



KEMENTERIAN  
PERDAGANGAN  
REPUBLIK INDONESIA

**Direktorat Jenderal  
Pengembangan Ekspor Nasional**



# LAPORAN BULANAN FEBRUARI 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>iv</b>
<b>BAB I KINERJA.....</b>	<b>1</b>
<b>1.1. Peningkatan Diversifikasi Ekspor Jasa dan Produk Kreatif .....</b>	<b>5</b>
<b>1.2. Peningkatan Ekspor Produk Manufaktur.....</b>	<b>12</b>
<b>1.3. Peningkatan Ekspor Produk Primer .....</b>	<b>19</b>
<b>1.4. Peningkatan Pelayanan Hubungan Dagang dan Informasi Ekspor .....</b>	<b>25</b>
<b>1.5. Kegiatan Pendukung Ditjen PEN.....</b>	<b>42</b>
<b>BAB II AGENDA KEGIATAN DIREKTORAT JENDERAL PENGEMBANGAN EKSPOR     NASIONAL.....</b>	<b>44</b>
<b>BAB III PERMASALAHAN DAN TINDAK LANJUT .....</b>	<b>52</b>
<b>1.1. Kendala, Isu dan Permasalahan.....</b>	<b>52</b>
<b>1.2. Tindak Lanjut Penyelesaian.....</b>	<b>52</b>
<b>BAB IV PENUTUP .....</b>	<b>53</b>

Pada laporan bulan Februari 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 Februari 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%.

Sampai dengan periode Februari 2023, indikator presentase peningkatan ekspor produk primer prioritas masih menunjukkan capaian sebesar -3,31%, indikator presentase peningkatan ekspor produk manufaktur prioritas masih menunjukkan capaian sebesar -4,23%, serta indikator presentase pertumbuhan ekspor non migas di pasar potensial masih menunjukkan capaian sebesar -9,92%. Sedangkan untuk capaian indikator presentase peningkatan ekspor jasa prioritas belum dapat dihitung dikarenakan data masih belum dirilis oleh Bank Indonesia.

Dari sisi kinerja anggaran, pada tahun anggaran 2023 Ditjen PEN Kementerian Perdagangan memperoleh alokasi anggaran sebesar Rp 117.282.848.000, namun setelah mengalami *refocusing*, anggaran Ditjen PEN menjadi sebesar Rp 102.282.848.000. Dari total anggaran tersebut, berdasarkan realisasi sampai dengan 27 Februari 2023, telah direalisasikan 9,96% atau sebesar Rp 10.189.227.446.

Dengan tersusunnya laporan bulan Februari 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, Maret 2023

Direktur Jenderal  
Pengembangan Ekspor Nasional

Kinerja Ditjen PEN dalam mendukung program pengembangan ekspor nasional sepanjang bulan Februari 2023 di sektor jasa dan produk kreatif, meliputi: **Sosialisasi Program Pemasaran Intellectual Property (IP) Lokal ke Produk/Layanan BUMN Maupun Produk Ekspor Indonesia** yang membantu para pelaku sektor Animasi, Comic, dan Game (ACG) dalam meningkatkan *awareness* terhadap produk IP atau kekayaan intelektual lokal, dan **Sosialisasi Good Design Indonesia (GDI) 2023 di Bandung** yang bertujuan memberikan gambaran tentang ajang GDI baik dari tujuan, manfaat, dan target.

Untuk mendukung program pengembangan ekspor produk manufaktur, Ditjen PEN melakukan kegiatan **Pendampingan Pelaku Usaha Penerima Manfaat dalam Rangka Sourcing Mission IPD Jerman Produk Kayu Ringan dan Sosialisasi Interzum** dengan tujuan untuk *Sourcing Mission* Kayu Ringan dan Sosialisasi Interzum 2023, **Public Kick Off Meeting: Market Information on Technical Wood Sector-Post Covid and Geopolitical Situation** bertujuan untuk meningkatkan akses pasar produk *Technical Wood (TW)* dan *Lightwood* ke wilayah Eropa, dan **Focus Group Discussion Arah Pengembangan Industri Kayu Olahan** bertujuan untuk memberikan informasi guna meningkatkan *performance* pengolahan hasil hutan Indonesia di masa depan.

Sedangkan untuk meningkatkan pengembangan ekspor produk primer pada bulan Februari 2023, Ditjen PEN melakukan kegiatan **Audiensi Delegasi Sekretariat CAEXPO dan Pelaksanaan Konferensi Promosi China – ASEAN Expo (CAEXPO) ke-20** yang bertujuan untuk sosialisasi kegiatan CAEXPO 2023 bagi pemangku kepentingan dan pelaku usaha Indonesia. dan **Pelaksanaan Pameran Biofach 2023** dengan nilai transaksi potensial yang diperoleh yaitu sebesar USD 3,7 juta.

Peningkatan pelayanan peluang pasar dan informasi ekspor dilaksanakan melalui **Pelayanan InaExport dan Business Reception**. Pelayanan hubungan dagang yang diterima InaExport pada bulan Februari 2023 berjumlah 20 permintaan hubungan dagang dan informasi lainnya yang disampaikan melalui *email* kepada InaExport. Selain itu, terdapat kegiatan **Forum Informasi Ekspor dan Business Matching Marketing Point Montain** untuk memaksimalkan Marketing Point yang berlokasi di Pos Lintas Batas Negara (PLBN) Motaain untuk melakukan penetrasi pasar produk Indonesia, serta kegiatan **Penyusunan Analisa Pasar Produk Manufaktur** yang bertujuan mendapatkan data dan informasi terkini sebagai masukan dalam penulisan.

Untuk kegiatan pendukung pada bulan Februari 2023, Ditjen PEN melakukan **Pemantauan Program Dana Dekonsentrasi dan Koordinasi Asosiasi dan Instansi Terkait** yang bertujuan memonitor alokasi dan penyerapan anggaran Dana Dekonsentrasi tahun 2020-2022 dan implementasi Dana Dekonsentrasi tahun 2017-2022, dan **Press Release Kegiatan DJPEN dalam Website Kemendag** terdapat 16 rilis berita di *website* Kemendag.

## **BAB I**

### **KINERJA**

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

**Sosialisasi Program Pemasaran *Intellectual Property* (IP) Lokal ke Produk/Layanan BUMN Maupun Produk Ekspor Indonesia** Sosialisasi Program Pemasaran *Intellectual Property* (IP) Lokal ke Produk/Layanan BUMN maupun Produk Ekspor Indonesia diselenggarakan pada tanggal 23 Februari 2023 di Hotel Courtyard by Marriott, Bandung, yang dilanjutkan dengan *One on One Business Meeting*. Acara dihadiri oleh sekitar 80 peserta yang merupakan perwakilan dari Kementerian/Lembaga terkait, perusahaan BUMN, para eksportir, serta beberapa anggota dan Asosiasi Industri Animasi Indonesia (AINAKI), Asosiasi Game Indonesia (AGI), Asosiasi Komik Indonesia (AKSI), dan Asosiasi Licensing-Merchandising Indonesia (ALMI). Menghadirkan pembicara yang merupakan perwakilan dari masing-masing asosiasi Animasi, *Comic*, *Game*, dan *Licensing-Merchandising*. Bertindak sebagai moderator yaitu Sekretaris Jenderal AINAKI.

Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk membantu para pelaku sektor Animasi, Comic, dan Game (ACG) dalam meningkatkan *awareness* dari para pemilik produk/layanan BUMN dan produk ekspor Indonesia, terhadap produk IP atau kekayaan intelektual lokal yang tidak kalah secara kualitas jika dibandingkan dengan produk kekayaan intelektual luar negeri.

Kegiatan sosialisasi diawali dengan sambutan dari Direktur Pengembangan Ekspor Jasa dan Produk Kreatif yang sekaligus membuka acara. Dalam sambutannya disampaikan bahwa subsektor ACG memiliki potensi yang cukup besar untuk dikembangkan dalam menggerakkan ekonomi nasional khususnya meningkatkan ekspor Indonesia dalam bidang jasa. Ketiga subsektor industri kreatif tersebut dapat memberikan kontribusi dalam suatu ekosistem yang saling terkait dan menciptakan produk kekayaan intelektual lokal yang bisa mengglobal dan menjadikan Indonesia menjadi salah satu negara penggerak sektor jasa ACG di dunia.

Pada sesi pemaparan narasumber, setiap perwakilan dari asosiasi memaparkan produk-produk IP yang telah dihasilkan oleh studio-

studio yang menjadi anggota, baik itu *IP in house* maupun portofolio mereka dalam memproduksi IP internasional. Berikut pemaparan secara lebih lengkapnya:

1. Perwakilan Asosiasi Licensing dan Merchandising Indonesia menyampaikan bahwa industri *licensing* dan *merchandising* merupakan ujung monetisasi dan industri animasi, komik, dan *games*, jadi diharapkan aset dari animasi, komik, maupun *games* dapat turun menjadi produk yang memiliki nilai tambah. Pasar *licensing* Indonesia masih didominasi oleh IP dari luar negeri, maka dari itu ALMI mencoba menjembatani kerja sama antara pelaku IP lokal dan luar negeri.
2. Perwakilan dari AKSI menyampaikan jika ekosistem yang terjadi di industri komik Indonesia memiliki beberapa tahapan sebagai berikut:
  - a. Tahap I (*Creator/Comic/Studio*), Komikus membuat komik/IP atau menyediakan jasa pembuatan komik.
  - b. Tahap II (*Publisher*), melakukan proses pencetakan atau melalui digital *platform* seperti *webtoon*, sosial media maupun digital *platform* lainnya.
  - c. Tahap III (*Event & Sales Channel*), melakukan penjualan melalui toko buku, *e-commerce*, dan melalui pameran komik.
  - d. Tahap IV (*Transmedia Development*), mengembangkan produk IP komik melalui media lain selain komik, seperti animasi, film, dan *podcast*.
  - e. Tahap V (*Licensing & Merch*), memanfaatkan penjualan IP dan *merchandise*, dari komik, baik melalui karakter komik.

Disampaikan pula bahwa walaupun penjualan *online* akan semakin meningkat hingga mencapai 22% dari total *retail* market di tahun 2024, namun penjualan *offline* masih merupakan channel terbesar, yaitu sekitar 78% di tahun 2024. Terkait dengan *landscape* penjualan komik melalui *retail offline* di Indonesia sendiri terdiri dari lima lapisan yang dibedakan berdasarkan dengan tingkat status ekonomi dan harga produknya yaitu

*Premium Stores, Department & Specialty Stores, Hypers & Regional Department Store, Trade Centre, dan Traditional Shops.*

3. Perwakilan dari AINAKI menyampaikan bahwa Indonesia sudah memiliki IP lokal buatan studio animasi Indonesia yang beredar di pasar lokal maupun internasional, namun hampir seluruh IP lokal Indonesia masih berfokus ke pasar domestik Indonesia. Menurut AINAKI 85,8% karya dalam bentuk komik, *game*, maupun animasi sudah memiliki IP, sedangkan 14,2% belum memiliki IP.
4. Perwakilan dari AGI menyampaikan bahwa komunitas *game* merupakan salah satu kunci dari kesuksesan penjualan *game* di Indonesia. Hal ini dikarenakan pasar *game* Indonesia memiliki karakteristik yang unik dimana orang akan memainkan suatu *game* bukan karena terpapar oleh media promosi yang dikeluarkan oleh *developer game*, melainkan dipengaruhi oleh *game* apa yang dimainkan oleh orang-orang terdekatnya. *Publisher* di Indonesia jumlahnya masih kurang dari 10 *publisher*, sehingga jalur publikasi *game* masih terbilang sedikit.

Kegiatan sosialisasi juga dirangkai dengan kunjungan ke para pelaku ACG untuk mendapatkan informasi dan masukan terkait pengembangan sektor ACG ke depannya, serta ajakan kolaborasi untuk mempromosikan sektor ACG baik di dalam negeri maupun luar negeri. Kegiatan kunjungan perusahaan dilakukan ke beberapa perusahaan sektor ACG di daerah Bandung, yaitu Agate, Patopo, Tahi Lalat, dan panitia Pesta Komik.

#### **1. Agate**

Agate berdiri sejak tahun 2013 dan saat ini berkantor di Sumarecon Bandung. Sudah ratusan *game* yang telah diproduksi oleh Agate. Agate juga sempat bekerja sama dengan Square Enix dan perusahaan-perusahaan *game* besar Amerika. Tim ACG yang hadir mewakili Dit. PEJPK menyampaikan terkait pameran XDS di Vancouver, Kanada dan berharap agar Agate dapat berpartisipasi.

#### **2. Studio Animasi Patopo**

Patopo berdiri sejak tahun 2013 dan saat ini sudah memiliki dua studio dengan total tenaga kerjanya berjumlah 100 staf inti dan 63 pegawai magang. Tahun 2022 Patopo sempat bekerja sama



dengan MNC Animation untuk membuat serial Bima Satria Garuda, dimana Patopo ditugaskan untuk melakukan semua proses *rendering*. Patopo juga telah bekerja sama dengan 21 SMK untuk menyerap tenaga kerja. Namun demikian, tenaga kerja dari SMK masih belum memenuhi standar, sehingga perlu adanya pelatihan terlebih dahulu.

