



KEMENTERIAN
PERDAGANGAN
REPUBLIK INDONESIA

LAPORAN BULANAN

Periode

APRIL

2024



DIREKTORAT JENDERAL
PENGEMBANGAN
EKSPOR NASIONAL

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI.....	i
KATA PENGANTAR	ii
RINGKASAN EKSEKUTIF	iii
BAB I KINERJA.....	1
1.1. Peningkatan Ekspor Produk Primer	1
1.2. Peningkatan Ekspor Produk Manufaktur	7
1.3 Peningkatan Diversifikasi Ekspor Jasa dan Produk Kreatif.....	16
1.4 Peningkatan Pelayanan Hubungan Dagang dan Informasi Ekspor	21
1.5 Kegiatan Pendukung Ditjen PEN.....	26
BAB II AGENDA KEGIATAN DIREKTORAT JENDERAL PENGEMBANGAN EKSPOR NASIONAL.....	33
BAB III PENUTUP	40

KATA PENGANTAR

Pada laporan bulan April 2024, kegiatan-kegiatan Direktorat Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional (Ditjen PEN) terangkum dalam sistematika pelaporan mencakup lingkup kegiatan Pengembangan Ekspor Produk Primer, Pengembangan Ekspor Produk Manufaktur, Pengembangan Sektor Jasa dan Produk Kreatif, Peningkatan Pelayanan Peluang Pasar dan Informasi Ekspor, serta Kegiatan Pendukung Ditjen PEN.

Penyusunan laporan ini dimaksudkan untuk informasi kepada Menteri Perdagangan dan unit Eselon I lainnya berkaitan dengan program dan kegiatan Ditjen PEN sepanjang bulan April 2024 dalam rangka mendukung capaian Kinerja Tahun 2024 Ditjen PEN yang telah ditetapkan di awal tahun. Laporan bulanan ini juga dibuat dalam rangka mendukung kegiatan reformasi birokrasi di lingkungan Kementerian Perdagangan dan guna mewujudkan Akuntabilitas Kinerja yang baik pada Ditjen PEN.

Pada tahun 2024 Ditjen PEN menetapkan empat indikator kinerja, yang tertuang dalam Perjanjian Kinerja Tahun 2024 yaitu:

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

Dari sisi kinerja anggaran, pada tahun anggaran 2024 Ditjen PEN Kementerian Perdagangan memperoleh alokasi anggaran Rp 104.698.381.000,-, namun setelah mengalami *refocusing*, anggaran Ditjen PEN menjadi sebesar Rp 63.902.803.000,-. Dari total anggaran tersebut, berdasarkan realisasi sampai dengan 30 April 2024, telah direalisasikan 31,27% atau sebesar Rp 19.984.592.836,-.

Dengan tersusunnya laporan bulan April 2024 ini diharapkan akan semakin memberikan gambaran yang jelas dan terarah mengenai perkembangan dari pelaksanaan tugas pokok dan fungsi antar direktorat di lingkungan Ditjen PEN. Selain itu, kepada para pemangku kepentingan (*stakeholders*) dan para pimpinan di lingkungan Kementerian Perdagangan, melalui penyusunan Laporan Bulanan ini diharapkan dapat memberikan pandangan dan arah yang jelas sebagai pertimbangan dalam pengambilan keputusan.

Jakarta, Mei 2024

Direktur Jenderal
Pengembangan Ekspor Nasional

RINGKASAN EKSEKUTIF

Kinerja Ditjen PEN dalam mendukung program pengembangan ekspor nasional sepanjang bulan April 2024 di sektor produk primer meliputi kegiatan **Pelaksanaan Pendampingan Sertifikasi Hazard Analysis and Critical Control Points (HACCP) Tahap I di PT Cipta Bumi Semula** yang bertujuan memberikan pemahaman kepada pelaku usaha untuk menerapkan sistem jaminan keamanan pangan, dan kegiatan **Webinar Peluang dan Hambatan Ekspor Produk Organik di Pasar Eropa** yang bertujuan untuk memberikan informasi mengenai peluang ekspor produk organik ke pasar Eropa, **Misi Dagang Maroko** mencatatkan potensi transaksi dagang sebesar USD 16,98 juta atau setara Rp 276 miliar.

Untuk mendukung program pengembangan ekspor produk manufaktur, Ditjen PEN melakukan kegiatan **Kunjungan Perusahaan dalam rangka Kurasi Peserta Pameran INDEKS Dubai 2024** pada pelaku usaha di Jawa Tengah, Jawa Barat, dan Jawa Timur; **Kunjungan Koordinasi dan Sinergi Peningkatan Ekspor di Jawa Barat** yang bertujuan untuk mengenal serta menggali potensi alat musik Indonesia untuk *go global*; **Kunjungan Perusahaan dalam rangka Kurasi Peserta Pameran Global Sourcing Expo 2024** pada pelaku usaha di Jawa Barat dan Banten.

Untuk pengembangan ekspor jasa dan produk kreatif, telah dilaksanakan kegiatan **Partisipasi pada Pameran Designed Giftionery Taiwan** dengan potensi transaksi sebesar USD 295,741 atau Rp 4.731.856.000; dan **Sharing Session Publisher – Game Developer di Bandung** untuk membangun relasi dan meningkatkan kapabilitas dari *game developer* lokal untuk mendapatkan kontrak kerja sama dengan *publisher* lokal maupun luar negeri.

Peningkatan pelayanan peluang pasar dan informasi ekspor dilaksanakan melalui **Pelayanan Permanent Trade Exhibition**. Pelayanan hubungan dagang yang diterima pada bulan April 2024 berjumlah 38 *inquiry*, yang bersumber dari Inaexport (37 *inquiry*) dan dari kunjungan langsung ke *Permanent Trade Exhibition* (sejumlah satu *inquiry*). Selain itu, terdapat **Kegiatan Operasional Marketing Point Entikong di Sanggau** untuk membahas administrasi dan *monitoring* operasional *Marketing Point* dan kegiatan **Pemantauan Pelaksanaan Export Center Surabaya: Pelepasan Ekspor Mainan Anak Produksi PT Langgeng Buana Jaya** dengan tujuan ekspor ke Amerika Serikat senilai total USD 47.404,5.

Untuk kegiatan pendukung pada bulan April 2024, Ditjen PEN melakukan kegiatan **Pelaksanaan Supervisi Perwakilan Perdagangan RI** dengan melakukan kunjungan ke ITPC Jeddah dan Atase Perdagangan Singapura. Sedangkan untuk **Press Release Kegiatan DJPEN dalam Website Kemendag** terdapat dua rilis berita di *website* Kemendag.



KINERJA

1.1. Peningkatan Ekspor Produk Primer

Pelaksanaan Pendampingan Sertifikasi *Hazard Analysis and Critical Control Points* (HACCP) Tahap I di PT Cipta Bumi Semula

Kegiatan Pendampingan Sertifikasi Keamanan Pangan bertujuan untuk memberikan pemahaman kepada pelaku usaha untuk menerapkan sistem jaminan keamanan pangan sebagai upaya meningkatkan daya saing dan nilai tambah produknya di pasar global. Fasilitasi yang diberikan adalah pendaftaran sertifikasi HACCP serta pendampingan oleh tenaga ahli. Adapun pelaku usaha terpilih yang telah melalui proses kurasi adalah PT Cipta Bumi Semula yang beralamat di Jl. Kampung No. 15, RT 12 RW 04, Cilenggang, Kecamatan Serpong, Tangerang Selatan, Banten 15310.

PT Cipta Bumi Semula adalah perusahaan penghasil produk sarang burung walet yang telah berdiri sejak tahun 2020 dengan merek Long Nest Indonesia. Perusahaan didirikan di atas lahan seluas 1.000 m², bangunan terdiri dari dua lantai dengan total luas bangunan seluas 400 m². Perusahaan telah melakukan ekspor produk sarang burung walet ke Singapura dan Taiwan dengan kapasitas ekspor rata-rata sebesar 35 kg per tahun dan saat ini tengah berfokus untuk memasuki pasar selain RRT.

Tenaga Ahli Pendampingan untuk PT Cipta Bumi Semula adalah Asep Rusmana yang merupakan Konsultan Keamanan Pangan Halal, Senior Trainer Profesional, Asesor Kompetensi (BNSP Certified), serta *Food Hygienist* untuk produk Veterinarian. Memiliki pengalaman dan kapasitas dalam penanganan sistem keamanan pangan produk sarang burung walet maupun untuk proses pemenuhan persyaratan GACC.

Pendampingan Sertifikasi Produk Ekspor Tahap I dilaksanakan pada tanggal 1-3 April 2024, bertempat di lokasi produksi dan kantor administrasi PT Cipta Bumi Semula.

Pada hari pertama, dilakukan kunjungan *on site* dan koordinasi dengan pelaku usaha untuk melihat sarana dan prasarana dalam penerapan dan implementasi HACCP antara lain: lokasi pabrik, bangunan, drainase dan fasilitas pembuangan limbah, fasilitas kebersihan karyawan, penggunaan peralatan yang sesuai standar

serta *foodgrade*, ruang penyimpanan bahan baku dan peralatan, gudang penyimpanan, ruang *packing*, pengendalian hama, kualitas udara, dan ventilasi. Selain itu, tenaga ahli memberikan masukan terkait *layout* atau denah tempat produksi karena tempat produksi perusahaan dinilai kurang memenuhi standar HACCP.

Pada hari kedua dilakukan *in-house training awareness* terkait persyaratan dasar penerapan HACCP. Materi yang diberikan oleh tenaga ahli berupa *Good Hygienic Practices* (GHP) adalah cara produksi sarang walet yang baik termasuk di dalamnya GMP/CPPOB serta NKV dan HACCP yang merupakan prinsip dan panduan tentang penerapan GHP. Disampaikan bahwa terdapat 12 langkah sistem HACCP yang terdiri dari lima langkah awal dan tujuh prinsip HACCP.

Pada hari ketiga membahas pembentukan tim HACCP, pendampingan pembuatan dokumen pedoman sertifikasi HACCP dan melakukan identifikasi analisis bahaya produk pada setiap tahapan proses produksi serta menyusun pedoman CCP (*Critical Control Point*) dengan berpedoman pada *Decision Tree CXC – 1969 – REV. 2022*.

Berdasarkan observasi dan inspeksi ke lokasi produksi PT Cipta Bumi Semula diperlukan perbaikan pada *layout* atau denah tempat produksi perusahaan akan dirombak karena dinilai kurang memenuhi standar HACCP.

Pada penyusunan dokumen HACCP, PT Cipta Bumi Semula telah ditentukan dua titik kontrol kritis (CPP) yaitu pada proses pembersihan akhir, proses *steamer*, dan proses *packing* menggunakan mika.

Webinar Peluang dan Hambatan Ekspor Produk Organik di Pasar Eropa

Webinar “Peluang dan Hambatan Ekspor Produk Organik di Pasar Eropa” dilaksanakan pada tanggal 23 April 2024 secara *online*. Tujuan dari penyelenggaraan webinar adalah untuk memberikan informasi teraktual kepada pelaku usaha mengenai perkembangan, peluang ekspor, dan memasuki produk organik ke pasar Eropa. Webinar diikuti sebanyak 140 pelaku usaha sektor produk organik dan menghadirkan narasumber yaitu Emilia Setyowati dari Aliansi Organik Indonesia (AOI), Perwakilan Perdagangan RI di London, dan

Winaryo Suyono dari PT SDS Indonesia.

Perubahan pola konsumsi saat pandemi berlanjut menjadi gaya hidup, terutama bagi generasi muda yang bersedia membayar lebih demi menjaga kontinuitas asupan organik demi menjaga kesehatan tubuh. Situasi ini tentunya menjadi peluang pasar potensial bagi pelaku usaha organik di berbagai negara. Pasar produk organik diperkirakan akan mencapai USD 174,37 miliar pada tahun 2024 dan akan terus meningkat sampai dengan USD 233,56 miliar di tahun 2029 dengan pertumbuhan CAGR sebesar 6,02% selama periode 2024-2029. Secara global, tingkat konsumsi organik per kapita mencapai USD 18,58 pada tahun 2022. Negara dengan nilai konsumsi organik per kapita tertinggi adalah Swiss, Denmark dan Austria.

