

# Laporan Bulanan MEI 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>

<b>DAFTAR ISI</b>	i
<b>KATA PENGANTAR</b>	ii
<b>RINGKASAN EKSEKUTIF</b>	iv
<b>BAB I KINERJA</b>	
1.1. Peningkatan Diversifikasi Produk Ekspor	1
1.2. Peningkatan Kerjasama Pengembangan Ekspor	5
1.3. Peningkatan Promosi dan Pencitraan Indonesia	14
1.3.1. Kegiatan Dalam Negeri	14
1.3.2. Kegiatan Luar Negeri	23
1.4. Peningkatan Pelayanan Hubungan Dagang dan Informasi Ekspor	31
1.5. Pengembangan SDM Melalui Diklat Ekspor	35
<b>BAB II PERMASALAHAN DAN TINDAK LANJUT</b>	
2.1. Kendala, Isu dan Permasalahan	40
2.2. Tindak Lanjut Penyelesaian	41
<b>BAB III PENUTUP</b>	43

## KATA PENGANTAR

---

Pada laporan bulanan periode Mei 2014 ini, kegiatan-kegiatan Ditjen PEN yang telah terangkum dalam sistematika pelaporan mencakup lingkup kegiatan Peningkatan Diversifikasi Produk Ekspor adalah *Designer Dispatch Service* Tahap I, Kunjungan Kerja pada Kegiatan Indonesia *Investment and Trade Day* (IITD) dan *4<sup>th</sup> Spa and Salon Management Summit and Workshop*; mencakup lingkup kegiatan Peningkatan Kerjasama Pengembangan Ekspor antara lain Sosialisasi dan Bimbingan Teknis Permendag No. 01/M-DAG/PER/1/2014, No. 07/M-DAG/PER/1/2014, No. 13/M-DAG/PER/3/2014 dan Permenkeu No. 41/PMK.4/1/2014, *Working Group on Cooperation and Capacity Building* (CCB) pada Perundingan Indonesia - EFTA *Comprehensive Economic Partnership Agreement* (IE – CEPA) Putaran ke-9, Penjajakan Kerjasama Pengembangan Ekspor Dengan Instansi Terkait di Madagaskar, Seminar “Peluang Pasar dan Investasi di Pakistan dan Bangladesh” dan Rapat Permintaan Bahan Masukan untuk *Review* dan Evaluasi Kerjasama Indonesia - Brazil di Bali, Agustus 2014.

Kemudian kegiatan Ditjen PEN lainnya yang mencakup lingkup kegiatan Peningkatan Promosi dan Pencitraan Indonesia antara lain *Roadshow* Ditjen PEN tentang Target Ekspor 2014 ke GIAMM, GAEKI dan INAPLAS, Pemantapan Kelembagaan Melalui Sosialisasi Pedoman Tata Laksana Penempatan Pejabat Perbantuan Pada Perwakilan RI di Luar Negeri, Persiapan Pameran “12<sup>th</sup> IndoBuildTech Expo 2014”, Partisipasi Ditjen PEN Kemendag pada THAIFEX-*World of Food Asia* 2014, Bisnis Forum di Santiago, Chile, Pameran *Beautyworld Middle East* 2014 dan Pameran *Africa Health* 2014; mencakup lingkup kegiatan Peningkatan Pelayanan Hubungan Dagang dan Informasi Ekspor melalui Forum Komunikasi Informasi Ekspor dan Pelayanan *Customer Service Centre*; serta lingkup kegiatan Pengembangan SDM di bidang ekspor yang melalui pelaksanaan 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 Mei 2014. Laporan bulanan ini juga dibuat dalam rangka mendukung kegiatan reformasi birokrasi di lingkungan Kementerian Perdagangan dan guna mewujudkan Akuntabilitas Kinerja yang baik pada Direktorat Jenderal PEN.

Dengan tersusunnya laporan bulanan periode kelima 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 sebagai pertimbangan dalam pengambilan keputusan.

Jakarta, Juni 2014

Direktorat Jenderal  
Pengembangan Ekspor Nasional

## RINGKASAN EKSEKUTIF

---

Guna mendukung terlaksananya visi dan misi Kementerian Perdagangan Republik Indonesia, selama Bulan Mei 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 Mei 2014 guna pencapaian peningkatan diversifikasi produk ekspor meliputi kegiatan antara lain: kegiatan *Designer Dispatch Service* Tahap I, Kunjungan Kerja pada Kegiatan Indonesia *Investment and Trade Day* (IITD) dan *4<sup>th</sup> Spa and Salon Management Summit and Workshop*.

Untuk mendukung program pengembangan ekspor nasional, selama Bulan Mei ini Ditjen PEN mengikuti berbagai kegiatan antara lain Sosialisasi dan Bimbingan Teknis Permendag No. 01/M-DAG/PER/1/2014, No. 07/M-DAG/PER/1/2014, No. 13/M-DAG/PER/3/2014 dan Permenkeu No. 41/PMK.4/1/2014, *Working Group on Cooperation and Capacity Building* (CCB) pada Perundingan Indonesia - EFTA *Comprehensive Economic Partnership Agreement* (IE – CEPA) Putaran ke-9, Penjajakan Kerjasama Pengembangan Ekspor Dengan Instansi Terkait di Madagaskar, Seminar “Peluang Pasar dan Investasi di Pakistan dan Bangladesh” dan Rapat Permintaan Bahan Masukan untuk *Review* dan Evaluasi Kerjasama Indonesia-Brazil di Bali, Agustus 2014.

Sedangkan untuk meningkatkan pengembangan promosi dan pencitraan Indonesia pada bulan Mei ini telah dilakukan meliputi Kegiatan Roadshow Ditjen PEN Tentang Target Ekspor 2014 ke GIAMM, GAEKI dan INAPLAS, Pemantapan Kelembagaan Melalui Sosialisasi Pedoman Tata Laksana Penempatan Pejabat Perbantuan Pada Perwakilan RI di Luar Negeri, Persiapan Pameran “*12<sup>th</sup> IndoBuildTech Expo 2014*”, Partisipasi Ditjen PEN Kemendag pada *THAIFEX-World of Food Asia 2014*, Kegiatan Bisnis Forum di Santiago, Chile, Pameran *Beautyworld Middle East 2014* dan Pameran *Africa Health 2014*.

Peningkatan pelayanan hubungan dagang dan informasi ekspor dilakukan melalui kegiatan Forum Komunikasi Informasi Ekspor dan kegiatan pelayanan informasi *inquiry*, dimana pada bulan Mei ini telah diterima sebanyak 68 (enam puluh delapan) permintaan hubungan dagang dari sejumlah negara. Selain itu, *Customer Service Center* (CSC) sepanjang bulan

Mei juga telah menerima kunjungan dari 18 (delapan belas) pengunjung dari dalam dan luar negeri yang membutuhkan layanan berupa konsultasi bisnis dan pertemuan bisnis.

Untuk pengembangan SDM melalui Diklat Ekspor selama Mei 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 Kunjungan Kerja pada Kegiatan Indonesia *Investment and Trade Day* (IITD), Sosialisasi dan Bimbingan Teknis Permendag No. 01/M-DAG/PER/1/2014, No. 07/M-DAG/PER/1/2014, No. 13/M-DAG/PER/3/2014 dan Permenkeu No. 41/PMK.4/1/2014, Peninjauan Kerjasama Pengembangan Ekspor Dengan Instansi Terkait di Madagaskar, Rapat Permintaan Bahan Masukan untuk *Review* dan Evaluasi Kerjasama Indonesia-Brazil di Bali, Agustus 2014 dan Partisipasi Ditjen PEN Kemendag pada *THAIFEX-World of Food Asia* 2014.

# BAB I

## KINERJA

### 1.1. Peningkatan Diversifikasi Produk Ekspor

#### Kegiatan Designer Dispatch Service Tahap I

Meningkatnya persaingan di pasar internasional mengharuskan para produsen di seluruh dunia untuk mampu menciptakan produk-produk unggulan dengan kualitas yang sesuai dengan standar global. Selain itu, produk tersebut juga diharapkan inovatif dan sesuai dengan *trend* dan selera konsumen yang sedang berlangsung, dimana *trend* dan selera tersebut tidak sama di setiap pasar.

Apabila produk ekspor Indonesia bisa memenuhi hal-hal di atas, maka peluang untuk mendorong kinerja ekspor Indonesia akan semakin terbuka. Oleh karena itu, kegiatan *Designer Dispatch Service* (DSS) adalah salah satu program unggulan Ditjen PEN yang dalam realisasinya membutuhkan komitmen kuat dari berbagai pihak yang terlibat, yaitu Ditjen PEN, UKM dan desainer.

Tujuan kegiatan DDS terbagi menjadi dua yaitu tujuan jangka pendek dan tujuan jangka panjang. Tujuan jangka pendek antara lain: meningkatkan pengetahuan pelaku usaha UKM mengenai produk-produk yang memenuhi standar ekspor, meningkatkan wawasan pelaku usaha UKM mengenai selera konsumen di pasar internasional dan meningkatkan kapabilitas pelaku usaha UKM dalam menghasilkan produk-produk baru yang inovatif dan memiliki ciri khusus sebagai identitas suatu produk sekaligus identitas Indonesia sebagai negara asal. Sedangkan tujuan jangka panjang antara lain: menghasilkan pelaku-pelaku usaha atau eksportir Indonesia yang memiliki pengetahuan pasar yang luas, menghasilkan pelaku-pelaku usaha atau eksportir Indonesia yang mampu membaca selera dan *trend-trend* produk terbaru, dan meningkatkan kinerja ekspor Indonesia.



Kegiatan DDS tahap I dilaksanakan pada tanggal 28 April – 1 Mei 2014 di Makassar. Kegiatan ini bertujuan melakukan kurasi terhadap UKM-UKM yang direkomendasikan oleh Pemerintah daerah Provinsi. Berdasarkan hasil kurasi, terpilih 2 (dua) UKM yang akan mengikuti program DDS 2014 yaitu La Galigo yang menghasilkan produk fesyen dan LPK Mawaddah yang menghasilkan produk turunan fesyen seperti tas, sepatu, dll.

### **Kunjungan Kerja pada Kegiatan Indonesia Investment and Trade Day (IITD)**

*Indonesia Investment and Trade Day* (IITD) dilaksanakan di Toronto, Kanada pada tanggal 7 - 8 Mei 2014. Kegiatan ini dilaksanakan dalam rangka meningkatkan ekspor Indonesia ke Kanada dan investasi Kanada di Indonesia. kunjungan kerja acara *Indonesia Investment and Trade Day* (IITD) di Toronto, Kanada bertujuan untuk:

1. Menyampaikan kondisi terkini perekonomian Indonesia dan iklim bisnis, khususnya perdagangan di Indonesia yang didukung komitmen dan kebijakan Pemerintah; dan
2. Meyakinkan pengusaha atau *buyer* potensial Kanada untuk meningkatkan pembelian produk Indonesia dan mengundang mereka untuk datang ke *Trade Expo Indonesia* ke – 29 yang akan diselenggarakan pada tanggal 8 -12 Oktober 2014.

*Indonesia Investment and Trade Day* (IITD) dihadiri oleh 130 peserta yang berasal dari Kanada (perbankan, asuransi, kamar dagang, lembaga pemerintah, dan non-pemerintah) dan Indonesia (Bank Indonesia, Kementerian Luar Negeri, Kementerian Perdagangan dalam hal ini diwakili oleh Direktur Pengembangan Produk Ekspor , BKPM, KBRI Ottawa, KJRI Toronto, KJRI Vancouver, Kantor Perwakilan Bank Indonesia di New York, IIPC di New York, Kantor Perwakilan BNI di New York, PT. Danareksa Sekuritas, PT. Kimia Farma dan PT Indo Farma).

Acara diawali dengan sambutan Ibu Dienne H.Moehario, Duta Besar R.I. dilanjutkan dengan sambutan Mr. Pablo Breard, Vice President Scotiabank dan Bapak Mirza Adityaswara, Deputi Gubernur Senior Bank Indonesia. kemudian kegiatan dilanjutkan dengan diskusi yang terdiri dari:

1. Sesi diskusi panel I yang bertema *Expanding Business Beyond*

*Traditional Partners* dengan narasumber Mr. Aron Gampel, *Vice President & Deputy Chief Economist, Scotiabank*; yang menjelaskan bahwa perkembangan ekonomi dunia setelah krisis secara perlahan menunjukkan pemulihan. Disampaikan pula bahwa sumbangsih *Emerging Market Economies (EME)* terhadap pertumbuhan ekonomi dunia sangat signifikan, diperkirakan mencapai 60% pada tahun 2014 dan 64% pada tahun 2015. Beberapa hal yang perlu mendapat perhatian di tahun mendatang, antara lain pelaku bisnis di negara maju lebih memilih untuk berhati-hati, sehingga pertumbuhan investasi melambat, EME masih membutuhkan reformasi ekonomi, institusional, politik dan sosial serta perkembangan terkini mengenai geopolitik dunia.

