



KEMENTERIAN  
PERDAGANGAN  
REPUBLIK INDONESIA

**Direktorat Jenderal  
Pengembangan Ekspor Nasional**



# LAPORAN BULANAN JANUARI 2023

Trade With



Directorate General of National  
Export Development

---

<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>ii</b>
<b>RINGKASAN EKSEKUTIF .....</b>	<b>iii</b>
<b>BAB I KINERJA .....</b>	<b>1</b>
1.1. Peningkatan Diversifikasi Ekspor Jasa dan Produk Kreatif .....	4
1.2. Peningkatan Ekspor Produk Manufaktur.....	16
1.3. Peningkatan Ekspor Produk Primer .....	18
1.4. Peningkatan Pelayanan Hubungan Dagang dan Informasi Ekspor.....	20
1.5. Kegiatan Pendukung Ditjen PEN.....	31
<b>BAB II AGENDA KEGIATAN DIREKTORAT JENDERAL PENGEMBANGAN EKSPOR NASIONAL.....</b>	<b>38</b>
<b>BAB III PERMASALAHAN DAN TINDAK LANJUT .....</b>	<b>41</b>
1.1. Kendala, Isu dan Permasalahan.....	41
1.2. Tindak Lanjut Penyelesaian.....	41
<b>BAB IV PENUTUP .....</b>	<b>42</b>

Pada laporan bulan Januari 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 Januari 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 anggaran, pada tahun anggaran 2023 Ditjen PEN Kementerian Perdagangan memperoleh alokasi anggaran sebesar Rp 117.282.848.000.

Dengan tersusunnya laporan bulan Januari 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, Februari 2023

Direktur Jenderal  
Pengembangan Ekspor Nasional

Kinerja Ditjen PEN dalam mendukung program pengembangan ekspor nasional sepanjang bulan Januari 2023 di sektor jasa dan produk kreatif, meliputi: **Kegiatan Pembahasan Kerja Sama dengan Google** yang bertujuan untuk melakukan pembahasan rencana kerja sama antara Kementerian Perdagangan dengan PT Google Indonesia, **Pembahasan Program ACG dengan TFO, Asosiasi, dan Kemendikbud** yang dilaksanakan pada tanggal 17 dan 19 Januari 2023, **Focus Group Discussion “Review Profect Charter KNEKS” Berdasarkan Hasil Rapat Pleno KNEKS III** yang bertujuan untuk membahas penyesuaian kegiatan K/L untuk mendukung percepatan ekspor UKM industri halal nasional, dan **Kunjungan Kerja ke Arab Saudi** yang bertujuan untuk membahas kerja sama perdagangan Indonesia-Arab Saudi.

Untuk mendukung program pengembangan ekspor produk manufaktur, Ditjen PEN melakukan kegiatan **Pelaksanaan Rapat Koordinasi Persiapan Partisipasi Indonesia Sebagai Official Partner Country Hannover Messe 2023** dengan tujuan untuk membahas tugas dan peran panitia nasional dalam Hannover Messe 2023.

Sedangkan untuk meningkatkan pengembangan ekspor produk primer pada bulan Januari 2023, Ditjen PEN melakukan kegiatan **Persiapan Pelaksanaan Expo Indonesia en Mexico Tahun 2023** bersama dengan Kepala dan Wakil Kepala ITPC serta Calon Kepala ITPC Mexico City pada 13 Januari 2023.

Peningkatan pelayanan peluang pasar dan informasi ekspor dilaksanakan melalui **Pelayanan InaExport dan Business Reception**. Pelayanan hubungan dagang yang diterima InaExport pada bulan Januari 2023 berjumlah 33 permintaan hubungan dagang dan informasi lainnya yang disampaikan melalui *email* kepada InaExport dimana sebanyak 32 permintaan berasal dari luar negeri. Selain itu, terdapat kegiatan **Forum Optimalisasi Pengembangan Ekspor Daerah Perbatasan di Marketing Point Entikong dan Kunjungan Koordinasi Rencana Kegiatan Pengembangan Ekspor 2023 dengan Konsulat Jenderal Indonesia di Malaysia** untuk melakukan penetrasi pasar produk Indonesia ke Malaysia, serta kegiatan **Focus Group Discussion The 23rd INACRAFT 2023** yang bertujuan untuk memberikan legitimasi produk makanan dan minuman (mamin) dapat tampil dalam pameran INACRAFT.

Untuk kegiatan pendukung pada bulan Januari 2023, Ditjen PEN melakukan **Kegiatan Business Dialogue “Perluasan Akses Pasar Indonesia ke Negeri-Negeri Muslim Dunia”** yang bertujuan untuk meningkatkan pemberdayaan UMKM melalui digitalisasi penyediaan infrastruktur bisnis serta fasilitasi lainnya dan **Press Release Kegiatan DJPEN dalam Website Kemendag** terdapat delapan rilis berita di *website* Kemendag.

## **BAB I**

### **KINERJA**

#### **1.1. Peningkatan Diversifikasi Ekspor Jasa dan Produk Kreatif**

##### **Kegiatan Pembahasan Kerja Sama dengan Google**

Kegiatan pertemuan diselenggarakan pada tanggal 31 Januari 2023 di kantor Google Indonesia. Pertemuan dibuka langsung oleh *Director Governor Affairs & Public Policy*, Google Indonesia yang dilanjutkan dengan sambutan dari Kepala Badan Kebijakan Perdagangan-Kementerian Perdagangan. Pertemuan ini bertujuan untuk melakukan pembahasan rencana kerja sama antara Kementerian Perdagangan dengan PT Google Indonesia.

Acara dihadiri oleh sekitar 50 peserta yang merupakan perwakilan dari Kementerian Perdagangan (BK Perdag, Sekjen, Ditjen PDN, dan Ditjen PEN), Kemenko Bidang Perekonomian, Kemenko Bidang Kemaritiman dan Investasi, Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, Kementerian Komunikasi dan Investasi, Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, Kementerian Komunikasi dan Informatika, BAPPENAS, Sekretariat Kabinet, BPS, dan KADIN. Bertindak sebagai pembicara yaitu Direktur *E-commerce* Google, *Research Partner* Bain, dan *Strategic Partner Development Manager* Google.

Google telah melakukan berbagai upaya untuk mendukung perekonomian melalui UMKM Indonesia di antaranya adalah melalui peningkatan infrastruktur dan peralatan pelaku usaha menjadi *go digital*, memberikan UMKM bantuan pinjaman modal berbunga rendah kepada UMKM melalui Kiva sebesar USD 10 juta, melatih lebih dari dua juta UMKM terkait dengan keamanan siber, dan melakukan berbagai riset ekonomi digital di lingkup Indonesia dan Asia Tenggara (melalui *e-Conomy SEA Report*, *Economic Impact Report*, dan Google x IIC).

Melalui pelatihan yang diberikan oleh Google kepada dua juta UMKM, Google berfokus kepada tiga elemen utama, di antaranya adalah:

1. Pelatihan yang mencakup disiplin ilmu yang sangat beragam, di mana UMKM dapat memilih sendiri kelas apa yang dibutuhkan oleh mereka.
2. UMKM mendapatkan sertifikat Gapura Digital atau *Women Will*.
3. Perluasan jaringan kerja sama, di mana UMKM yang dilatih oleh Google akan bertemu dengan UMKM lainnya dan dapat saling berbagi pengalaman.

PT Google Indonesia sudah pernah bekerja sama dengan beberapa Kementerian di antaranya dengan Kemendag melalui program “Dukung UMKM Indonesia Timur”, Kominfo melalui program “*Digital Entrepreneurship Academy*”, serta KemenkopUKM melalui program “Berubah Digital”. Salah satu kerja sama Kemendag dengan Google, yaitu Google bersama Temasek membantu jalannya Rakornas dengan memberikan informasi terkait dengan potensi ekonomi Indonesia.

*E-Conomy SEA Reports* mencakup enam negara di Asia Tenggara, di antaranya adalah Thailand, Vietnam, Malaysia, Filipina, Singapura, dan Indonesia dengan mencakup lima sektor pasar besar (*e-commerce*, media *online*, transportasi & makanan, travel *online*, dan jasa finansial) serta empat sektor pasar yang baru lahir (jasa kesehatan, teknologi edukasi, Saas, dan Web3).

Google telah membuat klasifikasi pembagian demografi konsumen. Terdapat lima tipe demografi konsumen yang dibagi berdasarkan lokasi, pendapatan, dan usia, yaitu *Affluent Users*, *Young Digital Natives*, *Metro Mainstream*, *‘On Budget’ Users*, dan *Suburban Users*.

Berdasarkan data yang didapatkan oleh Google, Perekonomian Digital di Asia Tenggara terutama di Indonesia mengalami pergeseran. Saat ini pelaku usaha digital lebih cenderung untuk meningkatkan keterikatan konsumen terhadap produk/*brand* mereka dibandingkan dengan mencari kelompok konsumen baru. Meskipun saat ini perekonomian Indonesia telah mengarah ke arah yang positif setelah pandemi Covid-19 berakhir, masih terdapat beberapa tantangan makro ekonomi yang harus dihadapi oleh Indonesia dan negara lainnya di Asia Tenggara, di antaranya adalah disrupsi rantai pasok, ketersediaan produk di pasar, kenaikan harga, berkurangnya *disposable income*, dan ketegangan geopolitik.

Digital Ekonomi Asia Tenggara dilihat dari nilai *Gross Merchandise* mencapai USD 200 miliar. Indonesia sendiri menyumbang USD 77 miliar pada pencapaian di sektor digital ekonomi tersebut. Pencapaian ini lebih cepat tiga tahun dari perkiraan sebelumnya. Dari hasil perkiraan Google bersama Bain, pencapaian tersebut dapat membuka peluang baru bagi Asia Tenggara di tahun 2025.

Google dan Bain optimis *sustainable development* pada digital ekonomi di Indonesia akan terus berkembang. Google dan Bain memperkirakan ekonomi digital Asia Tenggara akan mencapai nilai transaksi USD 1 triliun pada tahun 2030. Indonesia sendiri ekonomi digitalnya telah mencapai USD 77 miliar, dan diperkirakan akan menjadi USD 130 miliar pada tahun 2025 dan menjadi USD 220-360 miliar pada tahun 2030. Pertumbuhan ekonomi digital di Indonesia salah satunya disebabkan oleh UMKM yang sudah memiliki akses ke internet dan aplikasi yang mampu mendukung perkembangan usaha UMKM Indonesia.

Pada pertemuan ini juga diperlihatkan cara untuk mencari dan mengolah data menggunakan Google Trends yang merupakan perangkat dari Google untuk memperlihatkan hal apa yang sedang dicari oleh masyarakat di dunia dengan cara memasukkan kata kunci dan topik. Data yang disampaikan oleh Google Trends merupakan data yang menggunakan *unbiased sample* dari data pencarian Google. Terdapat dua data yang disediakan oleh Google Trends, yaitu data *real time* (berdasarkan data selama tujuh hari terakhir) dan *non-real time* (data bisa ditarik dari tahun 2004 hingga 36 jam sebelum melakukan pencarian).