Beberapa hal penting yang disampaikan oleh narasumber sebagai berikut:

1. Peluang produk organik ke dunia akan terus mengalami pertumbuhan seiring dengan pertumbuhan jumlah penduduk, peningkatan pendapatan yang dapat dibelanjakan, dan kesadaran yang lebih besar terhadap dampak sosial, lingkungan, kesehatan, dan bahkan *animal welfare*.
2. Produk organik tidak hanya terbatas pada produk makanan namun juga beberapa produk seperti *organic fiber*, *organic healthcare*, *organic petfood*, dan *organic cleaning product*. Produk organik potensial Indonesia yang dapat digarap adalah produk akuakultur seperti udang tambak dan rumput laut yang memang menjadi andalan ekspor Indonesia dengan menjamin bebas dari cemaran plastik dan limbah.
3. Secara khusus pasar organik di United Kingdom (UK) sangat potensial dan permintaan konsumen terhadap produk organik sangat tinggi. Produk organik di pasar UK pada tahun 2024 diperkirakan senilai £ 3,1 miliar dan terus akan bertumbuh. Konsumsi pasar UK terhadap produk organik tahun 2022 sebesar £ 2,8 miliar. Bahkan UK memiliki *retail store-Whole Foods Supermarket*, khusus menjual produk organik yang tidak hanya fokus pada makanan saja tetapi semua kategori produk

yang telah tersertifikasi organik.

4. Tantangan pengembangan produk organik di dalam negeri yaitu: penurunan luas lahan pertanian organik, keengganan generasi muda untuk mengembangkan pertanian organik, keterbatasan inovasi dan pengembangan bibit organik, dan harga yang lebih mahal dibanding produk konvensional.
5. Suatu produk diklaim atau dilabel organik dan diekspor ke Eropa maka wajib disertifikasi menurut standar pertanian organik Uni Eropa, dan setiap *shipment* harus disertai COI (*certificate of inspection*). Sementara untuk memasuki pasar UK para pelaku usaha harus *comply* dengan regulasi organik di UK dan selain eksportir harus memiliki sertifikat organik internasional, importir di UK juga harus *certified* oleh UK Organic Control Body.
6. Strategi bisnis yang diperlukan untuk mengembangkan ekspor produk organik melalui peningkatan *quality*, *quantity*, dan *continuity*, serta pengembangan atau pendampingan generasi muda sebagai agripreneur. Selain itu, diperlukan *campaign* dan *branding* dengan menekankan *story telling*.

Webinar dilanjutkan dengan sesi tanya jawab dan beberapa poin penting yang disampaikan, sebagai berikut:

1. Sertifikasi organik diperlukan bagi para eksportir jika produknya diklaim sebagai produk organik dan telah memenuhi ketentuan organik yang dipersyaratkan oleh pasar tujuan ekspor. Sertifikasi organik mana yang diperlukan tergantung kepada pasar tujuan ekspor yang dituju.
2. Sikap *buyer* yang cenderung menaruh curiga atas sertifikat organik yang disampaikan eksportir dan meminta pengujian tambahan seperti uji sulfit sehingga menambah biaya untuk uji sulfit dimaksud. Namun demikian untuk uji tambahan dimaksud merupakan kesepakatan kedua belah pihak untuk menanggung biaya proses pengujian dan perlu dinegosiasikan antara *buyer* dan eksportir.
3. Untuk proses sertifikasi organik yang memerlukan pengakuan retroaktif, para pelaku organik perlu menjamin bahwa lahan pertanian telah bebas dari pupuk kimia yang dilarang minimal

24-36 bulan terakhir tergantung dari jenis tanaman yang ditanam dari oleh petani.

4. *Global value chain* produk organik di UK dari *supply chain* yaitu importir yang khusus produk organik atau sudah memiliki sertifikasi organik, kemudian beberapa retail yang sudah masuk British Retail Consortium seperti Marks & Spencer, Whole Foods dan retail lainnya yang menjual produk organik.
5. *Concern* eksportir terhadap EUDR yang akan diberlakukan di tahun 2025. Perkembangan saat ini, sertifikasi RA (*Rainforest Alliance*) sudah diakui *comply* dengan EUDR.

Tren produk organik diperkirakan akan terus tumbuh positif pada beberapa tahun mendatang dengan diversifikasi produk organik yang luas tidak terbatas pada produk makanan. Tantangan pada sektor organik ataupun ekspor produk organik mulai dari pengembangan produk organik di dalam negeri dan regulasi-regulasi dari negara tujuan ekspor yang harus dipenuhi oleh pelaku usaha.

Misi Dagang Maroko

Kegiatan Misi Dagang ke Maroko dilaksanakan tanggal 29 April – 1 Mei 2024. Kegiatan dilakukan sebagai salah satu upaya meningkatkan ekspor ke negara tujuan non-tradisional serta menjalin kerja sama perdagangan antara pelaku usaha Indonesia dengan Maroko.

Pelaksanaan Misi Dagang ke Maroko merupakan kerja sama antara Kementerian Perdagangan dengan KBRI di Rabat, serta mendapatkan dukungan penuh dari Atase Perdagangan di Madrid, dan Kepala ITPC Barcelona, khususnya dalam menggalang *potential buyer* untuk hadir pada acara Forum Bisnis dan *Business Matching*.

Sebanyak sembilan pelaku usaha Indonesia hadir dalam kegiatan ini yaitu: PT Adaro Energy Indonesia (produk batubara), CV Pasific Harvest (ikan kaleng), PT Forisa Nusapersada (makanan dan minuman), PT Perkebunan Nusantara I (teh dan tembakau), PT Darya Padma Enoes (teh stevia), CV Indo Kreasi Cipta Rejeki (minuman instan), PT Arka Tama Indonesia (briket), Four Trade BV (kopi dan rempah-rempah), serta Murni Spices (rempah-rempah).

Berdasarkan hasil penjajakan kerja sama bisnis, pada rangkaian

Misi Dagang ke Maroko berhasil mencatatkan potensi transaksi dagang dengan total nilai potensi transaksi USD 16,98 juta atau setara Rp 276 miliar diperoleh dari sektor pengolahan hasil perikanan, makanan dan minuman olahan, rempah, briket, dan batu bara.

Rangkaian kegiatan yang dilaksanakan selama Misi Dagang ke Maroko antara lain:

1. Forum Bisnis Indonesia – Maroko

Forum Bisnis dilaksanakan pada tanggal 30 April 2024 di Hotel Marriot Casablanca dan dihadiri oleh 70 *potential buyer* dari Maroko dan Spanyol. Forum Bisnis dengan tema *Fostering Trade, Investment and Economic Partnership* dibuka oleh sambutan Dubes LBBP RI di Rabat, H.E Hasrul Azwar dan dilanjutkan *Keynote Speech* oleh Direktur Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional. Sesi paparan materi disampaikan oleh Presiden ASMEX, Konsul Kehormatan RI di Maroko, serta representasi perusahaan Indonesia yang diwakili oleh *Head of Domestic Marketing* PT Adaro Energy Indonesia.

2. Pertemuan dengan Ketua Association Marocaine Des Exportateurs (ASMEX)

Pertemuan dengan Presiden ASMEX, Mr. Hassan Sentissi El Idrissi dilangsungkan pada 30 April 2024. Pertemuan tersebut membahas permintaan minyak kelapa sawit dan hambatan ekspor impor produk minyak kelapa sawit (*Crude Palm Oil/CPO*), khususnya dalam hal hambatan ekspor dari Indonesia ke Maroko. Menindaklanjuti hal ini, Presiden ASMEX mengusulkan dibentuknya *working group* untuk penyelesaian hambatan tersebut, serta akan berkomunikasi dengan Menteri Industri dan Perdagangan Maroko untuk mendorong kelanjutan perundingan *preferential trade agreement* (PTA) Indonesia-Maroko.

3. Kunjungan ke perusahaan asal Indonesia di Maroko, yaitu Indomie

Kunjungan ke pabrik mi instan Indomie, yaitu PT Salim Wazaran Maghribi di di Kawasan Ain Johra Industrial Estate, Tiflet, Maroko. Pabrik tersebut merupakan investasi PT Indofood

Sukses Makmur dengan mitranya di kawasan, dan telah beroperasi sejak tahun 2010 untuk suplai ke pasar Maroko, Qatar, Tunisia, Mauritania, Lebanon, dan Sierra Leone. Pabrik ini telah memiliki sertifikasi antara lain sertifikat Hazard Analysis Critical Control Point (HACCP) dan sertifikat Halal dari otoritas standardisasi Maroko yaitu Institut Marocain de Normalisation (IMANOR).

4. Kunjungan ke importir Indonesia di Maroko yaitu Octa Trading

Kunjungan ke Octa Trading, importir Maroko untuk produk kopi Indonesia yang berlokasi di Casablanca, dilakukan pada 29 April 2024. Perusahaan importir tersebut secara rutin selama 11 tahun telah mengimpor produk kopi dari Indonesia. Pada kesempatan tersebut, turut hadir beberapa pelaku usaha Maroko yang bergerak di bidang ekspor dan impor. Para pelaku usaha tersebut tertarik kepada produk Indonesia yang dibawa oleh peserta Misi Dagang Indonesia ke Maroko kali ini. Pelaku usaha Indonesia memperkenalkan produk seperti minuman kemasan, arang kelapa/arang, teh, dan tembakau, baik dalam bentuk bahan baku maupun produk hilir berupa cerutu, kopi, ikan kalengan, dan sebagainya.

1.2. Peningkatan Ekspor Produk Manufaktur

Kunjungan Perusahaan dalam rangka Kurasi Peserta Pameran INDEKS Dubai 2024

Kunjungan Perusahaan di Jepara, Provinsi Jawa Tengah (1-3 April 2024)

Kunjungan perusahaan dalam rangka kurasi peserta paviliun Indonesia pada pameran INDEKS Dubai dilakukan kepada sebanyak empat perusahaan di Jepara, Jawa Tengah, yaitu:

1. PT Indoexim International
2. CV Radiant Suryatama
3. PT Kalpataru Usaha Sejahtera
4. CV Berkas Bintang Sejati

Berdasarkan jenis produk yang akan menjadi *highlight* untuk paviliun Indonesia, keempat perusahaan bergerak pada *furniture* kayu. Beberapa catatan selama kunjungan adalah sebagai berikut:

1. PT Indoexim International

Perusahaan ini merupakan perusahaan besar yang memproduksi *indoor* dan *outdoor furniture*. Bahan baku yang digunakan sebagian besar adalah jati dan produk yang dihasilkan adalah meja, kursi, dan lemari.

Dalam satu bulan, perusahaan dapat mengekspor 10-20 kontainer produknya ke berbagai negara dan telah memiliki sertifikasi SVLK, FSC, dan ISO. Untuk memproduksi barang tersebut, perusahaan memiliki 40 karyawan tetap dan 100-200 karyawan borongan untuk mengerjakan pekerjaan secara *inhouse* dan *subcont*.

Negara tujuan ekspor perusahaan meliputi Singapura, Malaysia, Thailand, China, Jepang, Australia, dan Amerika. Perusahaan ini masih memiliki kapasitas produksi yang besar apabila nantinya terpilih dalam pameran INDEX Dubai 2024.

2. CV Radiant Suryatama

Merupakan perusahaan menengah yang memproduksi *indoor furniture*. Bahan baku yang digunakan adalah jati, sungkar, dan mahoni. Untuk produk yang dihasilkan adalah meja, kursi, lemari, dan *home decoration*.