Ms. Tuuli McCully, *Senior Economist, Scotiabank* dan Ms. Natasha Apollonova, *Director of Economic Development, Toronto Region Board of Trade* memberikan ulasan tentang Indonesia yang dinilai berhasil mempertahankan laju pertumbuhan ekonomi dengan baik hingga mencapai 5,7%. Disampaikan bahwa ekonomi Indonesia merupakan yang terbesar di Asia Tenggara walaupun pertumbuhan GDP/Kapita Indonesia tertinggi kedua setelah Vietnam. Indonesia diprediksi akan melaju menuju kelompok *advanced economies*.

2. Sesi diskusi panel II mengangkat tema "*Indonesia, a Potential Investment Destination and Trade Partner*", dengan narasumber Tamba P. Hutapea, Deputi Perencanaan Penanaman Modal, BKPM; Dr Sugeng, Kepala Kantor Perwakilan Bank Indonesia di New York; Dody Edward, Direktur Pengembangan Produk Ekspor, Kementerian Perdagangan. Pada kesempatan ini disampaikan mengenai hubungan perdagangan Indonesia dengan Kanada yang mempunyai potensi pengembangan yang cukup besar. Hal lain yang disampaikan adalah Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan yang disahkan pada tanggal 11 Februari 2014. Kesempatan ini juga dimanfaatkan untuk mengundang pelaku usaha yang hadir di IITD untuk berpartisipasi pada Trade Expo Indonesia ke - 29 di Jakarta yang akan diselenggarakan pada tanggal 8 - 12 Oktober 2014.

Setelah sesi diskusi panel, acara dilanjutkan dengan *sharing* cerita sukses dan peluang bisnis di Indonesia, dengan narasumber Steve Roder, Senior Executive Vice President & Chief Financial Officer Manulife Financial; Ian Lifshitz, Director Sustainability & Stakeholder Relations, Asia Pulp and Paper; dan Helmy Kristanto, Senior Vice President/Head of Equity Research, PT. Danareksa Sekuritas. Sebagai rangkaian IITD, pada tanggal 8 Mei 2014 dilaksanakan kunjungan perusahaan ke Jansen Furniture ([www.jansenfurniture.com](http://www.jansenfurniture.com)). Jansen Furniture mengimpor produk furniture Indonesia namun mengimpor aksesoris/hiasan rumah dari RRT dan Thailand. Produk tersebut didistribusikan ke seluruh Kanada dengan pangsa terbesar Provinsi Ontario dan juga ke Amerika Serikat. Sebagai informasi, Jansen Furniture mempunyai pabrik di Indonesia yaitu PT. Jansen Indonesia di kawasan Candi Semarang - Jawa Tengah.

#### **4<sup>th</sup> Spa and Salon Management Summit and Workshop**

Industri spa dan salon kecantikan merupakan industri jasa yang sedang populer, baik di Indonesia maupun di luar negeri seperti wilayah Timur Tengah dan Afrika. Pesatnya perkembangan industri spa dan salon kecantikan dapat dilihat dari ketatnya persaingan yang dihadapi oleh pelaku usaha terkait. Strategi promosi modern menjadi cara terbaru bagi pelaku usaha untuk menarik dan mendapatkan konsumen serta mengembangkan usaha. Selain itu, peningkatan pelayanan terhadap konsumen juga menjadi andalan para pelaku usaha spa dan salon kecantikan.

Sehubungan dengan hal tersebut, Ditjen PEN turut berpartisipasi pada kegiatan *4<sup>th</sup> Spa and Salon Management Summit and Workshop* yang berlangsung di Dubai *World Trade Center* (DWTC) di Dubai, UEA pada tanggal 27-29 Mei 2014. *Workshop*/pelatihan dilaksanakan pada hari pertama 27 Mei 2014, sedangkan *summit*/seminar dilaksanakan pada hari selanjutnya 28-29 Mei 2014. Kegiatan pelatihan dan seminar kali ini, berusaha untuk menjelaskan kepada pengusaha untuk menjalankan usaha dengan manajemen yang baik melalui dua pendekatan yaitu pelayanan prima dan kegiatan promosi yang informatif, efisien dan efektif. Beberapa peserta kegiatan ini memaparkan pengalamannya bahwa pelayanan yang baik kepada konsumen serta pemanfaatan

internet/media *online* sebagai media promosi dapat meningkatkan pendapatan mereka sebesar 70% dalam setahun.

Kegiatan pelatihan terbagi dalam dua sesi dengan narasumber Namita Ramani selaku CEO dan pendiri *SpaMarketing by SpaGenie* dan Daniella Russell selaku *Managing Director, DR Global, UEA* pada sesi pertama dan Ahmed Safwat selaku *Business Development Manager for MENA Region, Google, Irlandia* pada sesi kedua. Ketiga narasumber tersebut membahas mengenai dasar-dasar manajemen spa dan salon kecantikan seperti proses bisnis, pengembangan database konsumen, pelayanan yang baik dan strategi pemasaran/*marketing* melalui media *online*. Materi pemaparan yang disampaikan oleh para narasumber meliputi: *Retail guidelines to maximize on revenue, Supporting your team with retail, Why people buy?, Lost sales, Communication skills, Tools to communicate your retail sales, Communication–Bad Habits, Active listening, 3-steps to successful retail, dan Brands supporting retail.*

Menimbang peluang usaha industri spa dan salon kecantikan yang sangat luas, maka pengusaha spa dan salon kecantikan Indonesia dapat memanfaatkan beberapa strategi pemasaran yang telah dipaparkan pada kegiatan *4<sup>th</sup> Spa and Salon Management Summit and Workshop* ini. Selain itu fakta bahwa Indonesia memiliki beragam budaya sebagai dasar pengembangan industri spa dan salon kecantikan dapat menjadi keunggulan Indonesia dalam berkompetisi dan merebut pangsa pasar internasional.

## 1.2. Peningkatan Kerjasama Pengembangan Ekspor

**Sosialisasi dan Bimbingan Teknis Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 01/M-DAG/PER/1/2014, Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 07/M-DAG/PER/1/2014, Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 13/M-DAG/PER/3/2014 dan**

Kegiatan sosialisasi dan bimbingan teknis ini dilaksanakan sebagai upaya penyebaran informasi terkait latar belakang diterbitkannya Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 01/M-DAG/PER/1/2014 tentang Tata Cara Penetapan Nilai *Freight* dan Asuransi dalam Pengisian Pemberitahuan Ekspor Barang (PEB) terkait Penggunaan *Term Of Delivery (Tod) Cost, Insurance and Freight (CIF)* dalam Pelaksanaan Ekspor, Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 07/M-DAG/PER/1/2014 tentang Penetapan Nilai *Freight* dan Nilai Asuransi dalam Pengisian PEB terkait

**Peraturan Menteri Keuangan  
Nomor 41/PMK.4/1/2014**

Penggunaan ToD CIF untuk Pelaksanaan Ekspor, Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 13/M-DAG/PER/3/2014 tentang Perubahan Atas Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 07/M-DAG/PER/1/2014 tentang Penetapan Nilai Freight dan Asuransi dalam Pengisian PEB, serta Peraturan Menteri Keuangan Nomor 41/PMK.4/1/2014 tentang Tata Cara Pengisian Nilai Transaksi Ekspor dalam Bentuk CIF pada PEB. Penetapan peraturan tersebut dilakukan sebagai upaya untuk mendorong pemanfaatan jasa angkutan dan asuransi milik Indonesia seiring dengan meningkatnya ekspor non migas Indonesia, agar bisnis di bidang jasa dinikmati juga oleh pelaku jasa nasional.

Kegiatan ini dilaksanakan pada tanggal 7 Mei 2014 di Jakarta dan dibuka oleh Dirjen PEN serta dihadiri oleh 120 orang peserta. Jumlah peserta yang hadir ini melebihi dari target semula yang berjumlah 80 orang. Para peserta ini berasal dari kalangan dunia usaha, asosiasi (KADIN, APINDO, GPEI, ALFI dan INSA), perwakilan instansi terkait seperti Kementerian Keuangan, Kementerian Perhubungan, serta Dinas Perindustrian dan Perdagangan DKI Jakarta.

Pemaparan pada acara sosialisasi ini dilakukan oleh para narasumber yang berasal dari KADIN Indonesia, APINDO, Ditjen PEN, Ditjen Bea dan Cukai, Ditjen Pajak, Departemen Statistik dan Departemen Pengelolaan dan Kepatuhan Laporan Bank Indonesia serta INSA.

Para peserta menyambut baik pelaksanaan acara ini karena dapat berperan sebagai sarana penyebaran informasi yang aktual dan akurat mengenai latar belakang pemberlakuan ToD CIF dan bimbingan teknis bagi pelaku usaha tentang pengisian PEB dengan mekanisme baru.

**Working Group on  
Cooperation and Capacity  
Building (CCB) pada  
Perundingan Indonesia -  
EFTA Comprehensive  
Economic Partnership  
Agreement**

Pada tanggal 12 - 14 Mei 2014 dilaksanakan pertemuan *Working Group on Cooperation and Capacity Building* (WG CCB) perundingan putaran ke - 9 Indonesia - EFTA *Comprehensive Economic Partnership Agreement* (IE-CEPA) di Hotel Sheraton Surabaya dipimpin oleh Direktur Kerjasama Teknik, Kementerian Luar Negeri selaku 2<sup>nd</sup> *Alternate Lead Negotiator Indonesia* dengan anggota Delri terdiri dari wakil dari instansi terkait diantaranya

Kementerian Perdagangan, Kementerian Perhubungan, Kementerian Perikanan dan Kelautan, Lembaga Kebijakan Pengadaan Barang dan Jasa Pemerintah, Kementerian Perindustrian, Kementerian Pekerjaan Umum, Kementerian Pertanian, dan *expert* dari instansi-instansi terkait. Dalam pertemuan ini, DJPEN diwakili oleh Direktorat Kerjasama Pengembangan Ekspor (Dit.KPE) dan Balai Besar Pendidikan dan Pelatihan Ekspor Indonesia (BBPPEI). Dalam pertemuan tersebut EFTA diwakili oleh Mr. Martin Zbinden selaku *lead negotiator* EFTA dan dihadiri oleh wakil Sekretariat EFTA, serta delegasi dari Swiss, Norwegia, Islandia dan Liechtenstein.

Sebelum pertemuan dengan EFTA diadakan *Consolidation Meeting* untuk mempersiapkan pihak Indonesia sebelum melakukan perundingan dengan pihak EFTA. Dalam *Consolidation Meeting* tersebut, Kementerian Perdagangan menyampaikan masukan terkait frasa yang diusulkan pihak EFTA pada *Article Objectives and Scope Paragraph 2* yaitu “*..relevant international standards..*” . Perwakilan Ditjen PEN dengan mengacu pada definisi dalam WTO TBT *Agreement* menyampaikan bahwa jika menggunakan frasa tersebut maka kerjasama tidak akan fokus karena dapat diartikan bahwa kerjasama *Capacity Building* tersebut dapat mengadopsi standar internasional yang belum tentu berlaku di negara EFTA atau juga bisa mengacu pada level standar yang lebih rendah dari standar yang diberlakukan EFTA, sehingga tidak tepat sasaran. Perwakilan Kemendag juga menyampaikan alternatif frasa yang diusulkan yaitu “*..mutually agreed standards..*”. Pembahasan dalam pertemuan CCB tersebut terdiri dari pembahasan *Consolidated Draft Chapter on Cooperation and Capacity Building* dan paparan proposal program kerjasama teknik yang telah disampaikan masing - masing instansi terkait. Pertemuan telah membahas *Consolidation Draft Chapter* CCB untuk setiap artikel dan isu yang belum dapat disepakati. Pihak Indonesia telah menyampaikan paparan rencana aksi program peningkatan kapasitas yang telah disampaikan kepada EFTA dalam *Indicative Project*. Paparan dari Kementerian Perdagangan disampaikan oleh Kepala Balai Besar Pendidikan dan Pelatihan Ekspor Indonesia (BBPPEI) selaku *implementing* unit untuk proyek tersebut. Dalam paparan tersebut disampaikan bahwa proyek *Integrated Export Coaching Program* merupakan proyek

yang ditujukan untuk peningkatan kapasitas UKM untuk sektor *food* dan *handicraft* serta peningkatan kapasitas *Coach* PPEI dengan target untuk menghasilkan 40 UKM yang berhasil masuk pasar EFTA dan 30 advanced coach PPEI dalam kurun waktu 5 tahun.

Dalam kesempatan tersebut pihak EFTA menyampaikan reaksi positif terkait proyek yang disampaikan oleh Kemendag dan menyarankan agar sasaran pasar yang dituju tidak hanya EFTA tetapi juga Uni Eropa. EFTA menyampaikan bahwa salah satu negara anggota EFTA mempunyai proyek serupa dan akan mempelajari lebih lanjut proyek dimaksud. Masukan EFTA atas proyek-proyek yang disampaikan oleh kementerian/lembaga terkait akan disampaikan kepada kementerian terkait secara tertulis. Terkait *proposed project integrated export coaching* program dari DJPEN, Kemendag akan dilakukan koordinasi lebih lanjut dengan BBPPEI guna melengkapi proyek sesuai dengan kebutuhan dan melakukan *consolidated* sesuai dengan masukan EFTA yang akan disampaikan.