Terkait pengembangan sektor *Game*, Google mempunyai program yang sejalan dengan program Dit. PEJPK, antara lain:

1. Program pelatihan bagi para *developer* seperti *Google Play Academy*, yaitu pelatihan gratis untuk mengembangkan bisnis aplikasi atau *game*, dan *Google Play Indie Games Accelerator* yang telah membantu studio *game* indie berpotensi tinggi di seluruh dunia untuk membawa bisnis mereka ke tingkat selanjutnya. Program *Google Play Indie Games Accelerator* ini telah

mempercepat pertumbuhan enam studio *game* Indonesia dan sedang mempercepat pertumbuhan tiga studio *game* lainnya.

2. *Google Play x Unity Game Developer Training*, program uji coba hasil kerja sama dengan Asosiasi Game Indonesia. Program ini memberikan pelatihan dan sertifikasi Unity kepada 500 mahasiswa di 15 universitas dan 50 developer profesional. Pelatihan ini diberikan melalui kursus mandiri secara *online* dan gratis, dan *developer* dapat memilih sesi pelatihan *online* yang dipandu instruktur. Unity adalah salah satu mesin pengembang game terkemuka di dunia. Unity digunakan secara global, baik oleh developer besar maupun kecil, mulai dari studio *game indie* hingga studio *game* besar. Meningkatkan keterampilan mahasiswa dan *developer* lokal melalui berbagai kursus dan pelatihan yang tersedia di Unity akan membekali mereka dengan ilmu membuat *game* kelas dunia.
3. *Google Play Publisher – Developer Connect Summit*, membantu Game Developer Indonesia untuk menemukan mitra hingga bisa ekspor dengan sukses.
4. Meningkatkan eksposur untuk *game* lokal melalui *Play Store*.
5. *Google Play Go Global*, membantu Game Developer Indonesia untuk berhasil mengekspor ke pasar global. Acara *Google Play Go Global* memungkinkan Developer Indonesia untuk terhubung dengan pasar ekspor untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan, serta *best practice* tentang tata cara ekspor ke pasar ekspor tersebut.

Adapun program Dit. PEJPK tahun 2023 yang membutuhkan dukungan Google, yaitu:

1. Google dapat membantu menyediakan tenaga ahli untuk ikut serta pada kegiatan identifikasi pelaku Animasi, Comic, dan Game (ACG) siap ekspor pada bulan Februari – Maret 2023 (tentatif) di Bandung, Solo, Yogyakarta, Surabaya, dan Bali. Bentuk kegiatannya berupa kunjungan ke studio ataupun *workshop* pelaku usaha untuk memvalidasi dan mengidentifikasi kesiapan perusahaan dalam hal kemampuan produksi, ketersediaan sumber daya, dan alat produksi.



2. Bantuan promosi berupa iklan dan *ads* atau media promosi lainnya melalui Google untuk produk ACG anak bangsa.
3. Google dapat ikut serta pada kegiatan Kampanye “Bangga Game Buatan Indonesia” yang diselenggarakan dalam bentuk *display* dan simulasi *game* di Yogyakarta pada bulan Mei – September 2023 (tentatif).

Program pengembangan sektor *Game* lainnya yang dapat dikolaborasikan antara Kemendag dan Google adalah eksplorasi potensi *Google books* untuk dijadikan *platform* layaknya *webtoon* dan *workshop* pengembangan *mobile game* dengan target konsumen global (pasar *western/asia*).

### **Pembahasan Program ACG dengan TFO Kanada, Asosiasi, dan Kemendikbud**

Berkaitan dengan pembahasan program kerja tahun 2023 pada sektor Animasi, Comic dan Game (ACG), telah dilaksanakan pertemuan dengan Trade Facilitation Office (TFO) Kanada, asosiasi ACG yaitu Asosiasi Industri Animasi Indonesia (AINAKI), Asosiasi Komik Indonesia (AKSI), dan Asosiasi Game Indonesia (AGI), serta dengan Kemendikbud.

#### **1. Pertemuan dengan TFO Kanada**

Pertemuan dengan TFO Kanada dilaksanakan pada tanggal 17 Januari 2023 di ruang rapat lantai 13 Gedung Utama Kementerian Perdagangan. Dipimpin langsung oleh Direktur Pengembangan Ekspor Jasa dan Produk Kreatif, Ditjen PEN Kemendag, serta dihadiri oleh *Local Coordinator* TFO Kanada.

Pada pertemuan ini kedua belah pihak sepakat untuk melanjutkan program sebelumnya terkait keikutsertaan dalam pameran sektor ACG, yaitu External Development Summit (XDS) yang akan diselenggarakan pada 6-8 September 2023 di Vancouver. Dalam pameran XDS tersebut disepakati akan terdapat dua buah *booth* dengan peserta sebanyak tujuh perusahaan. Penyediaan *booth* akan difasilitasi oleh ITPC Vancouver. Sementara TFO Kanada akan menyediakan pendanaan *design* dan dekorasi *booth*, serta pendanaan penerbangan untuk perwakilan perusahaan. Sedangkan perusahaan peserta berkewajiban menyediakan pembiayaan akomodasi dan transportasi selama di Kanada.

Terdapat sembilan perusahaan sektor ACG sebagai calon peserta XDS yang telah lolos administrasi awal berdasarkan *Export Marketing Plan* yang telah dibuat. Adapun ke sembilan perusahaan tersebut yaitu Ajaib Studio, PT Cocoon Karya Kreasi, REON COMICS/PT Wahana Inspirasi Nusantara, UMN Pictures (*under the* PT Multimedia Digital Nusantara), Bumi Langit Comics, PT Hellomotion Korpora Indonesia, KISAI Entertainment, METAKOMIK, dan Sketch Komik.

Dari sembilan perusahaan tersebut, akan diseleksi kembali menjadi tujuh perusahaan. Seleksi akan dilakukan bersama-sama antara *Local Coordinator* TFO Kanada dengan Dit. PEJPK dengan kriteria yang telah ditetapkan bersama. Daftar peserta final sudah harus ditentukan pada akhir Februari 2023.

Mengingat XDS merupakan pameran sektor *game*, maka perlu perhatian khusus pada perusahaan yang diikuti dalam pameran tersebut. Hal ini disebabkan dari sembilan perusahaan yang lolos seleksi awal lebih banyak perusahaan dari sektor *non game*, maka terdapat opsi untuk melakukan kurasi kembali kepada perusahaan sektor *game* dengan tetap menjunjung persyaratan dari TFO Kanada. Untuk calon peserta XDS yang bukan dari sektor *game*, diusulkan untuk difasilitasi kegiatan *business matching* pada waktu dan tempat yang bersamaan dengan pelaksanaan pameran XDS. Terkait hal tersebut, diharapkan TFO Kanada bersama Atase Perdagangan Ottawa dapat memfasilitasinya.

## **2. Pertemuan dengan Asosiasi ACG**

Pertemuan dilaksanakan pada tanggal 19 Januari 2023 di ruang rapat lantai 13 Gedung Utama Kementerian Perdagangan dan dipimpin langsung oleh Direktur Pengembangan Ekspor Jasa dan Produk Kreatif, Ditjen PEN Kemendag, serta dihadiri oleh perwakilan dari AINAKI, AKSI, dan AGI.

Pada pertemuan tersebut, tim ACG Dit. PEJPK meminta masukan dan mengharapkan dukungan dari asosiasi terkait program kerja di tahun 2023, khususnya untuk sektor ACG, mengingat adanya kerja sama antara Ditjen PEN dengan AINAKI, AKSI, ALGI, dan ALMI yang harus diimplementasikan.

Adapun tanggapan dari asosiasi terkait dengan Program Kerja Dit. PEJPK sektor ACG, sebagai berikut:

a. Tanggapan dari AGI

- 1) Terkait program “Identifikasi Pelaku ACG Siap Ekspor”, masih banyak perusahaan *game* Indonesia, terutama yang berskala kecil, belum memiliki *promotion kit* yang mumpuni untuk melakukan ekspor, sehingga akan cukup sulit menemukan pelaku ACG yang sudah siap ekspor. Diperlukan adanya bantuan untuk pelaku ACG tersebut paham cara memasarkan produk yang baik terlebih dahulu.
- 2) Terkait program kampanye “Bangga *Game* Buatan Indonesia”, AGI bekerja sama dengan Dit. P3DN Kemendag dan Pegadaian pernah melakukan kegiatan serupa di Cihampelas Walk, Bandung. Kegiatan tersebut bisa dijadikan sebagai gambaran untuk pelaksanaan kampanye “Bangga *Game* Buatan Indonesia”
- 3) AGI pernah mengikuti pameran TGS, GCA, dan Gamescom, dan berhasil mendapatkan transaksi sebesar USD 28 juta.

b. Tanggapan dari AINAKI

- 1) Terkait program “Identifikasi Pelaku ACG Siap Ekspor”, AINAKI berharap dapat dilakukan secara kontinyu setiap bulannya, dan pelaku ACG yang sudah teridentifikasi bisa langsung dimasukkan ke InaDigi Export.
- 2) Terkait program kampanye “Bangga *Game* Buatan Indonesia”, AINAKI berharap kampanye tersebut dapat dilakukan secara kontinyu dan tidak hanya untuk sektor *Game*, tapi juga untuk Animasi dan *Comic*.
- 3) Pelaksanaannya bisa bekerjasama dengan mitra lain. Kampanyenya dapat dilakukan di spot yang tetap, namun memiliki tema yang berganti-ganti. Terkait lokasinya, AINAKI menyarankan untuk dilakukan di Jabodetabek terlebih dahulu, dan bisa dilakukan dengan memanfaatkan *space* kosong yang sering dilalui oleh masyarakat, seperti di stasiun dan bandara, atau fasilitas umum lainnya.

- 4) Dengan menggunakan kontainer 32 *feet* untuk *boothnya*, nantinya akan ada layar untuk pengunjung bisa mencoba produk yang ditawarkan. Untuk membuat kampanye berjalan lancar, asosiasi akan *support* dari segi desain dan mengusulkan *space* yang cocok untuk dijadikan lokasi kampanye. Dananya pun bisa *sharing* antara Kemendag dan asosiasi, atau bisa juga mendapatkan dana melalui sponsor.
- 5) Terkait pameran luar negeri, harus dikoordinasikan terlebih dahulu dengan perusahaan sektor ACG yang menjadi kandidat untuk mengikuti pameran, karena pelaku yang masih berskala kecil biasanya masih belum mempunyai dana yang cukup untuk mengikuti pameran luar negeri.
- 6) Untuk program Sosialisasi Produk IP ke BUMN dan Pelaku Ekspor, konsepnya mungkin bisa dibalik menjadi pelaku ACG yang mendatangi perusahaan BUMN dan eksportir. Dalam hal ini Kemendag bisa membantu mengirimkan surat pengantar kepada Kementerian BUMN agar dapat meneruskan ke perusahaan BUMN untuk mendukung program tersebut. Kemendag juga bisa bekerja sama dengan Kemenkomarves, Kemenparekraf, dan Kominfo agar sosialisasi dapat berjalan lebih baik.

### 3. Pertemuan dengan Kemendikbud

Pertemuan ini dilaksanakan dalam rangka membahas kemungkinan adanya kerja sama antara Kemendag dan Kemendikbud pada bidang fashion dan ACG. Dilaksanakan pada tanggal 19 Januari 2023 di ruang rapat lantai 17 Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi. Dipimpin langsung oleh Direktur Kemitraan dan Penyelarasan Dunia Usaha dan Dunia Industri, Direktorat Jenderal Pendidikan Vokasi, Kemdikbud RI serta dihadiri oleh Tenaga Ahli khusus Menteri untuk Bidang Strategi Komunikasi.

