

BAB I

KINERJA

1.1. Peningkatan Diversifikasi Produk Ekspor

Koordinasi Lembaga Permodalan Kewirausahaan Pemuda (LPKP)

Rapat Koordinasi Lembaga Permodalan Kewirausahaan Pemuda (LPKP) dilaksanakan pada tanggal 11 November 2015 pukul 10.00-14.00 WIB, bertempat di Hotel Amos Cozy Jakarta yang dibuka oleh Deputi Bidang Pengembangan Pemuda, Kemenpora selaku Ketua LPKP dengan dihadiri oleh Perwakilan Kementerian dan Lembaga terkait, antara lain Kemenperin, KUKM, Kementan, Kemendagri, KKP, Kemenristek, Kemendikbud, Kemensos, Kementerian BUMN, Jamkrida, dan Bank Indonesia. Agenda pelaksanaan rakor ini, antara lain:

- Koordinasi hal-hal yang berkaitan dengan tugas dan fungsi LPKP sesuai PP No. 60/2013;
- Pendataan sumber-sumber permodalan yang ada baik di K/L, dunia usaha maupun lembaga permodalan lainnya;
- Menjajaki kerjasama yang dapat mengembangkan LPKP.

Pembentukan LPKP didasari oleh adanya upaya untuk mengembangkan kewirausahaan pemuda sebagaimana yang diamanatkan dalam UU No. 40/2009 tentang kepemudaan, sekaligus sebagai implementasi dari PP No. 60/2013 tentang Susunan Organisasi, dan Mekanisme Kerja Lembaga Permodalan Kewirausahaan Pemuda (LPKP). LPKP adalah lembaga yang dibentuk oleh Pemerintah untuk mendukung pengembangan kewirausahaan pemuda guna memperoleh akses permodalan. Sebagaimana PP 60/2013 pasal 3, LPKP berfungsi memfasilitasi akses permodalan bagi Wirausaha Muda Pemuda (WMP) untuk mulai menjalankan usahanya. Sementara itu, tugas LPKP antara lain:

- a. Melakukan koordinasi dan sinkronisasi kegiatan bantuan permodalan WMP;
- b. Melakukan pendataan sumber dana permodalan;
- c. Memfasilitasi penyaluran permodalan bagi WMP;

- d. Melakukan penilaian terhadap kelayakan usaha WMP;
- e. Menyiapkan panduan bimbingan teknis di bidang manajemen permodalan;
- f. Mengusulkan WMP untuk mendapatkan permodalan dari lembaga permodalan; serta
- g. Melakukan kerjasama dan kemitraan dengan Kementerian/lembaga, dunia usaha, lembaga permodalan usaha, dan inkubator bisnis.

Berdasarkan PP No. 60/2013 pasal 6, perihal struktur organisasi LPKP, Menteri Perdagangan diberi mandat sebagai anggota. Pada kesempatan tersebut, pimpinan rapat meminta kepada perwakilan K/L yang hadir untuk memaparkan masing-masing program yang dirasa dapat bersinergi dengan program LPKP. Secara garis besar, tanggapan dan program masing-masing K/L sebagai berikut:

- a. Kemenperin, terkait pendidikan dan pelatihan bagi pelaku usaha industri serta program *3 in 1* (pendidikan, sertifikasi, dan penyaluran kerja);
- b. Bank Indonesia, terkait program pengembangan kewirausahaan;
- c. KKP, terkait dengan pelatihan pengelolaan dan pemasaran produk perikanan;
- d. Kemendikbud, terkait lembaga kursus dan pelatihan;
- e. KUKM, terkait program pengembangan kewirausahaan dan pengelolaan dana bergulir;
- f. Kemensos, terkait pengembangan karang taruna;
- g. Jamkrida, terkait upaya memberikan jaminan terhadap akses permodalan koperasi dan UKM;
- h. Kementan, terkait dengan pelatihan pengolahan dan pemasaran produk pertanian;
- i. Kementerian Ristek dan Dikti, terkait hibah untuk mahasiswa dan pengembangan kewirausahaan pemula berbasis teknologi;
- j. Kementerian BUMN, terkait program kemitraan dan bina lingkungan;
- k. Perwakilan Ditjen PDN Kemendag menyampaikan terkait

bantuan permodalan untuk pelaku usaha mikro, pendampingan pengurusan sertifikat halal, HAKI dan KUR. Sementara itu perwakilan Ditjen PEN menyampaikan terkait JRDC dan kegiatan pendampingan desain.

Selanjutnya, pihak Kemenpora dan Tim Pokja LPKP akan mencoba melakukan pemetaan untuk mensinergikan kegiatan-kegiatan tersebut.

Partisipasi pada Forum Koordinasi Pengawasan Aparat Pengawasan Intern Pemerintah (APIP) Pusat dan Daerah

Kegiatan "Forum Koordinasi Pengawasan Aparat Pengawasan Intern Pemerintah (APIP) Pusat dan Daerah" diselenggarakan oleh Inspektorat Jenderal, Kementerian Perdagangan, bekerjasama dengan Inspektorat Provinsi Jawa Barat pada hari Kamis-Jumat, 19 - 20 November 2015 bertempat di Diamond Room, Garden Permata Hotel, Jl. Lemah Neundeut No. 7 Bandung. Tujuan kegiatan ini adalah untuk meningkatkan kapabilitas dan menyamakan pemahaman Aparat Pengawasan Intern Pemerintah (APIP) Provinsi/Kabupaten/Kota terhadap kebijakan pemerintah pusat di bidang perdagangan. Adapun undangan untuk Ditjen PEN sebagai narasumber dalam kegiatan tersebut adalah untuk memberikan wawasan kepada para APIP mengenai pelaksanaan kegiatan pengembangan ekspor di lingkungan Kementerian Perdagangan. Acara dihadiri oleh Inspektur Jenderal Kementerian Perdagangan, Sekretaris Inspektorat Jenderal Kemendag, Kepala Biro Organisasi dan Kepegawaian Kemendag, Direktur Pengembangan Produk Ekspor – Ditjen Pengembangan Ekspor Nasional, Inspektorat Provinsi Jawa Barat serta Aparat Pengawasan Intern Pemerintah (APIP) dari seluruh kabupaten/kota di provinsi Jawa Barat.

Pada sesi pertama, sebagai narasumber adalah Inspektur Jenderal Kementerian Perdagangan, Bapak Karyanto Suprih, menyampaikan tentang kebijakan pembinaan dan pengawasan di lingkungan Kementerian Perdagangan. Dalam paparannya, beliau menekankan mengenai pentingnya perubahan paradigma pengawasan, dimana inspektorat dan APIP tidak hanya berperan sebagai *Watch Dog* saja tetapi juga harus bisa

berperan sebagai *Counselling Partner* dan *Quality Assurance*. Pada sesi ini, Bapak Irjen sekaligus menyampaikan materi yang sedianya akan disampaikan oleh Dirjen PDN mengenai Kebijakan Stabilisasi Harga dan Kelancaran Sistem Distribusi Barang Kebutuhan Pokok. Dalam pemaparannya, disampaikan bahwa terdapat 4 (empat) faktor yang berpengaruh terhadap stabilitas harga kebutuhan pokok ada, yakni: a) faktor *supply-demand*; b) faktor kurs/harga Internasional; c) faktor logistik dan distribusi; serta d) faktor spekulasi. Dalam rangka menstabilkan harga bahan kebutuhan pokok maka langkah yang ditempuh oleh Kementerian Perdagangan melalui dua cara yaitu intervensi langsung, contohnya dengan penetapan Harga Pembelian Pemerintah (HPP) untuk gabah dan intervensi tidak langsung, contohnya dengan melalui Operasi Pasar.

Pada sesi kedua, dari Direktur Pengembangan Produk Ekspor-Ditjen PEN, menyampaikan materi presentasi mengenai kebijakan perdagangan dalam rangka melipattigakan peningkatan ekspor non migas tahun 2015-2019. Di dalam presentasinya, dijelaskan kegiatan-kegiatan yang telah dilaksanakan pada tahun 2015 oleh Ditjen PEN, serta rencana kegiatan yang akan dilaksanakan dalam rangka meningkatkan daya saing produk ekspor Indonesia untuk mencapai target ekspor di tahun 2019. Narasumber selanjutnya adalah dari Inspektorat II Ditjen Kemendag, yang menyampaikan materi mengenai Evaluasi Pelaksanaan Kebijakan di Bidang Perdagangan dalam meningkatkan ekspor non migas.

Poin-poin yang menjadi bahan diskusi dalam kegiatan forum tersebut adalah:

- a. APIP di daerah memerlukan informasi mengenai program dari Kementerian di pusat, agar terjadi sinergi pengawasan antara pusat dan daerah terutama untuk program yang menyangkut dana dekonsentrasi dan program kementerian untuk pengadaan barang/jasa di daerah;
- b. Usulan dari beberapa daerah untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas APIP di daerah karena banyaknya pekerjaan

- pengawasan dan pemeriksaan yang perlu dilakukan oleh APIP;
- c. Koordinasi dan kerjasama antara APIP pusat dan daerah perlu diperkuat dengan adanya legalisasi; serta
 - d. Kerjasama antara pemerintah pusat dan dinas daerah untuk mendorong pelaku usaha/UKM di daerah agar dapat meningkatkan ekspor, mengingat daerah memiliki produk-produk yang potensial untuk dikembangkan dan ditingkatkan daya saingnya.

1.2. Peningkatan Kerja Sama Pengembangan Ekspor

Round Table Discussion membahas Counter - Draft Plan of Action 2016 - 2020 Strategic Dialogue Between the Republic of Indonesia and the Gulf Cooperation Council (GCC)

Round Table Discussion membahas *Counter-Draft Plan of Action 2016-2020 Strategic Dialogue between the Republic of Indonesia and the Gulf Cooperation Council (GCC)* dari Direktorat Jenderal Asia Pasific dan Afrika, Kementerian Luar Negeri dilaksanakan pada tanggal 4 November 2015. *Round Table Discussion* membahas *Counter-Draft Plan of Action 2016-2020 Strategic Dialogue between the Republic of Indonesia and the Gulf Cooperation Council* dilaksanakan pada tanggal 12-13 November 2015 bertempat di The Sahira Hotel Bogor. Kegiatan ini dibuka oleh Direktur Timur Tengah, Ditjen Aspasaf, Kementerian Luar Negeri diikuti oleh perwakilan dari Kementerian Perdagangan, Kementerian Luar Negeri, Kementerian Keuangan, Kementerian Hukum dan HAM, Kementerian Pekerjaan Umum, Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, Kemenpolhukam, Polri, BIN dan Kadin.

Direktur Timur Tengah menyampaikan gagasan awal kemitraan strategis RI-GCC sebagai berikut:

- Digagas oleh Menlu RI dan disampaikan kepada seluruh Kepala Negara dan Menlu saat kunjungan ke Kuwait, Arab Saudi, PEA dan Qatar pada Mei 2015.
- Pemerintah RI mendapatkan tanggapan positif dari seluruh Kepala Negara dan Menlu negara dimaksud.
- Pada periode Mei-September 2015, Kemlu berkomunikasi secara intens dengan KBRI Riyadh dan Sekretariat GCC di Riyadh.