### 3. Kafe Tahi Lalat

Tahi Lalat merupakan *brand* komik webtoon yang sudah sukses memanfaatkan produk IP mereka dengan melakukan kerja sama dengan berbagai *brand* mulai dari Bioskop XXI, produk sepatu, sepeda, kopi, dan *brand* besar luar negeri seperti Crayon Shinchan. Tahi Lalat berada di bawah naungan Infia Group yang juga mengurus beberapa IP besar di Indonesia seperti Dagelan, Dalang Pelo, *Jakarta Sneakers Day*, dan lain-lain.

### 4. Pertemuan dengan panitia Pesta Komik di Hotel Courtyard

Tujuan diadakannya acara Pesta Komik Bandung selain untuk ajang silaturahmi para penggiat komik juga sebagai pengenalan kepada masyarakat Indonesia bahwa masih ada komik buatan Indonesia yang kualitasnya tidak kalah dengan komik buatan asing. Acara Pesta Komik Bandung diikuti oleh lebih dari 100 *brand* komik Indonesia, dimana para pembuat komik bukan hanya dapat menjual komik tapi juga dapat menjual *merchandise*.

## Sosialisasi Good Design Indonesia (GDI) 2023 di Bandung

Sosialisasi Good Design Indonesia (GDI) 2023 di Bandung dilaksanakan pada 22-26 Februari 2023 dan dibuka oleh Direktur PEJPK. Tema yang diangkat dalam GDI 2023 adalah tema "*Good Design Good Impact*". Tujuan dari kegiatan sosialisasi ini adalah memberikan gambaran tentang ajang GDI baik dari tujuan, manfaat, dan target. Diharapkan dengan adanya sosialisasi ini para calon peserta yang belum mengetahui tentang GDI akan tertarik dan berpartisipasi dengan mendaftarkan karya terbaiknya.

Ajang Penjaringan peserta yang terbungkus dalam kegiatan sosialisasi GDI 2023 di Bandung merupakan ajang sosialisasi perdana GDI 2023 yang memiliki konsep berbeda dari sosialisasi GDI pada tahun sebelumnya. Selain lokasi yang tidak harus di hotel tetapi di tempat para komunitas desain beraktifitas agar lebih familiar dan nyaman

dalam berdiskusi, GDI juga memberikan kesempatan kepada pengunjung dan undangan untuk dapat menyaksikan berbagai produk peraih penghargaan baik GDI maupun GDA (Good Design Award).

Pada kegiatan sosialisasi, dilaksanakan pula seminar desain yang dipandu oleh Mufti Alem dari NAPAKALA sebagai moderator dengan menghadirkan tiga narasumber yaitu:

1. Eric Widjaja sebagai *Design Principal of Thinking Room*, yang menjelaskan bagaimana desain memiliki peran dalam menyelesaikan permasalahan di masyarakat.
2. Eugenio Hendro, Produk Desainer dan Direktur Kerja sama dan kemitraan ADPII, yang membagi pengalaman dalam menjadi peserta GDI dan meraih penghargaan G Mark di Jepang. Bahwa pemberdayaan masyarakat khususnya perempuan di Kalimantan untuk menganyam tanaman purun yang hidup disungai ini memiliki dampak perekonomian bagi mereka. Manfaat label G Mark juga memudahkan bagi produk tersebut untuk diterima pasar Jepang karena masyarakat Jepang sendiri memiliki keyakinan untuk produk yang telah memiliki label tersebut telah memenuhi kaidah desain yang dibutuhkan oleh konsumen.
3. Andi Rahmat *founder* NUSAE yang juga meraih penghargaan G Mark 2022 untuk *project City Branding* Tulang Bawang Barat (Tubaba) menjelaskan tentang penyediaan informasi di area *public service* untuk masyarakat dan pentingnya membangun identitas daerah dengan menciptakan simbol dan karakter khusus yang dapat menjadi ciri khas Tubaba. Simbol dan karakter khusus tersebut diimplementasikan ke beberapa *merchandise* dan visual lainnya.

Bersamaan dengan acara seminar, dihadirkan pula berbagai produk para peraih penghargaan GDI-GDA yang berdomisili di Bandung dan sekitarnya. Sekitar 17 produk yang terdiri dari 15 merupakan produk berwujud barang dan dua produk jasa. Dengan ditampilkannya produk-produk tersebut, membuat para peserta yang hadir memiliki gambaran yang nyata tentang produk yang tidak hanya berupa barang tetapi juga jasa, yang mendapatkan penghargaan dan diharapkan

dapat memberikan inspirasi dalam melakukan pendaftarannya pada GDI 2023.

Dalam rangkaian kegiatan sosialisasi ini juga dilakukan kunjungan ke tiga lokasi yang memiliki potensi sebagai peserta GDI, yaitu:

### 1. Kirapassa

Kirapassa adalah sebuah usaha *start up* yang digawangi oleh Rai, anak muda Bandung yang juga memiliki beberapa tempat usaha yang disewakan bagi para *brand* lokal yang baru tumbuh. Rai juga memiliki garmen yang membantu para *brand* lokal memproduksi *apparelnya*.

Produk Kirapassa adalah produk *fashion* berbahan dasar rajutan. Berbagai jenis *fashion* mulai dari selimut, karpet, tas, sajadah, *outer*, bahkan poncho dibuat disini. Dengan mengangkat motif lokal yang dibuat geometris dan permainan komposisi warna yang cukup kontras membuat produk ini cukup diterima di pasar Amerika. Ekspor yang dilakukan masih melalui pihak ketiga dengan *brand* Patent Goods dan tidak memunculkan *brand* Kirapassa. Kapasitas produksi dalam sebulan mampu menghasilkan 800-1.000 pcs namun saat ini jumlah produksi dalam sebulan hanya sampai 600 pcs berdasarkan pesanan.

Kirapassa dalam produksinya menggandeng salah satu desainer dari AGNI berdasarkan *project* dan tidak menjadi *in house designer*. Jika tidak ada pesanan, agar produksi tidak berhenti, Kirapassa memproduksi barang untuk dijual ritel dengan model yang terlaris, *simple* dan ukuran yang sama agar tidak mengubah lini produksi dan *setting* mesin.

### 2. HIRKA

*Brand* Hirka diambil dari bahasa Turki yang artinya dicintai ini merupakan usaha produk sepatu dengan *material* kulit ceker ayam. Menurut pemilik Hirka, Nurman Farieka Ramdhany, belum ada produsen yang menggunakan bahan kulit ceker ayam, sehingga membuat produknya digandeng oleh beberapa perusahaan sebagai produk yang eksklusif.

Kulit ceker ayam ini merupakan hasil penelitian 20 tahun lalu yang berusaha mengembangkan kulit ceker ayam sebagai *raw material* pada saat kuliah di Politeknik Akademi Teknologi Kulit di Yogyakarta. Namun Nurman juga meneruskan penelitian tersebut untuk mengolah kulit ceker ayam menjadi layak untuk produk *fashion*.

Awal produksi sepatu ini adalah untuk wanita, namun banyak mendapatkan tanggapan yang perlu penelitian lebih lanjut tentang *behaviour* wanita. *Material* ini dianggap lebih condong ke maskulin, tegas dan jika digunakan untuk seluruh permukaan sepatu cenderung *freak*. Akhirnya saat ini fokus sepatu hanya untuk para pria.

Terdapat beberapa perusahaan yang telah mempercayakan produksi sepatu Hirka, diantaranya KFC yang memesan secara khusus untuk mengangkat cerita perjuangan Colonel Sanders dan Astra Internasional yang memesan untuk menjadi *merchandise* dan dijual ke karyawan Astra dan umum. Hirka juga diberikan kesempatan oleh Uniqlo untuk *display* produknya di beberapa gerai Uniqlo. Hirka juga merupakan salah satu peserta pameran TEI 2022 yang baru lalu yang mendapatkan *buyer* dari Afrika dan Vietnam dengan jumlah total pesanan 100 pcs.

### **3. Institut Teknologi Bandung (ITB)**

Pada kesempatan ini juga dilakukan kunjungan ke kampus ITB yang sedang mengadakan pameran Industrial Design Exhibition (INDDIX) 2023 yang menampilkan hasil karya para mahasiswa. Beberapa karya merupakan kolaborasi dengan UKM di beberapa daerah. Pada pameran ini mahasiswa menampilkan hasil kolaborasi dengan UKM dan penduduk setempat untuk memberikan dampak baik di berbagai sektor. Para mahasiswa fakultas seni rupa dan desain ini juga akan melakukan pertemuan dengan seluruh jurusan desain produk untuk menyelenggarakan berbagai kegiatan salah satunya adalah ajang kompetisi desain. Diharapkan ajang tersebut menjadi kontributor calon peserta GDI dimasa yang akan datang.

## 1.2. Peningkatan Ekspor Produk Manufaktur

### **Pendampingan Pelaku Usaha Penerima Manfaat dalam Rangka *Sourcing Mission* IPD Jerman Produk Kayu Ringan dan Sosialisasi Interzum**

Direktorat Pengembangan Ekspor Produk Manufaktur (Dit. PEPM) melalui Tim Produk Kehutanan & Perkebunan melakukan kunjungan ke Solo pada tanggal 1 - 3 Februari 2023 dengan tujuan untuk *Sourcing Mission* Kayu Ringan dan Sosialisasi Interzum 2023. Agenda kegiatan adalah kunjungan secara langsung ke lokasi pabrik/*workshop* perusahaan dan mensinergikan program kerja sama guna meningkatkan ekspor produk kayu ringan di Indonesia dan mengundang perusahaan untuk dapat berpartisipasi dalam Interzum 2023.

Pelaksanaan pendampingan ke beberapa pelaku usaha, diantaranya sebagai berikut:

#### **1. PT. Hasil Albizia Nusantara**

Hasil Albizia Nusantara didirikan pada tahun 2011 sebagai produsen *lumbercore* dengan tujuan ekspor utamanya ke pasar Tiongkok. Pada tahun 2016, perusahaan memperluas divisi *plywood* dan *blockboard* untuk memenuhi peluang internasional yang lebih luas. Pada tahun 2020, pasar ekspor utama perusahaan untuk kayu lapis meliputi Amerika Serikat, Uni Eropa, dan Australia.

Hasil Albizia Nusantara adalah bisnis yang dikelola keluarga dengan mempekerjakan total 350 staf dan operator penuh waktu. Fasilitas produksi menempati lahan seluas 27.000 m<sup>2</sup> yang meliputi pengupasan kayu, jalur produksi kayu lapis, serta area penyimpanan bahan baku dan produk. Hasil produksi saat ini sekitar 20.000 m<sup>3</sup> per tahun. Semua produk panel kayu telah diverifikasi dan sesuai dengan Sistem Verifikasi Legalitas Kayu Indonesia (SVLK).

Perusahaan ini sudah pernah berpartisipasi dalam pameran Interzum pada tahun 2017 dan 2019. Harapannya dengan mengikuti pameran Interzum dapat memperluas akses pasar perusahaan ke dunia terutama kondisi pasca pandemi covid yang sempat membuat perusahaan mengalami kesulitan ekspor terutama ke pasar Eropa.

## 2. PT Abhirama Kresna

Abhirama Kresna berdiri sejak tahun 2001 dan merupakan salah satu pionir dalam industri kayu lapis yang menggunakan bahan baku dari kayu *Albizia Falcataria* atau lebih dikenal dengan kayu sengon. Perusahaan memilih bahan ini karena di masa depan populasi kayu keras terus berkurang. Maka dari itu, perusahaan juga mendukung reboisasi hutan kayu.

PT Abhirama Kresna berinisiatif untuk mengolah kayu sengon menjadi produk yang bernilai jual seperti triplek, *barecore*, dan *wood pellet*. Sertifikat produk yang sudah dimiliki adalah Dewan Sumber Daya Udara California (CARD), Badan Lingkungan Amerika Serikat (US EPA), dan Standar Pertanian Jepang (JAS).

Perusahaan ini tertarik untuk mengikuti Interzum 2023 untuk mempermudah akses pasar mereka ke Eropa karena sempat terhenti selama pandemi covid 19.

## 3. PT Rimba Sentosa Persada

PT Rimba Sentosa Persada adalah perusahaan yang bergerak dibidang *engineered wood dan furniture* dan telah memiliki pengalaman hampir 20 tahun di bidang tersebut.

Saat ini, perusahaan sedang memproduksi *door manufactured, furniture manufactured, dan panel manufactured*. Total karyawan yang ada di perusahaan ini mencapai 300 orang yang pembagian pekerjaannya sudah ditentukan. Marketing perusahaan terdiri dari tujuh orang yang dipimpin langsung oleh anak dari *founder* perusahaan. Sertifikasi yang dimiliki yaitu SVLK dan FSC (Forest Stewardship Council). Perusahaan saat ini sedang mempersiapkan sertifikasi ISO 9001, ISO 14001, dan ISO 45001 hingga semester kedua tahun 2023 ini.

Secara umum perusahaan sangat berpotensi untuk berpartisipasi dalam Interzum 2023, tetapi saat ini perusahaan sedang fokus dalam pengembangan pabrik manufaktur yang dimiliki. Rencana untuk mengikuti pameran luar negeri diagendakan semester kedua tahun ini.

