



KEMENTERIAN
PERDAGANGAN
REPUBLIK INDONESIA

**Direktorat Jenderal
Pengembangan Ekspor Nasional**



LAPORAN BULANAN MARET 2023

Trade With



Directorate General of National
Export Development

DAFTAR ISI.....	i
KATA PENGANTAR.....	ii
RINGKASAN EKSEKUTIF	iii
BAB I KINERJA.....	1
1.1. Peningkatan Diversifikasi Ekspor Jasa dan Produk Kreatif.....	1
1.2. Peningkatan Ekspor Produk Manufaktur.....	11
1.3. Peningkatan Ekspor Produk Primer	26
1.4. Peningkatan Pelayanan Hubungan Dagang dan Informasi Ekspor.....	36
1.5. Kegiatan Pendukung Ditjen PEN.....	46
BAB II AGENDA KEGIATAN DIREKTORAT JENDERAL PENGEMBANGAN EKSPOR NASIONAL.....	52
BAB III PERMASALAHAN DAN TINDAK LANJUT.....	61
1.1. Kendala, Isu dan Permasalahan	61
1.2. Tindak Lanjut Penyelesaian	61
BAB IV PENUTUP	62

Pada laporan bulan Maret 2023, kegiatan-kegiatan Direktorat Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional (Ditjen PEN) terangkum dalam sistematika pelaporan mencakup lingkup kegiatan Pengembangan Sektor Jasa dan Produk Kreatif, Pengembangan Ekspor Produk Manufaktur, Pengembangan Ekspor Produk Primer, 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 Maret 2023 dalam rangka mendukung capaian Kinerja Tahun 2023 Ditjen PEN yang telah ditetapkan di awal tahun. Laporan bulanan ini juga dibuat dalam rangka mendukung kegiatan reformasi birokrasi di lingkungan Kementerian Perdagangan dan guna mewujudkan Akuntabilitas Kinerja yang baik pada Ditjen PEN.

Pada tahun 2023 Ditjen PEN menetapkan empat indikator kinerja, yang tertuang dalam Perjanjian Kinerja Tahun 2023 yaitu:

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

Dari sisi kinerja anggaran, pada tahun anggaran 2023 Ditjen PEN Kementerian Perdagangan memperoleh alokasi anggaran sebesar Rp 117.282.848.000, namun setelah mengalami *refocusing*, anggaran Ditjen PEN menjadi sebesar Rp 102.282.848.000. Dari total anggaran tersebut, berdasarkan realisasi sampai dengan 31 Maret 2023, telah direalisasikan 17,29% atau sebesar Rp 17.679.976.104.

Dengan tersusunnya laporan bulan Maret tahun 2023 ini diharapkan akan semakin memberikan gambaran yang jelas dan terarah mengenai perkembangan dari pelaksanaan tugas pokok dan fungsi antar direktorat di lingkungan Ditjen PEN. Selain itu, kepada para pemangku kepentingan (*stakeholders*) dan para pimpinan di lingkungan Kementerian Perdagangan, melalui penyusunan Laporan Bulanan ini diharapkan dapat memberikan pandangan dan arah yang jelas sebagai pertimbangan dalam pengambilan keputusan.

Jakarta, April 2023

Direktur Jenderal
Pengembangan Ekspor Nasional

Kinerja Ditjen PEN dalam mendukung program pengembangan ekspor nasional sepanjang bulan Maret 2023 di sektor jasa dan produk kreatif, meliputi: **Kunjungan Universitas Teknologi Mara (UiTM) Cawangan Perak Malaysia dan Universitas Trisakti ke Indonesia Design Development Center (IDDC)** untuk menjalin kerja sama dan peluang kolaborasi dalam berbagai kegiatan IDDC, **Kegiatan L'Adresse pada Paris Fashion Week (PFW) 2023** yang bertujuan untuk meningkatkan pencitraan dan mendorong peningkatan ekspor produk fesyen modest, aksesoris dan kosmetika, **Kegiatan Pemetaan Potensi Jasa Ritel di Provinsi Sumatera Utara** bertujuan untuk menggali informasi potensi sektor jasa ritel di Provinsi Sumatera Utara, dan **Kegiatan Identifikasi Pelaku ACG Siap Ekspor di Provinsi D.I Yogyakarta** untuk mendapatkan sejumlah pelaku ACG yang berkualitas dan berpotensi ekspor.

Untuk mendukung program pengembangan ekspor produk manufaktur, Ditjen PEN melakukan kegiatan **Kunjungan Perusahaan Dalam Rangka Penjaringan Peserta Pameran Automechanica di Provinsi Sumatera Utara** dalam rangka penjaringan peserta Automechanica 2023, **Pelaksanaan Business Forum, Expo UMKM dan Temu Bisnis Provinsi Banten serta Temu Ramah DPW Himpunan Pengusaha Nahdliyin** bertujuan untuk membahas program-program pemerintah dalam pengembangan UMKM, **Kunjungan Kerja Dalam Rangka Pameran Vietnam International Furniture and Home Accessories Fair (VIFA-Expo) 2023** untuk meningkatkan nilai perdagangan Indonesia dengan Vietnam di sektor *furniture & home decor*, **Partisipasi pada Pameran Internasional Furniture Expo (IFEX) 2023** yang menghasilkan potensi transaksi dari *buyer* mencapai USD 775.195, **Kunjungan ke Perusahaan Bidang Logam, Mesin, Transportasi, Elektronik, dan Bahan Bangunan** untuk melakukan pemetaan produk serta penjaringan peserta untuk promosi dagang luar negeri, dan kegiatan **Kurasi Pelaku Usaha Pameran Interzum 2023** untuk menindaklanjuti rencana partisipasi perusahaan untuk Paviliun Indonesia di Interzum.

Sedangkan untuk meningkatkan pengembangan ekspor produk primer pada bulan Maret 2023, Ditjen PEN melakukan kegiatan **Adaptasi Produk Kopi untuk Pasar Eropa serta Kunjungan Perusahaan Kopi dan Sawit** yang bertujuan untuk memberikan pemahaman yang menyeluruh kepada pelaku usaha/UKM di sektor kopi Indonesia agar dapat memasuki pasar Eropa dan kegiatan **Adaptasi Produk Buah Tropis untuk Pasar Ekspor** untuk memberikan informasi peluang ekspor produk buah tropis Indonesia.

Peningkatan pelayanan peluang pasar dan informasi ekspor dilaksanakan melalui **Pelayanan InaExport dan Business Reception**. Pelayanan hubungan dagang yang diterima InaExport pada bulan Maret 2023 berjumlah 32 permintaan hubungan dagang dan informasi lainnya yang disampaikan melalui *email* kepada InaExport. Selain itu, terdapat kegiatan **Business Matching bersama Himpunan Periten dan Penyewa Jasa Pusat Perbelanjaan Indonesia** yang bertujuan untuk

mempromosikan produk-produk ekspor Indonesia serta untuk menindaklanjuti MoU perihal Kerjasama Ekspor Melalui Jasa Ritel.

Untuk kegiatan pendukung pada bulan Maret 2023, Ditjen PEN melakukan **Pemantauan Program Dana Dekonsentrasi dan Koordinasi Asosiasi dan Instansi Terkait** yang bertujuan memonitor alokasi dan penyerapan anggaran Dana Dekonsentrasi tahun 2020-2022 dan implementasi Dana Dekonsentrasi tahun 2017-2022, dan **Press Release Kegiatan DJPEN dalam Website Kemendag** terdapat sembilan rilis berita di *website* Kemendag.

BAB I KINERJA

1.1. Peningkatan Diversifikasi Ekspor Jasa dan Produk Kreatif

Kunjungan Universitas Teknologi Mara (UiTM) Cawangan Perak Malaysia dan Universitas Trisakti ke Indonesia Design Development Center (IDDC)

Universitas Teknologi Mara (UiTM) Cawangan Perak dan Universitas Trisakti berkunjung ke Indonesia Design Development Center (IDDC) pada tanggal 1-2 Maret 2023 dalam rangka menjalin kerja sama dan peluang kolaborasi dalam berbagai kegiatan IDDC.

1. Kunjungan UiTM Cawangan Perak Malaysia

Kunjungan UiTM Cawangan Perak Malaysia dilakukan pada 1 Maret 2023 di IDDC Jakarta yang dihadiri oleh Rektor UiTM Cawangan Perak Prof. Madya Dr. Nur Hisham Ibrahim, Wakil Rektor UiTM Cawangan Perak Prof. Madya Dr. Muhammad Abdul Aziz Ab Gani, dan empat staf pengajar UiTM Cawangan Perak.

Rektor UiTM Cawangan Perak menyampaikan bahwa UiTM merupakan perguruan tinggi yang memiliki 17 cabang di Malaysia dengan salah satu Program Studi Seni dan Desain. Pihaknya melihat terdapat potensi kerja sama di bidang antara UiTM dan IDDC antara lain :

- a. Dukungan pada Asia International Conference Art and Design (AICAD) yang akan dilaksanakan pada Juli 2023. AICAD merupakan ajang internasional tahunan yang membahas isu-isu di bidang desain dan diharapkan dapat menghasilkan *prototype* produk. Berbagai kegiatan yang dilaksanakan seperti seminar, kompetisi desain, *workshop*, pameran, dan sebagainya. UiTM berharap dapat berkolaborasi dengan tim GDI dalam proses penjurian kompetisi desain.
- b. Peluang magang bagi para mahasiswa UiTM untuk mendapatkan pengalaman terkait bidang desain dan bimbingan dari para desainer IDDC. UiTM tertarik dan bersedia mengirimkan mahasiswanya ke IDDC.
- c. Kegiatan *sharing session* dan *display* produk di kampus UiTM Cawangan Perak yang akan diselenggarakan pada Juli 2023 akan menghadirkan pelaku usaha dari berbagai negara untuk

dapat berbagi pengalaman dan pandangan terkait produk yang dihasilkan khususnya dari sisi desain. UiTM berharap para pelaku usaha di bawah binaan IDDC dapat ikut serta dalam kegiatan tersebut. Fasilitas yang dibedakan adalah akomodasi selama di Malaysia namun untuk tiket perjalanan tidak difasilitasi UiTM.

2. Kunjungan Universitas Trisakti

Kunjungan Universitas Trisakti dilakukan pada 2 Maret 2023 di IDDC Jakarta. Dihadiri oleh Wakil Dekan Fakultas Seni Rupa dan Desain Universitas Trisakti Awang Eka, Ketua Program Studi Desain Produk Gihon Nugrahadi, dan para staf pengajar Program Studi Desain Produk. Pertemuan dengan Universitas Trisakti ini merupakan yang ketiga kalinya.

Wakil Dekan Fakultas Seni Rupa dan Desain Universitas Trisakti menyampaikan bahwa dalam rencana kerja sama antara Universitas Trisakti dan IDDC perlu mencakup Tri Dharma Perguruan Tinggi antara lain pendidikan, penelitian, dan pengabdian. Saat ini, kerja sama yang dilakukan akan difokuskan pada sisi pendidikan dimana para mahasiswa akan mengembangkan produk hasil program DDS pada mata kuliah mata kuliah Desain Produk 1, Desain Produk 3, dan Desain Mebel selama 16 minggu/pertemuan. Lebih lanjut, pihaknya berharap produk-produk yang dikembangkan dapat ikut serta dalam kegiatan Trade Expo Indonesia (TEI), GDI dan kompetisi desain lainnya yang dinaungi oleh Kemendag serta nantinya dapat didaftarkan sebagai Hak Kekayaan Intelektual dengan fasilitas dari Universitas Trisakti.

Pada kesempatan ini juga sempat dibahas tentang mekanisme pendaftaran Kekayaan Intelektual (KI) dan porsi kepemilikan hak desain jika difasilitasi oleh lembaga. Kami menjelaskan pada program Designers Dispatch Service (DDS), karena difasilitasi oleh Kemendag maka sertifikat KI menjadi milik Kemendag tetapi hak desain industri tetap milik desainer sebagai pencipta produk dan hak produksi eksklusif melekat pada pelaku usaha yang telah ditunjuk pada program DDS.

Ketua Program Studi Desain Produk Universitas Trisakti menambahkan bahwa dalam menindaklanjuti rencana kerja sama dengan IDDC, pihaknya membutuhkan informasi mengenai produk hasil program DDS untuk dapat dijadikan sebagai objek dalam pembelajaran mata kuliah. Oleh sebab itu, pihaknya berharap tim IDDC dapat segera mengkurasi produk-produk hasil program DDS mengingat saat ini perkuliahan sudah mulai berjalan selama tiga minggu.

Hal lain yang disampaikan, berharap para dosen dan mahasiswa dapat berpartisipasi untuk mendaftarkan hasil desain produknya pada GDI 2023 karena ajang ini terbuka untuk umum.

Kegiatan L'Adresse pada Paris Fashion Week (PFW) 2023

Dalam upaya melakukan promosi fesyen *modest*, aksesoris, dan kosmetika Indonesia di kalangan konsumen global terutama kawasan Eropa, Kemendag berkolaborasi dengan KBRI di Paris, Tokopedia dan L'Adresse Paris Agency selaku konsultan telah mengikuti kegiatan *Trade Showroom* pada Paris Fashion Week (PFW) 2023 pada tanggal 3-6 Maret 2023 di Paris. Keikutsertaan Indonesia pada ajang ini merupakan salah satu strategi pemerintah untuk meningkatkan pencitraan dan mendorong peningkatan ekspor produk fesyen *modest*, aksesoris, dan kosmetika sesuai dengan target Indonesia sebagai kiblat fesyen *modest* dunia tahun 2024.

Kemendag telah mengagendakan kegiatan promosi produk fesyen *modest* yang difokuskan pada keikutsertaan di tiga ajang *fashion* dunia yakni :

1. New York Fashion Week (13-14 Februari 2023),
2. *Trade Showroom* pada Paris Fashion Week (3- 6 Maret 2023 dan September 2023), dan
3. London Fashion Week (September 2023).

Khusus untuk keikutsertaan Indonesia pada ajang *Trade Showroom* di Paris Fashion Week yaitu bersifat *business-to-business (B2B)* yang dihadiri oleh *buyer* dari seluruh dunia. Secara keseluruhan kegiatan *showroom* di PFW 2023 diikuti oleh total 400 jenama dari seluruh dunia dan dihadiri oleh total 30.000 orang yang terdiri atas *blogger*, *influencer*, *key opinion leader*, *buyer*, serta perwakilan media internasional.

Keikutsertaan Indonesia pada L'Adresse Trade Showroom di PFW 2023 dengan mengikutsertakan enam jenama yaitu IKYK (*modest fashion*), Artkea (*modest fashion*), BLP Beauty (kosmetika), KEA (aksesoris tas), Aidan and Ice (aksesoris), serta Jewel Rocks (aksesoris).

Berdasarkan data yang dihimpun hingga 6 Maret 2023, ada beberapa hal sebagai berikut:

1. Tercatat sedikitnya 200 *buyer* dari kawasan Timur Tengah, Eropa, Amerika Serikat, dan Asia telah mengunjungi *showroom* Indonesia dan berdiskusi dengan perwakilan jenama mengenai koleksi yang dibawa serta teknis pemesanan produk (*inquiry*).
2. Potensi transaksi yang terjadi antara *buyer* dan jenama Indonesia mencapai €280.000 atau USD 298.692 untuk dua tahun ke depan.

Tercatat beberapa poin pengamatan dan diskusi dengan para pihak selama kegiatan berlangsung, antara lain:

1. Tren konsumen dunia termasuk Eropa saat ini masih sangat sensitif terhadap harga terutama bagi *brand* yang baru masuk ke pasar Eropa sehingga pelaku usaha harus benar-benar memperhitungkan harga jual termasuk efektifitas produksi.
2. Budaya bisnis fesyen di Eropa sangat cepat perubahan *trend* desain dan sebagian besar *buyer* tidak dapat memberikan toleransi terhadap keterlambatan pengiriman barang, ketidaksesuaian spesifikasi produk walaupun hanya minor, serta target kualitas yang cukup tinggi.
3. Pelaksanaan kegiatan promosi harus dilakukan secara berkesinambungan guna meningkatkan kepercayaan *buyer* kepada sebuah *brand*.

Dalam meningkatkan eksposur fesyen Indonesia, pada keikutsertaan Paris Fashion Week Spring/Summer bulan September 2023 mendatang, pihak KBRI Perancis rencananya selain akan melaksanakan kegiatan *showroom* juga berencana menyelenggarakan *trunk show* yang kesemuanya ditargetkan masuk ke dalam kalender *event* PFW 2023.

Kegiatan Pemetaan Potensi Jasa Ritel di Provinsi Sumatera Utara

Kegiatan Pemetaan Potensi Jasa Ritel di Provinsi Sumatera Utara pada tanggal 15 - 17 Maret 2023. Pemetaan Potensi Jasa Ritel di Provinsi Sumatera Utara ini dilaksanakan dengan tujuan untuk menggali informasi potensi sektor jasa ritel di Provinsi Sumatera Utara dalam mendorong kinerja ekspor nasional.

Bisnis ritel adalah bisnis yang melibatkan penjualan barang atau jasa kepada konsumen dalam jumlah satuan atau eceran. Sektor ritel memiliki kontribusi penting dalam mendorong pemulihan konsumsi rumah tangga, kontribusi para peritel, termasuk yang berada di pusat perbelanjaan, dapat mendorong peningkatan konsumsi rumah tangga. Untuk itu, pemerintah akan terus mendorong bisnis ritel tetap tumbuh, khususnya dalam pemulihan ekonomi paska pandemi.

Kegiatan diawali dengan kunjungan ke Kantor Dinas Perindustrian, Perdagangan, Energi dan Sumber Daya Mineral, diterima oleh Fitra Kurnia, Sekretaris Dinas dan Bidar Alamsyah. Medan merupakan kota terbesar ketiga di Indonesia setelah Jakarta dan Surabaya. Medan memiliki latar belakang masyarakat yang heterogen dan memiliki keragaman budaya mulai dari Aceh, Batak, Cina, India, Jawa, Melayu hingga Minang. Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS), kota Medan memiliki jumlah penduduk sebesar 2.460.858 jiwa pada tahun 2022. Selain pintu gerbang utama dari Sumatera Utara, Medan juga berfungsi sebagai salah satu kota dagang di Indonesia yang menarik minat banyak pembeli, investor, dan pengusaha.