- Pihak Sekretariat GCC menyampaikan draft awal *Plan of Action*.
- Pada saat kunjungan Presiden RI, Joko Widodo ke Arab Saudi, telah ditandatangani *Declaration of Intent Strategic Dialogue*.

Konsep dan Fondasi *Gulf Cooperation Council*

Pada tanggal 25 Mei 1981, di Abu Dhabi, PEA, para Kepala Negara Arab Saudi, Persatuan Emirat Arab (PEA), Qatar, Kuwait, Oman dan Bahrain sepakat untuk membentuk *Gulf Cooperation Council* (GCC) sebagai kerangka kerjasama 6 (enam) dimaksud dalam rangka meningkatkan koordinasi dan integrasi antar negara tersebut di segala bidang dengan tujuan utama untuk mencapai kesatuan. GCC dibentuk atas dasar realitas kesamaan sejarah, sosial dan budaya dan ikatan agama yang dimiliki oleh keenam negara anggota, serta mempererat hubungan kekerabatan yang kuat di antara warga negara anggota. GCC merupakan upaya evolusi dan institusionalisasi semangat kebersamaan antara suku Arab. GCC merupakan jawaban atas tantangan keamanan dan pembangunan ekonomi di kawasan. Tujuan *Gulf Cooperation Council* adalah sebagai wadah untuk merumuskan peraturan-peraturan yang sinergis dan harmonis di berbagai bidang, sebagai berikut:

- a. Ekonomi dan keuangan
- b. Perdagangan, kepabean (bea cukai), dan komunikasi
- c. Pendidikan dan kebudayaan
- d. Sosial dan kesehatan
- e. Informasi dan pariwisata
- f. Legislatif dan administrasi

Keuntungan pembentukan kemitraan strategis RI-GCC

- Total populasi mendekati 50 juta jiwa
- Menguasai hampir 50% cadangan minyak bumi
- Merupakan *hub* ekonomi dan transportasi
- Berpengaruh besar dalam Organisasi Kerjasama Islam (OKI)
- Kemitraan strategis dengan RI merupakan yang pertama

dengan negara-negara ASEAN

- Peluang untuk memperbesar kerjasama dengan ekonomi, perdagangan, investasi, keuangan, ketahanan pangan, energi, perlindungan WNI
- Kerjasama untuk meningkatkan perdamaian dunia, *the true image of Islam*, keamanan dan kemakmuran Umat Islam

Plan of action 2016-2020 for the implementation of strategic partnership terdiri dari beberapa bidang kerjasama, yaitu: *Political and Security Dialogue; Defense Cooperation* (usulan RI); *Trade, Investment and Industry; Finance Cooperation* (usulan RI) *Agriculture and Food Security; Tourism Culture Education, Training and Development Science and Tecnology* (usulan RI); *Health* (usulan RI); *Labor Cooperation* (usulan RI); *Regional and International Cooperation* (usulan RI). Untuk area kerjasama di bidang perdagangan, investasi dan industri *trade*, tujuan (*objective*) kerjasama meliputi:

- *Increase trade exchange between the two sides;*
- *Create and attractive environment for the mutual investment*
- *Encourage trade cooperation between Indonesia and GCC;*
- *Establish contact between the GCC Chambers of Commerce (Federation of Chambers of the Gulf Cooperation Council) and Indonesia chamber of Commerce;*
- *Strengthen investment in infrastructure development such as roads bridges, railways, ports, dams and power plants;*
- *Study the possibility of establishing a joint commercial database to promote mutual investment opportunities.*

Sedangkan mekanismenya melalui :

- *Hold annual meeting between officials from the trade investment sector;*
- *Hold annual meeting between Indonesia and GCC Chamber of Commerce;*
- *Cooperation in organizing trade and investment promotion*
- *Mutual Recognition Arrangement (MRA) on Halal Certification;*
- *Symposiums on GCC investment laws;*

- *Explore investment opportunities on both sides;*
- *Organize conferences on investment in coordination with both sides the chambers of commerce of the two countries (sides);*
- *Conduct a joint study on the possibility of Preferential Tarriff Arrangement (PTA) / Mutual Recognition Arrangement (MRA).*

Kemitraan strategis Indonesia dengan negara-negara anggota GCC merupakan salah satu upaya untuk mengoptimalkan kerjasama dengan negara-negara anggota GCC dan diharapkan dapat lebih intensif, sistematis dan terukur. Terkait dengan kerjasama di bidang perdagangan, diharapkan Indonesia dapat lebih agresif dalam memasuki negara-negara teluk mengingat potensi dan peluang yang cukup besar. Hingga saat ini populasi GCC tercatat sebanyak 47 juta jiwa dengan GDP USD 1.60 milyar dan GDP perkapita USD 33.300 selain itu GCC mengimpor sebesar 2,1 % dari total impor pangan dunia.

Persiapan Kunjungan Delegasi Jepang dalam Rangka Kegiatan *Japan Indonesia Cultural, Economic and Tourism Mission*.

Rapat persiapan kunjungan delegasi Jepang dalam rangka kegiatan "*Japan-Indonesia Cultural, Economic and Tourism Mission*" pada tanggal 6 November 2015 bertempat di Ruang rapat lantai 13 Gedung Utama Kemendag. Sebagai bentuk perwujudan rasa terima kasih Pemerintah Jepang kepada pemerintah Indonesia yang telah mengeluarkan kebijakan bebas visa kepada wisatawan dan Jepang pada bulan Juni 2015 maka politisi berpengaruh Jepang Toshihiro Nikai, (Ketua Dewan Umum *Liberal Democratic Party*) akan mendatangkan 1.000 delegasi Jepang yang terdiri dari politisi, birokrat, wisatawan, dan pengusaha Jepang untuk melakukan kunjungan ke Indonesia dalam rangka kegiatan "*Japan - Indonesia Cultural, Economic and Tourism Mission*" yang direncanakan akan diselenggarakan oleh *Japan National Tourism Organization (JNTO)*, *Japan External Trade Organization (JETRO)*, *Economic Research Institute for ASEAN and East Asia (ERIA)*, Kedutaan Besar Jepang di Indonesia, dan Pemerintah Pusat Jepang pada tanggal 20-24 November 2015.

Agenda kegiatan kunjungan delegasi Jepang di Jakarta adalah:

a. Pada tanggal 20- 23 November 2015

Pihak JNTO telah menyusun rangkaian program kegiatan yang meliputi: *Japan Travel Fair, Symposium on Expansion of Japan-Indonesia Tourism Exchange, Yokoso Nippon and Business Meeting*

b. Pada tanggal 24 November 2015

ERIA menyelenggarakan kegiatan forum dengan tema "*Dialogue between AIPA and Japanese Parliamentary members those who join Japan-Indonesia Cultural, Economic and Tourism Mission*". ERIA juga berkolaborasi dengan *Japan International Cooperation Agency (JICA)* dan *The Organization for Economic Co-operation and Development (OECD)* menyelenggarakan forum dengan tema "*Disaster Management and Economic Development*".

Selain itu, pihak JETRO juga menyelenggarakan Simposium bertema "*Indonesia-Japan Trade and Investment Partnership*" pada tanggal 24 November 2015 di Hotel Fairmont, Jakarta dengan mengundang sekitar 100 hingga 200 orang dari masing-masing negara. Seminar ini bertujuan sebagai sarana diskusi mengenai kegiatan kerjasama yang dilakukan antara dunia industri Indonesia dan Jepang sekaligus mendorong pemahaman bersama antara sektor publik dan swasta dari kedua negara.

Aktivasi Kerjasama di Bidang Pengembangan Ekspor

Kamar Dagang dan Industri (KADIN), Maluku

Pelaksanaan kegiatan Aktivasi Kerjasama Pengembangan Ekspor diselenggarakan sebagai perwujudan kerjasama antara Direktorat Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional (DJPEN) cq. Direktorat Kerjasama Pengembangan Ekspor (DKPE), Kamar Dagang dan Industri (KADIN) Indonesia dan PT. Asuransi ASEI Indonesia tahun 2015, kegiatan aktivasi telah dilaksanakan di 5 (lima) daerah yaitu Papua, Nusa Tenggara Timur, D.I. Yogyakarta, Bangka Belitung, dan Gorontalo. Kegiatan aktivasi dibuka secara resmi oleh Sekretaris Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Maluku dan dihadiri oleh ± 70 peserta yang terdiri dari pelaku usaha dan anggota asosiasi usaha/Kadin

Daerah Maluku. Pelaksanaan kegiatan dilakukan pada tanggal 5-6 November 2015 yang terdiri dari kegiatan seminar, klinik bisnis dan kunjungan usaha. Melalui pelaksanaan kegiatan ini diharapkan sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan yaitu meningkatkan pengetahuan, pengalaman dan keterampilan (skilis) para eksportir/pengusaha Maluku khususnya di bidang pembiayaan ekspor/*trade financing*. Selain itu juga diharapkan menjadi ajang peningkatan upaya pembinaan dan promosi potensi daerah dan menciptakan eksportir baru di Provinsi Maluku.

Kegiatan aktivasi didahului dengan pemaparan materi dari para narasumber yang berasal dari Kementerian Perdagangan cq. Direktorat Kerjasama Pengembangan Ekspor-Ditjen PEN, Disperindag Provinsi Maluku (mengenai kinerja perdagangan daerah), PT. Palapa Nusantara Berdikari (upaya mendorong pertumbuhan Usaha Kecil Menengah Indonesia) dan PT. Asuransi ASEI Indonesia (mengenai *Financial Insurance*). Setelah itu, dilanjutkan dengan kegiatan Klinik Bisnis. Kegiatan klinik bisnis menjadi ajang fasilitasi tanya jawab bagi para peserta seputar pembiayaan ekspor, asuransi ekspor, pengembangan produk, dan strategi promosi ke luar negeri.

Disperindag Maluku menyampaikan bahwa secara umum kinerja ekspor Provinsi Maluku periode 2012-2015 mengalami pergerakan fluktuasi yang tinggi yang disebabkan oleh beberapa faktor antara lain peningkatan biaya produksi akibat kenaikan bahan bakar minyak. Kondisi ini sangat mempengaruhi kinerja khususnya industri perikanan. Berdasarkan statistik perdagangan, ekspor Provinsi Maluku pada Januari – Agustus 2015 mencapai US\$ 20,20 juta atau menurun sebesar 78,7% dibandingkan periode sebelumnya yang mencapai sebesar US\$ 94,9 juta. Komposisi produk ekspor terdiri dari produk perikanan seperti ikan dan udang, bahan bakar mineral dan komoditi lainnya. Produk ekspor utama Maluku adalah ikan, udang, dan minyak mentah. Meski Maluku terkenal sebagai penghasil pala dan cengkeh terbaik di dunia, namun ironis bahwa kenyataannya Maluku sudah tidak mengekspor pala dan cengkeh secara langsung sejak tahun 1996. Negara tujuan ekspor

utama Provinsi Maluku terdiri dari RRT, Thailand, Jepang, dan Amerika Serikat. Menyikapi penurunan kinerja ekspor tersebut, Pemda Provinsi Maluku cq. Dinas Perindag mencoba melakukan diversifikasi produk ekspor. Salah satunya memberdayakan para nelayan dan warga pesisir untuk membudidayakan rumput laut dan produk olahan perikanan. Faktor lain penurunan kinerja ekspor disebabkan meningkatnya perdagangan antar pulau yang dilakukan oleh pelaku usaha daerah Maluku.

