

Laporan Bulanan APRIL 2014



Kementerian Perdagangan

Perdagangan Sebagai Sektor
Penggerak Pertumbuhan dan
Daya Saing Ekonomi, serta
Penciptaan Kemakmuran
Rakyat.

**remarkable
Indonesia**

**Direktorat Jenderal
Pengembangan Ekspor Nasional**

Ditjen Pengembangan Ekspor Nasional

Kementerian Perdagangan

Gedung Utama Lantai 4

Jl. M.I. Ridwan Rais No. 5

Jakarta Pusat

Telp. +62 21 23528640

Fax. +62 21 23528650

<http://djpen.kemendag.go.id>

DAFTAR ISI	i
KATA PENGANTAR	ii
RINGKASAN EKSEKUTIF	iii
BAB I KINERJA	
1.1. Peningkatan Diversifikasi Produk Ekspor	1
1.2. Peningkatan Kerjasama Pengembangan Ekspor	3
1.3. Peningkatan Promosi dan Pencitraan Indonesia	7
1.4. Peningkatan Pelayanan Hubungan Dagang dan Informasi Ekspor	16
1.5. Pengembangan SDM Melalui Diklat Ekspor	18
BAB II PERMASALAHAN DAN TINDAK LANJUT	
2.1. Kendala, Isu dan Permasalahan	23
2.2. Tindak Lanjut Penyelesaian	23
BAB III PENUTUP	25

KATA PENGANTAR

Pada laporan bulanan periode April 2014 ini, seluruh kegiatan Ditjen PEN yang telah terangkum dalam sistematika pelaporan mencakup lingkup kegiatan *Kick Off Meeting* dan *Launching The WCC Award of Excellence for Handicraft 2014*; kegiatan Peningkatan Kerjasama Pengembangan Ekspor yang meliputi Kegiatan Penandatanganan Nota Kesepahaman antara Direktorat Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional (DJPEN) dengan *Trade Facilitation Office (TFO) Canada* Bidang Pengembangan Ekspor, Penandatanganan MoU antara Ditjen PEN dengan HKTDC ; kegiatan Peningkatan Promosi dan Pencitraan Indonesia melalui Pelaksanaan Pameran Pertemuan dengan Ketua Umum GAEKI dalam Rangka Pembahasan Rencana Pembuatan Video Kopi Luwak, Pelaksanaan Pameran “INACRAFT 2014”, Persiapan Pameran “*Sourcing at Magic 2014*” tanggal 17 – 20 Agustus di *Las Vegas Convention Center- Las Vegas*, Partisipasi pada *Lifestyle Vietnam International Trade Fair 2014*, tanggal 18 – 21 April 2014 di *Ho Chi Minh City-Vietnam*, Partisipasi Pameran *Hong Kong Gift & Premium Fair 2014*; kegiatan Peningkatan Pelayanan Hubungan Dagang dan Informasi Ekspor serta Pengembangan SDM melalui diklat ekspor.

Adapun penyusunan laporan ini dimaksudkan untuk memberikan masukan/*input* maupun informasi kepada Menteri Perdagangan dan unit eselon I lainnya dari Ditjen PEN berkaitan dengan realisasi dan evaluasi kegiatan sepanjang bulan April 2014. 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.

Dengan tersusunnya laporan bulanan periode keempat tahun 2014 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 untuk pengambilan keputusan.

Jakarta, Mei 2014

Direktorat Jenderal
Pengembangan Ekspor Nasional

RINGKASAN EKSEKUTIF

Guna mendukung terlaksananya visi dan misi Kementerian Perdagangan Republik Indonesia, selama Bulan April 2014 Direktorat Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional telah melakukan berbagai kegiatan yang berkaitan dengan ruang lingkup tugas dan fungsinya. Kinerja Direktorat Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional dalam meningkatkan pengembangan ekspor dicapai melalui kegiatan-kegiatan yang meliputi peningkatan diversifikasi produk ekspor, peningkatan kerjasama pengembangan ekspor, peningkatan promosi dan pencitraan Indonesia, peningkatan pelayanan hubungan dagang dan informasi ekspor, serta pengembangan SDM melalui diklat ekspor.

Kinerja Ditjen PEN dalam mendukung program pengembangan ekspor nasional sepanjang Bulan April 2014 guna pencapaian peningkatan diversifikasi produk ekspor meliputi kegiatan antara lain: kegiatan *Kick Off Meeting* dan *Launching The WCC Award of Excellence for Handicraft 2014*.

Untuk mendukung program pengembangan ekspor nasional, selama Bulan April ini DJPEN mengikuti berbagai kegiatan antara lain: Penandatanganan Nota Kesepahaman antara Direktorat Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional (DJPEN) dengan *Trade Facilitation Office (TFO) Canada* Bidang Pengembangan Ekspor, Penandatanganan MoU antara Ditjen PEN dengan HKTDC.

Sedangkan untuk meningkatkan pengembangan promosi dan pencitraan Indonesia pada bulan April ini telah dilakukan meliputi Pelaksanaan Pameran Pertemuan dengan Ketua Umum GAEKI dalam Rangka Pembahasan Rencana Pembuatan Video Kopi Luwak, Pelaksanaan Pameran "INACRAFT 2014", Persiapan Pameran "*Sourcing at Magic 2014*" tanggal 17 – 20 Agustus di *Las Vegas Convention Center- Las Vegas*, Partisipasi pada *Lifestyle Vietnam International Trade Fair 2014*, tanggal 18 – 21 April 2014 di *Ho Chi Minh City-Vietnam*, Partisipasi Pameran *Hong Kong Gift & Premium Fair 2014*.

Peningkatan pelayanan hubungan dagang dan informasi ekspor dilakukan melalui pelayanan informasi *inquiry*, dimana pada bulan April ini telah diterima sebanyak 67 (enam puluh tujuh) permintaan hubungan dagang dari sejumlah negara. Selain itu, *Customer Service Center (CSC)* sepanjang bulan Maret juga telah menerima kunjungan dari 19 (sembilan belas) perusahaan, baik untuk melakukan konsultasi bisnis maupun untuk menjajaki kemungkinan kerjasama dengan perusahaan Indonesia.

Untuk pengembangan SDM melalui Diklat Ekspor selama April 2014 ini telah dilakukan berbagai kegiatan pelatihan ekspor, peninjauan kerjasama dengan instansi terkait dan koordinasi dalam pengembangan kurikulum dan silabus.

Dalam bab permasalahan, isu dan tindak lanjut, dibahas mengenai kendala-kendala yang dihadapi pada pertemuan dengan Ketua Umum GAEKI dalam Rangka Pembahasan Rencana Pembuatan Video Kopi Luwak, dan Penandatanganan MoU Ditjen PEN dengan HKTDC.

BAB I

KINERJA

1.1. Peningkatan Diversifikasi Produk Ekspor

Kick Off Meeting dan Launching The WCC Award of Excellence for Handicraft 2014

World Craft Council (WCC) Award of Excellence for Handicrafts 2014 merupakan penghargaan bergengsi terhadap hasil karya para pengrajin yang bertujuan untuk mendorong para pengrajin agar dapat menciptakan karya kerajinan tangan yang orisinal dan inovatif, sehingga dapat menjaga keberlangsungan warisan budaya dari tiap negara. Kegiatan *WCC Award of Excellence for Handicrafts* merupakan kelanjutan dari kegiatan *UNESCO Award of Excellence for Handicrafts*, yang telah dilaksanakan sejak tahun 2001. UNESCO Award terakhir kali diselenggarakan di Kuching – Malaysia tahun 2012. Namun pada tahun 2013, UNESCO tidak berkonsentrasi lagi pada program kegiatan penganugerahan *UNESCO Award*, karena akan fokus pada program prioritas UNESCO lainnya. Oleh karena itu, pada tahun 2014 ini penghargaan tersebut dilanjutkan oleh WCC dengan program *WCC Award of Excellence for Handicrafts*, dengan UNESCO Patronage.