Mempertimbangkan bahwa perundingan IE-CEPA tidak dapat diselesaikan pada periode Pemerintahan saat ini maka kedua pihak sepakat untuk menyusun perkembangan perundingan IE-CEPA baik yang telah dicapai maupun yang masih memerlukan pembahasan lebih lanjut dalam suatu dokumen serta juga mencatat keseluruhan perkembangan perundingan IE-CEPA untuk diserahkan kepada pemerintah baru RI sebagai dasar untuk memutuskan langkah selanjutnya perundingan IE-CEPA tersebut. Keputusan terkait kelanjutan perundingan ini sepenuhnya berada pada pemerintahan baru Republik Indonesia.

### **Penjajakan Kerjasama Pengembangan Ekspor Dengan Instansi Terkait di Madagaskar**

Dalam rangka penjajakan kerjasama pengembangan ekspor non migas Indonesia ke pasar non tradisional, khususnya Madagaskar dan negara-negara sekitarnya, Ditjen PEN bekerjasama dengan Direktorat Afrika Kementerian Luar Negeri dan KBRI Antananarivo mengikuti rangkaian kegiatan pameran dagang internasional *Foire Internationale de Madagascar* (FIM) ke-9 yang berlangsung tanggal 15-18 Mei 2014 di Antananarivo, Madagaskar. Perusahaan yang difasilitasi oleh KBRI Antananarivo adalah PT. Tjiwi Kimia (kertas dan produk kertas), PT. Dua Kelinci (makanan ringan), PT. Incor



Bola Pacific (peralatan olahraga, PT. Semesta Raya Abadijaya (peralatan rumah tangga dari plastik) dan PT. Madero (furnitur). Selain perusahaan yang berpartisipasi langsung, terdapat juga beberapa perusahaan yang berpartisipasi secara tidak langsung dengan cara mengirimkan brosur dan contoh produk untuk ditampilkan pada kegiatan tersebut.

Pameran ini dibuka secara resmi oleh Presiden Madagaskar Y.M. Hery Rajaonarimampianina yang dalam sambutannya menyampaikan apresiasi terhadap para peserta pameran khususnya peserta dari negara-negara asing seperti Perancis, Afrika Selatan, Mauritius dan Indonesia. Presiden Madagaskar berharap agar kegiatan pameran ini dapat membantu pemulihan ekonomi nasional Madagaskar. Beliau juga menyatakan kesan positifnya atas partisipasi Indonesia yang senantiasa meningkat dari tahun ke tahun (tahun 2012 satu peserta, tahun 2013 empat peserta, tahun 2014 lima peserta).

Pada kesempatan pameran ini, Ditjen PEN c.q. Dit Kerjasama Pengembangan Ekspor melakukan pertemuan-pertemuan dengan berbagai pihak dari Madagaskar, antara lain:

1. Enterprise Nouvella de Commerce (ENC), Corexim Ltee (*importer, exporter and distributor*) dan Union Commerciale de Distribution (*Importateur Grosiste Merchandises Generales*). Pada pertemuan ini terungkap bahwa produk Indonesia yang diimpor oleh perusahaan tersebut seperti penyedap rasa, makanan ringan, deterjen, shampo, sabun, sikat gigi, pasta gigi, mie instan, permen, obat anti nyamuk dan produk rumah tangga lainnya, sudah dikenal luas dan disukai oleh masyarakat Madagaskar serta memiliki reputasi sebagai produk dengan kualitas tinggi. Selain itu, ENC mengungkapkan keinginan untuk meningkatkan peranannya menjadi pengelola "Rumah Indonesia" yang berfungsi sebagai *permanent display* dan *Stock and Distribution Centre* bagi produk-produk Indonesia selain produk yang telah diimpornya.
2. Kementerian Perdagangan Madagaskar, yang diwakili secara langsung oleh Mr. Narson Rafidimanana, Menteri Perdagangan Madagaskar dan Mr. Leonnel, Dirjen Perdagangan Luar Megeri Madagaskar. Pada kesempatan ini dibicarakan beberapa hal



terkait upaya peningkatan dan penguatan kerjasama ekonomi antara Indonesia dan Madagaskar khususnya di sektor perdagangan.

3. Mr. Nourdine Chabani, Ketua Umum Kadin Madagaskar (*Federation des Chambers de Commerce et d'Industrie de Madagascar/FCCIM*) yang dalam pertemuan ini menyepakati perlunya pertukaran informasi di bidang peluang bisnis khususnya perdagangan dan mengutarakan keinginannya untuk mengadakan pertemuan dengan Kadin Indonesia jika beliau berkesempatan menghadiri TEI 2014 nanti.
4. Para pelaku usaha dari Madagaskar dan Mauritius dalam forum bisnis yang diselenggarakan oleh KBRI Antananarivo. Dalam pertemuan ini Ketua Asosiasi *Handicraft* Madagaskar secara khusus mengajukan permohonan untuk memperoleh bantuan teknis dalam bentuk pelatihan kerajinan tangan dari enceng gondok oleh para tenaga ahli Indonesia. Pelatihan ini diharapkan dapat dilaksanakan mulai tanggal 10 Juni 2014 yang merupakan hari Kerajinan Tangan Internasional di Madagaskar.

Pada setiap pertemuan dan kesempatan dalam rangkaian kegiatan di Madagaskar ini, senantiasa diinformasikan dan disebarakan brosur mengenai TEI 2014 serta dijelaskan berbagai fasilitas yang diberikan kepada para pengunjung dari mancanegara yang berkunjung ke TEI 2014 nanti. Pada umumnya baik para pejabat pemerintah ataupun para pelaku usaha di Madagaskar mengindikasikan minat untuk menghadiri TEI 2014 mendatang.

### **Partisipasi dalam Seminar “Peluang Pasar dan Investasi di Pakistan dan Bangladesh”**

Seminar yang dilaksanakan pada tanggal 22 – 23 Mei 2014 di Hotel Holiday Inn, Bandung ini dibuka oleh Direktur Asia Selatan dan Tengah Kementerian Luar Negeri dan dihadiri oleh Wakil Gubernur Jawa Barat, perwakilan dari unit-unit terkait Kemendag, Kemenlu, Kemenkominfo, BKPM, asosiasi terkait, akademisi dan para pelaku ekspor/UMKM.

Tujuan diselenggarakannya seminar ini oleh Kemenlu dengan kerjasama dari Disperindag Provinsi Jabar dan KADIN adalah untuk meningkatkan peluang promosi dan investasi di Pakistan dan Bangladesh untuk meningkatkan volume perdagangan kedua negara.



Kegiatan seminar ini merupakan bagian dari upaya pendekatan untuk menjaring peserta agar berpartisipasi pada “*My Karachi – Oasis of Harmony 2014*” yang direncanakan berlangsung di Karachi tanggal 20- 22 Juni 2014 dan *Bangladesh International Tourism Fair* di Dhaka pada tanggal 19 - 21 Juni 2014. Narasumber dari kegiatan ini adalah Wakil Dubes Pakistan untuk Indonesia, Dubes Banglades untuk Indonesia, Konjen RI di Pakistan, Dir. Kerjasama Pengembangan Ekspor, Ditjen PEN-Kemendag, Direktur Pemberdayaan Usaha BKPM, Direktur Bisnis dan Pemasaran KUKM, Kasubdit Peningkatan Akses Pasar Barang Pertanian Ditjen KPI-Kemendag, Ketua Komite Tetap Kerjasama Internasional dan Ketua Komite Tetap Hubungan Luar Negeri dengan mengambil tema “*Invigorating Bilateral Relations Through Economic Cooperation*” dari presentasi yang dibawakan terdapat beberapa poin penting yaitu:

a. Pakistan

Nilai Perdagangan Indonesia Pakistan tahun 2013 (USD 1,58 miliar) mengalami penurunan sebesar 4,28% dibandingkan tahun 2012 (USD 1,65 miliar). Hal ini dikarenakan turunnya impor Indonesia dari Pakistan sebesar 38,24% dibandingkan tahun sebelumnya, yaitu USD 273 juta menjadi USD 168 juta. Meskipun demikian, ekspor Indonesia ke Pakistan mengalami kenaikan sebesar 2,44%, yaitu dari USD 1,38 miliar sehingga Indonesia Surplus sebesar USD 1,25 miliar. Komoditi Indonesia yang berpotensi di pasar Pakistan adalah telepon dan komponen telepon, pupuk, konstruksi, CPO, teh, kertas, suku

cadang kendaraan bermotor, permesinan, baja dan produk kimia. Pakistan memiliki keterbatasan produksi dalam negeri karena kondisi domestik yang belum stabil, sehingga hal tersebut merupakan peluang bagi Indonesia untuk memasuki pasar Pakistan. Produk Indonesia yang telah masuk Pakistan antara lain mie instan, keripik kentang, saus tomat, kecap, ikan kalengan, kopi, kayu manis, minyak goreng, buah pinang, buah nanas, ban kendaraan, karet dan batubara. Beberapa kerjasama telah dilakukan antara kedua negara antara lain *Preferential Trade Agreement* Indonesia Pakistan dan Kerjasama antara Kadin Indonesia dengan Kadin Pakistan.

b. Bangladesh

Nilai perdagangan Indonesia Bangladesh tahun 2013 (USD 1,16 miliar) mengalami penurunan sebesar 1% dibandingkan tahun 2012 (USD 1,17 miliar), dengan *trend* sebesar 8,56 % (2009 - 2013). Untuk meningkatkan perekonomian, pemerintah Bangladesh membangun zona pemrosesan ekspor untuk menarik investor asing yang diatur oleh *Bangladesh Export Processing Zones Authority* (BEPZA). Potensi investasi Indonesia ke Bangladesh terutama adalah di sektor industri garmen, energi, LPG, gas alam, *real estate* (hotel dan resort), perkebunan, buah-buahan dan makanan olahan. Kerjasama yang telah dilakukan antara lain *Comprehensive Trade and Economic Partnership* (CTEP) Indonesia - Bangladesh. Komoditi Indonesia yang berpotensi di pasar Bangladesh adalah CPO, kertas, makanan olahan dan TPT.

**Rapat Permintaan Bahan  
Masukan untuk Review dan  
Evaluasi Kerjasama  
Indonesia-Brazil di Bali,  
Agustus 2014**

Pada tanggal 26 Mei 2014 bertempat di ruang rapat Jayakarta, Gedung Utama, Jl. Pejambon No.6, Jakarta Pusat dilaksanakan rapat dan permintaan bahan masukan untuk *review* dan evaluasi kerjasama Indonesia - Brazil yang akan dilaksanakan di Bali pada bulan Agustus 2014. Rapat tersebut dipimpin oleh Direktur Amerika Selatan dan Karibia, Kementerian Luar Negeri serta dihadiri oleh perwakilan dari instansi terkait diantaranya dari Kementerian Perdagangan, Kementerian Luar Negeri, Kementerian Pertahanan, Kementerian Koordinator Bidang Politik, Hukum, dan Keamanan, Kementerian Kelautan dan Perikanan, Kementerian Pemuda dan Olah Raga, Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan

Perlindungan Anak, Kementerian Kehutanan, DPR R.I., Pusat Pelaporan dan Analisis Transaksi Keuangan (PPATK) dan Kejaksaan Agung. Tujuan dari rapat tersebut adalah untuk membahas dan mengevaluasi perkembangan kerjasama serta *pending matters* dalam berbagai bidang yang saling menguntungkan bagi R.I. - Brazil melalui penyelenggaraan Sidang Komisi Bersama (SKB) dan Forum Konsultasi Bilateral. Pada rapat tersebut dilakukan penyempurnaan *Plan of Action* dengan meminta informasi yang paling terkini mengenai kerjasama antar pihak terkait Pemerintah Indonesia dengan Pemerintah Brazil.

Pimpinan rapat menyampaikan perlunya untuk menindaklanjuti *Working Group on Trade and Investment (WGTI)* yang telah terlaksana pada tahun 2013 agar kembali diusulkan pada tahun 2014 di Indonesia. Terkait dengan hal tersebut, perwakilan dari Kemendag menyampaikan bahwa Wamendag telah menerima kunjungan tim Kementerian Pertanian Brazil pada tanggal 10 Maret dan telah bersepakat melaksanakan WGTI pada bulan Agustus 2014, namun surat resmi untuk implementasi hal tersebut belum disampaikan oleh Pemerintah Brazil kepada Pemerintah Indonesia. Terkait dengan rencana WGTI ke-3 tersebut agar dibahas butir-butir yang berkaitan dengan *trade facility*, akses pasar dan diversifikasi produk, dikarenakan hal-hal tersebut merupakan topik yang sangat esensial untuk dapat meningkatkan target ekspor Indonesia.