Terkait sektor ACG, Kemendikbud sudah pernah bekerja sama dengan Cipta Kreasi Indonesia (CAKRA), AGI, dan Gamelab. Permasalahan utama yang harus diselesaikan oleh pemerintah

adalah bagaimana meningkatkan *awareness* dari masyarakat kepada *game* buatan *developer* Indonesia dengan cara yang *out of the box*. Saat ini Kemendikbud sedang bekerja sama dengan Politeknik Negeri Batam dalam proses pembuatan *game* untuk menjadi narasi dalam meningkatkan *awareness* vokasi yang tidak membosankan.

Ke depannya diharapkan akan ada *pilot project* yang dapat dikerjakan bersama oleh Kemendikbud dan Kemendag. Untuk menjalankan *project* tersebut, Kemendikbud masih memiliki anggaran dari *match funding*. Tim Kemendikbud akan melakukan kunjungan ke kantor Kemendag untuk melakukan pembahasan lebih lanjut dari rencana *pilot project* yang dapat dikerjakan bersama.

***Focus Group Discussion  
"Review Project Charter  
KNEKS" Berdasarkan Hasil  
Rapat Pleno KNEKS III***

Direktorat Pengembangan Ekspor Jasa dan Produk Kreatif menghadiri undangan *Focus Group Discussion "Review Project Charter KNEKS"* pada tanggal 12-14 Januari 2023 untuk membahas penyesuaian kegiatan K/L untuk mendukung percepatan ekspor UKM industri halal nasional.

Pada tahun 2022 telah dilakukan kegiatan oleh K/L dalam rangka mendukung percepatan pengembangan ekosistem halal nasional antara lain:

1. Pelaksanaan TEI Kemendag dengan menghasilkan estimasi nilai ekspor produk halal sebesar USD 1,34 miliar.
2. Pelaksanaan ISEF BI dengan menghasilkan nilai komitmen transaksi ekspor selama acara sebesar USD 4,23 juta.
3. Pelaksanaan JMFW Kemendag dengan menampilkan karya dari 144 desainer dengan 1000 lebih koleksi. JMFW 2022 mendatangkan *buyer* dari 16 negara dengan total komitmen transaksi tercatat per Oktober 2022 sebesar Rp 206 miliar.
4. Penandatanganan MoU antara Nusantara Fashion House Malaysia dengan 65 UKM pelaku usaha *fashion* muslim.

Terdapat beberapa target pengembangan produk halal di tahun 2023 yang sesuai dengan tugas dan fungsi Kementerian Perdagangan yaitu:

1. Kuartal 1: penyusunan strategi kampanye produk halal, penetapan Negara Tujuan Ekspor (NTE) produk halal prioritas, peningkatan

jejaring inkubasi eksportir, dan *launching* Nusantara Fashion House di Malaysia.

2. Kuartal 2: Peluncuran kampanye produk halal Indonesia di negara tujuan.
3. Kuartal 3: Prioritas sertifikasi halal bagi UKM eksportir produk halal, keterlibatan BPJPH dalam pameran dagang internasional.
4. Kuartal 4: Penguatan peran ITPC & Atdag serta *coaching & mentoring* bagi pengembangan produk ekspor halal.

Menanggapi hasil capaian di tahun 2022 dan target pengembangan produk halal tahun 2023, ada beberapa hal yang ditekankan sebagai berikut:

1. Untuk menjamin efektifitas pelaksanaan kegiatan maka kolaborasi dan sinergi program antara K/L perlu ditingkatkan.
2. Khusus terkait pelaksanaan *event* JMFW, terutama dari sisi kehadiran *buyer*, maka tahun 2023 pelaksanaan JMFW akan kembali dilaksanakan *back to back* dengan TEI 2023.
3. Kegiatan Indonesia Sharia Economic Festival (ISEF) yang diselenggarakan oleh Bank Indonesia diharapkan dapat dilaksanakan bersamaan dengan TEI 2023.

Sebagai tindak lanjut dari FGD, akan dilakukan koordinasi dengan Bank Indonesia terkait rencana pelaksanaan ISEF dan TEI yang diusulkan untuk dilaksanakan secara bersamaan, serta berkoordinasi dengan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif terkait pelaksanaan seminar dan inkubasi JMFW.

## **Kunjungan Kerja ke Arab Saudi**

Kunjungan kerja Dirjen PEN ke Arab Saudi dalam rangka mendampingi Menteri Perdagangan dilaksanakan pada tanggal 20-23 Januari 2023. Dalam kunjungan kerja ini terdapat beberapa rangkaian kegiatan sebagai berikut:

### **1. Dialog Bisnis dengan Pelaku Usaha Arab Saudi dan Indonesia**

Pertemuan dihadiri oleh Konsul Jenderal RI di Jeddah, ITPC Jeddah, dan 20 pebisnis Arab Saudi dan Indonesia serta perwakilan dari KADIN Indonesia.

Dalam pertemuan ini membahas kinerja perdagangan Indonesia-Arab Saudi. Arab Saudi merupakan salah satu negara mitra dagang non tradisional Indonesia di Timur Tengah dengan total

perdagangan bilateral mencapai USD 7 miliar (Januari - November tahun 2022). Tercatat *trend* positif dari ekspor non migas Indonesia senilai USD 1,83 miliar dan impor non migas senilai USD 842,3 juta. Selain itu, dibahas juga peran diaspora dalam memajukan perdagangan bilateral Indonesia dan Arab Saudi.

## **2. Pertemuan dengan Saudi-Indonesia *Business Council* dan Pelaku Usaha Arab Saudi.**

Pertemuan difasilitasi oleh Syech Ibrahim Assubaie (*shareholder* Al Bilad Bank) dan dihadiri oleh perwakilan KADIN Jeddah dan Makkah, sektor ritel Arab Saudi (Danube/Bin Dawood, Panda, LuLu) serta Saudi Arabia *Muassasah Mutawwif Pilgrim for South East Asia*. Beberapa hal yang diangkat dalam pertemuan *business council* dengan para pelaku usaha Arab Saudi, yaitu:

- a. Fokus Indonesia dalam memperkuat hubungan dagang dengan negara mitra non tradisional, melalui perjanjian PTA/FTA/CEPA baik bilateral dengan Arab Saudi atau *Gulf Cooperation Council* (GCC).
- b. Kesiapan Indonesia untuk memasok *consumer goods* yang diperlukan oleh Arab Saudi, seperti makanan olahan, briket batok kelapa, kertas, pakaian, *plywood*, alas kaki, dan produk konsumsi harian lainnya.
- c. Upaya Indonesia menjadi pusat produk Halal Dunia di tahun 2024 dengan penguatan standar, kualitas, kuantitas, permodalan, keberlanjutan, dan keterampilan.

## **3. Forum Bisnis Indonesia-Arab Saudi dan *Business Matching***

Kegiatan forum bisnis Indonesia-Arab Saudi difasilitasi oleh *Federation of Saudi Chamber of Commerce*. Diikuti oleh 60 pelaku bisnis dari kedua negara dan dibuka oleh Mr. Nazar Al Harkan (*Deputy Chairman*). Diskusi panel dihadiri oleh Ketua Komite Bilateral Arab Saudi dan Multilateral GCC, KADIN Indonesia, perwakilan *Investment Saudi*, Saudi Exim Bank, dan *The National Center for Palms and Dates* Saudi Arabia. Beberapa poin yang dikemukakan dalam forum bisnis antara lain:

- a. *Outlook* ekonomi Indonesia tahun 2030 dengan pendapatan per kapita sebesar USD 15.000, proyeksi ekonomi terbesar ke-7 di dunia pada tahun 2030 dan ke-4 pada tahun 2050.
- b. Sejak 2016, Arab Saudi bertransformasi menuju Visi 2030 meliputi perubahan fundamental di sektor ekonomi melalui investasi di proyek raksasa.

*Business Matching* membukukan potensi nilai transaksi sebesar USD 155,7 juta ( $\pm$ Rp 2,3 triliun) untuk produk minyak sawit, beras, briket tempurung kelapa, rempah, tuna kaleng, sayuran, ketan hitam, makanan olahan, dan investasi sektor kecantikan. Nilai potensi terus bertambah sesuai tindak lanjut para pelaku usaha.

#### **4. Pertemuan Bilateral dengan Menteri Perdagangan Arab Saudi, Sekretaris Jenderal *Gulf Cooperation Council* (GCC), dan Presiden Eksekutif Saudi *Food and Drug Authority* (SFDA)**

Dalam pertemuan bilateral dengan Menteri Perdagangan Arab Saudi, Majid bin Abdullah Al-Qasabi, kedua pihak sepakat untuk meningkatkan hubungan perdagangan melalui pembentukan perjanjian perdagangan yang lebih mendalam, baik secara bilateral maupun secara regional dengan GCC dan memfasilitasi pertemuan reguler pelaku usaha kedua negara dalam forum bisnis.

Pertemuan dengan Sekretaris Jenderal Dewan Kerja Sama negara-negara Arab Teluk (GCC) Nayef Falah M Al-Hajraf di Riyadh, menghasilkan kesepakatan untuk segera memulai perundingan Indonesia–GCC *Economic Partnership Agreement* (IGCC-EPA) atau Indonesia-GCC *Free Trade Agreement* (IGCC - FTA), dan memerintahkan agar tim teknis segera menindaklanjuti.

Pertemuan dengan Presiden Eksekutif Saudi *Food and Drug Authority* (SFDA) Hisham bin Saad Al-Jadhey, mendapatkan tanggapan positif berupa komitmen untuk memfasilitasi proses registrasi produk Indonesia termasuk terkait biaya dan menyelesaikan pembahasan jaminan kualitas produk halal. Sehingga produk Indonesia dapat masuk ke pasar Arab Saudi khususnya untuk para jamaah haji Indonesia.



## 1.2. Peningkatan Ekspor Produk Manufaktur

**Pelaksanaan Rapat Koordinasi Persiapan Partisipasi Indonesia Sebagai Official Partner Country Hannover Messe 2023** Direktorat Pengembangan Ekspor Produk Manufaktur (Dit. PEPM) menghadiri rapat koordinasi partisipasi Indonesia sebagai *official partner country* Hannover Messe (HM) 2023 pada tanggal 9 Januari 2023 di Kantor Kementerian Perindustrian (Kemenperin). Tujuan dilaksanakannya rapat ini adalah untuk membahas tugas dan peran panitia nasional dalam HM 2023.

Rapat koordinasi dipimpin oleh Dirjen KPAII didampingi Direktur Akses Sumber Daya Industri dan Promosi Internasional. Dihadiri oleh Sekretaris Ditjen PEN dan perwakilan dari Deutsche Messe AG (DMAG) yaitu *event organizer* untuk *event* HM 2023.