Di tahun 2014, Indonesia diberikan kepercayaan menjadi tuan rumah penjurian *WCC Award*, di mana Dewan Kerajinan Nasional (Dekranas) yang didukung oleh Kementerian Perdagangan akan bertindak sebagai tuan rumah penyelenggaraan kegiatan. Karya-karya yang akan diikutsertakan pada *WCC Award 2014* berasal dari berbagai wilayah meliputi Asia Tenggara, Asia Selatan, dan Pasifik Selatan. Pembagian wilayah merupakan ruang lingkup yang cukup besar, mengingat sebelumnya penghargaan ini diselenggarakan hanya untuk dua wilayah saja yaitu wilayah Asia Tenggara dan Asia Selatan. Penyelenggaraan *WCC Award* di Indonesia ini mempunyai arti penting bagi Indonesia maupun bagi WCC, mengingat kegiatan *WCC Award* ini baru pertama kali dilaksanakan yang merupakan kegiatan lanjutan dari *UNESCO Award*. Selain itu, pesertanya juga berasal dari 3 (tiga) subregional.

Dengan demikian, akan lebih banyak perkembangan produk kerajinan dari negara-negara peserta yang dapat diketahui.

Selain menjadi penyelenggara *WCC Award*, pada tahun ini Dekranas juga akan kembali menggelar Penganugerahan *Dekranas Award*, di mana para penerima *Dekranas Award* akan diikutsertakan pada *WCC Award 2014*. Penjurian *Dekranas Award* juga mengikuti mekanisme penjurian *UNESCO Award*, sehingga diharapkan dapat meningkatkan jumlah penerima *WCC Award 2014*, dengan demikian pada akhirnya diharapkan dapat meningkatkan citra bangsa Indonesia sebagai negara yang mampu menghasilkan produk kerajinan yang berkualitas, kreatif, dan inovatif.



Pada tanggal 15-16 April 2014 telah dilaksanakan *Kick Off Meeting WCC Award* bertempat di Auditorium Kementerian Perdagangan. Kegiatan tersebut dihadiri oleh sejumlah pengurus Dekranas, Wakil Presiden WCC wilayah Asia Pasifik, perwakilan UNESCO, perwakilan Ditjen PEN, dan tim konsultan. Pertemuan dibuka oleh Ibu Bianca M. Lutfi selaku Ketua Bidang Pameran dan Kerjasama Luar Negeri yang pada kesempatan tersebut menyampaikan laporan mengenai sejumlah persiapan yang telah dilakukan, kemudian dilanjutkan dengan pemaparan dari Wakil Presiden WCC wilayah Asia Pasifik mengenai sejarah WCC dan pengarahannya mengenai teknis persiapan penjurian. Adapun kegiatan penjurian akan dilaksanakan pada tanggal 18-22 Agustus 2014 di Auditorium Kementerian Perdagangan dan direncanakan akan menghadirkan 7 (tujuh) *expert* dari berbagai negara, termasuk Indonesia. Pengumuman peraih *WCC Award* direncanakan akan dilangsungkan pada tanggal 1 September 2014.

Pada hari Selasa, 22 April 2014 dilaksanakan *Launching WCC Award 2014*. Acara ini dihadiri oleh berbagai perwakilan komunitas/lembaga/yayasan yang membina kerajinan, yaitu perwakilan UNESCO Jakarta, Ketua Komite Nasional Indonesia untuk UNESCO, dan perwakilan Indonesia National AHPADA *Chapter*. Pada acara tersebut juga diselenggarakan *talkshow* dengan narasumber Wakil Menteri Perdagangan R.I., Ketua Harian Dekranas Ibu Okke Hatta Rajasa, serta Wakil Presiden WCC wilayah Asia Pasifik, Edric Ong.

Pada kegiatan *launching* tersebut, Wakil Menteri Perdagangan menyampaikan bahwa *WCC Award* merupakan penghargaan bergengsi di tingkat internasional atas hasil karya para pengrajin yang bertujuan mendorong para pengrajin untuk menciptakan karya yang unggul (*excellent*), baik dalam kualitas, desain, orisinalitas, dan inovasi sehingga dapat menjaga keberlangsungan warisan budaya. Selain itu, produk juga harus mempunyai daya saing agar dapat diterima pasar, baik dalam negeri maupun luar negeri, sehingga pada akhirnya dapat menambah kesejahteraan bagi para pengrajin. *Launching WCC Award* ditandai dengan pemukulan alat musik perkusi yang dilakukan secara bersama-sama oleh Wakil Menteri Perdagangan, Ketua Harian Dekranas, dan Wakil Presiden WCC wilayah Asia Pasifik.

1.2. Peningkatan Kerjasama Pengembangan Ekspor

Penandatanganan Nota Kesepahaman antara Direktorat Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional (DJPEN) dengan Trade Facilitation Office (TFO) Canada Bidang Pengembangan Ekspor

Dirjen Pengembangan Ekspor Nasional dalam rangkaian kegiatan misi dagang ke Amerika Utara, berkesempatan menandatangani Nota Kesepahaman dengan *Trade Facilitation Office (TFO) Canada*, di Montreal pada tanggal 2 April 2014. Nota Kesepahaman yang ditandatangani mempunyai cakupan lebih luas dibandingkan dengan Nota Kesepahaman sebelumnya yang pernah ditandatangani oleh DJPEN atau Badan Pengembangan Ekspor Nasional pada tahun 2009 silam, dimana cakupan kerjasama hanya untuk memberikan bantuan kepada Balai Besar Pelatihan Ekspor Indonesia (BBPPEI) dalam melaksanakan *coaching program* dengan kurikulum silabus yang dirancang dan diberikan sebagai *technical assistance* oleh TFO Canada. Kerjasama kali ini lebih

komprehensif meliputi seluruh aspek yang diperlukan dalam rangka upaya peningkatan ekspor yaitu pengembangan sumber daya manusia, pengembangan produk, pengembangan informasi dan pasar.

TFO Canada adalah lembaga nirlaba yang dibentuk oleh Pemerintah Canada dan berfungsi untuk memberikan bantuan teknis kepada para pengusaha di negara-negara berkembang agar barang dan/atau jasa yang mereka hasilkan dapat memasuki pasar Canada. Penandatanganan Nota Kesepahaman antara Ditjen PEN dengan TFO Canada disaksikan oleh Wakil Menteri Perdagangan R.I., Dubes R.I. untuk Canada, serta Konjen R.I. di Toronto dan Vancouver. Dalam sambutannya, Wakil Menteri Perdagangan menyampaikan harapan agar dengan ditandatanganinya Nota Kesepahaman kali ini, UKM Indonesia dapat memperoleh informasi yang lebih komprehensif dan memperoleh kesempatan melakukan untuk promosi di Canada ataupun dapat melakukan interaksi dengan *buyer* Canada yang diorganisir kedatangannya ke Indonesia oleh TFO. Melalui kedatangan *buyer* ke Indonesia, mereka dapat memperoleh pengetahuan yang lebih dalam mengenai pasar di Canada dan juga kemungkinan pasar di Amerika Serikat, dimana yang secara geografis letaknya sangat berdekatan dengan Canada. Selain itu, Wamendag juga berharap agar implementasi Nota Kesepahaman dapat segera dilaksanakan, sehingga para pengusaha Indonesia dapat memperoleh manfaat yang sebesar-besarnya dari kerja sama ini.