Dalam satu bulan perusahaan dapat mengekspor dua kontainer produknya ke berbagai negara dan telah memiliki sertifikasi SVLK. Perusahaan memiliki 30 karyawan untuk mengerjakan pekerjaan secara *inhouse*. Perusahaan ini memiliki tim desain sendiri dalam memproduksi produknya.

Negara tujuan ekspor perusahaan meliputi Belanda, Denmark, Jepang, Iran, Irak, Amerika, dan UAE. Perusahaan masih memiliki kapasitas produksi yang dapat ditambah hingga empat kontainer apabila nantinya terpilih dalam pameran INDEX Dubai 2024.

3. PT Kalpataru Usaha Sejahtera

Merupakan perusahaan menengah yang memproduksi *indoor furniture*. Bahan baku yang digunakan sebagian besar jati dan sesuai *request buyer*. Untuk produk yang dihasilkan adalah meja, kursi, lemari, serta ukiran dan *request* dari *buyer*.

Dalam satu bulan berjalan perusahaan tidak dapat menentukan secara merata pesanan dari konsumen. Perusahaan memiliki *on going project* berupa resort di Maldives yang secara total akan mengekspor sebanyak 20 kontainer. Perusahaan telah berpengalaman lebih dari 12 tahun menerima *project villa*, hotel, dan resort di Timur Tengah.

Perusahaan sudah memiliki sertifikasi SVLK. Negara tujuan ekspor perusahaan meliputi Maldives, Tahiti, Australia, dan Timur Tengah. Kapasitas produksi perusahaan dapat ditambah apabila nantinya terpilih dalam pameran INDEX Dubai 2024.

4. CV Berkat Bintang Sejati

Perusahaan ini merupakan perusahaan yang bergerak di produk *outdoor furniture*. Bahan baku yang digunakan sebagian besar adalah jati dan produk yang dihasilkan adalah meja, kursi, dan lemari dalam jumlah besar. Negara tujuan ekspor perusahaan meliputi Swiss, Amerika, dan Timur Tengah.

Dalam satu bulan, perusahaan dapat mengirimkan tiga kontainer produknya ke berbagai negara dan telah memiliki sertifikasi SVLK. Perusahaan memiliki 40 karyawan untuk melakukan pekerjaan *finishing* karena semua produk yang dijual merupakan pekerjaan *subcont.*

Kunjungan Perusahaan di Provinsi Jawa Barat (2-4 April 2024)

Kunjungan perusahaan dalam rangka kurasi peserta paviliun Indonesia pada pameran INDEKS Dubai dilakukan kepada sebanyak lima perusahaan di Cirebon, Jawa Barat, yaitu:

1. CV Aksata Furnicraft Internasional
2. PT Homeware Internasional Indonesia
3. CV Satori Rattan Indonesia
4. CV Simetris Asia Rotan
5. CV Artisan Vii.

Berdasarkan jenis produk yang akan menjadi *highlight* untuk paviliun Indonesia, kelima perusahaan yang dikunjungi memproduksi furnitur berbahan baku rotan dengan kombinasi kayu. Terdapat satu perusahaan yang khusus memproduksi furnitur dari rotan kombinasi kayu, alumunium, dan besi. Selain furnitur,

empat perusahaan yang dikunjungi juga memproduksi produk *home decor*, *wall decor*, dan *flooring* dengan material kayu dan rotan.

Pasar Timur Tengah khususnya Dubai menjadi target perluasan pasar dan penjangkauan pasar baru bagi lima perusahaan, mengingat saat ini pasar Amerika dan Eropa sedang mengalami perlambatan ekonomi akibat resesi. Terdapat tiga perusahaan (CV Aksata Furnicraft Internasional, PT Homeware Internasional Indonesia, dan CV Simetris Asia Rotan) yang sangat protektif, karena perusahaan tersebut telah memiliki daftar kontak *buyer* UAE dan sekitarnya, yang mereka peroleh saat berpartisipasi pada pameran IFEX, IFFINA, Ambiente Fair, dan KOFURN.

Sedangkan dari segi kualitas dan keteraturan area *workshop*, empat perusahaan yakni PT Homeware Internasional Indonesia, CV Satori Rattan Indonesia, CV Simetris Asia Rotan, dan CV Artisan Vii, sangat protektif untuk diikutsertakan pada pameran.

Kunjungan Perusahaan di Provinsi Jawa Timur (4-6 April 2024)

Kunjungan perusahaan dalam rangka kurasi peserta paviliun Indonesia pada pameran INDEKS Dubai dilakukan kepada sebanyak empat perusahaan di Jawa Timur, yaitu:

1. PT Siklus Karya Global
2. PT Sukses Tritunggal (Gajah Mada Stone)
3. PT Sindoro Rotan Lestari
4. PT Evoline Furniture Industry

Beberapa catatan dari kunjungan ini antara lain sebagai berikut:

1. *Furniture* dari daur ulang plastik yang diproduksi oleh PT Siklus Karya Global cukup menarik. *Furniture* seperti ini memberikan nilai keberlanjutan yang dapat di-*highlight* untuk promosi nantinya.
2. Dinding batu alam yang diproduksi oleh Gajah Mada Stone memiliki estetika dan kemewahan yang cukup *marketable* di pasar Timur Tengah. Namun demikian, kategori produk tidak cocok dengan kategori yang akan dipromosikan di paviliun Indonesia.

3. PT Sindoro Rotan Lestari dinilai masih terlalu kecil dari aspek kapasitas dan pengalaman ekspor. Ekspor secara mandiri baru dilakukan selama dua tahun terakhir, meskipun sebelumnya pernah melakukan ekspor melalui perusahaan lain (*undername*).
4. PT Evoline Furniture secara kapasitas cukup besar. Perusahaan ini sering berpartisipasi secara mandiri pada pameran SPOGA di Jerman dan sebagian besar produknya diekspor ke Eropa. Namun demikian, untuk kesiapan mengikuti pameran INDEX Dubai 2024 perlu dipertimbangkan mengingat sampel barang tidak banyak yang siap dan untuk membuat sampel akan memakan waktu yang cukup lama.

Kunjungan Koordinasi dan Sinergi Peningkatan Ekspor di Jawa Barat

Dirjen PEN beserta Direktur PEPM dan Sekretaris Ditjen PEN melakukan kunjungan ke beberapa perusahaan alat musik di Bandung, Jawa Barat pada tanggal 22 April 2024. Kegiatan ini bertujuan untuk mengenal serta menggali potensi alat musik Indonesia untuk *go global*. Tinjauan di lapangan dilakukan untuk menilai kualitas produk serta kapasitas produksi masing-masing perusahaan, serta mengetahui peluang dan kendala yang dihadapi oleh para pelaku usaha alat musik.

Adapun perusahaan yang dikunjungi adalah produsen gitar, ukulele, dawai, harpa, bass, dan alat musik lainnya. Beberapa perusahaan tersebut adalah Genta Guitars, Stranough Guitars, dan RB Guitars and Harps. Ketiganya merupakan produsen alat musik dengan keunikan produk masing-masing dari segi desain dan bahan penyusunnya.

Pada pertemuan dengan pelaku usaha alat musik di Bandung, disampaikan oleh Dirjen PEN bahwa Indonesia merupakan eksportir ke-4 produk alat musik di dunia pada tahun 2022 dengan pangsa pasar sebesar 9,74%. Sementara itu pada tahun 2023, ekspor alat musik Indonesia mencapai nilai sebesar USD 648,81 juta. Hal tersebut merupakan sebuah pencapaian yang baik, namun tentunya masih dapat ditingkatkan.

Genta Guitars merupakan produsen alat musik gitar akustik, ukulele, dawai, gitar elektrik, dan bass yang mengeksport produknya ke berbagai negara seperti Inggris, Amerika Serikat, dan Belanda. Stranough Guitars merupakan produsen alat musik gitar elektrik

travel. Sedangkan RB Guitars and Harps adalah produsen gitar dan harpa yang sudah mengeksport produknya ke Australia, Singapura, Malaysia, Filipina, Jepang, Kanada, Amerika Serikat, Belanda, Belgia, Jerman, China, dan Taiwan.

Berdasarkan kunjungan pada beberapa pelaku usaha gitar tersebut, dapat diperhatikan bahwa kualitas produk gitar Indonesia sudah bagus dan memiliki keunikan sehingga dapat dikategorikan pada produk kelas menengah ke atas. Namun, potensi tersebut belum terealisasi secara maksimal sehingga perlu dorongan promosi lebih lanjut.

Tren minat konsumen terhadap gitar mulai mengarah ke jenis gitar unik atau gitar *boutique*. Oleh karenanya, pelaku usaha perlu menangkap peluang pasar ini dengan terus melakukan inovasi pengembangan produk yang disesuaikan dengan permintaan pasar. Dirjen PEN juga menekankan bahwa peluang pasar global untuk alat musik masih cukup menjanjikan di mana *revenue* alat musik global diproyeksikan mencapai USD 47 miliar pada tahun 2024 dengan proyeksi pertumbuhan pasar rata-rata 7,6% per tahun.

Untuk terus mendorong peningkatan ekspor produk alat musik Indonesia ke pasar internasional, Kemendag berpartisipasi pada beberapa pameran alat musik internasional baik di luar negeri yakni Soundmesse in Osaka 2024 dan di dalam negeri melalui paviliun alat musik di Trade Expo Indonesia 2024. Ditjen PEN akan terus berkoordinasi dengan asosiasi alat musik Indonesia untuk persiapan paviliun alat musik tersebut mengenai konsep dan tema paviliun serta pemilihan perusahaan yang cocok untuk menjadi peserta paviliun.

**Kunjungan Perusahaan dalam
rangka Kurasi Peserta
Pameran *Global Sourcing Expo*
2024**

Direktorat PEPM bekerja sama dengan Atase Perdagangan Canberra dan ITPC Sydney akan berpartisipasi pada pameran *Global Sourcing Expo* (GSE) 2024 yang akan diselenggarakan tanggal 12-14 Juni 2024 di Internasional Convention and Exhibition Centre (ICC), Sydney, Australia. GSE merupakan pameran B2B untuk *sourcing* produk *apparel*, tekstil, alas kaki, dan *gift* yang diselenggarakan oleh Internasional Expo Group Pty. Ltd., Australia.

Untuk memastikan pameran yang dilakukan tepat sasaran, dilakukan kunjungan perusahaan untuk memverifikasi peserta

serta memberikan informasi mengenai persiapan pameran.

Kunjungan Perusahaan di Bogor, Jawa Barat (23-24 April 2024)

Tim dari Direktorat PEPM melakukan kunjungan ke dua perusahaan yaitu Gernerlap Wastra Indonesia dan PT Penta Garda Nusantara. Beberapa informasi yang diperoleh pada saat kunjungan perusahaan adalah sebagai berikut:

1. Gernerlap Wastra Indonesia

Gernerlap Wastra Indonesia memproduksi tas wanita (*totebag, handbag, slingbag*, dan tas laptop) dengan bahan baku utama kain khas daerah seperti batik, lurik, dan songket, dipasarkan dengan *brand* Paduzzee. Produk tersebut dipasarkan dengan harga sekitar Rp 750 ribu hingga Rp 1,5 juta atau sekitar USD 50 hingga USD 100 per unit.

Kapasitas produksi per bulan saat ini 100-200 pcs per bulan, namun dalam kondisi tertentu dapat memproduksi hingga 800 pcs dalam dua minggu. Gernerlap Wastra Indonesia melibatkan pengrajin lokal untuk proses produksinya antara lain pengrajin dari Tanggulangin, Sidoarjo. Nilai tambah dari produk yang dihasilkan oleh Gernerlap Wastra Indonesia adalah proses produksinya mengedepankan *zero waste*. Kain perca dari sisa produksi dijadikan aksesoris seperti anting-anting dan lain sebagainya.