Terkait dengan pengamanan perdagangan, Kemendag memperoleh informasi bahwa Pemerintah Indonesia mendapat tuduhan dari Pemerintah Brazil bahwa Indonesia melakukan *dumping* terhadap produk ekspor *acrylic* dan biodiesel, dan hal ini telah masuk dalam proses pelaporan pada *dispute settlement World Trade Organization (WTO)*. Sedangkan perwakilan Kementerian Pertahanan menyampaikan bahwa Wakil Menteri Pertahanan sedang melakukan kunjungan ke Brazil membahas keterlambatan pengiriman *supertucano* dan membahas mengenai *Multiple Lounge Rocket Sistem (MLRS)* yang sedang dalam proses.

Pada kesempatan tersebut DPR R.I. menyampaikan inisiatifnya untuk menjajaki kerjasama dengan parlemen Brazil dalam hal *sharing of experience* untuk pelaksanaan pemilihan umum (pemilu). Disampaikan bahwa pemilu di Brazil dilaksanakan secara elektronik

sehingga dimungkinkan hasil pemilu dapat diketahui dalam waktu 2 (dua) jam. Perwakilan dari Kemenkopolkam menyampaikan bahwa penanganan isu *Non-Traditional Security* antara Pemerintah Indonesia dengan Pemerintah terkait di Brazil mengalami kendala karena pada struktur organisasi Pemerintah Brazil tidak terdapat instansi yang sebanding dengan Kemenkopolkam, sehingga mengalami kesulitan untuk melakukan koordinasi. Perwakilan dari PPATK menyampaikan bahwa rencana untuk membuat *MoU* mengenai *anti money laundering* antara PPATK dengan Pemerintah Brazil masih dalam proses menunggu *counterdraft* dari Pemerintah Brazil atas konsep *MoU* yang telah dikirimkan pada tahun 2013 yang lalu.

### 1.3. Peningkatan Pengembangan Promosi dan Pencitraan Indonesia

#### 1.3.1. Kegiatan Dalam Negeri

##### **Kegiatan Roadshow Ditjen PEN tentang Target Ekspor 2014 ke Asosiasi Eksportir**

##### **A. Roadshow Ditjen PEN ke Gabungan Alat-alat Mobil dan Motor (GIAMM)**

Pertemuan dilaksanakan dalam rangka mensosialisasikan target ekspor 2014 - 2015 yang telah ditetapkan oleh Kementerian Perdagangan, khususnya untuk sektor otomotif termasuk didalamnya produk komponen kendaraan bermotor, program Ditjen PEN 2014, rencana kegiatan promosi tahun 2014 serta pelaksanaan *Trade Expo Indonesia 2014* sekaligus menginventarisir kendala yang dihadapi oleh industri komponen kendaraan bermotor dalam upaya mensinergikan langkah guna mencapai target ekspor yang telah ditetapkan.



Pertemuan dilakukan dengan Ketua Umum GIAMM beserta jajaran pengurus serta perwakilan perusahaan anggota GIAMM pada tanggal 2 Mei 2014, antara lain dari Astra Otoparts, Trimitra Baterai Prakarsa, dan Garuda Metallindo. Kementerian Perdagangan telah menetapkan target ekspor untuk produk otomotif yang termasuk dalam produk ekspor utama Indonesia, sebesar 3,5% - 4,5% dengan nilai USD 4,57 miliar - USD 4,62 miliar. Disampaikan juga bahwa Ditjen Industri Unggulan Berbasis Teknologi Tinggi (IUBTT) Kementerian Perindustrian menyampaikan rasa optimismenya untuk dapat mencapai target hingga 10,5%. Indonesia pada tahun 2013 masih mengalami defisit untuk komponen kendaraan bermotor sebesar USD 4,8 miliar (ekspor mencapai USD 4,4 miliar, impor tercatat USD 9,2 miliar).

Pihak GIAMM menyampaikan bahwa dalam upaya mencapai target ekspor produk komponen kendaraan bermotor, maka peran semua *stakeholder* harus ditingkatkan mengingat kompleksnya struktur dan permasalahan industri komponen kendaraan bermotor Indonesia. Ketua Umum GIAMM menyampaikan bahwa pasar komponen kendaraan bermotor terbagi menjadi dua yaitu *Original Equipment Market (OEM)* untuk industri pembuatan kendaraan (mobil dan motor) serta *After Market* sebagai komponen pengganti yang terdiri dari *genuine parts* dan *non genuine parts*. Apabila dilihat dari struktur *customer*, dapat dibagi dua yaitu *Global Purchasing Centre* (dimiliki oleh *principal/pemilik merk*) yang melakukan pembelian komponen kendaraan untuk OEM, dan *General Trader* yang melakukan pembelian komponen untuk *after market replacement parts*. Dari struktur pasar dan komposisi pelaku tersebut, maka kebijakan *principal* dalam menentukan sumber komponen kendaraan bermotor untuk mobil dan motor yang mereka produksi akan sangat mempengaruhi kinerja industri komponen kendaraan di Indonesia. Pada tahun 2013, produksi mobil di Indonesia mencapai 1.208.211 unit dimana 170.907 unit untuk di ekspor. Sedangkan untuk sepeda motor dari 7.780.295 unit yang diproduksi, unit yang diekspor relatif kecil hanya berkisar 65.000 unit.



Berdasarkan target yang ditetapkan oleh Kementerian Perindustrian, pada tahun 2025 diharapkan produksi mobil di Indonesia mencapai 4.177.000 unit (1.002.000 unit diekspor) sedangkan produksi sepeda motor 7.575.000 unit (51.000 unit diekspor). Hambatan yang dihadapi oleh industri komponen di dalam negeri yang mempengaruhi daya saing produk komponen antara lain biaya logistik yang tinggi akibat buruknya infrastruktur penunjang ekspor, biaya tenaga kerja dan tarif dasar listrik yang tinggi, belum tersedianya laboratorium penguji komponen kendaraan bermotor yang diakui secara global, maraknya komponen kendaraan bermotor ilegal dengan harga yang sangat murah, bunga bank yang tinggi, lama dan berbelitnya pengurusan fasilitas bea masuk ditanggung pemerintah atas impor bahan baku, kemungkinan pengenaan bea masuk *safeguard* bagi bahan baku industri komponen (*wire rod*), serta kurangnya insentif bagi perusahaan untuk melakukan *research and development*.

#### **B. Roadshow Ditjen PEN ke Gabungan Eksportir Kopi Indonesia (GAEKI)**

Pertemuan dilaksanakan tanggal 7 Mei 2014 dengan Ketua Umum GAEKI beserta jajaran pengurus serta perwakilan perusahaan anggota GAEKI. Kementerian Perdagangan menetapkan target ekspor untuk produk kopi yang termasuk dalam produk prospektif Indonesia, sebesar 9,5% - 10,5% dengan nilai USD 1,28 miliar - USD 1,29 miliar serta sejumlah upaya yang akan dilaksanakan Ditjen PEN untuk memenuhi target tersebut. Pihak GAEKI mendukung penuh upaya Kementerian Perdagangan dalam upaya mencapai target ekspor untuk produk kopi serta menyampaikan apresiasi terhadap langkah-langkah Kementerian Perdagangan yang melibatkan asosiasi untuk mencapai target tersebut. GAEKI menyampaikan nilai ekspor produk kopi tersebut optimis dapat dicapai dengan upaya yang maksimal dari pihak-pihak yang terkait serta faktor kenaikan harga akibat kurang bagusnya hasil kopi di negara penghasil utama seperti Brazil dikarenakan mengalami kendala kekeringan. Pada tahun 2013, ekspor kopi Indonesia mencapai lebih dari 534 ribu ton dengan nilai US\$ 1,17 miliar. Volume

ekspor tahun 2013 tersebut mengalami peningkatan 19% bila dibandingkan dengan volume ekspor tahun 2012 yang mencapai 448,6 ribu ton. Namun bila dilihat dari sisi nilai, terjadi penurunan 6% bila dibandingkan dengan tahun 2012 yang mencapai US\$ 1,25 miliar. Beberapa kendala yang saat ini dihadapi oleh industri kopi di dalam negeri antara lain adalah: perubahan cuaca yang tidak dapat diduga, sehingga mengganggu sistem produksi, penanganan pasca panen yang kurang optimal, kurangnya penyuluhan terhadap para petani kopi, sehingga masih rendahnya produktifitas hasil tanam kopi, banyaknya petani kopi yang beralih menjadi petani produk lain seperti tebu dan kakao, proses ekspor biji kopi sebagian besar menggunakan karung goni impor, sementara proses importasi karung goni tersebut harus melalui prosedur dan tarif bea masuk sebagai produk TPT, serta pihak GAEKI berharap Kementerian Perdagangan dapat mempercepat proses keluarnya Peraturan Menteri Perdagangan yang mengatur kewajiban para eksportir untuk melakukan registrasi jumlah kegiatan ekspor mereka.

### **C. Roadshow Ditjen PEN ke Asosiasi Industri Aromatik, Olefin dan Plastik Indonesia (INAPLAS)**

Pertemuan dilaksanakan pada tanggal 8 Mei 2014, yang dihadiri oleh Wakil Ketua Umum Asosiasi INAPLAS Bapak Suhat Miyarso, Sekretaris Jenderal Bapak Fajar AD Budiyono, Wakil Ketua Bidang Hubungan Kelembagaan & Regulasi Ibu Rifana Erni, dan beberapa dari Anggota INAPLAS diantaranya PT. Biggy Cemerlang Bapak Setiyo Purwanto, PT. Presindo Central Bapak Marco Ch. Dan Sukasno Arijanto. Kementerian Perdagangan telah menetapkan target ekspor Produk Plastik tahun 2014 - 2015 sebesar 6,5 - 7,5% dengan nilai USD 2,691 juta – 2,716 juta. Dalam rangka mencapai target ekspor, Ditjen PEN melakukan strategi kegiatan berupa mengikuti pameran di luar negeri, misi dagang, *buying mission* dan kegiatan pendukung ekspor lainnya.

Pihak INAPLAS menyambut baik dan mendukung penuh kegiatan Ditjen PEN dalam upaya mencapai target ekspor untuk produk plastik tersebut. Khusus untuk target ekspor mengingat berbagai kendala, INAPLAS mematok target ekspor sebesar 5-



5,5%. Beberapa kendala yang dihadapi oleh industri plastik antara lain masih tergantungnya bahan baku dari impor, naiknya PPN, restitusi pajak dengan jangka waktu 1 tahun, kenaikan tarif dasar listrik, UMR dan kesiapan dari sumber daya manusia (SDM) yang masih kurang dan kebijakan fiskal yaitu simpifikasi penerapan *tax holiday* dan *tax allowance*, *non tariff barrier* berupa *anti dumping*, *safeguard* serta infrastruktur jalan darat antara Merak - Surabaya yang kurang memadai. Saat ini anggota INAPLAS berjumlah 90 perusahaan. Program yang telah dilaksanakan antara lain mengikuti pameran di dalam dan luar negeri, bekerjasama dengan Pusdiklat Kementerian Perindustrian mengadakan pelatihan untuk pengembangan sumber daya manusia. Dalam kaitan bahan baku plastik, seluruhnya masih diimpor. Apabila Indonesia dapat membangun *refinery* baru yang terintegrasi dengan industri petrokimia dapat menghemat devisa sebesar USD 20 miliar per tahun.

**Partisipasi pada Kegiatan Pemantapan Kelembagaan melalui Sosialisasi Pedoman Tata Laksana Penempatan Pejabat Perbantuan pada Perwakilan RI di Luar Negeri**

Kegiatan sosialisasi diadakan pada hari Sabtu, 17 Mei 2014, di Hotel Savoy Homann, Jl.Asia Afrika No.112, Bandung Jawa Barat mulai pukul 09.00 s.d 16.30 wib. Acara dibuka oleh Sekjen Kementerian Luar Negeri, Bapak Yohanes Kristanto Suryo Legowo, dan dihadiri oleh perwakilan dari beberapa Kementerian/Lembaga terkait seperti Kementerian Perdagangan (Kepala Biro Kepegawaian, Kepala Biro Keuangan, dan Perwakilan dari Ditjen PEN), Kementerian Pertanian, Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, Kementerian Pertahanan dan Keamanan, Kementerian Kehutanan, TNI/Polri, BKPM, Imigrasi, dan Kementerian Luar Negeri. Sekjen Kementerian Luar Negeri menyampaikan bahwa pelaksanaan politik luar negeri suatu negara tidak akan pernah berhasil tanpa adanya dukungan dari semua pemangku kepentingan di negara tersebut.

Pada saat ini terdapat 16 Kementerian/Lembaga yang telah menempatkan pejabatnya di luar negeri, sehingga total pejabat dari Kementerian/Lembaga teknis yang diperbantukan di KBRI seluruh dunia berjumlah 289 orang. Terkait hal tersebut, Komisi I DPR R.I. telah meminta Kementerian Luar Negeri untuk selalu melakukan evaluasi Pejabat Perbantuan pada perwakilan R.I. di Luar Negeri dalam konteks formasi dan juga penempatan. Sekjen Kementerian

Luar Negeri mengharapkan bahwa pada forum sosialisasi ini dicapai pemahaman bersama tentang proses penempatan pejabat perbantuan di luar negeri. Selain itu diharapkan adanya masukan atau informasi dari masing-masing Kementerian /Lembaga terkait dengan penempatan pejabat perbantuan tersebut.