Kamar Dagang dan Industri menyampaikan bahwa dalam rangka menyikapi kendala yang dihadapi para pelaku usaha/eksportir di daerah, khususnya akses permodalan usaha, pihak Kadin Indonesia menyampaikan materi mengenai "Mekanisme Persetujuan Permodalan oleh Perbankan Nasional". pada pemaparan tersebut didiskusikan mengenai kendala yang sering ditemui oleh pelaku usaha adalah terbatasnya akses permodalan kepada pihak perbankan. Keterbatasan akses permodalan disebabkan karena para pelaku usaha tidak dapat memenuhi persyaratan yang dikeluarkan oleh perbankan. Dalam proses pemberian dana, akan dilakukan proses penilaian/pertimbangan terhadap kreditor dalam bentuk analisa kredit. Analisa kredit sendiri bertujuan untuk mencegah secara dini terhadap segala kemungkinan terjadinya kegagalan nasabah dalam memenuhi kewajibannya untuk melunasi pinjaman yang diterimanya (angsuran pokok) beserta bunga yang sudah disepakati dan sudah diperjanjikan bersama. Beberapa *tools* yang dipakai untuk melakukan analisis kredit yaitu prinsip 6 C (*character, capital, capacity, conditions, collateral* dan *constrains*), prinsip 6 A (aspek hukum, aspek pasar dan pemasaran, aspek teknis, aspek manajemen, aspek keuangan, aspek sosial ekonomi), prinsip 5 P (*personality, purpose, prospect, payment, dan party*) dan prinsip 3 R (*return, repayment* dan *risk bearing activity*). Berdasarkan analisis kredit tersebut maka terdapat 5 (lima) metode pembiayaan yang cocok untuk sektor UMKM antara lain:

- 1). Pembiayaan langsung;
- 2). Pembiayaan plasma;
- 3). *Linkage* program dengan lembaga pembiayaan *credible*;

- 4). *Co-financing* dengan bank/modal ventura; dan
- 5). *Risk sharing* dengan PEMDA (Pemda menempatkan dana penjamin dan pelatihan).

Sejalan dengan tantangan tersebut maka Kadin Indonesia telah mendirikan lembaga kemitraan pembiayaan “Palapa Nusantara Berdikari” yang telah dan akan melakukan akselerasi penyaluran kemitraan modal kerja kepada UMKM di daerah-daerah yang “belum *bankable*” menjadi “*bankable*”. Melalui lembaga keuangan tersebut diharapkan kendala yang sering ditemui oleh para pelaku usaha dalam pengajuan permodalan dapat teratasi.

PT.Asuransi Ekspor Indonesia (ASEI) menyampaikan sosialisasi mengenai peraturan terkait asuransi ekspor, yaitu: Peraturan Pemerintah No. 2 Tahun 1982 tentang Pelaksanaan Ekspor/Impor dan lalu Lintas Devisa dan Surat Keputusan Menteri Keuangan No. 32/KMK.011/1982 tanggal 18 Januari 1982 tentang Jaminan Kredit dan Asuransi Ekspor. Selain itu, disampaikan pula fasilitas-fasilitas yang disediakan untuk pelaku usaha, yaitu: Asuransi ekspor (*export credit insurance*), asuransi kredit (*export credit guarantee*), penjaminan (*surety bond counter bank guarantee*), asuransi kerugian umum (*general insurance*), dan *buyer's credit insurance by export agency infrastructure program*. Bagi para pelaku usaha di Maluku yang ingin meminta bantuan kredit permodalan dari perbankan, ASEI siap memberikan bantuan di bidang penjaminan. Salah satu persyaratan yang dibutuhkan dalam pengajuan kredit adalah penjaminan.

PT. Palapa Nusantara Berdikari menyampaikan Bantuan Palapa Nusantara Berdikari bagi para UKM di daerah diberikan guna pengembangan hasil produksi dalam rangka mendukung peningkatan perekonomian daerah. Disampaikan untuk pengajuan kemitraan dari Palapa Nusantara Berdikari dengan para pelaku usaha dapat diterima dalam waktu kurang lebih 5 (lima) minggu. Mengenai kriteria calon mitra yang diberikan bantuan harus berbadan hukum minimal CV, sudah beroperasi 3 tahun, bergerak di sektor agrobisnis/agroindustri/usaha

kerakyatan serta merupakan industri/sektor unggulan daerah yang bersangkutan. Pemberian dana permodalan bagi pelaku usaha di Maluku sangat besar dilakukan oleh PT. Palapa Nusantara Berdikari. Para peserta kegiatan dalam mengirimkan proposal usaha kepada Kadin Daerah Propinsi Maluku dan kemudian akan diteruskan kepada PT. Palapa Nusantara Berdikari.

Dit. Kerjasama Pengembangan Ekspor menyampaikan mengenai tugas dan fungsi Dit. KPE untuk memfasilitasi kerjasama DJPEN dengan lembaga pemerintah dan non pemerintah baik di dalam ataupun luar negeri. Lebih lanjut perwakilan Dit. KPE menjelaskan tentang program promosi Ditjen PEN, khususnya mengajak pelaku usaha di Provinsi Maluku untuk mendaftarkan badan usaha yang dimiliki ke dalam laman Customer Service Center (CSC), selain itu disampaikan pula bahwa Ditjen PEN memiliki program pelatihan ekspor kepada UKM Indonesia dan program promosi ekspor di dalam dan luar negeri. Pada kesempatan tersebut, IKM dan pengusaha di Maluku diminta dapat memanfaatkan fasilitas CSC yang telah disediakan oleh Ditjen PEN dalam mendukung pengembangan usaha Maluku.

Japan External Trade Organization (JETRO), Medan

Kegiatan Aktivasi Kerjasama di Bidang Pengembangan Ekspor diselenggarakan sebagai perwujudan kerjasama antara Kementerian Perdagangan dengan *Japan External Trade Organization* (JETRO) yang ditandatangani pada tanggal 23 Maret 2015 di Jepang. Kegiatan ini diselenggarakan selama 2 (dua) hari dengan agenda kegiatan yaitu seminar dengan tema "*Cooperation Utilization in the Field of Export Development*" yang diselenggarakan di Hotel Grand Serela, Medan pada tanggal 11 November 2015, dan kunjungan ke beberapa perusahaan berorientasi ekspor di provinsi Sumatera Utara pada tanggal 12 November 2015. Kegiatan yang dihadiri oleh ± 50 orang pelaku usaha ekspor Sumatera Utara ini, dibuka secara resmi oleh Direktur Kerjasama Pengembangan Ekspor, Ditjen. PEN. Tujuan yang ingin dicapai melalui seminar ini adalah memberikan

pemahaman dan gambaran mengenai peluang peningkatan ekspor Indonesia ke Jepang, serta regulasi ekspor produk Indonesia ke negara mitra. Diharapkan, kegiatan ini dapat membantu meningkatkan promosi potensi daerah Sumatera Utara terhadap pasar Jepang selain itu, juga diharapkan mampu menciptakan produsen/eksportir setempat yang memiliki daya saing dan siap menghadapi pasar internasional, khususnya terkait dengan pembentukan Masyarakat Ekonomi ASEAN pada tahun 2015.

Kegiatan aktivasi didahului dengan pemaparan materi dari para narasumber yaitu JETRO, Kementerian Perdagangan cq. Direktorat Kerjasama Pengembangan Ekspor - Ditjen PEN dan Direktorat Fasilitas Ekspor dan Impor - Ditjen. Daglu, Disperindag Provinsi Sumatera Utara, dan KADIN Provinsi Sumatera Utara. Setelah pemaparan materi, dilanjutkan dengan sesi tanya jawab untuk memfasilitasi para pelaku usaha Sumatera Utara yang ingin mengetahui lebih lanjut mengenai pasar Jepang dan kebijakan pemerintah dalam rangka meningkatkan kerja sama perdagangan Indonesia dengan Jepang.

Disperindag Sumatera Utara menyampaikan bahwa secara keseluruhan, nilai ekspor Sumatera Utara pada periode Januari - September 2015 mencapai nilai USD 5,79 milyar, yang merupakan penurunan sebesar 18,31% dibandingkan dengan periode yang sama pada tahun sebelumnya. Di sisi lain, nilai impor Sumatera Utara pada periode Januari - September 2015 mencapai nilai USD 2,89 milyar yang juga merupakan penurunan sebesar 24,35% jika dibandingkan dengan periode yang sama pada tahun sebelumnya. Data ini memperlihatkan bahwa neraca perdagangan Sumatera Utara mengalami surplus sebesar USD 2.89 milyar pada periode Januari - September 2015. Komoditi ekspor utama Sumatera Utara pada periode Januari - September 2015 adalah CPO, produk karet, produk kimia, produk kopi & teh, tembakau, bahan kimia organik, buah-buahan, produk perikanan, produk sabun, dan produk kayu. Sementara negara tujuan ekspor Sumatera Utara pada periode tersebut tersebar ke beberapa negara antara lain Amerika Serikat, Tiongkok, India,

Jepang, Pakistan, Belanda, Kamboja, Rusia, Bangladesh, dan Malaysia. Jalur perdagangan internasional yang telah ada di Sumatera Utara merupakan kekuatan bagi perekonomian Sumatera Utara, di mana saat ini telah banyak dilakukan pembangunan untuk mengembangkan pelabuhan-pelabuhan baru di Sumatera Utara. Selain itu saat ini pemerintah provinsi Sumatera Utara tengah mempersiapkan pembangunan “Rumah Ekspor Sumatera Utara”, yang nantinya akan menjadi wadah display bagi produk-produk ekspor Sumatera Utara. Dalam upaya pengembangan ekspor, Sumatera Utara menghadapi beberapa tantangan seperti turunnya harga komoditas CPO dan karet alam di pasar global, pengenaan hambatan tarif bagi produk perikanan Indonesia ke Uni Eropa, pasar ekspor yang masih didominasi oleh pembeli dan pedagang perantara, orientasi pasar ekspor yang mulai bergeser ke kawasan Asia dan ASEAN, serta penurunan kapasitas produksi produk perkebunan Sumatera Utara yang diakibatkan oleh kondisi cuaca ekstrim dan gangguan hama penyakit tanaman.

JETRO menyampaikan bahwa dalam kerangka kerja sama dengan Kementerian Perdagangan, JETRO telah menyusun 3 (tiga) fase implementasi yang akan dilaksanakan hingga 5 tahun ke depan, yaitu:

- a. Fase I (tahun 2015 - 2016), mendatangkan tenaga ahli dari Jepang ke Indonesia untuk memberikan pendampingan tenaga ahli. Tenaga ahli tersebut sangat memahami pasar Jepang dan memiliki perusahaan di Jepang.
- b. Fase II (tahun 2017 - 2018), pengembangan produksi dan pasar, di mana para tenaga ahli akan memberikan konsultasi terkait produk yang akan di promosikan di Jepang.
- c. Fase III (tahun 2019 - 2020), pengembangan atas fase I dan II yang telah dilaksanakan.