Berdasarkan data BPS, Provinsi Sumatera Utara memberikan kontribusi terbesar kedua terhadap perekonomian Pulau Sumatera pada Tahun 2022 sebesar 22,63% dengan pertumbuhan 4,73%. Pertama adalah Provinsi Riau dengan kontribusi sebesar 23,50% dengan pertumbuhan 4,55%. Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Sumatera Utara Per Kapita 2022 adalah USD 4.256 atau sekitar Rp 63.194.183. Pertumbuhan PDRB untuk sektor jasa lainnya pada tahun 2022 tercatat pertumbuhan 11,61%, nilai ini mengalami peningkatan yang signifikan dibanding tahun sebelumnya yang hanya dapat tumbuh sebesar 3,63%.

Sumber pertumbuhan ekonomi tertinggi bagi Sumatera Utara pada tahun 2022 adalah dari ekspor yang mencapai 4,70%, Pengeluaran

Konsumsi Rumah Tangga (PK-RT) sebesar 2,26%, dan Pembentukan Modal Tetap Bruto (PMTB) sebesar 1,16%.

Informasi dari Dinas Perindustrian, Perdagangan, Energi dan Sumber Daya Mineral Provinsi Sumatera Utara, salah satu perusahaan ritel global terkemuka dari Jepang, UNIQLO menilai Indonesia sebagai pasar ritel yang potensial, sehingga pembukaan gerai terus dilakukan. Gerai di Medan dibuka di Sun Plaza Medan pada tahun 2018, diikuti pembukaan gerai berikutnya di Kota Yogyakarta dan Kota Makassar.

Kegiatan pemetaan potensi jasa ritel dilakukan juga dengan mengunjungi ke beberapa toko ritel, sebagai berikut:

1. Six6Street

Six6Street berlokasi di Jalan Multatuli No.26 FF, Medan. Toko ritel ini memasarkan berbagai produk sepatu, pakaian, aksesoris, dan *street wear* dari *brand-brand* internasional, yang diimpor secara beli putus dari produsen di luar negeri. Sementara ini, pemasaran yang dilakukan masih berfokus di Kota Medan. Six6Street sudah membuka toko ritel kedua yang berlokasi di Jalan Juanda No.63, Medan. Selain membuka *outlet*, mereka juga memasarkan produk mereka secara *online*.

2. Malika by Modelano.

Toko ritel ini memasarkan *women clothing* atau butik, yang menjual hasil produksi mereka sendiri dan merupakan produk lokal meskipun termasuk kelas premium *clothing line* dengan harga yang masih terjangkau oleh masyarakat. Kantor Pusat Malika by Modelano berada di Tangerang, Banten, dan baru saja membuka cabang baru di Medan pada 13 Maret 2023. Selain membuka *outlet*, mereka juga memasarkan produk mereka secara *online*.

Sebagaimana dicermati dari perbincangan di Malika by Modelano, mereka memilih Medan karena ada potensi pemasaran yang cukup bagus dari komunitas anak muda di kota Medan yang suka memakai pakaian yang modis. Hal ini yang menjadi pertimbangan bagi mereka untuk berani buka cabang kedua mereka di kota Medan. Hal lainnya adalah mereka memetakan hasil pemasaran

secara *online*, dan ternyata banyak pembeli *online* yang berasal dari kota Medan.

Kegiatan Identifikasi Pelaku Animasi, Komik, dan Game (ACG) Siap Ekspor di Provinsi D.I. Yogyakarta

Direktorat Pengembangan Ekspor Jasa dan Produk Kreatif menyelenggarakan kegiatan Identifikasi Pelaku Animasi, Komik, dan Game (ACG) Siap Ekspor pada tanggal 14-16 Maret 2023 di Provinsi D.I. Yogyakarta. Kegiatan tersebut diperlukan guna mendapatkan sejumlah pelaku ACG yang berkualitas dan berpotensi ekspor untuk masuk *database* Ditjen PEN. Selanjutnya dari *database* tersebut akan digunakan sebagai data dukung dalam berbagai program pengembangan ekspor sektor ACG. Kegiatan ini dihadiri oleh perwakilan dari Dinas Perindustrian dan Perdagangan D.I. Yogyakarta dan para pelaku ACG Provinsi D.I. Yogyakarta dan sekitarnya.

Kegiatan diawali dengan sambutan dari Kepala Dinas Perindustrian dan Perdagangan D.I Yogyakarta, yang diwakilkan oleh perwakilan dari Disperindag D.I Yogyakarta. Beberapa poin yang disampaikan dalam sambutan tersebut, antara lain:

1. Potensi industri animasi, komik, dan *game* di Yogyakarta sangat besar, dimana Yogyakarta sendiri dikenal sebagai daerah penuh budaya dengan SDM yang berkualitas.
2. Pemerintah terus bekerja keras untuk meningkatkan devisa melalui peningkatan ekspor di sektor ACG, meskipun secara data yang diperoleh terkait ACG masih sangat minim, tapi potensi dari hasil transaksi industri ACG sangatlah besar. Maka dari itu peran pelaku usaha yang hadir untuk menyampaikan data dan informasi terkait dengan hal apa saja yang dibutuhkan di industri ACG sangat dibutuhkan, guna pemerintah bisa memberikan fasilitasi di bidang yang dibutuhkan.
3. Pemerintah memandang perlu mendukung sektor ACG untuk menembus pasar ekspor. Maka dari itu diadakan kegiatan identifikasi pelaku ekspor ACG guna mendapatkan informasi dukungan apa yang dibutuhkan pelaku di industri ini. Diharapkan para peserta pada kegiatan ini dapat memanfaatkan kesempatan ini dengan baik.

Ketua Tim Animasi, Komik, dan *Game* hadir mewakili Direktur Pengembangan Ekspor Jasa dan Produk Kreatif, Ditjen PEN menyampaikan beberapa poin, antara lain:

1. Ditjen PEN memiliki program pengembangan ekspor untuk sektor ACG, antara lain:
 - a. Pengembangan kapasitas sektor ACG melalui peningkatan kompetensi pelaku kreatif di industri ACG guna meningkatkan daya saing pelaku industri ACG Indonesia.
 - b. Program promosi dan pembukaan akses pasar. Kegiatannya berupa *in-store promotion* di dalam negeri, pameran di dalam dan luar negeri, misi dagang, dan *business meeting*. Hal ini diperlukan guna memperkenalkan industri ACG Indonesia ke pasar global.
 - c. Inadigi yang merupakan *platform one-stop service* yang dikelola oleh Ditjen PEN untuk produk kreatif digital berorientasi ekspor.
2. Dalam upaya mendorong program pengembangan ekspor sektor ACG agar berjalan maksimal, Kemendag telah memiliki kerja sama dengan *Trade Facilitation Office (TFO)* Kanada. TFO Kanada adalah organisasi *non-profit* yang membantu negara berkembang melalui penyediaan informasi, saran, dan kontak kepada para calon eksportir untuk mengakses dan memasuki pasar Kanada.

Ruang lingkup kerja sama antara Kemendag dan TFO Kanada adalah mendukung pengembangan kapasitas pelaku ekspor, promosi, dan pemasaran produk, salah satunya adalah jasa teknologi informasi. Hal ini dilakukan agar sektor ACG Indonesia dapat masuk ke pasar Kanada yang memang belum digarap secara maksimal di pasar tersebut.
3. Kemendag juga berkolaborasi dengan Asosiasi Industri Animasi Indonesia (AINAKI), Asosiasi Game Indonesia (AGI), Asosiasi Komik Indonesia (AKSI), dan Asosiasi Industri *Licensing-Merchandising* Indonesia (ALMI). Kerja sama ini berisi komitmen Kemendag dan asosiasi kreatif Indonesia dalam pertukaran informasi, fasilitasi promosi produk, penguatan basis data (*database*), peningkatan kapasitas, dan penyediaan infrastruktur

bisnis bagi para pelaku industri jasa kreatif. Hal ini merupakan wujud upaya bersama untuk memfasilitasi pelaku usaha sektor animasi, komik, *game*, dan *licensing-merchandising* agar dapat memasuki pasar ekspor.

4. Terakhir para peserta rapat diminta untuk dapat mengisi formulir melalui tautan atau *QR Code* yang ditampilkan pada layar. Dengan mengisi formulir tersebut, maka para peserta akan masuk pada *database* Kemendag dan bersedia dihubungi untuk koordinasi lebih lanjut pada saat kegiatan pengembangan ekspor di masa yang akan datang.

Perwakilan dari Direktorat Pengembangan Pasar dan Informasi Ekspor, Ditjen PEN menyampaikan beberapa poin antara lain:

1. ACG merupakan suatu produk yang harus didorong ke depan, dan Inadigi merupakan salah satu cara untuk membantu mempromosikan para pelaku ACG di Indonesia. Inadigi sendiri adalah sub-produk dari Inaexport yang baru dibangun tahun 2022 dan merupakan hasil kerja sama antara Kementerian Perdagangan dengan beberapa Asosiasi ACG seperti AINAKI, AGI, dan AKSI. Untuk kedepannya, akan dilakukan *business matching* antara para pelaku usaha yang terdaftar di Inadigi dengan Perwakilan/Kedutaan Indonesia di luar negeri.
2. Hingga saat ini nilai ekspor produk kreatif di Indonesia masih belum tercatat dengan baik, maka dari itu diharapkan setelah pertemuan ini data-data tersebut dapat terinventarisir dengan baik. Adapun syarat untuk suatu produk dapat tampil di Inadigi hanya perlu NIB dan NPWP.

Selain mengadakan kegiatan Identifikasi Pelaku ACG Siap Ekspor, Dit. PEJPK juga melakukan kunjungan lapangan ke Forum Komik Jogja, Wisageni, dan MSV Studio/AMIKOM.

1. Kunjungan ke Forum Komik Jogja (FKJ) dilaksanakan pada tanggal 15 Maret 2023 di Institut Seni Indonesia (ISI) di Yogyakarta. FKJ berdiri sejak tahun 2012 dan sudah sering mengikuti kegiatan dan pameran komik besar seperti Komifuro, Pekojan, dan lain-lain. FKJ sempat bekerja sama dengan Dinas Kebudayaan D.I Yogyakarta untuk mengadakan pameran komik.

Meski sering melakukan kegiatan pameran di Jogja, FKJ kesulitan untuk menjangkau masyarakat yang berada di luar lingkaran pecinta komik.

Pada kesempatan ini, dosen di ISI menyampaikan bahwa dukungan yang dibutuhkan untuk para pelaku komik bisa melalui pengembangan produksi dan bantuan penjualan. Komikus FKJ sendiri ada yang menjual produk komiknya namun ada juga yang menjual jasanya. Dalam menjual produk maupun jasanya para komikus diharuskan untuk menandatangani kontrak oleh *Developer* maupun *Publisher* komik, namun dalam prosesnya banyak pasal-pasal karet yang menjebak di dalam kontrak, maka dari itu FKJ dan ISI berharap kedepannya akan ada bantuan dari Pemerintah untuk meningkatkan pemahaman para pelaku ACG jika dihadapkan dengan suatu kontrak yang "*predatory*".

2. Kunjungan ke Wisageni Studio dilakukan pada tanggal 16 Maret 2023. Wisageni memiliki kurang lebih 15 karyawan, namun sebagian besar karyawannya bekerja secara *remote*. Wisageni sendiri pernah ditawarkan untuk bekerja sama dengan investor asing, namun pendekatan yang dibebankan oleh investor tidak cocok, dimana Wisageni diharuskan untuk bertumbuh dengan sangat cepat seperti perusahaan *start-up*, hal tersebut tidak sesuai dengan *business model* Wisageni. Untuk bertahan Wisageni melakukan *outsourcing* ke *game developer* luar negeri, sambil perlahan mengembangkan *game* dan IP mereka sendiri.

Project yang dikerjakan oleh Wisageni sendiri sebagian besar merupakan *project outsourcing* luar negeri seperti dari Vietnam dan Turki. *Project* dari Turki bernama Intelluck.Co merupakan *platform game* pendidikan yang dikhususkan untuk anak-anak dan hasil analisisnya bisa dilihat oleh orang tuanya untuk mengetahui kemampuan dan kelemahan anak mereka.

Wisageni sudah mengikuti beberapa pameran *game* luar negeri. Tahun lalu Wisageni mengikuti pameran Gamescom. Wisageni juga menyampaikan bahwa setiap negara memiliki karakteristik *gamenya* sendiri, seperti Jepang yang memiliki karakteristik *game* yang lebih membuat para pemainnya terlibat, seperti *Final Fantasy Series*. Hal tersebut membuat pasarnya tidak cocok

dengan Developer Game Indonesia yang lebih banyak membuat *game hypercasual*.

3. Kunjungan ke Akademi Manajemen Informatika dan Komputer (AMIKOM) / Mataram Surya Visi (MSV) dilakukan pada tanggal 16 Maret 2023 di Gedung Rektorat AMIKOM. Suyanto yang merupakan Rektor AMIKOM dan pemilik dari perusahaan animasi MSV menyampaikan pada awal merintis menawarkan produk animasi mereka ke banyak negara. Hingga akhirnya ditarik ke salah satu agensi internasional di Amerika yaitu United Talent Agency yang membantu mendistribusikan produk animasi MSV ke Warner Bros dan rumah produksi lainnya.

Hal yang paling penting diperhatikan untuk bisa sukses di pasar global dalam dunia animasi adalah dengan memperkuat IP di dalam negeri terlebih dahulu. Jika sudah diakui di dalam negeri maka besar kemungkinan di luar negeri juga bisa bertahan. Selain itu, untuk film *marketnya*, pemerintah juga bisa ikut membantu dengan memfasilitasi para pelaku animasi hadir di pameran dan festival film internasional. Pemerintah juga bisa memberikan pengetahuan melalui FGD terkait dengan peningkatan pemahaman pelaku ACG terhadap pemahaman kontrak, untuk membuat para pelaku ACG terhindar dari pasal yang menjebak.

1.2. Peningkatan Ekspor Produk Manufaktur

Kunjungan Perusahaan Dalam Rangka Penjaringan Peserta Pameran Automechanica di Provinsi Sumatera Utara

Direktorat Pengembangan Ekspor Produk Manufaktur (Dit. PEPM) melalui Tim Produk Logam, Mesin, Transportasi, Elektronika, dan Bahan Bangunan (LMTEB) melakukan kunjungan ke Medan, Sumatera Utara, pada tanggal 1-3 Maret 2023. Tujuan kegiatan adalah dalam rangka penjaringan peserta Automechanica 2023 yang berlangsung pada tanggal 23-25 Juni 2023 di Ho Chi Minh City, Vietnam. Selain itu, kunjungan dilakukan untuk berdiskusi dengan pelaku usaha terkait isu terkini di bidang industri otomotif dalam rangka sinergi kegiatan pengembangan ekspor.

Perusahaan yang dikunjungi yaitu PT Sumatera Kartindo, PT Green Rubtech Indonesia, dan PT Amico Era Bumiindo.

1. PT Sumatera Kartindo

PT Sumatera Kartindo didirikan tahun 1990 dan fokus di bidang spesialis karet *compound*, terutama karet *compound* hitam dan bahan baku untuk industri ban vulkanisir untuk truk dan kendaraan besar. Memiliki *warehouse* di empat kota yaitu Jakarta, Surabaya, Makassar, dan Balikpapan. Produk turunan yang dihasilkan diantaranya *gum cord*, *cushion gum*, *shoulder gum*, *camel back*, *sidewall veneer*, *cementing gum*, *master batch*, dan *tyre retreading accessories*. Negara tujuan ekspor mencakup Eropa, Timur Tengah, dan Afrika. Perusahaan masuk dalam nominasi Recycle Awards 2022 kategori Best Tread Rubber Supplier dan Business Breakthrough Award. PT Sumatera Kartindo pernah mengikuti pameran Automechanica di Dubai tahun 2022.

Dalam kunjungan ini, perwakilan Dit. PEPM menyampaikan paparan terkait program dan rencana pameran lokal dan internasional dibidang LMTEB unit Dit. PEPM selama tahun 2023. Pimpinan perusahaan menyampaikan evaluasi terkait pameran Automechanica Dubai 2022 lalu yang mendapat respon positif dari segi *inquiry*, potensial *buyer*, dan transaksi untuk perluasan pasar serta peningkatan program promosi bagi perusahaan.

Perusahaan berharap program fasilitasi Kementerian Perdagangan dapat terus aktif merespon kebutuhan para pelaku usaha di bidang otomotif. Selain itu selama diskusi, perusahaan menyampaikan keinginannya untuk membuka akses pasar lebih luas di wilayah Afrika Barat (Nigeria) dan selatan dimana kebutuhan terkait produk dan market ban vulkanisir sangat besar dan potensial. Perusahaan juga mengkonfirmasi ketertarikannya mengikuti kembali pameran Automechanica Vietnam tahun 2023.

2. PT Green Rubtech Indonesia

Berdiri tahun 2019 dan merupakan anak perusahaan dari PT Sumatera Kartindo. Produk yang dihasilkan adalah *reclaimed rubber* dan *rubber dust*. Pengembangan awal adalah produk alas kaki, selanjutnya produk karpet toilet, karpet mobil, dan alas lapangan. Saat ini perusahaan sedang mengembangkan produk

inovasi baru berupa bahan pencampuran untuk pembuatan aspal. Tujuan ekspor PT Green Rubtech yaitu ke negara Malaysia.

Dalam kunjungan ini, perusahaan menyampaikan respon yang positif bagi pelaksanaan pameran Automechanica Dubai 2022 sebagai ajang promosi dan penetrasi pasar produk *recycle* ban di pasar internasional. Perusahaan berharap Kementerian Perdagangan agar lebih aktif dalam sosialisasi program yang berkaitan dengan bidang otomotif dan komponen otomotif. Perusahaan juga mengkonfirmasi minatnya mengikuti kembali pameran Automechanica Vietnam tahun 2023.

