberikan apresiasi kepada 19 peraih penghargaan *G-Mark* 2022 di Jepang, yaitu:

1. Bata Interlock Reka Brick dari CV Bata Lego Madura
2. Peduli Lindungi dari Kementerian Kesehatan RI
3. Dark Chocolate Bar Ransiki West Papua 72% PT Rosso Bianco
4. Kain Daur Ulang dari PT Daur Langkah Bersama
5. Natabata dari Andy Rahman Architect OMAH Library
6. BOBOCABIN dari PT Bobobox Mitra Indonesia
7. KATA dari PT Bana Andaru Nusantara

8. Ngekos dari Andy Rahman Architect Tan Kinira
9. Menuju Tubaba/City Branding dari PT. Nusa Artha Estetika
10. Rajampat Side Table dari PT. Kriya Selaras Internasional
11. Table Collection dari Kriya Selaras Internasional
12. Alter Lounge dari PT Kias Selaras Internasional
13. KORAL dari Djehovan Dhira
14. IAWR 2021 dari PT Nusa Artha Estetika
15. Kopi Susu Xpresso dan Kopi Tubruk Xpresso dari PT Aneka Pangan Internasional
16. PLANA dari CV Piranti Works
17. AIRDISINFEX (Airborne Disinfection Through UVC) dari Uvtech Inti Disinfeksi
18. Mini E-Scooter Gesits M1 dari pt. Wika Industri Manufaktur Institut Teknologi Sepuluh Nopember
19. Panarilla dari Cabaco

Kegiatan Klinik Produk Ekspor

Dalam rangka meningkatkan ekspor non migas, diperlukan upaya aktif semua pemangku kepentingan dalam mengembangkan dan meningkatkan kualitas produk, memperluas jaringan pemasaran dan akses informasi, serta meningkatkan kemampuan SDM para pelaku usaha (*soft skill*) agar dapat menyesuaikan kualitas produknya berdasarkan selera pasar tujuan ekspor. Sehubungan dengan hal tersebut, Ditjen PEN melakukan upaya peningkatan kemampuan pelaku usaha, memperluas jaringan pemasaran dan akses informasi di negara tujuan ekspor melalui kegiatan Klinik Produk Ekspor.

Kegiatan Klinik Produk Ekspor merupakan kegiatan peningkatan daya saing produk Indonesia melalui transfer informasi dan pendampingan oleh tenaga ahli (dalam ataupun luar negeri), agar produk yang dihasilkan sesuai dengan permintaan dan selera konsumen, tren produk, *lifestyle*, isu lingkungan, standarisasi, dan persyaratan impor di negara tujuan ekspor. Kementerian Perdagangan c.q. Ditjen PEN bekerja sama dengan akademisi, asosiasi, KADIN/KADINDA, dan praktisi/pengusaha yang telah sukses menjalankan usahanya. Tujuan penyelenggaraan kegia-

tan ini adalah agar produk-produk ekspor Indonesia dapat dikembangkan daya saingnya sesuai dengan keinginan dan selera pasar tujuan ekspor.

Konsep kegiatan yang terdiri dari seminar serta kunjungan lapangan ini bertujuan memberikan pengetahuan kepada para pelaku usaha, khususnya tentang desain produk agar dihasilkan produk yang berdaya saing, inovatif, dan kreatif dalam hal desain serta berkualitas tinggi, sehingga dapat diterima di pasar internasional.

Kunjungan perusahaan untuk melihat secara langsung proses produksi terutama kapasitas dan kualitas produksi, *Quality Control* (QC) atau standarisasi mutu, dan hal-hal lain yang menunjang produk untuk diterima di negara tujuan ekspor. Hasil yang diharapkan dari kegiatan Klinik Produk Ekspor adalah terbukanya akses untuk pengembangan usaha dan peningkatan mutu/kualitas produk.

Berikut ini adalah rincian kegiatan Klinik Produk Ekspor yang dilakukan pada tahun 2022:

1. Klinik Produk Ekspor Bogor

Kegiatan Klinik Produk mengangkat tema "Outlook Perdagangan Indonesia

2022: Peningkatan Ekspor Non-Komoditas melalui Pengembangan Produk Ekspor Bernilai Tambah", dilaksanakan secara *hybrid* di Swissbell Hotel, Bogor pada tanggal 14 - 16 Februari 2022 dengan format kegiatan webinar.

Penyelenggaraan kegiatan ini dilaksanakan sesuai dengan protokol kesehatan dan dihadiri oleh 30 peserta luring dan 280 peserta secara daring. Kegiatan webinar didahului oleh sambutan Kepala Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah, Perindustrian dan Perdagangan Kota Bogor yang diwakili oleh Kepala Bidang promosi, kemitraan, dan jasa perdagangan.

Narasumber dalam kegiatan ini adalah *product designer* Eugenio Hendro yang menyampaikan paparan tentang desain dan pasar. Dalam paparannya, disampaikan bahwa desain merupakan segala hal yang berkaitan dengan pembuatan konsep. Desain yang bagus memenuhi beberapa kriteria, antara lain: inovatif, berguna, menarik, gampang dimengerti, jujur, dapat digunakan banyak orang, tahan lama, detil, dan bertanggung jawab.

Dalam rangka mempertahankan dan meningkatkan ekspor Indonesia pada tahun 2022, perlu berbagai upaya antara lain melalui peningkatan daya saing baik kualitas bahan baku, desain yang diminati pasar, dan diversifikasi negara tujuan ekspor, sehingga diharapkan kedepannya dapat menjadi komoditi ekspor unggulan yang patut diperhitungkan. Untuk itu, dilakukan kegiatan Klinik Produk Ekspor di kota Bogor dengan tujuan:

- a. Memberikan informasi mengenai Perdagangan Indonesia tahun 2021 dan strategi peningkatan ekspor tahun 2022 tentang bagaimana tren dan desain yang dapat diaplikasikan pada produk ekspor, bagaimana produk tersebut dapat dipasarkan ke mancanegara serta berbagai fasilitasi Kementerian Perdagangan yang dapat dimanfaatkan oleh para pelaku usaha.
- b. Meningkatkan koordinasi antara pemerintah pusat dan pemerintah daerah.

2. Klinik Produk Ekspor di Makassar

Kegiatan Klinik Produk di Makassar, Sulawesi Selatan, mengangkat tema “Daya Saing Produk Jalan Menuju Pasar Ekspor”, dilaksanakan pada tanggal 14-17 Maret 2022 dengan format kegiatan webinar dan *technical assistance*.

Kegiatan webinar dilaksanakan pada 15 Maret 2022 secara luring di Hotel Novotel Makassar Grand Shayla, Makassar dan

secara daring via *Zoom Cloud Meeting*. Narasumber yang hadir, yaitu *President International Council for Small Business (ICSB) Indonesia* Jacky Mussry, Industry Designer Harry Maulana, serta para Koordinator pada Direktorat Pengembangan Ekspor Jasa dan Produk Kreatif. Webinar dilaksanakan sesuai dengan protokol kesehatan dan dihadiri oleh 30 peserta luring dan 155 peserta secara daring yang terdiri dari: Perwakilan Disperindag seluruh Indonesia, Perwakilan Asosiasi, dan pelaku usaha.

Kegiatan *Technical Assistance* dilakukan pada tanggal 17 Maret 2022 kepada dua pelaku usaha, yaitu:

a. IKM Baji Minasa Rotan

Merupakan pelaku usaha yang memproduksi *furniture* dan *home decor* dari rotan. Saat ini pemasaran dilakukan pada pasar domestik, namun demikian perusahaan ini pernah melakukan ekspor ke Taiwan. Proses produksi yang perlu diperbaiki, yaitu pengolahan, pengecekan bahan baku, desain produk yang lebih efisien, dan *finishing* produk.

b. Luthfia Fesyen

Merupakan pelaku usaha yang memproduksi fesyen etnik dengan pewarna alami dari Timur Indonesia. Pelaku usaha merupakan anggota dari *Indonesia Fashion Chamber (IFC)* dan pernah melakukan *fashion show* di Tokyo. Produk memiliki keunikan di mana kain yang digunakan adalah kain tope, yaitu kain khas Sulawesi

yang biasa dipakai sebagai kain kafan. Kain ini diberi pewarnaan dengan teknik tertentu menggunakan pewarna alami.

3. Klinik Produk Ekspor di Manado

Kegiatan Klinik Produk Ekspor di Manado mengangkat tema “Peningkatan Nilai Tambah dan Daya Saing Produk Pangan dan Makanan Olahan Orientasi Ekspor”, dilaksanakan secara hybrid di Luwansa Hotel, Manado, Sulawesi Utara pada tanggal 7-8 April 2022.

Pemenuhan standar dan regulasi di negara tujuan ekspor melalui sertifikasi jaminan mutu dan keamanan pangan serta literasi digital merupakan salah satu langkah konkrit bagi pengembangan daya saing dan nilai tambah produk ekspor Indonesia agar mampu bersaing di pasar global. Kegiatan Klinik produk ekspor merupakan salah satu upaya Kementerian Perdagangan yang bertujuan untuk:

- a. Meningkatkan pemahaman mengenai pentingnya peningkatan daya saing dan nilai tambah produk untuk menembus pasar global khususnya kepada UKM.
- b. Memberikan informasi perdagangan termasuk tren, selera pasar, standar kualitas, dan regulasi yang berlaku di pasar global.
- c. Meningkatkan akses pasar produk ekspor Indonesia.
- d. Menyediakan klinik konsultasi produk bagi UKM/produsen mengenai perkembangan serta kendala dan kesulitan yang dihadapi dalam pengembangan ekspor.

Penyelenggaraan kegiatan ini dilaksanakan sesuai dengan protokol kesehatan dan dihadiri oleh 50 peserta luring dan 370 peserta secara daring. Kunjungan perusahaan dilakukan dengan mengunjungi empat pelaku usaha makanan dan minuman olahan. Tujuan dari kunjungan ini adalah untuk menggali data dan informasi potensi ekspor makanan dan minuman olahan di Provinsi Sulawesi Utara melalui survei lapangan dan interaksi langsung dengan para pelaku usaha. Adapun UKM yang dikunjungi adalah sebagai berikut:

a. UD Cinta Kasih

UD Cinta Kasih adalah usaha yang bergerak di bidang kuliner dan beralamat di Perumahan Manado Griya Indah Blok B87 Kairagi, Manado. Produk yang dihasilkan sudah memiliki *packaging* yang baik, memiliki perizinan dari BPOM dan FDA *approved*, serta jenis produk beragam. Namun demikian, ruang produksi UD Cinta Kasih masih bercampur dan proses produksi kurang steril karena tidak menggunakan sarung tangan.

b. Lyvia Manna Mapanget

Lyvia Manna Mapanget merupakan perusahaan yang bergerak di bidang pengolahan makanan. *Owner* mempunyai semangat dalam mengembangkan usaha, produknya sudah dipasarkan melalui *marketplace*, jenis produk yang dihasilkan beragam, serta tempat penyimpanan bersih dan tertata.

Ada beberapa kekurangan seperti gambar pada *packaging* produk masih memiliki resolusi gambar yang buram, baru memiliki izin PIRT dan perlu dikembangkan ke BPOM, perlu improvisasi dan pengembangan *packaging* produk, serta pegawai tidak menggunakan alas kaki serta tempat produksi dalam satu tempat yang sama.

c. CV Dua Bersama Jaya

CV Dua Bersama Jaya merupakan usaha yang memproduksi sambal khas manado. Kelebihan yang dimiliki produknya antara lain *packaging* sudah bagus, variasi sambal yang beragam, sudah melakukan pemasaran

di *online marketplace*, dan memiliki produk sambal unggulan yang tidak sama dengan produk kompetitor. Adapun kelemahan dari produk CV Dua bersama yaitu tempat produksi yang kurang higienis, kotor, dan tidak ada sirkulasi udara.

d. Cristy Oleh-Oleh

Cristy oleh-oleh adalah usaha yang menyediakan oleh-oleh khas Manado dan sekitarnya. Kelebihan yang dimilikinya antara lain: sudah memiliki izin usaha yang baik, pemilik usaha memiliki pengetahuan yang baik dan semangat ekspor, semua produk siap ekspor, jenis produk beragam, tempat penyimpanan yang bersih dan tertata, tempat produksi higienis, dan SKU produk bervariasi. Namun demikian ada beberapa kelemahan dari Cristy, yaitu perlu adanya improvisasi *packaging*, produk pariwisata yang merupakan best seller tidak terdapat *branding*, sehingga jika produk tersebut dijual di tempat lain tidak dapat diketahui asal barang tersebut.

Pendampingan Sertifikasi *Hazard Analysis Critical Control Point* (HACCP)

Direktorat Pengembangan Ekspor Jasa dan Produk Kreatif tahun 2022 kembali menggulirkan Program Fasilitasi Sertifikasi Halal bagi para pelaku usaha mikro dan kecil yang telah menjadi binaannya. Salah satu tahapan kegiatan dalam proses sertifikasi halal adalah tahapan proses pemeriksaan produk halal yang telah menunjuk Lembaga Pemeriksa Halal (LPH) dari PT Sucofindo

(Persero) sebagai pelaksananya. Kegiatan pemeriksaan kehalalan dilaksanakan di Jakarta dan untuk pelaksanaan pelatihan penyelia halal dan bimbingan teknis sertifikasi produk halal dilaksanakan di Yogyakarta dan Bandung.

Secara garis besar, PT Sucofindo (Persero) sebagai pihak yang melakukan pemeriksaan dan pengujian kehalalan produk

dalam program fasilitasi sertifikasi halal Kementerian Perdagangan Republik Indonesia tahun 2022, melaksanakan kegiatan sebagai berikut:

1. Persiapan

Melakukan persiapan pekerjaan yang meliputi penandatanganan kontrak kerja sama, pembuatan rencana kerja, dan *kick off meeting*.

2. Bimbingan Teknis

Melakukan bimbingan secara intensif (berupa teori dan praktek) pada tanggal 9 Februari 2022 mengenai pemenuhan persyaratan sertifikasi halal (Sistem Jaminan Produk Halal) untuk setiap pelaku usaha penerima program fasilitasi. Selain itu, juga membantu secara intensif untuk memastikan setiap pelaku usaha penerima program fasilitasi dapat teregistrasi di BPJPH pada aplikasi SIHALAL (*ptsp.halal.go.id*).

Selain itu, telah dilaksanakan

bimbingan teknis sistem jaminan produk halal pada tanggal 28 Juli 2022, yang menjelaskan mengenai ketentuan-ketentuan pokok yang menyangkut penyelenggaraan Jaminan Produk Halal yang harus diketahui oleh peserta, antara lain tujuan penyelenggaraan JPH, produk-produk yang harus bersertifikat halal, serta tahapan kapan produk akan diwajibkan bersertifikat halal.

3. Kunjungan Pendampingan Perusahaan

Melakukan kunjungan ke Jawa Timur pada tanggal 8

– 9 September 2022 untuk menindaklanjuti program pendampingan fasilitasi sertifikasi halal serta kunjungan dan dialog dengan perusahaan kosmetik, *natural ingredients*, dan *Export Center Surabaya* (ECS). Adapun perusahaan yang dikunjungi yaitu PT Sari Bhuwana Nusajaya, PT Sekawan Kosmetik Wasantara, PT Ambico Indonesia, dan CV Indigo Sejahtera.

Daftar pelaku usaha yang mendapatkan fasilitasi sertifikasi halal selama tahun 2022 terdapat dalam **lampiran VI**.

Pendampingan Sertifikasi *Hazard Analysis Critical Control Point* (HACCP)

Hazard Analysis and Critical Control Points (HACCP) merupakan suatu pedoman atau prosedur yang mengatur perusahaan atau produsen untuk memproduksi makanan agar aman, bermutu, dan layak dikonsumsi. Dengan adanya tata cara untuk mengontrol kualitas produksi makanan maka produk perusahaan tersebut akan semakin berkembang dan dapat dipercaya oleh konsumen.

Berkaitan dengan hal tersebut, Direktorat Pengembangan Ekspor Jasa dan Produk Kreatif, Ditjen PEN pada tahun 2022 memfasilitasi Sertifikasi Keamanan Pangan yakni HACCP, guna mendorong peningkatan nilai tambah dan daya saing produk Indonesia di pasar global melalui pemenuhan sertifikasi internasional. Pendampingan fasilitasi Sertifikasi Keamanan Pangan meliputi *workshop* keamanan pangan, proses kurasi, pendampingan teknis (selama 3

tahap), pendaftaran ke lembaga penerbit sertifikat, serta audit.

Sampai dengan bulan Desember 2022 ini, sertifikasi keamanan pangan melaksanakan kegiatan:

1. Publikasi

Publikasi terkait pendaftaran pelaku usaha fasilitas sertifikasi HACCP telah dilakukan pada 23 – 30 Maret 2022. Telah terjaring 170 pelaku usaha yang mendaftarkan untuk ikut serta pada proses kurasi. Kriteria pelaku usaha, antara lain:

- Termasuk dalam kategori Usaha Kecil Menengah (UKM) berdasarkan UU Nomor 20 Tahun 2008;
- Berbadan hukum;
- Unit usaha minimal sudah berjalan selama dua tahun;
- Badan usaha berstatus aktif;
- Modal tidak berasal dari Penanaman Modal Asing/

PMA; Memiliki izin edar P-IRT/MD;

- Memiliki Nomor Induk Berusaha/NIB dan Nomor Pokok Wajib Pajak/NPWP;
- Berorientasi ekspor;
- Memproduksi sendiri produk mamin yang diperjualbelikan;
- Memiliki ruang produksi yang terpisah dari dapur pribadi;
- Produk yang dihasilkan tidak melanggar hukum yang berlaku di Indonesia.

Berikut ini hal-hal yang menjadi pertimbangan dalam kurasi produk, yaitu:

- Penilaian Penerapan Cara Produksi Pangan Olahan Yang Baik (CPPOB), yang meliputi pertimbangan lokasi pabrik/tempat produksi, bangunan pabrik, fasilitas sanitasi, mesin dan peralatan,

bahan baku, pengawasan proses, produk akhir, laboratorium, karyawan, wadah dan pembungkus, label, penyimpanan, dan pemeliharaan.

- b. Urgensi implementasi sertifikasi HACCP untuk ekspor dan pengembangan akses pasar.
- c. Potensi produk dan usaha untuk berkembang dan bersaing di pasar nasional dan internasional (potensi kenaikan ekspor).
- d. Komitmen pelaku usaha dalam mengikuti seluruh rangkaian pendampingan termasuk mengaplikasikan rekomendasi yang diperlukan.

2. Webinar

Kegiatan webinar dilaksanakan pada tanggal 1 Maret 2022 pukul 09.00-12.00 WIB secara daring dengan menggunakan aplikasi *Zoom Meeting*. Tema yang diangkat adalah “Peningkatan Daya Saing & Nilai Tambah Produk di Pasar Global melalui Sertifikasi Keamanan Pangan”. Webinar diikuti oleh sekitar 150 partisipan yang berasal dari pelaku usaha dan eksportir produk pangan dan makanan olahan, perwakilan Kementerian dan Lembaga, Disperindag dari berbagai daerah, serta pemangku kepentingan terkait lainnya. Pada kegiatan ini dijelaskan mengenai sertifikasi keamanan pangan yang harus menjadi perhatian UKM pangan orientasi ekspor karena menjadi landasan dan persyaratan dalam menjalankan bisnis di seluruh rantai pasok.

3. Kurasi Pelaku Usaha

Telah dilaksanakan kurasi fasilitasi Sertifikasi Keamanan Pangan yang diikuti oleh 24 pelaku usaha secara virtual pada 4 – 5 April 2022. Berdasarkan hasil penilaian tim kurator, terpilih 10 pelaku usaha yang difasilitasi yang terdapat pada lampiran VII.

Sertifikasi *Hazard Analysis Critical Control Point* Tahap I

Kegiatan pendampingan HACCP tahap I bertujuan untuk mengidentifikasi sejauh mana kesiapan perusahaan dalam hal fisik bangunan, peralatan produksi, dokumen administrasi, dan hal penting lainnya yang terkait dengan sertifikasi produk ekspor. Selain itu, dilakukan pembentukan Tim HACCP yang bertanggung jawab dalam penyusunan dokumen, hingga perolehan sertifikasi HACCP. Berikut ini adalah pelaku usaha yang mendapatkan pendampingan sertifikasi HACCP pada tahap I, yaitu:

1. PT Wins Indonesia

Kegiatan pendampingan Sertifikasi Produk Ekspor Tahap I di PT Wins Indonesia berlangsung pada tanggal 17-20 April 2022 di Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah. Kegiatan ini didampingi oleh tenaga ahli keamanan pangan HACCP, Naili Zulfa Agustina dengan produk berupa gula semut. Pada kunjungan hari pertama, tenaga ahli melakukan observasi secara keseluruhan terhadap sarana produksi yang dimiliki oleh perusahaan.

Dari hasil pendampingan yang telah dilaksanakan, dapat disimpulkan bahwa

proses perbaikan infrastruktur di PT Wins Indonesia dilakukan dengan semi permanen dan hal ini dapat menimbulkan kekhawatiran bahwa kondisi perbaikan tidak tahan lama dan masih menimbulkan potensi kontaminasi ke produk. Selain itu, dokumen perusahaan untuk kelengkapan sertifikasi HACCP banyak yang belum dimiliki atau dibuat dan proses validasi produk yang belum sepenuhnya dilakukan di PT Wins Indonesia, seperti pengujian umur simpan produk dan pengujian kesehatan karyawan.

2. PT Sari Bhuwana Nusajaya

Kegiatan pendampingan Sertifikasi Produk Ekspor Tahap I di PT Sari Bhuwana Nusajaya yang terletak di Jawa Timur dilaksanakan tanggal 25-27 April 2022. PT Sari Bhuwana Nusajaya merupakan pemasok herbal dan rempah-rempah yang berkolaborasi dengan kelompok tani dan masyarakat desa. Perusahaan ini merupakan peserta *Export Coaching Program (ECP)* tahun 2021 dan program UKM ekspor Pemenuhan Kebutuhan Haji & Umroh.

Pada pendampingan hari pertama dilakukan penilaian awal kondisi infrastruktur dan operasional perusahaan. Ditemukan beberapa ketidaksesuaian pada pabrik produksi, yaitu belum adanya fasilitas sanitasi & ruang ganti pakaian karyawan, belum tersedianya *termohigrometer* terkalibrasi di masing-masing gudang dan ruang pengolahan, belum dilakukan kalibrasi *moisture tester* dan tera ulang timbangan

yang digunakan, serta belum ditetapkan kebijakan keamanan pangan.

Pada pendampingan hari kedua dilakukan *in-house training* oleh tenaga ahli terkait dengan pemahaman klausul *Good Manufacturing Practices* dan HACCP. Lini produksi yang menjadi lingkup sertifikasi HACCP adalah simplisia, *curry powder*, *turmeric powder*, dan *red ginger powder*.