Penandatanganan MoU antara Ditjen PEN dengan HKTDC

Direktur Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional (PEN) Kementerian Perdagangan bersama *Deputy Executive Director Hong Kong Trade Development Council* (HKTDC) Benjamin Chau, menandatangani Joint Statement guna meningkatkan hubungan kerja sama antara Indonesia dengan Hong Kong. Penandatanganan ini dilakukan bersamaan dengan penyelenggaraan Pameran *Hong Kong International Gift and Premium 2014* yang diselenggarakan tanggal 27 - 30 April 2014.

Penandatanganan *joint statement* ini merupakan upaya optimalisasi program dan hubungan kerja sama antara Indonesia dan Hong Kong yang tertuang pada Nota Kesepahaman (*Memorandum of Understanding/MoU*) di bidang promosi perdagangan yang telah

ditandatangani sebelumnya yakni pada 20 Februari 2012. *Joint Statement* ini merupakan pengembangan dari kerja sama yang tercantum dalam MoU dengan menambahkan beberapa hal terkait implementasi poin-poin kerja sama yang dilakukan oleh kedua belah pihak. Adapun isi dari *Joint Statement* tersebut adalah:

- a. Penegasan kembali target industri yang akan dipromosikan, namun tidak terbatas pada bidang: seni dekoratif dan kerajinan, peralatan rumah tangga, mebel, dekorasi dan produk inovatif lainnya, mainan anak dan alat permainan lainnya, permata dan perhiasan, garmen dan tekstil, fashion dan aksesoris, makanan, teh dan alat tulis.
- b. Untuk meningkatkan manfaat dari MoU tersebut, HKTDC menyediakan paket promosi online selama 12 bulan bagi 200 perusahaan Indonesia yang potensial. Apabila kuota tersebut telah terpenuhi pada tahun 2014, maka pada tahun 2015 akan diberikan tambahan paket promosi online bagi 300 perusahaan Indonesia berikutnya. Perusahaan Indonesia tersebut akan terdaftar pada "*Indonesian Supplier Zone*" yang dimuat dalam www.hktdc.com.



Sebagai tindak lanjut dari penandatanganan tersebut sekaligus sebagai salah satu implementasi awal di bidang promosi perdagangan, Ditjen PEN menyerahkan *company profile* dari 200 perusahaan Indonesia kepada HKTDC untuk dimuat dalam website HKTDC.

Dalam kesempatan penandatanganan tersebut, Benjamin Chau menyatakan bahwa melalui penandatanganan *Joint Statement* ini diharapkan para pelaku usaha di Hong Kong dapat lebih meningkatkan hubungan perdagangan dengan pengusaha Indonesia. Sebaliknya, para pengusaha Indonesia dapat

menggunakan platform *online market place* HKTDC yang selama ini sudah lama digunakan oleh para dunia usaha internasional dalam melakukan transaksi perdagangan.

Pada kesempatan yang sama juga dilakukan kunjungan ke *Trade and Industry Department of Hong Kong Special Administrative Region* (HKSAR) dan diterima oleh Mr. Raistlin Lau (*Deputi Director General of Trade and Industry Department of HKSAR*). Tujuan pertemuan ini adalah bertukar informasi terkait organisasi dan kebijakan perdagangan, termasuk kebijakan pengembangan UKM. Pertemuan ini dilanjutkan dengan kunjungan ke *Support and Consultation Centre (SCC) for SMEs dan Trade Library*.

Dirjen PEN yang didampingi oleh Direktur Kerjasama Pengembangan Ekspor, Direktur Pengembangan Promosi dan Citra, dan wakil dari KJRI juga melakukan pertemuan dengan Bank BNI cabang Hong Kong, dan diterima oleh *Chief Executive* Bank BNI Hong Kong beserta staf. Pertemuan ini menindaklanjuti arahan Wamendag terkait dengan upaya pemanfaatan fasilitas Galeri BNI untuk mempromosikan produk-produk potensial Indonesia. *Chief Executive* Bank BNI menjelaskan bahwa pendirian kantor perwakilan Bank BNI di Hong Kong tidak hanya untuk melayani aktivitas perbankan akan tetapi juga aktivitas perdagangan dengan cakupan wilayah operasional di Mongolia, Taiwan, dan China. Galeri BNI memiliki luas 500 m², berada di bagian belakang kantor Bank BNI Hong Kong, serta memiliki fasilitas TV LED dan *display product* yang biasa digunakan sebagai sarana pameran produk-produk Indonesia.



1.3. Peningkatan Pengembangan Promosi dan Pencitraan Indonesia

1.3.1. Kegiatan Dalam Negeri

Pertemuan dengan Ketua Umum GAEKI dalam Rangka Pembahasan Rencana Pembuatan Video Kopi Luwak

Perwakilan Dit. P2C yang diwakili oleh Kasubdit Perencanaan dan Pemantauan Citra melakukan pertemuan dengan Bapak Utama Sugandhi, Ketua Umum GAEKI pada hari Rabu, 16 April 2014. Kasubdit Perencanaan dan Pemantauan Citra menyampaikan bahwa dalam rangka menyanggah adanya kampanye negatif terhadap kopi luwak Indonesia di luar negeri, Ditjen PEN berencana untuk membuat video mengenai kopi luwak Indonesia untuk digunakan sebagai materi kampanye di luar negeri. Ditjen PEN mengharapkan dukungan dan masukan GAEKI dalam proses pembuatan video kopi luwak.



Pada kesempatan tersebut, Bapak Utama Sugandhi menyatakan dukungan terhadap upaya yang akan dilakukan oleh Ditjen PEN untuk membuat video kopi luwak karena merupakan salah satu produk unggulan Indonesia yang telah dikenal luas sebagai produk premium dan eksklusif, sehingga kampanye negatif terhadap kopi luwak juga akan berdampak terhadap citra Indonesia secara keseluruhan. Terkait dengan upaya meng-*counter* isu negatif yang banyak dilakukan oleh media dan NGO di luar negeri, ada dua aspek utama yang perlu dilakukan, yaitu: Aspek Promosi meliputi pelaksanaan kegiatan promosi dan kampanye di berbagai media luar negeri, Aspek Produksi meliputi upaya di dalam negeri untuk menjaga originalitas kopi luwak yang dihasilkan melalui penangkaran luwak maupun luwak liar dan melakukan sertifikasi terhadap legalitas kopi luwak melalui verifikasi kepada produsen kopi luwak sehingga konsumen yakin akan kopi luwak yang mereka konsumsi.

Disampaikan pula oleh Ketua Umum GAEKI bahwa untuk memperoleh video kopi luwak yang bagus, perlu dibuat oleh *Production House* (PH) yang profesional sehingga mampu menyampaikan pesan yang dapat meng-*counter* isu negatif mengenai kopi luwak. Terkait hal tersebut, GAEKI siap memberikan masukan terhadap konsep video yang akan dibuat (*storyboard*) dan jika diperlukan bersedia mendampingi proses *shooting* ke sentra produksi kopi luwak.