HM merupakan pameran teknologi industri terbesar berskala internasional yang diadakan setiap tahun di Hannover, Jerman. Dalam penyelenggaraan HM tahun 2023, Indonesia kembali terpilih sebagai *official partner country*, di mana sebelumnya Indonesia pernah menjadi *official partner country* saat pelaksanaan HM *digital edition* tahun 2021. Indonesia merupakan negara pertama di ASEAN yang terpilih sebagai *official partner country*. Hal ini juga dapat mendukung upaya Indonesia untuk melakukan *national branding* atas posisi Indonesia sebagai salah satu kekuatan baru ekonomi dunia dan pemain manufaktur global.

Luas lahan untuk HM 2023 adalah 3.000 m<sup>2</sup> dengan rincian 1.500 m<sup>2</sup> digunakan untuk paviliun nasional dan 1.500 m<sup>2</sup> *co-exhibitors* yang diharapkan dapat menampung sekitar 150 perusahaan. Total keseluruhan lahan *venue* Hannover Fairground adalah 200.000 m<sup>2</sup> yang terdiri atas 27 *hall*. Namun untuk HM 2023 karena dilaksanakan pasca pandemi, maka hanya akan menggunakan setengah dari jumlah *hall* yang ada. Diharapkan HM 2023 ini dapat menarik sekitar 2.000-2.500 peserta.

HM 2023 akan dibuka oleh Presiden RI dengan didampingi Kanselir Jerman Olaf Scholz. Presiden direncanakan akan hadir di Hannover setelah kunjungan kenegaraan di wilayah Eropa. Pembukaan pameran HM 2023 akan dilaksanakan pada 16 April 2023 pukul 18.00, dan dihadiri oleh *co-exhibitor* seluruh peserta.

Fokus utama dalam HM 2023 adalah *Making Indonesia 4.0* dengan maksud untuk memamerkan kemajuan teknologi nasional dengan prioritas utama antara lain industri kimia, otomotif, makanan minuman, elektronik, alat kesehatan, farmasi, dan tekstil. Fokus isu lainnya yang juga akan ditampilkan oleh Indonesia yaitu *start up, investment and industrial parks, sustainability and energy transition, human capital*, serta *HM display*. HM 2023 akan lebih banyak menampilkan konsep dan kemajuan teknologi. Oleh karena itu format pameran sebagian besar akan berbentuk digital dan *prototype*.

HM 2023 akan dilaksanakan pada tanggal 17-21 April 2023, dengan beberapa *highlight* kegiatan antara lain:

1. 16 April 2023: Pembukaan yang dilengkapi dengan performance untuk menampilkan keunggulan teknologi Indonesia.
2. 17 April 2023: *business summit* antara KADIN dan BDI Jerman dan dihadiri langsung oleh Presiden.
3. 19 April 2023: *Indonesia Night*
4. Selain itu akan dilaksanakan juga kegiatan seminar/ konferensi.

Kemenperin mengharapkan Kemendag dapat memberikan dukungan partisipasi Indonesia sebagai *partner country* HM 2023. Beberapa hal yang ditawarkan diantaranya:

1. Kemenperin menyediakan *booth* untuk K/L yang dapat dimanfaatkan untuk menampilkan informasi terkait kebijakan K/L.
2. Kemendag dapat berperan dalam penjaringan peserta perusahaan yang akan dikurasi oleh Kemenperin untuk diikutsertakan sebagai *co-exhibitors* dan peserta seminar atau konferensi di HM 2023.
3. Kemendag dapat menyelenggarakan seminar yang terkait dengan isu-isu dan kebijakan perdagangan (EU-Indonesia CEPA, dan hal-hal lain yang menjadi ranah dari Kemendag).

### 3.3. Peningkatan Ekspor Produk Primer

#### **Persiapan Pelaksanaan Expo Indonesia en Mexico Tahun 2023**

Sehubungan dengan persiapan pelaksanaan Expo Indonesia en Mexico yang akan diselenggarakan pada tanggal 3-7 Agustus 2023 di Mexico City, telah dilaksanakan rapat bersama dengan Kepala dan Wakil Kepala ITPC serta Calon Kepala ITPC Mexico City pada 13 Januari 2023.

Expo Indonesia en Mexico merupakan pameran terpadu untuk sektor perdagangan, investasi, pariwisata, dan budaya yang akan dilaksanakan di World Trade Center (WTC), Mexico City, dengan menempati satu *hall* dengan luas sekitar 3.000 m<sup>2</sup>. Pemilihan WTC ini dengan mempertimbangkan kedekatan dan kemudahan fasilitas publik.

Beberapa pertimbangan pemilihan dan penyelenggaraan Expo Indonesia en Mexico antara lain:

1. Populasi penduduk Mexico tercatat ±130 juta dengan luasan wilayah ±1,97 juta km<sup>2</sup>. GDP Mexico sebesar USD 1,08 triliun dengan kontributor utama dari sektor jasa sebesar 60%, industri 29%, dan pertanian 3,8%.
2. Dalam konteks perdagangan internasional, Mexico menjadi anggota dalam kerja sama perdagangan internasional seperti CPTPP, Pasific Alliance, USMCA, EU-Mexico Trade Agreement, dengan total 14 perjanjian FTA dan melibatkan lebih dari 50 negara.
3. Total perdagangan Indonesia-Mexico periode Januari-November 2022 sebesar USD 1,86 miliar. Neraca perdagangan bilateral tahun 2022 mencatatkan surplus USD 1,2 miliar bagi Indonesia. Ekspor non migas Indonesia periode Januari-November 2022 sebesar USD 1,47 miliar dan impornya sebesar USD 313 juta, sehingga menghasilkan surplus yang tinggi dari sektor non migas sebesar USD 1,16 miliar.
4. Untuk lima produk ekspor utama Indonesia ke Mexico adalah kendaraan bermotor (1.500cc-3.000cc dan 1.000cc-1.500cc), alas kaki, kertas, produk kertas, dan karet alam. Sedangkan untuk produk asal impor yaitu peralatan komunikasi, *cotton*, mesin pengolah data, pompa dan kompresor, serta peralatan mesin.

5. Pada level perdagangan antara Mexico dengan negara ASEAN, Indonesia menduduki peringkat ke-6 dengan nilai USD 1,8 miliar. Adapun negara lain adalah Malaysia (USD 11 miliar), Vietnam (USD 6,5 miliar), Thailand (USD 3 miliar), dan Singapura (USD 2,5 miliar).

Agenda Expo secara umum meliputi pameran dagang dan investasi, promosi potensi pariwisata Indonesia, *business matching*, panggung budaya, *workshop*, seminar dan diskusi, serta promosi kuliner. Pameran menargetkan potensial transaksi sebesar USD 250 juta.

Dalam rapat ini, pihak ITPC menyampaikan bahwa sejauh ini KBRI belum memilih dan menetapkan PEO pelaksana Expo Indonesia en Mexico, namun telah menerima dua konsep dari calon PEO yakni Kreya dan Brenda. Pihak Kreya mengajukan pembiayaan sebesar Rp 24 miliar (anggaran tidak mencukupi). Sedangkan untuk Brenda diharapkan angka penawaran dibawah nilai pengajuan dari Kreya. Pihak KBRI dan ITPC masih akan membahas kesesuaian anggaran yang ada di Ditjen PEN dan ITPC.

Pihak KBRI akan mengundang Kementerian/Lembaga, Pemerintah Daerah, dan Asosiasi, serta pelaku usaha mandiri untuk berpartisipasi di Expo Indonesia en Mexico. Kementerian/Lembaga yang ditargetkan diantaranya Kementerian Perdagangan, Kementerian Pariwisata, Kementerian Perindustrian, Kementerian BUMN termasuk BUMN (BERDIKARI, PT PAL, PT DI, PT PINDAD, Biofarma, Peruri, dan INKA). Sedangkan Pemerintah Daerah yang telah diundang adalah Provinsi Jambi, Jateng, Lampung, NTT, Kalbar, Yogyakarta, dan Sulut. Saat ini yang sudah memberikan respon baru dua provinsi yakni Jawa Tengah (12 *booth*) dan Jambi.

Untuk memudahkan konsolidasi pengiriman barang, KBRI akan bekerja sama dengan pihak ketiga yang akan mengatur seluruh keperluan peserta K/L , Pemda, Asosiasi, dan lain-lain, mulai dari keberangkatan, akomodasi, dan pengiriman barang ke Mexico. Pihak ketiga yang akan diajak kerja sama adalah PT Debindo dan Tensil Media (Kehumasan).

### 3.4. Peningkatan Pelayanan Hubungan Dagang dan Informasi Ekspor

#### **Forum Optimalisasi Pengembangan Ekspor Daerah Perbatasan di Marketing Point Entikong dan Kunjungan Koordinasi Rencana Kegiatan Pengembangan Ekspor 2023 dengan Konsulat Jenderal Indonesia di Malaysia**

Forum Optimalisasi Pengembangan Ekspor Daerah Perbatasan di Marketing Point Entikong dilaksanakan pada tanggal 24 Januari 2023 dan koordinasi rencana kegiatan 2023 dengan KJRI Kuching di Sarawak, Malaysia, pada tanggal 25 Januari 2023.

Kedua kegiatan ini merupakan kerja sama antara Direktorat Pengembangan Pasar dan Informasi Ekspor, Dinas Perindustrian Perdagangan dan ESDM (Disperindag ESDM) Provinsi Kalimantan Barat, *Marketing Point* Entikong, dan Konsulat Jenderal Republik Indonesia Kuching (KJRI Kuching). Tujuan dilaksanakan kegiatan ini untuk melakukan penetrasi pasar produk Indonesia ke Malaysia.

Kegiatan Forum Optimalisasi Pengembangan Ekspor Daerah Perbatasan dihadiri oleh Direktur Pengembangan Pasar dan Informasi Ekspor, Kepala Pos Lintas Batas Negara Entikong (PLBN Entikong), dan para pelaku ekspor di wilayah Kalimantan Barat. Kunjungan serta koordinasi kegiatan diskusi pengembangan ekspor 2023 dilakukan secara luring dan daring dengan KJRI Kuching dan *Malaysia External Trade Development Corporation* (MATRADE). Dalam rangkaian acara tersebut dilakukan peninjauan potensi perdagangan perbatasan lewat Aruk di dampingi oleh Kepala PLBN Aruk, Kab. Sambas, Kalimantan Barat.

Forum Optimalisasi Pengembangan Ekspor Di Daerah Perbatasan diikuti secara *offline* oleh 25 pelaku usaha ekspor dan instansi terkait, dengan rincian satu peserta eksportir dari Jakarta dan 24 eksportir dan instansi terkait di Kalimantan Barat. Eksportir memiliki produk beragam, diantaranya produk pertanian, rempah-rempah, sarang burung walet, dan produk tekstil.

Kegiatan Kunjungan dan koordinasi kegiatan pengembangan ekspor 2023 untuk wilayah perbatasan diikuti secara luring dan daring oleh berbagai *stakeholder* perbatasan dan pelaku usaha sebanyak 35 orang.