3. PT Amico Era Bumiindo

Berdiri tahun 2014 dan merupakan perusahaan eksportir serta distributor *automotive parts* (motor, mobil, dan truk). Produk utamanya adalah komponen dan *automotive parts* berbagai merek seperti Toyota, Daihatsu, Nissan, Mitsubishi, Suzuki, Denso, Hino, dan lainnya. Perusahaan sudah melakukan ekspor ke lebih dari 25 negara. Pimpinan perusahaan juga telah menghadiri beberapa pameran di negara Asia Tenggara dan Timur Tengah seperti Thailand, Vietnam, dan Dubai.

Dalam kunjungan ini disampaikan program promosi dan rencana pameran lokal dan internasional di bidang LMTEB unit Dit. PEPM selama tahun 2023. PT Amico akan mempertimbangkan keikutsertaannya dalam pameran Automechanica di tahun 2023.

Pelaksanaan *Business Forum*, Expo UMKM dan Temu Bisnis Provinsi Banten serta Temu Ramah DPW Himpunan Pengusaha Nahdliyin

Kegiatan *Business Forum*, Expo UMKM dan Temu Bisnis Provinsi Banten serta Temu Ramah DPW Himpunan Pengusaha Nahdliyin dilaksanakan pada tanggal 6 Maret 2023. Dihadiri oleh Wakil Ketua MPR, Dirjen PEN, Walikota Banten, perwakilan unsur Muspida Banten, Ketua MUI Banten, Ketua Umum DPP HPN, Ketua DPW HPN Banten, perwakilan dari Indogrosir, Bank BSI, serta UMKM di Provinsi Banten.

Wakil Ketua MPR RI dalam sambutan pembukaan menyampaikan bahwa UMKM memainkan peranan besar dalam perekonomian nasional. Kedepannya, pemerintah akan terus berupaya membuka akses pasar untuk produk UMKM. Salah satu peluang yang sedang

digagas pemerintah adalah pemanfaatan produk UMKM untuk memasok kebutuhan haji dan umroh jemaah Indonesia.

Kegiatan dilanjutkan dengan pelaksanaan *business forum* dengan narasumber yaitu Dirjen PEN, perwakilan dari BSI pusat, serta Indogrosir. Adapun beberapa hal yang menjadi catatan selama *business forum* adalah sebagai berikut:

1. Dirjen PEN menyampaikan beberapa kegiatan dan fasilitasi yang dapat dimanfaatkan oleh pelaku usaha untuk dapat bersaing di pasar ekspor yaitu:
 - a. Sertifikasi produk ekspor seperti HACCP untuk produk makanan dan kosmetik, sertifikasi Sistem Verifikasi Legalitas Kayu (SVLK), Sertifikasi Halal, serta HKI untuk kekayaan intelektual.
 - b. Pendampingan desain & *good design* Indonesia untuk pendampingan desain produk ekspor.
 - c. Trade Expo Indonesia ke-38 tahun 2023 yang merupakan pameran tahunan sebagai ajang promosi produk Indonesia dimana *buyers* dari luar negeri didatangkan ke Indonesia.
 - d. Partisipasi pameran luar negeri dan dalam negeri di mana Ditjen PEN bekerja sama dengan Perwadag di luar negeri dan memberikan fasilitasi promosi pada pelaku usaha yang telah lulus kurasi.
 - e. Misi dagang yang dalam waktu dekat akan dilakukan Menteri Perdagangan ke India dan Bangladesh, dilanjutkan ke Mesir, Qatar, dan negara Afrika lainnya.
 - f. Jakarta Muslim Fashion Week dan partisipasi New York Fashion Week dan London Fashion Week.
 - g. Layanan informasi Inaexport yang dapat dimanfaatkan pelaku usaha secara gratis untuk mendapatkan *inquiries*, *market intelligence*, dan mempromosikan produknya secara gratis.
 - h. Kerja sama dengan lembaga dalam dan luar negeri.
 - i. Export Center Surabaya dan pendirian Export Center baru di Makassar.

- j. Program penghargaan ekspor Primaniyarta dan Primaduta.
2. Perwakilan Indogrosir menyampaikan paparan terkait retail modern yang dapat dimanfaatkan oleh pelaku usaha UMKM yaitu:
 - a. Indogrosir telah memiliki jaringan distribusi yang terjamin dan terpercaya sehingga memudahkan mitranya dalam menjaga pasokan barang.
 - b. Indogrosir memberikan pendampingan bagi pelaku usaha untuk menjalankan usaha retailnya, mulai dari pendampingan teknis, promosi, penyederhanaan perpajakan, hingga akses permodalan.
3. Perwakilan BSI pusat menyampaikan mengenai fasilitasi pembiayaan berupa KUR untuk pelaku usaha UMKM dalam mengembangkan bisnisnya. BSI juga melakukan penandatanganan MoU bersama HPN untuk membantu pelaku usaha HPN dalam mendapatkan akses pembiayaan.

**Kunjungan Kerja Dalam
Rangka Pameran Vietnam
International Furniture and
Home Accessories Fair (VIFA-
Expo) 2023**

Indonesia sebagai mitra strategis Vietnam, berpartisipasi pada pameran 14th VIFA Expo 2023 yang diselenggarakan di Saigon Exhibition & Convention Center (SECC), Ho Chi Minh City pada tanggal 8-11 Maret 2023. Pameran ini menampilkan produk *furniture, home decor, handicrafts, gifts & souvenirs, hardware & fittings, timbers and woodworking machinery*. VIFA Expo 2023 juga sebagai rangkaian *roadshow* pameran *furniture* internasional seperti IFEX 2023 di Indonesia, MIFF 2023 di Malaysia dan CIFF 2023 di Tiongkok. Vietnam sendiri sebagai eksportir *furniture* ke-4 dunia di bawah Tiongkok, Jerman, dan Polandia.

Pameran diikuti oleh 612 peserta dari 17 negara di dunia, yaitu Kamboja, Tiongkok, Jerman, Denmark, Hong Kong, India, Indonesia, Irlandia, Jepang, Korea Selatan, Luksemburg, Malaysia, Belanda, Taiwan, Thailand, Inggris, dan Amerika Serikat. Dihadiri oleh 15.500 pengunjung, antara lain dari negara Amerika Serikat, Kanada, Belanda, Jerman, Prancis, Jepang, Tiongkok, India, UK, Australia, Korea, dan Singapura.

Keikutsertaan Indonesia pada pameran VIFA Expo 2023 merupakan kerja sama antara KBRI Hanoi, KJRI Ho Chi Minh City, Kementerian

Perdagangan RI, dan program Aku Siap Ekspor (ASE). Paviliun Indonesia menempati area seluas 72 m², diisi oleh enam perusahaan yang bergerak di sektor *furniture* dan *home decor* (PT Abbacraft Multi Kreasi, CV Artisan Vii, CV Fokus Gallery, CV Haradeco, PT Ocean Centra Furniture, dan PT WallArtKu Anugerah Kreatif). Selain itu, terdapat tiga perusahaan yang ikut berpartisipasi secara mandiri yaitu PT Sinar Kontinental, PT Gatra Mapan, Memory, dan PT Ocean Centra Furnindo.

Paviliun Indonesia dikunjungi oleh sekitar 600 *buyer* selama pameran berlangsung dan berhasil mencatat transaksi sebesar USD 853.520 atau setara dengan Rp 13,1 miliar. Nilai transaksi ini akan terus bertambah mengingat terdapat beberapa *inquiry* yang harus di *follow up* oleh para peserta.

Pertumbuhan total perdagangan Indonesia-Vietnam meningkat 11% dalam kurun waktu lima tahun terakhir (2018-2022). Pada tahun 2018 total perdagangan Indonesia-Vietnam sebesar USD 8,37 miliar dan meningkat di tahun 2022 menjadi USD 13,1 miliar. Pada tahun 2022, tercatat bahwa neraca perdagangan non migas Indonesia terhadap Vietnam surplus sebesar USD 3,46 miliar.

Pameran ini cukup potensial untuk meningkatkan nilai perdagangan Indonesia dengan Vietnam di sektor *furniture & home decor* dan dapat menjadi agenda tahunan promosi perdagangan karena waktu pelaksanaannya sejalan dengan pameran IFEX yang diselenggarakan di Indonesia. Partisipasi Indonesia pada pameran VIFA Expo 2023 adalah untuk meningkatkan ekspor kedua negara, agar pelaku usaha dari kedua negara dapat saling mengenal dan menjalin kerja sama, juga untuk menjaring *buyer* internasional yang hadir dalam pameran ini.

Di sela kegiatan pameran dilakukan kunjungan ke Viet Trade (*Vietnam Trade Promotion Agency*) dan melakukan pertemuan dengan beberapa perusahaan Indonesia yang berinvestasi di Vietnam, yaitu Edson International (produk tinta *coating/printing*); Thang Long Cement (PT Semen Indonesia); Samudra Shipping Line; Polychemie Asia Pasific Permai (lem); Mayora; We Link (distributor

teh Sosro); dan Dynapack (plastik PVC) serta diaspora yang merupakan importir beberapa produk Indonesia.

Partisipasi pada Pameran Internasional Furniture Expo (IFEX) 2023

Sebagai kegiatan *market entry* program Local Business Export Coaching (LBEC) sektor *home decor* dan *small furniture* Indonesia, terpilih 19 perusahaan (dari total 34 perusahaan) peserta LBEC untuk berpartisipasi pada pameran Internasional Furniture Expo (IFEX) 2023, tanggal 9-12 Maret 2023 di JIExpo Kemayoran, Jakarta.

IFEX 2023 adalah pameran *furniture* dan *home decor* ternama di regional Asia yang menghadirkan *buyer* internasional. IFEX merupakan pameran yang tepat sebagai *market entry* peserta untuk mendapatkan kontak bisnis, *feedback* terhadap produk, serta pembelajaran dalam partisipasi pameran.

Sebelum pelaksanaan pameran, dilakukan kurasi dan seleksi produk oleh CBI Expert dan Tim Pokja LBEC. Selama proses tersebut, peserta mempersiapkan produk melalui *product development* baik untuk *existing* atau inovasi produk baru, untuk yang ditampilkan pada pameran. Karakter produk yang diutamakan adalah memiliki identitas (ciri perusahaan), originalitas produk, menggunakan bahan baku lokal, dan berkelanjutan.

Paviliun LBEC pada IFEX 2023 difasilitasi oleh Ditjen PEN dengan mengusung tema "*The Origin: from Indonesian Craft Culture to Your Home*", diisi oleh 19 perusahaan peserta LBEC. Selain itu, terdapat sembilan perusahaan LBEC berpartisipasi mandiri dan dua perusahaan difasilitasi Disperindag Sleman dan D.I. Yogyakarta.

Paviliun LBEC diresmikan dengan pengguntingan pita oleh Direktur Pengembangan Ekspor Jasa dan Produk Kreatif mewakili Plt. Direktur Pengembangan Ekspor Produk Manufaktur, didampingi Ketua Tim Produk Kehutanan dan Perkebunan Dit. PEPM beserta Tim Komite LBEC, CBI Expert, perwakilan *coach* LBEC, dan peserta LBEC. Turut hadir dalam IFEX yaitu desainer program Designers Dispatch Service (DDS) untuk melakukan *assessment* atau pengenalan awal peserta program LBEC yang pada tahun ini mendapatkan kesempatan konsultasi perbaikan desain.

Selama pelaksanaan pameran, masih dilakukan *transfer knowledge capacity building* kepada perusahaan melalui *briefing* pagi dan sore oleh *coach* dan CBI Expert. *Briefing* dilakukan bertujuan untuk memotivasi peserta, evaluasi per hari, penangan *buyer* yang bernegosiasi, dan diskusi terkait isu lain yang dihadapi perusahaan.

Tampilan paviliun LBEC menarik minat para *buyer* dan pengunjung yang berasal dari Malaysia, Indonesia, India, Jepang, Vietnam, Singapura, Tiongkok, Saudi Arabia, Argentina, Kanada, Belanda, Perancis, Spanyol, Australia, Amerika Serikat, Italia, dan sebagainya. Tercatat beberapa capaian yang diperoleh peserta paviliun LBEC yaitu total kontrak bisnis sebanyak 406 kontrak dan potensi transaksi dari *buyer* mencapai USD 775.195 atau setara dengan Rp 12 miliar. Potensi ini tentunya masih akan terus berkembang seiring komunikasi dan *follow up* yang dilakukan oleh peserta. Bahkan beberapa peserta menyediakan program bagi calon *buyer* untuk berkunjung ke rumah produksi di daerah asal masing-masing dan menunjukkan proses produksi serta produk-produk lain yang mereka miliki.

Kegiatan *market entry* pada IFEX 2023 merupakan yang kedua kali setelah sebelumnya berpartisipasi pada pameran Trade Expo Indonesia ke-37 tahun 2022. Dari kedua pameran berskala internasional tersebut, peserta melakukan tes pasar dengan *buyer* yang hadir baik domestik maupun asing. Namun sejalan dengan tujuan program LBEC untuk meningkatkan ekspor produk *home decoration* dan kapasitas perusahaan dalam memperluas peluang bisnis dengan mitra asing/*buyer*, dipandang perlu dilakukan *market entry* pada pameran yang dilaksanakan di luar negeri.

**Kunjungan ke Perusahaan
Bidang Logam, Mesin,
Transportasi, Elektronik, dan
Bahan Bangunan**

Direktorat Pengembangan Ekspor Produk Manufaktur melakukan kunjungan ke pelaku usaha di bidang Logam, Mesin, Transportasi, Elektronik, dan Bahan Bangunan (LMTEB) ke Jawa Timur pada tanggal 13-15 Maret 2023. Tujuan dilaksanakannya kunjungan adalah untuk melakukan pemetaan produk industri LMTEB sehubungan dengan ketersediaan bahan baku, potensi dan hambatan yang dihadapi perusahaan terkait ekspor, serta penjaringan peserta untuk promosi dagang luar negeri tahun 2023.

Kunjungan dilakukan ke beberapa perusahaan, yaitu:

1. PT Platinum Ceramics Industry (PCI)

PT Platinum Ceramics Industry (PCI) didirikan pada tahun 1971 yang sebelumnya dikenal dengan nama PT Asia Industri Keramik. PCI memproduksi keramik *tile* yang digunakan untuk melapisi lantai atau dinding. Kantor pusat PCI berada di Surabaya, Jawa Timur. Tempat produksi PCI berada di tiga lokasi yang berbeda yaitu di Surabaya, Gresik, dan Bekasi. Perusahaan memiliki empat *brand* yang dipasarkan, yaitu Platinum Ceramics, Asia Tile, Infinity Granite Tile, dan Titanium Lamina Granite. Produk PCI telah mendapatkan predikat Top Brand Award 2012, Rekor Muri 2012 dan Superbrands Award 2013.

PCI telah mengeksport produknya ke berbagai negara di Asia dan Amerika, dengan tiga pasar terbesarnya yaitu Filipina, Malaysia, dan Brunei Darussalam. Produk PCI juga telah terpajang di beberapa kedutaan Indonesia di luar negeri dan kantor ITPC Dubai.

Terdapat beberapa isu yang dihadapi perusahaan terkait ekspor, diantaranya yaitu:

1. *Mindset buyer* terhadap produk Indonesia mahal, serta biaya *freight* yang mahal.
2. Untuk lebih mendorong perusahaan lokal dalam melakukan ekspor, dengan menjajaki kebijakan pemerintah untuk pemberian insentif bagi perusahaan yang giat dalam melakukan ekspor, seperti yang telah dilakukan oleh pemerintah Tiongkok dan Vietnam.

Fasilitas yang diharapkan perusahaan terkait ekspor, yaitu:

1. Perusahaan tertarik untuk mengikuti pameran Saudi Build dan Taipei Building Show, serta sudah mencoba menghubungi Perwadag, tetapi belum memperoleh respon.
2. Perusahaan berharap ada Perwadag yang mau menerima produk mereka untuk dipajang di kantor Perwadag, sehingga bisa menjadi *soft promotion* bagi mereka, seperti contoh *slab* yang digunakan sebagai *table top* di salah satu kedutaan.

3. Untuk ke depannya, jika ada kegiatan misi dagang maupun *business matching*, PCI berharap untuk bisa diikuti sertakan.

2. PT Multi Spunindo Jaya dan PT Trias Spunindo Industri

PT Multi Spunindo Jaya (MSJ) didirikan pada tahun 1997, merupakan produsen produk *spunbond nonwoven* dan *meltblown nonwoven* yang pengaplikasiannya terdapat di banyak sektor, diantaranya adalah sektor kesehatan, pertanian dan perkebunan, otomotif, industri, dan pengemasan. Sedangkan PT Trias Spunindo Industri (TSI) didirikan pada tahun 2019 dan merupakan suatu bentuk usaha kemitraan antara PT Trias Sentosa, Tbk dan PT Multi Spunindo Jaya yang berfokus di sektor geotekstil.

Kantor pusat dan fasilitas produksi MSJ dan TSI berada di Sidoarjo, Jawa Timur. Perusahaan memiliki jumlah karyawan yang mencapai 580 orang dengan kapasitas produksi sejumlah 58.000 MT/tahun. Sebanyak 55% dari kapasitas produksi merupakan produk yang digunakan pada sektor kesehatan, sedangkan 45% sisanya digunakan pada sektor industri. Kedua perusahaan ini telah mengantongi sertifikasi TUV Rheinland dan ISO 9001 serta telah mengekspor produknya ke berbagai negara di Asia Eropa, Amerika, dan Australia.

Fasilitas yang diharapkan perusahaan terkait ekspor, yaitu:

1. Hanya 40% dari hasil produksi yang diekspor, sedangkan 60% masih dijual di dalam negeri sehingga perusahaan berharap untuk dapat memperluas pasarnya di luar negeri dengan cara dibantu dicarikan *buyer* dan juga diikutsertakan pada pameran yang difasilitasi oleh Kementerian Perdagangan.
2. Perlu dilakukan perkenalan dengan para Perwadag mengenai perusahaan serta produk yang dihasilkan, karena produk dari kedua perusahaan ini merupakan bahan baku dari proses produksi yang penggunaannya bisa beraneka ragam.