#### 4. PT Rama Gombang Sejahtera

PT Rama Gombang Sejahtera adalah perusahaan manufaktur kayu yang sudah berdiri sejak tahun 1979. Perusahaan ini memiliki dua lokasi pabrik, keduanya terletak di Kebumen Jawa Tengah, dan memiliki pengalaman ekspor ke lebih dari 40 negara. Produk utamanya adalah *plywood* dalam berbagai *finishing*, *LVL*, *barecore*, dan *double core*.

Bahan kayu yang digunakan perusahaan adalah kayu jenis sangon (*Albizia Falcataria*) dan jabon (*Neolamarckia Cadamba*). Perusahaan sudah mengekspor produknya ke negara Amerika Serikat, Kanada, Eropa, Rusia, dan Australia. Sertifikat yang dimiliki adalah SVLK, CE, dan FLEGT.

Perusahaan tertarik untuk mengikuti Interzum 2023, barang-barang yang akan dibawa juga sudah mulai diidentifikasi. Apabila terpilih, mereka akan membawa produk baru yang akan ditawarkan dalam pameran Interzum 2023.

#### **Publik Kick Off Meeting: Market Information on Technical Wood Sector – Post COVID and Geopolitical Situation**

Kegiatan *Kick Off Meeting Preparation for B2B Matchmaking - Interzum 2023* dilaksanakan secara *hybrid* pada tanggal 10 Februari 2023 di The Royal Surakarta Heritage Mgallery. Dihadiri oleh perwakilan dari Kemendag, Dinas Perdagangan Surakarta, SIPPO, IPD, ILWA, ISWA, APKINDO, Atdag Jenewa, Atdag Bertin, ITPC Hamburg serta para perilaku usaha produk *Technical Wood*.

Tujuan kegiatan adalah untuk meningkatkan akses pasar produk *Technical Wood* (TW) dan *Lightwood* ke wilayah Eropa, melalui penyampaian informasi tren pasar, standar, dan regulasi khususnya pasca Covid 19 dan situasi Geopolitik, serta peluang promosi produk TW khususnya kayu olahan dan kayu pertukangan.

Untuk produk kayu olahan, Ditjen PEN memiliki kerja sama aktif dengan beberapa lembaga yaitu SIPPO, IPD Jerman, dan Fairventures Worldwide, yang menitikberatkan pada area kerja sama sebagai berikut:

1. *Transfer knowledge* dan *technology awareness* untuk pemanfaatan dan pengembangan produk kayu ringan yang bernilai tambah.
2. Identifikasi kapasitas dan produktivitas pelaku usaha/eksportir produk olahan kayu ringan Indonesia.

3. Pemetaan *buyers* potensial di negara tujuan ekspor yaitu Jerman, Swiss, dan Belgia.
4. Mendorong promosi melalui pameran dagang dan B2B *matchmaking* dengan *buyers* Eropa.

Menurut konsultan SIPPO, Dr. Markus Erbreich, beberapa hal penting yang perlu dipahami untuk memasarkan produk kayu olahan Indonesia ke Eropa antara lain:

1. Membangun *long term relationship* dengan *buyer* sehingga tercipta *trust*.
2. Jenis produk TW Indonesia yang berpeluang dipasarkan di Eropa meliputi *parquet, decking, wood in garden, door jamb, plywood, blockboards*, kombinasi *lightwood* dengan *tropical wood*.
3. Beberapa negara Uni Eropa terbuka untuk mengimpor produk kayu Indonesia (*sourcing*), karena sebagai alternatif *supply chains* yang saat ini terdisrupsi akibat situasi geopolitik Rusia-Ukraina.
4. Pemahaman tentang budaya, *buyer's preferences*, selera, *values, belief*, dan *norms* menjadi penting.
5. Untuk produk kayu ringan atau *lightwood*, banyak digunakan untuk bahan baku industri *furniture* hingga *building materials*, khususnya proyek perumahan.

Berdasarkan informasi terkini, pasar Eropa mengalami keterbatasan *supply softwood sawn timber* untuk keperluan konstruksi bangunan yang selama ini berasal dari Rusia. Selain itu, akibat meningkatnya inflasi dan perlambatan pertumbuhan ekonomi, Eropa juga membatasi proyek pekerjaan konstruksi untuk mengimbangi juga *supply* bahan baku yang terbatas. Situasi ini diprediksi akan terus berlanjut dan mengakibatkan ketidakpastian *supply* khususnya bahan baku kayu.

Dalam pandangan konsultan SIPPO tersebut, pelaku usaha Indonesia perlu memanfaatkan situasi ini menjadi peluang peningkatan ekspor kayu olahan sebagaimana dibutuhkan pasar Eropa. Namun, terdapat beberapa *concern* dari pelaku usaha Indonesia yang telah melakukan ekspor ke Eropa, yaitu:



1. *Buyer* Eropa cenderung melakukan pembelian produk melalui *trader* dengan margin cukup tinggi, sehingga menekan harga pembelian.
2. Pasar Eropa untuk kayu ringan masih cenderung memilih kayu jenis Birch atau Oak yang belum banyak disuplai Indonesia.
3. Kesepakatan terkait kualifikasi dan kualitas produk yang diperdagangkan, menjadi hal utama bagi eksportir Indonesia untuk menghindari *dispute* terkait produk.

Meski demikian, para eksportir tetap optimis bahwa pasar Eropa masih menjadi pangsa pasar utama produk kayu olahan Indonesia, terutama dengan inovasi dan teknologi yang terus dikembangkan oleh produsen Indonesia.

**Focus Group Discussion (FGD)  
Arah Pengembangan Industri  
Kayu Olahan**

*Focus Group Discussion* (FGD) Arah Pengembangan Industri Kayu Olahan dilaksanakan pada tanggal 9 Februari 2023 secara luring di Hotel Salak The Heritage, Bogor. Dihadiri oleh Perwakilan dari Kementerian/Lembaga terkait dan akademisi, antara lain Kemendag, Kemenperin, Kemenkomarves, BRIN, Asosiasi Pengusaha Hutan Indonesia (APHI), Asosiasi Panel Kayu Indonesia (APKINDO), Indonesia Sawmill and Wood Working Association (ISWA), dan Guru Besar Universitas IPB.

Tujuan FGD ini adalah untuk menentukan arah pembangunan industri, menemukan potensi pasar kayu olahan, standar kualitas produk kayu olahan, efisiensi proses pengolahan guna meningkatkan *performance* pengolahan hasil hutan Indonesia di masa depan.

Acara dibuka oleh perwakilan dari Pengendali Ekosistem Hutan Ahli Muda, Direktorat Bina Pengolahan dan Pemasaran Hasil Hutan. Setelah pembukaan, dilanjutkan dengan penyampaian pemikiran/*real facts* dari para K/L terkait, antara lain dari:

1. Prof. Dr. Satria Astana, M.S dari BRIN, menyampaikan bahwa kebijakan pembangunan HTI sudah cukup bagus dan jelas sasarannya. Namun implementasinya tidak sesuai dan kebijakannya kurang substantif, menyebabkan pergeseran produksi kayu pertukangan (kayu gergajian dan *plywood*) ke industri dengan bahan baku serat yang arahnya untuk industri *pulp and paper*. Sehingga saat ini integrasi hulu dan hilir hanya

pada industri *pulp and paper*. Selain itu, suplai dan *demand* bahan baku juga belum terpetakan.

2. Prof. Dr. Ir. Lina Karlinasari, S. Hut, M.sc. dari Universitas IPB, menyampaikan identifikasi produk industri kayu dan turunannya belum berkembang dengan baik, perlu upaya untuk mendorong produk turunan dari ragam produk kayu olahan yang telah ada saat ini. Produk turunan kayu perlu diberikan ruang untuk berkembang guna meningkatkan perekonomian ekspor Indonesia. Diharapkan K/L dapat bersinergi untuk upaya pengembangan produk turunan kayu tersebut agar perekonomian juga dapat ditingkatkan.
3. Dr. David (Wakil Ketua Umum Bidang Pengelolaan Hutan Alam Lestari APHI) memaparkan terkait kinerja ekspor sektor kehutanan, *value chain* produk kayu, dan perlunya penyiapan bahan baku untuk industri pengolahan hasil hutan. Beliau menyampaikan bahwa bahan baku yang tersedia saat ini belum kompetitif serta kurang nilai tambah dan berdaya saing. Selain itu penggunaan bahan bakunya belum optimal karena mengutamakan produk akhir dari limbah (*by product*) dan mesin produksi yang sudah tua.
4. Poppy Komalasari (Wakil Sekretaris Jenderal APHI), menyampaikan bahwa K/L beserta asosiasi terkait perlu bersinergi untuk mempromosikan bersama jenis-jenis rimba campuran. Diperlukan dukungan dari para peneliti atau akademisi di bidang kayu untuk menggali jenis-jenis kayu olahan lainnya untuk pemasaran di dalam negeri dan dalam berbagai forum internasional.
5. Suhariyanto (ISWA) menyampaikan bahwa pasar kayu yang bersifat tertutup, sehingga perlu ada tempat atau lokasi bertemunya penjual dan pembeli kayu bulat (log kayu rakyat). Harga kayu untuk pasar domestik termasuk mahal dengan adanya produk substitusi yang jauh lebih murah. Hal ini menyebabkan industri cenderung mengeksport hasil produknya. Untuk itu, perlu adanya insentif untuk pelaku perindustri, agar harga kayu bisa bersaing dengan produk substitusinya. Selain itu juga perlu dilakukan pembinaan dan *support* terhadap petani

kayu rakyat, untuk dapat menjaga ketersediaan bahan baku industri, membuka pasar ekspor, dan mengoptimalkan konsumen dalam negeri.

6. Perwakilan dari Kementerian Perdagangan, menyampaikan bahwa Kemendag cq Ditjen PEN turut berperan aktif dalam mendorong pengembangan produk ekspor kayu olahan dengan bersinergi dengan mitra luar negeri diantaranya: SIPPO (pengembang *technical wood* yang memanfaatkan kayu ringan dan *reclaimed wood* sebagai produk *wall panel*, *door jam*, *decking*, *flooring*, dsb); IPD (pengembang potensi produsen kayu ringan untuk mengisi kebutuhan pasar Eropa); dan Fairventures Worldwide (pengembang budidaya kayu sengon di Kalimantan Tengah, *transfer knowledge* dan teknologi *glulam beam* untuk pemanfaatan kayu sengon sebagai *modular housing*, yang telah *launching* pada November 2022 di Kalimantan Tengah). Kegiatan yang dilakukan dengan ketiga mitra tersebut, berfokus pada penggunaan kayu ringan (sebagai alternatif *solid wood*), yang bernilai tambah sehingga mendapat insentif lebih sebagai produk ekspor.
7. Perwakilan dari Kementerian Perindustrian, menyampaikan bahwa saat ini Kemenperin telah melakukan upaya untuk mendorong industri per kayu yaitu dengan program bantuan penggantian biaya permesinan dengan nilai maksimal Rp 1 miliar untuk setiap pelaku usaha.
8. Perwakilan dan Kemenkomarves, menyampaikan agar KLHK lebih ketat dalam mengawasi dan menegakkan aturan-aturan terkait penyimpangan yang ada untuk produk kayu di hulu. Kiranya KLHK dapat bersinergi dengan K/L terkait dan Asosiasi serta pelaku usaha untuk mengatasi bersama permasalahan penyimpangan yang ada tersebut agar tidak berkelanjutan dan merugikan negara. Saat ini Kemenkomarves sudah dalam tahapan *Pilot Project* penggunaan *woodchips* untuk menggantikan batu bara.

### 1.3. Peningkatan Ekspor Produk Primer

#### **Audiensi Delegasi Sekretariat CAEXPO dan Pelaksanaan Konferensi Promosi China-ASEAN Expo (CAEXPO) ke-20**

#### **Audiensi Ditjen PEN – Sekretariat CAEXPO**

Audiensi dilaksanakan pada tanggal 15 Februari 2023 di ruang Auditorium 3 Kementerian Perdagangan. Delegasi Sekretariat CAEXPO yang hadir adalah Ms. Wei Zhaohui selaku Sekretaris Jenderal Sekretariat CAEXPO dan Mr. Wu Zhiwei dari Kedutaan Tiongkok di Jakarta.

Ditjen PEN menyampaikan beberapa hal sebagai berikut:

1. Tiongkok merupakan mitra dagang utama Indonesia karena telah menjadi negara tujuan ekspor utama Indonesia selama beberapa tahun terakhir. Nilai perdagangan kedua negara mencapai USD 109,99 miliar pada tahun 2021 dan meningkat menjadi USD 133,64 miliar pada tahun 2022 atau meningkat sebesar 21,51%.
2. Indonesia c.q Kemendag mendukung pelaksanaan CAEXPO 2023 yang akan dilaksanakan secara *hybrid*, dengan ikut berpartisipasi membawa pelaku usaha Indonesia untuk hadir secara *offline* pada kegiatan tersebut. Untuk itu Kemendag berharap Sekretariat CAEXPO dapat memberikan dukungan dan fasilitasi yang memadai agar pelaksanaan kegiatan CAEXPO berjalan dengan lancar dan sukses.
3. CAEXPO 2023 merupakan penyelenggaraan CAEXPO pertama yang akan dilaksanakan secara *offline* setelah pandemi Covid-19. Selain itu, tahun ini juga merupakan tahun kepemimpinan Indonesia di ASEAN, sehingga merupakan momentum yang dapat dimanfaatkan sebaik-baiknya oleh seluruh pihak.