Pada fase I tahun 2015, JETRO telah mengidentifikasi agar hasil produksi pelaku usaha Indonesia dapat dipasarkan di pasar Jepang, dan menyusun strategi-strategi pemasaran agar pelaku usaha Indonesia mendapatkan pasar di Jepang. Pada tahun 2016, JETRO akan melaksanakan seminar untuk lebih memfokuskan

program pengembangan ekspor Indonesia. Disampaikan bahwa saat ini produk yang memiliki potensi untuk dipasarkan di Jepang adalah produk-produk yang memiliki manfaat bagi kesehatan. Beberapa produk kesehatan yang telah dikembangkan oleh JETRO dengan Indonesia adalah melinjo (memiliki nilai potensial untuk dikembangkan) dan bawang putih (sudah mulai dikerjasamakan di Kabupaten Tegal).

Kadin Sumatera Utara menyampaikan KADIN Provinsi Sumatera Utara telah menjalin kerja sama dengan JETRO pada tahun 2009 dengan dukungan *Ministry of Economy, Trade & Industry* (METI), Jepang, dalam Program Promosi Usaha dan *One Village One Product* (OVOP) di Sumatera Utara. Kerjasama ini bertujuan untuk membina para pelaku usaha Sumatera Utara dalam menembus pangsa luar negeri dan memasarkan produk-produk unggulan daerah. Dalam paparannya, perwakilan KADIN Sumatera Utara menjelaskan mengenai pentingnya inovasi terhadap produk kerajinan Sumatera Utara agar lebih dapat diterima oleh pasar Jepang. Terdapat beberapa hal yang harus dipahami oleh pelaku usaha dalam upayanya memasuki pasar Jepang, diantaranya bahwa kuantitas permintaan terhadap satu produk umumnya relatif kecil namun dalam jenis yang cukup banyak. Misalnya ada permintaan 5 (lima) kontainer *furniture* dari rotan, namun setiap kontainer berbeda bentuk / model yang dipesan. Selain itu juga dijelaskan bahwa produk yang diminta harus benar-benar sesuai dengan contoh yang telah disepakati dan apabila terjadi perbedaan, pengusaha Jepang akan merasa kecewa dan biasanya dibutuhkan waktu untuk mendapatkan kepercayaan mereka kembali. Selain itu, produk yang akan diekspor ke Jepang harus sesuai dengan standar yang ditetapkan Pemerintah Jepang. Untuk mengetahui hal-hal yang berkaitan dengan standarisasi beberapa produk tertentu termasuk aturan impor lainnya, bisa dilihat lebih lanjut pada website JETRO (<http://www.jetro.go.jp>).

Direktur Fasilitasi Ekspor dan Impor Kementerian Perdagangan menyampaikan bahwa beberapa produk Indonesia yang diekspor ke Jepang terdiri dari batu bara, konsentrat tembaga,

udang, karet alam, kayu lapis, kopi, dan minyak sawit. Sementara produk impor Indonesia dari Jepang adalah kendaraan bermotor, suku cadang kendaraan bermotor, baja lembaran, produk elektrik, mesin-mesin, dan alat berat konstruksi. Dalam rangka memperkuat dan mempromosikan hubungan ekonomi yang saling menguntungkan bagi Indonesia dan Jepang, pada tahun 2007 telah ditandatangani Indonesia - Japan Economic Partnership Agreement (IJEPA) yang mulai diberlakukan sejak 1 Juli 2008. Lebih lanjut, juga dijelaskan mengenai program Ditjen Perdagangan Luar Negeri, yaitu: mendorong peningkatan ekspor melalui program hilirisasi (peningkatan nilai tambah) dalam rangka *sustainable trade*; pengamanan perdagangan melalui mekanisme *trade remedies (dumping, safeguard, subsidy)*; pengelolaan produk impor dalam rangka substitusi impor; mendorong kegiatan ekspor dan impor melalui *trade facilitation* (Intrade, SKA, Imbal Dagang, L/C); meningkatkan dukungan terhadap KEK, PEPI, dan MP3EI; serta sinkronisasi dan harmonisasi program Pemerintah Pusat dan Daerah.

Dit. Kerjasama Pengembangan Ekspor Ditjen PEN menyampaikan pada kesempatan ini, perwakilan dari Dit. KPE menjelaskan mengenai tugas dan fungsi serta program kerja yang dimiliki oleh Direktorat Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional (Ditjen. PEN) pada tahun 2015 dalam mendorong pengembangan ekspor nasional.

**Workshop Pengenalan Pasar
Eropa untuk Home Decor &
Home Textile Kerjasama DJPEN
dan CBI**

Kegiatan Workshop Pengenalan Pasar Eropa untuk Produk *Home Decor & Home Textile* (HDHT) kerja sama antara DJPEN dan CBI diselenggarakan pada tanggal 18 November 2015 bertempat di Hotel Syailendra, Jepara, Jawa Tengah. Kegiatan workshop diselenggarakan sebagai implementasi kerjasama antara Ditjen PEN dengan CBI Belanda yang ditandatangani pada tahun 2013. Pada kegiatan ini CBI menyediakan tenaga tenaga ahli pada sektor HDHT sebagai fasilitator pelatihan, yaitu Mr. Kees Bronk dan Ibu Liena Mahalli. Pada kesempatan dimaksud juga menghadirkan Widyaiswara PPEI, Bapak Krisdewanto sebagai salah satu narasumber workshop. Tema yang diangkat

adalah "*Introducing to European Market for Home Decor and Home Textile*" dengan dihadiri oleh ± 50 orang pelaku usaha dan Asosiasi di bidang furnitur di Jepara. Tujuan diselenggarakan workshop ini adalah memberikan pemahaman dan gambaran mengenai peluang peningkatan ekspor produk *home decor* dan *home textile* (HDHT) Indonesia ke Eropa, serta trend ekspor produk-produk HDHT di pasar Eropa. Diharapkan, kegiatan ini dapat membantu meningkatkan ekspor produk-produk HDHT Jepara terhadap pasar Uni Eropa.

Kegiatan aktivasi didahului oleh sambutan dari Kasubdit Amerop Dit. KPE yang menyampaikan bahwa Kementerian Perdagangan telah menandatangani kerjasamasama dengan CBI Belanda yang bertujuan untuk meningkatkan daya saing produk Indonesia agar mampu menembus pasar Belanda dan negara-negara Uni Eropa. Fokus produk yang dikembangkan adalah *Home Decor & Home Textile* dan *Food Ingredients*. CBI memberikan pembinaan kepada UKM dalam bentuk *Export Coaching Program* (ECP) yang meliputi pengembangan produk seperti persyaratan standar dan kemasan, peningkatan kapasitas pelaku usaha, manajemen keuangan dan pemasaran produk seperti mengikuti pameran. salah satu pelaku usaha di Jepara yang memperoleh program pendampingan ini adalah PT. Aura Living yang bergerak di bidang furnitur. Kepala Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Jepara memberikan sambutan sekaligus membuka secara resmi kegiatan workshop. Dalam sambutannya Kadisperindag menyampaikan bahwa Pemerintah melalui Menteri Perdagangan telah menerbitkan peraturan No. 89 tahun 2015 tentang Ketentuan Ekspor Produk Industri Kehutanan. Pokok Permendag ini adalah penyederhanaan dokumen eksportir dan penyederhanaan dokumen pabean. Ekspor Produk Industri Kehutanan yang termasuk dalam Kelompok B tanpa dilengkapi dengan Dokumen V-Legal tetapi harus disertai dengan dokumen yang dapat membuktikan bahwa bahan bakunya berasal dari kayu yang diperoleh dari penyedia bahan baku yang sudah memiliki S-LK atau sesuai dengan ketentuan penatausahaan hasil hutan

berdasarkan ketentuan peraturan Perundang-undangan.

Widyaiswara PPEI pada kesempatannya menyampaikan mengenai pengembangan desain produk dan bagaimana untuk berusaha secara inovatif. Pengembangan desain produk dapat dilakukan dengan berinovasi membuat produk baru atau memodifikasi produk yang sudah ada dengan berpatokan pada kebutuhan dan keinginan pasar. Produk furnitur yang diekspor ke suatu negara dipengaruhi oleh beberapa hal diantaranya budaya, cara pandang, antropometri, posisi geografis, iklim, sumber daya, gender & usia. Dalam rangka pengembangan sebuah produk, para pelaku usaha HDHT dianjurkan agar membuat sebuah produk berdasarkan trend di pasar. Terdapat 4 (empat) hal yang perlu diperhatikan dari sebuah produk untuk dapat dikembangkan sesuai dengan permintaan pasar, yaitu fungsi, bentuk, warna dan material. Dalam menganalisis tren, bisa dilakukan dengan cara mengumpulkan data historis dari tingkat penjualan HDHT di Uni Eropa. Dari hal ini, bisa diprediksi trend pada tahun depan dan para pelaku usaha dapat menambahkan teknologi baru atau kombinasi antara sentuhan lama dengan sentuhan baru. Strategi pengembangan desain yang dapat dilakukan para pelaku usaha diantaranya adalah menggunakan bahan yang mudah terbaharukan; berpikir kualitas dari pada kuantitas; inovasi desain dan memaksimalkan ide tradisional realisasi modern.

Narasumber CBI menyampaikan bahwa saat ini Indonesia berada di urutan ke-4 sebagai negara pengeksport produk HDHT ke Uni Eropa. Urutan pertama adalah RRT, disusul India dan Vietnam. Uni Eropa sejak 2008 sampai dengan 2013 lalu mengalami perlambatan ekonomi yang membuat impor HDHT mengalami penurunan, namun tahun lalu untuk pertama kalinya dalam 6 tahun, impor HDHT Uni Eropa mengalami pertumbuhan walaupun tidak signifikan. Hal ini yang melandasi narasumber bahwa untuk waktu ke depan impor HDHT akan kembali menguat di Uni Eropa. Untuk meningkatkan ekspor HDHT Indonesia ke Uni Eropa, narasumber menyampaikan bahwa para produk Indonesia harus mempunyai ciri khas dan keunikan

dalam setiap produk.

Narasumber CBI menyampaikan bahwa agar sebuah produk mampu bersaing, diperlukan hal unik atau pembeda bagi masing-masing produk. Para pelaku usaha harus mampu beradaptasi dikarenakan banyaknya produk HDHT serupa yang datang dari berbagai negara yang masuk ke pasar Uni Eropa. Ekonomi yang belum membaik membuat konsumen Eropa lebih memilih produk yang lebih murah yang pada umumnya berasal dari RRT. Oleh karena itu, eksportir Indonesia harus mampu membuat produk yang berbeda untuk dapat bertahan. Secara kualitas, produk-produk mebel dan kerajinan tangan dari Jepara memiliki kualitas yang sangat bagus dengan tingkat ketelitian tinggi. Tantangan yang dihadapi adalah pelaku usaha Jepara belum berfokus pada produk yang unik dan untuk level konsumen tertentu. Saat ini pelaku usaha Jepara masih banyak membuat produk yang sama dengan produk yang dibuat negara lain. Disampaikan juga bahwa di mata konsumen Uni Eropa yang telah disurvei oleh CBI, persepsi produk HDHT Indonesia adalah:

- Etnik
- *Spiritual*
- *Heavily decorated*
- Gelap & Misterius
- Batik
- Sangat Detail
- Bergaya Kolonial
- Kayu yang tebal
- Serious

Persepsi itu merupakan persepsi yang baik yang dapat mendorong ekspor HDHT ke Eropa karena merupakan persepsi yang positif, berbeda dengan persepsi Tiongkok yang mayoritas orang Eropa mengatakan bahwa produk-produk Tiongkok merupakan barang-barang yang murahan dan tersebut dari plastik.