3. PT Steel Pipe Industry of Indonesia (Spindo)

Spindo didirikan pada tahun 1971 dan merupakan produsen produk pipa baja/tabung baik *hot-rolled* maupun *cold-rolled* yang

pengaplikasiannya terdapat di banyak sektor konstruksi, infrastruktur, otomotif, dan furnitur. Kantor pusat Spindo berada di Surabaya dan Jakarta. Spindo memiliki enam unit fasilitas produksi yang tersebar di empat kota yang berbeda yaitu Surabaya, Sidoarjo, Pasuruan, serta Karawang dan sedang dalam proses pembangunan untuk unit ketujuh di Gresik.

Perusahaan memiliki jumlah karyawan mencapai 1.000 orang dengan kapasitas produksi sejumlah 58.160 ton/bulan, jumlah ini bisa dicapai meskipun utilisasi fasilitas produksi Spindo baru sebesar 50-60%. Spindo juga telah mengantongi sertifikat ISO 9002 dan API 5L serta berhasil mengekspor produknya ke berbagai negara diantaranya Malaysia, Vietnam, Timor Leste, Australia dengan pasar terbesarnya yaitu Kanada dan Amerika Serikat.

Isu yang dihadapi perusahaan terkait ekspor adalah Spindo telah mengekspor produknya ke Amerika Serikat, akan tetapi masih kesulitan bersaing secara harga karena ada beberapa negara yang telah memiliki perjanjian perdagangan dengan Amerika Serikat sehingga dapat memperoleh tarif preferensial 0%. Sementara itu untuk produk baja dari Indonesia terkena bea masuk 25%. Spindo berharap dari Kementerian Perdagangan dapat membantu untuk melakukan negosiasi dengan Amerika Serikat untuk memperoleh tarif preferensial.

Fasilitas yang diharapkan perusahaan terkait ekspor yaitu perlu melakukan perkenalan dengan para Perwadag mengenai perusahaan serta produk yang dihasilkan, dan juga dibantu untuk pencarian *buyer* di negara akreditasi.

4. PT Zenith Allmart Precisindo

PT Zenith Allmart Precisindo (ZAP) didirikan pada tahun 2006 yang berfokus pada industri pengecoran logam. Hasil proses manufaktur dari pengecoran logam ini dapat diaplikasikan pada banyak sektor industri diantaranya, *pump, valve, power generator & energy, mining, oil & gas, automotive & transportation, construction*, serta *medical industry*.

Kantor pusat, fasilitas produksi dan pusat R&D ZAP berada di Sidoarjo, Jawa Timur dengan kapasitas produksi sejumlah 120 ton/bulan. Perusahaan telah mengantongi berbagai sertifikasi diantaranya ISO 9001, ISO 13485, ISO 45001, ISO 14001, dan TUV Rheinland serta mendapatkan empat kali predikat Primaniyarta di tahun 2014, 2016, 2018, dan 2020. ZAP telah mengeksport produknya ke berbagai negara diantaranya Jepang, Australia, Jerman, Swiss, Belanda, Denmark, Swedia dan negara-negara di Asia Tenggara.

ZAP juga memiliki lini *brand* alat kesehatan bernama *brand* Zenmed+ yang rencananya akan memamerkan produk inovasinya pada perhelatan Hannover Messe 2023. Beberapa produk yang akan ditampilkan adalah *Pedical Screw* yang digunakan untuk disfungsi tulang belakang, *Colposcopy Camera* untuk mendeteksi kanker serviks, serta *cranial operating machine* yaitu sebuah alat untuk mengoperasikan otak dengan minimal *invasion*.

Fasilitasi yang diharapkan perusahaan terkait ekspor, yaitu:

1. Perlu melakukan perkenalan dengan para Perwadag mengenai perusahaan serta produk yang dihasilkan, dan juga dibantu untuk pencarian *buyer* di negara akreditasi.
2. Perusahaan menyatakan ketertarikan untuk mengikuti pameran alat kesehatan di luar negeri yang diikuti oleh Perwadag maupun Ditjen PEN.

5. PT. Selatan Jadi Jaya

PT Selatan Jadi Jaya (SJJ) didirikan pada tahun 1995 yang berfokus pada industri baterai kendaraan (*accu*). Proses manufaktur di SJJ dilakukan dari hulu ke hilir, *plastic casing container* baterai hingga dus karton *packaging* pun diproduksi sendiri oleh SJJ. Untuk memenuhi permintaan pasar, terdapat dua tipe baterai yang diproduksi SJJ yaitu *Maintainable Battery* (*accu* basah) dan *Maintenance Free Battery* (*accu* kering).

Kantor pusat dan fasilitas produksi SJJ berada di Sidoarjo, Jawa Timur dengan kapasitas produksi sejumlah 3.300.000 unit/tahun. Perusahaan telah mengantongi berbagai sertifikasi diantaranya

ISO 9001 dan TUV Nord. SJJ telah mengeksport produk baterainya ke berbagai negara di Timur Tengah, Asia Tenggara, dan Afrika.

Isu yang dihadapi perusahaan terkait ekspor yaitu Indonesia belum menerapkan proteksi perdagangan terhadap produk baterai kendaraan sehingga pasar dalam negeri dibanjiri oleh produk kompetitor yang harganya lebih murah daripada produksi lokal.

Berdasarkan pengalaman SJJ dalam mengikuti berbagai pameran dagang luar negeri sejak tahun 2014, pameran yang memiliki prospek dan potensi transaksi dagang yang bagus adalah Automechanika Frankfurt, Dubai dan Shanghai. SJJ berharap Ditjen PEN ataupun Perwadag ada yang mengikuti pameran tersebut.

6. PT New Indobatt Energy Nusantara

PT New Indobatt Energy Nusantara didirikan tahun 1979 dan sebelumnya dikenal dengan nama PT Indobatt Industry Permai Asia. Kantor pusat dan tempat produksi Indobatt berada di Sidoarjo, Jawa Timur dengan luas 7,2 hektar. Indobatt memproduksi baterai kendaraan dan telah mengantongi sertifikasi ISO 9001 dan ISO 14001. Indobatt telah mengeksport produknya ke berbagai negara di Timur Tengah, Asia Tenggara, Afrika, Amerika Latin, dan Eropa.

Isu yang dihadapi perusahaan terkait ekspor yaitu negara-negara kompetitor ekspor untuk produk baterai kendaraan yang sekarang mulai *catch up* adalah Tiongkok, Korea, dan India yang notabene memiliki harga yang lebih rendah dari Indonesia.

Fasilitas yang diharapkan perusahaan terkait ekspor yaitu beberapa *buyers* yang rutin mengimpor produk Indobatt tidak lagi berkontak semenjak pandemi covid, sehingga perusahaan berharap Perwadag di negara tersebut dapat bertemu dengan *buyers* tersebut untuk melakukan koordinasi atau juga dipertemukan dengan *buyers* baru baik di negara yang sama maupun membuka pasar di negara lain

Kurasi Pelaku Usaha Pameran Interzum 2023

Dit. PEPM melalui Tim Produk Kehutanan & Perkebunan pada bulan Maret 2023 melaksanakan kegiatan kunjungan ke pelaku usaha di Jawa Timur dan Jawa Tengah dalam rangka kurasi pelaku usaha Pameran Interzum 2023. Tujuan kunjungan adalah untuk menindaklanjuti rencana partisipasi perusahaan untuk Paviliun Indonesia di Interzum, Cologne, Jerman.

Sebagai rangkaian *capacity building* yang difasilitasi oleh SIPPO, hadir bersama tim yaitu Mr. Laurent Corpataux yang merupakan SIPPO Consultant yang memberikan *transfer of knowledge* dalam melakukan *company assessment*.

Kurasi Pelaku Usaha Pameran Interzum 2023 di Jawa Timur

Kunjungan ke pelaku usaha di Jawa Timur dilakukan pada tanggal 15-16 Maret 2023. Kunjungan dilakukan ke PT Larasati Multi Sentosa di Pasuruan, Jawa Timur, yang merupakan afiliasi dari PT Sumber Sejahtera Alamindo (PT SSA) yang sebelumnya mendaftar untuk partisipasi pada pameran Interzum 2023.

PT Larasati Multi Sentosa merupakan perusahaan produsen produk kayu olahan dari kayu meranti dan kayu merbau untuk *decking* dan *flooring*. Perusahaan ini telah beroperasi sejak tahun 1992 dan merupakan mitra bisnis utama (*parent company*) PT SSA dalam memproduksi produk tersebut. PT SSA menyuplai kayu log untuk PT Larasati Multi Sentosa dan kemudian melakukan pemasaran untuk produk kayu olahan yang dihasilkan PT Larasati Multi Sentosa.

Selama ini produk *decking* dan *flooring* telah diekspor ke berbagai negara terutama Australia, Tiongkok, dan New Zealand untuk merbau *decking*. Adapun untuk produk meranti tiga *layer*, sudah di ekspor ke Polandia dan ingin lebih dikembangkan ke pasar Eropa. Dalam sebulan, perusahaan mengeksport 10 kontainer untuk produk meranti tiga *layer* dan 60 kontainer untuk produk merbau *decking*. Saat ini perusahaan memiliki *middle capacity* sebesar 40% untuk ekspansi pasar atau *order* baru.

Perusahaan telah memiliki sertifikasi SVLK dan PEFC untuk merbau *decking*. Kepemilikan sertifikat PEFC menjadi keuntungan bagi perusahaan ketika bertemu dengan *buyer*, karena sertifikat PEFC saat ini menjadi preferensi yang umum bagi *buyer* Eropa.

Terdapat beberapa poin catatan konsultan SIPPO atas kunjungan ke pabrik, antara lain:

1. Kebersihan pabrik sangat baik, namun aspek keselamatan kerja perlu lebih diperhatikan dan ditingkatkan. Masih didapati pekerja tidak menggunakan APD pada area kerja yang cukup beresiko tinggi.
2. Perusahaan perlu lebih meningkatkan *value-added product*. Hal ini dapat dilakukan dengan menambah *profiling* pada produk meranti tiga *layer*.
3. Kualitas produk yang dihasilkan sudah baik, dan untuk produk tersebut perusahaan dapat menasar target pasar distribusi melalui *Do-It-Yourself (DIY) stores*.

Dalam hal *market entry*, perusahaan belum pernah berpartisipasi pada pameran apapun, sehingga apabila perusahaan terpilih, maka Interzum merupakan pameran yang pertama yang akan diikuti.

Kurasi Pelaku Usaha Pameran Interzum 2023 di Jawa Tengah

Kunjungan ke Solo dan Klaten, Jawa Tengah dilaksanakan pada tanggal 16-18 Maret 2023. Kunjungan dilakukan ke tiga perusahaan yaitu CV Ribka Furniture, UD Citra Fajar Utama, dan CV Cesaro Home Deco. CV Ribka Furniture dan UD Citra Fajar Utama sudah mendaftar untuk partisipasi pada pameran Interzum 2023.

CV Ribka Furniture merupakan produsen dan eksportir yang memproduksi *furniture, mosaic flooring, dan handicraft*. Perusahaan ini telah memiliki berbagai sertifikasi internasional, antara lain FSC, SVLK, dan Law Label (American Standard). Kapasitas finansial dan produksi juga memadai dan telah berpengalaman ekspor ke Perancis dan Amerika Serikat. Proses produksi Ribka Furniture berjalan rapi dan teratur, serta adanya pembatas bagi kayu FSC dan non FSC. Pihak *management* menerapkan *safety measurement* yang ketat dan secara regular memberikan *capacity building* bagi karyawan. Selain itu, aktif melakukan CSR dalam bentuk suplai bibit bagi reboisasi Daerah Aliran Sungai (DAS) bersama Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan.

UD Citra Fajar Utama sebagai produsen dan eksportir produk *furniture* dan *wood working*, yang memiliki kapasitas produksi dan finansial kuat. Perusahaan ini memiliki sertifikat FCS dan SVLK serta telah melakukan ekspor ke berbagai negara, diantaranya Korea Selatan, Jepang, Tiongkok, Singapura, dan Belanda. CSR yang dilakukan adalah menyuplai bibit bagi petani di Wonogiri. Temuan di lapangan adalah tidak ada penanda/pembeda antara kayu FSC dan non FSC, meskipun pihak perusahaan menyampaikan tidak dicampur pada saat proses produksi.

CV Cesaro Home Deco merupakan produsen dan eksportir produk *wall panel* dengan sumber kayunya berasal dari Perhutani. *Unique Selling Point (USP)* perusahaan ini adalah *3D effect*. Cesaro Home Deco telah melakukan ekspor ke beberapa negara, seperti Kosta Rika, Perancis, Malaysia, dan Taiwan. Perusahaan juga telah memiliki sertifikat FSC dan SVLK, namun berharap untuk bisa terlibat pada pameran luar negeri yang difasilitasi Kemendag pada kesempatan berikutnya. Temuan di lapangan adalah proses produksi dan suplai kayu yang masih belum tertata rapi dan kualitas produk yang belum maksimal.

Ketiga perusahaan tersebut sebelumnya mengikuti pameran IFEX 2023 yang diselenggarakan di JIExpo Kemayoran. Dari keterangan ketiga perusahaan dalam pameran tersebut didapatkan potensi-potensi *buyer* baru yang terus di *follow up* kedepannya. Dalam hal *market entry*, perusahaan sudah memiliki pengalaman di pameran dalam negeri, tetapi untuk pameran luar negeri masih belum banyak pengalaman. Dari hal tersebut, perusahaan sangat bersemangat dan berkomitmen apabila terpilih dalam pameran Interzum.

1.3. Peningkatan Ekspor Produk Primer

Adaptasi Produk Kopi untuk Pasar Eropa serta Kunjungan Perusahaan Kopi dan Sawit

Kegiatan Adaptasi Produk Kopi untuk Pasar Eropa serta Kunjungan Perusahaan Kopi dan Sawit dilaksanakan pada tanggal 8-9 Maret 2023 di Kota Medan. Kegiatan bertujuan untuk memberikan pemahaman yang menyeluruh kepada pelaku usaha/UKM di sektor kopi Indonesia agar dapat memasuki pasar Eropa. Kegiatan terdiri dari sesi seminar dan *one-on-one consultation* dengan menghadirkan tiga narasumber yang berasal dari praktisi kopi Indonesia dan salah

satu perwakilan perdagangan di Eropa. Sebagai rangkaian dari kegiatan ini, juga dilaksanakan kunjungan ke beberapa perusahaan/lembaga dari sektor kopi dan sawit.

Adaptasi Produk Kopi Indonesia untuk Pasar Eropa

Kegiatan dilaksanakan di Hotel Four Point By Sheraton Medan dan dihadiri oleh Kepala Dinas Perdagangan dan Energi dan Sumber Daya Mineral Provinsi Sumatera Utara serta 35 pelaku usaha/UKM sektor kopi yang berasal dari wilayah Sumatera Utara, Nangroe Aceh Darusalam, dan Jawa Barat. Para narasumber kegiatan ini terdiri dari Wakil Ketua Dewan Kopi Indonesia yang juga menjabat sebagai Wakil Ketua ASEAN Coffee Federation (ACF), Syafrudin; Coffee Development Specialist, Dr. Surip Mawardi; serta Kepala ITPC Budapest, Sari Handini.

Kepala Dinas Perdagangan dan Energi dan Sumber Daya Mineral Provinsi Sumatera Utara dalam sambutannya menyampaikan bahwa Sumatera Utara merupakan lumbung terbesar produk kopi arabika yang perkebunannya tersebar hampir di seluruh wilayah Sumatera Utara seperti Tapanuli Utara, Mandailing Natal, Tobasa, Tarutung, Samosir Simalungun, dan Sidikalang. Kopi Sumatera Utara dinikmati tidak hanya oleh penduduk Sumatera Utara tetapi juga masyarakat di seluruh dunia.

Mengingat produk kopi merupakan salah satu sumber pendapatan masyarakat dan pemerintah daerah, Pemprov Sumatera Utara telah memberikan dukungan kepada industri kopi Sumatera Utara dengan memberikan fasilitas peralatan industri, pupuk, dan bibit unggul, termasuk partisipasi pada berbagai kegiatan festival/promosi kopi baik nasional maupun internasional. Selain itu, juga terdapat investasi dari beberapa negara yang mendukung industri kopi Sumatera Utara. Kopi merupakan komoditi unggulan ke-3 yang memberikan kontribusi sangat tinggi pada komponen ekspor Sumatera Utara dengan luas wilayah perkebunan kopi arabika mencapai 71.955 Ha dan robusta 15.416 Ha.