Pendampingan hari ketiga dilakukan pembentukan Tim HACCP dan penyusunan dokumen HACCP. Dokumen HACCP meliputi deskripsi produk akhir, deskripsi bahan baku, deskripsi bahan kemas, diagram alir dan verifikasi, analisa bahaya, tabel rencana haccp, tabel validasi, dan tabel verifikasi.

3. CV Oto Boga Jaya

Makanan olahan merupakan salah satu produk unggulan Provinsi Jawa Barat, dengan nilai ekspor mencapai USD 1,07 miliar (share 20,61%) pada tahun 2021. Pada tahun tersebut, Jawa Barat menempati urutan ke-2 sebagai daerah terbesar pengeksport makanan olahan di Indonesia. CV Oto Boga Jaya terpilih sebagai salah satu perusahaan yang mendapatkan fasilitasi pendampingan sertifikasi produk ekspor. Perusahaan ini merupakan penghasil *frozen food* dengan *head office* berlokasi di Bogor. Kegiatan pendampingan sertifikasi produk ekspor tahap I di CV Oto Boga dilaksanakan pada tanggal 25-28 April 2022 dengan didampingi oleh tenaga ahli, yaitu Dandan Rachmadani.

Pada kunjungan hari pertama dilakukan peninjauan area produksi, pergudangan bahan baku, area pengemasan, dan pengepakan hingga sarana distribusi.

Pada hari kedua, tenaga ahli memberikan *in house training* kepada tim HACCP terkait dengan pemahaman *Good Manufacturing Practices* (GMP). GMP merupakan konsep manajemen yang berisikan tentang sistem proses, prosedur, dan dokumentasi untuk memastikan suatu produk memiliki identitas, kekuatan, komposisi, kualitas, dan kemurnian yang muncul pada labelnya.

Pada hari ketiga, dilanjutkan dengan *in house training* terkait HACCP dan merekap hal-hal yang perlu perbaikan. Dokumen HACCP antara lain deskripsi produk akhir, deskripsi bahan baku, deskripsi bahan kemas, diagram alir dan verifikasi, analisa bahaya, dan matriks HACCP.

4. Sundoro Indonesia

Pada tanggal 25-27 April 2022 dilakukan Pendampingan Sertifikasi Produk Ekspor Tahap I di Sundoro Indonesia, Semarang, Jawa Tengah. Adapun skema pendampingan, yakni *Sector Code* Kategori 06.0. Sereal dan Produk Sereal yang merupakan produk turunan dari biji sereal, akar dan umbi, kacang-kacangan dan empulur (bagian dalam batang tanaman), tidak termasuk produk bakeri dari kategori 07.0 dan tidak termasuk kacang dari kategori 04.2.1 dan 04.2.2. Kunjungan ini didampingi oleh perwakilan dari Disperindag Provinsi

Jawa Tengah dan Tenaga Ahli HACCP.

Pada hari pertama, Tenaga Ahli menyampaikan mengenai sertifikasi Keamanan Pangan, antara lain tentang pengenalan pentingnya sertifikasi untuk ekspor, manfaat sertifikasi, jenis-jenis sertifikasi dengan tingkat kesulitan yang berbeda, tahapan-tahapan pada saat proses pendampingan, proses audit sertifikasi, dan apa yang harus disiapkan pelaku usaha.

Pada kunjungan hari kedua, dilakukan *in house training* (IHT) terkait GMP dan HACCP. IHT ini merupakan pedoman yang dapat menjelaskan keamanan, mutu, dan kelayakan konsumsi sebuah produksi makanan. Sedangkan GMP untuk mengontrol kualitas produksi makanan yang akan dihasilkan oleh sebuah perusahaan. Jadi, *In House Training Good Manufacturing Practice* merupakan prasyarat wajib bagi industri pangan jika melaksanakan proses sertifikasi *Food Safety*.

Pada kunjungan hari ketiga, Tenaga Ahli menjelaskan terkait penyusunan dokumen wajib yang menjadi panduan dalam proses sertifikasi HACCP. Pada sesi ini, Tenaga Ahli memberikan pemahaman dalam penyusunan dokumen Dokumen *Assessment* (Penilaian) HACCP Sistem Keamanan Pangan (*Food Safety System*).

5. CV Samora Anugrah Moringa (Rumah Kelor)

Pelaksanaan Pendampingan Sertifikasi HACCP di CV Samora Anugrah Moringa (Rumah Kelor) dilaksanakan pada tanggal 11 – 13 Mei 2022

di Desa Ngawenombo, Kec. Kunduran, Kabupaten Blora, Jawa Tengah. Perusahaan ini memiliki lahan budidaya dengan pola tanam organik dan hanya menggunakan pupuk dan pestisida organik. Tenaga Ahli yang melakukan pendampingan ke pelaku usaha adalah Dede Saputra yang berpengalaman sebagai *Certified Food Safety Consultant* serta *Lead Auditor Training FSSC 22000*. Pendampingan hari pertama (11 Mei 2022) yang dilakukan adalah melakukan kunjungan ke kantor Dinas Perdagangan, Koperasi dan UKM Kabupaten Blora, Jawa Tengah. Dilanjutkan kunjungan ke pabrik CV Samora Anugrah Moringa yang berlokasi di Desa Ngawenombo, Kec. Kunduran, Kabupaten Blora.

Pada pendampingan hari kedua (12 Mei 2022), kegiatan yang dilakukan adalah *in house training*, yang secara prinsip pada dasarnya penting untuk sistem *higiene* pangan dan kompetensi personel. Pendidikan dan/atau pelatihan *higiene* dan pengawasan yang memadai bagi semua personel yang terlibat dalam kegiatan terkait pangan.

Pendampingan hari ketiga (13 Mei 2022), kegiatan yang dilakukan adalah memberikan penjelasan terkait penyusunan dokumen wajib yang menjadi panduan dalam proses sertifikasi HACCP. Pada sesi ini, tenaga ahli memberikan pemahaman dalam penyusunan Dokumen *Assessment* (penilaian) HACCP dan sistem keamanan pangan (*Food Safety System*).

Pada tahap awal, Tenaga Ahli memastikan kesiapan dokumen Manual Mutu

HACCP. Dokumen tingkat pertama yang menjadi panduan implementasi keamanan pangan untuk menunjukkan kemampuan organisasi dalam menghasilkan produk secara konsisten dengan persyaratan pelayanan dan peraturan yang berlaku. Tenaga ahli menjelaskan rincian setiap dokumen HACCP yang berisi klausul-klausul dalam penerapan *safety* pada industri.

6. Rumah Produksi New Eden Moringa

Pendampingan Fasilitasi Sertifikasi HACCP Tahap I dilaksanakan pada 17 - 19 Mei 2022 bertempat di rumah produksi New Eden Moringa di Labuan Bajo, NTT. Kegiatan Sertifikasi Produk Ekspor bertujuan untuk memberikan fasilitasi sistem jaminan keamanan pangan sebagai bagian dari strategi pengembangan produk ekspor agar dapat meningkatkan daya saing dan nilai tambah produknya di pasar global. Fasilitasi yang diberikan adalah pendaftaran sertifikasi HACCP. Narasumber atau tenaga ahli yang melakukan pendampingan ke pelaku usaha, yaitu Andika Bagus Bangun Prakso, di mana beliau berpengalaman sebagai *Certified Food Safety Consultant* serta *Lead Auditor FSSC 22000*.

Pada pendampingan hari pertama (17 Mei 2022), dilakukan penilaian awal kondisi infrastruktur operasional perusahaan. Perusahaan berencana untuk membangun *Gallery Moringa* yang meliputi *gallery*, *sales point*, dan ruang produksi. Untuk itu pada pendampingan

hari pertama, selain dilakukan observasi pada ruang produksi yang ada, juga dilakukan *reviu* terhadap *layout plan* ruang produksi baru.

Pada hari kedua (18 Mei 2022), Tenaga Ahli memberikan *in-house training* terkait pemahaman klausul *Good Manufacturing Practices* dan HACCP berdasarkan SNI CXC 1-1969 Rev. 5 2020. Adapun lini produksi yang menjadi lingkup produksi, yaitu sertifikasi HACCP *moringa tea*, *moringa latte*, *moringa turmeric latte*, *moringa coffee latte*, *moringa blue tea*, dan *moringa powder*.

Pada pendampingan hari ketiga (27 Mei 2022), dilakukan pembentukan Tim HACCP penyusunan dokumen HACCP. Dokumen HACCP meliputi deskripsi produk akhir, deskripsi bahan baku, deskripsi bahan kemas, diagram alir, dan verifikasi, analisa bahaya, tabel rencana HACCP, tabel validasi, dan tabel verifikasi.

Sertifikasi Hazard Analysis Critical Control Point Tahap II

Pendampingan Sertifikasi HACCP tahap II ini bertujuan untuk memberikan fasilitasi standar sistem jaminan mutu dan keamanan pangan bagi para Usaha Kecil Menengah (UKM) Indonesia yang berorientasi ekspor sehingga memiliki daya saing dan nilai tambah produk untuk dipasarkan secara global. Berikut ini adalah pelaku usaha yang mendapatkan pendampingan HACCP pada tahap II:

1. PT Himalaya Mitra Sukses
Kegiatan pendampingan Tenaga Ahli *Hazard*

Analysis Critical Control Point (HACCP) Tahap II ke PT Himalaya Mitra Sukses di Gresik, Jawa Timur dilaksanakan pada tanggal 22 - 24 Agustus 2022. PT Himalaya Mitra Sukses merupakan perusahaan dengan merek produk Sobaso yang bergerak di sektor olahan pangan berupa premiks tepung adonan bakso, bumbu, dan *condiments* juga saos dan sambal. Produk Sobaso telah dipasarkan ke seluruh wilayah Indonesia serta berbagai gerai nasional *modern*.

Pada pendampingan tahap II hari pertama, tenaga ahli melakukan pengecekan ruang produksi di mana ada beberapa yang harus ditindaklanjuti, seperti perbaikan lokasi dan struktur ruang produksi, fasilitas di dalam ruang produksi, perawatan dan penyimpanan peralatan, serta pembuangan limbah.

Kunjungan pada hari kedua, persyaratan dokumen level I yang wajib untuk diselesaikan oleh Tim HACCP PT Himalaya Mitra Sukses, yaitu formulir HACCP Plan. HACCP Plan berisikan pernyataan terdokumentasi mengenai kebijakan dan sasaran sebuah manual mutu, jaminan perencanaan organisasi, operasi, dan pengendalian proses. Selanjutnya, tim HACCP PT Himalaya Mitra Sukses juga harus menginventarisir SOP dan IK yang wajib dibuat sebagai persyaratan dokumen level II HACCP.

Pada pendampingan sesi akhir, Tenaga Ahli melakukan verifikasi HACCP Plan yang telah disusun oleh tim HACCP

PT Himalaya Mitra Sukses. Pada proses verifikasi data dan informasi HACCP Plan, terdapat banyak data dan informasi yang tidak sesuai antar divisi.

2. PT Sari Bhuwana Nusajaya, Sidoarjo, Jawa Timur

Kegiatan pendampingan Tenaga Ahli *Hazard Analysis Critical Control Point* (HACCP) Tahap II ke PT Sari Bhuwana Nusajaya, Sidoarjo, Jawa Timur dilaksanakan tanggal 24-27 Agustus 2022. PT Sari Bhuwana Nusajaya adalah perusahaan swasta yang didirikan tahun 2017 bergerak di bidang herbal, rempah-rempah, dan produk hasil pertanian, baik untuk pasar dalam negeri maupun internasional yang telah menyuplai berbagai produk herbal dan rempah-rempah dari seluruh Indonesia.

Pada pendampingan hari pertama (25 Agustus 2022), dilakukan aktivitas pengecekan hasil perbaikan infrastruktur dari *initial assesment* pada kunjungan pendampingan tahap I. Secara garis besar, PT Sari Bhuwana Nusajaya telah melakukan perbaikan rumah produksi sebagaimana saran yang diberikan oleh Tenaga Ahli pada pertemuan tahap I dengan mengimplementasikan persyaratan dan peraturan yang baik dan benar sesuai GMP.

Pada pendampingan hari kedua (26 Agustus 2022), lebih ditekankan pada kegiatan *Documentation Review* dan peralatan yang harus dipenuhi di tempat produksi. Pada pendampingan sesi akhir (27 Agustus 2022), Tenaga Ahli melakukan pembuatan kerangka

dokumen yang harus diselesaikan oleh PT Sari Bhuwana Nusajaya.

3. CV Surga Timur Indonesia (New Eden Moringa)

Kegiatan pendampingan dilaksanakan pada 4 -7 September 2022.

Kegiatan merupakan salah satu rangkaian program pendampingan Fasilitasi *Food Safety Management System* oleh Tenaga Ahli dengan skema pendampingan Hazard Analisis Critical Control Point (HACCP) Tahap II ke New Eden Moringa untuk Katagori Pengolahan Pangan dengan Subkategori Pengolahan Produk Stabil pada Suhu Ruang.

CV Surga Timur Indonesia adalah perusahaan swasta yang didirikan tahun 2019 dengan produk unggulannya berupa teh kelor (*moringa*), baik berupa bubuk maupun kepingan daun kering. Selain itu juga ada varian produk lain, seperti *moringa blue tea* (perpaduan daur kelor dan daun telang), *moringa seasalt* serta *moringa latte* dengan tiga cita rasa (original, kunyit dan kopi).

Pendampingan hari pertama (5 September), dilakukan kegiatan pengecekan hasil perbaikan infrastruktur dari *Initial Assesment* pada kunjungan pendampingan tahap 1.

Secara garis besar, CV Surga Timur Indonesia telah melakukan perbaikan rumah produksi sebagaimana saran yang diberikan oleh Tenaga Ahli pada pertemuan tahap I dengan mengimplementasikan persyaratan dan peraturan yang sesuai dengan Standar Keamanan Pangan.

Selanjutnya kami juga mengunjungi bangunan baru untuk tempat produksi CV Surga Timur Indonesia yang telah disesuaikan dengan standar HACCP.

Kunjungan pada hari kedua lebih ditekankan pada kegiatan *Documentation Review* dan peralatan yang harus dipenuhi di tempat produksi. Selanjutnya, CV Surga Timur Indonesia wajib menyelesaikan persyaratan dokumen level I dan sebagiannya sudah langsung dikerjakan/dibuat untuk yang belum selesai dikerjakan dan akan dilaporkan sebelum pendampingan tahap III.

Pada pendampingan sesi akhir, Tenaga Ahli melakukan *review* terhadap dokumen yang sudah diperbaiki dan peralatan yang harus dilengkapi serta sudah ada pada saat kunjungan tahap III.

4. Rumah Produksi Kelor Blora

Kegiatan pendampingan HACCP Tahap II juga dilakukan di Kantor Pemasaran dan Rumah Produksi Rumah Kelor, Blora - Jawa Tengah pada 13 - 16 September 2022. Rumah kelor merupakan perusahaan budidaya organik dan pengolahan daun kelor. Produk olahan daun kelor yang telah diproduksi, antara lain *mori tea leaf*, *mori tea bag*, *mori capsule*, dan *mori ginger*.

Pendampingan hari pertama dilakukan pada tanggal 13 September 2022 dengan kegiatan verifikasi dokumen level I. Selain itu, dilakukan juga *review* terhadap *Standard Operating Procedure* (SOP) dan instruksi kerja (IK) yang wajib dibuat setiap tahapan

dan alat yang digunakan sebagai persyaratan dokumen level II HACCP.

Pada hari kedua, dilakukan kunjungan dan koordinasi dengan DindagkopUKM Kabupaten Blora. Pada pertemuan tersebut, DindagkopUKM menyambut baik kegiatan pendampingan HACCP. Selanjutnya, dilakukan verifikasi HACCP plan yang telah disusun oleh tim HACCP Rumah Kelor. Pada proses verifikasi ini, tenaga ahli menemukan beberapa kesalahan minor pada pengisian form.

Pada hari ketiga, dilakukan pendampingan *in house training* sosialisasi *Good Manufacturing Practice* (GMP) produk kelor. GMP merupakan prosedur atau tata cara/teknik melakukan proses produksi yang baik dan benar.

5. KUB Sumber Rejeki

Kegiatan pendampingan dilaksanakan pada tanggal 7 - 10 Agustus 2022 dengan tujuan untuk memberikan fasilitasi standar sistem jaminan mutu dan keamanan pangan bagi para Usaha Kecil Menengah (UKM) Indonesia yang berorientasi ekspor, sehingga memiliki daya saing dan nilai tambah produk untuk dipasarkan secara global.

Pendampingan hari pertama dilakukan pada tanggal 8 Agustus 2022 adalah melakukan aktifitas pengecekan hasil perbaikan infrastruktur dari *Initial Assesment* pada kunjungan pendampingan tahap 1. Secara garis besar, KUB Sumber Rejeki Indonesia telah melakukan perbaikan rumah produksi sebagaimana saran yang diberikan oleh Tenaga

Ahli pada pertemuan tahap I dengan mengimplementasikan persyaratan dan peraturan berproduksi yang baik dan benar GMP.

Kunjungan pada hari kedua lebih ditekankan pada kegiatan *Documentation Review* untuk membuat dokumen yang dibutuhkan oleh organisasi dalam menerapkan HACCP. Pada kunjungan tahap II ini, persyaratan dokumen level I yang wajib untuk diselesaikan oleh KUB Sumber Rejeki antara lain berisikan pernyataan terdokumentasi mengenai kebijakan dan sasaran sebuah manual mutu, jaminan perencanaan organisasi, operasi, pengendalian proses, identifikasi titik kontrol dan potensi bahaya dalam produksi, penanganan hingga penjualan produk yang dilakukan oleh perusahaan. Selain itu juga harus menginventarisir SOP dan IK yang wajib dibuat sebagai persyaratan dokumen level II HACCP.

Pada hari ketiga, Tenaga Ahli melakukan *review* proses pembuatan gula kelapa di lapangan/pabrik. Adapun temuannya, yaitu karakteristik produk akhir, bahan baku, diagram alir setiap *line*, *utility* dan verifikasinya, dan analisa bahaya setiap bahan baku.

6. PT Wins Indonesia Sukses

Kegiatan pendampingan dilaksanakan pada tanggal 11 - 13 Agustus 2022 dengan tujuan untuk memberikan fasilitasi standar sistem jaminan mutu dan keamanan pangan bagi para Usaha Kecil Menengah (UKM) Indonesia yang berorientasi ekspor sehingga memiliki

daya saing dan nilai tambah produk untuk dipasarkan secara global. Selama pelaksanaan kunjungan didampingi oleh Perwakilan dari Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Banyumas dan Tenaga Ahli HACCP.

Pendampingan pada hari pertama dilakukan pada tanggal 11 Agustus 2022, dengan agenda pengecekan hasil perbaikan infrastruktur dari *initial assessment* pada kunjungan pendampingan tahap I. PT Wins Indonesia Sukses telah melakukan perbaikan rumah produksi sebagaimana saran yang diberikan oleh Tenaga Ahli pada pertemuan tahap I dengan mengimplementasikan persyaratan dan peraturan berproduksi yang baik dan benar GMP, meskipun masih banyak temuan yang tidak ditindaklanjuti dari kunjungan Tahap I.

Kunjungan pada hari kedua lebih ditekankan pada kegiatan *Documentation Review* untuk membuat dokumen yang dibutuhkan oleh organisasi dalam menerapkan HACCP. Pada kunjungan tahap II ini, persyaratan dokumen level I yang wajib untuk diselesaikan oleh PT Wins Indonesia Sukses antara lain berisikan pernyataan terdokumentasi mengenai kebijakan dan sasaran sebuah manual mutu, jaminan perencanaan organisasi dan sasaran manual mutu, jaminan perencanaan organisasi, operasi, pengendalian proses, dan identifikasi titik kontrol. Pada pendampingan sesi akhir, Tenaga Ahli melanjutkan kegiatan *Documentation Review*.

7. CV Surondo Indonesia

Kegiatan pendampingan Tenaga Ahli HACCP tahap II ke CV Sundoro Indonesia dilaksanakan pada tanggal 1 - 4 Agustus 2022 dengan tujuan untuk memberikan fasilitasi standar sistem jaminan mutu dan keamanan pangan bagi para Usaha Kecil Menengah (UKM) Indonesia yang berorientasi ekspor, sehingga memiliki daya saing dan nilai tambah produk untuk dipasarkan secara global. Pada pertemuan pendampingan tahap II hari pertama, kami menyampaikan kembali kepada pelaku usaha terkait komitmen untuk bekerja sama secara aktif hingga proses program fasilitasi sertifikasi HACCP selesai. Selanjutnya Tenaga Ahli melakukan pengecekan progress terhadap kelayakan dasar dalam penerapan *Good Manufacturing Practice (GMP)* dan dokumen pelengkap lainnya untuk pengajuan sertifikasi HACCP.

Kunjungan pada hari kedua lebih ditekankan pada pelatihan oleh Tenaga Ahli mengenai cara penyusunan dokumentasi wajib sertifikasi keamanan pangan.

Persyaratan dokumentasi HACCP terbagi dalam empat level dengan total 134 dokumen wajib, yaitu HACCP Plan, Standar Operasional Prosedur (SOP), Instruksi Kerja (IK), *Checklist* dan *form-form* HACCP lainnya. Pada pendampingan sesi akhir, Tenaga Ahli melakukan verifikasi HACCP Plan yang telah disusun oleh tim HACCP CV Sundoro Indonesia pada hari ke-2. Pada proses verifikasi data dan informasi HACCP Plan, terdapat banyak data dan

informasi yang salah sehingga perlu dilakukan pendalaman materi kembali atas cara penyusunan HACCP Plan.

Sertifikasi Hazard Analysis Critical Control Point Tahap III

Kegiatan pendampingan tahap III bertujuan untuk menentukan penanganan bahan dan produk *reject*, *training operator* pada titik *Critical Control Point (CCP)*, pembuatan sistem *traceability* produk, dan identifikasi *manajerial review*.

1. CV Oto Boga Jaya

Kegiatan pendampingan HACCP tahap III dilakukan pada tanggal 28 September – 1 Oktober 2022 di CV Oto Boga Jaya, Bogor. Pada kunjungan hari pertama (28 September 2022) telah dilakukan peninjauan lapangan ke area produksi, pergudangan bahan baku, area pengemasan dan pengepakan, hingga sarana distribusi. Berdasarkan hasil tinjauan lapangan secara garis besar, terlihat bahwa proses perbaikan telah sesuai dengan ketentuan GMP.

Pada hari kedua (29 September 2022), dilakukan identifikasi penanganan bahan dan produk *reject*. Berdasarkan hasil diskusi telah tersusun SOP penanganan bahan dan produk *reject*. Selain itu, telah dilakukan *review* ulang terkait analisa bahaya, penentuan titik kritis, dan penetapan batas kritis pada dokumen HACCP.