Kegiatan sosialisasi diisi dengan paparan materi dan kemudian dilanjutkan dengan sesi tanya jawab. Adapun yang memberikan paparan di antaranya:

1. Deputi Bidang Kelembagaan dan Tata Laksana Kementerian Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi, dalam paparannya menyampaikan hal-hal sebagai berikut:
  - Kelembagaan Perwakilan R.I. di luar negeri didasari oleh Keputusan Menteri Luar Negeri Nomor SK.06/A/0TVI/2004/01 tahun 2004, yang merupakan turunan dari Keputusan Presiden Nomor 108 Tahun 2003, Undang-Undang Nomor 37 Tahun 1999 dan UUD 1945 alinea IV. Selain itu juga didukung oleh Peraturan Perundang-undangan Organisasi Pemerintah dan Peraturan Perundang-undangan Teknis/Sektoral.
  - Setiap perwakilan luar negeri membawa misi dari Kementerian/Lembaga terkait yang kemudian diharapkan menyatu dengan misi dari Kementerian Luar Negeri, sehingga pada akhirnya misi yang dibawa oleh setiap perwakilan di luar negeri menjadi satu misi, yaitu misi NKRI.
  - Visi dan misi perwakilan, Renstra, IKU dan Program/Kegiatan setiap perwakilan yang ada di suatu negara sebaiknya menjadi satu kesatuan dan saling terkait yang disesuaikan dengan kondisi negara tempat perwakilan tersebut berada.
  - Terdapat 3 (tiga) Kementerian yang selalu terlibat dalam proses penempatan pejabat perbantuan di luar negeri, yaitu Kementerian Luar Negeri, Kementerian Keuangan, dan Kementerian Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi.
  - Beberapa isu krusial kelembagaan atase/staf teknis pada perwakilan R.I. di luar negeri antara lain mekanisme dan hubungan kerja antara atase/staf teknis dengan perwakilan,

kriteria pembentukan atase/staf teknis, standarisasi kelembagaan pejabat perbantuan lain selain atase/staf teknis (seperti ITPC, IIPC, LTO, Polri, dsb), status jabatan atase/staf teknis, dan pembiayaan/manajemen anggaran atase/staf teknis.

2. Kepala Biro Perencanaan dan Organisasi Kementerian Luar Negeri menyampaikan hal-hal sebagai berikut:

- Dari 193 negara anggota PBB, 184 diantaranya telah memiliki hubungan diplomatik dengan Indonesia. Namun perwakilan R.I. di luar negeri baru berjumlah 132 perwakilan yang terdiri dari 95 KBRI, 3 PTRI, 30 KJRI, dan 4 KRI.
- Perwakilan R.I. berdasarkan Keputusan Presiden Nomor 108 Tahun 2003 dan Keputusan Menteri Luar Negeri Nomor 06 Tahun 2004 terdiri dari perwakilan diplomatik yang dikepalai oleh Dubes LBBP R.I., Watapri, Kutapri, Wakepri atau Dewatapri dan perwakilan konsuler yang dikepalai oleh Konsul Jenderal atau Konsul.
- Parameter penempatan pejabat perbantuan di luar negeri terdiri dari bobot misi, kebutuhan nyata, *cost and benefit*, kompetensi pejabat, dan asas resiprositas.
- Berdasarkan asas resiprositas (kepangkatan dan penempatan), jumlah formasi pejabat perbantuan pada perwakilan R.I. di luar negeri sesuai Keputusan Menteri Luar Negeri Nomor 06 Tahun 2004 adalah sebanyak 129. Namun kenyataannya pada saat ini jumlah pejabat perbantuan pada perwakilan RI di luar negeri mencapai 287 orang. Hal ini berarti telah terjadi kelebihan pejabat perbantuan pada perwakilan R.I. di luar negeri.
- Beberapa rekomendasi dari Komisi I DPR/RI atas hasil evaluasi penempatan pejabat perbantuan pada perwakilan luar negeri antara lain: menyusun pedoman penempatan pejabat perbantuan, penajaman misi pejabat perbantuan, kompetensi pejabat perbantuan, peningkatan koordinasi, dan penertiban sistem pelaporan.

3. Kepala Biro Kepegawaian Kementerian Luar Negeri menyampaikan hal-hal sebagai berikut:

- Mutasi Pejabat Perbantuan ada 3 (tiga), yaitu: mutasi dari perwakilan R.I. ke Jakarta, mutasi dari Jakarta ke perwakilan

- R.I., dan mutasi antar perwakilan RI (*crossposting*).
- Peraturan Pejabat Perbantuan didasarkan oleh 3 (tiga) aspek, yaitu: aspek kelembagaan, aspek kepegawaian, dan aspek keuangan yang terdiri dari angka pokok, lumpsum barang pindahan, dan perjalanan dinas pindah. Mulai tahun 2015, bantuan biaya pendidikan anak pejabat perwakilan akan dibebankan pada masing-masing Kementerian/Lembaga.
  - Masa penempatan pejabat diplomatik adalah selama 3,5 tahun sedangkan pejabat non diplomatik hanya 3 tahun. Pejabat yang berada di daerah perwakilan R.I. rawan/berbahaya dapat dipindahkan ke perwakilan R.I. lain setelah bertugas selama 2 tahun dengan total masa tugas sebagaimana telah ditetapkan dalam SK Menlu mengenai penempatan pejabat.
  - Pada saat ini Kementerian Luar Negeri memiliki unit pelayanan satu atap yang khusus menangani masalah mutasi pejabat perwakilan R.I. di luar negeri.
4. Kepala Biro Keuangan Kementerian Luar Negeri menyampaikan hal-hal mengenai mekanisme pelaksanaan anggaran, hak-hak keuangan pejabat perbantuan, dan permasalahan yang sering dihadapi seperti SK penunjukan bendahara perwakilan, transfer langsung uang persediaan (UP) dan hutang (PFK Minus) pejabat perbantuan.
5. Kepala Biro Perlengkapan Kementerian Luar Negeri menyampaikan hal-hal mengenai barang milik negara mulai pengadaan, organisasi pengadaan sampai penghapusan. Adapun prinsip-prinsip pengadaan terdiri dari: efisiensi, efektifitas, transparan, terbuka, bersaing, adil/tidak diskriminatif, dan akuntabilitas.

### **Persiapan Pameran “12<sup>th</sup> IndoBuildTech Expo 2014”**

Pameran *Indonesia Building Technology Expo 2014* merupakan pameran International tahunan yang diselenggarakan untuk yang ke-12 kali. Pelaksanaan pameran 12<sup>th</sup> *Indonesia Building Technology Expo 2014* akan dilaksanakan pada tanggal 11 - 15 Juni 2014 di Hall Assembly, Jakarta Convention Center, dan terbuka untuk pengunjung kalangan pebisnis dan umum. Di antara agenda pameran adalah produk *presentation*, forum distributor, *the 12<sup>th</sup>*

*IndoBuildTech Nite, architech gathering.* Produk yang ditampilkan pada pameran diantaranya adalah: *adhesive, alumunium panels, concrete bloks, door, curtain, waterproofing, water treatment, windows, wire mesh, toilet cubicels, power tools, stone veneer, structural panels, design softwere, interior molding, metal roofing, solar water heater, gypsum, lighting & design, gates, handles, machinery, marbel, floor deck, polycarbonate, CCTV, ceiling, ceramics* dan lain-lain.

Partisipasi Kementerian Perdagangan mengukung tema “*Trade with Remarkable Indonesia*”, memfasilitasi 16 perusahaan diantaranya PT. Ubin Kayu Indonesia, PT. Timur Mas Abadi, Promosi Dagang Asia, PT. Gunung Mas Persada Jaya, CV. Solution Export, PT. Rich Harvest Hasil Timber, CV. Karya Terampil, PT. Roxy Prima Indo Products, PT. Bina Niaga Multiusaha, Celia Carpet & Interior, CV. Abba Living Indonesia, PT. Waterock Perkasa Indonesia, CV. Maharani, Bakrie Building Industries, PT. Ariang Tech & Services, Bakrie Pipe Industries di dalam area seluas 180 m<sup>2</sup>. Adapun produk yang ditampilkan antara lain *wooden floor, rainbow roof, decoration, marmer, stone and marble, rich harvest hasil timber, flooring, roxy glass, stainless stell weathercock, knobs, hooks, magnets, flooring, wall panel, bathroom accessories, steel pipe industries, water heater.* Ekspor produk *building material* Indonesia pada periode 2009-2013 mengalami peningkatan. Pada tahun 2009 ekspor produk *building material* bernilai US\$ 1.31 miliar meningkat signifikan tahun 2013 mencapai 2.27 miliar. Negara tujuan utama ekspor produk tersebut adalah Australia (23.41%), Singapore (18,57%), Malaysia (10,05%), Japan (5,14%), Amerika Serikat (4,06%), Myanmar (3,68%), Thailand (3,48%), Taiwan (2,56%) dan lain-lain (29,04%).

Fasilitas yang diberikan kepada peserta adalah stand berukuran standar dengan spesial desain, dilengkapi meja *display*, kursi dan *reception desk*. Untuk memperindah penampilan *booth* Kemendag, peserta diminta untuk menyiapkan poster sebagai bahan promosi berukuran 90 x 120, dan CD mengenai gambaran produk perusahaan masing-masing yang akan ditampilkan pada LCD di *booth* informasi DJPEN. Paviliun DJPEN Kemendag akan dilengkapi dengan *lounge* dan *booth* informasi yang akan

menempatkan brosur dan berbagai informasi dilengkapi dengan TV yang akan memutar informasi produk peserta, *nation branding* dan lain-lain.

### 1.3.2. Kegiatan Luar Negeri

#### **Partisipasi Ditjen PEN Kemendag pada THAIFEX- World of Food Asia 2014**

Kementerian Perdagangan bekerjasama dengan Kedutaan Besar R.I. di Bangkok melalui Atase Perdagangan berpartisipasi dalam Pameran *THAIFEX-World of Food Asia 2014* di *IMPACT Challenger*, Bangkok, Thailand pada tanggal 21-25 Mei 2014. Pameran ini merupakan pameran produk makanan dan minuman terbesar di kawasan ASEAN yang diikuti oleh 1.463 *exhibitor* dari 35 negara, yakni: Aljazair, Argentina, Australia, Bangladesh, Belgia, Brazil, Kamboja, Chili, Republik Rakyat Tiongkok, Denmark, Ethiopia, Jerman, Hong Kong, India, Indonesia, Italia, Jepang, Laos, Malaysia, Meksiko, Myanmar, Peru, Filipina, Singapura, Korea Selatan, Spanyol, Swiss, Taiwan, Thailand, Belanda, Turki, Amerika Serikat, Uni Emirat Arab, Inggris, dan Vietnam. Tujuan dari keikutsertaan dalam pameran ini adalah untuk meningkatkan citra Indonesia (*nation branding*) bagi produk-produk unggulan Indonesia; mempromosikan produk makanan dan minuman olahan Indonesia; mendukung pemerintah dalam mempromosikan produk ekspor; serta menginformasikan produk halal Indonesia pada dunia.

Paviliun Indonesia pada pameran ini menggunakan desain khusus dengan tema *Trade with Remarkable Indonesia* menampilkan aneka produk makanan dan minuman olahan dari 16 perusahaan. Paviliun Indonesia terletak pada Hall Challenger 2 yang merupakan hall Internasional, dalam lahan seluas 126 m<sup>2</sup>. Paviliun Indonesia berkesempatan dikunjungi Wakil Duta Besar R.I. untuk Kerajaan Thailand, Bebeb AKN DjunDjunan, yang didampingi oleh Atase Perdagangan Bangkok dan Kepala Subdirektorat Penerapan Citra pada tanggal 21 Mei 2014.