Beberapa produk yang akan dibawa ke Global Sourcing Expo 2024 di antaranya tas perpaduan kain nusantara dengan *ecoprint* kulit lembu, tas perpaduan kain nusantara dengan kayu lantung dan serat alami, *table runner*, dan syal. Selain itu mempertimbangkan Australia merupakan salah satu produsen *wine* terbesar di dunia, Gernerlap Wastra Indonesia berencana untuk memproduksi dan membawa *wine bag*.

Pameran yang pernah diikuti oleh Gernerlap Wastra Indonesia yaitu TEI 2018, Hongkong Fashion Week 2018, OIC Turkiye 2021, dan Sirha Budapest 2022.

2. PT Penta Garda Nusantara

Berdiri sejak 2015, PT Penta Garda Nusantara merupakan perusahaan manufaktur yang memproduksi tas, alas kaki, dan aksesoris wanita. Perusahaan ini memiliki empat *brand* yang telah memiliki HKI, yakni Hody (berbahan utama kulit sintetis), Zola (berbahan utama kulit sapi), Miliqi (tas dan alas kaki anak), dan Moon Dae (tas wanita). Selain memproduksi untuk empat *brand* tersebut, perusahaan juga menerima makloon.

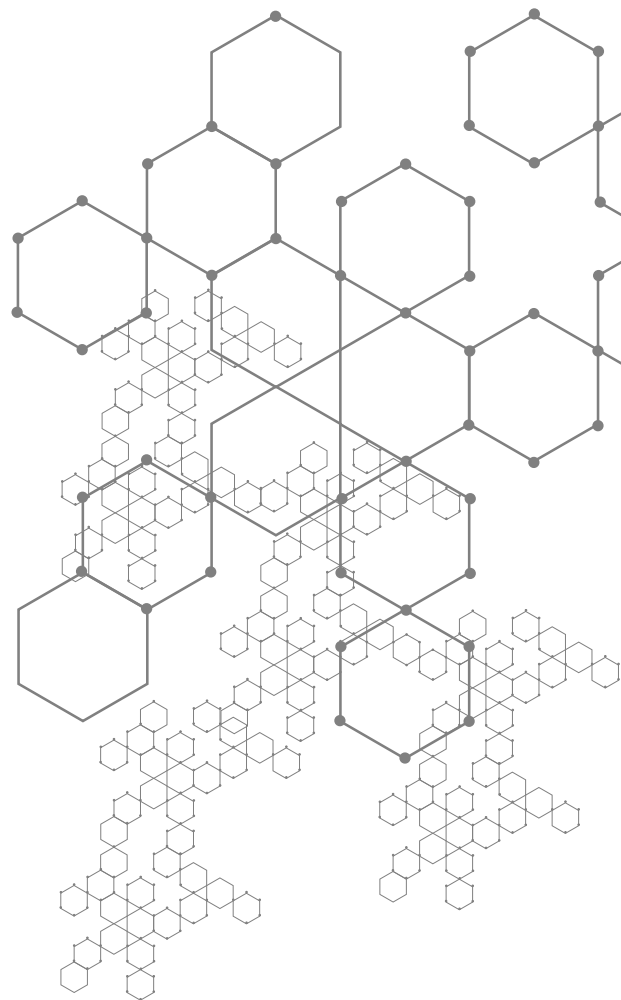
Bahan baku kulit berasal dari Bogor, Magetan dan Yogyakarta; kanvas berasal dari supplier lokal; dan kain goni dari Jabodetabek. PT Penta Garda Nusantara telah berhasil mengembangkan kulit sintetis dengan keunggulan tidak mudah mengelupas, dengan testimoni pelanggan menyatakan bahwa hingga pemakaian lima tahun masih belum mengelupas.

PT Penta Garda Nusantara memiliki pabrik sendiri di Ciampea, Bogor dengan jumlah karyawan sekitar 600 pegawai, sedangkan di kantor pusat terdapat sekitar 50 pegawai. Beberapa mesin yang terdapat di pabrik yaitu mesin potong, mesin pewarnaan, oven (pengering cat), dan mesin jahit. Kapasitas produksi saat ini sebesar 100.000 pcs per bulan.

Pemasaran dilakukan dengan kemitraan, *marketplace*, dan *offline store* (bekerja sama dengan Yogya Department Store). Selain di Indonesia, juga memiliki toko di Malaysia sejak 2017 dengan fokus produk berbahan kulit sintetis, dan telah rutin ekspor sekitar 2.000-3.000 pcs per bulan.

Pameran yang pernah diikuti di antaranya Indonesia Internasional Modest Fashion Festival (IN2MF), Jakarta Halal Festival, Modest Fashion & Women Preneur Summit, dan Spotlight Indonesia.

Target negara tujuan ekspor yaitu Australia, Vietnam, Taiwan, dan Thailand. Perusahaan telah melakukan riset dan akan mengembangkan serta memproduksi tas, botol, tas belanja, produk multifungsi, dan tas yang dapat digunakan kembali berbahan kanvas dan kain goni untuk dipamerkan pada Global Sourcing Expo 2024.



Kunjungan Perusahaan di Tangerang, Banten (25-26 April 2024)

Tim dari Direktorat PEPM melakukan kunjungan ke dua perusahaan yaitu Findmeera Dailywear dan Apikmen. Beberapa informasi yang diperoleh pada saat kunjungan perusahaan adalah sebagai berikut:

1. Findmeera Dailywear

Findmeera merupakan produsen baju pantai, gamis panjang, daster kaftan dan kain bercorak alam dengan lokasi produksi serta *showroom* di Tangerang, Banten. Pada tahun 2023, Findmeera berpartisipasi pada *side event Asian Africa Legal Consultative Organization (AALCO)* di Bali. Meskipun belum pernah melakukan ekspor langsung, namun Findmeera sering mendapatkan pembeli dari luar negeri yang berkunjung ke Indonesia dan membeli serta membawa produk Findmeera ke negara mereka di kawasan Asia dan Afrika.

Findmeera mengusung konsep *exclusive design* yang dikerjakan secara *handmade* oleh pengrajin Indonesia dengan bahan baku kain viscose rayon yang berasal dari Solo, Jawa Tengah dan tersertifikasi OEKO-TEX® Standard 100, yaitu sertifikasi mengenai standar untuk produk-produk tekstil yang terlindung dari zat-zat berbahaya, aman dan ramah lingkungan. Perusahaan memiliki lima karyawan tetap dan tenaga kerja produksi sebanyak enam orang dengan kapasitas produksi 300-400 pcs per bulan dan mampu menyesuaikan dengan jumlah permintaan. Perusahaan ini akan membawa dua jenis produk yaitu produk daster kaftan dan kain.

2. Apikmen

Apikmen merupakan produsen produk fesyen dan turunan fesyen antara lain sepatu, sandal, dan *pouch* bernuansa etnik yang mengusung praktik *recycle, reuse, dan reduce* dengan penggunaan pewarna alami tanaman indigo. Apikmen memiliki tiga lokasi produksi yaitu di Tangerang untuk pemenuhan produk di Jakarta dan sekitarnya; di Ungaran sebagai lokasi pembuatan bahan baku berbahan alam; dan di Tasikmalaya

untuk pemenuhan produk berbahan non alam.

Selain pakaian batik cap, perusahaan juga memasarkan produk berupa kain batik sebagai bentuk perhatian perusahaan terhadap isu keberlanjutan di bidang fesyen. Apikmen juga memanfaatkan kain limbah/kain perca sisa produksi sebagai bahan baku produk.

Terkait pengalaman ekspor, Apikmen pernah melakukan ekspor ke Malaysia untuk produk kemeja batik dan dipasarkan melalui *platform marketplace* Malaysia “FashionValet”, namun begitu pemasaran pada *platform* tersebut terhenti pada tahun 2022 akibat pandemi. Selain Malaysia, Apikmen juga melakukan ekspor produk sandal batik ke Arab Saudi. Saat ini pemasaran produk secara langsung dilakukan melalui enam *outlet*, yaitu lima *outlet* di Jakarta dan satu *outlet* di Bali.

Perusahaan memiliki 14 karyawan dengan kapasitas produksi 250 pcs per bulan dan mampu meningkatkan jumlah produksi menyesuaikan dengan jumlah permintaan. Perusahaan juga aktif mengikuti beberapa program yang dilaksanakan oleh Ditjen PEN, antara lain pameran serta rangkaian program Jakarta Muslim Fashion Week (JMFV). Apikmen berencana membawa dua jenis produk yaitu pakaian dan kain batik.

1.3 Peningkatan Diversifikasi Ekspor Jasa dan Produk Kreatif

Partisipasi pada Pameran Designed Giftionery Taiwan

Paviliun Indonesia telah berpartisipasi pada Designed Giftionery (DG) Taiwan 2024 yang diselenggarakan pada 18-21 April 2024 bertempat di Taipei World Trade Center. DG Taiwan merupakan agenda tahunan berskala internasional yang menampilkan produk-produk kreatif dan desain orisinal yang terbagi dalam empat zona yakni *Design & Intellectual Property*, *Creative Gifts & Stationery*, *Home Decor*, serta *Green Packaging*. Partisipasi Paviliun Indonesia pada DG Taiwan 2024 merupakan kerja sama antara Kantor Dagang dan Ekonomi Indonesia (KDEI) Taipei dan Ditjen Pengembangan Ekspor Nasional c.q. Direktorat Pengembangan Ekspor Jasa dan Produk Kreatif.

Sebanyak enam pelaku usaha berpartisipasi pada Paviliun Indonesia di DG Taiwan 2024. Empat di antaranya merupakan

binaan Direktorat PEJPK dan KDEI Taipei, yakni:

1. PT Mujur Kurnia Ampuh (Mukura Ceramics), menghasilkan produk *roaster*/lubang angin keramik granit yang telah berhasil meraih penghargaan internasional seperti Good Design Award Jepang, Gold Pin Award Taipei dan Good Design Indonesia.
2. PT Aquila Jawa Natura (Aquiva Gallery), menghasilkan produk dekorasi rumah dengan penggunaan material kayu jati, bambu dan *marble*. Aquiva Gallery merupakan binaan program pendampingan desain Klinik Desain x Local Business Export Coaching.
3. CV Biostan Asian Art, memproduksi furnitur, dekorasi rumah dan hiasan berbahan kayu. BAA merupakan binaan program pendampingan desain Designers Dispatch Services x Local Business Export Coaching.
4. PT Canela Megah Jaya, menghasilkan produk dekorasi rumah dan furnitur untuk *private order* baik di dalam maupun di luar negeri.

Paviliun Indonesia pada DG Taiwan 2024 diresmikan oleh Direktorat PEJPK dan Kepala KDEI di Taipei. Potensi transaksi sementara Paviliun Indonesia pada DG Taiwan 2024 hingga 21 April 2024 tercatat sebesar USD 295,741 atau Rp 4.731.856.000,-.

Pada kesempatan yang sama juga dilakukan kunjungan ke SCANTEAK di Taoyuan City, Taiwan pada 19 April 2024. SCANTEAK merupakan importir terbesar di Taiwan untuk produk furnitur dan dekorasi rumah dari Indonesia yang telah menjalin kerja sama dengan pelaku usaha dari Indonesia selama lebih dari 35 tahun. Perusahaan berbasis di Singapura yang telah beroperasi selama 50 tahun ini memiliki 120 *chain stores* di dunia, 94 di antaranya di Taiwan. Sisanya tersebar di Singapura, Jepang (13 unit), Jerman, Kanada, Brunei, dan Amerika Serikat.

Dalam audiensi ini, SCANTEAK menyampaikan kendala dengan mitra eksportir dari Indonesia adalah pemenuhan kualitas, kuantitas dan kontinuitas. Untuk itu SCANTEAK menyarankan perusahaan manufaktur furnitur dan dekorasi rumah perlu berinvestasi pada mesin dan teknologi digital (perangkat lunak manajemen rantai pasok).