Terkait dengan surat dari Ditjen PEN mengenai pameran *Cafe Show China 2014* tanggal 8 – 10 Agustus 2014 di Beijing, GAEKI berencana untuk berpartisipasi sebanyak 3 *booth* dan mengharapkan bantuan dari Kementerian Perdagangan untuk dapat membantu menegosiasikan, agar mendapatkan harga spesial. GAEKI menyatakan komitmennya untuk berpartisipasi pada CAEXPO 2014 dan sesuai dengan informasi yang diperoleh bahwa paviliun kopi pada CAEXPO 2014 akan ditempatkan di hall 15, diharapkan agar seluruh produsen kopi Indonesia yang ikut termasuk yang bukan binaan GAEKI dapat bergabung dalam 1 (satu) lokasi paviliun kopi Indonesia.

Pelaksanaan Pameran “INACRAFT 2014”

Pameran INACRAFT 2014 berlangsung di Jakarta Convention Center dan dibuka oleh Bapak Presiden R.I. pada tanggal 23 April 2014 pukul 10.00 WIB, dengan diiringi pemukulan gendang tanda dibukanya kegiatan pameran INACRAFT 2014. Acara ini juga dihadiri oleh Ibu Ani Yudhoyono, Ketua Dewan Kerajinan Nasional Ibu Herawati Boediono, Menteri Koordinator Bidang Perekonomian Hatta Rajasa beserta istri, Menteri Perdagangan Muhammad Lutfi beserta istri, Menteri Koperasi Syarif Hasan, Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Mari Elka Pangestu, Gubernur Jawa Tengah Ganjar Pranowo, beserta Ketua ASEPHI Rudy Lengkong.



Pameran INACRAFT tahun ini menempati luas area sebesar 25.070 m², mengusung tema "*From Smart Village to Global Market*" dan sub tema "Meningkatkan Kualitas Produk *Handicraft* Kreatif untuk Memasuki Pasar Global". Dengan menampilkan "*The Charisma of Central Java*" dari Provinsi Jawa Tengah sebagai ikon utama Pameran INACRAFT 2014. Pameran ini diikuti oleh 1650 perusahaan yang berasal dari berbagai provinsi di Indonesia dan juga perusahaan dari negara asing menempati 1290 stand dengan produk yang ditampilkan adalah *handicraft, gift & houseware, fashion, embroidery, batik, jewelry, toys & games, souvenir* dan aksesoris.

Pada keikutsertaan kali ini, Direktorat Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional (Ditjen PEN) Kementerian Perdagangan memfasilitasi sebanyak 20 (dua puluh) perusahaan binaan yang berasal dari DKI Jakarta, Jawa Barat, Jawa Tengah, Jawa Timur, Bali, dan Sumatera Selatan dengan luas area 162 m² yang dibangun dengan desain spesial bertajuk "*Trade with Remarkable Indonesia*". Paviliun Ditjen PEN Kementerian Perdagangan berada di Assembly Hall 3 bersama dengan 5 (lima) peserta dari luar negeri yaitu Thailand, Vietnam, Hongkong, Malaysia dan Iran.

Sebagai salah satu rangkaian kegiatan, pada INACRAFT 2014 juga diadakan seminar yang bertajuk "Kemasan Inovatif & Kreatif Meningkatkan Nilai Jual Produk Kerajinan Indonesia untuk Bersaing di Pasar Dunia" pada tanggal 24 April 2014 di Ruang Merak Jakarta Convention Center. Kegiatan ini diikuti oleh 68 peserta pengusaha dan pengrajin dengan menghadirkan pembicara dari Ditjen PEN Kementerian Perdagangan dan Federasi Pengemasan Indonesia.



Selain kegiatan seminar, rangkaian lain dari INACRAFT 2014 adalah penganugerahan INACRAFT Award 2014 yang dilaksanakan pada tanggal 25 April 2014 di ruang Merak, Jakarta Convention Center. Kegiatan ini dimaksudkan untuk memberi penghargaan bagi karya terbaik yang dipamerkan di INACRAFT 2014. Para pemenang INACRAFT Award 2014 rencananya akan diikutsertakan di *World Craft Council (WCC) Award of Excellence for Handicraft* pada tahun 2014 yang akan diadakan di Indonesia dan karyanya akan dipajang di Paviliun “*Made in Indonesia*” di Trade Expo Indonesia 2014. Penganugerahan INACRAFT Award ini diberikan kepada 7 (tujuh) kategori utama produk dari sekitar 1650 peserta dan 19 produk independen yang ada di pameran INACRAFT 2014. Tujuh kategori tersebut antara lain adalah:

1. Keramik alam, yang dimenangkan oleh Celadona Keramik
2. Serat alam, yang dimenangkan oleh Kabupaten Sekadu Kalimantan Barat
3. Tekstil, yang dimenangkan oleh Dudung Tie Dye Batik yang juga dinobatkan sebagai pemenang terbaik dengan produknya Selendang Parang Indonesia Raya
4. Kayu, dimenangkan oleh Dekranasda Kabupaten Samosir
5. Batu-batuan, dimenangkan oleh Duta Usaha Onyx
6. Metal, dimenangkan oleh Passion for Handicraft
7. Material, dimenangkan oleh Daughter of Klaten



Dari 7 (tujuh) pemenang yang terpilih tersebut, dua diantaranya merupakan binaan Ditjen PEN yaitu Celadona Keramik dan Passion for Handicraft. Selain mendapatkan penghargaan

INACRAFT Award, terdapat dua perusahaan binaan Ditjen PEN lainnya yang mendapatkan piagam penghargaan Femina Editor's Choice 2014, yaitu Meta Astari dan Bali Wirama.

Selama 5 (lima) hari penyelenggaraan, Paviliun Ditjen PEN dikunjungi hampir 2.500 orang. Adapun total transaksi dagang dan inquiry yang dikumpulkan oleh perusahaan yang tergabung dalam Paviliun Ditjen PEN selama 5 (lima) hari penyelenggaraan mencapai Rp. 1.403.369.000 atau meningkat sebesar 5,16% dibandingkan dengan transaksi yang berhasil diperoleh pada INACRAFT tahun 2013. Nilai tersebut merupakan total transaksi dagang dan inquiry dari pembeli asal Malaysia, Singapura, Amerika Serikat, Jepang, Korea Selatan, Australia, India, Pakistan, Thailand, Iran, RRT, PEA, Nigeria, Italia, Denmark, Jerman, Afrika, dan Indonesia.

1.3.2. Kegiatan Luar Negeri

Persiapan Pameran "Sourcing at Magic 2014" tanggal 17 – 20 Agustus di Las Vegas Convention Center, Las Vegas

Sehubungan dengan keikutsertaan Kementerian Perdagangan dalam Pameran "*Sourcing at Magic 2014*" yang akan diselenggarakan pada tanggal 17-20 Agustus 2014 di Las Vegas Convention Center, Las Vegas, telah dilaksanakan rapat awal persiapan keikutsertaan pada pameran tersebut. Rapat dilaksanakan pada tanggal 14 April 2014 di kantor Kementerian Perdagangan dan dihadiri oleh perwakilan *Aremgo Grafindo* (selaku *Event Organizer*), serta para calon peserta pameran yaitu PT. Ramagloria Sakti Tekstil *Industry*, PT. *Excellence Qualities*, PT. *Indosports (League)*, PT. Baguda Wear Banyuwangi, Mo En Da, BNV Indonesia, *Indiego House*, *Chevalier*, *Lenan Pearl of Silk*, Putri Ayu Bali, Kalyana Batik, PT. Ginza Cipta Indah, *Obs! Clothes*, *Nushock International Clothing Company*, *The House of Kebaya*, PT. Dwiprastama Paramitra, Toraja Melo, Dewi Alija Collection, *AN Collection* serta PT. *Fashion Glamour* Indonesia.