Sekjen Sekretariat CAEXPO menyampaikan bahwa CAEXPO akan menciptakan lebih banyak peluang bisnis untuk negara ASEAN, terutama pelaku usaha Indonesia dengan menerapkan empat pengembangan pada rencana kerja, yaitu:

1. Peningkatan pada mekanisme pertemuan tingkat tinggi dimana Sekretariat CAEXPO bermaksud untuk mengundang pemimpin negara Tiongkok dan negara ASEAN untuk hadir pada pertemuan tingkat tinggi sekaligus perayaan ke-20 tahun CAEXPO.

2. Peningkatan ekonomi dan perdagangan Tiongkok-ASEAN, sehingga pelaksanaan CAEXPO akan memperluas skala pameran dan fokus pada beberapa bidang inti seperti ekonomi digital dan *green economy* yang terkait dengan *The Free Trade Area 3.0 version*. Berkaitan dengan hal tersebut, Menteri Perdagangan diharapkan dapat menghadiri pertemuan tingkat menteri guna melakukan perundingan FTA versi 3.0 termasuk didalamnya poin terkait perdagangan barang dan jasa serta kerja sama investasi.
3. Peningkatan “Nanning Channel” yang dapat memfasilitasi berbagai forum tingkat tinggi di berbagai bidang yang lebih luas meliputi konektivitas infrastruktur, investasi, teknologi, dan bidang lainnya.
4. Peningkatan *platform* kerja sama yang berkelanjutan dengan mendorong peningkatan sistem *online* CAEXPO: China-ASEAN Economic and Trade Center yang merupakan layanan satu atap bagi perusahaan ASEAN untuk mendirikan kantor cabang dan berinvestasi di Tiongkok, dan China-ASEAN Mercantile Exchange yang merupakan *platform* untuk mempromosikan kerja sama B2B antara Tiongkok dan ASEAN serta anggota RCEP selama satu tahun.

### **Konferensi Promosi China-ASEAN Expo ke-20**

Kegiatan konferensi dilaksanakan di hari yang sama di Ruang Timor Hotel Borobudur. Hadir pada kegiatan tersebut adalah Sekjen Sekretariat CAEXPO dan delegasi, Ketua Asosiasi Pengusaha Tionghoa Indonesia, Perwakilan Kedutaan Tiongkok di Jakarta dan Kadin Komite Tiongkok, serta para pelaku usaha Indonesia. Konferensi ini bertujuan untuk sosialisasi kegiatan CAEXPO 2023 bagi pemangku kepentingan dan pelaku usaha Indonesia.

Acara sosialisasi diawali dengan sambutan Direktur Departemen Eksternal, Sekretariat CAEXPO dan menyampaikan bahwa CAEXPO 2023 merupakan perayaan ke-20 tahun penyelenggaraan CAEXPO sehingga akan dihadiri oleh para pemimpin negara Tiongkok dan ASEAN. Disampaikan pula upaya peningkatan yang dilakukan terhadap *platform online* CAEXPO untuk mendorong hubungan

bilateral dan meningkatkan perekonomian antara Tiongkok dengan negara anggota ASEAN.

Mr. Wu Zhiwei, Konselor Ekonomi dan Komersial, Kedutaan Besar Tiongkok di Jakarta menyampaikan bahwa Indonesia merupakan mitra penting Tiongkok untuk sektor perdagangan dan investasi. Diharapkan pelaku bisnis kedua negara dapat memanfaatkan CAEXPO untuk bertemu dengan mitra baru, membuka pasar baru, menemukan peluang baru, dan bekerja sama untuk saling menguntungkan sehingga semakin memperkaya konotasi kemitraan strategis komprehensif Tiongkok-Indonesia. Mr. Wu mengharapkan bahwa akan lebih banyak merek dan produk Indonesia dapat memasuki pasar Tiongkok melalui CAEXPO.

Selanjutnya Ketua Asosiasi Tionghoa Indonesia menyampaikan bahwa tahun 2023 juga merupakan tahun pertama Indonesia bergabung dalam RCEP sehingga semakin banyak peluang kerja sama yang sebenarnya terbuka bagi Indonesia. Asosiasi Pengusaha Tionghoa siap membantu delegasi Indonesia untuk mengikuti pameran dengan berperan sebagai jembatan dan *platform* dalam pertukaran dan kerja sama antara kedua belah pihak. Asosiasi juga akan secara aktif mempromosikan pertukaran dan kerja sama antara pengusaha kedua negara serta mengatur delegasi untuk berpartisipasi dalam CAEXPO 2023 di Nanning pada bulan September tahun ini. Sebagai ekonomi terbesar di ASEAN, Indonesia memiliki produk yang kaya dan budaya yang beragam dan inklusif sehingga sangat diharapkan agar lebih banyak merek dan produk Indonesia memasuki pasar Tiongkok melalui *platform* CAEXPO sehingga lebih banyak konsumen Tiongkok dapat mengetahuinya.

Di akhir konferensi, Sekjen Sekretariat CAEXPO menyampaikan perkembangan persiapan kegiatan CAEXPO 2023 yang akan dilaksanakan pada bulan September atau Oktober tahun 2023. Setelah sukses selama 19 tahun berturut-turut berpartisipasi di CAEXPO, pada tahun ini diharapkan Indonesia dapat kembali berpartisipasi dengan membawa berbagai produk unggulan yang sudah dikenal pasar Tiongkok seperti makanan-minuman, produk pertanian, dan lain-lain. Selain pameran, CAEXPO juga akan mengadakan berbagai kegiatan forum, konferensi, dan *business*

*matching* yang bisa dimanfaatkan oleh para pelaku usaha. Penyelenggaraan CAEXPO 2023 edisi *online* tahun ini akan berbeda karena produk akan *display* selama satu tahun.

### **Pelaksanaan Pameran Biofach 2023**

Pameran Biofach 2023 merupakan salah satu pameran produk organik terbesar Eropa yang diselenggarakan tanggal 14-17 Februari 2023 di Nuremberg International Convention Centre, Nuremberg, Jerman. Biofach merupakan pameran tahunan internasional yang khusus menampilkan produk organik seperti makanan dan minuman, kosmetik, serta produk lain. Produk yang dipamerkan harus memiliki sertifikat organik yang sesuai dengan regulasi organik Uni Eropa yang dikeluarkan sesuai aturan akreditasi dari The International Federation of Organic Agriculture Movements (IFOAM). Paviliun Indonesia pada pameran kali ini merupakan kerja sama antara Direktorat Pengembangan Ekspor Produk Primer dan Indonesian Trade Promotion Centre (ITPC) Hamburg untuk sewa lahan dan konstruksi. Paviliun Indonesia menempati lahan seluas 78 m<sup>2</sup> yang berlokasi di Hall 3A, dimana merupakan area para *exhibitor* produk organik internasional.

Paviliun Indonesia menampilkan tujuh *co-exhibitors* yang telah memiliki sertifikasi organik yaitu PT Intrafood Singabera Indonesia (minuman jahe dan kunyit), PT Kawanasi Sehat Dasacatur (olahan kacang kenari), PT Natural Joy Foods (kecap asin kelapa), PT Harendong Green Farm (teh), PT Berkat Petani Indonesia (gula kelapa), PT Natural Indococonut Indonesia (air kelapa dan santan), dan CV Hugo Inovasi (gula kelapa).

Selain itu, terdapat lima perusahaan Indonesia yang berpartisipasi secara mandiri yaitu PT Integral Mulia Cipta (gula kelapa), CV Multi Rempah Sulawesi (rempah-rempah), CV Permata Satria Java Coco (gula kelapa), Coco Sugar (gula kelapa), dan Organik Food Indonesia AR GmbH (distributor produk makanan organik Indonesia). Terdapat satu perusahaan Indonesia yang merupakan binaan IPD yaitu CV Kerinci Agro (kayu manis) bergabung di *booth* IPD.

Konsul Jenderal RI di Frankfurt, Acep Soemantri bersama dengan Direktur Pengembangan Ekspor Produk Primer meresmikan Paviliun Indonesia tanggal 14 Februari 2023 yang didampingi oleh Atase

Perdagangan Berlin dan Kepala ITPC Hamburg serta para peserta pameran.

Dari hasil pengamatan yang dilakukan selama pameran berlangsung, produk yang berlabel organik dan *vegan* masih diminati di pasar Eropa. Beberapa jenis inovasi produk makanan olahan yang dilakukan antara lain produk olahan tofu sebagai *filling pasta* (Italia), *vegan tofu sausage* dan *tofu fillet* (Jerman), dan *spread* atau *paste* dengan bahan dasar campuran jahe dan kunyit (Italia). Sementara untuk produk-produk organik asal negara Asia dan Afrika yang masih diminati adalah produk pertanian antara lain teh, kacang kenari, gula semut, dan air kelapa (Indonesia); berbagai macam jenis bunga dan daun untuk kebutuhan produksi teh dan *essential oil* serta produk pala, lada, dan cengkeh (Sri Lanka); vanilla dan *pink peppercorn* (Madagaskar), kacang mete (Senegal), beras (Thailand, India, dan Kamboja).

PT Kawanasi Sehat Desacatur memperkenalkan inovasi produk terbaru pada pameran Biofach 2023 yaitu kacang kenari, yang ditampilkan di *booth* Novelty Stand (tempat khusus untuk menampilkan inovasi baru dan belum beredar di pasaran). Dari hasil pengamatan, produk kacang kenari ini mendapatkan respon dan antusiasme yang sangat baik dari para pengunjung, karena merupakan produk kacang yang belum dikenal luas oleh masyarakat Eropa. Hal ini menjadi salah satu kendala bahwa produk belum dapat dipasarkan secara luas ke Eropa dan masih dalam proses registrasi di *European Commission*.

Selama empat hari pelaksanaan pameran telah diperoleh nilai **transaksi potensial** sebesar **USD 3,7 juta** yang terdiri dari USD 3,67 juta dari para peserta dari mitra baru atau yang *existing* serta potensi transaksi sebesar USD 30.000 dari hasil memfasilitasi PT Sumatran Organic Spices melakukan pertemuan dengan para mitra bisnisnya. Selain itu, terdapat 221 kontak dagang untuk ditindaklanjuti perusahaan.

*Buyer* potensial selain dari Jerman, juga berasal dari Spanyol, Belanda, Polandia, Belgia, Kanada, Kenya, Kroasia, Bulgaria, Prancis, Swiss, Denmark, Slovenia, Kosta Rika, Lebanon, Amerika Serikat, India, Italia, Thailand, Ukraina, Romania, Kuwait, dan Yordania.



Produk yang diminati antara lain kacang kenari, teh, santan air kelapa, gula kelapa, minuman jahe dan kunyit, serta rempah-rempah. Ditjen PEN juga melakukan pertemuan dengan perusahaan dan lembaga asal Jerman, dengan hasil:

1. Import Promotion Desk (IPD)

Angie Martinez, Expert Sourcing+Market, IPD menyampaikan tahun ini IPD telah memperoleh sembilan perusahaan organik Indonesia yang telah mendaftar pada program fasilitasi pendampingan “Export Market Mission” yang rencananya akan berlangsung selama tiga tahun. Sebagai tahapan kurasi maka pada bulan Maret ini, tim IPD akan melakukan kunjungan audit ke perusahaan terpilih tersebut. IPD mengharapkan dukungan Kementerian Perdagangan dalam proses pelaksanaan program pendampingan dimaksud.

2. Nuremberg Chamber of Commerce and Industry

Mr. Manuel Hartel dari Nuremberg Chamber of Commerce and Industry melakukan kunjungan ke Paviliun Indonesia dan sangat antusias untuk melakukan *testing* berbagai produk makanan organik Indonesia. Respon dari hasil *testing* ini adalah ketertarikan pada produk kacang kenari PT Kawannasi Sehat Desacatur karena tekstur kacang kenari yang lembut. Selain itu disampaikan adanya rencana penyelenggaraan Asia Pasific Summit oleh Nuremberg Chamber of Commerce and Industry pada bulan Juni 2023 dan sangat terbuka apabila Industri tertarik untuk membuka *booth* sebagai ajang promosi produk-produk Indonesia selama berlangsungnya Asia Pasific Summit.

3. Adidas

Mr. Manuel Pauser, Vice President Government and Community Affair of Adidas menerima kunjungan tim Kemendag ke Kantor Pusat Adidas di Herzogenaurach, Jerman dan menyampaikan beberapa informasi hubungan perdagangan Adidas dengan Indonesia, yaitu:

- a. Adidas memproduksi sepatu olahraga dari Indonesia sekitar 36% dari total sepatu Adidas di dunia melalui mekanisme kerja

sama *third party – partnership* dengan 34 perusahaan sepatu yang berlokasi di pulau Jawa dan Sumatera. Kedepannya, Adidas berencana untuk meningkatkan kapasitas produksi sepatu olahraga dari Indonesia-EU Comprehensive Partnership Economic Agreement (IEU-CEPA) dapat segera selesai tahun ini.