Pada hari ketiga (30 September 2022), dilakukan kegiatan sebagai berikut:

- a. *In-house training* kepada tim internal baru sertifikasi HACCP (divisi produksi dan

quality control) dilakukan untuk menerangkan cakupan-cakupan penting terkait: (1) tujuan dan definisi sertifikasi, (2) ruang lingkup sertifikasi, (3) *core business* dalam proses sertifikasi, dan (4) pelaksanaan *Pre-requisite Program* (PRP) dan *Operational PreRequisite Program* (OPRP) pada dasar penyusunan HACCP.

- b. Pembuatan sistem *traceability* produk dengan menggunakan sistem *tracing* yang tertuang pada formulir ceklis *traceability*.
- c. Identifikasi sistem manajerial *review* yang saat ini telah terlaksana dengan baik, rapat *review* manajemen pada perusahaan CV Oto Boga Jaya telah rutin dilaksanakan dua minggu sekali.

2. PT Sari Bhuwana Nusajaya

Kegiatan pendampingan Tenaga Ahli *Hazard Analysis Critical Control Point* (HACCAP) tahap III ke PT Sari Bhuwana Nusajaya, Sidoarjo, Jawa Timur dilaksanakan tanggal 30 Oktober - 2 November 2022. PT Sari Bhuwana Nusajaya adalah perusahaan swasta yang didirikan tahun 2017 dan bergerak dibidang herbal, rempah-rempah, dan produk hasil pertanian, baik untuk pasar dalam negeri maupun internasional yang telah menyuplai berbagai produk herbal dan rempah-rempah dari seluruh Indonesia.

Pada pendampingan hari pertama (30 Oktober 2022), dilakukan aktivitas pengecekan perbaikan hasil perbaikan infrastruktur dari hasil *initial assessment* pada

kunjungan pendampingan tahap II. Pada hari kedua (1 November 2022) lebih ditekankan pada kegiatan pengecekan dokumen untuk membuat dokumen yang dibutuhkan oleh organisasi dalam menerapkan HACCP. Pada tahap ini, kelengkapan dokumen dari hasil pendampingan tahap pertama harus dipenuhi. Selanjutnya pada pendampingan sesi akhir (2 November 2022), Tenaga Ahli melakukan pembuatan kerangka dokumen yang harus diselesaikan oleh PT Sari Bhuwana Nusajaya.

3. PT Wins Indonesia Sukses

Kegiatan pendampingan dilaksanakan pada tanggal 10 - 12 Oktober 2022 dengan tujuan untuk memberikan fasilitasi standar sistem jaminan mutu dan keamanan pangan bagi para Usaha Kecil Menengah (UKM) Indonesia yang berorientasi ekspor, sehingga memiliki daya saing dan nilai tambah produk untuk dipasarkan secara global.

Pendampingan pada hari pertama dilakukan pada tanggal 10 Oktober 2022, dengan agenda pengecekan hasil perbaikan infrastruktur dan *assessment* pada kunjungan pendampingan tahap II. PT Wins Indonesia telah sukses melakukan perbaikan rumah produksi sebagaimana saran yang diberikan oleh Tenaga Ahli pada pertemuan tahap II dengan mengimplementasikan persyaratan dan peraturan berproduksi yang baik dan benar sesuai GMP, meskipun masih banyak temuan yang

tidak ditindaklanjuti dari kunjungan tahap II.

Kunjungan pada hari kedua lebih ditekankan pada kegiatan *Documentation Review* untuk membuat dokumen yang dibutuhkan oleh organisasi dalam menerapkan HACCP. Pada kunjungan tahap III ini, persyaratan dokumen level I yang wajib untuk diselesaikan oleh PT Wins Indonesia Sukses, antara lain berisikan pernyataan terdokumentasi mengenai kebijakan dan sasaran sebuah manual mutu, jaminan perencanaan organisasi dan sasaran manual mutu, jaminan perencanaan organisasi, operasi, pengendalian proses, dan identifikasi titik kontrol. Pada pendampingan sesi akhir, Tenaga Ahli melanjutkan kegiatan *Documentation Review*.

4. KUB Sumber Rejeki

Kegiatan pendampingan dilaksanakan pada tanggal 13 – 15 Oktober 2022 dengan tujuan untuk memberikan fasilitasi standar sistem jaminan mutu dan keamanan pangan bagi para Usaha Kecil Menengah (UKM) Indonesia yang berorientasi ekspor, sehingga memiliki daya saing dan nilai tambah produk untuk dipasarkan secara global. Selama pelaksanaan kunjungan didampingi oleh Perwakilan dari Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Purbalingga dan Tenaga Ahli HACCP.

Pendampingan hari pertama dilakukan pada tanggal 13 Oktober 2022 adalah melakukan aktifitas

pengecekan hasil perbaikan infrastruktur dari *initial assessment* pada kunjungan pendampingan tahap II. Secara garis besar, KUB Sumber Rejeki Indonesia telah melakukan perbaikan rumah produksi sebagaimana saran yang diberikan oleh Tenaga Ahli pada pertemuan tahap II dengan mengimplementasikan persyaratan dan peraturan berproduksi yang baik dan benar.

Kunjungan pada hari kedua lebih ditekankan pada kegiatan *Documentation Review* untuk membuat dokumen yang dibutuhkan oleh organisasi dalam menerapkan HACCP. Pada kunjungan tahap III ini, persyaratan dokumen level I yang wajib untuk diselesaikan oleh KUB Sumber Rejeki, antara lain berisikan pernyataan terdokumentasi mengenai kebijakan dan sasaran sebuah manual mutu, jaminan perencanaan organisasi, operasi, pengendalian proses, identifikasi titik kontrol dan potensi bahaya dalam produksi, penanganan hingga penjualan produk yang dilakukan oleh perusahaan. Selain itu, juga harus menginventarisir SOP dan IK yang wajib dibuat sebagai persyaratan dokumen level II HACCP.

Pada hari ketiga, Tenaga Ahli melakukan reviu proses pembuatan gula kelapa di lapangan/pabrik. Adapun temuannya, yaitu validasi CCP Oven belum ditambahkan dan belum dibuatkan *mapping* dan dokumen pengendalian hama.

5. CV Surga Timur Indonesia (New Eden Moringa)

Kegiatan pendampingan dilaksanakan pada 10 – 12 Oktober 2022. Pendampingan pada tahap III merupakan internal audit yang bertujuan untuk mengaudit dokumen HACCP dan sistem *traceability* produk yang sudah dibuat dan melihat perkembangan pembangunan pabrik.

Pendampingan hari pertama pada tanggal 10 Oktober 2022, dilakukan ceklis dokumen HACCP yang sudah dibuat dan peninjauan lapangan ke pabrik CV Surga Timur Indonesia di area produksi, pergudangan bahan baku, area pengemasan dan pengepakan. Berdasarkan hasil tinjauan lapang tersebut, pembangunan pabrik sudah pada tahap finalisasi.

Pada hari kedua, dilakukan penyusunan *flow chart* oleh pelaku usaha yang didampingi oleh tenaga ahli. Berdasarkan hasil diskusi, telah tersusun 3 *flowchart*.

Pada hari ketiga, dilanjutkan dengan identifikasi dokumen HACCP dan *review SOP*.

6. Himalaya Mitra Sukses

Kegiatan pendampingan HACCP tahap III ke PT Himalaya Mitra Sukses di Gresik, Jawa Timur dilaksanakan pada tanggal 26 - 29 Oktober 2022. PT Himalaya merupakan perusahaan dengan merek produk Sobaso yang bergerak di sektor olahan pangan berupa premiks tepung adonan bakso, bumbu, dan *condiments* juga saos dan

sambal. Produk Sobaso telah dipasarkan ke seluruh wilayah Indonesia serta berbagai gerai nasional *modern*.

Pada pendampingan tahap III hari pertama, tenaga ahli melakukan pengecekan fasilitas bangunan, di mana hal-hal yang harus ditindaklanjuti adalah penambahan kelengkapan fasilitas yang berada di ruangan R&D, penataan kondisi lingkungan di sekitar ruang produksi, penambahan kelengkapan di ruangan teknisi, penambahan fasilitas dan kelengkapan di ruang produksi atas, penambahan kelengkapan di ruangan ganti karyawan, perbaikan di area gudang jadi, serta penambahan fasilitas di area bahan baku dan *area container* karton.

Pendampingan di hari kedua dilakukan audit internal terhadap seluruh persyaratan dokumen yang telah diselesaikan oleh tim HACCP PT Himalaya Mitra Sukses. Dokumen HACCP berisikan pernyataan terdokumentasi mengenai kebijakan dan sasaran manual mutu, jaminan perencanaan organisasi, operasi, dan pengendalian proses.

Pendampingan pada hari terakhir, yaitu tenaga ahli melakukan verifikasi dokumen *traceability* produk premik bakso. Setiap dokumen produk yang disampaikan harus memenuhi uji sampel untuk kandungan unsur biologi, kimia, maupun fisik.

Pameran Dalam Negeri

Pameran IndoBuildTech 2022

Ditjen PEN berpartisipasi pada kegiatan Pameran IndoBuildTech 2022 (IBT 2022) yang diselenggarakan pada tanggal 16-20 November 2022 di ICE BSD, Tangerang, Banten. IBT 2022 merupakan pameran berskala internasional tahunan dibidang jasa konstruksi dan industri material konstruksi seperti *building material* dan interior. Pada tahun 2022 ini, pameran IndoBuildTech akan dilaksanakan untuk yang ke-21. Pameran ini bertujuan sebagai wadah pertemuan dan kolaborasi para pelaku usaha jasa konstruksi dalam mendukung pelaksanaan pembangunan infrastruktur.

Selain pameran, diselenggarakan pula berbagai kegiatan seperti:

forum bisnis, diskusi panel, sertifikasi ahli tenaga konstruksi, seminar nasional, IndoBuildTech Award, hingga peluncuran serta demo produk yang berjalan paralel dengan kegiatan pameran selama lima hari.

Ditjen PEN berpartisipasi dengan memfasilitasi enam pelaku usaha yaitu: PT Tujuh Cakra Mandiri (MOSAICART 3D PANEL), PT Mujur Kurnia Ampuh (Mukura Ceramics), PT Timur Mas Abadi (RAINBOW ROOF), CV Bata Lego Madura, PT Greeneration Indonesia (ReservoAir), dan PT Cellcius Indoperkasa (Zelltech). Peserta tersebut merupakan binaan Ditjen PEN melalui program *Good Design Indonesia* (GDI), Trade Expo Indonesia,

dan kegiatan promosi lainnya. Adapun Paviliun Ditjen PEN berlokasi di *Hall* 5 dengan nomor booth A-1A-F.

Estimasi hasil transaksi Paviliun Ditjen PEN yang terjadi selama pameran sebesar Rp 493 juta untuk kontak dagang dan transaksi *retail* sebesar Rp 357,15 juta. Transaksi terbesar diperoleh PT Mujur Kurnia Ampuh (Mukura Ceramics) untuk produk *rooster ceramic* baik custom maupun *designer collections* dan *rooster* kawat nyamuk. *Buyer* yang tertarik dengan produk Mukura Ceramics berasal dari Indonesia dan Thailand. Adapun PT Timur Mas Abadi (RAINBOW ROOF) mendapatkan penawaran kerja sama dari TNI Angkatan Darat untuk proyek renovasi bangunan.

Pameran Luar Negeri

Pameran Gamescom 2022

Gamescom adalah salah satu pameran dagang dan pameran *game* terkemuka di dunia yang diadakan setiap tahun yang dilaksanakan pada 23 - 28 Agustus 2022 di Koln Messe, Cologne, Jerman. Paviliun Indonesia yang berada di Hall 3.2 khusus *business area* dan menempati lahan seluas 54 m² (9m x 6m) memfasilitasi 13 industri subsektor permainan yang terdiri dari satu perusahaan *game publisher*, enam perusahaan *game developer/studio*, dan enam perusahaan

services, seluruhnya berasal dari Jakarta, Bali, Yogyakarta, Bandung, dan Malang. Sebanyak sembilan industri hadir luring, yaitu Agate, Arsanesia, Big Fire Studio, Bundar, Komodoz, Megaxus, Niji Games, UMN Pictures, dan Wisageni Studio. Sementara 4 lainnya hadir secara daring/*online*, yaitu IOTA, Devata Game Production, Redamantine, dan Satriver.

Selama penyelenggaraan pameran Gamescom 2022, seluruh peserta paviliun

Indonesia telah melakukan pertemuan dengan setidaknya 273 *potential buyer* yang berasal dari *appointment Meet to Match* dan *walk-in-buyer*. Dari jumlah pertemuan tersebut, tercatat potensi transaksi yang dihasilkan sebesar USD 75,2 juta (atau setara dengan Rp 1,1 triliun). Potensi ini jauh meningkat dibandingkan dengan partisipasi pada tahun 2021 yang masih dilaksanakan secara *online*, yaitu hanya mencapai USD 13.057.425 (setara dengan lebih dari Rp 186 milyar).

Evaluasi dan Rekomendasi

Kegiatan Pengembangan Produk , Sertifikasi, dan Promosi sebagai Upaya Peningkatan Daya Saing Produk Ekspor

Kegiatan pengembangan produk ekspor, di antaranya: pendampingan *desainer* (DDS), klinik produk ekspor, dan *Good Design Indonesia* (GDI) telah dipantau dan di evaluasi di setiap tahapannya sehingga dapat mengoptimalkan hasil pengembangan produk pelaku usaha yang mendapatkan fasilitasi dari Ditjen PEN. Kegiatan

sertifikasi dapat ditingkatkan di tahun yang akan datang, mengingat sertifikasi merupakan salah satu persyaratan utama apabila pelaku usaha ingin melakukan ekspor ke negara tertentu yang mempersyaratkan sertifikasi dimaksud. Berdasarkan hasil evaluasi, perusahaan yang mendapatkan fasilitasi Sertifikasi dari Ditjen PEN dapat melakukan

diversifikasi pasar ekspor ke negara tujuan ekspor baru.

Selain itu, kegiatan promosi, baik pameran di dalam dan luar negeri harus terus diberikan kepada para pelaku usaha siap ekspor agar para perusahaan dapat mengetahui respon pasar terhadap produk yang telah mendapatkan fasilitasi pengembangan produk.

Daftar Prioritas Produk Ekspor untuk Pengembangan Produk Ekspor

Untuk memaksimalkan program pengembangan ekspor jasa dan produk kreatif di tahun mendatang, akan lebih baik disusun daftar prioritas produk ekspor yang akan dikembangkan. Ditjen PEN dapat memilih dari produk-produk andalan yang telah ditetapkan untuk dikembangkan bekerja sama dengan perwakilan perdagangan RI di luar negeri setiap tahunnya, sehingga dapat bersinergi dengan upaya peningkatan daya saing sambil memperkuat *supply*

guna memenuhi permintaan global akan produk-produk andalan tersebut.

Daftar produk-produk ekspor jasa dan produk kreatif prioritas tersebut memuat detail kelompok produk yang menjadi prioritas Ditjen PEN untuk dikembangkan serta kegiatan-kegiatan yang dilakukan untuk proses pengembangannya seperti pelatihan, *workshop*, seminar, dan lain-lain.

Kegiatan-kegiatan tersebut diusahakan selalu berkaitan dengan unit-unit lain baik di lingkungan Ditjen PEN maupun di lingkungan Kemendag. Seperti pelayanan data akses pasar sampai dengan pelatihan pelaku ekspor. Setelah memperoleh pelatihan, para pelaku usaha yang difasilitasi dan dipandang sudah siap untuk merambah pasar global, diikutsertakan pada program promosi yang dilaksanakan oleh Ditjen PEN untuk melakukan tes pasar.

D. Pengembangan Pasar dan Informasi Ekspor

Dalam upaya melakukan pengembangan ekspor nasional, Ditjen Pengembangan Ekspor Nasional melalui Direktorat Pasar dan Informasi Ekspor, melakukan sejumlah kegiatan

yang dapat mempermudah tercapainya pengembangan dan peningkatan daya saing pasar ekspor, pelaku ekspor, dan pengembangan kelembagaan promosi. Adapun kegiatan-

kegiatan yang telah dilakukan dalam upaya pengembangan pasar dan informasi ekspor sepanjang tahun 2022 adalah sebagai berikut:

Pelayanan Hubungan Dagang (*Trade inquiry*)

Pelayanan Permintaan Hubungan Dagang (*Trade Inquiry*) mencakup layanan hubungan dagang yang diterima baik secara langsung maupun melalui Atase Perdagangan atau ITPC, KBRI/ KJRI, Kedutaan Besar negara asing, dan permintaan dari pembeli secara individu.

Tujuan pelayanan ini adalah untuk memberikan informasi hubungan dagang dari importir/ calon pembeli luar negeri yang berminat dengan produk ekspor Indonesia, serta melayani permintaan informasi dari eksportir dalam negeri, terkait dengan informasi pembeli dan promosi eksportir bagi produk masing-masing perusahaan.

Sumber *inquiry* terutama dari *Inaexport* dan *email*, baik berasal dari dalam maupun luar negeri. Total jumlah pelayanan yang diterima oleh P2IE sepanjang tahun 2022 adalah 382 pelayanan, dengan rincian pada tabel berikut:

Tabel 1. Permintaan Pelayanan *Trade Inquiry*

Bulan	Jumlah Total Permintaan Pelayanan	Jumlah Permintaan Pelayanan	
		Dalam Negeri	Luar Negeri
Januari	34	19	15
Februari	34	17	17
Maret	37	11	26
April	30	11	19
Mei	31	9	22
Juni	29	13	16
Juli	45	27	18
Agustus	47	12	35
September	24	16	8
Oktober	16	10	6
November	21	11	10
Desember	34	4	30
Total	382	160	222

Sumber: Dit. Pengembangan Pasar dan Informasi Ekspor, 2023

Business Gathering/ Business Reception

Business gathering atau *business reception* merupakan kegiatan pertukaran informasi mengenai produk dan eksportir Indonesia yang disampaikan kepada para perwakilan negara asing dan perwakilan mitra dagang asing di Indonesia, serta informasi mengenai kemungkinan produk Indonesia dapat masuk ke pasar

negara asing yang difasilitasi oleh Kemendag. Acara ini dilakukan seminggu sekali di Ruang Permanent Trade Exhibition Gedung Utama Lt. II Kementerian Perdagangan.

Dalam kegiatan ini, para eksportir yang telah dikurasi dan menjadi anggota *Inaexport*.

id mempromosikan produknya dan mendapatkan tanggapan mengenai kemungkinan produk yang dapat diterima atau dipasarkan di negara akreditasi. Sepanjang tahun 2022 telah diadakan kegiatan *business gathering* sebanyak 45 kali.

Tabel 2. Jumlah Business Gathering

Bulan	Jumlah Total Business Gathering	Jumlah Perwakilan Negara Asing*	Jumlah Anggota Inaexport
Maret	2	8	10
April	3	12	14
Mei	3	20	14
Juni	5	20	22
Juli	4	16	17
Agustus	4	12	18
September	4	11	16
Oktober	3	6	15
November	4	11	16
Desember	3	12	11
Total	45	128	153

Sumber: Dit. Pengembangan Pasar dan Informasi Ekspor, 2023

Keterangan: * beberapa perwakilan negara asing yang sama, diundang secara berulang di bulan yang berbeda.

Pelayanan *Permanent Trade Exhibition*

Permanent Trade Exhibition (PTE)

Permanent Trade Exhibition merupakan area untuk menampilkan produk-produk ekspor unggulan Indonesia yang diproduksi oleh berbagai

perusahaan. PTE terletak di Gedung Utama Lantai II Kantor Kementerian Perdagangan. Selama tahun 2022, sebanyak 1.524 perusahaan memajang contoh produknya di ruang pameran PTE. Produk-produk yang ditampilkan bervariasi, antara

lain produk kerajinan tangan, kosmetik, parfum, perlengkapan mandi, batik, peralatan makan keramik, furnitur, koper, perlengkapan olahraga, *home decor*, ban kendaraan, teh, kopi, dan sebagainya.

Tabel 3. Jumlah Perusahaan yang Mendisplay Produk di Kemendag

Bulan	Jumlah Total Perusahaan di Display Produknya	Jumlah Perusahaan Baru Display
Januari	80	6
Februari	101	10
Maret	100	2
April	110	4
Mei	117	84
Juni	126	10
Juli	126	11
Agustus	126	11
September	138	18
Oktober	156	3
November	159	3
Desember	185	16
Total	1.524	178

Sumber: Dit. Pengembangan Pasar dan Informasi Ekspor, 2023

Penyelenggaraan Pusat Promosi di Dalam Negeri

Direktorat P2IE juga melakukan penyelenggaraan pusat promosi di dalam dan luar negeri. Pusat promosi ekspor di dalam negeri berupa pendirian *Marketing Point* (MP) yang terletak di kawasan perbatasan Indonesia dan negara tetangga serta *Pilot Project Export Center Surabaya*.

Marketing Point

Marketing point adalah unit fasilitasi pengembangan ekspor di kawasan perbatasan negara yang bertujuan untuk meningkatkan ekspor produk unggulan daerah perbatasan negara pada khususnya, serta

produk unggulan nasional pada umumnya. Sampai dengan Desember 2022, telah didirikan dua *Marketing Point*, yaitu di Entikong - Kalimantan Barat dan di Motaain - Nusa Tenggara Timur.

Untuk mendukung pembentukan *Marketing Point* tersebut, maka dilakukan kerja sama antara Kemendag dengan Badan Nasional Pengelola Perbatasan Entikong - Kalimantan Barat dan Pemerintah Daerah (Pemda) Provinsi Nusa Tenggara Timur.

Pada 10 September 2021 telah dilakukan penandatanganan Perjanjian Penggunaan Barang Milik Negara antara Ditjen PEN Kemendag dengan Badan Nasional Pengelola Perbatasan tentang Penggunaan Ruangannya Pada Pos Lintas Batas Negara Entikong, Provinsi Kalimantan Barat. Kemudian pada tanggal 20 Oktober 2022 juga telah dilakukan penandatanganan Perjanjian Penggunaan Barang Milik Negara antara Ditjen PEN Kemendag dengan Badan Nasional Pengelola Perbatasan tentang Penggunaan Sementara Barang Milik Negara Pada Pos Lintas Batas Negara, Provinsi Nusa Tenggara Timur.