Pada kesempatan tersebut disampaikan kepada seluruh peserta rapat bahwa Kementerian Perdagangan c.q. Direktorat Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional (Ditjen PEN) bekerjasama dengan Atase Perdagangan pada Kedutaan Besar R.I. di Washington, D.C., Indonesia Trade Promotion Center (ITPC) Chicago, dan ITPC Los Angeles, akan berpartisipasi dalam

pameran *Business-to-Business* (B2B) fesyen terbesar di Amerika Serikat yaitu "*Sourcing at Magic*". Pameran *Sourcing at Magic* adalah bagian dari *Magic Market Week*. Kegiatan tersebut akan diselenggarakan pada lahan seluas lebih dari 1,5 juta meter persegi dan terdiri dari delapan kategori pameran yang diadakan secara bersamaan di antaranya:

- a. *Las Vegas Convention Center*, akan menampung empat kategori pameran yaitu: *Sourcing at Magic*, *Women's Wear Daily Magic (WWDMAGIC)*, *Footwear News Platform (FNPLATFORM)*, dan *World Shoe Association at Magic (WSA@MAGIC)*.
- b. *Mandalay Bay Convention Center*, akan menampung empat kategori pameran, yaitu *MAGICMEN'S*, *Project*, *ENKVEGAS*, *POOLTRADESHOW*, dan *The Tents Project*.

Pada rapat tersebut disampaikan pula bahwa tujuan utama dari pameran '*Sourcing at Magic*' adalah untuk menghubungkan produsen, pembeli, dan pembuat peraturan yang terkait dengan produk *fashion*, sehingga dapat terbentuk suatu rantai pasok yang efektif dan menyeluruh. Adapun beberapa alasan utama keikutsertaan Indonesia dalam pameran '*Sourcing at Magic*' adalah:

- Amerika Serikat adalah pasar terbesar dan paling kompetitif di dunia dengan sekitar 350 juta konsumen.
- Pasar Amerika Serikat memiliki profil tertinggi karena produk yang terjual di negara tersebut pasti juga dapat terjual di negara manapun.
- Perekonomian Amerika Serikat sedang dalam fase pemulihan.
- Amerika Serikat menempati peringkat pertama sebagai negara tujuan ekspor TPT Indonesia dengan pangsa sebesar 32,29% pada tahun 2013.
- Amerika Serikat juga menempati peringkat pertama sebagai negara tujuan ekspor alas kaki Indonesia dengan pangsa pasar

sebesar 26,75% pada tahun 2013.

- Pameran *Sourcing at Magic* diselenggarakan sebanyak dua kali dalam setahun. Sebagai pameran *fashion sourcing* terbesar di kawasan Amerika Utara, pameran ini dapat menarik sekitar 800 *exhibitors* dari 40 negara serta 8.100 *buyers* pada pameran yang telah diselenggarakan pada bulan Februari tahun 2014.

Terdapat dua konstruksi Paviliun untuk Indonesia dengan jumlah 22 *stand (booth)*. Konstruksi Paviliun pertama terdiri dari 5 booth dan ditujukan untuk 5 peserta di bidang industri sepatu. Dua diantara *booth* tersebut disediakan untuk Kementerian Perindustrian. Konstruksi Paviliun kedua terdiri dari 16 *booth*, dengan 15 *booth* disediakan untuk peserta di bidang *fashion* selain industri sepatu, dan 1 *booth* untuk tempat informasi. Pada kesempatan tersebut disampaikan pula bahwa peserta yang diikutsertakan pada *Sourcing at Magic* harus berpartisipasi pada Trade Expo Indonesia ke – 29 tahun 2014.

**Partisipasi pada Lifestyle
Vietnam International Trade
Fair 2014, tanggal 18 – 21
April 2014 di Ho Chi Minh
City, Vietnam**

Direktorat Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional (Ditjen PEN), Kementerian Perdagangan berpartisipasi kembali pada pameran “*Lifestyle Vietnam International Trade Fair 2014*”, yang diselenggarakan tanggal 18 – 21 April 2014 di Ho Chi Minh City, Vietnam. Partisipasi Indonesia merupakan hasil kerjasama Ditjen PEN dengan *Centre for Promotion of Imports from Developing Countries (CBI)* yang menempati lahan seluas 198 m² (6 x 33 m) dan berada di *Hall C, booth no.93 – 115, Tan Binh Exhibition & Convention Center, Ho Chi Minh City*.

Pameran *Lifestyle Vietnam International Trade Fair 2014* merupakan pameran terbesar dan bertaraf internasional di Vietnam yang diadakan setiap tahun. Produk yang ditampilkan antara lain *home decor, handicraft, furniture, houseware and storage, home textile, gift, dan garden accessories*.

Partisipasi Ditjen PEN pada pameran ini merupakan partisipasi yang ketiga kalinya sejak tahun 2012. Pada keikutsertaan kali ini, Ditjen PEN memfasilitasi sebanyak 18 perusahaan binaan Ditjen PEN dan Bali *Export Development Organization (BEDO)*, yang

telah diseleksi dan mengikuti *coaching program* dan berasal dari Jakarta, Bali, Surabaya, Yogyakarta dan Palembang.

Selama empat hari pelaksanaan pameran, para peserta yang difasilitasi Ditjen PEN telah menerima sebanyak 397 permintaan (*inquiry*) dari sejumlah *buyer* potensial yang berasal dari sejumlah negara antara lain Jerman, Belanda, Portugal, Inggris, Belgia, Amerika Serikat, Australia, Jepang, Hong Kong, Kuwait, dan Vietnam. Selain itu, diperkirakan telah terjadi kontrak dagang sebesar USD 1.152.000 yang menunjukkan peningkatan sebesar 69,4% dibandingkan capaian transaksi tahun lalu. Transaksi terbesar diperoleh Meda's Living untuk produk *wooden furniture*, Wood & Soul untuk produk *wooden household*, dan CV Shaniqua Marigold Bamboo untuk produk bambu batangan.

Pada kesempatan yang sama juga dilakukan promosi kegiatan *Trade Expo Indonesia 2014* dengan memasang *standing banner* dan membagikan *First Mail Shot (FMS)* kepada sejumlah pengunjung yang datang ke Paviliun Indonesia. Kementerian Perdagangan telah menargetkan ekspor tahun 2014 sebesar USD 190 Miliar atau naik 4,1%. Target pertumbuhan ekspor nonmigas produk kayu pulp dan furniture 5,5% - 6,5% atau sekitar USD 9,4 Miliar – 9,5 Miliar sedangkan produk kerajinan 7% - 8% atau sekitar USD 721 juta – 728 juta.

Paviliun Indonesia yang mengusung tema "*Trade With Remarkable Indonesia*" dan menempati lahan seluas 198 m² tampil dengan desain khusus yang sangat menawan didukung penataan produk yang saling mendukung menjadi kesatuan yang utuh guna menunjang penampilan produk lifestyle Indonesia. Mr. Tran Quoc Khanh, *Vice Minister of Industry and Trade of Vietnam* pada kunjungannya ke Paviliun Indonesia memuji penampilan Indonesia, yang banyak dikunjungi oleh pembeli mancanegara dan Vietnam.