Kunjungan Perusahaan

Perusahaan yang dikunjungi adalah para penerima program pendampingan dari mitra maupun dari BBPPEI. Kunjungan ini dimaksudkan untuk mendapat informasi mengenai manfaat yang diperoleh para peraku usaha atas kerjasama Ditjen PEN dengan lembaga donor. Kunjungan perusahaan ini dilaksanakan pada tanggal 19 November 2015. Beberapa perusahaan yang

dikunjungi antara lain:

a. PT. Dwi Antique Teak

PT. Dwi Antique Teak memproduksi hiasan dinding yang terbuat dari bekas kayu kapal. Produk yang dihasilkan telah diekspor ke beberapa negara di Eropa. Saat ini PT. DAT merupakan binaan PPEI yang telah mendapatkan pelatihan promosi ekspor, sertifikasi serta pengembang produk serta pendampingan. Dengan adanya program pendampingan dari PPEI ini, pelaku usaha menyampaikan sangat bermanfaat karena dapat memberikan pengetahuan dalam mengembangkan produk dan pemasaran serta memperluas akses pasar. Diharapkan semakin banyak pelaku usaha yang mendapatkan program pendampingan.

b. PT. Aura Living

PT. Aura Living merupakan salah satu perusahaan peserta Export Coaching Program (ECP) kerjasama DJPEN dengan CBI sejak tahun 2014. Dengan menjadi peserta ECP ini perusahaan saat ini telah mampu memasarkan produknya ke pasar Eropa, Selain mendapatkan pendampingan dari tenaga ahli internasional, perusahaan ini juga memperoleh fasilitas dalam mengikuti pameran yang dikoordinir oleh CBI salah satunya adalah pameran *Maison & Objet* di Paris pada Januari 2015.

1.3. Pengembangan Promosi dan Pencitraan Indonesia

1.3.1. Kegiatan Dalam Negeri

Rapat Program Prioritas DEKRANAS (Pesona Tenun Dekranas)

Tujuan dari rapat yaitu untuk membahas program prioritas Dekranas (Pesona Tenun Dekranas) dan mendengarkan pemaparan mengenai HKI dan Sejuta Data Budaya Indonesia. Rapat dibuka oleh Wakil Sekjen Dekranas dan dihadiri oleh Ibu Velly Yuddy Chrisnandi, Ibu Andresca Saleh Husin, perwakilan dari Kementerian Perindustrian, Kementerian Perdagangan, Kementerian KUKM, Kementerian Pariwisata, dan para pengurus harian Dekranas lainnya. Rapat dimaksud diadakan pada tanggal 17 November 2015, bertempat di Rumah Kriya Asri Dekranas.

Rapat diawali dengan pemaparan oleh Bapak Prof. Agus Sardjono, Dosen Fakultas Hukum UI yang mempresentasikan materi mengenai Kriya dan HKI, yang kemudian dilanjutkan oleh Bapak Hokky Situngkir dari Komunitas Sobat Indonesia mengenai Sejuta Data Budaya Indonesia. Rapat lanjutan mengenai kegiatan Pesona Tenun Dekranas 2016 dipimpin oleh Ibu Triana Rudiantara selaku Ketua Bidang Promosi, Humas dan Publikasi. Pada rapat tersebut, masing-masing penanggung jawab (PIC) memaparkan materinya, di antaranya PIC Bidang Daya Saing memaparkan mengenai hasil *mapping* sentra Tenun yang berhasil dikumpulkan. Melanjutkan pemaparan, PIC Bidang Kreatif memaparkan mengenai usulan rencana proposal yang akan disiapkan oleh Kementerian Pariwisata terkait dengan paket wisata tenun.

Menindaklanjuti pemaparan dalam rapat, pimpinan rapat memutuskan bahwa akan dilakukan pertemuan lanjutan untuk menentukan tema yang akan diangkat dalam program kegiatan tahun depan. Untuk masing-masing provinsi akan disusun analisa SWOT oleh pengurus Dekranas untuk dasar pemilihan sentra tenun. Terkait dengan Kemendag selaku koordinator bidang Pameran dan Kerjasama Luar Negeri (KLN), Dekranas mengharapkan apabila program tersebut telah berjalan dan dihasilkan karya-karyanya maka Kemendag diharapkan dapat memfasilitasi untuk memamerkan karya-karya tersebut pada pameran dalam negeri yang terkait dengan *fashion* atau tenun.

Pemilihan beberapa sentra tenun diharapkan dapat selesai pada November 2015 sehingga pada awal Desember 2015 dapat kembali rapat lanjutan pembahasan.

1.3.2. Kegiatan Luar Negeri

Pencapaian dan tindak lanjut pasca *World Expo Milano (WEM) 2015*

Paviliun Indonesia resmi ditutup pada tanggal 31 Oktober 2015 ditandai dengan upacara penutupan bendera. Rangkaian acara penutupan antara lain dihadiri oleh Dubes RI untuk Italia August Parengkuan, Staf Ahli Kemenko Maritim dan Sumber Daya Nurmala Kartini Sjahrir, budayawan Jaya Suprana, *founder* Artha Graha Tommy Winata, dan Direktur Wahid Institute Yenny Wahid dan tamu VIP lainnya. Pada kesempatan penutupan tersebut,

Dirjen PEN menyampaikan apresiasi dan terima kasih kepada pihak-pihak yang memberikan dukungan sehingga paviliun Indonesia dapat berdiri sejajar bersama 147 paviliun negara lainnya. Sebagai inisiator Paviliun Indonesia yaitu Koperasi Pelestari Budaya Nasional (KPBN) yang didukung oleh Kementerian Perdagangan dan K/L lainnya dan Kedutaan Besar RI di Roma serta tidak ketinggalan para sponsor, di antaranya Artha Graha Network; Artha Graha Peduli; PGN; Astra International; Djarum Foundation; Indofood; Sinarmas; AKR; BRI; Pertamina; Medco Energi; Bank Mandiri; dan BCA.

Beberapa pencapaian yang diraih Paviliun Indonesia selama berlangsungnya Expo antara lain:

- a. Paviliun Indonesia termasuk 10 besar paviliun dengan pengunjung terbanyak dari 147 paviliun di Expo Milan. Pengunjung 4.012.228 orang atau 2 kali lipat dari target awal 2 juta pengunjung. Jika dibandingkan dengan negara ASEAN lainnya, jumlah pengunjung paviliun Indonesia berada di posisi pertama disusul paviliun Malaysia dengan 3 juta pengunjung.
- b. Desain Paviliun Indonesia termasuk dalam salah satu dari “24 *Most Impressive Design*” menurut kantor berita CNN. Desain Paviliun Indonesia menggunakan konsep Bubu dan Lumbung sesuai dengan tema WEM 2015 yaitu “*Feeding the Planet: Energy for Life*”. Bubu merupakan alat penangkap ikan tradisional Indonesia dan Lumbung melambangkan tempat penyimpanan padi sebagai cadangan pada musim paceklik.
- c. Penampilan inovasi teknologi hasil karya anak bangsa dalam sebuah *virtual reality Oculus Rift* sebagai salah satu atraksi utama di paviliun Indonesia masuk peringkat ke-9 dari 10 *must-see attractions* di Expo Milano.
- d. Pemecahan rekor Tumpeng Tertinggi Dunia versi Museum Rekor Indonesia maupun *Guinness World Record* dengan tinggi mencapai 2,28 metet, diameter 1,2 meter, dan berat 1.400 kilogram.
- e. Paviliun Indonesia menyerahkan donasi sebesar Euro 17.577,50 atau setara Rp 263 juta kepada tuna netra dan disabilitas di Italia melalui UICI (*Unioneltalia dei Ciechi e degli*

Ipovedenti), lembaga sosial Italia yang mengayomi tuna netra. Penggalangan sumbangan dilakukan lewat penampilan pianis muda tuna netra Ade Irawan di panggung Paviliun Indonesia. Para pengunjung yang suka dengan penampilan sang pianis kemudian memasukkan donasi ke kotak amal yang tersedia.

Adapun terkait hibah patung Badak, pihak Museum Vatikan bersedia menerima dan akan ditempatkan di Indonesia *Garden* seperti diwasiatkan oleh Almarhum H. Didi Widiatmoko. Mengingat area Indonesia *Garden* saat ini sedang dalam proses renovasi maka Patung Badak tersebut saat ini dititipkan di KBRI Vatikan sampai dengan waktu penyerahan kepada pihak Takhta Suci Vatikan pada akhir 2016 atau awal 2017. Pada saat ini Paviliun Indonesia sedang dalam proses pembongkaran (*dismantling*) dan barang-barang display akan dikirimkan kembali ke Indonesia.

Kesuksesan pada *Expo* Milano 2015 diharapkan menjadi pelajaran bagi semua pihak untuk berkaca dan memulai persiapan *Expo* Dubai selama lima tahun ke depan dari sedini mungkin. Dubai *Expo* 2020 rencananya akan diselenggarakan pada 20 Oktober 2020 – 10 April 2021 di Dubai, Uni Emirat Arab. Mengusung tema "*Connecting Minds, Creating the Future*", ajang *expo* tersebut ingin menjadi katalis yang mampu menghubungkan pemikiran-pemikiran dari seluruh dunia sekaligus menginspirasi untuk menghadapi tantangan global lewat sub tema; *Mobility, Sustainability, & Opportunity*. Perhelatan ini ditargetkan dapat menarik 25 juta pengunjung dimana 70% diharapkan berasal dari luar PEA. *Expo* Dubai 2020 merupakan sarana yang sangat strategis untuk meningkatkan Nation Branding Indonesia kepada masyarakat internasional yang akan berdampak terhadap citra positif Indonesia dan sangat berperan dalam meningkatkan volume perdagangan.

1.4. Peningkatan Pelayanan Hubungan Dagang dan Informasi Ekspor

Pelayanan Customer Service Centre

Pelayanan informasi yang diberikan oleh *Customer Service Centre (CSC)* terdiri dari permintaan hubungan dagang (*trade inquiry*),

layanan pembeli luar negeri (*business matching*) dan konsultasi bisnis. Pelayanan permintaan hubungan dagang (*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 CSC. Seluruh pelayanan tersebut telah dilakukan pada bulan November 2015, dengan rincian sebagai berikut:

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

Pelayanan hubungan dagang yang diterima *Customer Service Center* pada bulan November 2015 sebanyak 78 (tujuh puluh delapan) permintaan melalui CSC, diantaranya permintaan berdasarkan kunjungan langsung terdiri dari 33 (tiga puluh tiga) permintaan, berdasarkan pengiriman email CSC maupun brafaks terdiri dari 45 (empat puluh lima) permintaan. Adapun permintaan hubungan dagang berasal dari importir/buyer luar negeri tersebut berasal dari 11 (sebelas) negara, yaitu: Australia, Bulgaria, Colombia, Mesir, Hongkong, India, Jepang, Papua New Guinea, Saudi Arabia, Turki, dan USA.