Kegiatan - kegiatan yang dilakukan untuk mendukung pengembangan ekspor melalui *Marketing Point*, yaitu:

1. Pelatihan Ekspor Impor Untuk Pengelola *Marketing Point*

Pada tahun 2022, telah dilakukan Pelatihan Ekspor Impor bagi empat pengelola *Marketing Point* yang berasal dari Entikong dan Motaain. Pelatihan Ekspor dilaksanakan di Pusat Pelatihan Sumber Daya Manusia Ekspor dan Jasa Perdagangan (PPEJP). Pelatihan ini merupakan program yang bertujuan untuk meningkatkan kapasitas petugas *Marketing Point* dalam hal pengetahuan prosedur ekspor, manajemen ekspor, serta bisnis online ekspor. Pelatihan dibagi menjadi beberapa topik, yaitu:

- a. Pelatihan Prosedur Ekspor dilaksanakan pada tanggal 23 - 25 Mei 2022.
- b. Pelatihan Manajemen Ekspor Impor dengan Simulasi dilaksanakan pada tanggal 30 September - 7 Agustus 2022.
- c. Pelatihan Bisnis *Online* Ekspor dilaksanakan pada tanggal 1 - 3 November 2022.

Manfaat dari pelatihan tentang ekspor impor untuk para pengelola *Marketing Point*, yaitu:

- a. Dapat menyosialisasikan dan melayani konsultasi tentang prosedur ekspor impor, peraturan ekspor impor, dan bagaimana cara ekspor yang benar kepada masyarakat.
- b. Mampu mengembangkan produk-produk unggulan berkualitas sesuai aturan produk baik daerah, nasional, dan internasional.
- c. Menerapkan ilmu yang didapat melalui pelatihan bisnis online dan memahami cara promosi produk secara *offline* dan *online*.
- d. Memahami dan mengetahui cara mencari informasi tentang buyer dari negara tetangga guna kerja sama ekspor impor.

2. Forum Strategi Pengembangan Ekspor Nasional

Forum Strategi Pengembangan Ekspor Nasional dilaksanakan pada tanggal 11 - 12 Agustus 2022 di Atambua, Kabupaten Belu, Nusa Tenggara Timur. Kegiatan Forum Strategi Pengembangan Ekspor Nasional bertujuan untuk menyosialisasikan dan

mengkoordinasikan program pengembangan ekspor nasional kepada para pemangku kepentingan serta para pelaku usaha ekspor/potensi ekspor di daerah. Selain itu, forum ini dilakukan juga untuk mendapatkan dukungan kerja sama dari berbagai pihak dan instansi terkait dalam mengembangkan dan meningkatkan pengembangan ekspor nasional. Dalam kegiatan tersebut juga dilakukan kegiatan kunjungan ke Pos Lintas Batas Negara Motaain, yaitu perbatasan Indonesia dengan Timor Leste.

3. Forum Informasi Ekspor dan *Business Matching* dengan *Marketing Point* Entikong

Kegiatan ini dilakukan pada tanggal 24 November 2022 di Hotel Harvey dan di *Marketing Point* Entikong, Kabupaten Sanggau, Kalimantan Barat. Tujuan kegiatan ini untuk memaksimalkan keberadaan *Marketing Point* Entikong di perbatasan guna melakukan penetrasi pasar produk Indonesia ke Malaysia.

cara diikuti secara *offline* oleh 50 pelaku usaha ekspor dan instansi terkait dengan rincian tujuh eksportir dari Jakarta, 26 eksportir dan instansi terkait dari Kabupaten Sanggau, 12 eksportir dari Pontianak, serta lima eksportir dari sekitar *Marketing Point* Entikong. Eksportir memiliki produk beragam, diantaranya produk perawatan kulit dan kosmetik, agro, *carcoal*, farmasi, pakaian dalam, pupuk alami ramah lingkungan, dan barang konsumsi sehari-hari.

Berdasarkan catatan pergerakan ekspor lintas batas melalui PLBN Entikong,

komoditas ekspor masih didominasi hasil pertanian dan perkebunan. Namun, saat ini, komoditas ekspor yang berasal dari Kabupaten Sanggau belum mendominasi. Masih rendahnya produksi komoditas potensial ekspor masyarakat Kabupaten Sanggau terlihat dari belum terdongkraknya perekonomian melalui kontribusinya dalam Produk Domestik Regional Bruto (PDRB).

Menjawab tantangan ini, pemerintah daerah Kabupaten Sanggau telah melakukan beberapa langkah kebijakan melalui program-program kegiatan seperti pemberian bantuan, fasilitasi, penyuluhan, bimbingan teknis dan pendampingan bagi para pelaku UMKM, sehingga produk dan usahanya dapat “Go Export”.

Pilot Project Export Center Surabaya (ECS)

Pilot Project ECS dilaksanakan bekerja sama dengan Kadin Provinsi Jawa Timur dan tertuang dalam MoU yang telah ditandatangani oleh kedua belah pihak pada tanggal 15 Februari 2021. Lokasi penyelenggaraan *Export Center* bekerjasama dengan Pemda Jawa Timur menempati gedung milik Pemda Propinsi Jawa Timur yang berlokasi di sekitar daerah Tunjungan Surabaya (Jalan Kedungdoro No. 86-90, Surabaya). Dalam pelaksanaannya, ECS juga bekerja sama dengan instansi terkait ekspor, yaitu Ditjen Bea Cukai, Badan Karantina, Dinas Provinsi, LPEI, dan Perbankan untuk memberikan layanan kepada para pelaku usaha.

ECS bertujuan memberikan layanan kepada pelaku usaha

khususnya UKM ekspor dengan ruang lingkup pelayanan dan indikator kinerja *Export Center* selama satu tahun pada tahun 2022, meliputi:

1. Layanan konsultasi *one stop service* kepada pelaku usaha yang berkonsultasi dengan ECS telah tercapai 1.041 layanan.
2. Jumlah penerima manfaat dari kegiatan konsultasi yang dilakukan oleh tenaga teknis ECS hingga bulan Desember 2022 sebanyak 585 penerima manfaat.

Kegiatan *business matching* dilakukan dengan mempertemukan *buyers* dari luar negeri kepada para eksportir Indonesia. Target penyebaran *buyer inquiry* juga telah tercapai sebesar 313,3 persen dengan total sebanyak 94 *inquiry* dari target sebanyak 30 *inquiry*.

Market Intelligence

Ditjen PEN juga melakukan kegiatan penyediaan informasi pasar ekspor melalui penulisan *market intelligence*. Hal ini dimaksudkan agar para pelaku ekspor Indonesia mendapatkan informasi berupa gambaran yang utuh mengenai kondisi pasar tujuan ekspor yang meliputi, antara lain: gambaran umum negara, tren produk, struktur pasar, saluran distribusi, persepsi terhadap produk Indonesia, ketentuan produk, ketentuan pemasaran, metode transaksi, informasi harga, dan kompetitor, sehingga para pelaku ekspor Indonesia dapat merumuskan strategi penetrasi pasar yang tepat.

Informasi mengenai pasar yang

akurat memegang peranan penting dalam mendukung diversifikasi pasar dengan meningkatkan ekspor ke pasar tradisional serta memperluas ekspor ke negara-negara berkembang. Adanya informasi yang akurat mengenai ancaman dan peluang bagi ekspor produk Indonesia sangat diperlukan, terutama berkaitan dengan kebutuhan calon pembeli potensial yang semakin spesifik, persaingan pasar yang makin ketat, serta perubahan tren maupun kebijakan di pasar global.

Selama tahun 2022, Ditjen PEN menghasilkan sebanyak 51 martel/marbrief, yaitu sebagai berikut:

1. Peluang Pasar Produk Perikanan dan Hasil Laut di Negara Mesir.
2. Peluang Pasar Produk Sepatu Olahraga di Negara Hongkong.
3. Peluang Pasar Produk Tekstil di Negara Mesir.
4. Peluang Pasar Produk Kemeja Katun Pria/ Anak di Negara India.
5. Peluang Pasar Produk *Ball Bearing* di Negara India.
6. Peluang Pasar Produk Asam Nukleat dan Garamnya di Negara India.
7. Peluang Pasar Produk Perangkat Pencetakan dan Printer Multifungsi di Negara Korea Selatan.

8. Peluang Pasar Produk Semikonduktor di Negara Amerika Serikat.
9. Peluang Pasar Produk Rempah – Rempah di Negara Australia.
10. Peluang Pasar Produk Setengah Jadi dari Besi atau Baja Non Paduan di Negara Korea Selatan.
11. Peluang Pasar Produk Sepatu Berbahan Kulit di Negara Singapura.
12. Peluang Pasar Produk Sepatu Olahraga di Negara Korea Selatan.
13. Peluang Pasar Produk Mesin Printer/ Meisn Cetak Warna di Negara Tiongkok.
14. Peluang Pasar Celana Panjang Wanita Dari Katun di Negara Spanyol.
15. Peluang Pasar Produk Lada di Negara Italia.
16. Peluang Pasar Produk Pinang di Negara India.
17. Peluang Pasar Produk *Essential Oil* di Negara Swiss.
18. Peluang Pasar Produk Alas Kaki di Negara Swiss.
19. Peluang Pasar Produk Perangkat dan Aksesoris dari Mesin Pemroses Data di Negara Taiwan.
20. Peluang Pasar Produk Pompa/ Kompresor Udara dan Gas di Negara Nigeria.
21. Peluang Pasar Produk Diazo di Negara Taiwan.
22. Peluang Pasar Produk Kulkas Rumah Tangga/*Refrigerator* di Negara Taiwan.
23. Peluang Pasar Produk Alas Kaki di Negara Arab Saudi.
24. Peluang Pasar Produk Lada di Negara Malaysia.
25. Peluang Pasar Produk *Piston Engine Part Nesoi* di Negara Hungaria.
26. Peluang Pasar Produk Lemak Nabati - Mesir.
27. Peluang Pasar Produk Minyak Kelapa dan Turunannya - Spanyol.
28. Peluang Pasar Produk Karet Alam - Mesir.
29. Peluang Pasar Produk Aksesories Kulit - Belgia.
30. Peluang Pasar Produk Alas Kaki - Belgia.
31. Peluang Pasar Produk *Home Decor* - Belgia.
32. Peluang Pasar Produk Perikanan - Belgia.
33. Peluang Pasar Produk Rempah - Rempah - Belgia Dan Uni Eropa.
34. Peluang Pasar Produk *Sustainable Fashion* - Belgia Dan Uni Eropa.
35. Peluang Pasar Produk Lemak Nabati Indonesia - Mesir.
36. Peluang Pasar Produk *New Pneumatic Tires, Of Rubber, Of Kind User On Motor Cars* - Taipei.
37. Peluang Pasar Produk *Cash Register* - Jepang, Hongkong, dan Italia.
38. Peluang Pasar Produk Sekrup dan Turunannya.
39. Peluang Pasar Produk Bagian dan Aksesori Dari Mesin Pada Pos - Thailand, Mexico, dan Korea Selatan.
40. Potensi Pasar Produk *Coppers* - Tiongkok, Taiwan, Brasil, dan Meksiko.
41. Potensi Pasar Produk Jaket Tahan Angin - Busan, Korsel.
42. Potensi Pasar Produk Setelan, *Ensemble*, Jas - Afrika Selatan, Arab Saudi, Amerika Serikat, Chile, Inggris, Perancis, Italia, Swiss, dan Australia.
43. Potensi Pasar Produk Setelan, *Ensemble*, Jas - Jepang.
44. Potensi Pasar Produk Pakaian Dalam Wanita – Jerman.
45. Potensi Pasar Produk Sepatu Lapangan - Belgia Dan Tiongkok.
46. Potensi Pasar Produk Tabung (Pipa Besi Baja) – Malaysia dan UAE.
47. Potensi Pasar Produk Fastener - Hongaria, India, Tiongkok.
48. Potensi Pasar Produk *Freezers of Upright* – Perancis.
49. Potensi Pasar Produk *Machinery* - Arab Saudi.
50. Potensi Pasar Produk Perangkat Sistem – Mexico.
51. Potensi Pasar Produk *Magnetic or Optical Readers* - Singapura Dan AS.

Dari 522 judul martel/marbrief yang terdapat pada aplikasi *Inaexport*, telah didownload sebanyak 2.492 martel/marbrief oleh 216 perusahaan yang terdapat pada aplikasi *Inaexport* (rincian terdapat dalam **lampiran II dan III**).

Evaluasi dan Rekomendasi

Informasi Ekspor Sebagai Elemen Penting Pengembangan Ekspor

Penyampaian analisis yang *up to date* dan terpercaya dalam bentuk Market Intelligence maupun *Market Brief* kepada pelaku usaha diharapkan tidak hanya dapat diakses oleh anggota *Inaexport.id*. Penyebaran informasi pasar melalui kegiatan Diseminasi/Sosialisasi informasi pasar di Provinsi/Kabupaten/Kota juga harus tetap dilakukan untuk menjangkau seluas mungkin pelaku usaha.

Aktivasi kegiatan *Marketing Point* dan *Export Center* dapat

terus ditingkatkan sehingga dapat memberikan layanan yang optimal bagi para pelaku usaha ekspor, khususnya di wilayah perbatasan dan wilayah kerja Export Center. dan untuk selanjutnya disebarluaskan kepada pelaku usaha Indonesia. Hal ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang komprehensif mengenai peluang ekspor di negara tujuan, baik dari sisi pasar maupun produk.

Pelaksanaan *Business Gathering* mingguan, yang telah

dilaksanakan dan mendapat respon positif baik dari perwakilan negara asing dan eksportir anggota *Inaexport* yang ikut dalam kegiatan tersebut. *Business Gathering* merupakan terobosan baru untuk meningkatkan komunikasi antara *buyer*/perwakilan negara asing dengan eksportir Indonesia serta membuka peluang dan kerja sama baru dalam bentuk *government to government* di tahun-tahun mendatang.

E. Pelaksanaan Kegiatan Penunjang Lainnya

Pelatihan Peningkatan Kapasitas Sumber Daya Manusia ASN

Sebagai unit penunjang kegiatan Direktorat Jenderal, Sekretariat Ditjen PEN juga melakukan pembinaan SDM dalam rangka pelayanan dan pengembangan kompetensi pegawai. Untuk mengukur keberhasilan pelaksanaan pembinaan SDM pada tahun 2022, Sekretariat Ditjen PEN menetapkan target sebanyak 25 persen SDM Ditjen PEN yang memperoleh peningkatan kapasitas. Dalam menunjang seluruh program dan kegiatannya, Ditjen PEN didukung oleh Sumber Daya Manusia sebanyak 233 orang yang terdiri dari 187 orang ASN dan 46 nonASN, di mana 19 orang di antaranya merupakan CPNS tahun 2022.

Sampai akhir tahun 2022, Sekretariat Ditjen PEN telah melaksanakan kegiatan pembinaan SDM sebanyak delapan pelatihan peningkatan kapasitas kepada para pegawai Ditjen PEN, di mana realisasi peserta yang mengikuti pelatihan peningkatan kapasitas sebanyak 95% dari target 25%, yaitu sebanyak 221 peserta. Pelatihan peningkatan kapasitas yang telah dilakukan oleh Ditjen PEN selama tahun 2022 sebagai berikut:

1. Pelatihan SPIP

Pelatihan dilaksanakan tanggal 21 - 22 Maret 2022 dengan jumlah peserta sebanyak 16 orang. Pelatihan ini dirancang untuk memberikan

bekal pengetahuan dan keterampilan kepada para peserta diklat dalam menyelenggarakan sistem pengendalian *intern* pemerintah yang integratif di lingkungan kerjanya khususnya di lingkungan Ditjen PEN.

2. Pelatihan Bahasa Inggris *Speechwriters* dan IELTS

Pelatihan Bahasa Inggris *Speechwriters* dan IELTS dilaksanakan tanggal 7 Maret - 7 April 2022 dan diikuti oleh 30 orang pegawai di lingkungan Ditjen PEN. Kegiatan ini secara khusus ditujukan untuk pegawai yang menyiapkan diri untuk proses jenjang pendidikan yang lebih

tinggi, sehingga diharapkan para pegawai Ditjen PEN dapat lulus seleksi program beasiswa S2 maupun S3.

3. Pelatihan Manajemen Ekspor Impor Simulasi

Kegiatan pelatihan ini dilaksanakan tanggal 11–20 April 2022, dengan diikuti oleh 22 orang peserta. Kegiatan pelatihan yang dilaksanakan dengan tujuan memberikan pengetahuan praktis tentang kegiatan ekspor dan impor dari tata cara pengisian dokumen ekspor impor, transportasi dan penanganan cargo, teknik pemasaran, negosiasi dan kontrak dagang, serta kegiatan pra ekspor seperti korespondensi bisnis, kalkulasi harga ekspor, dan komponen biaya impor.

4. Pelatihan Infografis *Intermediate dan Advance*

Pelatihan infografis diikuti oleh 30 peserta yang dibagi ke dalam dua *batch*, yaitu: *batch 1* (30 Mei -2 Juni 2022) dan *batch 2* (6 - 8 Juni 2022). Pelatihan ini dilaksanakan dengan tujuan untuk menambah kemampuan para pegawai di lingkungan Ditjen PEN dalam membuat infografis yang sangat dibutuhkan terutama untuk pemenuhan bahan pimpinan Ditjen PEN maupun Kemendag. Dalam pelatihan ini, peserta memperoleh materi mengenai struktur dan jenis infografis, serta melakukan praktek secara langsung dengan membuat konten infografis.

5. Pelatihan Analisa Data dan Informasi Produk Ekspor

Kegiatan pelatihan Analisa Data dan Informasi Produk Ekspor, dilaksanakan tanggal 19 Juli – 30 Agustus 2022

dengan jumlah peserta sebanyak 120 orang. Pelatihan ini ditujukan untuk para pegawai fungsional tertentu seperti Analis Perdagangan, Perencana, Analis Kebijakan, Pranata Humas, dan Analis Anggaran. Ditujukan pula untuk fungsional umum seperti Fasilitator Perdagangan serta Analis Data & Informasi. Pelatihan ini bertujuan agar pegawai dapat menganalisis data dan informasi produk unggulan ekspor.

6. *Assessment Potensi Pegawai*

Kegiatan *Assessment* Pejabat Fungsional Ahli Muda dan Madya dilakukan secara *offline* di Gedung LPTUI, kampus Universitas Indonesia Jl. Salemba Raya No.4 Jakarta Pusat pada tanggal 24-25 Agustus 2022, yang diikuti oleh 30 orang pegawai. Tujuan dari kegiatan ini secara khusus untuk mengembangkan kompetensi dan pemetaan potensi atau talenta yang dimiliki oleh para pejabat fungsional ahli muda dan madya sehingga meningkatkan kinerja pada unit kerja masing-masing.

7. *Pelatihan Public Speaking*

Pelatihan dilaksanakan tanggal 3-5 Agustus 2022 dengan jumlah peserta sebanyak 50 orang. Kegiatan ini ditujukan untuk para Koordinator, Subkoordinator, dan para fungsional agar dapat meningkatkan kemampuan komunikasi dalam negosiasi, promosi dan penyampaian informasi terkait program pengembangan ekspor.

8. *Pelatihan Tes Potensi Akademik Pegawai Non PNS*

Kegiatan pelatihan Test Potensi Akademik (TPA)

dilaksanakan tanggal 5-7 Desember 2022 dengan jumlah peserta sebanyak 25 orang. Pelatihan ini ditujukan untuk meningkatkan kompetensi para pegawai non PNS di lingkungan Ditjen PEN sehingga diharapkan dapat memiliki kemampuan yang cukup untuk mengikuti tes CPNS maupun P3K.

Sebelum pelatihan dilaksanakan, dilakukan *pre test* melalui *Common Admission Test (CAT)* sistem untuk melihat kemampuan peserta. Pada pelatihan hari pertama dan kedua, peserta diberikan materi serta tips dan trik untuk menyelesaikan soal-soal TPA. Setelah itu dilaksanakan *post test* untuk mengetahui hasil pelatihan. Hasil tes menunjukkan bahwa seluruh peserta dapat mengikuti TPA dengan rata-rata nilai memuaskan.

9. *Pelatihan Interpreter Bahasa Inggris*

Pelatihan *Interpreter* bahasa inggris dilaksanakan di ruang rapat lantai 14 Gedung Utama Kementerian Perdagangan pada tanggal 15-16 Desember 2022 dan diikuti oleh tiga orang pegawai di lingkungan Ditjen PEN.

Pelatihan ini secara umum dilaksanakan untuk pengembangan kompetensi SDM pegawai di lingkungan Direktorat Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional pada bidang bahasa asing. Tujuan kegiatan ini yaitu untuk meningkatkan *skill* dalam mendampingi pimpinan pada Forum Internasional Pengembangan Ekspor, seperti misi dagang, forum kerja sama pengembangan ekspor, dan kegiatan lainnya.

Publikasi Pemberitaan Media Nasional Cetak dan Daring

Publikasi di media sosial dilakukan guna mendukung pelaksanaan *Government Public Relation (GPR)* yang tujuannya untuk mengetahui kebutuhan publik. Publikasi yang dilakukan oleh Kemendag c.q. Ditjen PEN diharapkan dapat meningkatkan pelayanan dan pengelolaan informasi, serta mampu mendorong partisipasi masyarakat dalam menyukseskan berbagai program Ditjen PEN yang hasilnya dapat dinikmati oleh publik. Selama tahun 2022, Informasi Publik Ditjen PEN telah melakukan capaian seperti berikut:

1. Prosentase Publikasi Positif

Berdasarkan data media *monitoring*, tahun 2022 tercatat publikasi pengembangan ekspor sebesar 90% merupakan pemberitaan positif.

2. Pengelolaan Media Sosial

Jumlah *follower instagram @djpen.kemendag* saat ini sebanyak 26.7k dan *facebook fanpage DJPEN* sebesar 16k atau keduanya meningkat hampir 200% dibandingkan tahun 2021.

3. Partisipasi Stand Informasi

Partisipasi *stand* informasi tahun 2021 diselenggarakan untuk menyebarluaskan informasi pelayanan satu pintu Expor Center Surabaya (ECS) dan Marketing Point (MP) Entikong dan Motaain di TEI ke-37 tahun 2022, sekaligus memfasilitasi tujuh pelaku usaha binaan ECS dan MP yang berhasil mencatatkan potensi transaksi dagang sebesar USD 325 ribu.

Transaksi dagang berasal dari pembeli Nigeria, Malaysia, Vietnam, Bangladesh, dan Suriname, dan 16,9 juta rupiah untuk transaksi pembeli lokal.

4. Placement Media Massa

Penyebarluasan kegiatan pengembangan ekspor melalui kerja sama media *online*, antara lain dengan Tempo.com, Kompas.id, Tribun, Kontan, Republika, serta majalah cetak Trust News.

5. Peliputan Pimpinan

Sepanjang 2022, telah dilakukan peliputan kegiatan pimpinan untuk mempublikasikan berbagai program pengembangan ekspor dalam bentuk berita foto dan *press release*.

Pada periode tahun 2022, Ditjen PEN diberitakan sebanyak 4.597 berita dengan rincian, yaitu 4.305 (berita dari 785 media daring) dan 292 (berita dari 67 media cetak). Sebaran isu Ditjen PEN terbagi dalam beberapa klaster, yakni agenda internal Ditjen PEN, partisipasi produk Indonesia dalam pameran dagang internasional, kerja sama, ekspor produk dalam negeri, hingga berbagai kegiatan/*event* pengembangan ekspor lainnya.