Pada pameran tahun ini Indonesia juga mengangkat branding Indonesia agar lebih dikenal dan diterima di pasar internasional yang akan dilakukan oleh PT.Talenta Nusantara Indokarya, produsen lampu dari tembaga dan CV. Torang Raja, produsen lampu yang terbuat dari releting dengan desain yang menawan dan mengundang. Keberhasilan partisipasi Indonesia pada pameran *Lifestyle Vietnam International Trade Fair 2014* sebagai hasil

kerjasama yang baik dan juga tidak lepas dari dukungan CBI dan Konsulat Jenderal R.I. di Ho Chi Minh City dan diharapkan dukungan serupa juga dapat dilakukan dalam event lainnya dalam upaya mempromosikan produk Indonesia ke mancanegara.

Partisipasi Pameran Hong Kong Gift & Premium Fair 2014

Kegiatan promosi dagang melalui partisipasi pada Pameran Hong Kong *Gift & Premium Fair* 2014 dipimpin langsung oleh Direktur Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional dengan melibatkan unsur Direktorat Pengembangan Ekspor Nasional (Ditjen PEN) Kementerian Perdagangan, Dewan Kerajinan Nasional (Dekranas), Kementerian Koperasi dan UKM, serta Konsulat Jenderal R.I. di Hong Kong. Kegiatan pameran Hong Kong *Gift & Premium Fair* dilaksanakan pada tanggal 27–30 April 2014, Ditjen PEN berpartisipasi pada pameran ini dengan mengangkat tema “*Trade With Remarkable Indonesia*” melalui konsep “Rumah Indonesia”.

Paviliun Indonesia berlokasi di Hall 3, 3C-F24, di atas lahan seluas 144 m². Rumah Indonesia menampilkan aneka produk furnitur, *home decoration*, fesyen, aksesoris, perhiasan, keramik, spa, alat tulis, kopi dan teh dari 31 perusahaan. Paviliun Indonesia melalui keunikan produk yang ditampilkan banyak menarik minat *buyer*. Selama 2 hari pameran, hampir seluruh peserta mendapatkan transaksi, baik retail maupun *prospective order*. Transaksi retail yang tercatat selama 2 hari pameran adalah sebesar USD 16.000 dengan produk yang diminati antara lain perhiasan, tas, *fashion* dan *home decoration*. Sedangkan *prospective order* sementara ini tercatat sebanyak USD 530.000 untuk produk *home decoration*, *furnitur*, tas kulit, keramik, fesyen dan spa dari Amerika, Eropa, dan negara – negara di Asia.



1.4. Peningkatan Pelayanan Hubungan Dagang dan Informasi Ekspor

Pelayanan Customer Service Centre Pelayanan informasi yang diberikan oleh *Customer Service Centre (CSC)* terdiri dari permintaan hubungan dagang (*Trade Inquiry*), layanan pembeli luar negeri (*Business Matching*) dan konsultasi bisnis. Pelayanan permintaan hubungan dagang (*Trade Inquiry*) dan *Business Matching* mencakup layanan hubungan dagang yang diterima baik secara langsung maupun melalui Atdag/ITPC, kantor Kedutaan Besar negara asing dan permintaan dari pembeli secara individu serta layanan Konsultasi Bisnis kepada eksportir yang mengunjungi langsung CSC.

Seluruh pelayanan tersebut telah dilakukan pada bulan April 2014, dengan rincian sebagai berikut:

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

Pelayanan hubungan dagang yang diterima *Customer Service Center* pada bulan April 2014 sebanyak 67 (enam puluh tujuh) permintaan terdiri dari 32 (tiga puluh dua) permintaan yang diterima dari luar negeri dan 35 (tiga puluh lima) permintaan dari dalam negeri. Permintaan hubungan dagang yang berasal dari *importir/buyer* luar negeri tersebut berasal dari 12 (dua belas) negara yaitu: Denmark, Taiwan, Egypt, Korea, Argentina, Czech Republic, Australia, Saudi Arabia, Jepang, Vietnam, UK dan Thailand.

Permintaan hubungan dagang dari *importir/buyer* luar negeri tersebut, berminat untuk mendapatkan kontak dengan produsen/eksportir Indonesia dalam rangka mengimpor produk-produk seperti Batik, garment, yarn, sarung, baterai, rotan, damar, kopi luwak, dekorasi rumah, perhiasan, kayumanis, produk kelapa olahan, kertas, rempah-rempah, teh, gula, *teak wood*, *canned tuna*, kaolin, minyak kelapa sawit, minyak kedelai, kakao, kopi cafe, *sereal household*, *home decoration*, *temp*, oncom, tape, *VCO*, *Apparel*, *footear* dan *leather*.

Dari dalam negeri, diterima dari kalangan eksportir Indonesia yang membutuhkan informasi *importir/buyer* luar

negeri dalam rangka untuk mempromosikan produk. Disamping telah diberikan informasi yang diperlukan, telah diinformasikan tentang keanggotaan *membership service*.

2. Pengunjung *Customer Service Centre (CSC)*

Jumlah pengunjung CSC pada bulan April 2014 sebanyak 19 (sembilan belas) pengunjung dari dalam dan luar negeri yang membutuhkan layanan berupa konsultasi bisnis dan pertemuan bisnis sebagai berikut:

A. Layanan Konsultasi Bisnis

Jumlah pengunjung CSC yang memerlukan informasi ekspor pada bulan April 2014 sebanyak 18 (delapan belas) perusahaan pengunjung CSC yang membutuhkan informasi terkait dengan prosedur dalam melaksanakan ekspor, upaya pemasaran dan promosi produk yang dihasilkan. Produk-produk tersebut antara lain: *garment* dan rumput laut, selain itu pengunjung juga menanyakan regulasi impor untuk beras. Selain permintaan informasi tersebut di atas pengunjung juga ingin mengetahui informasi tentang *Membership Services*.

B. *Business Matching*

Pengunjung CSC dari luar negeri pada bulan April 2014 sebanyak 1 (satu) pengunjung, dimana pengunjung berasal dari Egypt - Cairo. *Buyer* asal Egypt - Cairo bermaksud untuk bertemu dengan PT. Bali Maya Permai dan PT. Fishindo Lintas Samudera. *Buyer* asal Egypt - Cairo bermaksud untuk mendapatkan kontak bisnis dengan produsen canned tuna.

C. *Permanent Trade Display (PTD)*

Sampai dengan periode Januari s/d April 2014, perusahaan peserta PTD sebanyak 43 (empat puluh Tiga) perusahaan.