Sharing Session Publisher – Game Developer di Bandung

Kegiatan *Sharing Session Publisher – Game Developer* diselenggarakan pada tanggal 24 April 2024 di Indigo Hub Bandung. Kegiatan ini merupakan implementasi kerja sama Direktorat PEJPK dengan Indigo Telkom, Nuon Digital Indonesia dan Asosiasi Gim Indonesia (AGI) untuk membangun relasi dan meningkatkan kapabilitas dari *game developer* lokal untuk mendapatkan kontrak kerja sama dengan *publisher* lokal maupun luar negeri.

Tujuan dari kegiatan adalah untuk memberikan pemahaman secara komprehensif bagaimana agar *game developer* Indonesia dapat memformulasikan *business process* maupun *pitch deck* yang sesuai dengan standar dan kebutuhan *publisher* sehingga memudahkan mereka untuk mendapatkan kontrak kerja sama dengan *publisher*. Acara ini dihadiri oleh sekitar 50 peserta yang merupakan *startup game* dan *game developer*, khususnya yang berdomisili di Bandung dan sekitarnya yang sudah siap untuk mem-*publish* gimnya. Bertindak sebagai pembicara yaitu perwakilan dari AGI dan Digital Happiness.

Kegiatan diawali dengan sambutan dari Direktur PEJPK yang sekaligus membuka acara. Dalam sambutannya disampaikan bahwa industri gim merupakan salah satu subsektor ekonomi kreatif yang menjadi alternatif sumber devisa negara ke depannya. Subsektor ini memiliki potensi yang cukup besar untuk dikembangkan dalam menggerakkan ekonomi nasional khususnya meningkatkan ekspor Indonesia dari produk dan jasa yang dihasilkan. Dalam pengembangan gim, *publisher* memiliki peranan penting dalam tahap akhir, yaitu pemasaran. *Publisher* berperan aktif dalam pemasaran sebuah gim yang dikembangkan oleh *developer*, baik itu sejak masa pengembangan gim tersebut, hingga ketika gim tersebut telah diluncurkan ke publik.

Disampaikan juga bahwa di Indonesia, jumlah *publisher* gim masih sangat terbatas. Jumlah ini tidak sebanding dengan makin banyaknya studio *developer* yang berdiri, sehingga *developer* harus banyak bergantung pada *publisher* luar negeri. Selain itu, kemampuan *pitching game project* dari studio juga masih terbatas sehingga kurang efektif dalam mendapatkan kerja sama dengan *publisher*. Acara *knowledge sharing* ini diharapkan dapat

memberikan pemahaman secara komprehensif bagaimana agar *game developer* Indonesia dapat memformulasikan *business process* maupun *pitch deck* yang sesuai dengan standar dan kebutuhan *publisher* sehingga memudahkan mereka untuk mendapatkan kontrak kerja sama dengan *publisher*.

Kegiatan *sharing session* juga dirangkai dengan kunjungan ke tiga studio gim, yaitu Agate, Digital Happiness, Storytale Studios, serta KREASI Jabar.

1. Agate

Agate merupakan perusahaan gim asal Bandung yang didirikan sejak tahun 2009 dan kini telah lebih dari 25 judul gim. Agate bekerja sama dengan Square Enix, yaitu pengembang gim terkemuka asal Jepang dan perusahaan-perusahaan gim besar Amerika.

Sejak September 2023, Agate sedang menggarap gim terbaru yang bernama Project D. Gim ini digarap bersama mitra *publisher* internasional mereka yaitu Pqube. Agate berkomitmen untuk menciptakan sebuah gim yang tidak hanya memenuhi, tetapi juga melebihi ekspektasi para *gamer* di seluruh dunia.

Agate menyatakan optimistis melihat perkembangan industri gim di Tanah Air. Ada beberapa hal yang memicu tumbuhnya industri gim di dalam negeri, salah satunya mudahnya akses terhadap internet dan ponsel. Jika dibandingkan dengan pasar global, *average revenue per user* (ARPU) atau pendapatan rata-rata per pengguna *market* di Indonesia memang masih rendah. Namun, ada pertumbuhan secara *year-on-year* yang selalu naik ke atas.

2. Digital Happiness

Digital Happiness merupakan perusahaan gim yang berlokasi di Bandung, Jawa Barat. Dikembangkan sejak tahun 2012 dan resmi berdiri pada tahun 2013. Digital Happiness berhasil menjadi perusahaan pengembang gim pertama dari Indonesia yang mendapatkan kampanye permodalan internasional. DreadOut adalah IP mereka yang pertama rilis dan sukses diunduh lebih dari 1 juta pengguna di seluruh dunia.

Sebagai perusahaan pengembang gim, mereka berkomitmen dalam usahanya untuk melakukan eksplorasi terhadap warisan kekayaan Indonesia yang diimplementasikan dalam konsep gim. Mereka sangat meyakini bahwa konten lokal Indonesia menawarkan begitu banyak keunikan.

3. Storytale Studios

Studio gim ini dirintis pada tahun 2014. Pamali adalah gim terkenal yang diproduksi oleh Storytale pada tahun 2018. Nuansa horor pada gim itu dibangun dengan melibatkan sosok-sosok hantu yang populer di masyarakat berbagai daerah di Indonesia. Tim pengembang gim horor Pamali berjumlah 12 orang. Dana pembuatan gim Pamali berasal dari hasil proyek pesanan film animasi dan penggalangan dana atau *crowd funding*.

Menurut Storytale, tantangan yang dialami di industri gim Indonesia adalah penguasaan teknologi dan memimpin tim kreatif agar potensinya bisa optimal. Saat ini Storytale Studio bekerja sama dengan *publisher* gim di China dan Jepang. Storytale juga membuka program magang kerja bagi mahasiswa tingkat akhir.

4. Komite Ekonomi Kreatif dan Inovasi Jawa Barat (KREASI Jabar)

KREASI Jabar memiliki kawasan yang dinamai Jabar Kreatif. Merupakan salah satu kawasan pengembangan ekonomi kreatif melalui penyediaan *collective store* untuk pelaku usaha kreatif Jawa Barat memasarkan produknya. Pasar Kreatif Jabar berdiri di atas lahan milik Pemdaprov Jabar dan akan menjadi pusat pemasaran dan pengembangan ekonomi kreatif di Jawa Barat yang terletak di Jalan Pahlawan, Kota Bandung.

Provinsi Jawa Barat memiliki kontribusi 20,73% terhadap PDB ekonomi kreatif nasional, banyak menyerap tenaga kerja, tapi belum memiliki pusat ekonomi kreatif yang *representative*. Inilah yang melatarbelakangi Pemprov Jabar mendirikan Pasar Kreatif. Harapannya, sektor UMKM dan industri kreatif dapat mengakselerasi pertumbuhan ekonomi dan menyerap tenaga kerja secara lebih masif.

1.4 Peningkatan Pelayanan Hubungan Dagang dan Informasi Ekspor

Kegiatan Operasional *Marketing Point* Entikong di Sanggau

Kegiatan ini dilaksanakan pada tanggal 1-4 April 2024 bertempat di Kantor Dinas Perdagangan dan Perindustrian Provinsi Kalimantan Barat, *Marketing Point* Entikong dan Pos Lintas Batas Negara (PLBN) Entikong. Tujuan kegiatan adalah untuk membahas administrasi dan *monitoring* operasional *Marketing Point*. Selain itu, tim juga melakukan survei ke beberapa tempat di Kota Sanggau untuk rencana pelaksanaan kegiatan pendukung *Marketing Point* Entikong.

Pertemuan dengan DPPESDM Provinsi Kalimantan Barat dilakukan pada tanggal 1 April 2024 bertempat di Kantor DPPESDM Provinsi Kalimantan Barat diwakili oleh Eko Darmawansyah Sugiharto selaku Kepala Bidang Pengembangan Perdagangan Luar Negeri, Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga. Pada pertemuan tersebut, diperoleh beberapa hal sebagai berikut:

1. Saat ini pengelolaan *Marketing Point* Entikong dianggarkan pada APBD Provinsi Kalbar dan diharapkan masih dapat dilanjutkan, namun untuk pembiayaan ke depan masih akan dirapatkan lebih lanjut dengan Bapeda Provinsi Kalbar dikarenakan sudah tidak ada lagi Dana Dekonsentrasi dari Kementerian Perdagangan. Disampaikan pula perlu adanya pembaharuan Nota Kesepakatan antara DJPEN dengan Pemprov Kalbar tentang Pembentukan Pusat Promosi Ekspor di Kawasan Perbatasan Kalimantan Barat yang akan berakhir pada bulan November tahun 2024.
2. Pusat Logistik Berikat (PLB) Bahan Pokok di Entikong diharapkan agar secepatnya dapat selesai dan pembangunannya agar dapat menggandeng BUMDes yang ada di perbatasan. Selain itu, disampaikan juga bahwa Kartu Identitas Lintas Batas (KILB) sudah tidak dapat dipergunakan oleh pelintas batas dan Pemerintah Malaysia menggantinya dengan penggunaan paspor.
3. Pihak DPPESDM Provinsi Kalbar juga menginformasikan bahwa PLBN Jagoi Babang baru saja diresmikan oleh Presiden Jokowi pada tanggal 13 Desember 2023. PLBN Jagoi Babang merupakan salah satu PLBN yang berada di Provinsi Kalbar dan berada di Kabupaten Bengkayang.
4. *Marketing Point* khususnya *Marketing Point* Entikong menjadi

salah satu program unggulan DPPESDM Provinsi Kalbar. Pihak DPPESDM mengusulkan agar di PLBN yang lain dapat didirikan juga *Marketing point* baru guna mendukung peningkatan ekspor khususnya di kawasan perbatasan.

Pada hari selanjutnya, tim bertemu dengan pengelola *Marketing Point* Entikong dan mendapatkan beberapa informasi sebagai berikut:

1. Pengelola *Marketing Point* Entikong menyampaikan bahwa beberapa pengunjung ingin melakukan pembelian langsung produk-produk *display*, namun sesuai dengan tugas pokoknya, *Marketing Point* tidak diperkenankan melakukan proses jual beli barang. Terkait hal tersebut perlu ada kerja sama dengan pihak swasta atau BUMDes sebagai pihak ketiga untuk melakukan transaksi dagang.
2. Pihak pengelola *Marketing Point* Entikong menyampaikan arus perlintasan di PLBN Entikong cenderung sepi pada hari kerja dan lebih ramai pada hari libur, sedangkan jadwal buka *Marketing Point* Entikong hanya pada hari kerja. Hal ini berdampak pada intensitas pengunjung *Marketing Point*.
3. Sampai dengan bulan Maret 2024, sebanyak 13 orang sudah mengunjungi *Marketing Point* Entikong. Kebanyakan pengunjung tertarik untuk melihat-lihat produk kecantikan, kebutuhan sehari-hari, *fashion*, dan lain-lain.

Pertemuan selanjutnya dilakukan dengan pihak PLBN Entikong yang diwakili oleh Plt. Kasubdit Fasilitas Pelayanan Lintas Batas Negara. Beberapa poin yang diperoleh dari pertemuan tersebut, antara lain:

1. Pihak PLBN Entikong sangat mengapresiasi peran serta Dit. P2IE DJPEN Kemendag melalui kegiatan-kegiatan yang dilakukan selama ini dan berharap kegiatan-kegiatan serupa akan terus berlanjut untuk semakin memperkenalkan PLBN Entikong sebagai pintu arus perdagangan di kawasan perbatasan khususnya terkait ekspor.
2. Terkait perpanjangan penggunaan ruangan kantor *Marketing Point*, pihak PLBN Entikong memberikan keleluasaan untuk

dapat terus dipergunakan guna mendukung pelaksanaan kegiatan *Marketing Point* Entikong. Disamping itu, tim juga berkesempatan untuk dapat melihat gedung serba guna yang dapat digunakan untuk mengadakan acara di area PLBN Entikong.