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 adalah *agriculture product, chemicals, coffee, cosmetic, essential oil, fishery, food and beverages, gum and resin, household, mining, produk kertas, pharmaceutical, spices, wood product*, dan produk tekstil.

Pengunjung CSC yang diterima dari dalam negeri berasal dari kalangan eksportir Indonesia yang membutuhkan informasi importir/buyer luar negeri dalam rangka mempromosikan produk dan juga melakukan konsultasi bisnis, di samping itu juga telah diberikan informasi mengenai cara menjadi anggota *Membership Service* di CSC.

2. Pengunjung *Customer Service Centre (CSC)*

Jumlah pengunjung CSC pada bulan November 2015 sebanyak 33 (tiga puluh tiga) pengunjung dari dalam dan luar negeri yang membutuhkan layanan berupa konsultasi bisnis dan pertemuan bisnis, dengan rincian sebagai berikut:

A. Layanan Konsultasi Bisnis

Jumlah pengunjung CSC yang memerlukan informasi ekspor pada bulan November 2015 sebanyak 33 (tiga puluh tiga) perusahaan. Pengunjung CSC membutuhkan informasi terkait dengan prosedur persyaratan untuk dapat berpartisipasi di ruang CSC Kementerian Perdagangan yang berasal dari Jakarta, serta informasi daftar importir maupun data statistik. Selain pemintaan informasi di atas, sebagian pengunjung juga ingin mengetahui informasi tentang *Membership Services*.

B. *Permanent Trade Display (PTD)*

Pada periode Januari - November 2015, perusahaan yang memanfaatkan ruang pameran (PTD) sebanyak 50 (lima puluh) perusahaan. Terkait dengan kelengkapan dokumen, sebagian peserta PTD yang men-*display* di ruang CSC Kementerian Perdagangan telah 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 CSC Kementerian Perdagangan harus menyertakan salinan SPPT SNI atau sertifikat dari BPOM.

Penyebarluasan Informasi Pasar Surabaya dan Peluang Ekspor

Kegiatan Penyebarluasan Informasi Pasar dan Peluang Ekspor pada tanggal 3 November 2015 di Shantika Hotel-Surabaya. Acara ini diselenggarakan oleh Direktorat Pengembangan Pasar dan Informasi Ekspor (Dit. P2IE) bekerjasama dengan Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Jawa Timur dengan turut menghadirkan beberapa narasumber baik dari Pusat maupun dari Daerah. Hadir dalam acara tersebut para pelaku usaha yang

berorientasi ekspor di Provinsi Jawa Timur. Tujuan penyelenggaraan kegiatan ialah untuk menyebarluaskan informasi yang telah diperoleh melalui pelaksanaan kegiatan Analisa Pengembangan Pasar Tujuan Ekspor oleh Dit. P2IE pada tahun sebelumnya bagi para pelaku usaha khususnya usaha kecil dan menengah (UKM) yang memiliki orientasi ekspor di daerah serta memperoleh masukan informasi terkait permasalahan yang dihadapi oleh pelaku ekspor di daerah.

Acara kegiatan Penyebarluasan Informasi Pasar dan Peluang Ekspor di Provinsi Jawa Timur dibuka dengan penyampaian sambutan Kepala Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Jawa Timur. Dalam sambutannya, Kepala Dinas mengharapkan partisipasi aktif dari seluruh peserta kegiatan untuk menggali informasi seluas-luasnya dari narasumber yang sudah dihadirkan oleh Kementerian perdagangan dan memanfaatkan informasi tersebut guna mendorong peningkatan ekspor nasional pada umumnya dan peningkatan ekspor dari Provinsi Jawa Timur secara khususnya.

Pada kesempatan pertama disampaikan presentasi yang berjudul "Peluang pasar ekspor kawasan Asia Pasifik dan Afrika". Dalam presentasi tersebut dijelaskan beberapa hal, antara lain arah kebijakan dan strategi pengembangan ekspor; kinerja perdagangan Indonesia; pasar ekspor berdasarkan kawasan dan program DJPEN dalam mendorong pengembangan pasar ekspor bagi dunia usaha. Disampaikan pula peluang ekspor produk kertas, furnitur dan alas kaki di Kazakhstan, Persatuan Emirat Arab, Taiwan dan Hong Kong.

Sesi pemaparan kedua, Pejabat Fungsional Direktorat Asia Timur dan Pasifik Kementerian Luar Negeri, Sdri. Natalia Hardiyati Soeharso menyampaikan presentasi yang berjudul "Peluang dan Strategi Pasar Produk Furnitur, Alas Kaki dan Kertas di Wilayah Asia Timur dan Pasifik". Dalam presentasi tersebut dijelaskan beberapa hal penting seperti peluang ekspor yang berhasil dikumpulkan oleh perwakilan di luar negeri seperti dari Singapura, Timor Leste, Myanmar, Vietnam, Tiongkok, Jepang, Korea Selatan, dan Australia, khususnya terkait dengan produk

kertas, furnitur dan alas kaki. Selain itu juga dijelaskan fungsi diplomasi ekonomi yang dijalankan oleh Kementerian Luar Negeri.

Pada sesi pemaparan ketiga, perwakilan PT. SGS Indonesia, Sdr. Muhammad Iqbal Haris menyampaikan presentasi yang berjudul "*Conformity Assessment Program in some Middle East and African Countries*". Dalam presentasi tersebut dijelaskan keuntungan melakukan *conformity assessment* bagi eksportir yang meliputi proses pengujian, sertifikasi dan inspeksi. Di kawasan Afrika dan Timur Tengah, PT. SGS Indonesia telah melaksanakan *product conformity assessment programmes* untuk memasuki pasar negara-negara seperti Algeria, Botswana, Burundi, Mesir, Ethiopia, Kenya, Uganda, Kuwait, Nigeria, Qatar, Saudi Arabia dan Tanzania.

Sesi pemaparan terakhir, pelaku ekspor daerah Jawa Timur, Sdr. Muchammad Hasim menyampaikan paparan yang berjudul "MEA Tantangan Berat Industri *Furniture* dan *Handicraft*."

Bali

Kegiatan Penyebarluasan Informasi Pasar dan Peluang Ekspor pada tanggal 20 November 2015 di Hotel Inna Sindu Beach Sanur – Bali. Acara ini diselenggarakan oleh Direktorat Pengembangan Pasar dan Informasi Ekspor bekerja sama dengan Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Bali dengan turut menghadirkan beberapa narasumber, antara lain:

1. Direktur Amerika Selatan dan Kep. Karibia (Amselkar) - Kementerian Luar Negeri, Sdr. Musthofa Taufik Abdul Latif;
2. Pakar Desain ITS (Institut Teknologi Sepuluh November) dan Koordinator Konten Bali *Creative Industry Center* (BCIC), Dr. Agus Windartha, DEA; dan
3. Eksportir pemenang Primaniyarta tahun 2014 dari Provinsi Bali, PT Sumiati Ekspor Internasional, diwakili Sdr. Agus Afriyanto.

Kegiatan ini dihadiri oleh lebih dari 100 orang peserta yang terdiri dari perwakilan pelaku usaha/eksportir berorientasi ekspor, pemerintahan, dan asosiasi serta panitia pusat dan daerah. Kegiatan dibagi menjadi 3 (tiga) sesi, yakni sesi pembukaan, sesi pemaparan para panelis, dan sesi diskusi serta tanya jawab. Tujuan penyelenggaraan kegiatan adalah untuk menyebarluaskan informasi mengenai peluang pasar tujuan ekspor Indonesia serta strategi untuk menembus pasar tersebut yang dilengkapi dengan informasi berupa upaya menembus pasar non-tradisional, tren desain dan kisah sukses menembus pasar ekspor yang disampaikan oleh panelis lain serta memperoleh masukan informasi terkait permasalahan yang dihadapi oleh pelaku ekspor di Provinsi Bali. Dari hasil diseminasi ini, diharapkan pelaku usaha yang hadir memiliki informasi yang cukup untuk memasarkan produknya ke pasar tujuan ekspor tersebut dan juga dapat meningkatkan diversifikasi pasar dan produk eksportnya sehingga pada akhirnya dapat meningkatkan kinerja ekspor Indonesia secara keseluruhan.

Kegiatan Penyebarluasan Informasi Pasar dan Peluang Ekspor di Provinsi Bali dibuka dengan penyampaian sambutan Kepala Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Bali, Ni Wayan Kusumasthuti. Dalam sambutannya, Kepala Dinas mengungkapkan bahwa Disperindag Bali telah melakukan berbagai upaya dalam mendorong peningkatan industri dan ekspor antara lain pembinaan dalam rangka peningkatan daya saing, kualitas, dan diversifikasi desain. Selain itu, Disperindag juga telah menyediakan pelayanan e-SKA dan pendampingan UKM dalam rangka penerbitan SVLK (Sistem Verifikasi dan Legalitas Kayu). Hingga saat ini, mayoritas ekspor Provinsi Bali, kurang lebih 62%, melalui Pelabuhan Tanjung Perak karena belum adanya pelabuhan keluar yang memadai untuk aktivitas ekspor. Berdasarkan SKA yang dikeluarkan Provinsi Bali, ekspor selama lima tahun terakhir tercatat berfluktuasi, dan penurunan sebesar 0,73% per tahun selama periode 2009-2014. Namun demikian, terdapat peluang yang dilihat dari unit usaha di Bali. Jumlah unit industri di Bali berkembang dari 8.405 unit usaha di tahun 2009 menjadi 12.084 unit di tahun 2014. Tiga sektor yang menjadi

unggulan ekspor Bali adalah hasil kerajinan (di atas 35% dari total ekspor), TPT (di atas 20%), dan furnitur (di atas 5%). Untuk itu, dibutuhkan kerjasama semua pihak dalam upaya menggenjot ekspor Provinsi Bali, salah satunya melalui kegiatan diseminasi informasi pasar dan peluang ekspor yang dapat dimanfaatkan oleh para pengusaha di Provinsi Bali.

Pada kesempatan pertama sesi pemaparan materi, disampaikan presentasi yang berjudul "Peluang Pasar Ekspor Kawasan Amerika dan Eropa". Dalam presentasi tersebut dijelaskan beberapa hal, seperti arah kebijakan dan strategi pengembangan ekspor; kinerja perdagangan Indonesia; pasar ekspor berdasarkan kawasan; dan program DJPEN dalam mendorong pengembangan pasar ekspor bagi dunia usaha. Pada kesempatan tersebut disampaikan pula peluang ekspor produk *handicraft*, garmen dan furnitur di Hungaria, Brazil, dan Bulgaria. Selain itu, disampaikan ajakan pada para pelaku ekspor untuk memanfaatkan peluang ekspor ke negara-negara non-tradisional, karena selain pasar dimaksud masih berkembang, persyaratan untuk masuk ke pasar non-tradisional cenderung lebih mudah. Beberapa media yang dapat digunakan antara lain pameran dan informasi pasar merupakan layanan dari DJPEN yang dapat dimanfaatkan oleh pengusaha.