Beberapa poin penting yang disampaikan pada sesi seminar adalah sebagai berikut:

1. *Trend* peningkatan sektor kopi hanya terjadi di hilir sementara di hulu mengalami stagnansi. Hal ini menjadi potensi *turning point* industri kopi di mana akan terjadi peningkatan harga dari petani yang mengakibatkan peningkatan harga di *roastery* dan konsumen sehingga dikhawatirkan akan membuat industri ini kembali lesu. Untuk itu diharapkan petani kopi tidak mengejar harga, namun sebaliknya melakukan peningkatan produktivitas.
2. Berdasarkan data dari Ditjenbun di tahun 2019, telah terjadi pergeseran negara penghasil kopi. Tercatat meskipun pertumbuhan konsumsi kopi dunia meningkat dengan *trend* 1,6% dalam lima tahun terakhir namun terjadi penurunan produksi kopi khususnya negara-negara penghasil kopi dunia termasuk Indonesia dengan rata-rata *trend* penurunan sebesar 0,08%. Untuk Indonesia, *trend* peningkatan produksi tercatat sebesar 4,20% yang didominasi oleh jenis arabika, sedangkan ekspor cenderung turun dengan *trend* sebesar 4,10%.
3. Daya saing kopi Indonesia di dunia saat ini cenderung masih rendah. Sebagai contoh, jika dibandingkan dengan Lily Coffee dari Italia yang saat ini sudah ekspansi ke Indonesia, kopi ini lebih dikenal oleh konsumen dari pada kopi Indonesia. Nilai impor kopi Indonesia saat ini meningkat karena untuk memenuhi konsumsi dalam negeri, terutama untuk kopi jenis robusta *grade 2*.
4. Saat ini harga kopi *specialty* arabica asal Indonesia cenderung meningkat. Pada bulan Januari 2023 lalu, harga kopi arabica Sumatera tercatat meningkat sebesar 160 sen/pon dan menjadi jenis kopi dengan peningkatan harga tertinggi jika dibandingkan dengan jenis kopi *specialty* dari negara lainnya.
5. Petani kopi Indonesia diharapkan dapat menjadi wirausahawan sehingga petani juga harus memahami proses produksi dari hulu ke hilir. Adapun hal-hal yang dibutuhkan untuk mengkonversi petani menjadi wirausahawan yaitu transfer IPTEK yang lebih intensif untuk meningkatkan produktivitas, serta perbaikan mutu dan menjaga konsistensi; pengembangan model budidaya kopi

“semi mekanis”; perbaikan rantai nilai agar pemasaran lebih efisien dan mutu terjaga; dan regionalisasi untuk pembinaan dan penguatan kelembagaan petani kopi di Indonesia.

6. Beberapa masalah utama industri kopi Indonesia, yaitu: gesekan antara kepentingan petani dengan *buyer* sehingga terjadi kesulitan *sourcing* kopi Indonesia oleh *trader* dengan harga yang sesuai dengan *buyer* karena harga dari petani sudah cukup tinggi; adanya intervensi pembeli besar yang membeli langsung ke perkebunan; serta kendala dalam produksi seperti cuaca. Untuk itu diharapkan adanya intervensi Pemerintah Pusat dan Daerah dalam menstabilkan harga dan produksi kopi Indonesia agar tetap mampu berkompetisi dengan negara penghasil kopi lainnya.
7. Berkenaan dengan perluasan pasar, diharapkan para *trader* dapat melakukan *market intelligence* dan memanfaatkan kegiatan promosi di berbagai wilayah seperti ASEAN dan Asia, meskipun saat ini di Eropa terdapat tendensi peningkatan permintaan kopi. Selanjutnya, terkait dengan rencana partisipasi Indonesia di World of Coffee Athena 2023 yang akan dilaksanakan pada 22-24 Juni 2023 mendatang, diharapkan para pelaku usaha yang akan berpartisipasi di kegiatan tersebut melakukan persiapan yang matang dalam menentukan jenis kopi yang akan dibawa, penetapan harga serta analisa awal terhadap *buyer* potensial yang akan datang.
8. Nilai perdagangan kopi Eropa terbilang sangat tinggi. Berdasarkan data Eurostat tercatat sebesar 400 juta Euro di mana Indonesia hanya berkontribusi sebesar 793 ribu Euro. Hal ini dikarenakan kopi Indonesia dikenal sebagai kopi premium dengan harga yang relatif tinggi. Terdapat perbedaan pasar antara negara di Eropa Barat, Eropa Timur, dan Eropa Tengah. Pada masyarakat Eropa Barat, menikmati kopi Indonesia dengan harga premium sudah menjadi hal yang biasa, sedangkan bagi masyarakat Eropa Timur dan Tengah, memilih kopi yang cenderung lebih murah seperti kopi Brasil dan Vietnam dan lebih menyukai jenis kopi robusta.
9. Beberapa hal yang perlu diperhatikan ketika mengeksport kopi ke Eropa yaitu pelaku usaha harus mengetahui batas kontaminan

produk kopi seperti glifosat, pengepakan, dan pelabelan yang mengacu ke ICO (memiliki COO, *Grade*, *Nett Weight*, dan *Supplier*), sertifikasi tambahan seperti UTZ, Fairtrade, dan EU Organic Label. Eropa juga mengenakan pajak tambahan sekitar 20%, bahkan di beberapa negara juga mengenakan pajak khusus untuk kopi yang disesuaikan dengan nilai tambah dari kopi tersebut.

Kunjungan Perusahaan/Lembaga Kopi dan Sawit

1. PT Sumatera Hijau Permai

Perusahaan berdiri sejak tahun 2020 dengan aktivitas bisnis yang berfokus ke produk komoditi seperti *specialty coffee*, kopra, dan jahe merah. Kegiatan ekspor perdana dilakukan pada tahun 2020 untuk produk jahe merah ke Pakistan karena melimpahnya produk jahe merah di Sumatera Utara akibat Pandemi Covid-19.

Saat ini produk kopi yang dimiliki perusahaan berasal dari kelompok tani Mandheling yang dikemas dan kemudian dipasarkan melalui kafe yang dimiliki oleh perusahaan di Medan. Sejak berdiri, perusahaan juga aktif dalam berbagai kegiatan promosi dalam negeri dan berharap dapat segera melakukan ekspor ke pasar internasional.

Kendala utama yang dihadapi oleh perusahaan adalah terkait dengan ketersediaan kopi di kelompok tani karena tidak ada ikatan kontrak antara perusahaan dan kelompok tani sehingga petani cenderung selalu menjual produknya kepada pembeli yang menawarkan harga tertinggi. Selain itu, masa panen kopi di Sumatera Utara hanya ada di periode Januari-Maret. Hal lain yang juga masih menjadi kendala adalah terkait dengan standar kualitas biji kopi yang dihasilkan oleh para petani. Pemilik perusahaan yang juga merupakan pengurus DEKOPI (Dewan Kopi Indonesia) Sumatera Utara berencana untuk membuat beberapa program untuk mengatasi beberapa permasalahan di sektor hulu kopi Sumatera Utara.

2. Pusat Penelitian Kelapa Sawit (PPKS)

PPKS berdiri sejak tahun 1916 dan merupakan unit kerja dari PT Riset Perkebunan Nusantara. PPKS bergerak dalam riset dan pengembangan produk kelapa sawit dan produk turunannya,

penyusunan rekomendasi kebijakan produk kelapa sawit, serta memiliki program pelayanan jasa seperti analisa laboratorium produksi untuk keperluan sertifikasi dan *training*. Selain itu, PPKS juga menjual produk hasil riset seperti pupuk dan bahan tanaman termasuk *clone* bibit sawit.

Pada kunjungan ini, perwakilan dari PPKS menyampaikan secara singkat profil industri sawit Indonesia. Minyak sawit merupakan komoditi primadona dunia dan merupakan 17 besar dalam produk minyak nabati dengan tingkat efektivitas produksi yang jauh lebih efektif dibandingkan dengan minyak canola, minyak bunga matahari, dan minyak kedelai.

Indonesia memiliki luas tutupan area kelapa sawit seluas 16,3 juta Ha dengan kapasitas produksi perkebunan swasta sebesar 4,2 ton CPO/Ha dan perkebunan PTPN 3,9 ton/Ha. Indonesia memiliki 74 *refinery plant* minyak goreng dengan kapasitas produksi sebesar 30 juta ton/tahun, bio-diesel 23 unit dengan kapasitas 12 juta ton/tahun, dan *oleo-chemical* sebanyak 17 unit dengan kapasitas produksi sebesar 53 juta ton/tahun.

Beberapa tantangan industri sawit saat ini antara lain terkait dengan produktivitas sawit yang diakibatkan dari maraknya benih palsu di perkebunan rakyat, aplikasi teknologi, keterbatasan sumber daya lahan dan tenaga kerja, kenaikan harga pupuk, dan peningkatan tuntutan global/*traceability*.

3. PT Musim Mas KIM-I

Perusahaan berdiri tahun 1932 dengan nama Nam Cheong sebagai pabrik sabun batang *all-in*. Pada tahun 1970 berdiri pabrik *refinery* pertama PT Musim Mas di Belawan dan bergabung dengan RSPO (Roundtable on Sustainable Palm Oil) sejak tahun 2004 dan yang pertama mendapatkan ISPO (Indonesian Sustainable Palm Oil) di tahun 2012.

Musim Mas sudah memiliki *refinery plant* yang tersebar di seluruh dunia seperti Spanyol, Italia, Belanda, dan Malaysia, serta kantor *representative* yang tersebar hampir di seluruh dunia. Saat ini, Musim Mas fokus pada produk hilir kelapa sawit dan sudah memiliki sedikitnya 105 negara tujuan ekspor. Musim Mas

memiliki banyak program CSR seperti sekolah gratis, klinik gratis, serta pembangkit listrik gratis yang berasal dari pengolahan minyak sawit. Selain itu, PT Musim Mas memiliki program peningkatan produksi untuk kelompok petani kelapa sawit yang terdiri dari kelompok petani plasma dan kelompok petani swadaya.

Terkait dengan isu *black campaign* produk sawit yang gencar dilakukan oleh beberapa negara, perusahaan menyarankan adanya peran dan dukungan pemerintah dalam melakukan diplomasi sawit Indonesia dikarenakan isu yang diangkat dalam *black campaign* cenderung keliru dan memutarbalikkan fakta. Diharapkan pemerintah juga dapat memfasilitasi petani kelapa sawit untuk meningkatkan produksinya. Selain *black campaign*, kendala lain di sektor kelapa sawit adalah regulasi dalam negeri yang sering berubah dan kurangnya sosialisasi ke para pelaku usaha.

Adaptasi Produk Buah Tropis untuk Pasar Ekspor

Kegiatan Adaptasi Produk Buah Tropis untuk Pasar Ekspor dilaksanakan di Surabaya pada tanggal 15-16 Maret 2023, dengan rangkaian kegiatan berupa seminar adaptasi produk *one on one business consultation* dan kunjungan perusahaan buah tropis dan olahannya. Kegiatan dihadiri oleh 40 peserta yang berasal dari pelaku usaha, perwakilan instansi pemerintah, dan narasumber dari Sub Koordinator Kelompok Karantina Tumbuhan Non Biji, Pusat Karantina Tumbuhan dan Keamanan Hayati Nabati-Badan Karantina Pertanian (Barantan), Atase Perdagangan RI di Belanda, dan CEO PT Mega Inovasi Organik.

Kegiatan dibuka oleh Direktur Pengembangan Ekspor Produk Primer, Ditjen PEN yang menyampaikan potensi ekspor buah Indonesia tahun 2022 mencapai USD 93,9 juta, meningkat 8,07% dibanding tahun sebelumnya. Negara ASEAN lainnya seperti Thailand, Vietnam dan Filipina menjadi kompetitor utama produk buah tropis Indonesia. Thailand merupakan eksportir utama buah tropis ke dunia, Vietnam eksportir ke-6 dan Filipina eksportir ke-9 di dunia.

Kepala Bidang Perdagangan Luar Negeri Disperindag Provinsi Jawa Timur menyampaikan bahwa nilai ekspor buah dan olahan Jatim mengalami penurunan dari USD 197 juta tahun 2020 menjadi USD 93,4 juta tahun 2022. Sementara nilai impor untuk komoditi buah meningkat mencapai USD 920,9 juta tahun 2022. Ekspor buah Jatim (bentuk segar, beku, dikeringkan) tidak besar karena banyak industri pengolahan buah (keripik buah, dodol buah, jus, *snack*) yang menerima pasokan dari petani lokal. Selain itu, buah banyak diperdagangkan antar provinsi sehingga ekspor ke negara lain tidak menjadi prioritas utama. Beberapa produk potensial ekspor adalah buah mangga Sultan di Gresik, alpukat Pamelang di Malang dan berbagai jenis durian.

Perwakilan dari Barantan menyampaikan topik materi “Prosedur dan Ketentuan Karantina Ekspor Produk Buah Tropis di Negara Tujuan Ekspor” dengan materi sebagai berikut:

1. Ketentuan karantina yang harus dipenuhi oleh para pelaku usaha buah adalah memiliki sertifikat kesehatan tumbuhan; wajib memenuhi persyaratan protokol seperti sertifikat perlakuan (contohnya fitosanitari); dan berasal dari area produksi yang bebas Organisme Pengganggu Tumbuhan Karantina (OPTK) yang dipersyaratkan negara tujuan.
2. Sertifikasi ekspor produk buah harus memenuhi persyaratan di negara tujuan, di mana setiap buah dan setiap negara tujuan berbeda persyaratannya. Pada umumnya negara tujuan ekspor produk buah tropis Indonesia (RRT, Selandia Baru, Jepang, dan Uni Eropa) memberlakukan persyaratan ketat seperti mewajibkan agar produk berasal dari kebun dan rumah kemas yang teregistrasi, melalui proses sortasi, *grading*, *cleaning* dengan udara bertekanan dan fumigasi MB, perlakuan iradasi agar bebas dari OPT seperti lalat buah, kutu putih dan ulat mangga. Sementara untuk negara lain seperti Timur Tengah persyaratan minimal adalah sertifikat kesehatan tumbuhan dan sertifikat fitosanitari dari Barantan.
3. Tantangan ekspor produk pertanian Indonesia adalah belum optimalnya penerapan *Good Agricultural Practices* (GAP) dan *Integrated Pest Management* (IPM); *Good Handling Practice*;

pengembangan fasilitas perlakuan skala komersial (*vapor heat treatment, hot water treatment and cold treatment*), perlunya penguatan *surveillance* OPT untuk pemetaan kawasan/area produksi bebas OPT; dan optimalisasi pasar ekspor.

Atase Perdagangan Belanda, memaparkan materi “Peluang Pasar Produk Buah Tropis Indonesia” yaitu:

1. Sebagai salah satu negara di kawasan Eropa, Belanda menerapkan strategi pangan yang diberlakukan Eropa yaitu *EU Farm To Fork Strategy*, dengan ketentuan komoditas pangan impor wajib memenuhi standar perlindungan, biodiversiti, SDA, dan mitigasi terhadap *climate change*. Hal tersebut membuat pemasok dari Eropa memiliki keunggulan kompetitif.
2. Hal yang perlu diperhatikan oleh pelaku usaha buah jika ingin masuk pasar Belanda adalah terdapat beberapa saluran penjualan dan distribusi untuk dijajaki yaitu importir lokal buah berskala besar (seperti Hage International, Bakker Barendrecht), importir internasional (Greenyard Total Produce), importir dengan spesialisasi tertentu (Olympic Fruit-anggur dan jeruk, BUD Holland-buah eksotik), dan importir buah dan makanan (KOAS Food B V).

CEO PT Mega Inovasi Organik menyampaikan materi “Analisa SWOT dan Strategi Pemasaran ke Pasar Negara Tujuan” yaitu:

1. Indonesia memiliki peluang yang sangat besar sebagai pemasok buah tropis organik dibandingkan negara ASEAN lainnya, karena banyaknya lahan pertanian Indonesia yang belum terkontaminasi pupuk kimia. Sementara pertanian di negara seperti Thailand dan Vietnam tidak berfokus pada pertanian organik.
2. Strategi pemasaran yang dapat dilakukan oleh pelaku usaha buah tropis adalah dengan mengembangkan *website* dan *email* perusahaan; mengikuti berbagai *event* promosi; meningkatkan kualitas dan kuantitas produk sesuai dengan kebutuhan ekspor; memahami berbagai regulasi dan standar yang diperlukan di negara tujuan terkait produk yang dijual; melakukan *mapping* terhadap sebaran panen musim buah, melakukan penawaran dan

penjualan buah yang bervariasi tiap waktu; serta melakukan evaluasi di seluruh tingkat *supply chain* yang ada.

Hal yang didiskusikan para peserta dan narasumber pada sesi *One on One Business*, yaitu:

1. Ketertarikan memiliki sertifikat organik namun belum memiliki pasar organik dan tips mengembangkan bisnis organik. Menanggapi hal ini, disarankan apabila perusahaan belum memiliki pasar organik, agar perusahaan fokus dan memahami konsep pengembangan bisnis yang ingin dibangun terlebih dahulu. Untuk membangun ekosistem organik diperlukan tim yang memiliki kesadaran bahwa organik adalah sebuah *movement* dan selanjutnya diharapkan dapat menjadi contoh bagi kelompok petani dalam melakukan budidaya organik. Hal ini penting sebagai upaya penyebaran konsep berpikir.
2. Perubahan nama perusahaan dapat dilakukan dengan melakukan *update* legalitas perusahaan ke Balai Besar Karantina Pertanian (BBKP), setelah itu diteruskan ke BBKP Pusat.
3. Alur registrasi produk ke Bea Cukai RRT (GACC). Pihak Barantan menjelaskan produk yang diajukan untuk masuk *register* GACC harus terlebih dahulu terdaftar di BBKP di beberapa kota. Kemudian Barantan akan berkoordinasi dengan Atdag RRT untuk mendaftarkan daftar produk yang sudah diverifikasi oleh Barantan ke GACC.
4. Tahap awal prosedur sertifikat karantina adalah dengan registrasi Permohonan Pemeriksaan Karantina (PPK) *online* melalui IQFAST. Dokumen yang diperlukan antara lain surat pernyataan yang ditandatangani pelaku usaha dan salinan legalitas usaha. Setelah itu, pelaku usaha melaporkan rencana pengeluaran komoditas tumbuhan kepada kepala pelaksana teknis karantina pertanian. Terdapat dua tindakan pemeriksaan yang dilakukan petugas karantina lapangan, yaitu pemeriksaan administrasi dan pemeriksaan kelayakan produk. Sertifikat karantina yang diterbitkan tergantung dari verifikasi produk dan ketentuan negara tujuan ekspor.