- b. *Comodity Balance Sheet* menjadi *concern* bagi Adidas karena adanya kuota impor yang diberlakukan oleh Pemerintah Indonesia. Sementara Adidas memandang bahwa ekspor Indonesia ke Jerman masih didominasi oleh sepatu olahraga dengan nilai yang sangat besar.
- c. Dari segi penjualan, Adidas hanya memiliki *Wholesale License* di Indonesia, yang mana produk-produk Adidas dijual oleh para distributor resmi Adidas. Guna menjangkau pangsa pasar Indonesia secara lebih luas dan meningkatkan citra produk Adidas, maka kedepannya Adidas berencana untuk membangun *Branding Centre* di Indonesia. Untuk mewujudkan hal dimaksud, kedepannya akan dipertimbangkan untuk dilakukan perubahan ijin operasi penjualan Adidas di Indonesia.

Partisipasi Indonesia pada pameran Biofach 2023 berlangsung sukses, hal ini dapat dilihat melalui tingginya jumlah kontak dagang dan potensi transaksi yang diperoleh, senilai USD 3,7 juta. Transaksi ini meningkat 79% dibanding partisipasi Indonesia pada Biofach 2022 yang memperoleh potensi USD 2,07 juta.

#### **1.4. Peningkatan Pelayanan Hubungan Dagang dan Informasi Ekspor**

##### **Kegiatan Forum Informasi Ekspor dan *Business Matching* Marketing Point Montain**

Forum Informasi Ekspor dan *Business Matching* Marketing Point Montain di Atambua, Provinsi Nusa Tenggara Timur dilaksanakan pada tanggal 6 Februari 2023. Kegiatan bertujuan untuk memaksimalkan Marketing Point yang berlokasi di Pos Lintas Batas Negara (PLBN) Motaain untuk melakukan penetrasi pasar produk Indonesia di Kawasan Perbatasan Indonesia dan Timor Leste.

Kegiatan dihadiri oleh para pemangku kepentingan yakni Bupati Belu, dr. Taolin Agustinus; Wakil Bupati Belu, Aloysius Haleserens; Kepala Administrator PLBN Motaain, Engelberthus Klau; Atase

Perdagangan Timor Leste untuk Jakarta, Januario de Correia; dan Vice President Chamber of Commerce and Industry Timor Leste (CCITL), Rui Castro. Peserta kegiatan adalah perwakilan pelaku usaha Timor Leste dibawah naungan CCITL serta tiga pelaku usaha Indonesia, yakni PT Pramudita Darya Parma, PT Haigo Mitra Indonesia, dan Ramahija.

Kegiatan *Business Matching* mendapatkan respon yang positif dari perwakilan CCITL sehingga mendapatkan penawaran langsung 2000 liter pupuk cair organik Dinosaurus milik PT Pramudita Darya Parma dan permintaan kerja sama produk rokok PT Haigo Mitra Indonesia untuk investasi pengembangan industri di Timor Leste.

Kondisi Marketing Point Motaain menempati ruangan seluas 9m<sup>2</sup> dan posisi letaknya kurang strategis, sehingga dinilai kurang representatif sebagai lokasi promosi produk-produk ekspor. Karena keterbatasan tersebut, ruangan Marketing Point hanya dapat terisi 27 produk pelaku usaha saja.

Dari pengamatan di lapangan dan koordinasi dengan pihak PLBN Motaain, terdapat ruangan kosong dengan luas kurang lebih 147,87 m<sup>2</sup> yang dinilai lebih representatif sehingga dapat diusulkan menjadi ruangan baru Marketing Point Motaain. Disamping itu juga terdapat ruangan seluas 22 m<sup>2</sup> yang diprioritaskan untuk ruangan promosi Dekranas Kabupaten Belu dan hingga saat ini masih belum dimanfaatkan penggunaannya.

Dalam rangkaian kegiatan dilakukan pula kunjungan bersama para pelaku usaha Indonesia ke Kementerian Perdagangan Timor Leste didampingi oleh Atase Perdagangan Timor Leste, Jakarta, untuk bertemu dengan Menteri Perdagangan Timor Leste. Pertemuan dimaksudkan untuk menyampaikan hasil kegiatan/forum yang telah dilakukan di perbatasan kedua negara yang juga dihadiri oleh pengusaha/*buyer* Timor Leste. Menteri Perdagangan Timor Leste menyampaikan apresiasi atas kegiatan tersebut serta mendukung penuh potensi perdagangan yang diperoleh sehingga dapat dimanfaatkan oleh pelaku usaha kedua negara.

## **Kegiatan Penyusunan Analisa Pasar Produk Manufaktur**

Kegiatan Penyusunan Analisa Pasar Produk Manufaktur untuk Kelompok Produk Pakaian Jadi dilaksanakan pada tanggal 12-14 Februari 2023 di Provinsi Jawa Timur. Dalam kegiatan ini, dilaksanakan kunjungan ke eksportir di Surabaya dan Gresik dengan didampingi oleh Dinas Perindag Provinsi Jawa Timur. Kunjungan yang dilakukan bertujuan untuk mendapatkan data dan informasi terkini sebagai masukan dalam penulisan.

### **1. PT Eratex Djaja Tbk, Surabaya**

Eratex didirikan tahun 1972 dan memproduksi benang dan kain katun, kemudian tahun 2008 Eratex fokus produksi garmen khususnya celana dengan bahan bervariasi. Negara tujuan ekspor utama Eratex adalah Amerika Serikat (67%), Jepang (23,1%), dan Eropa (3,6%) dengan merek Polo Ralph Lauren, Lane Bryant, Giordano, Duluth Trading co, Loft, Express, Talbots, GU, Uniqlo, Carhartt, j.jill, L.L Bean, American Eagle Outfitters, dan saat ini sedang penajakan dengan Levi's.

Adapun kendala yang dihadapi Eratex adalah adanya kenaikan upah minimum, biaya logistik, dan listrik yang menjadikan kompetisi semakin berat di pasar global, serta munculnya negara pesaing baru dengan biaya rendah seperti Bangladesh dan Vietnam. Prospek ekspor Eratex adalah para *buyer* utama dunia akan mengurangi ketergantungan pada Tiongkok dan Vietnam sehingga akan memiliki potensi pertumbuhan 10-15% per tahun selama lima tahun ke depan.

### **2. PT Panjimas Textile, Gresik**

Perusahaan yang didirikan tahun 2003 ini memasok *mop* dan *blanket yarn* secara konsisten ke 35 negara di antaranya Amerika Serikat, Tanzania, Mauritius, Dominican, Iran, hingga Oman. Salah satu *buyer* Panjimas yang loyal adalah O-Cedar USA. Saat ini Panjimas berinovasi memproduksi *breeze mop yarn* tanpa bahan kimia yang menggantikan *microfiber*, menyerap 200% lebih baik dari *mop yarn* standar, pewarnaan yang lebih baik, dan tidak merusak serat, sehingga lebih baik dampak lingkungannya.

Produk Panjimas berbahan baku kain perca sisa konveksi lokal dan impor terutama dari Vietnam, Tiongkok, dan Jepang. Kendala

saat ini adalah kesulitan impor bahan baku dengan warna tertentu dan pendampingan Ditjen PEN untuk dapat ekspansi ke Australia, Jepang, dan Timor Leste. Selain itu Panjimas sudah cukup mandiri dalam kinerja ekspornya karena mayoritas importirnya loyal.

### **3. PT Klinko Karya Imaji Tbk, Gresik**

Klinko berdiri tahun 2016, sebagai perusahaan produk kebersihan dengan *material* daur ulang limbah tekstil sebagai unsur utama produk kain pel dan keset. Hal ini merupakan wujud komitmen Klinko mendukung *Sustainable Development Goals* khususnya *Responsible Consumption and Production*. Klinko telah tersertifikasi K3L dan ISO 9001:2015.

Klinko berkomitmen menggunakan *material* ramah lingkungan dan fokus pada inovasi berkelanjutan menciptakan produk kebersihan berkualitas. Salah satu keunggulan dalam mempertahankan pasarnya, Klinko memberikan orientasi layanan kuat, konsultasi dan pelatihan kompeten tentang prosedur pembersihan yang benar. Sejak tahun 2017, Klinko mengekspor 30 kontainer (*20 feet*) ke Brasil, Italia, Yunani, Oman, Mauritius, Singapura, Korea Selatan, dan saat ini ekspornya berkontribusi 32% dari total penjualan.

Hingga saat ini merek Klinko baru dikenal di Singapura dan Malaysia, sedangkan di negara lain menggunakan merek dari *buyer*. Kendala yang dihadapi Klinko adalah perizinan impor bahan baku, karena ada kebijakan baru dalam mengimpor tekstil sisa/bekas.

### **4. PT Mitra Saruta Indonesia, Gresik**

Mitra Saruta didirikan tahun 1989 dan telah memiliki tiga pabrik di Gresik dan Nganjuk. Perusahaan memiliki 2.000 mesin dengan produksi rata-rata 17 juta pasang sarung tangan khusus. Negara tujuan ekspor utama Saruta adalah Jepang, Amerika Serikat, Korea, Rusia, Pakistan, dan Bahrain.

Tahun 1995 Saruta memproduksi *recycle open end yarn* yang saat ini menghasilkan 31 ribu ton per tahunnya meliputi 100% *cotton*, *grey poly cotton*, *bleach white*, *melange*, dan *color poly cotton*

lainnya dengan kisaran ukuran NE1 hingga NE20. Bahan baku produk Saruta untuk sarung tangan dan *open end yarn* adalah *waste material*. Saat ini Saruta akan diversifikasi produknya ke kaos kaki.

Adapun kendala yang dihadapi Saruta adalah perlunya pendanaan untuk peremajaan mesin karena dari segi *printing*, Indonesia mulai kalah dari Tiongkok, serta perlunya bantuan sertifikasi *Global Recycle Standard* (GRS) untuk memasuki pasar Eropa.

Berdasarkan kunjungan terhadap ke empat eksportir, ditemukan kesamaan produk yaitu berbasis *sustainable product*. Hal ini menjawab tantangan global atas tren produk TPT yang ramah lingkungan. Para eksportir menyambut baik kunjungan tersebut karena dapat mengenal Ditjen PEN lebih jauh dan berminat berpartisipasi pada kegiatan promosi Ditjen PEN.

## **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 Februari 2023, dengan rincian sebagai berikut:

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

Pelayanan hubungan dagang yang diterima InaExport pada bulan Februari 2023 berjumlah 20 permintaan hubungan dagang berasal dari luar negeri.

Adapun permintaan hubungan dagang berasal dari perwakilan RI di luar negeri yaitu dari Oman, Kuwait, Sri Lanka, Tiongkok, Serbia, Pakistan, Korea Selatan, dan Nigeria. 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 *ambulance*, *paper white jumbo roll*, *plough (fit to 150hp tractor)*, *sharpener stone*, arang kayu, polypropylene, *palm kernel*, ikan patin (*fillet*), *plywood flooring*, *alcohol*, *peanut butter*, *airbag* mobil, antena mobil, dan *wiper* mobil.

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* 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 Februari 2023, perusahaan yang memanfaatkan ruang pameran (PTE) sebanyak 190 perusahaan. Terdapat sembilan perusahaan yang baru naik *display* yaitu CV Samudra Alfath (cokelat), PT King Borneo Mandiri (madu), PT Haky Karya Indonesia (kerajinan rotan), PT Paragon Technology and Innovation (kosmetik), PT Royal

Korindah (bulu mata), PT Herbatama Indo Perkasa (madu dan produk kesehatan), PT Kaka Akrom Solution (gula kelapa dan gula aren), PT Ide Inovatif Bangsa (motor listrik), dan PT Miranila Abadi (bahan konstruksi).

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

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

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

#### **1. *Business Reception 2 Februari 2023***

*Business Reception 2 Februari 2023* dihadiri oleh beberapa perwakilan dari Kedutaan Besar Perancis, Kedutaan Besar Algeria, PT Dream Destination Solution, serta untuk pelaku usaha perwakilan dari PT Zivana Berkah Ekspor, PT Villames Agro Industry, V Design, dan PT Star Abadi Ratu Indonesia.

PT Zivana Berkah Ekspor adalah perusahaan dagang yang menyediakan produk rempah khas Indonesia dengan kualitas



yang baik untuk pasar global. Berdiri pada tahun 2021 dan berlokasi di Semarang. Perusahaan memberdayakan petani lokal untuk menghasilkan rempah yang memiliki kualitas baik, sekaligus untuk membantu mendorong kegiatan ekonomi di daerah.

PT Star Abadi Ratu Indonesia yang telah berdiri sejak tahun 1994 merupakan produsen kosmetik untuk perawatan rambut, kulit, dan badan. Produk perusahaan meliputi *moisturizer*, lulur, *cream massage*, masker pemutih, air mawar, *body lotion*, susu mandi, dan minyak zaitun. Adapun produk perusahaan telah tersertifikasi *Good Manufacturing Practice (GMP)*, Halal, dan BPOM.

PT Villames Agro Industry merupakan perusahaan yang bergerak dibidang rempah-rempah, kopi, buah, dan turunan kelapa. PT Villames bekerja sama dengan 1.114 petani dari seluruh Indonesia untuk menghasilkan 120 produk pertanian berkualitas. Saat ini PT Villames Agro berusaha untuk mengembangkan pasarnya ke luar negeri.