Produk makanan dan minuman olahan Indonesia banyak menarik minat *buyers*, tidak hanya dari Thailand tapi juga *buyers* dari negara lain. Hal ini dapat dilihat dari hasil transaksi yang dicapai selama 5 (lima) hari pameran, dimana setidaknya tercatat *prospective order* sebesar USD 848.690. Disamping itu masih

banyak permintaan *buyers* yang perlu ditindaklanjuti oleh perusahaan peserta pameran. Produk yang diminati antara lain mi instan, *baby octopus frozen*, *canned crabmeat*, *canned baby clams*, bumbu instan, bubuk agar, kopi, teh, kacang kulit, wafer, serta *confectionery* oleh *buyers* dari AS, Eropa, Afrika, Timur Tengah, Australia dan beberapa negara Asia. Selama 4 (empat) hari pameran, telah dilakukan kunjungan keliling dan berdialog dengan para peserta baik dari Indonesia maupun peserta hall internasional lainnya. Secara garis besar peserta Indonesia menyampaikan bahwa pameran ini cukup positif dan penting bagi citra Indonesia terutama sebagai sarana untuk menjaga agar pangsa pasar produk makanan dan minuman olahan Indonesia yang tidak kalah dengan negara pesaing, terutama Thailand. Selain itu, melalui keikutsertaan dalam pameran ini peserta dapat melakukan *benchmarking* dan pengembangan produk sesuai dengan *trend* dan selera pasar. Dalam penyelenggaraan ke-10 ini, Pameran *THAIFEX-World of Food Asia* dibagi menjadi 16 zona produk sebagai berikut *alcohol free/dairy drinks*, *alcoholic drinks*, *fine food*, *food service*, *food technology*, *frozen food*, *fruits and vegetables*, *grocery*, *halal*, *health and organic*, *meat and poultry*, *ready to eat*, *retail & franchise*, *rice & rice products*, *seafood*, serta *sweets & confectionery*. Di antara beberapa zona tersebut terdapat beberapa zona yang dapat dicermati antara lain:

- a. Zona *Fine Food* merupakan hall Paviliun Internasional yang berisi 34 negara ekshibitor. Jepang sebagai negara sponsor utama penyelenggaraan pameran ini berpartisipasi melalui JETRO dengan memfasilitasi 55 perusahaan binaannya. Paviliun Jepang berada di depan Paviliun Indonesia serta dibangun dengan *tower* yang tinggi sehingga memblok dan menutupi paviliun negara pesaing.
- b. Zona *Health & Organic* cukup menarik perhatian *buyer* internasional, khususnya dari Eropa. Produk organik Thailand cukup dikembangkan dan dibina pemerintah dengan baik. Hal ini dapat menjadi sebuah masukan bagi Indonesia untuk lebih mengembangkan produk makanan organik, terutama dari segi kemasan, sehingga tidak kalah bersaing dengan Thailand.

- c. *Rice & Rice Products* berisi produk beras unggulan Thailand. Beras sebagai salah satu produk makanan Thailand memiliki banyak stok di dalam negeri, sehingga pemerintahnya sedang gencar mengeksport dan mengembangkan beragam jenis beras. Dengan kualitas yang sangat baik, beras Indonesia kalah bersaing.

Produk Indonesia, khususnya *confectionery*, ternyata sangat diminati oleh negara-negara Timur Tengah, Afrika, Papua Nugini, dan beberapa negara ASEAN seperti Kamboja, Vietnam, dan Brunei Darussalam. Sementara mi instan dari PT. Indofood CBP S.M. Tbk sudah begitu terkenal sehingga banyak yang ingin menjadi distributor dari produk tersebut. Situasi politik Thailand yang memanas sejak pertama hingga berakhirnya penyelenggaraan pameran ini tidak mempengaruhi jumlah pengunjung yang datang ke *THAIFEX-World of Food Asia 2014*. Kegiatan bisnis terus berjalan, bahkan masyarakat tetap ramai berkunjung di hari retail yang dibuka untuk umum. Meski hal tersebut mengubah jam buka pameran di hari retail yang sebelumnya 10.00 s.d. 22.00 harus tutup lebih awal menjadi pukul 20.00. Pada hari ke-4 dan terakhir, pameran ini dibuka untuk retail dan pengunjung yang datang kebanyakan merupakan masyarakat Thailand, khususnya Bangkok dan sekitarnya. Terlebih, pengunjung tidak dikenakan biaya masuk, sehingga faktor keamanan perlu mendapatkan perhatian lebih.

Kebanyakan peserta Paviliun Indonesia kurang berminat untuk melakukan penjualan secara retail karena produk sampel yang dibawa cukup terbatas, sehingga tidak untuk retail. Penyelenggaraan pameran ini diorganisasikan secara baik dimana baik ekshibitor maupun *buyer* mendapatkan manfaat dan kenyamanan selama mengikuti pameran tersebut. Ekshibitor dapat mempromosikan produk secara langsung kepada *buyer* dari berbagai negara sekaligus juga mempromosikan produk secara *online* melalui website yang telah disiapkan, sehingga promosi tidak berhenti selama pameran saja tapi berlanjut setelah pameran. Selain itu, penyelenggara juga memberikan fasilitas *halal showcase* untuk men-*display* produk makanan dan minuman yang bersertifikat halal. Hal ini tentu saja memberikan nilai tambah bagi



produk yang dibawa oleh peserta Paviliun Indonesia yang mayoritas bersertifikat halal sehingga dapat menjadi tempat promosi tersendiri. Sementara itu, *buyer* mendapatkan fasilitas yang memadai selama di tempat pameran di antaranya fasilitas akses internet melalui Wifi maupun komputer yang disediakan, *lounge* dengan fasilitas makanan dan minuman serta ruang pertemuan, tanda dan penunjuk arah dalam ukuran yang besar sehingga terlihat sangat jelas dan tersebar di semua tempat maupun pintu masuk sehingga memudahkan *buyer* dalam mencari produk yang diinginkan. ID masuk *buyer* telah menggunakan sistem *barcode* sehingga jumlah pengunjung bisnis tercatat secara rinci.

### **Kegiatan Bisnis Forum di Santiago, Chile**

*Indonesia - Chile Business Forum* merupakan kegiatan yang dimaksudkan untuk mempererat hubungan dunia usaha kedua negara yang diselenggarakan oleh KBRI Santiago bekerjasama dengan ITPC Santiago di Hotel Intercontinental Santiago, Chile pada tanggal 28 Mei 2014.

Sebelum pelaksanaan *Indonesia - Chile Business Forum*, pada tanggal 26-27 Mei 2014 di Santiago, pihak Indonesia dan Chile telah memulai perundingan ke-1 *Trade in Goods* (TIGs) dalam kerangka Persetujuan Kemitraan Ekonomi Komprehensif atau *Comprehensive Economic Partnership Agreement* (CEPA). Perundingan ke-1 TIGs dipimpin oleh masing-masing ketua delegasi, dimana delegasi Indonesia dipimpin oleh Dirjen Kerjasama Perdagangan Internasional, Kementerian Perdagangan, sedangkan delegasi Chile dipimpin oleh Direktur Bilateral dari *Directorate General of International Economic Relations* (*Direccion General de Relaciones Economicas Internacionales* – DIRECON), Kementerian Luar Negeri dan Perdagangan Chile.

Pada tanggal 26 Mei 2014, Duta Besar RI untuk Chile meresmikan pembukaan *Indonesia Week Days* di Mall Parque Arauco Santiago. Selain perwakilan Ditjen PEN, acara tersebut juga dihadiri oleh Direktur Jenderal Kerjasama Perdagangan Internasional dan tamu-tamu undangan KBRI Santiago. *Instore promotion* ini memamerkan produk-produk yang mayoritas merupakan produk kerajinan dan kopi yang berlangsung dari tanggal 26 Mei s.d. 1 Juni 2014.

Forum dibuka oleh Duta Besar RI untuk Chile, Dr.rer. Publ. Aloysius Lele Madja dan narasumber mewakili Indonesia yakni Direktur Pengembangan Pasar dan Informasi Ekspor, Ditjen PEN, Ari Satria, sedangkan Mr. Diego Torres, *Head Asia and Oceania Department of DIRECON, Chilean Ministry of Foreign Affairs* sebagai narasumber dari Chile, dan Mr. Alvaro Echeverria, *Director of Asia Pasific of Chile Chamber of Commerce*, sebagai moderator serta dihadiri oleh sekitar 100 pengusaha Chile dan Indonesia.

Pada kesempatannya, Direktur Pengembangan Pasar dan Informasi Ekspor menyampaikan perkembangan terkini perdagangan Indonesia dengan beberapa negara tujuan ekspor utama dan juga prospektif termasuk Chile. Selain itu diberikan juga gambaran bahwa ekspor Indonesia ke Chile begitu pun sebaliknya ekspor Chile ke Indonesia masih terbilang kecil, akan tetapi masih banyak produk-produk yang berprospek untuk diekspor ke Chile dimana produk tersebut bersifat komplementer. Sementara itu, Mr. Diego Torres menyampaikan tentang potensi serta kondisi terkini terkait perdagangan Chile dengan beberapa mitra utamanya termasuk Indonesia serta menginformasikan kepada peserta forum terkait pertemuan perundingan IC-CEPA yang telah dilaksanakan pada tanggal 26-27 Mei 2014 yang pada intinya kedua pemerintah telah sepakat akan meningkatkan intensitas perundingan IC-CEPA. Pada sesi tanya jawab, sebagian besar para pengusaha Chile yang hadir dalam forum terlihat antusias dan menyampaikan dukungannya terhadap perundingan pertama yang telah dilakukan dan berharap IC-CEPA dapat segera diimplementasikan dalam waktu yang tidak terlalu lama sehingga dapat meningkatkan perdagangan antar kedua negara.

Selain menghadiri kegiatan Bisnis Forum, Direktur Pengembangan Pasar dan Informasi Ekspor juga berkesempatan melakukan pertemuan dengan 2 (dua) importir produk Indonesia di Chile. Pada pertemuan tersebut, Direktur P2IE menyampaikan adanya kegiatan perundingan yang sedang berlangsung di Santiago dari tanggal 26-27 Mei 2014. Importir tersebut mengharapkan adanya penurunan tarif dan hambatan perdagangan yang ada di Chile, khususnya untuk perdagangan dengan Indonesia. Kedua perusahaan berharap dengan diimplementasikannya IC-CEPA kedepannya

dapat meningkatkan perdagangan dan sekaligus mempermudah arus barang antara kedua negara. Dengan kata lain bahwa ekspor Indonesia ke Chile optimis dapat ditingkatkan lagi minimal bertambah antara 20% - 50%. Adapun importir yang bertemu dengan Direktur P2IE adalah sebagai berikut:

a. Jarsa Comercializadora

Dalam rangkaian kunjungan kerja ke Chile, Direktur Pengembangan Pasar dan Informasi Ekspor berkesempatan mengunjungi perusahaan importir *palm oil* besar, Jarsa Comercializadora pada tanggal 26 Mei 2014 di Santiago, Chile. Jarsa Comercializadora merupakan salah satu perusahaan besar di Chile yang mengimpor *palm oil* dari Indonesia dan telah menjadi agen produk PT. SMART Tbk untuk kawasan Chile dan menjadi agen pemasok untuk beberapa negara sekitarnya.

b. Midesa S.A.C. / Miguel Depolo S.A.C.

Pada kesempatan berikutnya, Direktur Pengembangan Pasar dan Informasi Ekspor, Ditjen PEN juga melakukan pertemuan dengan Mr. Miguel Depolo, Managing Director MIDESA S.A.C. dan Eugenio Briceno E pada tanggal 27 Mei 2014 di Santiago, Chile. Perusahaan MIDESA telah cukup lama mengimpor produk rumput laut dari Indonesia serta membantu membuat pertanian rumput laut di Indonesia.

**Pameran Beautyworld  
Middle East 2014**

Pameran *Beautyworld Middle East* 2014 diselenggarakan pada tanggal 27 – 29 Mei 2014 bersamaan dengan kegiatan *4<sup>th</sup> Spa and Salon Management Summit and Workshop* di Dubai World Trade Center (DWTC). Pada kesempatan ini, beberapa perusahaan produk kecantikan dan kosmetik Indonesia serta Kemendag c.q. *Indonesian Trade Promotion Center* (ITPC) Dubai ikut berpartisipasi.

*Beautyworld* merupakan pameran terbesar dalam bidang produk skin care, perawatan rambut dan parfum. Pameran kali ini diikuti oleh 1.354 peserta dari 52 negara dari seluruh dunia. ITPC Dubai turut berpartisipasi dan memfasilitasi satu perusahaan sabun dan *body lotion* asal Indonesia yakni PT. Sparindo Mustika. Selain itu, terdapat delapan perusahaan Indonesia yang berpartisipasi secara

mendiri pada pameran ini, yaitu: *Immortal Cosmedika Indonesia Co. Ltd (skin care)*; PT. Kriya Nusantara (*perfume box*); PT. Multi Commodity Indonesia (*soap and Oleochemicals*); PT. New Red & White Manufactory (*aluminium monobloc can*); PT. Gautama Indah Perkasa (*cosmetics*); PT. ICC Indonesia (*palm oil*); PT. Orson Indonesia; dan PT. Midas Indonesia (*cosmetics, skin care, hair & nail accessories*).

Selama pameran berlangsung, *inquiry* yang diterima pada stan ITPC Dubai mencapai 30 *inquiry* dimana sebagian besar pengunjung yang datang menyatakan ketertarikannya pada produk sabun, kosmetik serta produk-produk spa yang alami dari Indonesia. Pada pameran ini juga disosialisasikan penyelenggaraan Trade Expo Indonesia 2014 yang akan diselenggarakan pada 8 – 12 Oktober 2014 di Jakarta. Terdapat 16 pengusaha yang menyatakan ketertarikannya untuk hadir pada TEI tersebut. Selama penyelenggaraan pameran ini diperkirakan total transaksi peserta dari Indonesia sebesar USD 560.000 tetapi angka ini diperkirakan akan bertambah jika kontrak dagang yang masih dalam tahap negosiasi dapat terealisasi.