Di sela kegiatan pelaksanaan adaptasi dilakukan kunjungan ke perusahaan, yaitu:

1. CV Hortindo Agrokencana Farm

Perusahaan berdiri sejak tahun 2002 dengan aktivitas bisnis berfokus ke produk buah dan sayur beku (ubi jalar, singkong, sukun, pepaya, dan pisang tanduk). Perusahaan telah berpengalaman dalam melakukan kegiatan ekspor, diawali ekspor produk ubi jalar ke Jepang (2005) dengan jumlah ekspor 2-3 kontainer (atau sekitar 44 ton/bulan) hingga saat ini. Selain itu produk ubi jalar diekspor ke Amerika Serikat, pepaya beku ke Belanda, pisang tanduk dan sukun ke Amerika Serikat. Produk umbi dan buah yang dimiliki oleh perusahaan berasal dari kelompok tani di daerah Jatim dan Jateng. Tantangan utama yang dihadapi oleh perusahaan saat ini yaitu pembinaan kepada petani khususnya untuk peningkatan kapasitas dalam bertani.

2. PT Fruit ING Indonesia

Perusahaan berfokus pada produk olahan buah (*puree*, IQF dan kering) untuk dipasok ke industri makanan dan minuman di dalam dan luar negeri, seperti menjadi bahan baku pembuatan es krim Aice, minuman Minute Maid, biskuit Slai O'lai Mayora. Selain itu memasok pasta melon ke Jepang sebagai bahan minuman (Melon Frappuccino) di gerai Starbucks Jepang. Tantangan utama perusahaan saat ini adalah pasokan buah yang bergantung kepada musim panen buah. Perusahaan juga menyampaikan pentingnya pemanfaatan perjanjian kerjasama antar negara, misalnya IJEPA.

1.4. Peningkatan Pelayanan Hubungan Dagang dan Informasi Ekspor

Business Matching bersama Himpunan Periten dan Penyewa Jasa Pusat Perbelanjaan Indonesia

Business Matching bersama Himpunan Periten dan Penyewa Jasa Pusat Perbelanjaan Indonesia (HIPPINDO) dilaksanakan pada tanggal 10 Maret 2023 di Kantor Kementerian Perdagangan. Kegiatan bertujuan untuk mempromosikan produk-produk ekspor Indonesia dan untuk menindaklanjuti MoU perihal Kerjasama Ekspor Melalui Jasa Ritel antara Ditjen PEN dengan HIPPINDO, dimana HIPPINDO bermaksud untuk menyeleksi beberapa UMKM yang siap ekspor

untuk dapat masuk ke pasar ASEAN dan Tiongkok bersamaan dengan masuknya peritel asal Indonesia ke kawasan tersebut.

Dalam kegiatan ini para peserta *business matching* yang mendapat kesempatan untuk mempresentasikan profil perusahaan, produk, dan pengaplikasian produk, dapat dirangkum sebagai berikut:

1. PT Azaki Food Internasional

Azaki Food merupakan produsen dan eksportir produk tempe berkualitas yang telah tersertifikasi HACCP, SNI, BPOM, dan Halal. Perusahaan telah beroperasi sejak tahun 2019 dan saat ini memiliki tiga varian produk yakni: tempe segar, tempe beku, dan keripik tempe. Lokasi pabrik Azaki Food terdapat di Bogor, Sukabumi, dan Bekasi dengan total kapasitas 220 ton/bulan.

Keunggulan produk tempe milik Azaki Food adalah biji kedelai yang digunakan dalam proses produksi sudah dalam keadaan bersih dari kulit dan kotoran, tekstur padat dan rasa yang nikmat, tekstur tempe yang lebih renyah, dan dikemas dengan kemasan *food grade* yang menarik.

Produk yang telah diekspor diantaranya Frozen Tempe Arumia ke Jepang, Frozen Tempe Azaki ke Korea Selatan, dan Frozen Tempe Lezato ke Taiwan. Produk perusahaan berhasil menembus pasar Asia Timur karena telah melewati pengujian laboratorium berupa *Pathogen-free test*, *Chemical-free contaminant test*, dan *High nutrients content test*. Pada tahun 2023 perusahaan telah merencanakan untuk melakukan ekspor ke negara-negara tersebut sebesar total 31 ton/bulan.

2. PT Iko Tek Noni

Iko Tek Noni merupakan produsen produk bumbu rendang dalam kemasan. Beroperasi sejak tahun 2020 dan saat ini memiliki satu varian produk Dadak Black Rendang yang dikemas dengan ukuran 120gr, 375gr, dan 500gr.

Keunggulan produk perusahaan ini yakni membantu setiap orang yang ingin menikmati rendang dengan cara yang praktis namun memiliki rasa otentik dan lezat. Perusahaan memiliki kapasitas produksi sebesar 3 ton/bulan dan telah bekerja sama dengan

perusahaan ritel Janji Jiwa dengan total penjualan sebanyak 2,5 ton/bulan.

3. PT Trinovasi Gourmeta Adidaya

Perusahaan didirikan pada tahun 2019 dan berkantor pusat di Surabaya, Jawa Timur. Perusahaan bergerak dalam inovasi makanan dan meluncurkan produk dengan jenama Overdozze. Overdozze memiliki *brand positioning* yang sangat unik, dengan slogan “*The First Celebrities Lifestyle Gourmet Popcorn in The World*”. Overdozze memiliki 13 varian rasa yang berbeda dengan proses tiga kali proses pelumuran bumbu sehingga rasa yang dihasilkan sangat unik dan kaya.

Perusahaan bermitra dengan puluhan selebriti di Indonesia dan pada tahun 2019, Overdozze terpilih sebagai satu-satunya makanan ringan oleh Instagram Reels untuk diberikan kepada 200 selebriti terbaik di Indonesia sebagai *hampers*. Keunggulan produk diantaranya menggunakan bahan-bahan alami (non-GMO) dan tidak mengandung pemanis dan perasa buatan. Kemasan yang digunakan tergolong premium sehingga perusahaan menargetkan kalangan menengah keatas untuk segmen pasar yang dituju. Kapasitas produksi saat ini sebesar 50.000 – 150.000 *pack*/bulan. Sertifikasi yang telah diperoleh yakni PIRT, Halal, dan HACCP.

Perusahaan memiliki pengalaman bidang pameran, dengan rekor 130 kali mengikuti bazar di kota-kota besar di Indonesia selama tiga tahun dan telah mengikuti pameran di 5 negara berbeda dalam satu tahun. Kegiatan ekspor yang dilakukan telah mencapai pasar Asia, Afrika, dan Australia.

4. PT Kreasi Cantik Alami

Perusahaan dikenal dengan jenama House of Phyto Organic yang menyediakan berbagai jenis produk organik dengan bahan organik terbaik seperti *essential oil*, *superfood*, *spa series* dan *skin care* untuk bayi. Selain itu juga terdapat Natura Derma Cosmeceutical Beauty Clinic yang memberikan perawatan kulit dan penurunan berat badan dengan hasil yang memuaskan.

Produk telah memiliki sertifikasi diantaranya: Halal, BPOM, ISO 9001:2015, dan GMP. Perusahaan menjamin keamanan produk dengan menggunakan bahan-bahan alami yang tidak mengandung paraben, gula, pemanis buatan, pengharum, gluten, sulfat, dan bahan kimia lainnya serta menjamin *eco-friendly*, 100% organik, 100% vegan dengan *Nano Stemcell Technology*.

5. PT Cantik Anugerah Pesona

PT Cantik Anugerah Pesona merupakan produsen dan eksportir produk kecantikan dengan jenama Raiku. Produk perusahaan telah memiliki beragam sertifikasi diantaranya: BPOM, GMP, UKAS, International GMP ISO 22716, ISO 9001:2008, ISO 14001:2004, ISO 18001, dan Halal. Perusahaan telah beroperasi sejak tahun 2019.

Perusahaan memiliki beberapa varian produk diantaranya: Raiku Cleansing Series dengan bahan *chamomile*, *rice extract*, dan vitamin E; Raiku Age Defense Series dengan bahan *peptide*, *kakadu plum extract*, dan *jojoba oil*; Raiku Bright Radiance Series dengan bahan *niacinamide*, *kakadu plum extract*, dan *chamomile extract*; Raiku Brightening Mask dengan bahan *sodium hyaluronate*, *collagen*, dan *niacinamide*; Raiku Antioxidant Series dengan bahan *hydroxyacetophenone* dan *kakadau plum extract*; dan Raiku Hydrating Glow Series dengan bahan *sodium hyaluronate* dan *beetroot extract*.

6. PT Aridalta Mandiri Takengon

PT Aridalta mengolah kopi arabika gayo yang tumbuh di ketinggian 1.250 s/d 1.500 Mdpl. Jumlah petani kopi yang bergabung dengan perusahaan sebanyak 1.818 petani dengan luas lahan 1.191 Ha. Jumlah produksi per tahun sebanyak 1.191 ton dalam bentuk *green beans grade 1*. Lokasi kebun kopi berada di kawasan Danau Lut Tawar Kabupaten Aceh Tengah, Propinsi Aceh Indonesia.

Perusahaan memiliki lima jenis varian kopi yakni: Aridalta Arabika Wine, Aridalta Arabika Full Wash, Aridalta Arabika Semi Wash, Aridalta Arabika Honey, dan Arabika Natural. Menurut penuturan pada saat presentasi, saat ini perusahaan baru

memiliki Sertifikasi Halal dan belum melakukan kegiatan ekspor namun sudah siap ekspor.

Dalam kesempatan ini, pihak HIPPINDO menyampaikan bahwa HIPPINDO memiliki dua tugas dan fungsi dalam hal pengembangan pasar lokal dan ekspor. Untuk pasar lokal, HIPPINDO sudah memiliki anggota dari *retail modern* (Alfamart, Indomart, dan lain-lain) dan akan mencoba menawarkan produk-produk dari peserta ke jaringan anggota HIPPINDO. Sementara untuk pasar ekspor, HIPPINDO mulai dengan memasuki pasar Malaysia dan RRT. Namun pihak HIPPINDO menyampaikan bahwa untuk pasar ekspor, *buyer* meminta masa kadaluarsa 24 bulan untuk menanggulangi waktu pengiriman dan masa pajang (*shelf life*).

HIPPINDO meminta semua peserta, terutama yang produk makanan minuman, untuk melengkapi sertifikasi PIRT dan BPOM. Sedangkan untuk tujuan ekspor GMP dan HACCP sangat dianjurkan. Setelah acara selesai, perusahaan peserta dipersilahkan untuk berkoordinasi lebih lanjut dengan narahubung HIPPINDO untuk berkesempatan diikutsertakan dalam acara *business matching* dengan *buyer* yang diadakan oleh HIPPINDO.

Pelayanan InaExport

Pelayanan informasi yang diberikan oleh InaExport terdiri dari permintaan hubungan dagang (*trade inquiry*), layanan pembeli luar negeri (*business matching*) dan konsultasi bisnis. Pelayanan permintaan *trade inquiry* dan *business matching* mencakup layanan hubungan dagang yang diterima baik secara langsung maupun melalui Atase Perdagangan atau ITPC, kantor Kedutaan Besar negara asing dan permintaan dari pembeli secara individu serta layanan Konsultasi Bisnis kepada eksportir yang mengunjungi langsung InaExport. Seluruh pelayanan tersebut telah dilakukan pada bulan Maret 2023, dengan rincian sebagai berikut:

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

Pelayanan hubungan dagang yang diterima InaExport pada bulan Maret 2023 berjumlah 32 permintaan hubungan dagang berasal dari luar negeri.

Permintaan hubungan dagang berasal dari perwakilan RI di luar negeri yaitu dari Nigeria, United Kingdom, Lebanon, Sri Lanka,

dan Pakistan. Importir/*buyer* luar negeri tersebut berminat untuk mendapatkan kontak dengan produsen/eksportir Indonesia dalam rangka mengimpor produk-produk dari Indonesia.

Adapun produk-produk dan informasi yang diminati oleh calon pembeli dari mancanegara yaitu teh pelangsing, Tango Kido Milk, Oops Chocolate Paste, pala, tabung gas LPJ, ban, kosmetik, *organic fertilizer machine*, herbal, *body scrub*, batik, tekstil jeans/denim, perhiasan emas & perak, pakaian anak, handuk hotel, popok bayi, *palm oil*, kertas A4, kaos kaki, *wooden bowls*, *melamine tableware*, *canola crude oil*, *stud-link*, kopi, kakao, dan gula.

Permintaan yang diterima dari dalam negeri berasal dari kalangan eksportir Indonesia yang membutuhkan informasi data statistik ekspor impor dalam rangka perencanaan perluasan pasar produk masing-masing dan juga melakukan konsultasi bisnis, pameran, mencari daftar *buyer*, serta informasi pelatihan dan dokumen yang diperlukan. Di samping itu juga telah diberikan informasi mengenai cara menjadi anggota InaExport.id pada *platform* InaExport, untuk meningkatkan pelayanan kepada para pelaku usaha dalam mengembangkan bisnis.

2. Pengunjung InaExport

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

A. Layanan Konsultasi Bisnis

InaExport membuka pelayanan secara *online* melalui email: csc@kemendag.go.id dan *offline* dengan tatap muka langsung pada hari kerja mulai pukul 08.00 s.d 16.00 WIB. Para periode ini, tercatat 161 orang telah mengunjungi PTE untuk melakukan konsultasi bisnis.

B. *Permanent Trade Exhibition* (PTE)

Pada periode Maret 2023, perusahaan yang memanfaatkan ruang pameran (PTE) sebanyak 202 perusahaan. Terdapat sembilan perusahaan yang baru naik *display* yaitu PT Nusantara Agro Bersinar (rempah-rempah dan produk

herbal), Cellindo Sigmaperkasa (produk konstruksi bangunan), PT Cara Sejahtera Indonesia (biji kopi), dan PT Masagena Komoditi Nusantara (rempah dan buah pinang kering). Sementara itu, bulan Maret hanya satu perusahaan yang turun *display*.

Terkait dengan kelengkapan dokumen, sebagian peserta PTE telah men-*display* produk yang SNI-nya sudah diberlakukan secara wajib dengan melengkapi salinan SNI/BPOM, sedangkan yang lainnya sedang dalam tahap tindak lanjut pengadaannya dan dikomunikasikan dengan masing-masing perusahaan peserta. Kelengkapan dokumen tersebut merupakan tindak lanjut atas instruksi pimpinan bahwa perusahaan yang men-*display* produk di ruang InaExport Kementerian Perdagangan harus menyertakan salinan SPPT SNI atau sertifikat dari BPOM.

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

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

1. *Business Reception 9 Maret 2023 – Ladies Program*

Business Reception yang dilaksanakan tanggal 9 Maret 2023 dihadiri oleh perwakilan khusus perempuan dari Kedutaan Besar Nigeria, Perwakilan Kedutaan Besar Syria, dan Perwakilan Kedutaan Besar Somalia. Pelaku usaha yang hadir adalah perwakilan dari CV Kuliner Makmur Sejahtera, CV Bellahasura Jaya Abadi, PT Pondan Pangan Makmur Indonesia, PT Fabindo

Sejahtera, dan PT Central Pertiwi Bahari. Seluruh perwakilan yang hadir adalah wanita yang merupakan pegawai maupun istri dari pejabat perwakilan negara asing yang ada di Indonesia.

CV Kuliner Makmur Sejahtera merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang makanan khas Minang dalam kemasan yang bisa bertahan lama dan memiliki kualitas rasa yang khas dengan daerah Minang. Seluruh bahan baku dan proses produksi dilakukan dan didapatkan dari dalam negeri. Perusahaan menjual produknya dengan merek dagang “Rendang Katuju” dan sudah memiliki sertifikasi SKP, HACCP, SNI, dan BPOM. Beberapa produk yang dihasilkan diantaranya yaitu rendang daging, rendang vegan, bumbu rendang, aneka sambal, dan lainnya. Perusahaan melakukan penjualan B2B dan B2C, baik dengan menggunakan merek dagang sendiri atau secara maklon.

CV Bellahasura Jaya Abadi merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di industri fesyen. Produk yang dihasilkan diantaranya yaitu gaun, outer, *blouse*, rok, celana, tas, dan perlengkapan fesyen lainnya. Produk dari Bellahasura mengadopsi desain dan model yang sesuai dengan budaya Indonesia. Dalam bisnisnya, Bellahasura melakukan penjualan secara B2B dan B2C dengan desain produk yang bisa disesuaikan dengan kebutuhan konsumen.

PT Pondan Pangan Makmur Indonesia adalah salah satu produsen premix makanan siap pakai terbesar di Indonesia. Produk campuran yang dihasilkan yaitu *cake*, *cookies*, *dessert*, dan bumbu masak. PT Pondan saat ini sudah memiliki sertifikasi GMP, HACCP, dan SNI. Untuk memenuhi distribusi dalam negeri, PT Pondan memiliki tim pemasaran yang berlokasi di kota-kota besar di Indonesia. Pemasaran produk dilakukan di pasar domestik (80%) dan pasar ekspor (20%). PT Pondan sudah melakukan ekspor ke berbagai negara seperti Belanda, Amerika Serikat, Suriname, Australia, Hong Kong, dan Tiongkok.

PT Fabindo Sejahtera merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang produksi kosmetik dan perawatan kulit. Berdiri pada tahun 1968 dengan nama PT Samfong, yang awalnya berfokus dalam industri kosmetik bedak. Produk kosmetik yang

pertama kali diproduksi adalah kosmetik dengan merek Fanbo. Selanjutnya PT Fabindo mengeluarkan beberapa merek kosmetik dan perawatan kulit seperti Sofie, Daisy, Rivera, dan Bambi. Perusahaan memiliki sertifikasi CPKB, Halal MUI, ISO 9001, ISO 14001, ISO 18001.

PT Central Pertiwi Bahari merupakan salah satu anak usaha dari PT Central Proteina Prima. Perusahaan memproduksi pakan, benur, makanan hewan, probiotik, dan produk udang serta produk makanan olahan untuk pasar domestik dan ekspor. Selain bahan baku untuk peternakan, perusahaan juga memiliki anak usaha yang bergerak di bidang makanan diantaranya yaitu produk *nugget* ayam, makanan siap saji, bumbu masak, makanan ringan, dan lainnya dengan merek dagang Fiesta, Champ, dan Asimo. Perusahaan sudah melakukan ekspor ke India, Vietnam, Tiongkok, Jepang, Amerika Serikat, Kanada, Inggris, Belgia, Prancis, Belanda, Jerman, dan Selandia Baru.