Sesi pemaparan kedua, Sdr. Musthofa Taufik Abdul Latif menyampaikan presentasi yang berjudul "Peluang untuk Menembus Pasar Amerika Selatan dan Kep. Karibia (Amselkar)". Dalam presentasi tersebut dijelaskan bahwa Indonesia, khususnya Bali memiliki potensi yang amat besar untuk mengembangkan ekspor, yang salah satunya melalui pariwisata. Saat ini, perdagangan dengan kawasan Amselkar, masih sangat kecil, terutama karena jarak yang jauh namun potensi impor negara-negara di kawasan tersebut sangat besar. Pemasaran produk *handicraft* tidak menggunakan *Multi National Company* (MNCs) sebagai jalur distribusi, oleh karena itu, pengusaha harus pro-aktif dalam pemasaran langsung. Sehubungan hal tersebut, Kemlu memfasilitasi pengusaha yang berinisiasi untuk membuka hubungan dagang dengan pengusaha di kawasan Amselkar, melalui perwakilan RI di luar negeri, baik melalui pameran, misi

dagang, atau pengiriman sampel produk. Contohnya, Indofair di Paramaribo, Suriname yang merupakan salah satu pameran paling sukses di kawasan Amselkar. Dalam hubungan antar lembaga Kemlu mengharapkan kerjasama dengan Kemendag dalam rangka pengiriman sampel produk ke perwakilan RI di Luar Negeri. Disampaikan juga, bahwa Kemlu bermaksud untuk menjadikan Panama sebagai *hub* bagi perdagangan Indonesia dan kawasan Amselkar, salah satunya melalui pembangunan *storage*.

Sesi pemaparan ketiga, Dr. Agus Windartha, DEA, menyampaikan presentasi yang berjudul "*Win by Design*". Dalam presentasi tersebut dijelaskan bahwa ada lima bidang industri kreatif Indonesia yang tinggi pangsa dan pertumbuhannya di tahun 2014, yaitu gastronomi, *fashion*, desain, media dan *craft*. Bali dan Jogja merupakan provinsi yang unggul dalam *craftsmanship*, sedangkan Surabaya dan Bandung unggul dalam bidang desain dan IT. Saat ini, 78% pengrajin membuat kerajinan yang fungsinya sebagai hiasan/pajangan. Namun untuk maju, pengembangan industri craft Bali harus mengikuti tren, yaitu desain yang sifatnya fungsional, tidak sekedar hiasan. Untuk itu, pengrajin lokal harus siap berinovasi, berkreasi dan harus bisa bekerjasama dalam menciptakan kombinasi *craftsmanship*, *design power*, IT dan manajemen kelas dunia. Namun, arah produksi barang ekspor Indonesia hendaknya tidak meniru RRT, karena tidak akan pernah unggul, terutama dari sisi harga. Penetapan harga yang pantas untuk ekspor berstandar Eropa hendaknya tidak kurang dari lima kali lipat dari Harga Pokok Penjualan (HPP). Dengan demikian, daya saing hendaknya bertumpu pada kualitas dan desain yang juga mencakup konsep suatu produk. Dalam presentasi ini ditekankan pentingnya pemberdayaan generasi muda yang dapat menjadi motor bagi pembangunan Indonesia.

Sesi pemaparan terakhir, Sdr. Agus Afriyanto menyampaikan paparan bertema kisah sukses PT. Sumiati Ekspor Internasional (PT SEI). Dalam paparan tersebut dijelaskan kiprah dan perjalanan PT SEI dalam bidang ekspor *handicraft* dan *home decor*. Kiat-kiat sukses PT SEI antara lain konsep *one stop shopping handicraft/home decor*, harga kompetitif, *packaging* yang unik dan

aman, jaminan kualitas produk, tepat waktu pengiriman, pengembangan produk baru yang berkesinambungan, menganut *ethical trading* mengikuti berbagai pameran dagang, penguatan *e-commerce* dan penggunaan teknologi untuk pengembangan produk. Saat ini, PT SEI sedang berupaya mengembangkan pasar baru di Timur Tengah dan Amerika Latin.

Pada sesi diskusi diungkapkan beberapa permasalahan terkait regulasi SVLK (Sistem Verifikasi dan Legalitas Kayu) yang semula *mandatory* menjadi tidak wajib, tindak lanjut dari program BCIC setelah pengembangan desain produk, dan pembentukan Bali Trade Center (BTC). Sehubungan dengan hal tersebut, panelis menjelaskan bahwa deregulasi SVLK dari *mandatory* menjadi tidak wajib hendaknya tidak menjadi demotivasi bagi eksportir dalam memperoleh SVLK karena SVLK menciptakan daya saing produk Indonesia untuk masuk ke pasar dengan persyaratan ketat seperti Uni Eropa. Kedepannya, SVLK akan diberlakukan *mandatory* terutama dalam menghadapi persaingan Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA). Dengan demikian, poin yang diperbaiki dari SVLK adalah sisi biaya sehingga penerbitan SVLK tidak terlalu mahal dan dapat diakses oleh pengusaha. Dalam hal ini termasuk pendampingan IKM dalam memperoleh sertifikasi tersebut. Diharapkan SVLK bisa menjadi *empowering instrument* bagi IKM.

Terkait dengan pengembangan desain produk, dijelaskan oleh panelis terkait bahwa harus ada keseimbangan antara desain dan kebutuhan karena tahap selanjutnya dalam pengembangan desain produk adalah pemasaran. Dengan demikian, menjadi poin yang sangat penting bagaimana suatu produk dapat dipasarkan dengan baik (*marketable*). Selalu ada celah pasar untuk produk bersifat industri, namun juga ada kecenderungan produk *hand-made* sehingga perlu ada keseimbangan dalam produksi jenis barang. Untuk itu, perlu ada tes pasar yang dilaksanakan melalui berbagai kegiatan seperti pameran. Selain itu, pengusaha juga membutuhkan informasi pasar yang dapat diakses sewaktu-waktu. Dalam hal ini, kami mengundang para pengusaha untuk memanfaatkan layanan informasi ekspor, salah satunya *research corner* yang disediakan DJPEN melalui *membership service* CSC.

Berkaitan dengan perkembangan pembentukan BTC, Kepala Dinas menjelaskan bahwa salah satu wujud pemasaran langsung di Bali kedepannya adalah melalui BTC. Pembentukan BTC dapat menjadi *marketing point* yang membantu mewedahi para pelaku usaha dalam memasarkan produknya. Dalam Program Komprehensif dan Holistik Untuk Bali yang dikeluarkan oleh Gubernur Bali yakni Bali Mandara Jilid II, pembangunan BTC saat ini sudah sampai pada tahap pemilihan lokasi yang didukung hasil riset dari Universitas Udayana. Ada tiga lokasi yang dibidik untuk pembangunan BTC yaitu Denpasar, Badung, dan Gianyar. Untuk itu dibutuhkan kerjasama dengan berbagai pihak, seperti Badan Penanaman Modal dan pihak investor yang akan menanamkan modalnya dalam pembangunan BTC tersebut.

1.5. Pengembangan SDM melalui Diklat Ekspor

Penyelenggaraan Program Pelatihan

Selama bulan November 2015, Balai Besar Pendidikan dan Pelatihan Ekspor Indonesia (BBPPEI) menyelenggarakan 13 (tiga belas) angkatan pelatihan yang diikuti oleh 353 (tiga ratus lima puluh tiga) orang peserta dengan rincian sebagai berikut:

- a. *"Akses dan Survey Pasar Ekspor Melalui Internet"* (Jakarta, 17 - 19 November 2015). Pelatihan ini diikuti oleh 14 orang peserta.
- b. *"Manajemen Ekspor Impor Plus Simulasi"* (Jakarta, 3 - 11 November 2015). Pelatihan ini diikuti oleh 30 orang peserta.
- c. *"Prosedur Impor"* (Jakarta, 17- 20 November 2015). Pelatihan ini diikuti oleh 30 orang peserta.
- d. *"Desain Kompon Barang Jadi Karet (Specialty Rubber)"* (Jakarta, 23 - 27 November 2015). Pelatihan ini diikuti oleh 14 orang peserta.
- e. *"Refreshment Training of Exporters (TOX)"* (Jakarta, 10 - 12 November 2015). Pelatihan ini diikuti oleh 20 orang.
- f. *"Pengembangan Produk Handicraft untuk Pasar Ekspor"* (Jakarta, 4 - 5 November 2015). Pelatihan ini diselenggarakan atas kerjasama antara BBPPEI dengan Disperindag Kota Tangerang dan diikuti oleh 35 orang peserta.
- g. *"Penentuan Biaya dan Harga Ekspor"* (Surabaya, 3 - 5 November 2015). Pelatihan ini diselenggarakan atas

kerjasama antara BBPPEI dengan P3E Surabaya dan diikuti oleh 30 orang peserta yang terdiri atas para pelaku UKM di Surabaya dan sekitarnya.

- h. *"Prosedur Ekspor"* (Yogyakarta, 10 - 12 November 2015). Pelatihan ini diselenggarakan atas kerjasama antara BBPPEI dengan Akademi Akuntansi (AA) YKPN Yogyakarta dan diikuti oleh 30 orang peserta yang terdiri atas para mahasiswa/i di AA YKPN Yogyakarta.
- i. *"Kemasan dan Labeling Makanan dan Minuman"* (Kerinci, 17 - 19 November 2015). Pelatihan ini diselenggarakan atas kerjasama antara BBPPEI dengan Disperindag dan ESDM Kabupaten Kerinci serta diikuti oleh 30 orang peserta yang terdiri atas para pelaku UKM di Kabupaten Kerinci.
- j. *"Kemasan Makanan dan Minuman untuk Ekspor"* (Samarinda, 10 - 12 November 2015). Pelatihan ini diselenggarakan atas kerjasama antara BBPPEI dengan Disperindag Provinsi Kalimantan Timur dan diikuti oleh 30 orang peserta yang terdiri atas para pelaku UKM di Kota Samarinda dan sekitarnya.
- k. *"Pengolahan Rotan untuk Pasar Ekspor"* (Pekanbaru, 10 - 12 November 2015). Pelatihan ini diselenggarakan atas kerjasama antara BBPPEI dengan Disperindag Provinsi Riau dan diikuti oleh 30 orang peserta yang terdiri atas para pelaku UKM di Kota Pekanbaru.
- l. *"Manajemen Ekspor Produk Pertanian dan Kehutanan"* (Cirebon, 24 - 26 November 2015). Pelatihan ini diselenggarakan atas kerjasama antara BBPPEI dengan Disperindag Provinsi Jawa Barat dan diikuti oleh 30 orang peserta yang terdiri atas para pelaku UKM di Provinsi Jawa Barat.
- m. *"Korespondensi Bisnis untuk Ekspor"* (Surabaya, 24 - 26 November 2015). Pelatihan ini diselenggarakan atas kerjasama antara BBPPEI dengan P3E Surabaya dan diikuti oleh 30 orang peserta yang terdiri atas para pelaku UKM di Kota Surabaya dan sekitarnya.