V Design adalah produsen *home wares*, *tableware*, *lighting*, *soft furnished*, dan *gift accessories* yang berlokasi di Bali. Didirikan pada tahun 2008 oleh Veny Lydiawati dan telah memenangkan penghargaan Macef Design Award Martini 2010 di Italia. Saat ini V Design telah mengekspor produknya ke Bahrain, Maladewa, Finlandia, Singapura, dan Vietnam.

Dalam kesempatan ini, perwakilan *buyer* dari PT Dream Destination Solution menyatakan ketertarikannya untuk produk rempah-rempah khususnya PT Zivanna Berkah Ekspor dan PT Villames Agro Industry. Perwakilan dari Kedutaan Besar Algeria menyampaikan peluang kosmetik untuk dipasar Algeria khususnya untuk produk kosmetik PT Star Abadi Ratu Indonesia.

## **2. Business Reception 9 Februari 2023**

*Business Reception* tanggal 9 Februari 2023 dihadiri oleh perwakilan dari Kamar Dagang dan Industri Ukraina, dan untuk pelaku usaha perwakilan dari PT Lestari Jaya Bangsa, PT Prima Copper Industri, PT Timah Tbk, PT Surya Utama Putra, PT Mandala

Prima Makmur, PT Dua Kelinci, dan PT Pasific Food Indonesia (Smax).

PT Lestari Jaya Bangsa adalah salah satu perusahaan produsen jamu herbal terbesar di Indonesia. Perusahaan sudah berdiri sejak tahun 1992 di Kabupaten Banyumas. Produk yang dihasilkan sudah memiliki izin dan sertifikasi PIRT, BPOM, dan Halal. Produk yang dihasilkan terdiri dari produk perawatan wajah, makanan sehat, produk herbal, madu, obat luar, dan ragam jamu.

PT Prima Copper Industri (PCI) merupakan anak perusahaan dari Ciquita Group. Didirikan pada tahun 2005, PCI memulai dengan produk kawat pipih kuningan yang digunakan untuk industri ritsleting. PCI spesialis dalam pembuatan *Brass Wires* (BW) dan *Brass Rods* (BR). Produk kuningan PCI diekspor ke berbagai negara seperti: Australia, Singapura, Malaysia, Vietnam, Thailand, Tiongkok, Taiwan, Korea, Bangladesh, India, Pakistan, Sri Lanka, Turki, Portugal, Amerika Serikat, dan negara lainnya. PT PCI adalah salah satu produsen dan pengeksportir batang dan kabel kuningan terbesar di Indonesia.

PT Timah Tbk. merupakan salah satu Badan Usaha Milik Negara (BUMN) dan anggota dari MIND ID (*holding* pertambangan Indonesia) yang bergerak di bidang pertambangan atau eksplorasi timah. Ruang lingkup kegiatan perusahaan meliputi pertambangan, perindustrian, perdagangan, pengangkutan, dan jasa. Kegiatan utama perusahaan adalah sebagai perusahaan induk yang melakukan operasi penambangan timah dan layanan pemasaran kepada kelompok usahanya. Perusahaan memiliki beberapa anak perusahaan yang bergerak di bidang perbengkelan dan pembuatan kapal, jasa teknik, penambangan timah, jasa konsultasi dan penelitian timah, serta penambangan non timah.

PT Surya Utama Putra adalah perusahaan yang bergerak di bidang energi terbarukan, khususnya energi tenaga surya. Lokasi perusahaan berada di kawasan Rancaekek, Jawa Barat. Kapasitas produksi PT Surya Utama Putra adalah sebesar 45 MW/tahun. Perusahaan juga merupakan anggota dari Asosiasi Pabrikasi Modul Surya Indonesia (APAMSI) dan Asosiasi Luminer Indonesia (ALINDO). Produk utama yang dihasilkan yaitu modul surya,

lampu LED AC/DC, baterai lithium ferro phosphate, minigen, dan SHS.

PT Mandala Prima Makmur berdiri sejak tahun 1997. Produk yang dihasilkan berupa bubuk kakao dan biji kakao. Bahan baku yang digunakan berasal dari petani dan produsen lokal dan dijual ke pasar regional dan luar negeri. Tahun 2009 perusahaan mulai membangun pabrik sendiri dan tahun 2010 memulai produksi cokelat bubuk. PT Mandala Prima Makmur secara rutin melakukan ekspor ke Australia, Malaysia, India, Ukraina, Rusia, Selandia baru, dan Thailand. Tahun 2016, perusahaan mulai memproduksi minuman cokelat premium dengan 12 varian minuman cokelat.

PT Dua Kelinci merupakan salah satu produsen makanan kemasan terbesar di Indonesia. Produk yang dihasilkan antara lain kacang tanah aneka rasa, kacang berlapis, serta produk makanan ringan dan minuman. PT Dua Kelinci saat ini aktif mengeksport produk Indonesia ke berbagai pasar global mencakup seluruh Asia, Australia, Afrika, Timur Tengah, Eropa, dan Amerika Utara. Pada tahun 2020, perusahaan menjadi salah satu sponsor klub sepak bola dunia dari Spanyol, Real Madrid.

PT Pasific Food Indonesia merupakan perusahaan yang bergerak di bidang produk makanan dan minuman kemasan. Perusahaan berdiri sejak tahun 1990 dan berlokasi di Tangerang, Banten. Produk yang dihasilkan antara lain makanan ringan, mie instan, biskuit, produk susu, dan produk minuman. Salah satu produk unggulan dari perusahaan ini adalah makanan ringan olahan kentang.

Dalam kesempatan ini, Perwakilan dari Kamar Dagang dan Industri Ukraina menyampaikan bahwa Ukraina cukup terbuka untuk produk-produk yang ditawarkan, namun ada beberapa hal yang harus diperhatikan, seperti keamanan produk, bahan baku yang digunakan, *packaging*, dan juga sertifikasi terkait produk-produk tersebut.

### **3. *Business Reception* 16 Februari 2023**

*Business Reception* tanggal 16 Februari 2023 dihadiri oleh perwakilan dari Kedutaan Besar Lebanon dan Kedutaan Besar

Italia. Adapun pelaku usaha yang hadir mempresentasikan produknya yaitu perwakilan dari PT Ide Inovatif Bangsa (Quest Motor), PT Paragon Technology Indonesia Tbk, dan DECA Group.

PT Ide Inovatif Bangsa (Quest Motor) adalah perusahaan motor listrik yang berbasis di Bandung. Diperkenalkan pertama kali pada tahun 2020, PT Ide Inovatif Bangsa didirikan oleh Niko Questera, Nicholas Santoso, Adhe Anggriawan Putra, Vicky Ghani, dan Danis Sie. Niko Questera selaku mantan *engineer* Tesla Motors dan America Honda Motor, merasakan bahwa motor elektrik adalah masa depan berkendara dan Indonesia memiliki potensi besar untuk kendaraan listrik.

PT Paragon Technology and Innovation adalah perusahaan yang bergerak di bidang kecantikan bagi wanita dan pria dengan popularitas sangat baik di Indonesia. Perusahaan ini sudah berdiri sejak tahun 1985. Merek produksi dari Paragon yaitu Wardah, Make Over Emina, dan Kahf.

DECA Group adalah perusahaan induk yang berfokus pada industri kecantikan dengan produk yang banyak dikenal yaitu Whitelab dan Everwhite. DECA Group berdiri pada Juli 2016 dengan merek pertamanya Everwhite, yang menjadi salah satu produk perawatan kulit lokal ternama di Indonesia. Whitelab didirikan oleh Jessica Lin dan diperkenalkan pada Maret 2020. *Brand* ini berhasil mendapatkan sejumlah penghargaan di sepanjang tahun 2021 yaitu Tokopedia Beauty Awards 2021, Line Today Choice 2021, dan Female Daily Best of Beauty Awards 2021.

Dalam kesempatan ini, perwakilan dari Kedutaan Besar Lebanon dan Kedutaan Besar Italia menyampaikan minat dan apresiasi terhadap produk dari PT Ide Inovatif Bangsa (Quest Motor), apalagi peminat kendaraan elektrik semakin meningkat diseluruh dunia. PT Ide Inovatif Bangsa (Quest Motor) perlu untuk menyesuaikan kendaraannya dengan standar keamanan setempat dan disarankan untuk membuat desain yang lebih sederhana dengan bobot yang lebih ringan.

#### 4. **Business Reception 23 Februari 2023**

*Business Reception* tanggal 23 Februari 2023 dihadiri oleh perwakilan dari Kedutaan Besar Ekuador, Kedutaan Besar Pakistan, Kedutaan Besar Bangladesh, Korea International Trade Association (KITA), dan PT Dream Destination Solution dari Argentina. Adapun pelaku usaha yang hadir mempresentasikan produknya yaitu perwakilan dari PT Azaki Food Internasional, PT Kaka Akron Solution, dan PT Herbatama Indo Perkasa.

PT Azaki Food Internasional merupakan produsen tempe higienis di kota Bogor yang telah memiliki sertifikat keamanan internasional HACCP, BPOM, dan Halal MUI. Tempe Azaki sukses melakukan ekspor tempe untuk pasar di Jepang pada tahun 2021 dan tahun 2022 sudah masuk ke pasar Korea Selatan. Disampaikan bahwa tempe merupakan makanan untuk vegan yang baik sebagai pengganti daging. Perusahaan saat ini siap untuk bekerja sama melakukan ekspansi pasar dan siap menghadirkan produk secara OEM (*Original Equipment Manufacturer*) untuk merek negara tujuan ekspor.

PT Kaka Akron Solution adalah perusahaan perdagangan internasional yang berkomitmen untuk menyediakan layanan dan pengadaan barang dalam skala besar dan perdagangan dengan produknya yaitu gula kelapa dan gula aren. Bahan baku didapatkan langsung dari petani dan pengrajin yang terpercaya dan konsisten yang kemudian diolah oleh perusahaan dengan teknologi yang baik dan sesuai keamanan pangan. Secara kapasitas siap mengekspor produk gula aren dan gula kelapa mencapai 100 matriks ton per bulan.

PT Herbatama Indo Perkasa adalah bagian dari PT Herba Utama yang merupakan industri obat tradisional dan pangan yang didirikan pada tahun 2010 dengan fasilitasi produksi yang berlokasi di Kawasan Industri Cikarang. PT Herba Utama menggunakan mesin-mesin modern untuk memastikan mutu produk yang dihasilkan dan ditunjang dengan laboratorium modern serta sumber daya manusia yang berpengalaman dibidang makanan obat tradisional. Produk yang dipresentasikan adalah produk madu. Produknya mulai dari Madu Premium Plus,

Madu Enak, Madu Enak Manuka, dan Madu Enak kemasan anak-anak. Perusahaan juga sudah mengekspor ke Malaysia, Brunei Darussalam, Nigeria, dan Vietnam.

Dalam kesempatan ini, Duta Besar Ekuador untuk Indonesia menyampaikan minat dan apresiasi terhadap produk tempe, madu, gula aren, dan gula kelapa. Sedangkan dari perwakilan KITA menyampaikan bahwa sejak 2015 di Indonesia, terus mempromosikan kerja sama perdagangan dengan Indonesia dan Korea Selatan, diharapkan keberlanjutan kegiatan dapat dilaksanakan dengan mengundang lebih banyak pelaku usaha.

## 1.5. Kegiatan Pendukung Ditjen PEN

**Pemantauan Program Dana Dekonsentrasi dan Koordinasi Asosiasi dan Instansi Terkait** Kegiatan Pemantauan Program Dana Dekonsentrasi Tahun 2023 bertujuan untuk:

1. Memonitor alokasi dan penyerapan anggaran Dana Dekonsentrasi tahun 2020-2022 dan implementasi Dana Dekonsentrasi tahun 2017-2022 sesuai dengan juknis pelaksanaan anggaran dekonsentrasi.
2. Mendapatkan *feedback*/masukan secara utuh UKM penerima fasilitas kegiatan Dana Dekonsentrasi untuk lima tahun sebelumnya.
3. Mengetahui perkembangan terkini pelaku usaha setelah mendapatkan fasilitasi program Dana Dekonsentrasi, khususnya di masa pandemi.

### **Pemantauan Program Dana Dekonsentrasi dan Koordinasi Asosiasi dan Instansi Terkait di Sumatera Utara**

Pemantauan Program Dana Dekonsentrasi Tahun 2023 di Provinsi Sumatera Utara yang dilaksanakan tanggal 7-10 Februari 2023 dilakukan kepada enam pelaku usaha yang telah menerima fasilitasi Dana Dekonsentrasi, yaitu:

1. Dua UKM program Designer Dispatch Services (DDS) Pengembangan Produk tahun 2017 yaitu CV Haramas dan CV Karya Indra.

2. Dua UKM program Designer Dispatch Services (DDS) Pengembangan Kemasan tahun 2018 yaitu Kopi Pak RM dan Mdn-Crispy 22.
3. Satu UKM program Designer Dispatch Services (DDS) Pengembangan Kemasan tahun 2021, yaitu PT Kreasi Lutvi Sejahtera, serta
4. Satu peserta program Seleksi UKM Trade Expo Indonesia (TEI) tahun 2022, yaitu CV Raja Patin Indonesia.

Kegiatan diawali dengan kunjungan ke Kantor Dinas Perdagangan, Perindustrian, Energi dan Sumber Daya Mineral (Disperindag ESDM) Provinsi Sumatera Utara pada tanggal 8 Februari 2023 dan diterima oleh Kepala ESDM Sumatera Utara Mulyadi Simatupang yang didampingi oleh Kepala Bidang Perdagangan Luar Negeri Elidawati.