2. Business Reception 16 Maret 2023

Business Reception tanggal 16 Maret 2023 dihadiri oleh perwakilan dari Kedutaan Besar Switzerland, Kedutaan Besar Republik Uzbekistan, Kedutaan Besar Republik Sosial Vietnam, Kedutaan Besar Timor Leste dan Kedutaan Besar Republik Demokratik Kerakyatan Laos. Adapun pelaku usaha yang hadir mempresentasikan produknya yaitu perwakilan dari CV Samudra Alfath, PT Royal Korindah, PT Nusantara Agro Bersinar, dan PT Cellcius Indoperkasa.

CV Samudra Alfath adalah produsen cokelat yang berasal dari Kota Tangerang Selatan tepatnya di daerah Pamulang. CV Samudra Alfath didirikan oleh beberapa dosen asal Universitas Pamulang bersama beberapa mahasiswa sejak tahun 2019. Perusahaan sudah ekspor ke Jepang melalui diaspora dan siap mengekspor cokelat sesuai pesanan dari *buyer* yang disesuaikan dengan cita rasa yang diminta. Perusahaan dapat memproduksi 20 metrik ton/bulan.

PT Royal Korindah merupakan produsen bulu mata palsu terkemuka di dunia. Memproduksi 30 juta pasang bulu mata

setiap tahunnya. Perusahaan telah dianugerahi sertifikasi ISO 9001:2008 untuk Sistem Manajemen Mutu yang pertama untuk perusahaan manufaktur bulu mata palsu di dunia, sertifikasi ISO 14001 untuk Sistem Manajemen Lingkungan, dan ISO 22716:2007 untuk Keباikan Praktek Manufaktur.

PT Nusantara Agro Bersinar adalah perusahaan yang menghasilkan produk Artisan tea. Artisan tea merupakan teh racikan berbahan dasar *green tea* dan *black tea* yang dicampur dengan berbagai macam bunga-bungan hingga rempah. Salah satu produk yang ditampilkan adalah produk teh Purwoceng. Teh Purwoceng bukanlah jenis atau varian kopi tertentu. Namun, minuman ini dibuat dari bubuk kopi yang dicampur tanaman bernama Purwoceng serta berbagai rempah-rempah lain seperti jahe merah, cengkeh, kayu manis, kapulaga, jinten hitam, sereh, dan gula. Tanaman Purwaceng biasa tumbuh di kawasan Dieng atau daerah tinggi lainnya.

PT Cellcius Indoperkasa didirikan pada tahun 2009 dengan visi menjadi distributor bahan bangunan terkemuka di Indonesia. PT Cellcius Indoperkasa menyediakan berbagai produk insulasi (peredam panas) yang dilengkapi dengan teknologi canggih dan layanan terbaik untuk memberikan solusi bangunan yang efektif dan efisien. PT Cellcius Indoperkasa dengan merek Zelltech telah menunjukkan kemampuan sebagai salah satu distributor insulasi terbaik di Asia Tenggara. Produknya Zelltech meliputi insulasi *aluminium foil* Diapack (dipatenkan), lampu Atap FRP V-Sky, dan produk insulasi *aluminium foil*.

3. *Business Reception* 30 Maret 2023

Business Reception tanggal 30 Maret 2023 dihadiri oleh perwakilan dari Kedutaan Besar Zimbabwe, Kedutaan Besar Federasi Rusia, Kedutaan Besar Republik Singapura, dan Kedutaan Iraq. Adapun pelaku usaha yang hadir mempresentasikan produknya yaitu perwakilan dari PT Lima Menara Sejahtera, PT Caya Akusara Indonesia, dan PT Muktindo Berkah Aditama.

PT Lima Menara Sejahtera (EthneeQ) merupakan usaha perdagangan industri *fashion* yang memproduksi tas berbahan serat alam sebagai bahan utama yaitu goni/rami. PT Lima Menara Sejahtera memulai bisnis pada akhir tahun 2018 dengan tujuan untuk mengurangi penggunaan kantong belanja plastik sekali pakai. Kain goni/jute secara alami diurai tanah lebih cepat sehingga tidak merusak keseimbangan lingkungan jika suatu saat tas ini tidak dapat digunakan lagi. Penggunaan kain nusantara sebagai kombinasi juga menjadi pilihan PT Lima Menara Sejahtera untuk menonjolkan budaya Indonesia dan sebagai komitmen untuk mendukung perempuan dan memberdayakan perempuan lokal. Kantor pusat dan produksi PT Lima Menara berlokasi di Denpasar, Bali.

PT Caya Akusara Indonesia merupakan perusahaan yang memproduksi bulu mata palsu dan wig sintesis dengan kualitas terbaik. Perusahaan yang berbasis di Purbalingga ini telah menyuplai berbagai salon kecantikan dan telah mengekspor produknya ke Korea Selatan.

PT Mukrindo Berkah Aditama adalah perusahaan yang menghasilkan berbagai produk yang salah satunya yaitu produk kopi dengan *brand* Excelsa. Produk kopi dari PT Mukrindo Berkah Aditama mendapatkan peringkat ke-5 dalam *Coffee Lab* di London dari ratusan pesaing kopi lainnya. Saat ini perusahaan sedang dalam proses perluasan lahan perkebunan dan diperkirakan selesai dalam jangka waktu dua tahun. Produk kopi dari PT Mukrindo Berkah Aditama sangat diminati oleh *buyer* dari Malaysia, Jerman, dan Amerika Serikat.

1.5. Kegiatan Pendukung Ditjen PEN

- Pemantauan Program Dana Dekonsentrasi dan Koordinasi Asosiasi dan Instansi Terkait** Kegiatan Pemantauan Program Dana Dekonsentrasi Tahun 2023 bertujuan untuk:
1. Memonitor alokasi dan penyerapan anggaran Dana Dekonsentrasi tahun 2020-2022 dan implementasi Dana Dekonsentrasi tahun 2017-2022 sesuai dengan juknis pelaksanaan anggaran dekonsentrasi.

2. Mendapatkan *feedback*/masukan secara utuh UKM penerima fasilitas kegiatan Dana Dekonsentrasi untuk lima tahun sebelumnya.
3. Mengetahui perkembangan terkini pelaku usaha setelah mendapatkan fasilitasi program Dana Dekonsentrasi, khususnya di masa pandemi.

Pemantauan Dana Dekonsentrasi Tahun 2023 di Provinsi Sulawesi Tengah dilaksanakan tanggal 14-17 Maret 2023 dengan melakukan kunjungan kepada lima pelaku usaha yang telah menerima fasilitasi Dana Dekonsentrasi, yaitu:

1. Satu UKM penerima fasilitasi program *Designer Dispatch Services* (DDS) Pengembangan Desain Produk dan Pameran Trade Expo Indonesia (TEI) tahun 2017, yaitu JJ Craft Sigi (kerajinan batok kelapa),
2. Satu UKM penerima fasilitasi program DDS Pengembangan Desain Kemasan Produk dan Pameran TEI tahun 2018, yaitu Lecker Jaya Waluyo (makanan olahan keripik),
3. Dua UKM penerima fasilitasi program pelatihan prosedur ekspor dan partisipasi pada Pameran TEI tahun 2019, yaitu Kopi Bintang (produk kopi) dan Sofie Local Food (makanan olahan sambal dan bawang goreng), serta
4. Satu UKM penerima fasilitasi partisipasi pada Pameran TEI Virtual tahun 2021, yaitu CV Rapoviaka Simple (makanan olahan coklat).

Hasil wawancara dan diskusi kepada para pelaku usaha penerima fasilitasi program Dana Dekonsentrasi Ditjen PEN adalah sebagai berikut:

1. JJ Craft Sigi (kerajinan batok kelapa)

JJ Craft Sigi atau IKM Berkah Alam memproduksi beragam kerajinan batok kelapa seperti tas, aksesoris, dan hiasan dinding. *Workshop* JJ Craft Sigi bertempat di Kecamatan Marawola, Kabupaten Sigi, Provinsi Sulteng.

JJ Craft Sigi mendapatkan fasilitasi Dana Dekonsentrasi berupa program DDS Pengembangan Desain Produk dan TEI tahun 2017. Melalui fasilitasi DDS dihasilkan produk tas dengan motif kancing batok kelapa dalam tigam bentuk, yaitu *sling bag*, *tote bag*, dan

round bag. Desainer dalam hal ini membantu untuk mengembangkan desain kancing batok kelapa yang disusun berdasarkan warna (putih, coklat, dan kuning), sehingga menghasilkan motif dan gradasi yang unik dan atraktif.

Manfaat yang dirasakan JJ Craft Sigi setelah mengikuti program DDS diantaranya adalah pengetahuan baru tentang cara menciptakan desain yang mengikuti tren dan sesuai selera pasar. Desain yang diciptakan melalui program DDS masih digunakan hingga saat ini.

Adapun permasalahan yang dihadapi, diantaranya adalah harga bahan pendukung yang cukup tinggi karena harus dipesan dari *supplier* di pulau Jawa. Bahan pendukung yang dimaksud adalah pengait tas yang digunakan untuk produk tas tipe *sling bag*.

JJ Craft Sigi saat ini belum melakukan ekspor ke luar negeri. Penjualan juga dilakukan berdasarkan pesanan. Produk mereka sampai saat ini masih rutin dipesan oleh para pelanggan lama (*existing buyers*) di dalam negeri.

2. Lecker Jaya Waluyo (makanan olahan keripik)

Lecker Jaya Waluyo memproduksi beragam keripik dengan bahan baku yang berasal dari pisang, kentang, ubi singkong, ubi ungu, sukun, dan lain-lain. UKM ini beralamat di Jl. Cemara 6, No. 9 Kota Palu, Provinsi Sulteng. Lecker Jaya Waluyo mendapatkan fasilitasi Dana Dekonsentrasi berupa program DDS Pengembangan Desain Kemasan Produk dan Pameran TEI tahun 2018.

Manfaat yang dirasakan setelah mendapatkan fasilitasi dana dekon diantaranya adalah pengetahuan dan perspektif baru dalam hal menciptakan kemasan produk yang menarik dan sesuai dengan selera pasar.

Lecker Jaya Waluyo saat ini belum melakukan ekspor ke luar negeri dan masih berfokus pada pemasaran dalam negeri. Produk mereka saat ini diminati dan dipesan secara reguler ke daerah Poso, Morowali, Kendari, Makassar, dan Balikpapan dan didistribusikan ke swalayan dan toko oleh-oleh di daerah tersebut. Pihaknya juga menerima pesanan keripik curah tanpa

kemasan/merek. Lecker Jaya Waluyo juga bekerja sama dengan hotel dalam memasok produk oleh-oleh bagi tamu hotel.

3. Kopi Bintang

Kopi Bintang merupakan perusahaan kopi yang berdiri di kota Palu sejak 1981. Kopi Bintang beralamat di Jl. RE. Martadinata Trans Sulawesi, Kota Palu. Mendapatkan fasilitasi pelatihan prosedur ekspor dan Pameran TEI tahun 2019.

Melalui pelatihan ini, Kopi Bintang memperoleh pengetahuan tentang apa saja yang perlu dipersiapkan untuk memulai ekspor. Para fasilitator memiliki kemampuan yang mumpuni di bidangnya. Salah satu fasilitator bahkan bersedia memberikan bantuan untuk proses ekspor ketika Kopi Bintang masih berstatus UD.

Pada pameran TEI tahun 2019, Kopi Bintang menerima respons positif dari calon *buyer*, diantaranya dari Timur Tengah dan Uzbekistan. Adapun permasalahan utama yang dihadapi Kopi Bintang adalah biaya pengiriman produk (*freight*) yang terbilang mahal. Kendala ini menyebabkan produknya sulit bersaing dengan produk dari daerah lain (e.g. Sumatera dan Jawa) karena harga menjadi lebih tinggi dan tidak kompetitif.

Dengan kendala mahalnya biaya pengiriman ke luar negeri, saat ini Kopi Bintang lebih fokus untuk mengembangkan pemasaran di dalam negeri, terutama di luar pulau Jawa, untuk menghindari persaingan dengan *brand* kopi besar. Kopi Bintang telah dipasarkan di kota-kota besar di Sulawesi (Gorontalo dan Luwuk) dan Kalimantan (Balikpapan dan Samarinda), tidak menutup kemungkinan juga akan berekspansi ke daerah lain di Sulawesi dan Kalimantan. Produknya juga telah dipasarkan melalui *e-commerce* dan media sosial.

Kendala lain yang dihadapi adalah terkait kemasan produk yang saat ini masih diproduksi di pulau Jawa, sehingga membutuhkan biaya yang lebih besar dan waktu pengiriman yang lebih lama.

4. Sofie Local Food (makanan olahan sambal dan bawang goreng)

Sofie Local Food merupakan UKM yang memproduksi makanan olahan diantaranya sambal, bawang goreng, dan keripik sejak tahun 2005. UKM ini beralamat di Jl. Jati Super, Tavanjuka Kota Palu, Provinsi Sulteng. Mendapatkan fasilitasi pelatihan prosedur ekspor dan pameran TEI tahun 2019.

Manfaat yang sangat dirasakan dari fasilitasi yang diberikan adalah diperolehnya jaringan yang luas antar pelaku usaha yang mengikuti pelatihan tersebut. Hubungan yang terjalin dengan baik menjadi modal untuk melakukan kerja sama dengan pelaku usaha di berbagai daerah di Indonesia.

Saat mengikuti pameran TEI tahun 2019, produk yang dibawa Sofie Local Food adalah Sambal Roa. Produk yang dibawa habis terjual selama pameran berlangsung. Selain sambal roa, produk unggulan dari UKM ini adalah bawang goreng dan sambal goreng. Selama pameran TEI berlangsung, terdapat beberapa *buyer* luar negeri yang bertanya terkait produk Sofie Local Food, tetapi sayangnya komunikasi tidak berlanjut.

Permasalahan yang dihadapi oleh Sofie Local Food yaitu biaya pengemasan yang mahal, karena kemasan dicetak di pulau Jawa, harga produknya sulit bersaing dengan kompetitor produk serupa di pulau Jawa.

5. CV Rapoviaka Simple (makanan olahan cokelat)

CV Rapoviaka Simple didirikan sejak tahun dan memproduksi makanan olahan cokelat dengan komposisi 56%, 60% dan cokelat 80% dengan beragam variasi rasa, seperti *original milk chocolate*, *coffee*, *chili*, *cheese*, *cashew*, dan *dark chocolate*. Bahan baku cokelat yang digunakan seluruhnya diperoleh dari Rumah Cokelat, pusat pengembangan industri cokelat di Provinsi Sulteng. Produk CV Rapoviaka Simple telah memperoleh sertifikasi Halal MUI dan SNI.

CV Rapoviaka Simple mendapatkan fasilitasi Pameran TEI Virtual tahun 2021 dan pernah menerima fasilitasi pengembangan desain kemasan pada tahun 2016, di mana desain kemasannya masih

dipakai hingga sekarang. CV Rapoviaka Simple juga berpartisipasi dalam Pameran Panganusa dan TEI tahun 2022. Pada kesempatan tersebut, pihaknya terhubung dengan calon *buyer* asal Dubai, Uni Emirat Arab yang tertarik untuk bekerja sama memesan cokelat non-premium. Namun, harga yang ditawarkan belum sesuai, sehingga belum terjadi transaksi.

CV Rapoviaka Simple belum melakukan ekspor ke luar negeri. Selain di toko dan swalayan, produk mereka dipasarkan di *e-commerce*, yaitu di *Shopee*. Pengiriman telah dilakukan ke konsumen di Provinsi DKI Jakarta dan daerah lain di pulau Jawa.

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

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

1. Sampaikan Arahan, Mendag Zulkifli Hasan: Perwakilan Perdagangan RI di Luar Negeri Ujung Tombak Ekspor Indonesia (1 Maret 2023).
2. Enam Jenama Indonesia Jajal Pasar Eropa Melalui L'adresse Trade Showroom pada Paris Fashion Week 2023 (3 Maret 2023).
3. Kemendag Dukung Peritel Pasarkan Produk ke Malaysia (8 Maret 2023).
4. Enam Jenama Indonesia Raup Transaksi Potensial Rp4,61 Miliar pada L'adresse Trade Showroom Paris Fashion Week 2023 (9 Maret 2023).
5. Bertemu UMKM Kreatif Malang, Wamendag: Peluang Produk Kreatif dan Digital Indonesia Semakin Terbuka (9 Maret 2023).
6. Tren Fesyen Muslim Meningkat, Kemendag Targetkan Indonesia Jadi Kiblat Fesyen Muslim Dunia (10 Maret 2023).
7. Kerja Sama Promosi Perdagangan, Kemendag Tandatangani MoU dengan Pemerintah Swiss (18 Maret 2023).
8. Rancang Masa Depan Dunia Desain melalui Desain Berkelanjutan, Kemendag Sosialisasikan Program Good Design Indonesia di Yogyakarta (20 Maret 2023).
9. Road To JMFW 2024, Kemendag Gandeng Kemenparekraf dan Dekranas Gelar Seminar dan Kurasi di Banjarmasin (30 Maret 2023).

BAB II
AGENDA KEGIATAN
DIREKTORAT JENDERAL PENGEMBANGAN EKSPOR NASIONAL

6
Maret

Dirjen PEN Didi Sumedi menjadi narasumber pada Kegiatan Bisnis Forum bertema “Peningkatan Kualitas Produk UMKM” dalam Pengembangan Ekspor Nasional yang dilaksanakan di hotel Horison Ultima Ratu, Banten. Turut hadir dalam kegiatan ini yaitu Walikota Serang Syafrudin, Plt. Direktur Pengembangan Ekspor Produk Manufaktur Ganef Judawati dan pelaku usaha di wilayah Provinsi Banten.



Direktur Pengembangan Jasa dan Produk Kreatif Miftah Farid membuka secara daring Briefing Desainer Program DDSxLBEC 2023. Kegiatan dilaksanakan secara *hybrid* dan diikuti oleh 13 desainer yang lolos kurasi sebagai desainer program DDSxLBEC 2023. Sebagai narasumber dalam lokakarya adalah tenaga ahli dari CBI Belanda yang membekali para desainer agar memiliki pengetahuan seragam dalam pengembangan produk berorientasi ekspor sesuai target pasar.