Untuk tahun 2015, BBPPEI telah menetapkan target pelaksanaan diklat ekspor sebanyak 120 (seratus dua puluh) angkatan dengan target jumlah peserta sebanyak 4.045 (empat ribu empat puluh lima) orang. Total jumlah pelatihan yang telah terlaksana sejak awal Januari 2015 hingga akhir November 2015 adalah 116 (seratus enam belas) angkatan dengan total jumlah peserta 4.007

(empat ribu tujuh) orang. Dengan demikian realisasi jumlah angkatan diklat ekspor tahun 2015 telah mencapai 96,67% dengan realisasi jumlah peserta diklat mencapai 99,06%.

Pengembangan Kurikulum dan Silabus

Selama bulan November 2015 BBPPEI telah melaksanakan beberapa kegiatan terkait pengembangan kurikulum dan silabus pelatihan dengan rincian sebagai berikut:

- a. Pada tanggal 10 November 2015 Tim Manajemen BBPPEI mengadakan rapat pembahasan standarisasi makalah untuk materi "Kemudahan dan Fasilitas Impor".
- b. Pada tanggal 12 November 2015 Tim Manajemen BBPPEI mengadakan rapat pembahasan standarisasi makalah untuk materi "Mengenal Bisnis Ekspor".
- c. Pada tanggal 19 November 2015 Tim Manajemen BBPPEI mengadakan rapat pembahasan makalah standar untuk materi "Kemudahan dan Fasilitas Impor".
- d. Pada tanggal 19 November 2015 Tim Manajemen BBPPEI mengadakan rapat pembahasan kurikulum dan silabus untuk pelatihan "Penetrasi Pasar Ekspor ke Asia Selatan".
- e. Pada tanggal 20 November 2015 Tim Manajemen BBPPEI mengadakan rapat evaluasi pelatihan guna melakukan tinjauan terhadap penyelenggaraan pelatihan-pelatihan ekspor yang telah diselenggarakan sebelumnya.
- f. Pada tanggal 25 November 2015 Tim Manajemen BBPPEI mengadakan rapat pembahasan standarisasi makalah untuk materi "Kemudahan dan Fasilitas Impor".
- g. Pada tanggal 26 November 2015 Tim Manajemen BBPPEI mengadakan kegiatan presentasi fasilitator baru a.n. Sdri. Lina Rachmatia yang membawakan materi "Prosedur dan Dokumen Ekspor".

Kegiatan Lain

- a. Pada tanggal 17 November 2015 BBPPEI menyelenggarakan kegiatan pembinaan fasilitator dengan menghadirkan Prof. Djamaludin Ancok, Ph.D dan Dr. Ir. Kasan sebagai narasumber.
- b. Pada tanggal 18 November 2015 BBPPEI menyelenggarakan kegiatan "Seminar Temu Alumni" yang dihadiri oleh para alumni peserta diklat ekspor yang diselenggarakan oleh BBPPEI.
- c. Pada tanggal 24 - 26 November 2015 BBPPEI mengadakan

kegiatan pelatihan “Motivasi Marketing Sukses” yang diikuti oleh 20 orang pegawai BBPPEI.

- d. Pada tanggal 25 November 2015 Tim Manajemen BBPPEI menerima kunjungan tamu dari *Forum for International Trade Training (FITT) Canada*.
- e. Hingga akhir bulan November 2015, progress kegiatan pembangunan *facade* baru Gedung BBPPEI telah mencapai 95%.

Training to IETC Coaches on FITTSkills Dalam Rangka Kerjasama antara TPSA CboC – Canada dan DJPEN Kemendag

CboC Canada akan melaksanakan *Sub-Activity 1211.6 - Training to IETC Coaches on FITT Skill* untuk tahun pertama sebanyak 2 (dua) modul pelatihan yaitu *Global Business Environment, Global Supply Chain Management*. Penyelenggaraan kegiatan dimulai pada tanggal 23 November hingga 4 Desember 2015 di *Mechantile Athletic Club-Gedung WTC Lt. 18 Jl. Sudirman JKT*. Pelatihan tersebut bertujuan untuk meningkatkan kemampuan para *coach* PPEI hingga memperoleh *Certified International Trade Professional*. Adapun para peserta wajib menempuh materi sebanyak 8 (delapan) modul pelatihan selama 4 (empat) tahun yaitu; *Global Business Environment, Global Supply Chain Management, International Marketing, International Trade Finance, International Market Entry Strategies, International Trade Research, Legal Aspects of International*.

Teknis pelaksanaan kegiatan:

- a) Tahun pertama (2015); *FITT Skills Training* dilakukan secara *offline* sebanyak 2 (dua) modul sesuai butir 1.
- b) Tahap kedua – keempat; *FITT Skills Training* direncanakan akan dilakukan secara *online* sebanyak 2 (dua) modul pelatihan per tahun. Sebagai catatan, peserta yang berkeinginan untuk menyelesaikan kedelapan modul tersebut akan di-assess oleh FITT setelah melalui tahun pertama, jika berkompeten dia akan melanjutkan via *online training* hingga tahun terakhir.

Peserta akan mengikuti kegiatan dimaksud terdiri dari widyaiswara dan dari manajemen PPEI. Dasar pemilihan kesepuluh peserta ini merupakan internal SDM PPEI, mempunyai kemampuan bahasa

inggris yang aktif, dan mampu memberikan *transfer knowledge* pada pelaku bisnis sekaligus alumni PPEI.

BAB II

PERMASALAHAN DAN TINDAK LANJUT

2.1 Kendala, Isu dan Permasalahan

**Aktivasi Kerjasama
Pengembangan Ekspor
bersama JETRO**

Pelaku usaha *handycraft* yang berbahan baku limbah kayu dan yang berbahan baku daun pandan mengharapkan agar JETRO dapat memberikan pendampingan kepada pelaku usaha Sumatera Utara terkait dengan desain limbah kayu dan standar-standar yang diberlakukan di Jepang.

**Workshop Pengenalan Pasar
Eropa untuk Home Decor &
Home Textile Kerjasama DJPEN
dan CBI**

Pelaku usaha mengharapkan lebih sering diadakan workshop di Jepara dengan menghadirkan tenaga ahli internasional dan tema yang spesifik.

**Penyebarluasan Informasi
Pasar dan Peluang Ekspor**

Pelaku usaha agar dapat mengoptimalkan fasilitas *website* yang dimiliki oleh Kementerian Perdagangan.

2.2 Tindak Lanjut Penyelesaian

**Aktivasi Kerjasama
Pengembangan Ekspor
bersama JETRO**

Dit. KPE menyampaikan bahwa Ditjen. PEN memiliki program kerja *Designer Dispatch Service* (DDS) yang merupakan kegiatan pendampingan oleh desainer yang dipilih oleh Ditjen. PEN untuk meningkatkan jenis dan kreatifitas desain produk ekspor Indonesia. Pelaku usaha di Sumatera Utara kiranya dapat lebih berperan untuk memanfaatkan fasilitas tersebut.

**Workshop Pengenalan Pasar
Eropa untuk Home Decor &
Home Textile Kerjasama DJPEN
dan CBI**

Ditjen PEN akan bekerjasama dengan Dinas Perindag Jepara dan berkoordinasi dengan CBI untuk memfasilitasi tenaga ahli internasional.

**Penyebarluasan Informasi
Pasar dan Peluang Ekspor**

Fasilitas yang ada di website diberikan secara gratis, namun demikian pelaku usaha harus melakukan registrasi terlebih dahulu. Kementerian Perdagangan dan Kementerian Luar Negeri mengembangkan fasilitas *website* agar dapat dimanfaatkan oleh para pelaku usaha. Ditjen PEN akan berupaya dan meningkatkan koordinasi dengan asosiasi pelaku usaha untuk meningkatkan partisipasi pelaku usaha dalam memanfaatkan fasilitas yang disediakan oleh Kementerian Perdagangan c.q. Ditjen PEN.

BAB III

PENUTUP

Selama bulan November 2015, kegiatan Ditjen PEN secara umum mencakup kegiatan-kegiatan antara lain berupa Koordinasi Lembaga Permodalan Kewirausahaan Pemuda (LPKP), Forum Koordinasi Pengawasan APIP Pusat dan Daerah, *Round Table Discussion* Membahas *Counter – Draft Plan of Action 2016 – 2020 Strategic Dialogue Between the Republic of Indonesia and the Gulf Cooperation Council (GCC)*, Persiapan Kunjungan Delegasi Jepang dalam Rangka Kegiatan *Japan Indonesia Cultural, Economic and Tourism Mission*, Aktivasi Kerjasama di Bidang Pengembangan Ekspor, *Workshop* Pengenalan Pasar Eropa untuk *Home Decor & Home Textile* Kerjasama DJPEN dan CBI, Rapat Program Prioritas DEKRANAS (Pesona Tenun Dekranas), Pencapaian dan tindak lanjut pasca *World Expo Milano (WEM) 2015*, Penyebarluasan Informasi Pasar dan Peluang Ekspor, *Training to IETC Coaches on FITTSkills* Dalam Rangka Kerjasama antara TPSA CboC – Canada dan DJPEN Kemendag, Pelaksanaan Program Pendampingan Desainer/*Designer Dispatch Services (DDS)* TA 2015, Baros *International Animation Festival 2015*, Aktivasi Kerjasama Pengembangan Ekspor bersama KADIN Indonesia, PT. Asuransi ASEI dan PT. Bank Mandiri di Provinsi Bangka Belitung, Sosialisasi Perkembangan Kerja Sama Ekonomi Amerika dan Pasifik Tahun 2015: Peningkatan Perekonomian Melalui Optimalisasi Kerja Sama Ekonomi Internasional, *Trade Expo* Indonesia (TEI) Ke-30 Tahun 2015, *World Expo Milano (WEM) 2015, Expert Meeting* di DPD RI, *Seminar of Investment and Business Environment of Food and Beverages and Agro-Based Products in Indonesia*, Seoul 7-8 Oktober 2015, Dialog Ekspor pada Pekan Produk Kreatif Indonesia, pelayanan informasi melalui *Trade Inquiry* dan penerimaan kunjungan *buyer* melalui CSC, serta peningkatan SDM melalui beberapa program diklat ekspor.

Dengan demikian, sepanjang bulan November 2015, selain beberapa aktivitas promosi dan misi dagang, kegiatan Ditjen PEN banyak menunjukkan aktivitas persiapan, pembahasan dan pengembangan kerja sama bagi pelaksanaan kegiatan untuk bulan berikutnya, yang tidak lain bertujuan supaya berkinerja lebih baik sesuai dengan tugas dan fungsinya, serta secara tidak langsung memajukan Kementerian Perdagangan.

Ditjen PEN menyadari bahwa dalam pelaksanaan sejumlah kegiatan pada bulan November 2015 ini masih menemui beberapa kendala yang diharapkan pada pelaksanaan kegiatan selanjutnya nanti dapat dilakukan berbagai perbaikan dan pembaharuan, sehingga semua kegiatan di tahun 2015 dan tahun yang akan datang dapat berjalan secara lebih efektif dan efisien serta mencapai tujuan yang telah direncanakan dengan optimal.