Berdasarkan hasil diskusi, diperoleh informasi sebagai berikut:

1. Penyerapan alokasi anggaran Dana Dekonsentrasi tahun 2022 adalah sebesar Rp 82,4 juta atau 94,97% dari total anggaran Dana Dekonsentrasi senilai Rp 86,8 juta.
2. Realisasi Dana Dekonsentrasi tahun 2021 sebesar Rp 134,2 juta atau 55,76% dari total anggaran Dana Dekonsentrasi 2021 senilai Rp 240,7 juta. Kegiatan yang tidak terserap secara maksimal ialah DDS dan Pengembangan Kemasan, dikarenakan kondisi pandemi Covid-19 kegiatan pendampingan dari designer ke UKM dalam empat tahap tidak dapat dilaksanakan secara maksimal.
3. Sedangkan untuk tahun 2020 tidak ada alokasi anggaran kegiatan Dana Dekonsentrasi dikarenakan adanya *recofusing* dari pusat sehubungan dengan pandemi Covid-19 sehingga seluruh kegiatan Dana Dekonsentrasi tidak dapat terlaksana.

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

1. PT Kreasi Lutvi Sejahtera

Didirikan pada tahun 1999 oleh Bapak Muhdi. Memproduksi makanan ringan keripik singkong aneka rasa, sudah memiliki sertifikat HCCP dan halal. Pendapatan rata-rata per bulan Rp 250

juta dari penjualan *offline* dan ekspor secara rutin ke Korea Selatan untuk rasa yang original dan garlic. Selain ke Korea Selatan, PT Kreasi Lutvi Sejahtera juga sudah melakukan ekspor ke Malaysia dan Australia.

PT Kreasi Lutvi Sejahtera mendapatkan fasilitasi Dana Dekonsentrasi berupa kegiatan DDS pengembangan kemasan pada tahun 2017 dan mengikuti pameran Trade Expo Indonesia tahun 2021 secara *online*.

## 2. Kopi RM Berastagi

Kopi RM Berastagi mendapatkan fasilitasi Dana Dekonsentrasi berupa kegiatan DDS pengembangan kemasan pada tahun 2018. Omset rata-rata Kopi RM Berastagi mencapai Rp 30 juta per bulan dan belum pernah ekspor. Varian kopi RM Berastagi adalah arabika, robusta, dan arbus (campuran arabika dan robusta). Sejak pandemi covid-19, mengeluarkan kemasan varian baru kopi *sachet*, kopi celup, dan *drip bag*.

## 3. CV Raja Patin Indonesia

Perusahaan ini memproduksi kerupuk kulit ikan patin berbagai varian rasa yaitu original, balado, dan kare. Raja Patin telah memiliki sertifikat halal. Omset penjualan dari toko fisik/retail modern dan *marketplace* mencapai Rp 70 juta – 150 juta per bulan. Perusahaan ini menerima fasilitasi Dana Dekonsentrasi program Seleksi UKM Trade Expo Indonesia tahun 2022.

## 4. Mdn-Crispy 22

Perusahaan ini memproduksi makanan olahan sambel teri medan andaliman, bawang goreng, dan rendang jamur tiram. Omset penjualan yang dihasilkan berkisar Rp 60 juta – 70 juta per bulannya. Mdn-Crispy 22 merupakan penerima program DDS Pengembangan Kemasan tahun 2018. Produk sambal teri andaliman Mdn-Crispy 22 pernah melakukan ekspor ke Taiwan melalui pameran yang di fasilitasi oleh KDEI Taiwan.

## 5. CV Haramas

Perusahaan ini memproduksi *furniture* rotan seperti kursi, keranjang, meja, cermin, dan perabotan rotan lainnya. Dengan



bahan baku rotan jenis manau yang merupakan bahan baku rotan terbaik di dunia. Omset penjualan CV Haramas sekitar Rp 400 juta per bulannya. CV Haramas sudah mengekspor ke Italia, Perancis, Belanda, dan New Zealand. Perusahaan mendapatkan fasilitas Dana Dekonsentrasi pada tahun 2017 berupa program DDS untuk pengembangan produk baru.

6. CV Karya Indra

CV Karya Indra memproduksi furniture kursi, meja, keranjang, dan lain-lain dengan bahan bakunya rotan manau. Omset rata-rata yang dihasilkan sebesar Rp 2,3 miliar per bulan. Perusahaan ini mendapatkan fasilitas Dana Dekonsentrasi berupa program DDS dalam pengembangan produknya pada tahun 2017. CV Karya Indra sudah melakukan ekspor ke negara Jepang, Turki, Amerika Serikat, Belanda, Spanyol, dan Italia.

**Pemantauan Program Dana Dekonsentrasi dan Koordinasi Asosiasi dan Instansi Terkait di Sumatera Barat**

Pemantauan Program Dana Dekonsentrasi Tahun 2023 di Provinsi Sumatera Barat yang dilaksanakan tanggal 14-17 Februari 2023 dilakukan kepada lima pelaku usaha yang telah menerima fasilitas Dana Dekonsentrasi, yaitu:

1. Satu UKM program Designer Dispatch Services (DDS) Pengembangan Produk tahun 2018 yaitu Tikar Ruyung Sulaiman
2. Satu UKM program Designer Dispatch Services (DDS) Pengembangan Produk tahun 2019 yaitu Gapoktan Surian Permai.
3. Dua UKM program Designer Dispatch Services (DDS) Pengembangan Kemasan tahun 2021, yaitu Dapur Mutiara dan Rendang Uni Lili, serta
4. Satu peserta program Seleksi UKM Trade Expo Indonesia (TEI) tahun 2022, yaitu PT Karya Mandiri Competindo/PT Karya Herbal Nusantara.

Kegiatan Pemantauan Program Dana Dekonsentrasi diawali dengan pertemuan di Kantor Disperindag ESDM Provinsi Sumatera Barat dan diterima oleh Pramita Sari (Penyuluh Perindag Madya), Rr. Koes Indralina (Fungsional Umum), dan Zukhra Insania (Analisis

Perdagangan Ahli Pertama). Kegiatan dilanjutkan dengan kunjungan perusahaan ke lima pelaku usaha penerima Dana Dekonsentrasi.

1. Tikar Ruyung Sulaiman

Tikar Ruyung Sulaiman memproduksi kerajinan kayu kelapa seperti tikar, parkit, dan lain-lain. Omset penjualan rata-rata yang diperoleh sekitar Rp 8-12 juta per bulannya. Tikar Ruyung Sulaiman mendapatkan fasilitas Dana Dekonsentrasi pada tahun 2018 berupa program DDS untuk pengembangan produk. Sudah pernah melakukan ekspor ke negara Amerika Serikat.

2. Gapoktan Surian Permai

Produk Gapoktan adalah kopi khas Minang Solok dengan cita rasa rempah. Omset rata-rata yang diperoleh mencapai Rp 500 juta – 1 miliar per bulan. Gapoktan mendapatkan fasilitas Dana Dekonsentrasi pada tahun 2019 berupa program DDS untuk pengembangan produk.

3. Dapur Mutiara

Dapur Mutiara memproduksi rendang dalam kemasan dengan omset rata-rata yang diperoleh sebesar Rp 100 juta per bulan. Dapur Mutiara mendapatkan fasilitas Dana Dekonsentrasi berupa kegiatan DDS dan fasilitasi TEI tahun 2022. Sudah melakukan ekspor ke negara Eropa dan Arab Saudi dengan produk yang dikirim adalah bumbu rendang.

4. Rendang Uni Lili

Rendang Uni Lili memproduksi rendang kemasan dan bumbu instan dengan omset penjualan rata-rata mencapai Rp 50 juta per bulannya. Sudah memiliki sertifikat Halal, BPOM, dan HACCP. Rendang Uni Lili mendapatkan fasilitasi Dana Dekonsentrasi berupa DDS dan fasilitasi TEI tahun 2022. Sudah melakukan ekspor ke beberapa negara Asia seperti Jepang, Hongkong, Qatar, Malaysia, Brunei, dan lain-lain.

5. PT Karya Mandiri Competindo/PT Karya Herbal Nusantara

Perusahaan ini merupakan *supplier* rempah-rempah Indonesia serta produsen gambir. PT Karya Mandiri sudah memiliki pabrik sendiri untuk mengolah gambir dan memiliki 23 orang karyawan.

PT Karya Mandiri mampu mengekspor sebanyak 75-100 ton per bulannya dengan negara tujuan eksportnya ke India, Pakistan, dan Bangladesh. Mendapatkan Dana Dekonsentrasi pada tahun 2019 berupa fasilitasi TEI.

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

Selama bulan Februari 2023, *press release* yang tayang dalam *website official* Kemendag sebanyak 16 rilis. Rilis yang tayang adalah sebagai berikut:

1. Perkuat Ekspor Fesyen Indonesia, Kemendag Resmikan Nusantara Fashion House di Malaysia (4 Februari 2023).
2. Pemerintah Indonesia Serahkan Sertifikat Penghargaan Nomine Primaduta Award 2022 ke Tujuh Pelaku Usaha Hungaria (5 Februari 2023).
3. Produk Alat Kesehatan Indonesia Hasilkan Potensi Transaksi Rp137 Miliar di Pameran Arab Health 2023 di Dubai (6 Februari 2023).
4. Pendaftaran GDI 2023 Sudah Dibuka, Dirjen PEN: Desain yang Baik Harus Berdampak Baik (7 Februari 2023).
5. Tembus Arab Saudi, Mendag Zulkifli Hasan Lepas Ekspor Perdana 22 Produk Makanan Olahan UMKM (11 Februari 2023).
6. Jelang New York Fashion Week, Kemendag Dukung Penuh Fesyen Modest ke Pentas Dunia (13 Februari 2023).
7. Gebrak Ambiente 2023 Jerman, 72 Perusahaan RI Raup Potensi Transaksi Rp 151 Miliar (14 Februari 2023).
8. Tampil di New York Fashion Week, Kemendag Harapkan Tujuh Jenama Modest Fashion Indonesia semakin Mendunia (14 Februari 2023).
9. ITPC Santiago Kenalkan Sepeda Polygon dan ExtraJoss di Ajang International Triathlon Vina del Mar 2023 (15 Februari 2023).
10. Kembali Hadir di Biofach 2023, Indonesia Tegaskan Posisi Sebagai Penyuplai Produk Pertanian Organik Dunia (15 Februari 2023).
11. Jadikan Indonesia Pusat Modest Fashion Dunia, Kemendag Fokus Perkuat Promosi di Pasar Ekspor (17 Februari 2023).
12. Gelar Tea Tasting, ITPC Santiago Tawarkan Kenikmatan Teh Rempah Artisan Indonesia ke Cile (17 Februari 2023).
13. Jadi Mitra yang Kooperatif, Importir Arab Saudi Apresiasi Produsen TPT Indonesia (22 Februari 2023).

14. Kemendag Gelar Safari Sosialisasi Good Design Indonesia 2023.
15. Kemendag Gandeng KBRI Paris dan Tokopedia Hadirkan Enam Jenama Indonesia pada L'adresse Trade Showroom Paris Fashion Week (PFW) 2023 (23 Februari 2023).
16. Tampil di Biofach 2023 Jerman, Produk Organik Indonesia Raup Potensi Transaksi USD 5,42 Juta (27 Februari 2023).

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

**1**  
Februari

Sekretaris Ditjen PEN Ganef Judawati, mewakili Dirjen PEN, menerima Duta Besar Indonesia untuk Kazakhstan Fadjoel Rahman, di kantor Kemendag. Pertemuan ini untuk menjajaki ruang sinergi antara Ditjen PEN Kemendag dengan Kedutaan Besar RI di Kazakhstan dalam rangka mendorong peningkatan ekspor Indonesia ke Kazakhstan dan wilayah sekitarnya.



Dirjen PEN Didi Sumedi memberikan sambutan dalam peluncuran awal (*soft launch*) Nusantara Fashion House di Strand Mall di Kota Damansara, Kuala Lumpur, Malaysia. Kegiatan ini digelar atas kerja sama lembaga Futurist Foundation Malaysia melalui Usahawan Nusantara Ventures Sdn Bhd, sebagai upaya terobosan untuk meningkatkan ekspor fesyen Indonesia ke mancanegara, khususnya pasar Malaysia.

**3**  
Februari



**6**  
Februari

Direktur Pengembangan Pasar dan Informasi Ekspor Marolop Nainggolan memberikan sambutan dalam kegiatan Forum Informasi Ekspor dan *Business Matching* di area Marketing Point Pos Lintas Batas Negara (PLBN) Motaain, Kabupaten Belu, Nusa Tenggara Timur. Pada kesempatan ini dipresentasikan pula produk dari 3 pelaku usaha yakni Pupuk Dinosaurius dengan produk pupuk organik, Haigo Group untuk produk kapuk, serta Ramahija untuk produk kreatif anyaman.





Plt Direktur Pengembangan Ekspor Produk Manufaktur Ganef Judawati menerima Dewan Atsiri Indonesia dan Persatuan Perusahaan Kosmetika Indonesia (Perkosmi) di Kantor Kemendag. Dalam pertemuan dibahas berbagai kebutuhan sertifikasi produk ekspor manufaktur dalam rangka meningkatkan daya saing produk Indonesia. Ganef menyatakan Kemendag mendukung pengembangan ekspor produk manufaktur melalui fasilitasi sertifikasi yang dibutuhkan pelaku usaha.