Pada bulan Agustus - November 2022, pemberitaan Ditjen PEN mengalami kenaikan ekspos dengan pemberitaan mengenai TEI, Sail Tidore, Jakarta Muslim Fashion Week, dan misi dagang ke Qatar. Peran sentral Menteri Perdagangan dalam pemberitaan juga berkontribusi positif dalam peningkatan ekspos Ditjen PEN. Konsistensi Menteri Perdagangan

menghadiri sejumlah agenda berkontribusi pada sorotan media yang tinggi, seperti TEI, JMF, Sail Tidore, hingga pelepasan ekspor.

Adapun media-media yang banyak memuat pemberitaan mengenai Ditjen PEN, di antaranya Antara, BisnisToday, Iqplus, Republika, Liputan6, Medcom.id, Neraca Pressrelease.id, Warta Ekonomi, IDX Channel, Neraca, dan Detik. Berdasarkan data dapat disimpulkan bahwa media tier 1 mendominasi pemberitaan mengenai Ditjen PEN pada tahun 2022. Jika dibandingkan dengan pemberitaan unit lain pada media nasional, baik daring maupun media cetak, pada tahun 2022 Ditjen PEN menempati urutan kedua dengan ekspos terbesar setelah Ditjen PDN. Adapun khusus untuk media daring, ekspos pemberitaan Ditjen PEN (4.305 berita) melampaui pemberitaan Ditjen PDN (4.803 berita).

Terkait dengan *value* pemberitaan, dari seluruh pemberitaan Ditjen PEN tahun 2022 yang terpantau, diperoleh nilai PR *Value* sebesar Rp 172,22 miliar. PR *Value* adalah nilai yang diperoleh atas pemberitaan di media yang dikonversikan ke harga beriklan di media. Anggaran Sekretariat Ditjen PEN pada tahun 2022 untuk kehumasan, termasuk publikasi pemberitaan di media adalah sebesar Rp 1,30 miliar. Dengan demikian, Ditjen PEN memperoleh manfaat dari pemberitaan sebanyak 132,5 kali dibandingkan dengan anggaran yang dikeluarkan.

Diseminasi Peraturan Perundang-undangan di Bidang Pengembangan Ekspor Nasional Tahun 2022

Kegiatan Diseminasi Peraturan Perundang-undangan di Bidang Pengembangan Ekspor Nasional dilaksanakan di tiga kota, yaitu Medan – Sumatera Utara pada tanggal 28 Oktober 2022, Makassar – Sulawesi Selatan pada tanggal 10 November 2022, dan Semarang pada 18 November 2022. Kegiatan diseminasi bertujuan untuk memberikan informasi mengenai Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 26 Tahun 2021 tentang Penetapan Standar Kegiatan Usaha dan Produk Pada Penyelenggaraan Perizinan Berusaha Berbasis Risiko Sektor Perdagangan kepada para pelaku usaha penyelenggara pameran dagang dan pelaku usaha pendukung pameran dagang.

Target *audiens* utama dari kegiatan ini adalah para pelaku usaha penyelenggara pameran dagang yang sebagian besar merupakan anggota Asosiasi Perusahaan Pameran Indonesia (Asperapi). Hadir sebagai narasumber utama pada rangkaian kegiatan diseminasi ini adalah Direktorat Pengembangan Ekspor Produk Primer selaku pengampu substansi pameran dagang, dan Biro Hukum.

Dalam rangkaian kegiatan diseminasi, narasumber Biro Hukum menyampaikan gambaran umum transformasi kebijakan sektor perdagangan pasca berlakunya Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2021 tentang Cipta Kerja. Peraturan pelaksana UU Cipta Kerja yang berkaitan dengan sektor perdagangan yang telah dikeluarkan oleh pemerintah adalah Peraturan Pemerintah Nomor 5 Tahun

2021 tentang Penyelenggaraan Perizinan Berusaha Berbasis Risiko dan Peraturan Pemerintah Nomor 29 Tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Bidang Perdagangan.

Berikut ini merupakan dua transformasi kebijakan yang signifikan pasca diberlakukannya UU Cipta Kerja, yaitu:

1. Semua kewenangan yang berada di tangan menteri ditarik menjadi kewenangan pemerintah pusat.
2. Penamaan perizinan yang sebelumnya bermacam-macam (Izin Usaha, Izin Khusus, Pendaftaran, Persetujuan, Pengakuan) berubah menjadi satu, yaitu Perizinan Berusaha yang sudah diterbitkan melalui Peraturan Pemerintah Nomor 5 Tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Perizinan Berusaha Berbasis Risiko.

Disampaikan pula bahwa secara umum, Peraturan Pemerintah Nomor 5 Tahun 2021 membagi Perizinan Berusaha menjadi empat kategori berdasarkan tingkat risiko beserta persyaratannya, yaitu:

1. Tingkat Risiko Rendah, dengan perizinan berusaha berupa Nomor Induk Berusaha (NIB);
2. Tingkat Risiko Menengah Rendah, dengan perizinan berusaha berupa NIB dan Sertifikat Standar (*self declaration*);
3. Tingkat Risiko Menengah Tinggi, dengan perizinan berusaha berupa NIB dan Sertifikat Standar; dan

4. Tingkat Risiko Tinggi, dengan perizinan berusaha berupa Nomor Induk Berusaha, Izin dan Sertifikat Standar.

Berdasarkan identifikasi risiko, penyelenggaraan pameran dagang internasional di dalam negeri masuk ke dalam kategori Menengah Rendah.

Pemaparan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 26 Tahun 2021 tentang Penetapan Standar Kegiatan Usaha dan Produk Pada Penyelenggaraan Perizinan Berusaha Berbasis Risiko Sektor Perdagangan pada rangkaian kegiatan diseminasi dilakukan perwakilan Direktorat Pengembangan Ekspor Produk Primer. Adapun materi pokok Peraturan Menteri Perdagangan nomor 26 Tahun 2021 yang disampaikan antara lain sebagai berikut:

1. Para pelaku usaha penyelenggara pameran dagang internasional tidak perlu mengajukan persetujuan penyelenggaraan pameran dagang internasional di dalam negeri karena masuk ke dalam kategori risiko menengah rendah.
2. Namun demikian, para pelaku usaha penyelenggara pameran dagang harus memenuhi persyaratan penyelenggaraan pameran dagang internasional, yaitu:
 - a. Persyaratan umum, yang terdiri atas:
 - 1) Rencana Pameran Dagang yang harus disampaikan pelaku usaha kepada Kemendag. Rencana penyelenggaraan pameran dagang yang akan

dilakukan dalam satu tahun dapat disampaikan pada bulan Januari atau per kegiatan paling lambat 10 hari kerja sebelum pelaksanaan.

- 2) Laporan Pelaksanaan Pameran Dagang yang harus disampaikan pelaku usaha paling lambat 30 hari kalender setelah pelaksanaan.
- 3) Persyaratan khusus produk, yaitu persyaratan yang harus dipenuhi barang/jasa yang dipamerkan.
- 4) Persyaratan Sarana, antara lain meliputi mengenai lokasi, tempat penyelenggaraan, dan konstruksi *stand* yang digunakan.

Rencana maupun laporan pelaksanaan pameran dagang disampaikan secara elektronik melalui laman sipt.kemendag.go.id.

3. Sanksi yang dikenakan kepada para pelaku usaha penyelenggara pameran dagang yang tidak memenuhi persyaratan umum usaha dan persyaratan sarana adalah sanksi administratif yang berupa teguran tertulis paling banyak dua kali masing-masing untuk jangka waktu paling lama 14 (empat belas) hari kerja. Lebih lanjut, Kementerian Perdagangan dapat menyampaikan rekomendasi pencabutan NIB kepada lembaga penerbit perizinan berusaha.

Selain pemaparan mengenai Peraturan Menteri Perdagangan nomor 26 Tahun 2021, dalam rangkaian diseminasi juga disampaikan mengenai substansi Peraturan Direktur Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional Nomor 12 Tahun 2022 tentang Petunjuk Teknis Mekanisme Penyampaian Rencana Penyelenggaraan dan Laporan Realisasi Penyelenggaraan Pameran Dagang Internasional di dalam negeri. Peraturan Direktur Jenderal ini memberikan detail informasi mengenai hal-hal yang harus dicantumkan oleh para pelaku usaha penyelenggara pameran dagang internasional dalam rencana penyelenggaraan dan laporan realisasi penyelenggaraan pameran dagang internasional.

Sumber Daya Manusia Ditjen PEN

Dalam menunjang seluruh program dan kegiatannya, Ditjen PEN didukung oleh Sumber Daya Manusia sebanyak 233 orang yang terdiri dari 187 orang ASN dan 46 non ASN, di mana 19 orang diantaranya merupakan CPNS tahun 2022. Rincian pegawai Ditjen PEN adalah sebagai berikut:

1. 1 orang Direktur Jenderal

2. 5 orang Pejabat Eselon II
3. 1 orang Kepala Bagian Umum
4. 4 orang Kepala Subbagian Tata Usaha
5. 1 orang Kepala Subbagian Barang Milik Negara dan Rumah Tangga
6. 104 orang Jabatan Fungsional Tertentu

7. 71 orang Jabatan Fungsional Umum

8. 46 orang Pegawai Non ASN

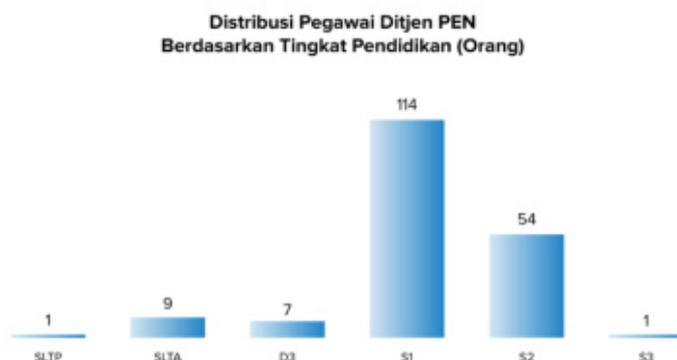
Adapun sebaran pegawai di lingkungan Ditjen PEN berdasarkan tingkat pendidikan dan golongan adalah sebagaimana disebutkan pada grafik berikut:

Grafik 1. Komposisi Pegawai Ditjen PEN berdasarkan Golongan Orang



Sumber: Bagian Umum Set. Ditjen PEN 2022

Grafik 2. Tingkat Pendidikan Pegawai Ditjen PEN



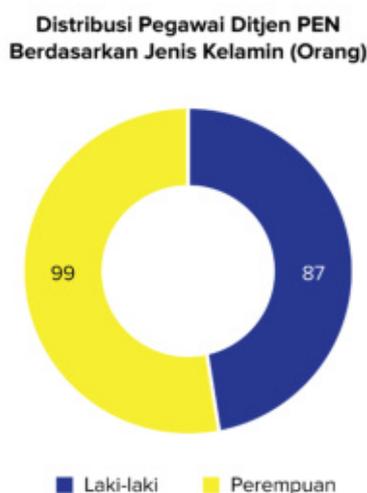
Sumber: Bagian Umum Set. Ditjen PEN 2022

Grafik 1 menunjukkan bahwa mayoritas pegawai Ditjen PEN memiliki Golongan III/A sebanyak 55 orang. Sedangkan Grafik 2 menunjukkan bahwa struktur

distribusi pegawai pada Ditjen PEN didominasi oleh pegawai dengan tingkat pendidikan strata 1 sebanyak 114 orang dan Strata 2 sebanyak 54 orang. Adapun

distribusi pegawai berdasarkan jenis kelaminnya, proporsinya terlihat pada Grafik 3 di bawah ini:

Grafik 3 Distribusi Pegawai Berdasarkan Jenis Kelamin



Sumber: Bagian Umum Sekretariat Ditjen PEN, 2021

Dari Grafik 3 di atas dapat terlihat bahwa pegawai pada Ditjen PEN

sebanyak 99 orang berjenis kelamin perempuan, sedangkan

sisanya sebanyak 87 orang berjenis kelamin laki - laki.

Penyerapan Anggaran Ditjen PEN 2022

Dari sisi kinerja anggaran, alokasi anggaran untuk Ditjen PEN pada awal tahun 2022 adalah Rp 238.863.585.000, mengalami penurunan 44,01% dibandingkan alokasi anggaran pada tahun 2021 yang sebesar Rp 426.617.753.000. Namun, setelah mengalami *refocusing*, anggaran Ditjen PEN tahun 2022 mengalami penurunan menjadi Rp 194.756.928.000. Adapun tingkat penyerapan anggaran

Ditjen PEN tahun 2022 setelah *refocusing* adalah sebesar Rp 189.975.781.993 atau 97,55%. Realisasi anggaran tahun 2022 mengalami kenaikan 1,24% dari realisasi anggaran tahun 2021 yang sebesar 92,25%.

Realisasi anggaran tersebut digunakan untuk pembiayaan pencapaian Sasaran Kegiatan Ditjen PEN “Meningkatnya diversifikasi dan produk ekspor

yang berdaya saing” dan pembiayaan pencapaian kinerja Ditjen PEN antara lain melalui kegiatan sekretariat Ditjen PEN, pengembangan produk ekspor, pengembangan pasar dan informasi ekspor, kerja sama pengembangan ekspor, pengembangan promosi dan citra, dan pengembangan SDM bidang ekspor.

Tabel 4. Realisasi Anggaran 2022 per Kegiatan (31 Desember 2022)

No.	Kegiatan	Pagu Awal (Rp)	Pagu <i>Refocusing</i> (Rp)	Realisasi (Rp)	Persentase (%)
1.	Sekretariat Ditjen PEN	70.531.515.000	60.150.451.000	59.173.310.544	98,38%
2.	Pengembangan Produk Ekspor	14.800.000.000	12.591.363.000	12.550.430.159	99,67%
3.	Pengembangan Pasar dan Informasi Ekspor	10.800.000.000	7.738.776.000	6.313.458.252	81,58%
4.	Kerja sama Pengembangan Ekspor	6.300.000.000	4.771.003.000	4.636.133.335	97,17%
5.	Pengembangan Promosi dan Citra	116.800.000.000	89.997.728.000	88.169.988.380	97,97%
6.	Pengembangan SDM Bidang Ekspor	19.632.070.000	19.507.607.000	19.132.461.323	98,08%
Total		238.863.585.000	194.756.928.000	189.975.781.993	97,55%

Sumber: Tim Bidang Keuangan & Tindak Lanjut LHP, Sekretariat Ditjen PEN 2022

BAB III

PENUTUP



Ditjen PEN Sebagai Pelaksana Tugas Bidang Pengembangan Ekspor Nasional

Ditjen Pengembangan Ekspor Nasional, sebagai pelaksana tugas di bidang pengembangan ekspor, telah melaksanakan program dan kegiatan pengembangan ekspor terpadu yang meliputi: pengembangan pasar dan informasi ekspor, pengembangan ekspor dan produk manufaktur, pengembangan ekspor produk primer, dan pengembangan ekspor jasa dan produk kreatif.

Kegiatan-kegiatan tersebut dijabarkan dalam kegiatan kegiatan peningkatan pelayanan informasi ekspor kepada dunia usaha, mengintensifkan kegiatan promosi produk Indonesia di dalam dan luar negeri dengan mengikutsertakan dunia usaha secara aktif dalam pameran dagang internasional, mengirimkan misi dagang, investasi ke target-target pasar, dan menyelenggarakan pameran produk ekspor di dalam negeri.

Demikian pula pemberian bimbingan dan konsultasi ekspor kepada pengusaha UKM, mendorong peningkatan kualitas, desain produk ekspor dengan bantuan tenaga ahli, meningkatkan permintaan hubungan dagang (*inquiry*) kepada dunia usaha, serta mendorong pengembangan jaringan dan kerja sama pemasaran di luar negeri.

Perbaikan Terhadap Beberapa Kinerja Menuntut Adanya Kerja Keras Serta Koordinasi Yang Baik dari Berbagai Unit di Ditjen PEN

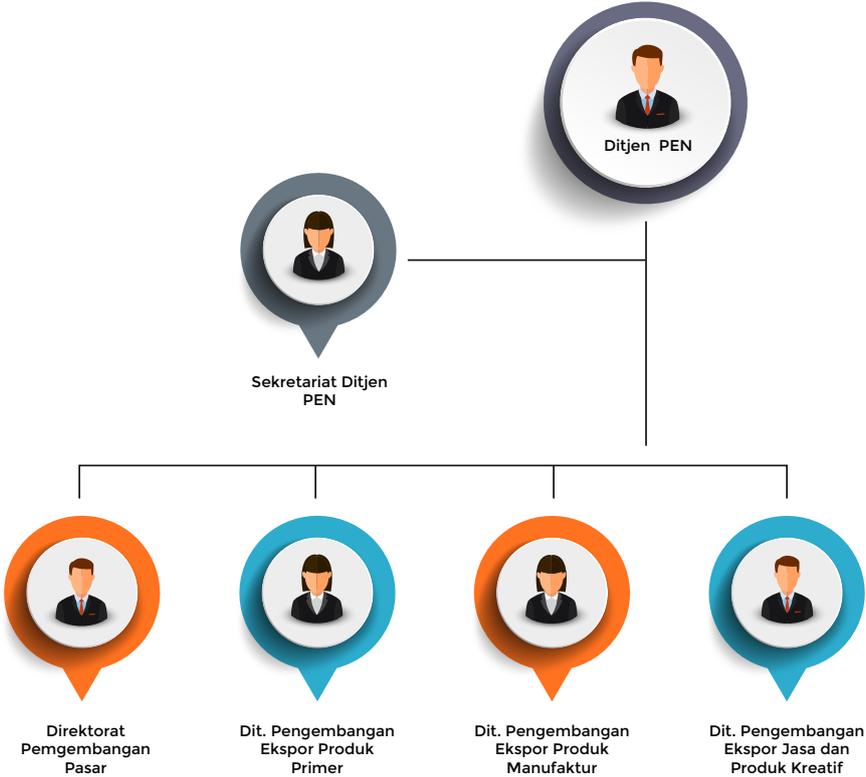
Berbagai pencapaian pelaksanaan pengembangan ekspor nasional di tahun 2022 perlu dipertahankan dan ditingkatkan pada tahun-tahun mendatang. Sementara itu,

terdapat pula beberapa capaian kinerja yang belum mencapai target optimal diharapkan dapat diperbaiki di tahun berikutnya. Perbaikan menuntut adanya kerja keras serta koordinasi yang

baik dari berbagai unit di Ditjen PEN, baik di dalam maupun di luar negeri mengingat tantangan yang dihadapi semakin berat.

Lampiran

Lampiran I. Struktur Organisasi Ditjen PEN



Lampiran II. Rekap Anggota *Inaexport* yang Memanfaatkan *Market Intelligence* Pada Januari-Desember 2022

No.	Nama Perusahaan	Total
1	Msu Company	466
2	Agro Wijaya	248
3	Kalpa Wira Persada	92
4	Sumber Air Hidup Sentosa	74
5	Idn General Trade	73
6	Kirasa Global Hamirra	64
7	Mazaya Anugrah Sakti	64
8	Aha Family Export	62
9	Trimitra Anugerah Global	60
10	East Crops Indonesia	60
11	Hnf Alam Sejahtera	56
12	Golden Victory International	47
13	Flavory Spices	41
14	Rendang Uni Tutie	38
15	Ditjen Pen	35
16	Agro Rahayu Pratama	33
17	Adaro Global Sinergi	30
18	Yabara Asia Internasional	30
19	Hello	29
20	Globalindo Partner	26
21	Pt Komonditas Export	26
22	Indonesia Koneksi Global	25
23	Niaga Guna Corporindo	25
24	Razika Almira Mulia	24
25	Pembuka Jaya	23
26	Fabindo Sejahtera	23
27	Berdaya Bersama Agraris	22
28	Kontaineran Nusantara	22
29	Celebes Jaya Nusantara	22
30	Agro Dewata Indonesia	21
31	Meuble Land	19
32	Blantika Indo Global	19
33	Mirocraft	18
34	Dirgahayu Kreasi Nusantara	17
35	Duocrick	15
36	Berkat Buana Harvestindo	14
37	Hawaadam International Export	13
38	Indoniaga Mitra Bumi	13
39	Rysma Prima Indonesia	12
40	Spice Indonesian Group	11
41	PT Java Rata Indonesia	11

No.	Nama Perusahaan	Total
42	Timur Jaya Prestasi	10
43	Mutua Global Indo	10
44	Cipta Alam Nusantara	9
45	Rhapsody Pratama	9
46	PT Harrell Berkah Abadi	8
47	Eras Group	8
48	Sevanam Karya Utama	8
49	Alk Damarindo Technic	8
50	Citra Alam Mustika	8
51	Celebes Jaya Nusantara	7
52	Teckno Dua Indonesia	7
53	Fore Global Indoraya	7
54	Zamusth Cahaya Nusantara	6
55	Mega Cahaya	6
56	Cipta Abadi	6
57	Ralio Selesa Internasional	6
58	Cipta Lebah Berkah	5
59	Bina Agriculture Nusantara	5
60	Karya Bakti Nusantara	5
61	Alam Rempah Nusantara	5
62	Nudira Sumber Daya Indonesia	5
63	Jayanesia Nusantara	5
64	Anindo Furniture	5
65	Jackin Boaz	5
66	Fidka Satya Nusantara	5
67	Niaga Tani Nusantara	5
68	Nusa Tropical Indonesia	5
69	Suki Komoditi Nusantara	5
70	Wahana Interfood Nusantara	5
71	Gemilang Abadi Ekspor	5
72	PT Kaleb Makmur Adhigana	4
73	Makmur Kita Perkasa	4
74	Galant Global Indo	4
75	Asna Home Decorations Indonesia	4
76	Bukit Banaran Sejahtera	4
77	Kosa Tropical International	4
78	Almas Jaya Sentosa	4
79	Kurnia Global Jaya Export	4
80	Nucoco Sentra Agro	4
81	Amalia Niagatama Trading Indonesia	4
82	Ajidharma Corporindo	4
83	Travasa Indotama	4
84	Tri Putra Dharma	4
85	Adyuta Gemilang Artha	4