3. Disampaikan pula bahwa berdasarkan data yang ada, produk yang paling sering diekspor melalui PLBN Entikong adalah produk pertanian (lada biji, arang, dan langsung), serta produk perikanan (udang, ikan, dan cumi). Capaian nilai ekspor impor sampai dengan bulan Maret 2024 sebesar Rp 14.399.089.664 dan jumlah pelintas mencapai 145.256 orang.

Pada hari ketiga, tim melakukan survei ke beberapa hotel di daerah Sanggau seperti Hotel The Garden Palace, Hotel Harvey Sanggau, dan Hotel Ha top sebagai tempat yang dapat dijadikan referensi untuk melaksanakan kegiatan.

**Pemantauan Pelaksanaan
Export Center Surabaya:
Pelepasan Ekspor Mainan
Anak Produksi PT Langgeng
Buana Jaya**

Dalam rangka melakukan pemantauan pelaksanaan Export center Surabaya, Direktorat PPIE mengikuti kegiatan Pelepasan Ekspor Mainan Anak Produksi PT Langgeng Buana Jaya yang merupakan hasil kolaborasi antara Export Center Surabaya dan Bea Cukai Gresik. Kegiatan ini dilaksanakan pada tanggal 4 April 2024 bertempat di Kantor PT Langgeng Buana Jaya, Gresik, Jawa Timur.

PT Langgeng Buana Jaya telah berdiri sejak tahun 2012 dan memproduksi mainan plastik untuk beberapa *brand* ternama seperti Walt Disney, Casdon, dan Munchkin. Dalam waktu dekat, perusahaan ini juga akan segera bekerja sama dengan Walmart, Bandai Namco, dan Target. Perusahaan telah melakukan ekspor mainan anak yang terbuat dari plastik ke negara Amerika serikat, Kanada, Jepang, China, dan Eropa (Inggris dan Perancis).

Kegiatan pelepasan ekspor dihadiri oleh Direktur Operasional PT Langgeng Buana Jaya, Direktur PPIE, Kepala Kantor Bea Cukai Gresik, serta para Tenaga Ahli Export Center Surabaya. Terdapat dua kontainer mainan anak yang dilepas ekspornya ke Amerika serikat senilai total USD 47.404,5 dengan rincian satu kontainer 20” senilai USD 6.507,3 untuk tujuan Los Angeles (California) dan satu kontainer 40” senilai USD 40.897,2 untuk tujuan Savannah

(Georgia).

Direktur Operasional PT Langgeng Buana Jaya menyampaikan bahwa kompetitor Indonesia untuk mainan anak dari plastik khususnya *action figure* saat ini adalah Vietnam. Dari sisi harga, Indonesia kalah dengan Vietnam, namun dari sisi kualitas Indonesia lebih unggul dari Vietnam.

Pada kesempatan ini, Direktur PPIE menyampaikan apresiasi kepada Direktur Operasional PT Langgeng Buana Jaya. Ekspor produk mainan anak ini menjadi bukti nyata bahwa Indonesia juga dapat membawa produk manufaktur berjaya di pasar internasional, tidak hanya barang komoditas saja. Direktur PPIE juga mempersilakan agar PT Langgeng Buana Jaya dapat memanfaatkan fasilitas Export Center Surabaya dengan sebaik-baiknya sebagai perpanjangan tangan dari Direktorat Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional Kementerian Perdagangan dalam mendukung peningkatan kinerja ekspor Indonesia.

Pelayanan *Permanent Trade Exhibition*

Pelayanan informasi yang diberikan oleh *Permanent Trade Exhibition* terdiri dari permintaan hubungan dagang (*trade inquiry*), layanan pembeli luar negeri (*business matching*) dan konsultasi bisnis. Pelayanan permintaan *trade inquiry* dan *business matching* mencakup layanan hubungan dagang yang diterima baik secara langsung maupun melalui Atase Perdagangan atau ITPC, kantor Kedutaan Besar negara asing dan permintaan dari pembeli secara individu serta layanan Konsultasi Bisnis kepada eksportir yang mengunjungi langsung InaExport.

Seluruh pelayanan tersebut telah dilakukan pada bulan April 2024, dengan rincian sebagai berikut:

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

Permintaan hubungan dagang yang diterima pada bulan April 2024 berjumlah 38 *inquiry*, yang bersumber dari Inaexport (sejumlah 37 *inquiry*) dan dari satu *inquiry* dari *buyer* yang datang langsung ke *Permanent Trade Exhibition*. Adapun permintaan *inquiry* dari *buyer* yang datang langsung ke *Permanent Trade Exhibition* berasal dari negara Afganistan. Produk-produk dan informasi yang diminati oleh calon pembeli

dari Afganistan adalah Note Book dan A4 Paper.

Permintaan hubungan dagang yang diinput di Inaexport berasal dari negara Pakistan, India, Belgium, Maldives, Switzerland, Japan, UAE, Singapore, Vietnam, Malaysia, Kenya, Netherlands, France, Philippines, dan Turkmenistan. Produk-produk yang dicari antara lain: *coconut, corn, betel nut, crude coconut oil, virgin coconut oil, shrimp shell, robusta green coffee beans, boiled betel nut, palm kernel, black mud crab, IKOne copy paper, bar soap, eucheuma spinosum, cassava leaves, perfume, coconut charcoal, banana leaf, fresh giant ginger, moringa leaf powder*, dan *seaweed*.

2. Pengunjung *InaExport*

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

A. Layanan Konsultasi Bisnis

InaExport membuka pelayanan secara *online* melalui email csc@kemendag.go.id; pte.inaexport@gmail.com, dan *offline* dengan tatap muka langsung pada hari kerja mulai pukul 08.00 s.d 16.00 WIB. Pada periode April 2024, tercatat tiga perusahaan telah mengunjungi PTE untuk melakukan konsultasi, pertemuan dan hal-hal lain terkait kegiatan bisnis khususnya dalam hal ekspor.

B. *Permanent Trade Exhibition* (PTE)

Pada periode peralihan dari tahun 2023 ke April 2024, perusahaan yang memanfaatkan ruang pameran (PTE) sebanyak 268 perusahaan, di antaranya terdapat dua perusahaan yang baru naik *display*, yaitu PT Kawani Jadi Berkat dan PT Aneka Nusantara Terpilih. Sedangkan untuk perusahaan yg pergantian produk ada satu perusahaan yaitu CV Jaya Abadi, dan perusahaan yang turun *display* pada April 2024 tidak ada.

1.5 Kegiatan Pendukung Ditjen PEN

Pelaksanaan Supervisi Perwakilan Perdagangan RI

1. Pelaksanaan Supervisi pada Indonesia Trade Promotion Center (ITPC) Jeddah (29 Maret – 2 April 2024)

Kegiatan supervisi bertujuan untuk melakukan pengawasan dan evaluasi penyelenggaraan kantor ITPC Jeddah dari sisi perencanaan, sumber daya manusia, keuangan dan kinerja. Selain itu, kegiatan supervisi juga dilakukan untuk memberikan masukan dan input bagi penyempurnaan pelaksanaan program dan kegiatan perwakilan perdagangan.

Tingkat realisasi kinerja ITPC Jeddah sesuai dengan Komitmen Capaian Kinerja tahun 2023 hanya sebesar 67,77%, menempati urutan ke-36 dari total 46 perwakilan perdagangan di luar negeri. Setelah dilakukan konfirmasi dengan Kepala dan Wakil Kepala ITPC Jeddah terdapat beberapa indikator kinerja yang tidak terpenuhi targetnya dikarenakan adanya perubahan pejabat Kepala ITPC pada pertengahan tahun anggaran berjalan.

Beberapa indikator kinerja yang tidak memenuhi target adalah:

- a. IK 8: Jumlah informasi atau bahan masukan dalam Perundingan Perdagangan Internasional.

Tahun 2023, ITPC Jeddah telah menyusun dua laporan mengenai informasi atau bahan masukan dalam perundingan perdagangan internasional dari target empat laporan yang

harus diselesaikan, sehingga tingkat capaian hanya mencapai 50%.

- b. IK 9: Jumlah laporan pemanfaatan dan/atau penjajakan skema imbal dagang

Pada tahun 2023, ITPC Jeddah tidak merealisasikan sama sekali indikator ini. Sedangkan satuan target untuk IK 9 adalah tersedianya empat laporan pemanfaatan dan/atau penjajakan skema imbal dagang. Setelah dilakukan konfirmasi kepada Kepala ITPC Jeddah diperoleh informasi bahwa ketiadaan realisasi untuk indikator kinerja ini diakibatkan karena kurangnya informasi mengenai pemanfaatan dan/atau penjajakan skema imbal dagang yang diperoleh dari kantor pusat. Untuk tahun 2024, indikator kinerja ini telah diselesaikan bersamaan dengan kunjungan kerja Direktorat Jenderal Perdagangan Luar Negeri pada bulan Januari 2024.

- c. IK 11: Jumlah laporan penanganan permasalahan eksportir Indonesia di negara akreditasi.

Tahun 2023 ITPC Jeddah telah menyampaikan tiga laporan penanganan permasalahan eksportir Indonesia dari target empat laporan.

Penyerahan Penghargaan Primaduta kepada Importir Arab Saudi

Dalam rangkaian kunjungan kerja ke Arab Saudi, dilaksanakan juga penyerahan piala dan piagam penghargaan Primaduta 2023 kepada Pinehill Arabia Food Ltd., Jeddah, untuk kategori importir jasa tenaga kerja di Arab Saudi. Pinehill Arabia Food Ltd. merupakan produsen mi instan merek Indomie dan juga saus sambal Indofood. Dalam menjalankan proses produksinya, Pinehill Arabia Food Ltd. mempekerjakan pekerja Indonesia dengan rasio mencapai 27% dari total pekerja sebanyak 1.343 orang. Mayoritas pekerja Indonesia yang dipekerjakan memegang posisi-posisi strategis di dalam perusahaan, mulai level *general manager* sampai dengan operator.

Selain konsumsi dalam negeri, Pinehill Arabia Food juga

melakukan ekspor ke negara-negara lain di wilayah Timur Tengah, seperti Irak, Syria, dan Mesir. Penghargaan Primaduta 2023 diterima oleh General Manager Pinehill Arabia Food Ltd., Noor Wahyono. Dalam kesempatan ini, beliau menyampaikan komitmen untuk terus meningkatkan rasio jumlah karyawan (*skilled labor*) dari Indonesia sesuai dengan kebijakan Pemerintah Arab Saudi.

Relokasi Kantor ITPC Jeddah

Kantor ITPC Jeddah berada di pusat bisnis Kota Jeddah namun berada di lantai 11, terkait dengan hal tersebut kami memberikan masukan agar ITPC Jeddah dapat mempertimbangkan untuk melakukan relokasi kantor di lantai dasar agar dapat lebih mendapatkan *exposure* dari para pengunjung. Namun demikian, Kepala ITPC Jeddah menyampaikan informasi bahwa kebijakan pemerintah Arab Saudi yang hanya memberikan izin kepada instansi/institusi untuk men-*display* barang di lantai dasar yang memiliki *business licence*. Sedangkan ITPC tidak memiliki *business licence* dan berada di bawah koordinasi pemerintah melalui Konsulat Jenderal Republik Indonesia Jeddah.

2. Pelaksanaan Supervisi pada Atase Perdagangan Singapura (16-19 April 2024)

Kegiatan pembinaan pada Atase Perdagangan Singapura bertujuan untuk menindaklanjuti hasil laporan kinerja melalui e-simpple serta kegiatan lainnya pada saat kunjungan kerja.

Supervisi Capaian Kinerja dilaksanakan pada tanggal 17 April 2024 bertempat di Kedutaan Besar RI Singapura. Dalam pembahasan hasil capaian kinerja e-simppel tahun 2023, disampaikan hal-hal sebagai berikut:

- a. Realisasi capaian kinerja Atase Perdagangan Singapura pada aplikasi e-simppel tahun 2023 sebesar 74,37% dari nilai maksimal capaian sebesar 100%.
- b. Terdapat **enam Indikator Kinerja** yang **mencapai target realisasi, yaitu:**
 - 1) IK 3 (Indikator Kinerja: Nilai ekspor produk potensial di

negara akreditasi) dengan target USD 822.700.000, realisasi USD 856.376.759.