1.5. Pengembangan SDM melalui Diklat Ekspor

Penyelenggaraan Program Pelatihan

Selama bulan April 2014 Balai Besar Pendidikan dan Pelatihan Ekspor Indonesia (BBPPEI) telah menyelenggarakan beberapa kegiatan pendidikan dan pelatihan (diklat) ekspor sebagai berikut:

- a. “Bagaimana Memulai Ekspor” (Jakarta, 15 s.d. 17 April 2014). Pelatihan ini dibuka untuk umum dan diikuti oleh 22 (dua puluh dua) orang peserta.
- b. “Prosedur Impor” (Jakarta, 22 s.d. 25 April 2014). Pelatihan ini dibuka untuk umum dan diikuti oleh 22 (dua puluh dua) orang peserta.
- c. “*Coaching Program – Training of Exporters Angkatan 5*” (Jakarta, 15 s.d. 17 April 2014). Pelatihan ini diikuti oleh 30 (tiga puluh) orang peserta yang merupakan alumni pelatihan ekspor PPEI.
- d. “Prosedur Ekspor” (Jakarta, 22 s.d. 24 April 2014). Pelatihan ini dibuka untuk umum dan diikuti oleh 27 (dua puluh tujuh) orang peserta.
- e. “Strategi Pemasaran Ekspor” (Ambon, 1 s.d. 3 April 2014). Pelatihan ini diselenggarakan atas kerjasama antara PPEI dengan Dinas Perindustrian dan Perdagangan (Disperindag) Provinsi Maluku serta diikuti oleh 30 (tiga puluh) orang peserta.
- f. “Kemasan Produk Olahan Makanan dan Minuman” (Bengkulu, 15 s.d. 17 April 2014). Pelatihan ini diselenggarakan atas kerjasama antara Ditjen. PEN dan PPEI dengan Disperindag Provinsi Bengkulu serta diikuti oleh 30 (tiga puluh) orang peserta.
- g. “Prosedur Ekspor” (Banda Aceh, 21 s.d. 23 April 2014). Pelatihan ini diselenggarakan atas kerjasama antara Ditjen. PEN dan PPEI dengan Disperindag Provinsi Nangroe Aceh Darussalam serta diikuti oleh 30 (tiga puluh) orang peserta.

- h. “Prosedur Ekspor” (Jambi, 21 s.d. 23 April 2014). Pelatihan ini diselenggarakan atas kerjasama antara Ditjen, PEN dan PPEI dengan Disperindag Provinsi Jambi serta diikuti oleh 30 (tiga puluh) orang peserta.
- i. “Prosedur Ekspor dan Impor bagi Pemula” (Semarang, 22 s.d. 24 April 2014). Pelatihan ini diselenggarakan atas kerjasama antara PPEI dengan Kamar Dagang dan Industri (Kadin) Provinsi Jawa Tengah serta diikuti oleh 30 (tiga puluh) orang peserta.
- j. “Pengembangan Produk Makanan Minuman untuk Pasar Ekspor” (Pekanbaru, 28 s.d. 30 April 2014). Pelatihan ini diselenggarakan atas kerjasama antara Ditjen, PEN dan PPEI dengan Disperindag Provinsi Riau serta diikuti oleh 30 (tiga puluh) orang peserta.
- k. “Teknik Negosiasi dan Kontrak Dagang” (Mataram, 15 s.d. 17 April 2014). Pelatihan ini diselenggarakan atas kerjasama antara PPEI dengan P3ED Mataram dan diikuti oleh 30 (tiga puluh) orang peserta.

Untuk tahun 2014 BBPPEI telah menetapkan target pelaksanaan diklat ekspor sebanyak 119 (seratus sembilan belas) angkatan dengan target jumlah peserta sebanyak 4.360 (empat ribu tiga ratus enam puluh) orang. Total jumlah pelatihan yang telah terlaksana sejak awal Januari 2014 hingga akhir April 2014 adalah 39 (tiga puluh sembilan) angkatan dengan total jumlah peserta 1.167 (seribu seratus enam puluh tujuh) orang. Dengan demikian realisasi jumlah angkatan diklat ekspor tahun 2014 telah mencapai 32,77% dengan realisasi jumlah peserta diklat mencapai 26,77%.

Pengembangan Kurikulum dan Silabus

Selama bulan April 2014 BBPPEI telah melaksanakan beberapa kegiatan terkait pengembangan kurikulum dan silabus pelatihan dengan rincian sebagai berikut :

- a. Pada tanggal 3 April 2014 tim manajemen PPEI mengadakan rapat penyusunan kurikulum dan silabus untuk pelatihan “*Strategi Penetrasi Pasar ASEAN*” dengan menghadirkan Saudari R.A. Marlina (Ditjen. PEN) dan Saudara Irwan Santo

Widjaja (praktisi) sebagai narasumber.

- b. Pada tanggal 7 April 2014 tim manajemen PPEI mengadakan rapat penyusunan kurikulum dan silabus untuk pelatihan *"Manajemen Ekspor Impor Plus Simulasi dan Uji Kompetensi"*.
- c. Pada tanggal 14 s.d. 15 April 2014 perwakilan manajemen PPEI melakukan kunjungan kerja ke Provinsi Bangka Belitung dalam rangka konsultasi pengembangan kurikulum dan silabus untuk pelatihan ekspor yang akan diselenggarakan oleh PPEI. Dalam kegiatan tersebut perwakilan manajemen PPEI juga mengadakan pertemuan dengan pengurus dan anggota HIPMIKINDO Provinsi Bangka Belitung dan melakukan kunjungan ke dua alumni PPEI yang berdomisili di Pangkal Pinang.
- d. Pada tanggal 14 April 2014 tim manajemen PPEI mengadakan rapat presentasi instruktur baru atas nama Saudara Era Yuwono dan Saudara Irwan Santo Wijaya.
- e. Pada tanggal 17 April 2014 tim manajemen PPEI mengadakan rapat standarisasi makalah untuk topik *"Kalkulasi Biaya Impor"* dengan menghadirkan Saudara Arya Maburi, Saudara Kurniawan dan Saudara Denny Iswara sebagai narasumber.
- f. Pada tanggal 23 April 2014 tim manajemen PPEI mengadakan rapat penyusunan kurikulum dan silabus untuk pelatihan *"Pendidikan Profesi Manajemen Ekspor Impor"*.
- g. Pada tanggal 24 April 2014 tim manajemen PPEI mengadakan rapat presentasi instruktur baru atas nama Saudara Sofyan Helmi yang membawakan materi *"Tata Laksana Kepabeanan di Bidang Impor"* dan Saudara Samodro yang membawakan materi *"Desain Kemasan Produk Makanan dan Minuman yang Baik"*.

Kerjasama Dengan Pihak Terkait

Dalam menjalankan tugas pokok dan fungsinya, BBPPEI berupaya menjalin kerjasama dengan berbagai lembaga dan instansi yang bertujuan untuk memperluas dampak positif dari pelaksanaan pelatihan yang diselenggarakan oleh BBPPEI. Beberapa program kerjasama yang telah dijalankan oleh BBPPEI selama bulan April 2014 antara lain:

- a. Pada tanggal 3 April 2014 perwakilan manajemen PPEI menghadiri pertemuan dengan perwakilan Direktorat Kerjasama Pengembangan Ekspor (Dit. KPE), Direktorat Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional (Ditjen. PEN), Kementerian Perdagangan R.I., guna membahas penyusunan konsep Nota Kesepahaman antara Asosiasi Pemerintah Kabupaten Seluruh Indonesia (APKASI) dengan Kementerian Perdagangan R.I.
- b. Pada tanggal 10 April 2014 perwakilan manajemen PPEI mengadakan pertemuan dengan perwakilan Dit. KPE guna membahas finalisasi Nota Kesepahaman antara Kementerian Perdagangan R.I. dengan APKASI.
- c. Pada tanggal 14 April 2014 perwakilan manajemen PPEI menghadiri pertemuan dengan perwakilan Dit. KPE guna membahas permintaan bantuan dari pemerintah Timor Leste untuk mengadakan pelatihan *quality control* karena banyaknya produk impor berkualitas rendah yang masuk ke pasar Timor Leste.
- d. Pada tanggal 15 April 2014 perwakilan manajemen PPEI menghadiri rapat yang diadakan di Kementerian Koperasi & UMKM R.I. dalam rangka *Focus Group Discussion* (FGD) ke-3 dengan topik "*Sector Export Marketing Planner (SEMP) on Specialty Coffee Food Ingredients Sector Project Indonesia*".
- e. Pada tanggal 16 April 2014 perwakilan manajemen PPEI mengadakan pertemuan dengan perwakilan Dit. KPE dalam rangka *Bilateral Meeting* dengan Delegasi Kementerian Perdagangan Timor Leste yang membahas topik perpanjangan *MoU Technical on Trade Cooperation* (MoU on TTC) dan peresmian pasar perbatasan.
- f. Pada tanggal 23 April 2014 perwakilan manajemen PPEI menghadiri Focus Group Discussion (FGD) ke-4 dalam rangka penyusunan *Sector Export Marketing Plan (SEMP)* Produk Kopi Indonesia.
- g. Pada tanggal 28 April 2014 perwakilan manajemen PPEI menghadiri pertemuan dengan perwakilan Universitas Trilogi guna membahas rencana penyelenggaraan Seminar Pengenalan Ekspor pada tanggal 3 Juni 2014.