No.	Nama Perusahaan	Total
86	Maharani Abadi	3
87	Maharani	3
88	Assamarkand Gen	3
89	Deraf Maju Sejahtera	3
90	Arnaelis Global Eksport	3
91	Tri Export Indo	3
92	PT Litani Abadi Nusantara	3
93	Strata Usaha Internasional	3
94	Pendawalima Agawe Sembada	3
95	Gloria Origita Cosmetics	3
96	Aro Mas Mulia	3
97	Poluan Trading Indonesia	3
98	Sarsy Indonesia	3
99	Astra Otoparts Tbk.	3
100	Dbit Agro Sejahtera	3
101	Tabea Indococo Global	3
102	Madura Ekspor Indonesia	3
103	Indonesia Simon	3
104	Aroma Wangi Indonesia	3
105	PT Perusahaan Perdagangan Indonesia	3
106	Agro Global Sentosa	3
107	Detira Primananda	3
108	PT Kampi Cipta Solusi	3
109	Hikari Jaya	2
110	Borneo Seafood Indonesia	2
111	Abramia Indonesia Global Niaga	2
112	Terang Net Group	2
113	Sri Sumber Rizqy	2
114	Kevin Erlangga	2
115	Harvest Arunika Indonesia	2
116	Putra Vjindo Grup	2
117	Kawan Petani Indonesia	2
118	Sumatera Kartindo	2
119	Mitra Kayu Nusantara	2
120	Kelapa Ina Agro	2
121	Ansan Daero	2
122	Indo Fortune Agropreneur	2
123	Mitra Alam Indonesia	2
124	Harmoni Jaya Kreasi	2
125	Sentana Art Wood	2
126	Multi Usaha Group	2
127	Naiila	2
128	Sagu Martabat Sejati	2
129	Hoeda Kharya Santoesa	2

No.	Nama Perusahaan	Total
130	Oryza Global Indo	2
131	Best	2
132	Nusantara Amanah Bersama	2
133	Cipta Azka Nusantara	2
134	PT Agiletekno Global Inovasi	2
135	Esita Janitra Samika	2
136	Abyu Farm	2
137	Aman Begja Adinata	2
138	Gunung Subur Sejahtera	2
139	Agrosing East Java	2
140	Energi Alam Indonesia	2
141	Kwalimas Agro Jaya	2
142	Cipta Surya Merdeka	2
143	Golden Field International	2
144	Merapi Dunia Tekstil	2
145	Mitra Agri Supplies	2
146	Astari Cipta Karsa	2
147	Banteng Artha Investama	2
148	Amanda Amanah Mandiri	2
149	Alumindo Berkat Sejahtera	2
150	Sum Global	2
151	Barokah Farm International	2
152	Pesisir Pelita Raya	1
153	Biro Perencanaan	1
154	Global Berkah Berjaya	1
155	CV Cahaya Gemilang Teknik Indonesia	1
156	Berkah Alam Minagkabau	1
157	Razindo Global Indonesia	1
158	Mainland Spice Indonesia	1
159	Hook Interior	1
160	Agro Trading Nusantara	1
161	Wadja Karya Dunia	1
162	Tsuraya Borneo Agro	1
163	Berdaya Berjaya Bersama	1
164	Dinata Natura Gemintang	1
165	Rajawali Nusindo	1
166	Perdana Surya Niaga	1
167	Angkasa Raya Cemerlang	1
168	Sari Bhuwana Nusajaya	1
169	Agradaya	1
170	Harum Bersaudara Berkah Indonesia	1
171	PT Trias Prima Satria	1
172	Lokaekspor Tani Indonesia	1
173	Gunung Agro Indonesia	1

No.	Nama Perusahaan	Total
174	CV Mandiri Berkah	1
175	Karya Pandawa Sampurna	1
176	Azhari Universal Factory	1
177	Corby Anugerah Nusa	1
178	Mustika Alam Indonesia	1
179	Yza Akina Internusa	1
180	West Menoreh Indonesia	1
181	Madalle	1
182	Boymaxwell Indojoya Grup	1
183	Mutiara Laut Abadi	1
184	Ibamboo Hijau Nusantara	1
185	Nalindo Jaya Abadi	1
186	Dlyzha Permata Indonesia	1
187	Nangoma	1
188	Mega Inovasi Organik	1
189	Kastindo Prima Energi	1
190	Borneo Ocean Nauly	1
191	Jawa Classic Aesthetics Furniture & Craft	1
192	Sangkara Tri Semesta	1
193	Armada Mas Jasa Permana	1
194	Zaman Trans Indonesia	1
195	Jas Organik Indonesia	1
196	Javanesia Agro Prima	1
197	Universal Niaga Indonesia	1
198	Mahmudsoft Corp	1
199	Meldeb Duta Kreatif	1
200	Banten 01 Sample	1
201	Agrinusa Duta Indonesia	1
202	Saung Organik	1
203	Mulya Siwi Abadi	1
204	Cariza Khansa Pratama	1
205	Java Agro Mandiri	1
206	Karya Makmur Kita	1
207	Arimur Global Pratama	1
208	Orfaland Universal Indonesia	1
209	Urang Ayu	1
210	Gogo Coco Indonesia	1
211	Kianu Alam Lestari	1
212	Tirta Berkat Karunia	1
213	Ladang Bumi	1
214	Universal Agro Indo	1
215	Indococo Mattuju	1
216	Abizard Niaga Utama	1

Lampiran III Rekap Dokumen Martel yang Dimanfaatkan Anggota *Inaexport* Januari-Desember 2022

No.	Dokumen Martel	Negara	Total
1	Coffee	Korea, South	54
2	Market Information 2021: Hungary	Hungary	43
3	Spices	Korea, South	40
4	Business Intelligent Of Tea In Germany	Germany	32
5	Export Opportunity For Indonesia Wooden Furniture To United States	USA	31
6	70/5000 Market Brief Of Coconut And Peanut Products (Hs-0801) In Hungarian Market	Hungary	30
7	Coffee	Australia	25
8	Vanilla	Japan	24
9	Market Brief On Coconut Fibers	Philippines	23
10	Rempah-Rempah	Vietnam	22
11	Nipah Broom Market In India	India	21
12	Wood Pellet	Korea, South	21
13	Pepper	Japan	20
14	Martel Ready Meal Saudi Arabia Itpc Jeddah	Saudi Arabia	19
15	Market Brief Tropical Fruits	Australia	19
16	Business Intelligence Analysis Report – Spices Hs 0904 To 0910 – Spain 2021	Spain	18
17	Market Brief Coffee	Chile	18
18	Market Brief Herbs And Spices	Australia	16
19	Ceramic Tableware, Kitchenware, Other Household Articles And Toilet Articles	Korea, South	15
20	Market Brief On Coffee Bean	Philippines	15
21	Market Intelligence On Herbs And Spices	Philippines	15
22	Report Of Intelligence Information And Competitor Strategies For Cooking Spices On The Spanish Market	Spain	15
23	Furniture	Australia	15
24	Coffee Market In India	India	14
25	Fisheries And Seafood Products Market Opportunity In Uk	United Kingdom	14
26	Business Intelligent Of Horticultural In Singapore	Singapore	13
27	Market Brief: Home Decor	Usa	13
28	Market Intelligent: Spices	Usa	13
29	Saus Dan Bumbu	Vietnam	13
30	Porang	Japan	12
31	Business Intelligence Report - Athleisure In The Us	Usa	12
32	Business Intelligence Spices	China	11
33	Market Brief Essential Oils	Australia	11
34	Market Opportunity For Tea In United Kingdom	United Kingdom	11
35	Market Intelligence Wood Products And Furniture In India	India	11
36	Business Intelligence Desiccated Coconut	India	11
37	Other Furniture And Parts Thereof	Korea, South	11

No.	Dokumen Martel	Negara	Total
38	<i>Apparel</i>	Japan	11
39	<i>Market Brief: Apparel (Textile Produc)</i>	Usa	11
40	<i>Market Intelligence Coconut Sugar</i>	Malaysia	11
41	<i>Market Brief Knitwear</i>	Australia	11
42	<i>Market Brief "Charcoal Briquettes"</i>	Chile	11
43	<i>Business Intelligence Coconut Milk</i>	Italy	10
44	<i>Spices</i>	United Arab Emirates	10
45	<i>Processed Food Market In India</i>	India	10
46	<i>Biodiesel</i>	Korea, South	10
47	<i>Cocoa Butter Product Market In India</i>	India	10
48	<i>Market Brief Cocoa</i>	Australia	10
49	<i>Frozen Shrimp</i>	Japan	10
50	<i>Spices In Canada Market</i>	Canada	10
51	<i>Business Intelligence Chocolate Product</i>	United Arab Emirates	9
52	<i>Wood And Plywood Flooring Products In Italy - Business Information</i>	Italy	9
53	<i>Business Intelligence Analysis Report - Beauty And Skin Care Products Hs 3304 – Spain 2020</i>	Spain	9
54	<i>Market Brief: Furniture</i>	Usa	9
55	<i>Business Intelligent Of Processed Food Products In Singapore</i>	Singapore	9
56	<i>Business Intelligence Coconut Product</i>	China	9
57	<i>Business Intelligent Of Oleochemical Products In Singapore</i>	Singapore	9
58	<i>Business Intelligence Charcoal</i>	Italy	9
59	<i>Market Brief: Octopus (Seafood)</i>	Usa	9
60	<i>Opportunity For Fashion Product In United States</i>	Usa	9
61	<i>Skincare</i>	Japan	9
62	<i>Market Brief Copra, Coconut Products And Coconut Charcoal In India</i>	India	9
63	<i>Peluang Pasar Rempah-Rempah (Hs 09) Di Italia</i>	Italy	9
64	<i>Report Of Intelligence Information And Competitor Strategies For Canned Pineapple On The Spanish Market</i>	Spain	8
65	<i>Business Intelligence Cooper Product</i>	China	8
66	<i>Market Brief On Shallot</i>	Philippines	8
67	<i>Business Intelligence Analysis Report - Vanilla Hs 0905.10 And 0905.20 – Spain 2020</i>	Spain	8
68	<i>Market Intelligence Spices Market & Culinary In India</i>	India	8
69	<i>Coffee</i>	United Arab Emirates	8
70	<i>Edible Oil Market In India</i>	India	8
71	<i>Areca Nut Market In India</i>	India	8
72	<i>Business Intelligence Wood And Wood Product</i>	Netherlands	8
73	<i>Peluang Pasar Rempah-Rempah (Hs 0904-0910) Di Italia</i>	Italy	8
74	<i>Business Intelligence Report: Footwear Product (Hs 64)</i>	Hungary	8
75	<i>Business Intelligence Of Gaming Industry In Brazil</i>	Brazil	8
76	<i>Market Intelligence Processed Food Product</i>	Australia	8

No.	Dokumen Martel	Negara	Total
77	<i>Business Intelligence Furniture</i>	Germany	8
78	<i>Peluang Pasar Produk Curcuma/Kunyit (Hs 0910) Di Spanyol</i>	Spain	7
79	<i>Tea</i>	Australia	7
80	<i>Charcoal In Canada Market</i>	Canada	7
81	<i>Business Intelligence Desiccated Coconut</i>	Brazil	7
82	<i>Produk Tas Dari Bahan Kulit Atau Komposisi Kulit</i>	Korea, South	7
83	<i>Business Intelligence Analysis Report - Coconut Milk Hs 2106.90.99 – Spain 2020</i>	Spain	7
84	<i>Coffee, Tea, Spices</i>	Hong Kong	7
85	<i>Market Brief On Plastic Products</i>	Philippines	7
86	<i>Spices Market In India</i>	India	7
87	<i>Palm Oil Market In India</i>	India	7
88	<i>Market Brief Fish And Seafood</i>	Australia	7
89	<i>Coconut Oil And Palm Kernel Oil</i>	United Arab Emirates	7
90	<i>Business Intelligence Report: Cocoa Powder (Hs 1805)</i>	Hungary	7
91	<i>Tropical Fruits</i>	United Arab Emirates	7
92	<i>Spa And Body Care Services In Italy - Business Information</i>	Italy	7
93	<i>Report Of Intelligence Information And Competitor Strategies For Vanilla Products On The Spanish Market</i>	Spain	7
94	<i>Peluang Pasar Produk Cengkeh (Hs 0907) Di Spanyol</i>	Spain	7
95	<i>Instant Coffee In Nigeria</i>	Nigeria	7
96	<i>Market Intelligence On Milkfish Fry</i>	Philippines	7
97	<i>Laporan Informasi Intelijen Bisni Produk Rempah Di Italia</i>	Italy	7
98	<i>Business Intelligence Analysis Report Of Chemical Materials And Products Om India</i>	India	7
99	<i>Market Intelligence Product Coconut Natural Oil</i>	Germany	7
100	<i>Soap Market In India</i>	India	7
101	<i>Business Intelligence Wood Pellets</i>	Italy	6
102	<i>Business Intelligence Porang Product</i>	China	6
103	<i>Market Intelligence For Indonesian Textiles In Egypt</i>	Egypt	6
104	<i>Analysis Of Market Intelligence: Spices Product (Hs 09)</i>	Hungary	6
105	<i>Market Intelligence Of Indonesian Black Pepper In Egypt</i>	Egypt	6
106	<i>Market Intelligence Instant Coffee</i>	Nigeria	6
107	<i>Market Brief Fertilizers</i>	Australia	6
108	<i>Business Intelligence Report: Seasoning Product</i>	Hungary	6
109	<i>Sauces</i>	Japan	6
110	<i>Market Intelligence Biscuit Product</i>	Nigeria	6
111	<i>Business Intelligence Chemical Product</i>	Hong Kong	6
112	<i>Business Intelligence Furniture Product</i>	Brazil	6
113	<i>Market Intelligence On Home Décor And Handicraft</i>	Canada	6
114	<i>Market Intelligence Of Fish And Marine Products In Egypt</i>	Egypt	6
115	<i>Business Intelligence Analysis Report - Essential Products Hs 3301.29 – Spain 2020</i>	Spain	6

No.	Dokumen Martel	Negara	Total
116	<i>Essential Oil Market In India</i>	India	6
117	<i>Business Intelligence Rubber Product</i>	China	6
118	<i>Peluang Pasar Produk Minyak Kelapa Indonesia (Hs 1513) Di Spanyol</i>	Spain	6
119	<i>Business Intelligence Decorative Plants</i>	Germany	6
120	<i>Business Intelligent Of Green Coffee Bean Products In Singapore</i>	Singapore	6
121	<i>Business Intelligence Tobacco And Manufactured Tobacco</i>	Switzerland	6
122	<i>Exporting Sugar Confectioneries To Germany</i>	Germany	6
123	<i>Basket Craft Products - Business Information</i>	Italy	6
124	<i>Market Brief Mie Instan In Saudi Arabia Market</i>	Saudi Arabia	6
125	<i>Market Brief Office Furniture</i>	Australia	6
126	<i>Snack & Biscuits</i>	Korea, South	6
127	<i>Business Intelligence Bird's Nests</i>	China	6
128	<i>Market Brief - Crude Palm Oil</i>	Australia	6
129	<i>Cosmetic</i>	Korea, South	5
130	<i>Report Of Intelligence Information And Competitor Strategies For Coconut Water On The Spanish Market</i>	Spain	5
131	<i>Market Brief Spicies Itpc Jeddah</i>	Saudi Arabia	5
132	<i>Business Intelligence Coffee</i>	Mexico	5
133	<i>Market Intelligence Charcoal Hs 4402 In Saudi Arabia - Itpc Jeddah</i>	Saudi Arabia	5
134	<i>Business Intelligence Live Fish</i>	Philippines	5
135	<i>Business Intelligence Analysis Report Of Chips Product (Food Product) Hs Code 1904</i>	China	5
136	<i>Business Information Of Various Furniture Product In Brazil</i>	Brazil	5
137	<i>Panduan Langkah Demi Langkah Bagi UKM Indonesia Untuk Mengekspor Ke Kanada</i>	Canada	5
138	<i>Nut Market In India</i>	India	5
139	<i>Lada</i>	Vietnam	5
140	<i>Report Of Intelligence Information And Competitor Strategies For Canned Tuna On The Spanish Market</i>	Spain	5
141	<i>Market Brief Produk Kakao Dan Olahan Kakao Di Jerman</i>	Germany	5
142	<i>Market Brief For Fillet Frozen Tilapia Products</i>	Canada	5
143	<i>Market Brief Footwear</i>	United Arab Emirates	5
144	<i>Business Intelligence - Tropical Fruit In Spain 2019</i>	Spain	5
145	<i>Business Intelligence Product Coffee In Germany</i>	Germany	5
146	<i>Peluang Pasar Produk Cabai Kering Di Spanyol</i>	Spain	5
147	<i>Jewelry & Parts, Of Prec Metal Or Clad</i>	Japan	5
148	<i>Business Intelligence Cocoa</i>	Mexico	5
149	<i>Market Intelligence Product Bicycle Wheel In Germany</i>	Germany	5
150	<i>Business Intelligence Culinary</i>	Mexico	5
151	<i>Market Intelligence Of Spices Product In Brazil</i>	Brazil	5
152	<i>Market Intelligence On Cigarette</i>	Philippines	5
153	<i>Paper And Paperboard Product Market In India</i>	India	5

No.	Dokumen Martel	Negara	Total
154	<i>Market Brief Produk Kopi Di Italia</i>	Italy	5
155	<i>Market Brief Orthopedics</i>	Australia	5
156	<i>Business Information Of Rattan Product In Brazil</i>	Brazil	5
157	<i>Paper Market In India</i>	India	5
158	<i>Market Brief Palm Sugar</i>	Chile	5
159	<i>Cosmetics & Toiletries Market In India</i>	India	5
160	<i>Fresh, Frozen And Fillet Fish Products On The Italian Market - Business Information</i>	Italy	5
161	<i>Jewelry Products In Italy - Business Intelligence</i>	Italy	5
162	<i>Business And Market Intelligence On Culinary</i>	Philippines	5
163	<i>Seafood In Canada Market</i>	Canada	5
164	<i>Market Brief On Ginger</i>	Philippines	5
165	<i>Report Of Intelligence Information And Competitor Strategies For Coffee Not Roasted & Not Decaffeinated On The Spanish Market</i>	Spain	5
166	<i>Business Intelligence Wallet</i>	Hong Kong	5
167	<i>Birds` Nests</i>	Japan	5
168	<i>Business Intelligence Fertilizer</i>	Italy	5
169	<i>Snack</i>	Korea, South	4
170	<i>Business Intelligence Medical Instrument And Appliances</i>	Spain	4
171	<i>Market Intelligence Wood And Articles Of Wood Product</i>	Australia	4
172	<i>Market Brief Produk Furniture Di Brazil</i>	Brazil	4
173	<i>Rokok Dan Tembakau</i>	Vietnam	4
174	<i>Market Brief Produk Charcoal Di Brazil</i>	Brazil	4
175	<i>Report Of Intelligence Information And Competitor Strategies For Personal Protective Equipment On The Spanish Market</i>	Spain	4
176	<i>Business Intelligence Report - Women's Handbag In The Us</i>	Usa	4
177	<i>Business Intelligence For Cocoa Products In The Netherlands</i>	Netherlands	4
178	<i>Market Brief Silver Craft</i>	Australia	4
179	<i>Market Brief Coconut Copra Di Italia</i>	Italy	4
180	<i>Business Intelligence Report - Furniture In The Us</i>	Usa	4
181	<i>Market Brief Produk Saos Dan Pasta Tomat Di Nigeria</i>	Nigeria	4
182	<i>Automotive</i>	Australia	4
183	<i>Animal Feed Market In India</i>	India	4
184	<i>Market Intelligence Product Seaweed In Germany</i>	Germany	4
185	<i>Market Intelligent Analysis On Children Toys</i>	Italy	4
186	<i>Mineral Fertilizer / Chemical Fertilizer Product Market In India</i>	India	4
187	<i>Business Information Of Handicraft Product In Brazil</i>	Brazil	4
188	<i>Peluang Pasar Produk Vanilla Oleoresin Di Spanyol</i>	Spain	4
189	<i>Peluang Pasar Produk Nanas (Hs 0804) Di Spanyol</i>	Spain	4
190	<i>Peluang Pasar Produk Kopi Di Italia</i>	South Africa	4
191	<i>Business Intelligence Report: Paper Product (Hs 48)</i>	Hungary	4

No.	Dokumen Martel	Negara	Total
192	<i>Market Intelligence Product Moringa In Germany</i>	Germany	4
193	<i>Market Brief Peluang Usaha Produk Arang Kayu Di Italia</i>	Italy	4
194	<i>Export Performance And Potencial In Brazilian Market</i>	Brazil	4
195	<i>Market Intelligence Confectionary</i>	Nigeria	4
196	<i>Intelijen Bisnis Batu Bara (Hs 2701) Di Pasar Hong Kong</i>	Hong Kong	4
197	<i>Market Brief On Chewing Gum</i>	Philippines	4
198	<i>Market Intelligence Apparel Product</i>	Australia	4
199	<i>Report Of Intelligence Information And Competitor Strategies For Shrimps And Prawn On The Spanish Market</i>	Spain	4
200	<i>Iron And Steel</i>	Australia	4
201	<i>Business Market Intelligence On Food Supplement</i>	Philippines	4
202	<i>Essential Oil</i>	Korea, South	4
203	<i>Business Intelligence Report - Culinary Service In The Us</i>	Usa	4
204	<i>Wooden Furniture</i>	Japan	4
205	<i>Market Brief Produk Coconut Sugar Di Brazil</i>	Brazil	4
206	<i>Kacang Mete</i>	Vietnam	4
207	<i>Market Brief Produk Organik (Bio) Di Jerman</i>	Germany	4
208	<i>Business Intelligence Pharmaceutical Goods</i>	Spain	4
209	<i>Market Intelligence Cloves Code Hs 0907</i>	Germany	4
210	<i>Laporan Riset Kopi Indonesia Di Kanada</i>	Canada	4
211	<i>Gambier Market In India</i>	India	4
212	<i>Market Intelligence Product Bicycle In Germany</i>	Germany	4
213	<i>Market Intelligence On Soy Sauce</i>	Philippines	4
214	<i>Kemasan Plastik</i>	Vietnam	4
215	<i>Market Brief Produk Kopi Di Jerman</i>	Germany	4
216	<i>Market Opportunity For Acyclic Alcohol Products 2905 In Germany 2020</i>	Germany	4
217	<i>Market Intelligence Bird's Nests</i>	Japan	4
218	<i>Market Brief Spices</i>	Chile	4
219	<i>Charcoal</i>	Korea, South	4
220	<i>Market Opportunity Fo Footwear In The Uk</i>	United Kingdom	4
221	<i>Business Intelligence Beauty Products</i>	Mexico	4
222	<i>Business Intelligence Report - Pineapple Products In The Us</i>	Usa	4
223	<i>Cashew Nut</i>	United Arab Emirates	4
224	<i>Cosmetics Products</i>	United Arab Emirates	4
225	<i>Business Intelligence Analysis Report Food And Beverage Product Hs Code 2106</i>	China	4
226	<i>Pulp And Paper Product Market In India</i>	India	4
227	<i>Sugar</i>	Korea, South	4
228	<i>Business Intelligent Of Salted Egg Products In Singapore</i>	Singapore	4
229	<i>Market Brief Produk Kayu Manis Di Italia</i>	Italy	4
230	<i>Market Intelligence Textile</i>	Mexico	4
231	<i>Market Brief Produk Soya Souce Di Singapura</i>	Singapore	4