2) IK 5 (Indikator Kinerja: Jumlah laporan *market intelligence*) dengan target 4 laporan, realisasi 4 laporan.

3) IK 10 (Indikator Kinerja: Jumlah Laporan Analisis Peluang Ekspor Jasa) dengan target 1 laporan, realisasi 1 laporan.

4) IK 15 (Indikator Kinerja: Jumlah Laporan Triwulan), dengan target 4 laporan, realisasi 5 laporan.

c. Terdapat **10 Indikator Kinerja** yang **tidak mencapai target realisasi**, yaitu:

1) IK 1 (Indikator Kinerja: Nilai Ekspor Non Migas Indonesia di Negara Akreditasi Tahun Berjalan dibandingkan dengan Tahun sebelumnya) dengan target USD 10.038.800.000, realisasi USD 8.348.090.821, capaian 83%.

2) IK 2 (Indikator Kinerja: Nilai ekspor 10 produk utama Indonesia di negara akreditasi pada tahun berjalan dibandingkan tahun sebelumnya) dengan target USD 8.020.230.000, realisasi USD 6.362.482.032, capaian 79%.

3) IK 2.1 (Indikator Kinerja: Data 5 *buyers* dan *sellers* untuk produk utama ke negara akreditasi) dengan target 100 eksportir/importir, realisasi 50 eksportir/importir, capaian 50%.

4) IK 3.1 (Indikator Kinerja: Data 5 *buyers* dan *sellers* untuk produk potensial ke negara akreditasi) dengan target 100 eksportir/importir, realisasi 50 eksportir/importir, capaian 50%.

5) IK 4 (Indikator Kinerja: Nilai transaksi pada kegiatan promosi dagang dan kegiatan *business matching*) dengan target USD 50.194.000, realisasi USD 25.062.494, capaian 50%.

6) IK 6 (Indikator Kinerja: Jumlah penanganan produk atau isu perdagangan yang menghambat perdagangan) dengan target 2 laporan, realisasi 1 laporan, capaian 50%.

7) IK 7a (Indikator Kinerja: Jumlah laporan pemanfaatan hasil

perjanjian perdagangan) dengan target 2 laporan, realisasi 1 laporan, capaian 50%.

8) IK 8 (Indikator Kinerja: Jumlah informasi atau bahan masukan dalam Perundingan Perdagangan Internasional) dengan target 4 laporan, realisasi 3 laporan, capaian 75%.

9) IK 9 (Indikator Kinerja: Jumlah laporan pemanfaatan dan/atau peninjauan skema imbal dagang) dengan target 4 laporan, realisasi 2 laporan, capaian 50%.

10) IK 11 (Indikator Kinerja: Jumlah laporan penanganan permasalahan eksportir Indonesia di negara akreditasi) dengan target 4 laporan, realisasi 1 laporan, capaian 25%.

d. Permasalahan yang dihadapi Atase Perdagangan Singapura dalam pengisian e-Simppel antara lain:

1) Akses untuk pengisian aplikasi e-Simppel hanya dimiliki oleh Atdag Singapura, sehingga penginputan capaian sangat tergantung pada kesediaan waktu Atdag Singapura.

2) Sulitnya melakukan *upload* dokumen pendukung capaian kinerja di aplikasi e-Simppel. Hal ini terkonfirmasi dalam rentang waktu kunjungan kerja kami, Atdag Singapura mencoba melakukan input, namun tidak berhasil.

3) Sedikitnya permasalahan eksportir Indonesia di Singapura, sehingga sulit untuk mencapai target Indikator IK 6 dan IK 11.

4) Dalam melakukan realisasi indikator kinerja, terkadang tidak disertai dengan Surat/Nota Dinas yang ditujukan kepada pimpinan Kemendag.

Menghadiri Pembukaan Indonesia in SG

Dalam kegiatan supervisi, Ditjen PEN juga menghadiri pembukaan Indonesia in SG tanggal 17 April 2024. Indonesia In SG berlangsung 17 – 21 April 2024 di Takashimaya Orchard, Singapura. Ajang ini merupakan pameran *flagship* perdana yang diadakan KBRI Singapura yang mengintegrasikan pameran dagang, kebudayaan, dan pariwisata secara terpadu.

Acara dibuka secara resmi secara bersama-sama oleh Duta Besar

RI di Singapura, Plt. Sekjen Kemendag, Dirjen Pengembangan Ekspor Nasional, Sekjen Kementerian Luar Negeri, Perwakilan Bank Indonesia, Direktur *Retail Banking* PT Bank Negara Indonesia Tbk, dan perwakilan PT Sarinah (Persero).

Pameran Indonesia In SG mengangkat tema “New Horizon of Sustainable Indonesia” dan menampilkan jenama fesyen Indonesia *high-end* yang menggunakan bahan baku dan material *ethically-sourced* dan *sustainably-sourced*. Ajang ini juga menampilkan atraksi *virtual reality experience* yang menampilkan berbagai konten VR yang memuat destinasi pariwisata unggulan Indonesia, konten edukasi untuk anak-anak, hingga konten terkait sejarah Indonesia.

Pada hari pertama penyelenggaraan Indonesia In SG tercatat transaksi pameran sebesar USD 51.694 atau setara dengan Rp 617 juta.

Pertemuan dengan Taninvest Group Singapura

Ditjen PEN juga melakukan pertemuan dengan Sean Lee, *Co-Founder* Taninvest Group pada tanggal 18 April 2024. Taninvest Group adalah perusahaan agregator yang banyak membantu pelaku usaha Indonesia untuk Go-Digital dan Go-Global. Taninvest banyak membantu pelaku usaha khususnya UKM ekspor untuk masuk ke pasar ekspor, antara lain: Singapura, RRT, Amerika Serikat, Filipina, dan Vietnam.

Taninvest Group memiliki kantor di Indonesia dan Singapura. Sebagai agregator, Taninvest juga memberikan pemahaman pengembangan promosi dan pemasaran produk UMKM yang mampu menembus pasar modern, bahkan layak untuk diekspor. Kurasi dilakukan untuk mencari, memilih dan menilai produk UMKM, kemudian dipromosikan melalui jaringan pasar Taninvest.

Taninvest juga melakukan kerja sama dengan INDICO, anak perusahaan Telkomsel yang berfokus pada pengembangan ekosistem digital pertanian. Melalui metode pertanian yang presisi, INDICO akan membantu petani dalam menerapkan prosedur operasional penanaman melalui revitalisasi lahan, pemanfaatan sensor IoT, dan penggunaan drone untuk

penyiraman lahan. INDICO juga akan membantu petani melalui pendampingan dari peneliti pertanian (agronomis) dan pengadaan sarana produksi (saprodi) pertanian. Di saat yang sama, berupaya memastikan hasil panen petani terserap dan membuka akses pasar untuk memperoleh hasil panen tersebut. Sedangkan Tanivest akan membantu promosi melalui jaringan pasar Tanivest.

Sean Lee menyampaikan harapan agar kerja sama yang selama ini terjalin dengan Kementerian Perdagangan, khususnya perwakilan Perdagangan RI di luar negeri dapat semakin erat sehingga lebih banyak membantu para pelaku usaha Indonesia, khususnya di sektor pertanian untuk melakukan ekspor produknya ke luar negeri.

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

Selama bulan April 2024, *press release* terkait kegiatan Ditjen PEN yang tayang dalam *website official* Kemendag sebanyak dua rilis berita. Rilis yang tayang adalah sebagai berikut:

1. Kemendag Berkolaborasi dengan BEDO Luncurkan Program Ekspor “NEXT” (3 April 2024).
2. Berkontribusi Terhadap Peningkatan Ekonomi Indonesia, Kemendag Beri Primaduta Awards Kepada Buyers Mesir (29 April 2024).

BAB II

AGENDA KEGIATAN

DIREKTORAT JENDERAL PENGEMBANGAN EKSPOR NASIONAL

2
April

Direktur Pengembangan Pasar dan Informasi Ekspor Arief Wibisono menjadi narasumber pada *Talkshow* Banten Halal Festival Ramadhan yang diselenggarakan oleh Komite Daerah Ekonomi dan Keuangan Syariah (KDEKS) Provinsi Banten bekerja sama dengan Menara Syariah di Tangerang Banten. Kegiatan ini bertujuan untuk mendukung terbentuknya sinergi dalam penguatan ekosistem industri halal di Indonesia.



3
April

Direktur Pengembangan Ekspor Produk Manufaktur Dewi Rokhayati membuka kegiatan *kick off* “Peran Strategis Sertifikat Halal Dalam Meningkatkan Daya Saing Ekspor Produk Kosmetik dan Bahan Penyusun Kosmetik”, secara hybrid di Hotel Aryaduta, Jakarta. Diikuti oleh lebih dari 75 pelaku usaha kosmetik Indonesia dan asosiasi bisnis sektor kosmetik. Kegiatan ini merupakan kegiatan pembuka dari Program Fasilitasi Sertifikasi Halal Bagi Produk Kosmetik dan Bahan Penyusun Kosmetik.



3
April

Dirjen PEN Didi Sumedi menyaksikan penandatanganan kerja sama antara Direktur Pengembangan Ekspor Produk Primer Miftah Farid dan Ketua Yayasan Business and Export Development Organization (BEDO) Jeff Kristianto yang menandai peluncuran (*kick-off*) program New Export Breakthrough (NEXT) di Kantor Kemendag. NEXT adalah program pembinaan pelaku usaha yang terdiri atas serangkaian kegiatan pendampingan ekspor secara daring dan tatap muka selama satu tahun untuk perusahaan terpilih di sektor perkebunan.





Direktur Pengembangan Pasar dan Informasi Ekspor Arief Wibisono melakukan pelepasan ekspor produk Mainan Anak ke Amerika Serikat produksi PT Langgeng Buana Jaya senilai USD 47.404,5 di Gresik. Turut hadir dalam acara ini, Direktur Operasional PT Langgeng Buana Jaya Martin Kolondam dan Perwakilan Bea Cukai Gresik. Pelepasan ekspor kali ini merupakan hasil upaya kolaboratif antara Kemendag melalui ECS dengan Bea Cukai Gresik dalam memfasilitasi PT Langgeng Buana Jaya untuk memasuki pasar baru di Amerika Serikat.

4
April

17
April

Plt. Sekretaris Jenderal Kementerian Perdagangan, Suhanto bersama Dirjen PEN Didi Sumedi hadir pada ajang Indonesia In SG di Singapura. Acara dibuka oleh Duta Besar RI di Singapura, Plt. Sekjen Kemendag, Dirjen PEN, Sekjen Kementerian Luar Negeri, Perwakilan Bank Indonesia, Direktur *Retail Banking* PT Bank Negara Indonesia Tbk, dan perwakilan PT Sarinah (Persero). Pada hari pertama penyelenggaraan Indonesia In SG tercatat transaksi pameran sebesar USD 51.694 atau setara dengan Rp 617 juta.



Direktur Pengembangan Jasa dan Produk Kreatif Merry Maryati bersama Kepala KDEI di Taipei didampingi Kepala Bidang Perdagangan KDEI Taipei meresmikan Paviliun Indonesia pada pameran Designed Giftionery Taiwan di Taipei. Paviliun Indonesia memfasilitasi 6 perusahaan di antaranya PT Mujur Kurnia Ampuh (Mukura Ceramics), PT Aquila Java Natura (Aquila Gallery), CV Blotan Asian Art, PT Canela Megah Jaya, Smartwood, dan Teadpole.