#### **Pameran Africa Health 2014**



Kemendag c.q. Ditjen PEN dalam rangka mencapai target peningkatan ekspor produk kesehatan turut berpartisipasi dengan menyelenggarakan Paviliun Indonesia pada pameran *Africa Health 2014* yang dilaksanakan di Johannesburg, Afrika Selatan pada tanggal 29 – 31 Mei 2014. Pameran yang dilaksanakan untuk keempat kalinya ini menempati area seluas 5.000 m<sup>2</sup> diikuti oleh

450 peserta dari 35 negara serta 17 paviliun negara. Produk yang ditampilkan berjenis produk *medical technology; laboratory equipments; diagnostics; physiotherapy/orthopedic technology; commodities and consumer goods for hospitals*; dan lain-lain.

Paviliun Indonesia mengambil tema "Trade with Remarkable Indonesia" dengan 12 (dua belas) peserta, yaitu: PT. Tesena Inovindo (*Baby Transport/Pod Device, Examination Lamp TSN, Phototherapy, X-Ray Film Viewer, Needle Destroyer, Vaccum Extractor*); PT. Oneject Indonesia (*Oneject Auto Disable Syring, Safety Disposable Syringe, Safety Disposable Needles*); PT. Sugih Instrumendo Abadi (*Aneroid Sphygmomanometer & Digital, Stethoscope, Replacement Parts*); PT. Jayamas Medica Industri (*Nasal Oxygen, Infusion Set*); PT. Dharma Medipro (*Blood Pressure Equipment Component of Blood Pressure Equipment*); PT. Marthys Orthopaedic Indonesia (*Medical Orthopaedic, Implant, Instrument Orthopaedic*); PT. Lestari Dini Tunggul (*Surgical Apparel, Hospital Linen, Uniform fo Industrial Apparel*); PT. ASK Healthcare (*Hospital Bed with Matras, Bedside Cabinet, Overbed Table and Wheelchair*); PT. Aristra Latindo (*Gloves, Diapers, Mask*); PT. Technomed Asia (*Disposable Medical Packaging*); Kalbe International Pte Ltd (*Medicine*); PT. Ikapharmindro Putramas (*Medicine*). Paviliun ini menempati area seluas 126 m<sup>2</sup> dan merupakan hasil kerjasama Ditjen PEN dengan Asosiasi Produsen Alat Kesehatan Indonesia (ASPAKI), ITPC Johannesburg dan KBRI Pretoria.



Selama pameran berlangsung, para peserta Paviliun Indonesia mencatatkan transaksi kontak dagang senilai USD 641 ribu dan

*potential order* senilai USD 1,6 juta serta 208 *inquiries*. Beberapa produk yang diminati antara lain kursi roda; *aneroid blood pressure*; baju untuk keperluan medis; peralatan suntik sekali pakai; *flexy bag*; sarung tangan karet untuk keperluan medis; produk penghancur alat medis sekali pakai; produk farmasi dan *hair care*.

Dari pameran ini diperoleh informasi bahwa produk medis Indonesia yang memiliki kualitas baik dan bermain di kelas midle-up ternyata potensial di pasar afrika selatan karena berbeda dengan produk sejenis dari China yang banyak bermain di kelas midle-low. Pasar afrika Selatan dan sekitarnya juga belum menuntut sertifikasi produk medis, seperti FDA untuk Amerika Serikat, sehingga memudahkan akses produk Indonesia dalam memasuki pasar tersebut. Perwakilan ASPAKI juga menyampaikan apresiasinya pada keberhasilan Indonesia di ajang *Africa Health* 2014 ini dan berharap dapat diberikan dukungan dalam kegiatan lain dalam upaya mempromosikan produk peralatan medis Indonesia ke mancanegara.

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

##### **Forum Komunikasi Informasi Ekspor**

Kegiatan Forum Komunikasi Informasi Ekspor dilaksanakan di Novita Hotel, Jambi pada tanggal 14 Mei 2014 oleh Ditjen PEN bekerjasama dengan Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Jambi. Kegiatan ini dimaksudkan untuk membantu para pelaku usaha khususnya pelaku usaha kecil dan menengah (UKM) yang berorientasi ekspor di daerah dalam mengatasi permasalahan-permasalahan yang mereka hadapi ketika memasuki pasar internasional.

Acara forum komunikasi ini dibuka oleh Kepala Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Jambi Drs. Abd. Zaki, M.Si.. Beliau pada sambutan yang disampaikan mengharapkan partisipasi aktif dari seluruh peserta kegiatan forum untuk menggali informasi seluas-luasnya dari narasumber yang sudah dihadirkan oleh Kementerian Perdagangan. Dengan demikian para peserta akan dapat memanfaatkan informasi tersebut guna mendorong peningkatan ekspor nasional pada umumnya dan Jambi pada khususnya.



Sesi pemaparan pada forum komunikasi ini diisi oleh 2 (dua) narasumber yaitu Direktur Pengembangan Pasar dan Informasi Ekspor (Dir. PPIE) Ditjen PEN dan Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi. Pada paparannya, Direktur PPIE menyampaikan presentasi berjudul “Potensi dan Upaya Terobosan Ekspor Indonesia” yang berisi penjabaran informasi-informasi terkait pengembangan ekspor dan fasilitas pelayanan informasi ekspor Ditjen PEN. Sedangkan Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi, Prof. Dr. H. Syamsurijal Tan, S.E., M.A., memberikan presentasi berjudul “Potensi Komoditi Ekspor sebagai Pendorong Pertumbuhan Ekonomi Jambi” yang memaparkan manfaat ekspor untuk pertumbuhan ekonomi dan kondisi serta potensi yang dimiliki oleh Provinsi Jambi.

Forum Komunikasi Informasi Ekspor ini mendapat apresiasi yang baik dari para peserta karena dirasakan mampu memberikan informasi yang berguna bagi para pelaku usaha, Pemerintah Daerah maupun instansi terkait lainnya yang hadir dalam kesempatan tersebut.

### **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 Mei 2014, dengan rincian sebagai berikut:

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

Pelayanan hubungan dagang yang diterima *Customer Service Center* pada bulan Mei 2014 sebanyak 68 (enam puluh delapan) permintaan terdiri dari 61 (enam puluh satu) permintaan yang diterima dari luar negeri dan 7 (tujuh) permintaan dari dalam negeri. Permintaan hubungan dagang yang berasal dari *importir/buyer* luar

negeri tersebut berasal dari 8 (delapan) negara yaitu : ;  
India, Arab Saudi, Taiwan, Amerika Serikat, Korea,  
Australia, Mesir dan China.

Permintaan hubungan dagang dari *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 masing-masing negara asal adalah:

1. India, berminat mengimpor produk pakaian jadi, sarung, baterai, produk rotan, damar, kopi, dekorasi rumah dan perhiasan, kayu manis, kelapa olahan, teh dan kertas.
2. Saudi Arabia, berminat mendapatkan informasi produsen produk plastik, perabot rumah tangga berbahan bambu dan produk olahan pertanian berupa tetes tebu.
3. Taiwan, Membutuhkan informasi produsen furniture kayu dan informasi lainnya yaitu Asosiasi Industri Karet di Indonesia.
4. Amerika Serikat, informasi tentang industri peternakan di Indonesia.
5. Korea Selatan, membutuhkan informasi produsen produk kelautan (ikan dan udang), produk pertanian (minyak kelapa sawit, minyak kedelai, kakao dan kopi).
6. Australia, berminat mendapatkan kontak produsen perabot perlengkapan rumah.
7. Mesir, *palm kernel oil*, kakao bubuk dan produk spa.
8. China : produk saus kedelai, *casava*, *celulose tape*, produk turunan minyak kelapa sawit (*palm stearin*), minyak kelapa murni (VCO) dan alas kaki.

Sedangkan untuk permintaan informasi dari pelaku usaha dalam negeri berupa permintaan untuk mendapatkan peluang pasar untuk produk-produk sabun dan kosmetik, ikan kalengan dan pakaian jadi.



## 2. Pengunjung *Customer Service Centre (CSC)*

Jumlah pengunjung CSC pada bulan Mei 2014 sebanyak 18 (delapan 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 Mei 2014 sebanyak 13 (tiga 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: sabun dan deterjen, kerajinan berbahan eceng gondok, dan pandan anyaman, produk farmasi, rempah-rempah, kayu kelapa, perhiasan perak dan produk makanan & minuman olahan. 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 5 (lima) pengunjung, dimana pengunjung berasal dari Korea, Hong Kong, Azerbaijan dan Mesir. *Buyer* asal Korea bermaksud untuk melakukan pertemuan bisnis dengan pemasok *palm kernel shell* dan *palm oil*, dari Mesir mencari pemasok kertas dan bahan denim. Dari Azerbaijan berminat mencari berbagai produk Indonesia.

### C. *Permanent Trade Display (PTD)*

Sampai dengan periode Januari s/d Mei 2014, perusahaan peserta PTD sebanyak 43 perusahaan. Berdasarkan instruksi pimpinan, perusahaan yang mendisplay di Ruang CSC Kementerian Perdagangan harus menyertakan *copy SNI/BPOM*. Terkait hal ini,

saat ini pihak Ditjen PEN sedang menindaklanjuti ke masing-masing perusahaan.

## 1.5. Pengembangan SDM melalui Diklat Ekspor

### Penyelenggaraan Program Pelatihan

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

- a. “Proses Pembuatan Barang Jadi Karet” (Jakarta, 5 s.d. 9 Mei 2014). Pelatihan ini dibuka untuk umum dan diikuti oleh 20 (dua puluh) orang peserta.
- b. “Strategi Pemasaran Ekspor” (Surakarta, 12 s.d. 14 Mei 2014; 19 s.d. 21 Mei 2014; 22 s.d. 24 Mei 2014). Ketiga pelatihan dengan judul yang sama ini diselenggarakan atas kerjasama antara PPEI dengan Universitas Sebelas Maret Surakarta (UNS) dan diikuti oleh total 75 (tujuh puluh lima) orang peserta yang terdiri atas mahasiswa/i Fakultas Ekonomi UNS.
- c. “Strategi Pemasaran Produk Ekspor” (Tangerang, 6 s.d. 8 Mei 2014). Pelatihan ini diselenggarakan atas kerjasama antara PPEI dengan Disperindag Kabupaten Tangerang dan diikuti oleh 30 (tiga puluh) orang peserta.
- d. “Bisnis Online Ekspor Impor” (Semarang, 20 s.d. 22 Mei 2014). Pelatihan ini diselenggarakan atas kerjasama antara PPEI dengan Kamar Dagang dan Industri (KADIN) Provinsi Jawa Tengah dan diikuti oleh 30 (tiga puluh) orang peserta.
- e. “*Trend* Desain Garmen untuk Ekspor” (Makassar, 5 s.d. 7 Mei 2014). Pelatihan ini diselenggarakan atas kerjasama antara PPEI dengan P3ED Makassar dan diikuti oleh 30 (tiga puluh) orang peserta.
- f. “Pengembangan Produk dan Kemasan Produk Agribisnis untuk Pasar Ekspor” (Surabaya, 20 s.d. 22 Mei 2014). Pelatihan ini diselenggarakan atas kerjasama antara PPEI dengan P3E Surabaya dan diikuti oleh 30 (tiga puluh) orang peserta.

- g. “Bagaimana Memulai Ekspor” (Tangerang, 6 s.d. 8 Mei 2014). Pelatihan ini diselenggarakan atas kerjasama antara PPEI dengan Disperindag Kabupaten Tangerang dan diikuti oleh 30 (tiga puluh) orang peserta.
- h. “Bagaimana Memulai Ekspor” (Yogyakarta, 5 s.d. 6 Mei 2014). Pelatihan ini diselenggarakan atas kerjasama antara PPEI dengan Direktorat Kerjasama Pengembangan Ekspor (Dit. KPE), Ditjen. PEN dan diikuti oleh 30 (tiga puluh) orang peserta.
- i. “Pengembangan Produk Potensial Ekspor Daerah” (Samarinda, 20 s.d. 22 Mei 2014). Pelatihan ini diselenggarakan atas kerjasama antara PPEI dengan Disperindag Provinsi Kalimantan Timur dan diikuti oleh 30 (tiga puluh) orang peserta.
- j. “Pengembangan Produk *Handicraft* untuk Pasar Ekspor” (Manado, 20 s.d. 21 Mei 2014). Pelatihan ini diselenggarakan atas kerjasama antara PPEI dengan Dit. KPE dan diikuti oleh 30 (tiga puluh) orang peserta.
- k. “Prosedur Ekspor Plus Simulasi” (Yogyakarta, 20 s.d. 22 Mei 2014). Pelatihan ini diselenggarakan atas kerjasama antara PPEI dengan Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen (STIM) YKPN Yogyakarta dan diikuti oleh 38 (tiga puluh delapan) orang peserta yang terdiri atas mahasiswa/i di lingkungan STIM YKPN Yogyakarta.
- l. “*Coaching Program – Refreshment Training of Exporters*” (Yogyakarta, 20 s.d. 22 Mei 2014). Kegiatan ini diselenggarakan atas kerjasama antara PPEI dengan Disperindag Provinsi DI Yogyakarta dan diikuti oleh 30 (tiga puluh) orang peserta.