6
Maret

7
Maret

Dalam upaya mendorong perluasan pasar produk ekspor Indonesia, utamanya produk farmasi, produk herbal, dan fitofarmaka, Direktur Pengembangan Ekspor Produk Primer, Merry Maryati berkunjung ke pabrik PT Bintang Toedjoe yang berlokasi di Cikarang, Jawa Barat. Pada kunjungannya, Direktur Merry diterima oleh Site Division Head PT Bintang Toedjoe dan Head of LOB CHD-1 PT Kalbe Internasional.





Direktur Pengembangan Ekspor Jasa dan Produk Kreatif Kemendag Miftah Farid menyaksikan penandatanganan nota kesepahaman (MoU) antara Himpunan Penyewa Pusat Perbelanjaan Indonesia (Hippindo) dan JDMAS Logistics Holding Sdn Bhd dari Malaysia yang bertempat di De Stasiun Sarinah Jakarta. Turut hadir yaitu Ketua Umum Hippindo, anggota Senat Malaysia, Ketua Malaysia Institute of Economic Research Tan, dan Managing Director JDMAS Logistics Holding Sdn.

8
Maret

8
Maret

Dirjen PEN Didi Sumedi meresmikan Paviliun Indonesia pada Pameran Vietnam International Furniture and Home Accesories Fair Expo (VIFA-EXPO) yang berlangsung di Ho Chi Minh City, Vietnam. Dihadiri oleh Konjen RI Ho Chi Minh City, Agustaviano Sofjan; Staf Ahli Menteri Perdagangan Bidang Manajemen dan Tata Kelola, Veri Anggrijono; Plt. Direktur Pengembangan Ekspor Produk Manufaktur, Ganef Judawati; dan Atase Perdagangan RI Hanoi, Addy Perdana Soemantry.



Kemendag menggelar Permanent Trade Exhibition (PTE) ke-9 Tahun 2023 dan Mini Exhibition Inaexport. Acara dibuka oleh Direktur Pengembangan Pasar dan Informasi Ekspor Marolop Nainggolan di Kantor Kemendag. Perwakilan asing yang hadir yaitu Kedutaan Besar Qatar, Nigeria, Bangladesh, Republik Arab Syria, dan Somalia. Eksportir yang hadir yaitu PT CV Kuliner Makmur Sejahtera, CV Bellahasura Jaya Abadi, PT Pondan Pangan Makmur, PT Fabindo Sejahtera, dan PT Centralpertiwi Bahari.

9
Maret

9
Maret

Direktur Pengembangan Pasar dan Informasi Ekspor Marolop Nainggolan menerima perwakilan Kedutaan Besar Iran di Jakarta, Ali Babaei dan Trade Promotion Organization (TPO) Iran Mohammadreza Safari di ruang PTE Kemendag. Dalam audiensi tersebut dibahas antara lain potensi kerjasama perdagangan, percepatan finalisasi Preferential Trade Agreement (PTA) Indonesia–Iran, dan beberapa kegiatan lainnya, dalam meningkatkan nilai perdagangan kedua negara.



Mendukung peningkatan ekspor produk mebel, dekorasi rumah dan kerajinan, Direktur Pengembangan Jasa dan Produk Kreatif Miftah Farid meresmikan Paviliun “The Origin: From Indonesian Craft Culture to your Home” pada pameran Indonesia International Furniture Expo (IFEX) 2023. Paviliun memfasilitasi 19 pelaku usaha peserta program Local Business Export Coaching (LBEC) yang telah mendapatkan fasilitasi dan lolos kurasi.

9
Maret

10
Maret

Direktur Pengembangan Pasar dan Informasi Ekspor Marolop Nainggolan menutup pelaksanaan Mini Exhibition Inaexport bertempat di Gedung Utama Kantor Kemendag. Hadir dalam kegiatan ini perwakilan dari unit eselon II di lingkungan Kemendag. Mini Exhibition Inaexport merupakan rangkaian dari pelaksanaan resepsi bisnis Permanent Trade Exhibition (PTE) ke-9 Tahun 2023 yang diselenggarakan pada tanggal 9 -10 Maret 2023.





Direktur Pengembangan Ekspor Produk Primer Merry Maryati turut melepas ekspor komoditas ikan Mas Koki ke tiga negara dari Tulungagung, Jawa Timur. Acara pelepasan ekspor secara resmi dilakukan oleh Menteri Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal dan Transmigrasi, serta disaksikan oleh Bupati Tulungagung, perwakilan Kemenko Perekonomian, Kementerian Kelautan dan Perikanan, Kementerian Koperasi dan UKM, PT Astra Internasional Tbk, Yayasan Cah Angon Foundation, instansi terkait, serta para petani dan komunitas ikan Mas Koki.

12
Maret

14
Maret

Plt. Direktur Pengembangan Ekspor Produk Manufaktur Ganef Judawati bersama Direktur Pengembangan Pasar dan Informasi Ekspor Marolop Nainggolan menerima audiensi Macao Trade & Investment Promotion Institute (IPIM) di kantor Kemendag. Delegasi IPIM yang dipimpin oleh Stephanie Lao mengundang Indonesia untuk berpartisipasi pada Guangzhou-Macao Branded Products Fair yang akan dilaksanakan pada 28 - 30 Juli 2023 di Macao.



Plt. Direktur Pengembangan Ekspor Produk Manufaktur membuka webinar Peningkatan Daya Saing Ekspor Produk Kosmetik dan Minyak Atsiri melalui Sertifikasi Good Manufacturing Practice (GMP) yang digelar secara daring. Narasumber dalam webinar adalah Commercial and Business Support Senior Manager of Strategic Business Unit Certification & Ecoframework (SBU SERCO) PT Sucofindo I Rina Elita dan Tenaga Ahli Fasilitasi Sertifikasi Good Manufacturing Practice (GMP) Andhika Bagus Bangun Prakoso. Kegiatan ini juga diikuti oleh 190 peserta.

15
Maret

15
Maret

Direktur Pengembangan Pasar dan Informasi Ekspor Marolop Nainggolan menerima audiensi Delegasi Oman di kantor Kemendag. Kunjungan delegasi Oman yang dipimpin oleh Duta Besar Ahmad bin Salem Ba'mar bertujuan untuk mendiskusikan pengembangan UKM, perdagangan dan investasi di Indonesia. Marolop berharap melalui kegiatan ini dapat mendorong peningkatan hubungan perdagangan yang lebih erat antara kedua negara.



Kemendag menggelar resepsi bisnis reguler Permanent Trade Exhibition (PTE) ke-10 Tahun 2023. Acara dibuka oleh Direktur Pengembangan Pasar dan Informasi Ekspor Marolop Nainggolan bertempat di Kantor Kementerian Perdagangan. Dihadiri oleh perwakilan Kedutaan Besar Swiss, Kedutaan Besar Uzbekistan, Kedutaan Besar Vietnam, Kedutaan Besar Timor Leste, Kedutaan Besar Laos, CV Samudra Alfath, PT Royal Korindah, PT Nusantara Agro Bersinar, dan PT Cellindo Sigmaperkasa.

16
Maret

16
Maret

Dirjen PEN Didi Sumedi hadir dalam seremoni ekspor perdana produk penyejuk udara (AC) merek Panasonic ke Vietnam di lokasi PT Panasonic Manufacturing Indonesia (PT PMI) Jakarta Timur. Turut hadir adalah Presiden Komisaris PT PMI, Direktur Jenderal Industri Logam, Mesin, Alat Transportasi, dan Elektronika Kementerian Perindustrian, Sekretaris Ditjen Perdagangan Luar Negeri, Presiden Direktur Panasonic Corporation AC Company, perwakilan instansi terkait, dan jajaran pimpinan PT PMI.





Dirjen PEN Didi Sumedi menandatangani Nota Kesepahaman (Memorandum of Understanding/MoU) dengan Duta Besar Swiss untuk Indonesia, Olivier Zehnder untuk kerja sama promosi perdagangan di Kantor Kemendag. Hadir dalam kegiatan ini Plt. Direktur Pengembangan Ekspor Produk Manufaktur Ganef Judawati, Deputy Country Representative of Swisscontact Daniel Weibel, Country Representative of SIPPO Aris Darujo, perwakilan dari Kementerian Koperasi dan UKM, serta Perwakilan dari Kementerian Kelautan dan Perikanan.

17
Maret

20
Maret

Direktur Pengembangan Produk Primer Merry Maryati membuka kegiatan Adaptasi Produk Snack Berbahan Baku Buah di Kota Malang Jawa Timur. Narasumber pada kegiatan ini adalah Atase Perdagangan Seoul Eko Priyanto, Atase Perdagangan Kuala Lumpur Deden Muhammad, Wakil Kepala ITPC Shanghai Ganggas Giandano, Desainer Kemasan Tri Anugrah, dan Pengawas Kemetrolagian Ahli Muda Direktorat Metrologi Fajar Firdaus. Rangkaian kegiatan berupa seminar adaptasi produk yang dilanjutkan dengan *one-on-one business counseling*.



Direktur Pengembangan Produk Primer Merry Maryati membuka kegiatan Adaptasi Produk Snack Berbahan Baku Buah di Kota Malang Jawa Timur, pada Senin (20 Mar). Kegiatan bertujuan untuk meningkatkan daya saing produk ekspor melalui inovasi teknologi pangan untuk ekspor ke pasar buah-buahan baku, buah yang berpotensi ekspor di wilayah Kota Malang dan sekitarnya.



Dirjen PEN Didi Sumedi menerima audiensi Asosiasi Industri Permebelan & Kerajinan Indonesia (Asmindo) di Kantor Kemendag. Dalam audiensi dibahas potensi kolaborasi program dan kegiatan dalam pengembangan ekspor khususnya di sektor industri permebelan dan kerajinan. Hadir dalam audiensi, Direktur Pengembangan Ekspor Jasa dan Produk Kreatif Miftah Farid dan segenap pengurus Asmindo.

20
Maret

20
Maret

Dirjen PEN Didi Sumedi melakukan kunjungan ke Boja Farm di Bogor Jawa Barat. Boja Farm adalah sebuah ekosistem desa organik yang mengintegrasikan elemen-elemen dari hulu ke hilir, dari pembibitan hingga pemasaran ekspor produk pertanian. Pada 23 Februari 2023 lalu, telah dilakukan pelepasan ekspor 55 jenis rempah dan produk pertanian lainnya produksi Boja Farm ke pasar Kanada senilai USD 500 ribu atau senilai Rp7,5 miliar.



Direktur Pengembangan Pasar dan Informasi Ekspor, Marolop Nainggolan membuka Webinar Potensi Ekspor ke Timor Leste dengan Memanfaatkan Marketing Point Motaain yang digelar secara daring. Narasumber dalam webinar adalah Kepala Administrator PLBN Motaain Engelbertus Klau, Sekretaris I KBRI Dili Banga Malewa, dan Ketua Tim Inaexport Dwinanto Rumpoko dengan moderator Analis Perdagangan Ahli Madya Hamidi. Kegiatan ini diikuti lebih dari 185 peserta secara daring.

21
Maret

24
Maret

Plt. Direktur Pengembangan Ekspor Manufaktur Ganef Judawati menerima audiensi Assistant Director and Head of Trade and Investment Cluster from ASEAN Japan Centre (AJC) Ishida Yasushi di Kantor Kemendag. Pada pertemuan ini didiskusikan program promosi perdagangan 2023 yang akan dimanfaatkan Indonesia untuk mendorong penetrasi produk Indonesia ke Pasar Jepang melalui dukungan dari AJC.





Dirjen PEN Didi Sumedi menjadi pembicara pada acara “The Weekly Brief With Sandi Uno” yang dilaksanakan secara hibrida di Kantor Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Jakarta. Acara kali ini bertema Kolaborasi Kemenparekraf dan Kemendag dalam ajang Jakarta Muslim Fashion Week (JMF) 2024. Didi menyampaikan bahwa potensi ekspor fesyen modest Indonesia sangat tinggi, mulai dari produk baju muslim, alas kaki, perhiasan, dan kosmetik akan disatukan dalam satu ekosistem di JMF.

27
Maret

28
Maret

Plt. Direktur Pengembangan Ekspor Produk Manufaktur Ganef Judawati menerima delegasi bisnis Rusia di Kemendag. Pada pertemuan ini dibahas berbagai perspektif yang berguna untuk mendorong ekspor Indonesia ke Rusia. Delegasi rusia juga menyampaikan undangan untuk hadir dalam Kazan Economic Forum yang akan digelar pada 18-20 Mei 2023 mendatang. Ganef berharap kerja sama ekonomi yang baik antara Indonesia-Rusia akan semakin menguatkan nilai total perdagangan kedua negara.



Direktur Pengembangan Ekspor Jasa dan Produk Kreatif Miftah Farid menyampaikan sambutan pembuka pada kegiatan “Sosialisasi Good Design Indonesia (GDI) 2023 Seri Surabaya” bertempat di Oakwood Hotel & Residences, Surabaya. Menghadirkan narasumber yakni Pradipto Sugondo, Jacky Mussry dan Aryenda Atma yang menyajikan paparan bertema desain yang berkelanjutan dan dampak positifnya. Surabaya menjadi lokasi akhir dari rangkaian sosialisasi Good Design Indonesia 2023, setelah rangkaian sosialisasi di kota Jakarta dan Yogyakarta.

28
Maret

30
Maret

Dirjen PEN Didi Sumedi membuka secara daring seminar dan kurasi dalam rangka Road to Jakarta Muslim Fashion Week (JMFW) 2024 di Banjarmasin, Kalimantan Selatan. Tujuan kegiatan ini untuk menyeleksi pelaku usaha yang akan mendapat fasilitasi untuk tampil pada acara puncak JMFW 2024 yang dijadwalkan berlangsung pada 19—21 Oktober 2023 mendatang. Seminar dan Kurasi Seri 1 Banjarmasin dihadiri lebih dari 75 orang peserta dari kalangan jenama dan desainer fesyen modest serta aksesoris.



BAB III

PERMASALAHAN DAN TINDAK LANJUT

1.1. Kendala, Isu dan Permasalahan

Kunjungan ke Perusahaan Bidang Logam, Mesin, Transportasi, Elektronik, dan Bahan Bangunan di Jawa Timur Isu dan permasalahan terkini di bidang industri otomotif dan komponen otomotif salah satunya adalah penetrasi dan perluasan pasar yang lebih lebih luas. Pelaku usaha mengharapkan penyebarluasan hasil *market intelligence* dan riset pasar. Terdapat beberapa *buyer* yang sebelumnya rutin mengimpor produk dari pelaku usaha tetapi semenjak pandemi Covid tidak lagi berkontak, sehingga pelaku usaha berharap untuk dapat dibantu membuka pasar di negara lain.

1.2. Tindak Lanjut Penyelesaian

Kunjungan ke Perusahaan Bidang Logam, Mesin, Transportasi, Elektronik, dan Bahan Bangunan di Jawa Timur Dit. PEPM akan berkoordinasi dengan Perwadag dan pelaku usaha terkait ketertarikan pelaku usaha untuk mengikuti kegiatan promosi dagang luar negeri Ditjen PEN. Tim Logam, Mesin, Transportasi, Elektronika, dan Bahan Bangunan (LMTEB) akan berkoordinasi dengan pelaku usaha untuk menginformasikan kegiatan promosi dagang lainnya yang sesuai dengan produk perusahaan. Selain itu, Ditjen PEN menyarankan pelaku usaha untuk bergabung di Inaexport dan berkoordinasi dengan Perwadag di negara tujuan ekspor mereka sehubungan dengan *market intelligence* di negara terkait serta dapat memamerkan produknya di kantor-kantor ITPC.

BAB IV

PENUTUP

Selama bulan Maret 2023, kegiatan Ditjen PEN secara ringkas mencakup kegiatan-kegiatan antara lain: Kunjungan Universitas Teknologi Mara (UiTM) Cawangan Perak Malaysia dan Universitas Trisakti ke Indonesia Design Development Center (IDDC), Kegiatan L'Adresse pada Paris Fashion Week (PFW) 2023; Kegiatan Pemetaan Potensi Jasa Ritel di Provinsi Sumatera Utara; Kegiatan Identifikasi Pelaku ACG Siap Ekspor di Provinsi D.I Yogyakarta; Kunjungan Perusahaan Dalam Rangka Penjaringan Peserta Pameran Automechanica di Provinsi Sumatera Utara; Pelaksanaan Business Forum, Expo UMKM dan Temu Bisnis Provinsi Banten serta Temu Ramah DPW Himpunan Pengusaha Nahdliyin; Kunjungan Kerja Dalam Rangka Pameran Vietnam International Furniture and Home Accessories Fair (VIFA-Expo) 2023; Partisipasi pada Pameran Internasional Furniture Expo (IFEX) 2023; Kunjungan ke Perusahaan Bidang Logam, Mesin, Transportasi, Elektronik, dan Bahan Bangunan; Kurasi Pelaku Usaha Pameran Interzum 2023; Adaptasi Produk Kopi untuk Pasar Eropa serta Kunjungan Perusahaan Kopi dan Sawit; Adaptasi Produk Buah Tropis untuk Pasar Ekspor; *Business Matching* bersama Himpunan Periten dan Penyewa Jasa Pusat Perbelanjaan Indonesia; dan Pemantauan Program Dana Dekonsentrasi dan Koordinasi Asosiasi dan Instansi Terkait.

Peningkatan pelayanan hubungan dagang dan informasi ekspor dilaksanakan melalui Pelayanan *InaExport dan Business Reception* yang diadakan tiga kali selama Maret 2023. Dalam bab permasalahan, isu dan tindak lanjut dibahas mengenai isu yang perlu ditindaklanjuti, yakni Kunjungan ke Perusahaan Bidang Logam, Mesin, Transportasi, Elektronik, dan Bahan Bangunan di Jawa Timur.

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