#### **Forum Optimalisasi Pengembangan Ekspor Daerah Perbatasan**

Pada kegiatan Acara Forum Optimalisasi Pengembangan Ekspor Daerah Perbatasan, disampaikan beberapa informasi diantaranya adalah:

1. Kementerian Perdagangan melalui Direktorat Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional telah melakukan berbagai kegiatan dalam meningkatkan kapasitas pelaku usaha ekspor dan memberikan hasil positif terhadap peningkatan nilai ekspor pelaku usaha di tahun 2022. Pada tahun 2023, Ditjen PEN kembali menyediakan berbagai program-program unggulan sebelumnya bagi para pelaku usaha, diantaranya sertifikasi produk, pendampingan produk, hingga TEI ke-38.
2. Dalam rangka melakukan pelayanan informasi bagi para pelaku usaha, Ditjen PEN melalui Direktorat Pengembangan Pasar dan Informasi Ekspor menyediakan *platform* digital yaitu Inaexport.id. Para pelaku usaha dapat mengakses layanan dan fitur yang tersedia berupa *request inquiry*. Informasi *market intelligence*, data pelaku usaha, dan produk ekspor. Pada tahun 2022 telah dikembangkan juga Inaexport versi *mobile*.
3. *Marketing Point* didirikan dalam upaya meningkatkan ekspor serta peran perdagangan lintas batas. Keberadaan *Marketing Point* Entikong diharapkan dapat dimanfaatkan para eksportir Indonesia dan *buyer* luar negeri khususnya Malaysia untuk saling bertukar informasi yang dibutuhkan kedua negara dengan memanfaatkan fasilitas PLBN sebagai tempat promosi serta pelayanan terkait ekspor.
4. Pada tanggal 24 November 2022 telah dilaksanakan kegiatan *business matching* dengan *buyer* dari Everrise Malaysia dan sukses menghasilkan akses baru bagi tiga pelaku usaha ekspor Indonesia berupa produk madu, pakaian dalam, dan krupuk. Kedepannya akan dilaksanakan kegiatan serupa di *Marketing Point* Entikong bekerja sama dengan *stakeholder* terkait.
5. Pada kegiatan selanjutnya diharapkan dapat dilakukan secara berkala dan dapat dijadikan momentum untuk memberikan informasi secara intens serta mendorong perluasan akses pasar ekspor bagi produk Indonesia di wilayah Kalimantan Barat pada khususnya.

Administrator PLBN Entikong menyampaikan paparan sebagai berikut:

1. Administrator merupakan Kabid Pengelolaan PLBN yang memiliki tugas memberikan fasilitasi pelayanan dan pengawasan bagi pelintas batas negara secara tertib dan lancar serta melakukan pengelolaan kawasan PLBN. Dalam mendukung perdagangan barang, PLBN menyediakan berbagai fasilitas pendukung di wilayah PLBN, diantaranya gedung karantina pertanian dan perikanan, jembatan timbang dan *x-ray* kargo.
2. Tata cara yang perlu dipersiapkan oleh para pelaku eksportir sebelum melakukan ekspor melalui PLBN, yaitu :
  - a. Menentukan produk atau barang yang akan di ekspor.
  - b. Memanfaatkan sosial media untuk promosi.
  - c. Memanfaatkan fasilitas ekspor yang disediakan pemerintah seperti [Inaexport.id](http://Inaexport.id).
  - d. Memahami proses pengiriman barang melalui Keputusan Menteri Perdagangan No. 36/KP/III/95 tentang perdagangan lintas batas.
  - e. Memenuhi legalitas NPWP, NIK, SIUP, TDP.
  - f. Dokumen ekspor, *invoice*, *packing list*, dan *bill of lading*.
3. Komoditi ekspor utama produk pertanian melalui PLBN Entikong tahun 2022, diantaranya lada biji, bungkil kelapa, gula kelapa, serta buah-buahan, durian, jeruk, naga, pisang, salak, dan semangka. Sedangkan untuk produk pertanian yaitu udang wangkang, udang dogol, dan ikan bawal hitam.
4. Perdagangan di tiga bulan terakhir, September sampai Desember 2022, relatif mengalami peningkatan perdagangan di sektor pertanian maupun perikanan.
5. Total nilai ekspor produk pertanian dan perikanan di tahun 2022 yang melalui PLBN Entikong adalah sebesar Rp 24,6 miliar dimana sektor pertanian menghasilkan nilai ekspor sebesar Rp 19,3 miliar dan sektor perikanan sebesar Rp 5,3 miliar.

Acara dilanjutkan dengan diskusi panel serta tanya jawab yang di moderatori oleh Ketua Tim Bidang Layanan Promosi dan Informasi

Pasar, serta melibatkan para peserta yang hadir yaitu PT Makmur Kita Perkasa, Bumdes dan Pengusaha Sarang Burung Walet.

1. Ibu Jurika, pelaku usaha serta pengurus Hipmikindo Indonesia asal Jakarta, berharap barang-barang yang diekspor sebaiknya bukan merupakan bahan baku kasar atau *raw material*. Melihat potensi ekspor produk pertanian dan perikanan ke Malaysia melalui PLBN Entikong yang meningkat. Diharapkan pemerintah dapat memberikan pelatihan ataupun pembinaan bagi pelaku usaha untuk meningkatkan nilai ekspor tersebut agar dapat melakukan pengolahan barang lebih lanjut.
2. Bapak Viktorious Dunand, Administrator PLBN Entiong, menanggapi dan menambah komentar bu Jurika bahwa dibutuhkan investor pada produk-produk unggulan pertanian dan perikanan Kalimantan Barat.
3. Ibu Lindiana dari PT Makmur Kita Perkasa, dengan produk rempah-rempah dari Pontianak menanyakan mengenai Inaexport. Perwakilan dari Dit. P2IE menanggapi pertanyaan mengenai pelayanan teknis InaExport akan ditindaklanjuti kemudian melalui *whatsapp* atau *email*.
4. Bapak Suadi, pelaku ekspor sarang burung walet, menanyakan negara tujuan ekspor produk potensialnya. Beliau menyatakan bahwa Tiongkok merupakan negara atau *buyer* terbaik untuk sarang burung walet.

Bapak Syahroni, Bumbu Desa (Bumdes), dengan produk hasil pertanian, ingin memperoleh informasi importir dan InaExport agar bisa menampilkan informasi terkait pelaku usaha ekspor

### **Kunjungan dan Koordinasi Kegiatan Pengembangan Ekspor Daerah Perbatasan Tahun 2023 dengan KJRI Kuching, Malaysia dan PLBN Aruk**

KJRI Kuching dalam pembahasannya menyampaikan dukungan agar lebih banyak produk bisa diekspor dari lintas batas dengan pendekatan terhadap *stakeholder* secara intens dan berkala. KJRI Kuching juga menyediakan fasilitas pameran yang diadakan di Kuching dan berkomitmen untuk menyediakan informasi *buyer* dari Malaysia bagian timur (Sabah dan Sarawak).



Matrade menyampaikan harapannya agar pos lintas batas juga dapat digunakan untuk menjual produk Malaysia yang dibutuhkan oleh Indonesia seperti mesin dan peralatan mekanis lainnya. Jalur yang menghubungkan Kuching dan Kalimantan Barat memiliki potensi logistik yang lebih efisien dari segi harga dan waktu dibandingkan jalur Malaysia bagian semenanjung.

Dalam pertemuan yang dihadiri oleh berbagai pihak terkait dan dari para pelaku usaha diinformasikan akan turut mendukung kegiatan ekspor di wilayah perbatasan. Dalam kunjungan ini dipaparkan juga peran Ditjen PEN melalui Direktorat Pengembangan Pasar dan Informasi Ekspor dalam mendukung kegiatan ekspor khususnya di wilayah perbatasan.

Disela kegiatan koordinasi dilakukan juga kunjungan ke PLBN Aruk untuk membahas potensi perdagangan lewat perbatasan Aruk hingga rencana untuk mendirikan ruang pameran Inaexport. Keberadaan ruang Inaexport diharapkan dapat menjadi tempat promosi serta pelayanan ekspor di wilayah perbatasan. Komoditi yang paling banyak di ekspor lewat perbatasan Aruk adalah produk pertanian dan perikanan.

### **Focus Group Discussion The 23rd INACRAFT 2023**

*Focus Group Discussion* (FGD) diselenggarakan oleh Asosiasi Eksportir dan Produsen Handicraft Indonesia (Asephi) yang bekerja sama dengan PT Mediatama Binakreasi pada tanggal 24 Januari 2023 bertempat di Hotel Veranda. Tujuan diadakan FGD ini untuk memberikan legitimasi produk makanan dan minuman (mamin) dapat tampil dalam pameran INACRAFT.

Asephi merupakan wadah baru bagi produsen dan eksportir *handicraft* Indonesia yang berdiri sejak 5 April 1975 dan saat ini semakin berkembang dengan *event* tahunan INACRAFT dikalangan perajin *handicraft* dan pemerhati bidang kerajinan. Pada tahun 2023, INACRAFT mengangkat Provinsi Sulawesi Selatan sebagai ikon INACRAFT dengan judul “*The Authentic of South Sulawesi*” dengan tetap mendukung tema utamanya yaitu “*From Smart Village to the Global Market*”. Pameran INACRAFT direncanakan akan mengikutsertakan produk dari mamin yang terdapat unsur kerajinannya.

Keikutsertaan produk yang berasal dari mamin terdapat unsur kerajinannya dikarenakan pada saat tren wisata tidak lagi banyak yang mengunjungi produk-produk kerajinan, melainkan lebih tertarik dengan kulinernya. Sejumlah produk mamin merupakan kategori Warisan Budaya Tak Benda (WBTB) berdasarkan PERMENDIKBUD No. 106/2013 yang terdiri dari beberapa kategori, salah satunya memiliki keterampilan dan kemahiran kerajinan tradisional.

Ditjen Industri Kecil dan Menengah (IKM) dalam paparannya menyampaikan bahwa Kementerian Perindustrian (Kemenperin) memiliki program restrukturisasi mesin dan/atau peralatan IKM dengan persyaratan yang harus dipenuhi oleh IKM penerima restrukturisasi tersebut. Selain itu, program kerja Kemenperin terdapat pendampingan dan sertifikasi HACCP, *platform* e-kemasan IKM, dan *Indonesia Food Innovation*.

Ditjen PEN Kemendag menyampaikan paparan terkait dengan informasi ekspor serta fasilitas layanan kepada pelaku usaha untuk meningkatkan ekspor melalui Good Design Indonesia, Designer Dispatch Service, Inaexport, Marketing Point, Export Center Surabaya, dan Permanent Trade Exhibition. Selain itu, terdapat Perwakilan Perdagangan yang terdiri dari 24 Atase Perdagangan, 19 ITPC, 1 (satu) Konsuldag, 1 (satu) KDEI, dan 1 (satu) Dubes WTO.

Seiring kemajuan teknologi informasi dan komunikasi, Badan POM juga melakukan inovasi dan terobosan dengan digitalisasi pada pengendalian kualitas obat dan makanan. Surat Keterangan Ekspor (SKE) Pangan Olahan merupakan bentuk dukungan Badan POM untuk ekspor pangan Indonesia. SKE ini tidak bersifat waiib, tetapi mengikuti persyaratan negara tujuan ekspor. Apabila negara tujuan ekspor mempersyaratkan SKE, maka Badan POM siap untuk memfasilitasi. SKE dapat berupa *Health Certificate* (HC) atau *Certificate of Free Sale* (CFS). HC menyatakan bahwa produk aman dikonsumsi oleh manusia. HC dapat diberikan untuk produk yang terdaftar di BPOM/Dinas Kesehatan atau pun produk yang tidak terdaftar (produk khusus ekspor atau bahan baku). CFS menyatakan bahwa produk bebas diperjualbelikan di Indonesia. Oleh karena itu, CFS hanya dapat diberikan apabila produk yang diekspor diperjualbelikan secara bebas di Indonesia, yang dibuktikan dengan Nomor Izin Edar untuk program pangan.