18
April

23

April

Dalam rangka mendorong peningkatan akses pasar produk komponen kendaraan bermotor Indonesia ke pasar tujuan ekspor baru, salah satunya Amerika Selatan, Dirjen PEN Didi Sumedi mengunjungi produsen velg kendaraan bermotor, Pako Group di Karawang, Jawa Barat. Dalam kegiatan kunjungan tersebut, Dirjen PEN didampingi oleh Direktur Pengembangan Ekspor Produk Manufaktur Dewi Rokhayati dan Sekretaris Ditjen PEN Muhammad Suaib Sulaiman.



23

April



Dalam rangka mendorong Promosi Ekspor Alat Musik Indonesia ke Pasar Global, Dirjen PEN melakukan kunjungan ke beberapa perusahaan alat musik di Bandung, Jawa Barat yang memproduksi gitar, ukulele, dawai dan alat musik lainnya. Beberapa perusahaan yang dikunjungi antara lain: Genta Guitars, Stranough Guitars, dan RB Guitars and Harps. Dirjen PEN didampingi oleh Direktur Pengembangan Ekspor Produk Manufaktur, Dewi Rokhayati dan Sekretaris Ditjen PEN, Muhammad Suaib Sulaiman

23

April

Dorong ekspor sektor produk organik, Kemendag selenggarakan Webinar Peluang dan Hambatan Ekspor Produk Organik ke Pasar Eropa. Webinar dibuka oleh Direktur Pengembangan Ekspor Produk Primer Miftah Farid. Webinar diikuti sebanyak 140 pelaku usaha sektor produk organik. Narasumber webinar kali ini adalah Atase Perdagangan RI di London Ayu Siti Maryam, Board Member Aliansi Organik Indonesia Emilia Setyowati, dan Direktur PT SDS Indonesia Winaryo Suyono.





Sekretaris Ditjen PEN Muhammad Suaib Sulaiman hadir pada Resepsi Bisnis yang digelar Kedutaan Besar Republik Islam Iran bertempat di kediaman Duta Besar Iran di Jakarta. Resepsi bisnis dihadiri oleh instansi pemerintah dan pelaku usaha Indonesia yang telah dan akan berbisnis dengan pelaku usaha di Iran. Kegiatan resepsi bisnis ini sekaligus sebagai forum untuk berjejaring antar pelaku usaha Indonesia dengan mitra.

23
April

23
April

Direktur Pengembangan Pasar dan Informasi Ekspor Arief Wibisono menjadi narasumber pada forum bisnis yang digelar dalam rangkaian Pameran International Business Solution Expo (IBSE) di Expo Center Yogyakarta. Turut hadir sebagai narasumber dalam acara ini antara lain Presiden International Chamber of Commerce (ICC) Indonesia Ilham Habibi, Advisor dari ICC Indonesia Toto Sutopo, dan Economist pada International Trade Center Geneva Anna Jankowska-Eriksson.



Direktur Pengembangan Ekspor Produk Primer Miftah Farid tampil sebagai narasumber dalam kegiatan Diskusi Kelompok Terpumpun Industri Perdagangan Tuna: Memahami Regulasi Ekspor dan Impor Indonesia dan Filipina. Diskusi yang diselenggarakan secara hibrida oleh Konsulat Jenderal RI Davao City, Filipina ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran tentang peraturan, dokumen, dan prosedur ekspor ikan yang diterapkan oleh kedua negara.

24
April

24
April

Direktur Pengembangan Ekspor Jasa dan Produk Kreatif, Merry Maryati membuka acara *Sharing Session Publisher dan Game Developer* bertempat di Indigo Hub Bandung. Acara dihadiri oleh sekitar 50 peserta yang merupakan *startup game* dan *game developer* yang telah siap untuk meluncurkan produk gim-nya, khususnya yang berdomisili di Bandung dan sekitarnya. Adapun sebagai pembicara dalam kesempatan ini adalah perwakilan dari AGI dan Digital Happiness.



25
April



Direktur Pengembangan Ekspor Jasa dan Produk Kreatif Merry Maryati memberikan sambutan pada kegiatan Seminar dan Kurasi dalam rangka Road to Jakarta Muslim Fashion Week (JMFW) 2025 yang berlangsung di Kota Solo. Diikuti juga oleh Direktur Kuliner, Kriya, Desain dan Fashion, Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, Yuke Sri Rahayu dan Direktur Industri Aneka dan Industri Kecil dan Menengah Kimia, Sandang, dan Kerajinan, Kemenperin Alexandra Arri Cahyani.

26
April

Direktur Pengembangan Pasar dan Informasi Ekspor Arief Wibisono melepas ekspor produk *planterbag* produksi PT Visio Eco Planting senilai USD 71.290 ke pasar Saudi Arabia di Tangerang, Banten. Acara dihadiri oleh Direktur PT Visio Eco Planting Evi Ainurn Nikmah, Komisaris PT Visio Eco Planting Eko Setiawan serta Kepala Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Tangerang Rusmiyati.





Direktur Pengembangan Pasar dan Informasi Ekspor Arief Wibisono melakukan pertemuan koordinasi dengan Direktur Bisnis dan Kewirausahaan Syariah Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah (KNEKS) Putu Rahwidhiyasa di Kementerian Perdagangan. Pertemuan tersebut membahas fokus sinergi program kerja serta komitmen bersama terhadap peningkatan akses pasar global bagi produk halal Indonesia.

26
April

26
April

Sekretaris Ditjen PEN Muhammad Suaib Sulaiman dan Direktur Pengembangan Ekspor Jasa dan Produk Kreatif Merry Maryati menerima audiensi pengurus Asosiasi Industri Permebelan dan Kerajinan Indonesia (Asmindo) di kantor Kementerian Perdagangan. Pada pertemuan tersebut, Wakil Ketua Bidang Promosi dan Pemasaran Asmindo menyampaikan rencana penyelenggaraan pameran IFFINA 2024 dan mengharapkan dukungan Kementerian Perdagangan pada gelaran dimaksud.



Dirjen PEN Didi Sumedi bersama dengan delegasi pelaku usaha Indonesia dari sektor makanan minuman, *charcoal*, teh, ikan kaleng dan produk lainnya melakukan kunjungan ke perusahaan Octa Trading di Casablanca, Maroko. Turut hadir juga beberapa pelaku usaha Maroko yang bergerak di bidang ekspor dan impor. Pelaku usaha Indonesia memperkenalkan produk seperti minuman kemasan, arang kelapa/*charcoal*, teh, tembakau baik dalam bentuk bahan baku maupun produk hilir berupa cerutu, kopi, ikan kalengan, dan sebagainya.

29
April

30
April

Dirjen PEN Didi Sumedi menghadiri Forum Bisnis Indonesia-Maroko di Casablanca, Maroko. Kegiatan forum bisnis tersebut dibuka secara resmi oleh Duta Besar RI Rabat Hasrul Azwar. Kegiatan *business matching* kali ini menghasilkan total potensi transaksi senilai USD 16,98 juta atau sebesar Rp 276 miliar yang berasal dari sektor pengolahan hasil perikanan (Rp 10,1 miliar), makanan olahan (Rp 975 juta), rempah-rempah (Rp 98 miliar), briket (Rp 406 juta), dan batu bara (Rp 167 miliar).

30
April

Direktur Pengembangan Pasar dan Informasi Ekspor Arief Wibisono melakukan pertemuan koordinasi dengan Kepala Departemen Ekonomi dan Keuangan Syariah, Bank Indonesia di Jakarta. Pertemuan tersebut membahas fokus sinergi program kerja serta komitmen bersama terkait pengembangan Export Halal Hub (EHH). Sinergi antar lembaga dan peningkatan infrastruktur pendukung ekspor diharapkan membawa pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan.

30
April

Dirjen PEN Didi Sumedi bersama dengan Duta Besar RI Rabat Hasrul Azwar melakukan kunjungan ke pabrik mi instan Indomie, yaitu PT Salim Wazaran Maghribi di Tiflet, Maroko. Produk mi instan yang diproduksi di pabrik ini sudah dipasarkan di Maroko, Qatar, Tunisia, Mauritania, Lebanon, dan Sierra Leone. Turut mendampingi Dirjen PEN pada kesempatan ini Sekretaris Ditjen PEN Muhammad Suaib Sulaiman dan Kepala ITPC Barcelona Freddy Josep Pelawi.

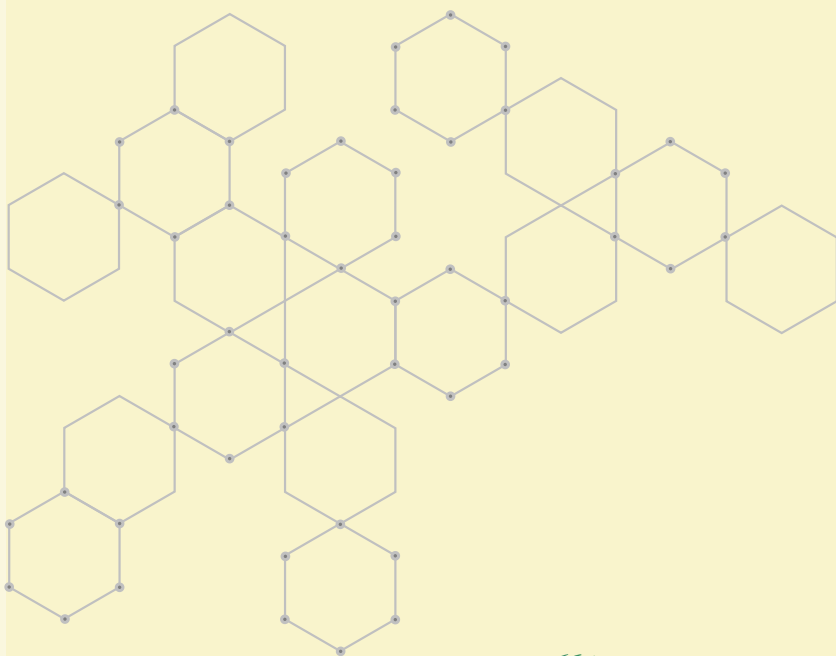




PENUTUP

Selama bulan April 2024, kegiatan Ditjen PEN secara ringkas mencakup kegiatan-kegiatan antara lain: Pelaksanaan Pendampingan Sertifikasi *Hazard Analysis and Critical Control Points* (HACCP) Tahap I di PT Cipta Bumi Semula; Webinar Peluang dan Hambatan Ekspor Produk Organik di Pasar Eropa; Misi Dagang Maroko; Kunjungan Perusahaan dalam rangka Kurasi Peserta Pameran INDEKS Dubai 2024; Kunjungan Koordinasi dan Sinergi Peningkatan Ekspor di Jawa Barat; Kunjungan Perusahaan dalam rangka Kurasi Peserta Pameran *Global Sourcing Expo 2024*; Partisipasi pada Pameran *Designed Giftionery Taiwan*; *Sharing Session Publisher – Game Developer* di Bandung; Kegiatan Operasional *Marketing Point* Entikong di Sanggau; Pemantauan Pelaksanaan Export Center Surabaya: Pelepasan Ekspor Mainan Anak Produksi PT Langgeng Buana Jaya; Pelaksanaan Supervisi Perwakilan Perdagangan RI. Peningkatan pelayanan hubungan dagang dan informasi ekspor dilaksanakan melalui Pelayanan *Permanent Trade Exhibition*.

Dengan demikian, sepanjang bulan April 2024, selain beberapa aktivitas promosi, kegiatan Ditjen PEN juga melakukan aktivitas persiapan, pembahasan dan pengembangan kerja sama bagi pelaksanaan kegiatan untuk bulan-bulan berikutnya, yang bertujuan untuk meningkatkan kinerja Ditjen PEN sesuai dengan tugas dan fungsinya, serta memberikan kontribusi pada pencapaian target yang telah ditetapkan untuk Kementerian Perdagangan.



KEMENTERIAN
PERDAGANGAN
REPUBLIK INDONESIA

DIREKTORAT JENDERAL
PENGEMBANGAN
EKSPOR NASIONAL (DJPEN)