Untuk tahun 2014 BBPPEI telah menetapkan target pelaksanaan diklat ekspor sebanyak 119 angkatan dengan target jumlah peserta sebanyak 4.360 orang. Total jumlah pelatihan yang telah terlaksana sejak awal Januari 2014 hingga akhir Mei 2014 adalah

53 angkatan dengan total jumlah peserta 1.570 orang. Dengan demikian realisasi jumlah angkatan diklat ekspor tahun 2014 telah mencapai 44,54% dengan realisasi jumlah peserta diklat mencapai 36,01%.

### **Pengembangan Kurikulum dan Silabus**

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

- a. Pada tanggal 6 Mei 2014 Tim Manajemen PPEI mengadakan rapat penyusunan kurikulum dan silabus untuk pelatihan “Pengembangan Produk dan Kemasan Produk Agribisnis” yang akan diselenggarakan di Surabaya pada tanggal 20 s.d. 22 Mei 2014 dengan menghadirkan Saudari Dika Rinakuki dan Saudari Rinrin Jamrianti sebagai narasumber.
- b. Pada tanggal 8 Mei 2014 Tim Manajemen PPEI mengadakan rapat pembahasan kurikulum dan silabus untuk pelatihan “Pengembangan Produk Potensial Ekspor Daerah” yang akan diselenggarakan di Samarinda pada tanggal 20 s.d. 22 Mei 2014 dengan menghadirkan Saudari Hendriana dan Saudara Ade Kresna sebagai narasumber.
- c. Pada tanggal 14 Mei 2014 Tim Manajemen PPEI mengadakan rapat presentasi instruktur baru atas nama Saudara Ir. H. Thomas Gozali, MP.
- d. Pada tanggal 20 Mei 2014 Tim Manajemen PPEI mengadakan rapat pembahasan kurikulum dan silabus untuk pelatihan “Pengembangan Desain Produk Kulit” yang akan diselenggarakan di Surabaya pada tanggal 10 s.d. 12 Juni 2014 atas kerjasama antara PPEI dengan UPT P3E Surabaya.
- e. Pada tanggal 22 Mei 2014 Tim Manajemen PPEI mengadakan rapat pembahasan kurikulum dan silabus untuk pelatihan “Desain Mebel Bambu untuk Ekspor” yang akan diselenggarakan di Ternate pada tanggal 3 s.d. 4 Juni 2014 atas kerjasama antara PPEI dengan Disperindag Provinsi Maluku Utara.

- f. Pada tanggal 23 Mei 2014 Tim Manajemen PPEI mengadakan rapat presentasi instruktur baru atas nama Saudara Hindra S yang membawakan materi “Kesiapan untuk Ekspor” serta Saudari Utari Kurnianingsih yang membawakan materi “Korespondensi Bisnis”.
- g. Pada tanggal 30 Mei 2014 Tim Manajemen PPEI mengadakan rapat pembahasan kurikulum dan silabus untuk pelatihan “Pengembangan Desain Produk Kayu untuk Pasar Ekspor” yang akan diselenggarakan atas kerjasama antara PPEI dengan Disperindag Provinsi Nusa Tenggara Barat.

### **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 Mei 2014 antara lain:

- a. Pada tanggal 2 Mei 2014 perwakilan manajemen PPEI menghadiri pertemuan dengan perwakilan dari Direktorat Kerjasama Pengembangan Ekspor (Dit. KPE), Ditjen, PEN, guna membahas mengenai rencana pembuatan *Memorandum of Understanding* (MOU) antara Ditjen. PEN dengan Pemerintah Kota Tarakan dalam rangka peninjauan kerjasama dengan pemerintah Timor Leste.
- b. Pada tanggal 6 dan 14 Mei 2014 perwakilan manajemen PPEI menghadiri pertemuan dengan perwakilan dari Dit. KPE guna membahas rencana penandatanganan *Joint Statement* mengenai kerjasama pengembangan ekspor (*export promotion activities*) antara Ditjen. PEN dengan National Agency for Foreign Trade Promotion (ALGEX) Algeria.
- c. Pada tanggal 8 Mei 2014 perwakilan manajemen PPEI menghadiri pertemuan antara Kementerian Perdagangan RI dengan Asosiasi Industri Aromatik Olefin dan Plastik Indonesia yang membahas mengenai upaya untuk mensinergikan kegiatan promosi dan program pameran yang akan

dilaksanakan baik di dalam maupun di luar negeri.

- d. Pada tanggal 20 Mei 2014 perwakilan manajemen PPEI menghadiri pertemuan dengan perwakilan Dit. KPE guna membahas rencana kerjasama tentang pelatihan dan sertifikasi SDM ekspor untuk tahun 2014

### **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 5 Mei 2014 Tim Manajemen PPEI mengadakan rapat evaluasi guna melakukan tinjauan terhadap pelaksanaan beberapa pelatihan yang telah diselenggarakan di Jakarta dan di daerah.
- b. Pada tanggal 9 s.d. 10 Mei 2014 seluruh jajaran manajemen dan pegawai PPEI mengikuti kegiatan Team Building yang diselenggarakan oleh Direktorat Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional (Ditjen. PEN) di Palace Hotel, Cipanas.
- c. Pada tanggal 16 dan 19 Mei 2014 Tim Sekretariat ISO PPEI melakukan kegiatan audit internal terhadap bidang/bagian yang terdapat di PPEI sebagai persiapan untuk menghadapi audit eksternal yang akan dilaksanakan pada bulan Juni 2014.
- d. Pada tanggal 23 Mei 2014 PPEI bekerjasama dengan Ikatan Alumni PPEI (IKA PPEI) menyelenggarakan kegiatan Forum Ekspor Impor dengan tema "Trik dan Tips dalam Melakukan Bisnis Online".

## BAB II

### PERMASALAHAN DAN TINDAKLANJUT

#### 2.1 Kendala, Isu dan Permasalahan

<b>Kunjungan Kerja pada Kegiatan Indonesia Investment and Trade Day (IITD)</b>	Minat perusahaan Kanada terhadap produk Indonesia cukup menjanjikan, hal ini terlihat pada <i>one on one business matching</i> antara PT. Kimia Farma dan PT. Indo Farma dengan perusahaan farmasi Kanada (Clarovita).
<b>Sosialisasi dan Bimbingan Teknis Permendag No. 01/M-DAG/PER/1/2014, No. 07/M-DAG/PER/1/2014, No. 13/M-DAG/PER/3/2014 dan Permenkeu No. 41/PMK.4/1/2014</b>	Berdasarkan kebutuhan para pelaku usaha akan informasi tentang Permendag dan PMK dimaksud serta merujuk keinginan Ditjen Bea dan Cukai agar semua eksportir dapat segera menggunakan modul PEB dengan mekanisme baru, maka kegiatan sosialisasi dan bimtek ini diharapkan dapat diselenggarakan di beberapa kota lainnya yang merupakan pelabuhan ekspor di Indonesia. Selain itu juga ada masukan dari Ditjen Bea dan Cukai terkait keinginan beberapa eksportir di Kawasan Industri Jababeka juga mengharapkan adanya kegiatan sosialisasi dan bimtek di daerah tersebut.
<b>Penjajakan Kerjasama Pengembangan Ekspor Dengan Instansi Terkait di Madagaskar</b>	Perdagangan antara Indonesia - Madagaskar pada saat ini belum memiliki suatu perjanjian kerjasama perdagangan yang dapat berperan sebagai salah satu upaya peningkatan dan penguatan kerjasama ekonomi antara Indonesia dan Madagaskar khususnya di sektor perdagangan. Mr. Leonnel, Direktur Jenderal Perdagangan Luar Negeri Kementerian Perdagangan Madagaskar, menekankan perlunya ditandatangani suatu <i>Bilateral Trade Agreement</i> untuk mendukung upaya tersebut.
<b>Rapat Permintaan Bahan Masukan untuk Review dan Evaluasi Kerjasama Indonesia-Brazil di Bali, Agustus 2014</b>	Wamendag telah menerima kunjungan tim Kementerian Pertanian Brazil pada tanggal 10 Maret 2014 dan telah bersepakat melaksanakan WGTI pada bulan Agustus 2014, namun surat resmi untuk implementasi hal tersebut belum disampaikan oleh Pemerintah Brazil kepada Pemerintah Indonesia.

**Partisipasi Ditjen PEN  
Kemendag pada THAIFEX-  
World of Food Asia 2014**

Produk makanan dan minuman olahan Indonesia banyak diminati para *buyer*, sehingga Indonesia perlu terus melanjutkan promosi pada tahun mendatang. Diharapkan pada promosi berikutnya, partisipasi Indonesia pada pameran internasional hendaknya lebih dikoordinasikan dengan berbagai kementerian terkait dalam satu tema produk pada 1 (satu) paviliun besar sehingga dapat lebih meningkatkan *nation branding* Indonesia.

## 2.2 Tindak Lanjut Penyelesaian

**Kunjungan Kerja pada  
Kegiatan Indonesia  
Investment and Trade Day  
(IITD)**

Ditjen PEN akan membantu dan memfasilitasi perusahaan-perusahaan Kanada yang telah menyampaikan minat maupun rencana untuk membeli produk Indonesia. Kami juga menyambut baik kunjungan pembeli Kanada ke Indonesia untuk dipertemukan dengan mitra dagang di Indonesia melalui kegiatan misi pembelian, *reserve trade mission*, dan *buyer appreciation*.

**Sosialisasi dan Bimbingan  
Teknis Permendag No. 01/M-  
DAG/PER/1/2014, No. 07/M-  
DAG/PER/1/2014, No. 13/M-  
DAG/PER/3/2014 dan  
Permenkeu No.  
41/PMK.4/1/2014**

Terkait keinginan diadakannya kegiatan sosialisasi dan bimtek Permendag dan PMK dimaksud, Kemendag berencana untuk menyelenggarakan acara serupa di 5 (lima) kota pelabuhan ekspor lainnya.

**Penjajakan Kerjasama  
Pengembangan Ekspor  
Dengan Instansi Terkait di  
Madagaskar**

Ditjen PEN telah menyampaikan kepada Ditjen Kerjasama Perdagangan Internasional Kemendag sebagai pihak yang berwenang tentang keinginan pihak Ditjen Perdagangan Luar Negeri Madagaskar untuk membuat *Bilateral Trade Agreement* antara Indonesia - Madagaskar.

**Rapat Permintaan Bahan  
Masukan untuk Review dan  
Evaluasi Kerjasama  
Indonesia-Brazil di Bali,  
Agustus 2014**

Menindaklanjuti pertemuan Wamendag dengan perwakilan Kementerian Pertanian Brazil, perlu kiranya bagi Kemlu RI untuk mengirimkan Nota Diplomatik ke Kemlu Brazil terkait pelaksanaan WGTI ke-3 yang direncanakan akan dilaksanakan di Jakarta pada bulan Agustus 2014.



**Partisipasi Ditjen PEN  
Kemendag pada THAIFEX-  
World of Food Asia 2014**

Peserta diharapkan dapat lebih aktif melakukan komunikasi dan menindaklanjuti permintaan *buyer* pada pameran ini, yang pada akhirnya menjadi distributor/importir produknya yang berkelanjutan.

## **BAB III**

### **PENUTUP**

Selama bulan Mei 2014, kegiatan Ditjen PEN secara umum mencakup kegiatan-kegiatan antara lain berupa kegiatan Kegiatan *Designer Dispatch Service* Tahap I, Kunjungan Kerja pada Kegiatan Indonesia *Investment and Trade Day* (IITD), Sosialisasi dan Bimbingan Teknis Permendag No. 01/M-DAG/PER/1/2014, No. 07/M-DAG/PER/1/2014, No. 13/M-DAG/PER/3/2014 dan Permenkeu No. 41/PMK.4/1/2014, *Working Group on Cooperation and Capacity Building* (CCB) pada Perundingan Indonesia EFTA - CEPA Putaran ke-9, Penjajakan Kerjasama Pengembangan Ekspor Dengan Instansi Terkait di Madagaskar, Seminar “Peluang Pasar dan Investasi di Pakistan dan Bangladesh”, Rapat Permintaan Bahan Masukan untuk *Review* dan Evaluasi Kerjasama Indonesia-Brazil di Bali, Agustus 2014, 2014 dan Kegiatan *Roadshow* Ditjen PEN tentang Target Ekspor 2014 ke GIAMM, GAEKI dan INAPLAS, Pemantapan Kelembagaan Melalui Sosialisasi Pedoman Tata Laksana Penempatan Pejabat Perbantuan Pada Perwakilan RI di Luar Negeri, Persiapan Pameran “12<sup>th</sup> *IndoBuildTech Expo 2014*”, Partisipasi Ditjen PEN Kemendag pada *THAIFEX-World of Food Asia 2014*, Kegiatan Bisnis Forum di Santiago Chile, pelayanan informasi melalui Inquiry dan penerimaan kunjungan (melalui CSC), serta peningkatan SDM melalui beberapa program diklat ekspor.

Dengan demikian, sepanjang bulan Mei 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 Mei 2014 ini masih menemui beberapa 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.