## 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 Januari 2023, dengan rincian sebagai berikut:

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

Pelayanan hubungan dagang yang diterima InaExport pada bulan Januari 2023 berjumlah 33 permintaan hubungan dagang dan informasi lainnya yang disampaikan melalui *email* kepada InaExport. Permintaan tersebut berasal dari luar negeri sebanyak 32 permintaan.

Adapun permintaan hubungan dagang berasal dari perwakilan RI di luar negeri yaitu dari Jepang, Nigeria, Belanda, Spanyol, Pakistan, China, Portugal, Korea Selatan, Sri Lanka, Kuwait, dan Madagaskar. 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 perhiasan perak, keripik pisang, cengkeh, palm acid, bungkil kopra, tepung (tepung terigu, tepung beras, dan tepung jagung), gula putih, kopi *sachet*, mie instan, permen & permen jahe, *frozen bread*, *pastry*, *croissant*, ikan patin (basa) *fillet*, tuna kaleng, daging sapi, *sunflower oil*, *footwear*, serta mur & baut.

Permintaan 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, 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***

Setelah Pemerintah Pusat mencabut status PPKM di Indonesia. 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](mailto:csc@kemendag.go.id) dan *offline* dengan tatap muka langsung pada hari kerja mulai pukul 08.00 s.d 16.00 WIB. Pada periode ini, tercatat 105 orang telah mengunjungi PTE untuk melakukan konsultasi bisnis.

### **B. *Permanent Trade Exhibition* (PTE)**

Pada periode Januari 2023, perusahaan yang memanfaatkan ruang pameran (PTE) sebanyak 182 perusahaan. Terdapat sembilan perusahaan yang baru naik *display* yaitu PT Satoria Agro, PT Lautan Natural Krimerindo, PT Hermon Solusi Indonesia, PT Supranusa Indogita, PT Jaya Makmur Indonesia, PT Cantik Alam Sentosa, PT Central Proteina Prima Tbk., PT Strong Indonesia, dan PT Mitratani Dua Tujuh. Sementara itu, terdapat dua perusahaan yang turun *display* pada periode ini, yaitu PT Untung Bersama Sejahtera dan PT Growth Asia.

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* 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 Januari 2023 adalah sebagai berikut:

### **1. Business Reception 12 Januari 2023**

*Business Reception* 12 Januari 2023 dihadiri oleh beberapa perwakilan dari Kedutaan Besar Republik Tanzania, Kedutaan Besar Republik Mozambique, Kedutaan Besar Republik Demokratik Timor Leste, PT Mitratani Dua Tujuh, PT Strong Indonesia, PT Central Prima Proteina Tbk., dan PT Surya Adipura Sapujagat.

PT Mitratani Dua Tujuh merupakan perusahaan yang bergerak di bidang agroindustri sayuran beku dengan komoditas utama kedelai jepang atau edamame. Selain edamame, PT Mitratani juga memproduksi okra, buncis, *sweet potato* (ubi jalar), dan Jusme (minuman sari edamame). Setiap tahun PT Mitratani mengeksport edamame ke negara Jepang, Amerika Serikat, Kanada, Australia, Afrika/Timur Tengah, dan Asia.

PT Strong Indonesia memproduksi *body* sepeda motor dan helm sepeda motor dengan ratusan jenis produk yang telah dipasarkan di seluruh Indonesia. PT Strong Indonesia menghasilkan produk yang berkualitas agar konsumen dapat berkendara dengan aman dan nyaman. Selain bahan dasar *body* yang berkualitas, cat *body* juga menggunakan bahan premium untuk mendapatkan kualitas sebanding dengan produk original.

PT Central Prima Proteina memproduksi udang bermutu tinggi dengan menjamin rekam jejak produk melalui pembudidayaan bibit udang yang bebas penyakit, memproduksi pakan udang bermutu,

memanen, mengolah, menyimpan dalam suhu dingin, dan mengirimkan produk-produk yang berkualitas ke luar negeri.

PT Surya Adipura Sapujagat adalah eksportir rempah-rempah bermutu tinggi dengan produk ekspor utama berupa kayu manis dan buah pala. Seluruh hasil panen didapatkan dari kebun sendiri sehingga membuat proses pengendalian mutu lebih terkendali.

## **2. Business Reception 19 Januari 2023**

*Business Reception* tanggal 19 Januari 2023 dihadiri oleh perwakilan dari Kedutaan Besar India, Kedutaan Besar Qatar, PT Dream Destination Solution Argentina, Roemah Indonesia BV/PT Roemah Indonesia Belanda, PT Supranusa Indogita, CV Nikmat Sentausa, PT Molindo Raya Industrial, dan PT Gunung Subur Sejahtera.

PT Supranusa Indogita adalah produsen terkemuka dan pengeksport produk karet Supranusa, perusahaan bersertifikat ISO 9001:2015. Produksi Supranusa juga mematuhi ketentuan yang ditetapkan sehubungan dengan keselamatan manusia dan lingkungan yang sesuai dengan REACH (*Registration, Evaluation, Authorization and Restriction of Chemicals*), standar yang dibuat oleh Badan Bahan Kimia Eropa dan lulus Pusat Uji DLG di Jerman.

CV Nikmat Sentausa merupakan perusahaan yang bergerak di bidang kerajinan pembuatan kemasan botol (anggur, air, minyak, rempah-rempah, dll), tas anyaman, tempat tisu, sumpit, dan sedotan. Bahan baku yang digunakan 100% alami dengan kualitas pilihan yang baik. Perusahaan menjual berbagai ukuran yang dapat disesuaikan dengan pesanan konsumen dan dapat menjual di dalam maupun di luar negeri.

PT Molindo Raya Industrial adalah perusahaan nasional yang bergerak di bidang manufaktur dan saat ini telah berkembang menjadi salah satu produsen etil alkohol terbesar di Indonesia. Perusahaan mulai berusaha memperkenalkan produknya ke pasar regional, terutama Asia Tenggara dan berhasil melakukan ekspor perdana ke Singapura dan Taiwan, meskipun dengan volume dan nilai yang belum signifikan. Dengan berhasilnya menembus pasar ekspor, perusahaan terus mengembangkan kemampuannya serta berinvestasi untuk dapat memproduksi etil alkohol yang

berkualitas, sehingga saat ini produk etil alkohol PT Molindo Raya Industrial dikenal sebagai produk berkualitas terbaik di Asia.

PT Gunung Subur Sejahtera adalah perusahaan teh dan kopi yang inovatif dan berorientasi global yang terletak di Solo, Jawa Tengah. Didirikan pada tahun 1951, PT Gunung Subur Sejahtera meraih reputasi sebagai *market leader* di Indonesia dalam penjualan produk sejenis, bahkan sudah dikenal luas di seluruh dunia, khususnya di Timur Tengah, Asia dan Eropa. Komitmen yang berkelanjutan untuk Kualitas yang tinggi & produk yang aman, menjadikan PT. Gunung Subur Sejahtera dianugerahi ISO 9001, HACCP (Sertifikasi Standar Keamanan Pangan), dan berbagai penghargaan industri dalam bidang keunggulan pangan.

### **3. Business Reception 26 Januari 2023**

*Business Reception* tanggal 26 Januari 2023 dihadiri oleh perwakilan dari Kedutaan Besar Republik Polandia, Kedutaan Besar Perancis. Adapun eksportir yang hadir mempresentasikan produknya yaitu perwakilan dari PT Rava Sukses Makmur, PT Jaya Makmur Indonesia, PT Hermon Solusi Indonesia, dan PT Sekar Laut Tbk.

PT Rava Sukses Makmur adalah perusahaan yang bergerak di bidang jasa konsultasi produk ekspor rempah dan herbal serta merupakan *supplier* produk rempah dan herbal kualitas terbaik. PT Rava Sukses Makmur adalah mitra ekspor eksklusif untuk merek Djepati, dan menyediakan kurang lebih 21 jenis rempah-rempah dan herbal (produk manufaktur utuh/bubuk). PT Rava Sukses Makmur didukung oleh satu pabrik mitra, sekitar 100 karyawan, dan lebih dari 700 petani di seluruh Indonesia. Sertifikasi yang telah dimiliki antara lain Sertifikat BPOM, Sertifikasi Halal dari Majelis Ulama Indonesia, dan juga sertifikat dari Badan Ketahanan Pangan, Kementerian Pertanian Indonesia.

PT Jaya Makmur Indonesia memproduksi mainan anak-anak yang telah dipasarkan di seluruh Indonesia. Menghasilkan produk yang berkualitas dan aman untuk anak-anak yang telah dibuktikan melalui standar SNI. Saat ini PT Jaya Makmur Indonesia telah mengekspor produknya ke Malaysia.

PT Hermon Solusi Indonesia merupakan produsen kopi berkualitas dengan mengambil biji kopi dari wilayah Aceh dan Jawa Barat. Salah satu produk yang unik dari PT Hermon Solusi Indonesia adalah produk kopi dengan nama Menjangan Tempe dimana kopi yang disajikan diproses melalui proses fermentasi yang biasa dilakukan untuk fermentasi tempe.

PT Sekar Laut adalah produsen dan eksportir kerupuk udang yang terkenal dengan *brand* produk "Finna". Saat ini PT Sekar Laut juga telah memperluas lini produknya selain kerupuk yaitu emping, tepung bumbu, saus, sambal, dan bumbu instan. PT Sekar Laut mempekerjakan sekitar 2.000 karyawan dan telah mengeksport produknya ke Asia Tenggara (Singapura, Brunei Darussalam, Malaysia, Papua Nugini, Filipina, dan Thailand), Asia (Saudi Arabia, Timor Leste, Tiongkok, Hong Kong, Jepang, Korea, dan Taiwan), dan Eropa (Belanda, Denmark, Inggris, Perancis, Irlandia, Belgia, Malta, dan Rumania).

Dalam kesempatan ini, perwakilan dari wilayah Polandia menyatakan bahwa potensi perdagangan antara Indonesia dan Polandia masih sangat terbuka lebar. Sedangkan dari Perancis menyampaikan bahwa khususnya untuk produk kopi dan *spices* Indonesia, pamornya saat ini terus meningkat diantara warga Eropa. Hal ini tidak lepas karena proses promosi yang dilakukan dan juga *expose* melalui berbagai media.

### 3.5. Kegiatan Pendukung Ditjen PEN

#### **Kegiatan *Business Dialogue* “Perluasan Akses Pasar Indonesia ke Negeri-Negeri Muslim Dunia”**

Kegiatan *Business Dialogue* “Perluasan Akses Pasar ke Negeri-Negeri Muslim Dunia” dilaksanakan pada tanggal 25 Januari 2023 di Hotel Grand Sahid Jaya Jakarta. Kegiatan ini terselenggara atas kerja sama antara Kemendag c.q Ditjen PEN dengan Himpunan Pengusaha Nahdilyin (HPN), dengan tujuan untuk meningkatkan pemberdayaan UMKM melalui digitalisasi penyediaan infrastruktur bisnis serta fasilitasi lainnya, sebagai upaya menjadikan Indonesia *market leader* produk dan jasa muslim dunia.