No.	Dokumen Martel	Negara	Total
232	<i>Analysis Of Market Intelligence: Electronic Product (Hs 85)</i>	Hungary	4
233	<i>Business Intelligence Analysis Report Wood And Wood Product Hs Code 44</i>	China	4
234	<i>Business Intelligence Mattress</i>	Usa	4
235	<i>Market Intelligence Of Furniture Product In Brazil</i>	Brazil	4
236	<i>Market Brief: Tubers</i>	Japan	4
237	<i>Market Brief Essential Oil</i>	United Arab Emirates	3
238	<i>Market Brief For Mixed Spices</i>	Canada	3
239	<i>Intelijen Bisnis Produk Coconut Palm Sugar Di Jerman</i>	Germany	3
240	<i>Market Brief Kopi Di United Arab Emirates</i>	United Arab Emirates	3
241	<i>Business Intelligence Report - Cocoa Products In The Us</i>	Usa	3
242	<i>Alas Kaki</i>	Vietnam	3
243	<i>Exporting Snacks To Germany</i>	Germany	3
244	<i>Analisa Intelijen Bisnis Wood Charcoal Di Jerman</i>	Germany	3
245	<i>Market Brief Produk Greenstone Di Brazil</i>	Brazil	3
246	<i>Gold Jewellery Market In India</i>	India	3
247	<i>Business Intelligence Analysis Report Product Hs Code 9403</i>	China	3
248	<i>Peluang Pasar Produk Essential Oils For Food Di Spanyol</i>	Spain	3
249	<i>Market Brief : Coffee</i>	Japan	3
250	<i>Market Opportunities For Coffee In United Kingdom</i>	United Kingdom	3
251	<i>Business Information Of Various Chair Product In Brazil</i>	Brazil	3
252	<i>Public Procurement Rf Jerman</i>	Germany	3
253	<i>Chemical</i>	Hong Kong	3
254	<i>Coklat Olahan</i>	Vietnam	3
255	<i>Report Of Intelligence Information And Competitor Strategies For Health Care Equipment Products On The Spanish Market</i>	Spain	3
256	<i>Market Brief "Fake Eyelashes"</i>	Chile	3
257	<i>Laporan Analisis Intelijen Bisnis Tas Di Afrika Selatan</i>	South Africa	3
258	<i>Tea Product In Canada Market</i>	Canada	3
259	<i>Business Intelligent Of Printing Machinery In Singapore</i>	Singapore	3
260	<i>Peluang Ekspor Produk Kakao Indonesia Di Konfederasi Swiss</i>	Switzerland	3
261	<i>Business Intelligence Of Indonesian Dessicated Coconut Product In Brazil</i>	Brazil	3
262	<i>Business Intelligent Analysis For Labware Ceramic</i>	South Africa	3
263	<i>Tableware & Kitchenware</i>	Korea, South	3
264	<i>Business Intelligence Analysis Report Ferro Alloys</i>	China	3
265	<i>Business Intelligence Cigaret</i>	Philippines	3
266	<i>Market Opportunities For Apparel In The Uk</i>	United Kingdom	3
267	<i>Orange</i>	United Arab Emirates	3
268	<i>Kakao</i>	Korea, South	3
269	<i>Peluang Pasar Produk Seafood (Hs 0302-0307) Di Italia</i>	Italy	3

No.	Dokumen Martel	Negara	Total
270	Market Brief Produk Fresk Melon Di Singapura	Singapore	3
271	Business Intelligence Analysis Report Electronic Products Hs Code 85	China	3
272	Carageenan	Chile	3
273	Penutup Kepala	Vietnam	3
274	Business Intelligence Paper Doilies	Mexico	3
275	Tin	Japan	3
276	Market Brief Syringe & Medical Gloves	Chile	3
277	Intelijen Bisnis Produk Plywood Di Jerman	Germany	3
278	Frozen Fish	Korea, South	3
279	Garment	Hong Kong	3
280	Market Intelligence Air Conditioner (Ac) Product	South Africa	3
281	Market Brief Paper And Paperboard	Australia	3
282	Footwear	Australia	3
283	Vegetable And Processed Vegetable Products	United Arab Emirates	3
284	Business Intelligence For Essential Oil In The Netherlands	Netherlands	3
285	Business Intelligence Consulting Services	Mexico	3
286	Market Brief Produk Teh Di Brazil	Brazil	3
287	Bags And Suitcases	United Arab Emirates	3
288	Analisis Intelijen Elektronik Hs 8528	Thailand	3
289	Fashion Accessories Market In India	India	3
290	Market Brief Produk Kacang Mete Di Brazil	Brazil	3
291	Business Intelligence Leather Product	Switzerland	3
292	Batu Bara	Vietnam	3
293	Market Brief Margarine	Chile	3
294	Market Intelligence Coffee	Saudi Arabia	3
295	Market Brief: Gloves	Japan	3
296	Market Opportunities For Home Furnishings In United Kingdom	United Kingdom	3
297	Juice Of Fruit Or Vegetables	Korea, South	3
298	Market Brief Footwear	Nigeria	3
299	Business Intelligence Analysis Report Product Hs Code 4419	China	3
300	Business Intelligent Of Mangosteen Products In Singapore	Singapore	3
301	Market Brief Baby Clothes	Chile	3
302	Intelligence Market Frozen Shrimp And Prawns	Japan	3
303	Market Brief Produk Bawang Di Singapura	Singapore	3
304	Market Brief Cement	Australia	3
305	Business Intelligence Iron And Steel	China	3
306	Business Intelligence On Consultant Services Market	Philippines	3
307	Market Brief: Organic Chemicals	Japan	3
308	Market Intelligence Product Gloves	Germany	3
309	Business Intelligence Chemical Product	India	3
310	Laporan Informasi Intelijen Bisnis Produk Buah Tropis Di Italia	Italy	3

No.	Dokumen Martel	Negara	Total
311	Pe;Uang Pasar Cokelat (Hs1806) Di Italia	Italy	3
312	<i>Game And Toys</i>	Japan	3
313	Peluang Pasar Alas Kaki Di Italia	Italy	3
314	<i>Market Brief: Packing Goods Of Plastics</i>	Japan	3
315	<i>Crustacea</i>	Korea, South	3
316	<i>Handbag Leather</i>	Korea, South	3
317	<i>Market Intelligence Yarn Code Hs 5205</i>	Germany	3
318	<i>Confectionary Market In Nigeria</i>	Nigeria	3
319	<i>Fabricated Wood Manufacturing</i>	Australia	3
320	<i>Tire Market In India</i>	India	3
321	Tisu	Vietnam	3
322	<i>Business Intelligence Golf Equipment</i>	Hong Kong	3
323	<i>Business Intelligence Canned Tuna</i>	Japan	3
324	<i>Peluang Pasar Produk Teh Di Italia</i>	Italy	3
325	<i>Market Brief For Rubber Footwear</i>	Canada	3
326	<i>Ship And Boat Market In India</i>	India	3
327	Peluang Pasar Produk Elektronik Di Italia	Italy	3
328	Peluang Pasar Cokelat (Hs 1806) Di Italia	Italy	3
329	<i>Business Intelligence Fertilizer</i>	Mexico	3
330	<i>Peluang Pasar Makanan Olahan (Hs 19-21) Di Italia</i>	Italy	3
331	<i>Business Intelligence Electronic Product</i>	Hungary	2
332	Laporan Informasi Intelijen Bisnis Produk Serat Sintetis Di Italia	Italy	2
333	<i>Market Intelijen Teh Di Pasar Jerman</i>	Germany	2
334	<i>Business Intelligence Jerseys, Pullovers, Cardigans, And Waistcoats</i>	Hong Kong	2
335	<i>Paper Product In Canada Market</i>	Canada	2
336	<i>Market Brief: Plywood</i>	Japan	2
337	<i>Luggage Bags</i>	Australia	2
338	<i>Market Intelijen Produk Glassware Di Brazil</i>	Brazil	2
339	<i>Business Intelligence Palmitic Acid</i>	Mexico	2
340	<i>Market Brief For Guitars</i>	Canada	2
341	<i>Peluang Pasar Produk Batu Bara Di Vietnam</i>	Vietnam	2
342	<i>Market Brief Produk Air Rifle Di Brazil</i>	Brazil	2
343	<i>Women Cloth</i>	United Arab Emirates	2
344	<i>Market Intelijen Peluang Pasar Produk Furniture Di Italia</i>	Italy	2
345	<i>Business Intelligence - Cocoa In Spain 2019</i>	Spain	2
346	Peluang Ekspor Produk Bulu Mata Palsu Di Nigeria	Nigeria	2
347	<i>Market Brief Buah Jeruk Di Uae</i>	United Arab Emirates	2
348	<i>Market Intelligence Spare Parts And Accessories Product</i>	Australia	2
349	<i>Biscuit Market In Nigeria</i>	Nigeria	2
350	<i>Market Brief Peluang Usaha Produk Suku Cadang Di Italia</i>	Italy	2
351	<i>Business Intelligence Analysis Report - Cuttle Fish Dan Squid Hs 1605.54 – Spain 2020</i>	Spain	2

No.	Dokumen Martel	Negara	Total
352	<i>Business Intelligence Stationery</i>	Mexico	2
353	Analisis Intelijen Bisnis Produk Kendaraan Dan Bagiannya Hs 8708	Thailand	2
354	<i>Market Brief Leather Product</i>	United Arab Emirates	2
355	<i>Market Brief Produk Karagenan Di Brazil</i>	Brazil	2
356	Minuman Olahan	Vietnam	2
357	<i>Business Intelligent Of Battery Products In Singapore</i>	Singapore	2
358	<i>Sanitizer Equipment</i>	United Arab Emirates	2
359	<i>Market Brief Elektronik</i>	United Arab Emirates	2
360	<i>Market Brief For Inflatable Sport Balls</i>	Canada	2
361	<i>Market Intelligence Palm Oil Hs 1511 Saudi Arabia- Itpc Jeddah</i>	Saudi Arabia	2
362	<i>Iron & Steel Market In India</i>	India	2
363	<i>Footware</i>	Korea, South	2
364	Laporan Informasi Intelijen Bisnis Produk Ban Kendaraan Bermotor Di Italia	Italy	2
365	<i>Soap</i>	United Arab Emirates	2
366	Produk Minyak Dan Lemak Nabati Serta Fraksinya Di Afrika Selatan	South Africa	2
367	<i>Electronic Informations</i>	Hong Kong	2
368	Kosmetik	Vietnam	2
369	<i>Market Brief "Car"</i>	Chile	2
370	<i>Market Brief Produk Udang Olahan Di Singapura</i>	Singapore	2
371	<i>Market Brief - Vehicle Parts And Accessories</i>	Australia	2
372	<i>Business Intelligence - Parts And Accessories Of Vehicles In Spain 2019</i>	Spain	2
373	<i>Shrimp</i>	Korea, South	2
374	<i>Market Brief "Bicycle"</i>	Chile	2
375	<i>Market Intelligence Nutmeg</i>	Spain	2
376	Peluang Pasar Produk Karet Alam (Hs 4001) Di Italia	Italy	2
377	<i>Business Intelligence - Silver In Spain 2019</i>	Spain	2
378	<i>Market Brief: Essential Oils</i>	Japan	2
379	<i>Business Intelligence Analysis; Natural Gums, Resins And Oleo Resins In India</i>	India	2
380	<i>Market Brief Peluang Usaha Produk Pala Bubuk Di Italia</i>	Italy	2
381	<i>Market Brief : Food Preparation Ne</i>	Japan	2
382	Peluang Pasar Produk Semi Finished Cocoa (Hs1803) Di Spanyol	Spain	2
383	Peluang Usaha Produk Kayu Olahan di Italia	Italy	2
384	<i>Market Brief Produk Perhiasan Di Italia</i>	Italy	2
385	<i>Natural Rubber Market In India</i>	India	2
386	<i>Report Of Intelligence Information And Competitor Strategies For Cuttle Fish And Squid On The Spanish Market</i>	Spain	2

No.	Dokumen Martel	Negara	Total
387	<i>Market Opportunity For Pharmaceutical Products In Germany 2020</i>	Germany	2
388	<i>Pneumatic Tyres</i>	Australia	2
389	<i>Footwear Market In Nigeria</i>	Nigeria	2
390	<i>Business Intelligence Analysis Report False Eyelash Products Hs Code 6704</i>	China	2
391	<i>Minyak Sawit</i>	Vietnam	2
392	<i>Business Intelligence Report – Truck And Bus Tires In The Us</i>	Usa	2
393	<i>Market Brief Peluang Usaha Produk Minyak Kelapa Sawit Di Italia</i>	Italy	2
394	<i>Peluang Pasar Produk Certified Tea (Hs 0902) Di Spanyol</i>	Spain	2
395	<i>Chassis</i>	Korea, South	2
396	<i>Market Brief: Cigarettes</i>	Japan	2
397	<i>Market Brief Palm Oil</i>	United Arab Emirates	2
398	<i>Market Brief Potensi Ekspor Kopi Di Thailand</i>	Thailand	2
399	<i>Market Brief: Palm Oil And Its Fractions</i>	Japan	2
400	<i>Personal Care & Toiletries Market In India</i>	India	2
401	<i>Laporan Informasi Intelijen Bisnis Produk Alas Kaki Di Italia</i>	Italy	2
402	<i>Fish And Processed Fish</i>	United Arab Emirates	2
403	<i>Business Intelligence - Biodiesel In Spain 2019</i>	Spain	2
404	<i>Market Brief Cosmetic Perfume And Toiletries</i>	Saudi Arabia	2
405	<i>Peluang Ekspor Produk Tiles Di Pasar Nigeria</i>	Nigeria	2
406	<i>Market Brief: Music Instrument</i>	Japan	2
407	<i>Business Intelligence - Apparel & Clothing (Not Knitted) Spain 2019</i>	Spain	2
408	<i>Pasar Produk Perhiasan (Hs 7113) Ke Kanada</i>	Canada	2
409	<i>Mineral Water</i>	United Arab Emirates	2
410	<i>Analisis Intelijen Produk Kima Organik Hs 2903</i>	Thailand	2
411	<i>Market Intelligence Furniture</i>	Mexico	2
412	<i>Business Intelligence Jewelry</i>	Switzerland	2
413	<i>Market Breif Potensi Ekspor Produk Furniture Di Thailand</i>	Thailand	2
414	<i>Market Intelligence Rubber</i>	Mexico	2
415	<i>Market Intelligence Footware Product</i>	Australia	2
416	<i>Business Intelligence - Aluminium In Spain 2019</i>	Spain	2
417	<i>Market Opportunities For Processed Chocolate Products In The Uk</i>	United Kingdom	2
418	<i>Seasoning</i>	Korea, South	2
419	<i>Market Brief : Pineapples</i>	Japan	2
420	<i>Peluang Pasar Sepeda Listrik Di Italia</i>	Italy	2
421	<i>Peluang Pasar Produk Metal Parts Untuk Sepeda (Hs 8714) Di Spanyol</i>	Spain	2
422	<i>Marbrief Frozen Fish & Seafood In Saudi Arabia</i>	Saudi Arabia	2
423	<i>Plywood</i>	Korea, South	2
424	<i>Peluang Pasar Makanan Olahan Di Italia</i>	Italy	2

No.	Dokumen Martel	Negara	Total
425	Market Brief Produk Baby Diaper Di Nigeria	Nigeria	2
426	Market Brief: Plastic Packaging	Japan	2
427	Palm Oil	Korea, South	2
428	Business Intelligence - Plastic In Spain 2019	Spain	2
429	Business Intelligence For Tissue Products In The Netherlands	Netherlands	2
430	Market Brief: Tuna Kaleng	Japan	2
431	Memperkuat Ekspor Ikan Dan Produk Olahan Ikan Dari Indonesia Ke Kanada	Canada	2
432	Laporan Riset Pakaian Jadi Indonesia Di Kanada	Canada	2
433	Market Brief: Tuna	Japan	2
434	Market Intelligence Jewelry Code Hs 7713	Germany	2
435	Jewellery	United Arab Emirates	2
436	Market Brief Produk Tissue Di Brazil	Brazil	2
437	"Market Brief: Material Building In Arab Saudi"	Saudi Arabia	2
438	Jewelry	Chile	2
439	Jewellery	Korea, South	2
440	Peluang Produk Sepeda Di Jerman	Germany	2
441	Market Intelligence Product Fish & Seafood In Germany	Germany	2
442	Coal Market In India	India	2
443	Business Intelligence Analysis Report - Health Care Equipment Products Hs 9018 – Spanyol 2020	Spain	2
444	Market Brief Produk Tas Dan Koper Di Dubai	United Arab Emirates	2
445	Rokok	United Arab Emirates	2
446	Market Brief On Safety Headgear	Philippines	2
447	Business Intelligence Analysis Report Electronic Components And Parts	China	2
448	Business Intelligence Analysis Report Footwear Products	China	2
449	Intelligent Business Report - Music Instrument	Chile	2
450	Business Intelligence Analysis Of Aluminum And Its Derivative Products In Indian Market	India	2
451	Business Intelligence Report - Contact Lenses In The Us	Usa	2
452	Market Intelijen Sweet Biscuit, Snack Bar, Dan Makanan Ringan Rasa Buah Di Brazil	Brazil	2
453	Market Brief Medicinal Plants	United Arab Emirates	2
454	Business Intelligence Analysis Report - Textile Hs Hs 6206.40 – Spain 2021	Spain	2
455	Natural Rubber	Korea, South	2
456	Market Brief : Tuna	Japan	2
457	Market Brief Produk Crustaceans Di Italia	Italy	1
458	Laporan Informasi Intelijen Bisnis Produk Moluska Di Italia	Italy	1
459	Market Brief: Piano	Japan	1
460	Kopi Dan Teh Di India	India	1
461	Textile Industry	Hong Kong	1
462	Household Electronics	Hong Kong	1

No.	Dokumen Martel	Negara	Total
463	<i>Business Intelligence Report - Travel Goods In The Us</i>	Usa	1
464	<i>Market Brief Produk Alas Kaki Di Italia</i>	Italy	1
465	<i>Paper</i>	United Arab Emirates	1
466	<i>Market Opportunity For Confectionery Products In United Kingdom</i>	United Kingdom	1
467	<i>Electronic Communication</i>	Hong Kong	1
468	Peluang Ekspor Produk Kertas Di Nigeria	Nigeria	1
469	Peluang Pasar Sepeda Listrik (Hs 871160) Di Italia	Italy	1
470	<i>Market Brief: Synthetic Staple Fibres</i>	Japan	1
471	<i>Report Of Intelligence Information And Competitor Strategies For Artificial Eyelash On The Spanish Market</i>	Spain	1
472	<i>Business Intelligence Products Ceramic Wares For Laboratory, Chemical Or Other Technical Uses In The Indian Market</i>	India	1
473	<i>Households Electronic</i>	Hong Kong	1
474	<i>Market Brief: New Pneumatic Tires</i>	Japan	1
475	<i>Market Brief Produk Ikan Dalam Kaleng Di Pasar Nigeria</i>	Nigeria	1
476	Tuna Kaleng	Japan	1
477	<i>Market Brief Medical Devices</i>	United Arab Emirates	1
478	<i>Car</i>	United Arab Emirates	1
479	<i>Market Brief For Cigarette Paper</i>	Canada	1
480	<i>Produk Apparel Non-Rajutan Di Pasar Kanada (Hs62)</i>	Canada	1
481	<i>Business Information Report For Desiccated Coconut Product (Hs 080111)</i>	Hungary	1
482	Laporan Analisis Intelijen Bisnis Radio (Hs 8527.21) Di Afrika Selatan	South Africa	1
483	<i>Impact Of Covid 109</i>	Hong Kong	1
484	<i>Woven Fabric</i>	United Arab Emirates	1
485	Laporan Riset Alas Kaki Indonesia Di Kanada	Canada	1
486	<i>Report Of Intelligence Information And Competitor Strategies For Sport Shoes On The Spanish Market</i>	Spain	1
487	<i>Electronic Components Market In India</i>	India	1
488	<i>Market Brief For Leather Bags</i>	Canada	1
489	Kaos	United Arab Emirates	1
490	Market Brief Produk Cocoa Butter Di Italia	Italy	1
491	<i>Analysis Of The Potential Of Indonesian Trade In Services In Chile</i>	Chile	1
492	<i>Men Or Boy Cotton Shirt Product In India</i>	India	1
493	<i>Market Brief Leather</i>	Australia	1
494	<i>Business Intelligence Analysis Report Musical Instrument Products</i>	China	1
495	<i>Jewellery, Precious Metal</i>	United Arab Emirates	1
496	<i>Market Brief Pneumatic Type Di Italia</i>	Italy	1
497	Peluang Pasar Produk Minuman Olahan	Vietnam	1
498	<i>Iron Or Non Alloy Steel</i>	Korea, South	1

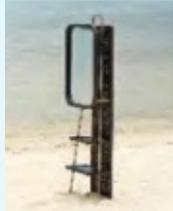
No.	Dokumen Martel	Negara	Total
499	<i>Intelijen Bisnis Produk Alas Kaki Di Pasar Hong Kong Sar</i>	Hong Kong	1
500	<i>Areca Nut In India</i>	India	1
501	<i>Mens Or Boys Shirts Of Cotton</i>	Hungary	1
502	<i>Hong Kong Textile Industry</i>	Hong Kong	1
503	<i>Market Brief On Perfume And Toilet Waters</i>	Philippines	1
504	<i>Market Brief : Medicaments</i>	Japan	1
505	<i>Market Brief : Bicycles</i>	Japan	1
506	<i>Capasitor</i>	Korea, South	1
507	<i>Potensi Ekspor Produk Elektronik Di Thailand</i>	Thailand	1
508	<i>Business Intelligent Of Catfish Products In Singapore</i>	Singapore	1
509	<i>Market Brief Stationary</i>	United Arab Emirates	1
510	<i>Business Intelligence Report - False Eyelashes In The Us</i>	Usa	1
511	<i>Business Intelligent Of Tyre Products In Germany</i>	Germany	1
512	<i>Removable Insole</i>	Korea, South	1
513	<i>Market Brief Cacao</i>	United Arab Emirates	1
514	<i>Market Brief Metal Products And Its Derivatives</i>	India	1
515	<i>Market Brief Produk Air Minteral Dubai</i>	United Arab Emirates	1
516	<i>Market Brief Coats & Jackets</i>	Chile	1
517	<i>Business Intelligence Report - Solar Panel In The Us</i>	Usa	1
518	<i>Kinerja Ekspor Produk Alas Kaki Ke Konfederasi Swiss</i>	Switzerland	1
519	<i>Market Intelligence Report Women's Pants From Cotton (Hs 6204.62) In Spain</i>	Spain	1
520	<i>Business Intelligence Report - Small Vehicle Tires In The Us</i>	Usa	1
521	<i>Business Intelligence - Electrical Machinery And Equipment In Spain 2019</i>	Spain	1
522	<i>Business Intelligent Of Lettuce Products In Singapore</i>	Singapore	1
523	<i>Market Brief Chemical Products In India</i>	India	1
524	<i>Rubber Market In India</i>	India	1
525	<i>Market Brief Aluminum And Its Derivatives</i>	India	1
526	<i>Business Intelligence - Knitted Apparel And Clothing In Spain 2019</i>	Spain	1
527	<i>Market Brief Peluang Produk Ban Kendaraan Bermotor Di Italia</i>	Italy	1
528	<i>Unwrought Tin</i>	Korea, South	1