- h. Pada tanggal 28 April 2014 perwakilan manajemen PPEI menghadiri pertemuan yang diselenggarakan oleh Biro Perencanaan Kementerian Perdagangan R.I. dalam rangka pengajuan proposal untuk tiap-tiap unit di Kementerian Perdagangan R.I. sebagai bagian dari *Joint Coordination Committee Japan International Cooperation Agency (JCC JICA)*.
- i. Pada tanggal 30 April 2014 perwakilan manajemen PPEI mengadakan pertemuan dengan perwakilan CBI Belanda guna membahas mengenai *value chain analysis* dan *SWOT analysis*.

Kegiatan Lain

Selain kegiatan-kegiatan yang telah disebutkan di atas, BBPPEI juga terlibat dan atau menyelenggarakan kegiatan-kegiatan lainnya yang masih terkait dengan tugas pokok dan fungsi PPEI, diantaranya adalah sebagai berikut:

- a. Pada tanggal 3 April 2014 perwakilan manajemen PPEI menghadiri konsinyering yang diselenggarakan dalam rangka penyusunan *Sector Export Marketing Plan (SEMP)* Produk Kopi.
- b. Pada tanggal 7 April 2014 Sekretariat ISO PPEI mengadakan rapat persiapan audit internal yang rencananya akan diselenggarakan pada bulan Mei 2014.
- c. Pada tanggal 30 April 2014 PPEI menyelenggarakan kegiatan Pembinaan Instruktur yang berlangsung di Hotel Menara Peninsula Jakarta. Acara ini dihadiri oleh 90 (sembilan puluh) orang instruktur PPEI.

BAB II

PERMASALAHAN DAN TINDAKLANJUT

2.1 Kendala, Isu dan Permasalahan

Pertemuan dengan Ketua Umum GAEKI dalam Rangka Pembahasan Rencana Pembuatan Video Kopi Luwak Agar video kopi luwak yang dibuat hasilnya bagus maka perlu dibuat oleh *Production House* (PH) yang profesional, sehingga mampu menyampaikan pesan yang dapat meng-*counter* isu negatif mengenai kopi luwak.

Penandatanganan MoU Ditjen PEN dengan HKTDC

- Untuk meningkatkan manfaat dari MoU Ditjen PEN dan HKTDC, HKTDC menyediakan paket promosi online selama 12 bulan bagi 200 perusahaan Indonesia yang potensial. Apabila kuota tersebut telah terpenuhi pada tahun 2014, maka pada tahun 2015 akan diberikan tambahan paket promosi online bagi 300 perusahaan Indonesia berikutnya. Perusahaan Indonesia tersebut akan terdaftar pada "*Indonesian Supplier Zone*" yang dimuat dalam www.hktdc.com.
- Terkait pertemuan antara Ditjen PEN dengan BNI Hong Kong, kedua belah pihak menyepakati perlunya diadakan pembahasan lebih lanjut mengenai pemanfaatan Galeri BNI dalam mempromosikan produk Indonesia.

2.2 Tindak Lanjut Penyelesaian

Pertemuan dengan Ketua Umum GAEKI dalam Rangka Pembahasan Rencana Pembuatan Video Kopi Luwak Ditjen PEN akan menghubungi beberapa *Production House* untuk menawarkan proposal konsep *storyboard* video kopi luwak. Materi yang dapat digunakan sebagai *footage* antara lain video mengenai kopi luwak yang telah diberikan kepada Ditjen PEN pada proses pembuatan *TVC Nation Branding*.

**Penandatanganan MoU
Ditjen PEN dengan HKTDC**

- Ditjen PEN akan menginventarisir dan menyusun daftar 300 perusahaan Indonesia potensial lainnya, untuk dimuat dalam website HKTDC sebagai bentuk promosi.
- BNI cabang Hong Kong akan melaporkan hasil pertemuan kepada Kantor Pusat BNI di Jakarta terkait dengan arahan lebih lanjut untuk menindaklanjuti skema pengelolaan dan pelaksanaan promosi produk Indonesia di Galeri BNI Hong Kong. Ditjen PEN juga akan melakukan pembahasan lebih lanjut dengan BNI Pusat terkait hal tersebut.

BAB III

PENUTUP

Selama bulan April 2014, kegiatan Ditjen PEN secara umum mencakup kegiatan-kegiatan antara lain berupa kegiatan *Kick Off Meeting dan Launching The WCC Award of Excellence for Handicraft 2014*, Penandatanganan MoU antara Direktorat Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional (DJPEN) dengan *Trade Facilitation Office (TFO) Canada* bidang Pengembangan Ekspor, Persiapan Penandatanganan MoU antara Ditjen PEN dengan HKTDC, Pertemuan dengan Ketua Umum GAEKI dalam Rangka Pembahasan Rencana Pembuatan Video Kopi Luwak, Pelaksanaan Pameran “INACRAFT 2014”, Persiapan Pameran “*Sourcing at Magic 2014*” tanggal 17 – 20 Agustus di Las Vegas Convention Center, Las Vegas, Partisipasi pada *Lifestyle Vietnam International Trade Fair 2014*, tanggal 18 – 21 April 2014 di Ho Chi Minh City, Vietnam, Partisipasi Pameran *Hong Kong Gift & Premium Fair 2014*, pelayanan informasi melalui Inquiry dan penerimaan kunjungan (melalui CSC), serta peningkatan SDM melalui beberapa program diklat ekspor.

Dengan demikian, sepanjang bulan April 2014, selain beberapa aktivitas promosi dan misi dagang, kegiatan Ditjen PEN banyak menunjukkan aktivitas persiapan, pembahasan dan pengembangan kerjasama bagi pelaksanaan kegiatan untuk bulan berikutnya, yang tidak lain bertujuan supaya berkinerja lebih baik sesuai dengan tugas dan fungsinya, serta secara tidak langsung memajukan Kementerian Perdagangan.

Ditjen PEN menyadari bahwa dalam pelaksanaan sejumlah kegiatan pada bulan April 2014 ini masih menemui beberapai kendala yang diharapkan pada pelaksanaan kegiatan selanjutnya nanti dapat dilakukan berbagai perbaikan dan pembaharuan, sehingga semua kegiatan di tahun 2014 ini dapat berjalan secara lebih efektif dan efisien serta mencapai tujuan yang telah direncanakan dengan optimal.