Kegiatan diawali dengan laporan H. Heru Purnomo selaku Ketua Panitia, dilanjutkan sambutan Ketua Umum DPP HPN Dede Supriyadi Arif dan



pembicara kunci K.H. Aizudin Abdurrahman selaku Ketua Bidang Ekonomi Pengurus Besar Nahdlatul Ulama (PBNU).

Dalam sambutannya, Menteri Perdagangan menyampaikan komitmen Kementerian Perdagangan untuk mengembangkan ekonomi umat dan memajukan pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Kementerian Perdagangan telah melakukan berbagai upaya yaitu memperluas akses pasar serta meningkatkan produktivitas dan daya saing produk-produk Indonesia.

Acara *Business Dialogue* diselenggarakan dalam dua sesi, yaitu:

1. Sesi I – Dialog dengan Pelaku Usaha

Menghadirkan enam pelaku UMKM HPN sebagai narasumber yang mewakili enam provinsi. Pada sesi ini, para narasumber memaparkan mengenai usaha yang sedang dijalani untuk kemudian mendapatkan tanggapan dari Kemendag. Penanggap dari Kemendag adalah Sekretaris Ditjen PEN, Direktur Ekspor Produk Pertanian dan Kehutanan – Ditjen Daglu dan Direktur Bina Usaha Perdagangan - Ditjen PDN.

2. Sesi II – Diskusi Panel

Menghadirkan narasumber Agung Prasetyo Utomo selaku *pioneer* Desa Devisa Ekspor, Dedy Kurniawan selaku Special Project Senior Manager Indogrosir, serta Nitya Wulandari selaku Vice President Public Policy and Government Relations GoTo.

Acara dialog antara pelaku usaha HPN dengan perwakilan pejabat Kementerian Perdagangan dipandu oleh Achmad Andi Wibowo selaku moderator. Sebanyak enam pelaku usaha HPN hadir memberikan paparan, yaitu:

1. Dodi Gustriadi (Ketua HPN Jawa Barat)

- a. Produk olahan kulit yang dikembangkan telah di ekspor ke Italia dan pernah menjadi salah satu produk *merchandise* acara balap mobil di Mandalika. Saat ini sudah dapat bersaing ke pasar Jepang, Korea Selatan, dan Jerman.
- b. Bisnis ini dimulai dari mengolah limbah kulit pabrik menjadi produk-produk seperti sepatu kulit, tas kulit, dan olahan kulit lainnya.

- c. Pada kesempatan tersebut, permasalahan yang diungkap adalah sulitnya mendapatkan bahan baku kulit mentah, sehingga harus impor dari Venezuela dan Kroasia.
2. Soraya (pemilik CV Bintang Surayyah, Palu Sulteng)
  - a. Merupakan pelaku UMKM turun temurun dengan produk unggulan bawang goreng.
  - b. Bawang goreng merupakan oleh-oleh khas Palu dan berbeda dengan yang diproduksi kota-kota lain karena memiliki rasa yang renyah dan gurih serta aroma yang tidak berubah walaupun disimpan lama dalam wadah yang tertutup.
  - c. Produksi lainnya dari CV Bintang Surayyah antara lain robusta, abon daging sapi, abon ikan tuna, dan kopi jahe merah.
3. H. Ahmad Dimiyati (pemilik CV Semar Food, Banten)
  - a. CV Semar Food memproduksi gula semut dengan bahan dasar nira pohon aren (enau) dan pohon kelapa. Dinamakan gula semut karena bentuk gula ini mirip rumah semut yang bersarang di tanah.
  - b. Untuk pangsa pasar, CV Semar Food menggunakan sistem *retail* produk dan menembus beberapa pasar kota besar di Indonesia, seperti Batam, Bali, Lombok, Jakarta, dan Bandung yang secara rutin dipesan oleh pengusaha hotel berbintang.
  - c. Produk gula semut Semar Food juga telah menembus pasar luar negeri, khususnya Timur Tengah.
4. HR. Agus Setiadi, pengusaha Natural Alami Tea dari Bali

Dalam paparannya, disampaikan bahwa Indonesia adalah salah satu pengeksport teh terbesar di dunia. Beliau juga mengkritisi budaya minum teh masyarakat Indonesia masih berada di level belum sehat. Kualitas teh menjadi rendah karena diminum bersama es dan gula. Selain itu, disampaikan juga beberapa manfaat dari teh, seperti dapat menurunkan risiko penyakit kronis, memelihara kesehatan otak, dan mengendalikan berat badan. Untuk pengembangan usaha teh, dibutuhkan informasi peluang pasar ekspor dan fasilitasi promosi.

5. Wahyu Hadi perwakilan HPN dari Yogyakarta

Wahyu Hadi menyampaikan harapannya agar HPN dapat menjadi agregator bagi UMKM agar dapat bertumbuh secara mandiri. Selain itu, Wahyu Hadi dalam acara dialog ini juga mengajak dua orang pelaku usaha dari Yogyakarta ikut memaparkan produknya, yaitu:

- a. Pengusaha kuliner makanan khas Jogja, dimana terdapat 107 jenis makanan olahan kalengan dari sayur lodeh, gudeg, rawon, rendang, dan sebagainya. Produk ini sudah ekspor walaupun belum ekspor secara mandiri.
  - b. Pengusaha daun yang mengolah daun menjadi prakarya seperti sepatu, jilbab, dan baju.
6. Pemaparan terakhir dari pengusaha kopi Amuma dari Surabaya.

Produk kopi Amuma yaitu kopi jahe dan arabika yang terbuat dari rempah-rempah asli. Produk kopi arabika telah tembus ke pasar ekspor Arab Saudi yang disebut dengan Madura Charcoal Briquets dari arang batok asli.

Selanjutnya tanggapan yang disampaikan oleh Pejabat Kemendag, sebagai berikut:

1. Sekretaris Ditjen PEN, pada kesempatan ini menyampaikan tanggapan dan program Ditjen PEN, yaitu:
  - a. *Permanent Trade Display* (PTD) yang dapat dimanfaatkan para pelaku usaha dengan melakukan pendaftaran sebelumnya.
  - b. Keberadaan *Indonesia Design Development Center* (IDDC) dan Perwakilan Perdagangan (Perwadag) yang dapat dimanfaatkan untuk konsultasi dan pengembangan usaha para pelaku UMKM yang telah siap ekspor.
  - c. Pelaksanaan Trade Expo Indonesia ke-38 Tahun 2023 sebagai ajang promosi ekspor yang dapat dijangkau dengan mudah.
2. Direktur Bina Usaha Perdagangan Septo Soepriyatno menyampaikan tanggapan, yaitu:
  - a. Produk-produk UMKM yang sangat banyak dan beragam merupakan peluang bagi Indonesia untuk mengembangkan pasar ekspor. Namun, masih terdapat kendala salah satunya

masalah bahan baku. Untuk mengatasi hal ini, diperlukan kolaborasi dengan banyak pihak.

- b. UMKM dibagi menjadi 2 macam, yaitu sebagai produsen dan *trader/seller*. Sebanyak 99% pelaku usaha Indonesia adalah UMKM. Untuk kategori produsen dapat dibina oleh Direktorat Bina Usaha, sedangkan untuk kategori *trader/seller*, Kemendag dapat membantu melalui kerja sama dengan Indogrosir, sehingga Indogrosir ini akan didorong untuk membantu para UMKM, salah satunya sebagai *supplier* ke Indogrosir.
  - c. Para pelaku usaha dapat menampilkan produk-produknya dengan kreatif melalui pemanfaatan media sosial, seperti *Instagram, tiktok*, dan lain-lain. Penyampaian informasi produk dari para penjual juga harus lengkap dan benar.
  - d. Terkait dengan pemasaran ritel, Kemendag bekerja sama dengan Indomaret dan Alfamart, sehingga produk UMKM dapat masuk ke Indomaret dan Alfamart secara gratis.
3. Direktur Ekspor Produk Pertanian dan Kehutanan Farid Amir menyampaikan bahwa acara ini bertujuan untuk mencari persamaan persepsi dan fokus untuk ekspor pasar ke Timur Tengah. Kemendag telah bekerja sama dengan negara-negara Timur Tengah dan sedang meratifikasi perjanjian internasional dengan tujuan untuk menghapuskan tarif dan menangani hambatan non tarif. Selain itu, Kemendag juga berusaha untuk menjaga akses pasar dan memastikan kondisi yang kondusif bagi penyedia produk jasa untuk berkembang.

Pada sesi diskusi panel berikutnya, tampil sebagai pembicara adalah:

1. Dedy Setiawan dari Indogrosir

Indogrosir berdiri dari tahun 1993 sebagai pusat perkulakan dan telah memiliki 27 cabang di seluruh Indonesia dengan jumlah pelanggan/*member* sebanyak 135ribu pedagang kecil, 659 outlet mitra (OMI), dan 1.101 Toko Mandiri Indogrosir (TMI).

Konsep yang dikembangkan oleh Indogrosir adalah perkulakan yang memudahkan pedagang atau wirausaha ritel untuk memenuhi kebutuhan pada satu tempat sehingga menghemat waktu dan biaya,

serta menyederhanakan “perpajakan” yang pada akhirnya akan meningkatkan keuntungan dan daya saing atas barang yang dijual. Indogrosir memiliki program untuk para pemilik toko kelontong, yaitu dapat memberli barang yang murah di Indogrosir dengan syarat memiliki kartu member Indogrosir.

## 2. Nitya Wulandari dari GoTo

Ekonomi digital menjadi pendorong utama ekonomi Asia Tenggara dengan pertumbuhan yang semakin besar. Hal ini didukung oleh jumlah populasi Asia Tenggara mencapai 589 juta jiwa dengan 449 juta pengguna internet. Peluang Indonesia dalam adopsi digital dapat dilihat dari kondisi ekonomi makro yang kuat (sebesar 37% dari PDB Asia Tenggara tahun 2020) dan demografis yang menarik (populasi kelas menengah terbesar, menempati posisi ke-4 dunia pada 2030).

GoTo didirikan pada tahun 2010 dengan nama Gojek yang dimulai dari *call center* untuk layanan *on demand service* (mobilitas masyarakat dan logistik), kemudian pada tahun 2021 bergabung dengan Tokopedia. GoTo memiliki 15,1 juta pedagang, 2,6 juta mitra pengemudi, dan 65 juta konsumen yang bertransaksi secara tahunan.

## 3. Agung Prasetyo Utomo selaku Wakil Ketua HPN Kampus

Produk-produk yang diekspor oleh Desa Devisa yaitu kumis kucing (Sukabumi), pinang (Riau), briket arang (Blora), minyak kopra (Mojokerto), dan kayu manis (Jambi).

UMKM berbasis ekspor hanya Rp 339 triliun atau kurang dari 5% total kontribusi UMKM terhadap PDB. Tantangan UMKM dalam pengembangan ekspor adalah tidak mau untuk berkolaborasi dengan pihak lain, profesionalisme yang kurang, *mindset* yang kurang maju, model bisnis dan kapasitas masih terlalu sedikit, dan tidak memiliki akses internet.