Lampiran IV. Produk DDS Ditjen PEN 2022

No.	Daerah	Pelaku Usaha	Produk Yang Dikembangkan	Gambar Produk	
1	Aceh	Publo Bags/Tas Wanita	1	Denia (<i>With Water Hyacinth</i>)	
			2	Denia (<i>With Pandanus</i>)	
			3	Delia (<i>Green</i>)	
			4	Delia (<i>White</i>)	
		Putroena Souvenir	1	Jeumpa Bag (350x200x120mm)	
			2	Meulu Bag (350x200x120mm)	
			3	Storage (250x250x150mm; 350x350x150mm; 310x310x320mm)	

No.	Daerah	Pelaku Usaha	Produk Yang Dikembangkan		Gambar Produk
2	Bangka Belitung	Getas Cap Tani	1	Getas Super Cap Tani	
			1	Shella Babel Getas Ikan Tenggiri	
					2
3	Jawa Barat	PT Global Natura Kreativa	1	Baga (Agenda)	
			2	Caka (Tempat Pensil/ Alat Tulis+Penggaris Bambu)	
			3	Rama (Organizer Alat Tulis Meja)	
			4	Ziya (Wadah Kartu Nama)	

No.	Daerah	Pelaku Usaha	Produk Yang Dikembangkan	Gambar Produk	
		Handayani Geulis Batik Bogor	1	Lampu Gantung (Motif Lereng Kujang Angkot)	
			2	Lampu Gantung (Motif Tunggal Kawung)	
			3	Lampu Gantung (Motif Tilu Sauyunan)	
4	Jawa Tengah	CV Syams Indonesian Handicraft	1	Tas Pantai/ <i>Beach Bag</i>	
			2	Tas Tangan/ <i>Hand Bag</i>	
			3	Tas Belanja/ <i>Shopping Bag</i>	
			4	Tas Acara Semi Formal/ <i>Cemeng Hand Bag</i>	

No.	Daerah	Pelaku Usaha	Produk Yang Dikembangkan	Gambar Produk
		CV Meuble Land	5 Tas Mini Untuk Handphone Dan Dompot/Cemeng-Tote Mini	
			1 Meja Samping/Side Table	
			2 Kursi Panjang/Bench	
			3 Entryway Mirror Shelf	
5	D.I Yogyakarta 1	PT Sumber Intihome	1 Edge Chest Of Drawer/Lemari Penyimpanan	
			2 Rak Tv/Perangkat Audiovisual	
			3 Meja/Edge Side Table	

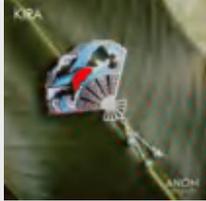
No.	Daerah	Pelaku Usaha	Produk Yang Dikembangkan	Gambar Produk
			4 Meja/Edge Coffee Table	
		PT Wastraloka Indo Kreasi	1 Wanantara Side Table+Cover Pot	
			2 Wanantara Big Pot	
			3 Wanantara Mini Pot	
6	D.I Yogyakarta 2	CV T Vintage And Recycle Iron	1 Tortu/Lampu Gantung	
			2 Shyp/Kursi	
			3 Jeshe/Kursi	

No.	Daerah	Pelaku Usaha	Produk Yang Dikembangkan	Gambar Produk
		Tropis Homedeco	1 Phara Vase (S,M,L)/ Vase Dekorasi	
			2 Phara Vase (With Iron S,L)	
			3 Hari Drawer (Single, Double)	
7	Nusa Tenggara Barat	Bale Rattan	1 Begasingan <i>Dile</i>	
			2 Nipah <i>Handbag</i>	
			3 Nipah <i>Wallet</i>	
		Maza Handcrafted Pearl & Jewelry	1 Kalung Liontin Segara Anakan (1)	

No.	Daerah	Pelaku Usaha	Produk Yang Dikembangkan	Gambar Produk
			2 Kalung Liontin Segara Anakan (2)	
			3 Anting-Anting Rinjani	
			4 Kalung Lambung	
			5 Bros Paresean	
8	Jawa Timur	UD Mitra Karya Tani (Ledug Coffee)	1 Kopi Ledug Robusta	
			2 Kopi Ledug Arabica	
			3 Kopi Ledug Peaberry	

No.	Daerah	Pelaku Usaha	Produk Yang Dikembangkan	Gambar Produk
			4 Kopi Ledug Luwak	
			5 Kopi Ledug <i>Drip Bag</i>	
		Dede Satoe	1 Sambal Surabaya (Sambal Bawang Merah/ <i>Shallot Sambal</i>)	
			2 Sambal Teri (<i>Anchovy Sambal</i>)	
			3 Sambal Korek (Sambal Bawang Putih/ <i>Garlic Sambal</i>)	
			4 Sambal Ikan Peda (<i>Mackerel Sambal</i>)	
			5 Sambal Surabaya (Sambal Bawang Merah/ <i>Shallot Sambal</i>)	

No.	Daerah	Pelaku Usaha	Produk Yang Dikembangkan	Gambar Produk
			6 Sambal Ikan Peda (Mackeral Sambal)	
9	Kalimantan Timur	Bds Snack	1 Amplang Ikan	
			2 Ciplang Kepiting Rumput Laut	
		CV Azra Sentosa Jaya	1 Peyek Kepiting Rasa Original	
		2 Peyek Kepiting Rasa Spicy		
10	Bali	Anom Silver	1 Amala (Earings/ Jewelry)	
			2 Ila	

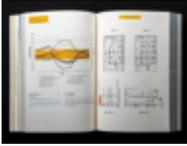
No.	Daerah	Pelaku Usaha	Produk Yang Dikembangkan	Gambar Produk
			3 Kira (<i>Bross/Jewelry</i>)	
			4 Kiya (<i>Earing/Jewelry</i>)	
			5 Malavi (<i>Earing/Jewelry</i>)	
			6 Nalika (<i>Gelang/Jewelry</i>)	
			7 Vaya (<i>Tusuk Konde/Jewelry</i>)	
		Wh Bal	1 Abra (<i>Ipad/Pauch</i>)	
			2 Agra (<i>Pouch</i>)	

No.	Daerah	Pelaku Usaha	Produk Yang Dikembangkan	Gambar Produk
			3 Bisana (<i>Pouch</i>)	
			4 Micro Bag (Aksesoris)	

Sumber: Dit. Pengembangan Ekspor Jasa dan Produk Kreatif, 2022

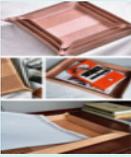
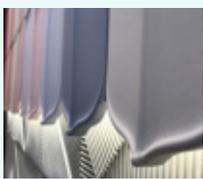
Lampiran V. Daftar Peraih Penghargaan GDI 2022

No.	Gambar	Nama Produk	Nama Desainer	Nama Perusahaan
GDI of The Year				
1.		Bata <i>interlock Reka Brick</i>	Eko Sumargo Taufik Hidayat	CV Bata Lego Madura
GDI Best Design				
1.		<i>Recycled Textile/Kain Daur Ulang</i>	Aryenda Atma	PT Daur Langkah Bersama
2.		KATA	Freddy Chrisswantra	PT Bana Andaru Nusantara
3.		<i>Recycled Weaving Panel</i>	Lim Masulin	BYO Living
4.		BOBOCABIN	Dea Ardy Nurrahim	PT Bobobox Mitra Indonesia
5.		Menuju Tubaba/ <i>CITY BRANDING</i>	Andi Rahmat	PT Nusa Artha Estetika
6.		Natabata	Anas Hidayat, Andy Rahman & Yasinta R.A Indrasandi	Andy Rahman Architect OMAH Library

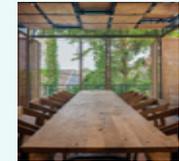
No.	Gambar	Nama Produk	Nama Desainer	Nama Perusahaan
7.		Ngekos	Andy Rahman, Anas Hidayat, Ade Nobi Miranto, Ibrahim & Sciencewerk	Andy Rahman Architect Tan Kinira
8.		Bata <i>Interlock Reka Brick</i>	Eko Sumargo Taufik Hidayat	CV Bata Lego Madura
9.		<i>Dark Chocolate Bar Ransiki West Papua 72%</i>	Mariska Adiani	PT Rosso Bianco (Pipltin Cocoa)
10.		PeduliLindungi	Pusdatin – DTO Kemenkes RI	Digital Transformation Office Kementerian Kesehatan

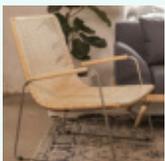
GDI Good Design

1.		Konsep Nusantara Heritage pada Wexsuji Mini Roaster 10	Adhi Nugraha & Team	PT Pudak Oriental Indonesia
2.		Yant Sorghum	Della Alif	Yant Sorghum
3.		Lima Meca Revolt	Herman Tantriady	Lima Watch
4.		Tas Katingan	Yoan Taway	Handep
5.		<i>Tiyasa Gring Sing 3 Ways Clutch Bag</i>	Haryani Sumawijaya & Yukako Akashi	PT Tiyasa Indonesia Sejahtera

No.	Gambar	Nama Produk	Nama Desainer	Nama Perusahaan
6.		Tais Mandeu	Lidwina Viviawaty Ng & Wihelmina Uduk	Kelompok Tenun Wihelmina Uduk
7.		PA-90000 Series	Naoaki Yokota & Agus Wahyudi	Paramout Bed Indonesia
8.		Panarilla	Baginda Wisnu Wardhana	Cabaco
9.		<i>Islamic Fashion Handbook</i>	Irna Mutiara, Deden Siswanto, Ella Trimurti & Yufie Kartaatmaja	Islamic Fashion Institute
10.		Eastwood C49 Rubber-Band Pullback Car	Arham Ismail & Samuel Aswin M	Eastwood Rubber-Band Gun
11.		PLANA	Singgih Susilo Kartono	CV Piranti Works
12.		<i>President Pet Case</i>	PT Continental Panjipratama	PT Continental Panjipratama
13.		Ingka Bread and Butter Plate	Sasanti Puri Ardini	PT Jenggala Keramik Bali
14.		<i>Jamu Tea Pot</i>	Yohanes Arya Duta	PT Jenggala Keramik Bali
15.		<i>Merak 3D Concrete Wall Tile</i>	Tom Harka	Expose Concrete PT Ekspos Konkrit Indonesia

No.	Gambar	Nama Produk	Nama Desainer	Nama Perusahaan
16.		<i>AirdisinfeX (Airborne Disinfection Through UVC)</i>	Elik Hari Muktafin & Suparlan	Uvtech Inti Disinfeksi
17.		<i>Jepara Art Deco</i>	Reza Wahyudi	Mosaicart
18.		<i>Awur Table Runner</i>	Muhammad Alfatha Kurniadi	HP Art
19.		<i>Alter Lounge</i>	Dhanista Dyaksa	PT Kias Selaras Internasional
20.		RUA	Sang Ayu Made Wijaya Lakasmi & Pandu Purwandaru	PT Warisan Eurindo
21.		<i>Rajampat Side Table</i>	Sita Fitriana	PT Kriya Selaras Internasional
22.		Mini E-Scooter Gesits Seri M1	Dr. Agus Windharto, Harli Santosa, Sabar Tirtomardani, Yoga Wahyu Vedakamala, Sukmagitha Badarrudin, Diaulhaq Mar'ie Fahmi, J. Raza, Milzam, Yudhi Purnomo, Geri Primera, M. Ilham Jauhara, Andri Setiawan, Ruly Maulana, Michael Christian, M. Rumi Latif	PT WIKA Industri Manufaktur Insitut Teknologi Sepuluh Nopember
23.		LRT Jabodetabek (Jakarta Bogor Depok Bekasi)	Dr. Agus Windharto, Agung Sedaju, Tri Hardono, Febri Pandu Wijaya, Ardi Ardian, Raindes Ikag, Adi Suprayitno, Ahmad Sadam A.Y, Andri Setiawan, Ruly Maulana, Geri Primera	PT Inka (Parseo) Institut Teknologi Sepuluh Nopember

No.	Gambar	Nama Produk	Nama Desainer	Nama Perusahaan
24.		Mini E-Scooter Gesits MD	Dr. Agus Windharto, Harli Santosa, Sabar Tirtomardani, Yoga Wahyu Vedakamala, Sukmagitha Badarrudin, Dialulhaq Mar'ie Fahmi, J. Raza Milzam, Yudhi Purnomo, Geri Primera, M. Ilham Jauhara, Andri Setiawan, Ruly Maulana, Michael Christian, M. Rumi Latif	PT WIKA Industri Manufaktur Institut Teknologi Sepuluh Nopember
25.		Fazzio Hybrid Connected	Tomoaki Yoshikawa Rifki Maulana	PT Yamaha Indonesia Motor Manufacturing
26.		Belo Balance Bike	Riky & Deny Hestiningrum	PT Arana Rupa Kreasi
27.		PAKO KOH	Team Styling Design & Development	PT Pakoakuina
28.		Paperhome: Hunian Efisien Lahan untuk Bisnis dan Keluarga	Yanuar Pratama, Gea Sentanu & Azzahra Dartaman	Aaksen Responsible Aarchitecture CV Kelana Semesta
29.		CO-Sharing Office	Ar. Andy Rahman A., S.T., IAI	CV Andy Rahman Architect
30.		RRROAR Virtual Exhibition	Yanuar Pratama, Gea Sentanu & Azzahra Dartaman	CV Kelana Semesta
31.		Xpresso Kopi Susu dan Kopi Tubruk Xpresso	Merlin Komala & Dimas Kusuma	PT Aneka Pangan International

No.	Gambar	Nama Produk	Nama Desainer	Nama Perusahaan
32.		Flake Sea Salt	Febryan Tricahyo	Natural Bali Kul Kul
33.		Museum Benda	Andi Rahmat	PT Nusa Artha Estetika
34.		Superimpose	Andi Rahmat	PT Nusa Artha Estetika
35.		Jalur Tenun Sumba	Andi Rahmat	PT Nusa Artha Estetika
36.		Berburu Berguru	Andi Rahmat	PT Nusa Artha Estetika
37.		IAWR 2021	Andi Rahmat	PT Nusa Artha Estetika
38.		Malsye Black Garlic	Della Alif	KWT Putri Rinjani Sejahtera
39.		Pelatihan Mengukir Desa Senenan	Giyarto & Pandu Laksono Mukti	BPD Desa Senenan & Menjagad Studio
40.		KORAL	Djehovan Dhira	Ni Dezain

Sumber: Dit. Pengembangan Ekspor Jasa dan Produk Kreatif, 2022

Lampiran VI. Daftar Pelaku Usaha yang Mendapatkan Fasilitas Sertifikasi Halal Tahun 2022

No.	Nama Perusahaan	Produk
1	CV Allatief Herbal	Teh Celup
2	UD Widuri Sukses Abadi	Sambel Pecel
3	Anselakitchen	Cake
4	Nindifood	Abon Tuna Dan Abon Udang
5	Mowilaku Jaya Chips	Makanan Ringan Peyek
6	PT. Kharisma Cipta Rose Culinary	Opor Lele Kaleng
7	Pawon Mbok Sri	Enten-Enten
8	MSR Nusantara Abadi	Minyak Sacha Inchi
9	Keripik Fattah	Keripik Pisang
10	PT Yakin Berkat Sejahtera	Lanting
11	CV Beumopu Elba Jaya	Makanan Ringan (Kacang Dan Sagu)
12	CV Triangle Jaya Utama	Amplang Dan Abon Ikan
13	Nensi Snack	Abon Ikan
14	D3WARDANA	Minuman Jahe
15	Mbrebes Mili Food	Sambal
16	CV Mekanira Nusantara	Gula Kelapa Dan Gula Aren
17	Be'Chips Indonesia	Makanan Ringan (Batagor Chips)
18	PT Azaki Food Internasional	Keripik Tempe
19	Rejeki Abadi	Makanan Ringan
20	Koperasi Nira Cahaya Sejahtera	Gula Kelapa Organik
21	Enbal Fayri	Enbal/Singkong Olahan
22	Jeng Sri	Keripik Pisang & Tempe, Peyek, Stik Keju
23	CV Domba Tri Tunggal	Biji Kopi, Teh
24	PT Tartaruga Food Indonesia	<i>Crispy Seaweed</i>
25	Ava Group	Madu Hutan Murni
26	Sagu Meambo Food	Makanan Olahan Sagu (Biskuit Dan <i>Crispy</i>)
27	PT Agritek Desa Indonesia	Keripik Buah Dan Sayur
28	Raung Jaya 313	Minuman Tradisional (Jahe, Temulawak, Kunyit)

No.	Nama Perusahaan	Produk
29	Bumbu Diva	Bumbu Masak
30	PT Salaku Cara Enak Makan Salak	Sambal Salak
31	PT Bumi Lestari Conservana	Kopi
32	PT Maugi Berkah Berjaya	Sambal Tempoyak
33	UD Wong Wong Jaya Sentosa	Saos Tomat Dan Sambal
34	PT Bumi Oma Henshin	Makanan Sehat
35	CV D-Bee's Lestari Apiari	Madu Murni
36	Dapur_Bundaaya	Brownies Kukus Dan Panggang
37	Rumah Snack	Olahan Singkong
39	Kace' Ang	Bawang Goreng
40	PT Bangun Segera Sukabumi	Gula Semut Organik
41	Dapoer Bunda Ochie	Minuman Olahan Lemon
42	Tek Noeni	Makanan Ringan Siap Santap
43	Perkumpulan Pramesti Malima Energi Fokus Sejahtera	Kerupuk Tulang Dan Kulit Ikan
44	Fen Fen Family	Keripik
45	Emi Sopyanti	Serundeng Kelapa
46	Jus Kolang Kaling Kembar	Minuman Kolang Kaling
47	Devanand Pastry	Bakpia
48	UD Kunyahan Medan Indonesia	Sambal Teri Kacang
49	Kedai Kapitol	Rempah Madu & <i>Infuse Water</i>
50	PT Oke Green Indonesia	Madu Ternak
51	CV Mekar	Minuman Olahan (Teh & Rempah)
52	Berkah Wijaya	Rengginang
53	Susu Murni Wonosalam	Susu Murni
54	Matahati Snack & Cake	Bakeri
55	CV Surga Timur Indonesia	Minuman Daun Kelor
56	PT Taraporter Indonesia	Minuman Olahan Rempah
57	Lanny Camilan	Rengginang Ketan
58	Dahlia Gorontalo	Keripik Jagung
59	Powerdry Indonesia	Tepung Sayuran

No.	Nama Perusahaan	Produk
60	Brokerz	Bakeri (Macaron)
61	PT Sari Bhuwana Nusajaya	Rempah Bubuk
62	Mang Jai 788	Pempek
63	Rumah Kue Queena	Produk Bakeri
64	Ivy Snack	Produk Bakeri
65	Kopi Bubuk Wilis Barokah	Kopi Bubuk Dan Biji
66	Bude Nur Keripik	Keripik Tempe
67	Hasna Maulana	Makanan Ringan (Peyek)
68	CV Arona Fawwazindo Parama	Cuanyek/Peyek
69	Kembar Usaha	Sale Pisang
70	Kopi Aki Kabayan	Kopi
71	Bakulan Aura	Minuman Serbuk Jahe, Kunyit, Bandrek
72	Bilal Mekar Snack	Panada Tore (Pastel Kering)
73	UD Rizqi Agung	Makanan Ringan Siap Santap
74	Patmasari Tumpeng	Olahan Ayam
75	Tun Tun Food	Keripik Jamur
76	Dapur Cil Yanti	Telur Gabus Keju
77	Onjhe Jahe	Wedang Jahe Instan
79	CV Evynafood	Minuman Herbal
80	UD Amrichtraco Herbalindo Nusantara	Jahe Merah Rempah
81	Jaunic Food	Lumpia Risol Cireng
82	Dhetika Oil	<i>Massage Oil</i>
83	PT Staticspro Info Mega	Kopi
84	CV Global Mitra Jaya	Keripik Pisang
85	Ben's Group	Rempah-Rempah Original
86	CV Wery Group	Roti Dan Kue
87	Cornitha Snack	Olahan Rumput Laut
88	Fitria Snack	Almond Cheese Crispy
89	CV Narata Wira Utama	Keripik Buah dan Sayur
90	PT Manal Mamora Indonesia	Kopi, Teh Daun Kopi
91	PT Battenberg Tiga Indonesia	Roti Dan Kue

No.	Nama Perusahaan	Produk
92	CV Permata Satria	Gula Kelapa
93	Peace Food	Tepung Beras Dan Tepung Tapioka
94	UMKM Nirwana	Makanan Olahan
95	CV Ikaeksi Agro Industri	Saus Dan Kecap
96	CV Gama Putra Santosa	Minuman Tradisional (Wedang Uwuh, Jahe)
97	Berkah Jaya Profita	<i>Bakery</i>
98	Timtim Herbs	Rempah Bubuk & Rajangan
99	Be'cik Foods Berkah Makmur	Kue Kering, Brownies
100	PDS Food	Tempe

Sumber: Dit. Pengembangan Ekspor Jasa dan Produk Kreatif, 2022

Lampiran VII. Jumlah Pelaku Usaha Orientasi Ekspor yang Memperoleh Pendampingan Sertifikasi HACCP

No.	Nama Perusahaan	Produk	Alamat Perusahaan
1.	CV Oto Boga Jaya	Frozen Food	Bogor, Jawa Barat
2.	Mandala Prima Makmur	Kakao Bubuk	Tangerang, Banten
3.	KUB Sumber Rejeki	Gula Kelapa Organik	Purbalingga, Jawa Tengah
4.	PT Wins Indonesia Sukses	Gula Kelapa Organik	Banyumas, Jawa Tengah
5.	Rumah Kelor	Moringa Powder & Drink	Blora, Jawa Tengah
6.	Alga Bioteknologi Indonesia	Spirulina based products	Semarang, Jawa Tengah
7.	Sundoro Indonesia	Bakmi Kering	Semarang, Jawa Tengah
8.	Himalaya Mitra Sukses	Bakso, tepung adonan	Gresik, Jawa Timur
9.	PT Sari Bhuwana Nusajaya	Arana spice	Sidoarjo, Jawa Timur
10.	New Eden Moringa	Moringa drink	Manggarai Barat, NTT



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