Direktur Pengembangan Pasar dan Informasi Ekspor Marolop Nainggolan membuka acara Resepsi Permanent Trade Exhibition (PTE) ke-5 di tahun 2023 di Kantor Kemendag. Kegiatan dihadiri oleh perwakilan Ukrainian Chamber of Commerce and Industry (UCCI), Anna Liubyma, PT Smax Makmur Sejahtera, PT Dua Kelinci, PT Mandala Prima Makmur, PT Lestari Jaya Bangsa, PT Prima Copper Industri, PT Timah, Tbk, dan PT Surya Utama Putra.



Dirjen PEN Didi Sumedi menjadi narasumber pada Rapat Kerja Nasional Himpunan Pengusaha KAHMI (HIPKA) tahun 2023 di Hotel Grand Sahid Jaya, Jakarta. Didi memaparkan mengenai *outlook* ekonomi dan perdagangan global dan nasional, serta berbagai strategi dan program yang akan dilaksanakan Kemendag. Hadir menjadi narasumber pada sesi forum bisnis Rakernas 2023 HIPKA adalah Deputy Bidang Perkoperasian Kementerian Koperasi dan UKM, Ahmad Zabadi.



10  
Februari

Menteri Perdagangan Zulkifli Hasan didampingi Didi Sumedi dan Direktur Bisnis Kurir dan Logistik PT Pos Indonesia Siti Choiriana melakukan pelepasan ekspor perdana di Bekasi untuk produk makanan olahan senilai USD 453.768 atau senilai Rp 6,8 miliar dengan tujuan Jeddah, Arab Saudi. Turut hadir dalam kegiatan ini Direktur Pengembangan Ekspor Produk Primer Merry Maryati; Pembina BIG Indonesia Wisnu Wiraatmadja Effendi; dan Perwakilan UKM Ekspor dari Helda Snack.



10  
Februari

12  
Februari

Dirjen PEN Didi Sumedi bersama Sekjen Kemendag Suhanto menghadiri kampanye jenama fesyen Buttonsscarves di Times Square, New York, Amerika Serikat untuk mendukung promosi *modest fashion* ke pasar global. Kampanye ini merupakan acara yang diselenggarakan Buttonsscarves menjelang keikutsertaan pada *fashion show* di New York Fashion Week (NYFW) pada 13 Februari 2023.





Plt. Direktur Pengembangan Ekspor Produk Manufaktur Ganef Judawati membuka *Workshop* Persyaratan & Hambatan Perdagangan di Negara Tujuan Ekspor yang digelar secara daring. Kegiatan ini untuk meningkatkan kapasitas peserta program Aku Siap Ekspor (ASE) 2.0 untuk menembus pasar ekspor. Sebagai narasumber adalah Kepala ITPC Sydney, Kepala ITPC Chennai, Kepala ITPC Dubai yang memaparkan peluang, regulasi, serta fasilitasi promosi di negara akreditasinya masing-masing.

**14**  
Februari

**14**  
Februari

Direktur Pengembangan Ekspor Produk Primer Merry Maryati bersama Konsul Jenderal RI di Frankfurt Acep Somantri meresmikan Paviliun Indonesia di ajang Biofach 2023 yang digelar di Nurenberg Jerman. Pameran Biofach 2023, yang mengangkat tema “Into Organic”, digelar pada area pameran seluas 180.000 m<sup>2</sup>, yang secara khusus menampilkan berbagai produk organik seperti makanan dan minuman, kosmetik, serta produk-produk lainnya.



**15**  
Februari



Staf Ahli Bidang Hubungan Internasional Arlinda Jazid didampingi oleh Plt. Direktur Pengembangan Ekspor Produk Manufaktur Ganef Judawati dalam rangkaian kunjungan kerja ke Korea Selatan bertemu dengan Duta Besar RI untuk Korea Selatan Gandhi Sulistiyanto, di Seoul. Pertemuan ini membahas persiapan keketuaan Indonesia pada Annual Meeting Council Director ASEAN Korea Center (AKC) ke 15 yang akan berlangsung di Seoul.



16  
Februari

Staf Ahli Bidang Hubungan Internasional Arlinda didampingi oleh Plt. Direktur Pengembangan Ekspor Produk Manufaktur Ganef Judawati mewakili Dirjen PEN selaku Council Director Indonesia pada ASEAN Korea Centre (AKC) memimpin delegasi Indonesia pada Pertemuan The 15th Annual Meeting of the Council of the ASEAN – Korea Centre yang berlangsung di Seoul, Korea Selatan. Pertemuan ini membahas kerjasama strategis antara ASEAN dan Korea Selatan.



Dirjen PEN Didi Sumedi hadir dalam seremoni pelepasan ekspor Kendaraan Elektrifikasi/*Electronic Vehicle* (EV) Innova Zenix Hybrid produksi PT Toyota Motor Manufacturing Indonesia (TMMIN), bertempat di Toyota Plant 3 Karawang Jawa Barat. Pelepasan ekspor dipimpin oleh Menteri Perindustrian Agus Gumiwang Kartasasmita dan dihadiri oleh Duta Besar Jepang untuk Indonesia Kanasugi Kenji, dan jajaran pimpinan Toyota Motor Manufacturing Indonesia.

21  
Februari

22  
Februari

Plt. Direktur Pengembangan Produk Manufaktur Ganef Judawati memberikan sambutan pada pembukaan Rapat Kerja Nasional Himpunan Industri Mebel dan Kerajinan Indonesia (HIMKI) 2023 yang berlangsung di Hotel Santika Premiere Yogyakarta. Hadir dalam kegiatan ini yaitu Ketua KADIN Indonesia, Ketua Presidium HIMKI, perwakilan Kementerian Perindustrian dan Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan, serta jajaran pengurus dan anggota HIMKI.





Dirjen PEN Didi Sumedi menerima audiensi President Asia Africa Chamber of Commerce (AACC) Thomas Hartono, di Kemendag. Pertemuan ini membahas kerja sama antar kedua pihak dalam bidang promosi dagang untuk memanfaatkan peluang pasar Afrika untuk promosikan produk makanan minuman, *consumer goods*, farmasi, dan kosmetik. Turut hadir dalam pertemuan, Direktur Pengembangan Pasar dan Informasi Ekspor Marolop Nainggolan dan Direktur Pengembangan Ekspor Produk Primer Merry Maryati.

**22**  
Februari

**22**  
Februari

Direktur Pengembangan Ekspor Jasa dan Produk Kreatif Miftah Farid membuka Diskusi Kelompok Terpumpun Kerja Sama Pengembangan Ekspor Melalui Fasilitas Pembiayaan dan Asuransi Ekspor Jasa Ritel yang berlangsung di Bandung. Kegiatan ini bertujuan untuk mendorong pengembangan kapasitas ekspor pelaku jasa ritel melalui fasilitas pembiayaan dan asuransi ekspor.



Direktur Pengembangan Pasar dan Informasi Ekspor Marolop Nainggolan membuka acara Resepsi Permanent Trade Exhibition (PTE) ke-7 tahun 2023 bertempat di Kantor Kemendag. Dihadiri oleh perwakilan dari Kedutaan Besar Ekuador, Kedutaan Besar Pakistan, Kedutaan Besar Banglades, Korea International Trade Association (KITA) PT Dream Destination Solution (Argentine's Company), PT Azaki Food Internasional, PT Kaka Akrom Solution dan PT Herbatama Indo Perkasa.

**23**  
Februari

23  
Februari

Plt. Direktur Pengembangan Ekspor Produk Manufaktur Ganef Judawati tampil sebagai narasumber pada Forum Koordinasi Kementerian Dalam Negeri, Asosiasi Pemerintah Kabupaten Seluruh Indonesia (APKASI), dan Pelaku Usaha yang bertempat di Hotel Golden Boutique Jakarta Pusat. Pertemuan ini untuk supervisi Kementerian Dalam Negeri kepada asosiasi pemerintah daerah dan DPRD terkait dukungan pengendalian inflasi daerah serta peningkatan daya saing ekspor.



Direktur Pengembangan Ekspor Produk Primer Merry Maryati hadir pada acara Peresmian Ekosistem Desa Organik dan Pelepasan Ekspor Hasil Pertanian Organik Desa Sejahtera ASTRA bertema Local Champion Mendunia bertempat di Boja Farm Bogor. Hasil pertanian organik dari Boja Farm yang dilepas eksportnya ke pasar Kanada senilai total USD 500 ribu atau hampir setara 7,5 miliar rupiah. Adapun yang diekspor adalah sebanyak 80 jenis rempah, tanaman pangan dan olahannya.

23  
Februari

23  
Februari

Direktur Pengembangan Ekspor Jasa dan Produk Kreatif Miftah Farid membuka kegiatan "Sosialisasi Program Pemasaran Intellectual Property (IP) Lokal ke Produk/Layanan BUMN maupun Produk Ekspor Indonesia" bertempat di Hotel Courtyard by Marriott Bandung. Kegiatan ini bertujuan untuk mempertemukan pelaku usaha sektor Animasi, Komik, dan Game (ACG) dengan para peserta sosialisasi yang merupakan perwakilan dari instansi pemerintah, perusahaan BUMN, serta eksportir.





Plt. Direktur Pengembangan Ekspor Produk Manufaktur Ganef Judawati membuka kegiatan” Webinar Sector Export Marketing and Branding Strategy Home Decoration Sector of Indonesia” yang diselenggarakan secara daring. Narasumber dalam webinar adalah CBI Programme Manager for Home Decoration Menno Morenc, CBI Institutional Expert Jim Tersteeg, Local Coordinating Expert CBI Dika Rinakuki.

**23**  
Februari

## BAB III

### PERMASALAHAN DAN TINDAK LANJUT

#### 1.1. Kendala, Isu dan Permasalahan

##### **Sosialisasi Program Pemasaran *Intellectual Property* (IP) Lokal ke Produk/Layanan BUMN maupun Produk Ekspor Indonesia**

*Publisher* di Indonesia jumlahnya masih sangat sedikit yaitu kurang dari 10 *publisher*, sehingga jalur publikasi *game* masih terbilang sedikit. Selain itu, *developer game* yang bernaung di bawah AGI juga tidak semuanya menjual produk IP mereka, karena biaya untuk suatu *game* yang dapat dimonetisasi melalui IP sangatlah mahal sehingga banyak *developer* kecil yang kesulitan memanfaatkan IP mereka. Sekalipun mereka menjual produk IP mereka, *developer game* kecil biasanya bekerja sama dengan pihak ketiga untuk pembuatan *merchandise* dan pemanfaatan IP lainnya.

#### 1.2. Tindak Lanjut Penyelesaian

##### **Sosialisasi Program Pemasaran *Intellectual Property* (IP) Lokal ke Produk/Layanan BUMN maupun Produk Ekspor Indonesia**

Dalam waktu dekat HIPPINDO akan mengadakan *event* di SMESCO dan mengharapkan partisipasi serta kerja sama dari sektor ACG. Dalam hal ini, HIPPINDO akan mempertemukan pelaku ACG dengan beberapa *brand* lokal dengan tujuan untuk mendorong *brand* lokal tersebut agar dapat menggunakan IP lokal pada produknya. HIPPINDO juga akan ikut serta pada acara “ASEAN Ritel Summit” dan juga akan mempromosikan IP lokal ke *brand* luar negeri.

## **BAB IV**

### **PENUTUP**

Selama bulan Februari 2023, kegiatan Ditjen PEN secara ringkas mencakup kegiatan-kegiatan antara lain: Sosialisasi Program Pemasaran Intellectual Property (IP) Lokal ke Produk/Layanan BUMN Maupun Produk Ekspor Indonesia, Sosialisasi Good Design Indonesia (GDI) 2023 di Bandung, Pendampingan Pelaku Usaha Penerima Manfaat dalam Rangka Sourcing Mission IPD Jerman Produk Kayu Ringan dan Sosialisasi Interzum, *Public Kick Off Meeting: Market Information on Technical Wood Sector-Post Covid and Geopolitical Situation*, *Focus Group Discussion* Arah Pengembangan Industri Kayu Olahan, Audiensi Delegasi Sekretariat CAEXPO dan Pelaksanaan Konferensi Promosi China – ASEAN Expo (CAEXPO) ke-20, Pelaksanaan Pameran Biofach 2023, Forum Informasi Ekspor dan Business Matching Marketing Point Montaaain, Penyusunan Analisa Pasar Produk Manufaktur, dan Pemantauan Program Dana Dekonsentrasi dan Koordinasi Asosiasi dan Instansi Terkait.

Peningkatan pelayanan hubungan dagang dan informasi ekspor dilaksanakan melalui Pelayanan *InaExport dan Business Reception* yang diadakan empat kali selama Februari 2023. Dalam bab permasalahan, isu dan tindak lanjut dibahas mengenai isu yang perlu ditindaklanjuti, yakni Sosialisasi Program Pemasaran *Intellectual Property* (IP) Lokal ke Produk/Layanan BUMN maupun Produk Ekspor Indonesia.

Dengan demikian, sepanjang bulan Februari 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.