## 4. Abdul Khalik dari HPN Jawa Tengah

Jawa Tengah memiliki populasi mencapai 36,7 juta jiwa sehingga merupakan salah satu pasar yang memiliki potensi luar biasa. Ekonomi Jawa Tengah sebesar 60% disumbang oleh konsumsi

rumah tangga. Potensi lainnya adalah sektor pertanian yang menyumbang 25% PDRB (Produk Domestik Regional Bruto) di Jawa Tengah dan sektor maritim dimana banyak nelayan di sepanjang laut Jawa Tengah.

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

Selama bulan Januari 2023, *press release* yang tayang dalam *website official* Kemendag sebanyak 8 (delapan) rilis. Rilis yang tayang adalah sebagai berikut:

1. Produk Tableware dan Kitchenware Indonesia Pikat Minat Pasar Meksiko (12 Januari 2022).
2. Pimpin Misi Dagang ke Arab Saudi, Mendag Zulkifli Hasan: Jajaki Pembukaan Ritel *Modern* Indonesia di Mekah dan Madinah untuk Promosikan Produk UKM (20 Januari 2023).
3. Mendag Zulkifli Hasan: Kemendag Siapkan Pelaku Usaha Ekspor untuk Tembus Pasar Arab Saudi (22 Januari 2023).
4. Sukses Pimpin Misi Dagang ke Arab Saudi, Mendag Zulkifli Hasan: Ada 8 Penandatanganan Senilai Rp2,3 Triliun (23 Januari 2023).
5. Forum Bisnis Indonesia-Arab Saudi, Mendag Zulkifli Hasan: Hadapi Tantangan Global, Perkuat Kolaborasi Pelaku Usaha RI-Arab Saudi (25 Januari 2023).
6. Hadiri Dialog Bisnis, Mendag Zulkifli Hasan Komitmen Kembangkan Ekonomi Umat dan Majukan UMKM (25 Januari 2023).
7. Produk Mamin Indonesia Hasilkan Rp1,19 triliun di Pameran Winter Fancy Food Show 2023, Las Vegas (30 Januari 2023).
8. Perkuat Jenama Indonesia, Mendag Zulkifli Hasan: Jakarta Muslim Fashion Week Menuju New York Fashion Week (31 Januari 2023).

**BAB II**  
**AGENDA KEGIATAN**  
**DIREKTORAT JENDERAL PENGEMBANGAN EKSPOR NASIONAL**

**16**  
Januari

Dirjen Pengembangan Ekspor Nasional Didi Sumedi mendampingi Menteri Perdagangan Zulkifli Hasan, menerima delegasi ekonomi yang dipimpin oleh Gubernur Prefektur Ehime Jepang Tokihiro Nakamura bertempat di Auditorium Gedung Utama Kemendag Jakarta. Pertemuan ini bertujuan untuk menjajaki potensi kerja sama di bidang investasi dan perdagangan, juga dukungan dalam peningkatan hubungan kerjasama ekonomi Indonesia-Jepang khususnya dengan Prefektur Ehime.



Sekretaris Direktorat Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional Ganef Judawati membuka Lokakarya Daring Branding, Design dan Packaging Untuk Ekspor di Jakarta. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas peserta program Aku Siap Ekspor (ASE) 2.0.

Sekretaris Direktorat Jenderal pengembangan Ekspor Nasional Ganef Judawati membuka Lokakarya *Daring Branding, Design dan Packaging Untuk Ekspor* di Jakarta. Kegiatan yang diikuti 45 peserta ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas peserta program Aku Siap Ekspor (ASE) 2.0. Acara dihadiri oleh Ketua Umum Business Export Development Organization (BEDO), Jeff Kristianto; perwakilan dari Kementerian dan Asosiasi; serta para pelaku usaha peserta program ASE 2.0.

**19**  
Januari

**19**  
Januari

Direktorat Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional kembali menggelar Resepsi Permanent Trade Exhibition (PTE) ke-2 di tahun 2023 di Kantor Kementerian Perdagangan. Acara dibuka oleh Direktur Pengembangan Pasar dan Informasi Ekspor Marolop Nainggolan. Dihadiri oleh para perwakilan Kedubes Republik India, Kedubes Qatar, PT Dream Destination Solution Argentina, PT Roemah Indonesia Belanda, PT Supranusa Indogita, CV Nikmat Sentausa, PT Molindo Raya Industrial, dan PT Gunung Subur Sejahtera.





Sekretaris Direktorat Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional Ganef Judawati menjadi narasumber dalam kegiatan Rapat Kerja Badan Pengawas Perdagangan Berjangka Komoditi (Bappebti) yang digelar di Kantor Kementerian Perdagangan. Raker tersebut bertujuan untuk menetapkan strategi kebijakan yang proaktif, responsif, dan antisipatif terhadap dinamika perekonomian dan perdagangan global yang penuh ketidakpastian.

**19**  
Januari

**21**  
Januari

Kemendag menggelar misi dagang ke Arab Saudi yang dipimpin secara langsung oleh Menteri Perdagangan RI Zulkifli Hasan. Dalam rangkaian misi dagang, Mendag melakukan pertemuan dengan Presiden Eksekutif Saudi Food and Drug Authority (SFDA) Hisham bin Saad Al-Jadhey di Riyadh untuk membahas tentang sejumlah hal mengenai ekspor produk Indonesia, khususnya di sektor pertanian, perikanan, serta industri makanan dan minuman (mamin) olahan ke Arab Saudi.



Direktur Pengembangan Pasar dan Informasi Ekspor Marolop Nainggolan membuka Forum Bisnis Optimalisasi dan Tata Cara Ekspor Melalui Perbatasan yang digelar di Marketing Point Entikong yang berkolaborasi di Pos Lintas Batas Negera (PLBN) Entikong Kalimantan Barat. Pada kesempatan ini Kepala PLBN Entikong Viktor Dunand turut memaparkan tentang tata cara dan peluang ekspor melalui PLBN Entikong kepada para pelaku usaha di wilayah Kalimantan Barat yang hadir.

**24**  
Januari



25  
Januari

Sekretaris Direktorat Jenderal pengembangan Ekspor Nasional Ganef Judawati menjadi narasumber pada Dialog Bisnis Himpunan Pengusaha Nahdliyin (HPN) dengan tema “Perluasan Akses Pasar Indonesia ke Negeri Muslim Dunia” bertempat di Hotel Grand Sahid Jaya, Jakarta. Dialog Bisnis dibuka secara langsung oleh Menteri Perdagangan, Zulkifli Hasan dan diikuti lebih dari 300 peserta dari HPN.



Sekretaris Direktorat Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional, Ganef Judawati dan Direktur Pengembangan Ekspor Jasa dan Produk Kreatif Miftah Farid menerima audiensi DPRD Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta di kantor Kementerian Perdagangan Jakarta. Pertemuan dimaksudkan untuk menjabari ruang sinergi antara Ditjen PEN dengan DPRD Provinsi DIY dalam pengembangan ekspor nasional, utamanya dari Provinsi DIY.

Sekretaris Direktorat Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional Ganef Judawati dan Direktur Pengembangan Ekspor Jasa dan Produk Kreatif Miftah Farid menerima audiensi DPRD Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta di kantor Kementerian Perdagangan Jakarta. Pertemuan dimaksudkan untuk menjabari ruang sinergi antara Ditjen PEN dengan DPRD Provinsi DIY dalam pengembangan ekspor nasional, utamanya dari Provinsi DIY.

27  
Januari

31  
Januari

Menteri Perdagangan Zulkifli Hasan pimpin *media briefing* Jakarta Muslim Fashion Week (JMFW) Goes to New York Fashion Week (NYFW) yang berlangsung di Kantor Kementerian Perdagangan, Jakarta. Kementerian Perdagangan mendukung tujuh jenama *modest fashion* Indonesia untuk tampil pada NYFW 2023. Ketujuh jenama tersebut adalah Buttonsscarves; KAMI; AM by Anggiasari; Ayu Dyah Andari x Batik Trusmi; Zeta Prive; Lenny Hartono; dan Nada Puspita.



## BAB III

### PERMASALAHAN DAN TINDAK LANJUT

#### 1.1. Kendala, Isu dan Permasalahan

<b>Forum Optimalisasi Pengembangan Ekspor Daerah Perbatasan di Marketing Point Entikong dan Kunjungan Koordinasi Rencana Kegiatan Pengembangan Ekspor 2023 dengan Konsulat Jenderal Indonesia di Malaysia</b>	Melihat potensi ekspor produk pertanian dan perikanan ke Malaysia melalui PLBN Entikong yang meningkat, diharapkan pemerintah dapat memberikan pelatihan atau pembinaan bagi pelaku usaha untuk meningkatkan nilai ekspor tersebut agar dapat melakukan pengolahan barang lebih lanjut. Administrator PLBN Entiong mengatakan bahwa dibutuhkan investor pada produk-produk unggulan pertanian dan perikanan Kalimantan Barat.
---	---

#### 1.2. Tindak Lanjut Penyelesaian

<b>Forum Optimalisasi Pengembangan Ekspor Daerah Perbatasan di Marketing Point Entikong dan Kunjungan Koordinasi Rencana Kegiatan Pengembangan Ekspor 2023 dengan Konsulat Jenderal Indonesia di Malaysia</b>	Pelaku usaha yang memerlukan informasi dan/atau fasilitasi dari Kementerian Perdagangan selanjutnya akan dihubungkan dengan unit-unit terkait. Selain itu, Forum Optimalisasi Pengembangan Ekspor Daerah Perbatasan direncanakan akan dilaksanakan secara berkala.
---	--

## BAB IV

### PENUTUP

Selama bulan Januari 2023, kegiatan Ditjen PEN secara ringkas mencakup kegiatan-kegiatan antara lain: Kegiatan Pembahasan Kerja Sama dengan Google; Pembahasan Program ACG dengan TFO, Asosiasi, dan Kemendikbud; *Focus Group Discussion* “*Review Profect Charter KNEKS*” Berdasarkan Hasil Rapat Pleno KNEKS III; Kunjungan Kerja ke Arab Saudi; Pelaksanaan Rapat Koordinasi Persiapan Partisipasi Indonesia Sebagai *Official Partner Country* Hannover Messe 2023; Persiapan Pelaksanaan Expo Indonesia en Mexico Tahun 2023; Forum Optimalisasi Pengembangan Ekspor Daerah Perbatasan di Marketing Point Entikong dan Kunjungan Koordinasi Rencana Kegiatan Pengembangan Ekspor 2023 dengan Konsulat Jenderal Indonesia di Malaysia; *Focus Group Discussion The 23rd INACRAFT*; dan Kegiatan *Business Dialogue* “Perluasan Akses Pasar Indonesia ke Negeri-Negeri Muslim Dunia”.

Peningkatan pelayanan hubungan dagang dan informasi ekspor dilaksanakan melalui Pelayanan *InaExport dan Business Reception* yang diadakan 3 (tiga) kali selama Januari 2023. Dalam bab permasalahan, isu dan tindak lanjut dibahas mengenai isu yang perlu ditindaklanjuti, yakni Forum Optimalisasi Pengembangan Ekspor Daerah Perbatasan di *Marketing Point* Entikong dan Kunjungan Koordinasi Rencana Kegiatan Pengembangan Ekspor 2023 dengan Konsulat Jenderal Indonesia di Malaysia.

Dengan demikian, sepanjang bulan Januari 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.