

KATA PENGANTAR

Sehubungan ditetapkan Peraturan Menteri Perdagangan nomor 29 Tahun 2022 tentang Organisasi dan Tata Kerja Kementerian Perdagangan, Direktorat Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional mengalami beberapa perubahan nomenklatur unit kerja. Salah satunya, Direktorat Pengembangan Produk Ekspor yang berubah menjadi Direktorat Pengembangan Ekspor Jasa dan Produk Kreatif. Berubahnya nomenklatur tidak merubah sasaran unit kerja yaitu terus berupaya untuk meningkatkan kualitas dan daya saing produk ekspor Indonesia, sehingga produk tersebut dapat memiliki nilai tambah dan diversifikasi yang dapat mempertinggi keberterimaan produk di pasar global. Hal tersebut dicapai melalui penyelenggaraan berbagai program dan kegiatan yang tujuan serta sasarannya dapat diukur dan dinilai memiliki kontribusi nyata terhadap peningkatan ekspor nasional.

Pencapaian sasaran strategis Direktorat Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional yaitu meningkatnya diversifikasi dan kualitas produk yang berdaya saing ekspor serta diversifikasi pasar tujuan ekspor. Upaya ini dilakukan untuk mendorong pertumbuhan ekspor non migas melalui peningkatan ekspor produk bernilai tambah tinggi, sekaligus memperbaiki komposisi ekspor Indonesia yang selama ini masih didominasi produk primer.

Pencapaian kinerja pada tahun 2022 berorientasi pada kebutuhan pengembangan produk di beberapa sentra produksi atau sentra ekspor, perlu dievaluasi dan ditingkatkan hasilnya agar memiliki kontribusi lebih besar dan nyata dalam meningkatkan daya saing produk ekspor Indonesia.

Laporan kinerja diharapkan menjadi salah satu bentuk implementasi akuntabilitas kinerja Direktorat Pengembangan Ekspor Jasa dan Produk Kreatif yang akan berdampak positif terhadap peningkatan kualitas pelaksanaan program & kegiatan dalam rangka mencapai visi, misi, dan sasaran yang ditetapkan untuk dicapai oleh Direktorat Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional.

Jakarta, Desember 2022

Direktur
Pengembangan Ekspor Jasa
dan Produk Kreatif

Miftah Farid

RINGKASAN EKSEKUTIF

Dalam rangka perwujudan pertanggungjawaban kinerja *good government*, setiap instansi pemerintah secara periodik wajib mengkomunikasikan pencapaian tujuan dan sasaran strategis organisasi kepada *stakeholders* yang dituangkan melalui Laporan Kinerja Instansi Pemerintah. Berdasarkan Sistem Akuntabilitas Instansi Pemerintah (SAKIP), penyusunan Laporan Kinerja dilakukan melalui proses penyusunan rencana strategis, penyusunan rencana kinerja dan pengukuran kinerja.

Berkenaan dengan mandat tersebut, Ditjen PEN telah menyusun sasaran strategis periode tahun 2020-2024, dimana salah satunya adalah meningkatnya diversifikasi produk ekspor yang berdaya saing sehingga dapat berkontribusi terhadap pencapaian target ekspor non migas tahun 2022. Upaya peningkatan ekspor dan surplus neraca perdagangan non migas dilakukan dengan memperbaiki komposisi/struktur ekspor Indonesia yang selama ini masih didominasi produk primer menjadi produk yang berdaya saing dan bernilai tambah. Selain itu, juga dilakukan upaya untuk mendorong pertumbuhan industri manufaktur dan sektor jasa nasional, dimana hal ini menjadi tugas dan mandat Direktorat Pengembangan Produk Ekspor (Dit. PPE) yang mengalami perubahan nomenklatur menjadi Direktorat Pengembangan Ekspor Jasa dan Produk Kreatif (Dit. PEJPK).

Guna mendukung pencapaian tujuan dan sasaran Ditjen PEN, maka Dit. PPE yang kemudian berubah nomenklatur menjadi Dit. PEJPK menyusun perjanjian kinerja yang tertuang dalam sasaran dan indikator kinerja Guna mendukung pencapaian tujuan dan sasaran Ditjen PEN, sebagaimana terlihat dalam tabel-1 berikut:

Tabel-1. Sasaran dan Indikator Kinerja Dit. PEJPK Tahun 2022

Sasaran Kegiatan	Indikator Kinerja
Meningkatnya Daya Saing Produk Ekspor	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kepuasan pengguna IDDC • Persentase produk pendampingan yang mendapat potensi ekspor • Persentase pelaku usaha yang mendapatkan fasilitasi pengembangan produk ekspor yang mendapat potensi ekspor

Laporan Kinerja

Berdasarkan tabel tersebut, terlihat bahwa sasaran kinerja Dit. PEJPK adalah meningkatnya daya saing produk ekspor. Adapun indikator kinerja yang dicapai disebutkan pada Tabel-2, berikut:

Tabel-2. Capaian Indikator Kinerja Dit. PEJPK Tahun 2022

NO	Indikator Kinerja	Satuan	Target	Realisasi (%)	Capaian (%)
1	Tingkat kepuasan pengguna IDDC	Persen	75	99,61%	132%
2	Persentase produk pendampingan yang mendapat potensi ekspor	Persen	20	32,86%	165%
3	Persentase pelaku usaha yang mendapatkan fasilitasi pengembangan produk ekspor yang mendapatkan potensi ekspor	Persen	10	19,50%	195%

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
RINGKASAN EKSEKUTIF	ii
BAB I 1	
PENDAHULUAN.....	1
BAB II 9	
PERENCANAAN KINERJA.....	9
BAB III 14	
AKUNTABILITAS KINERJA	14
A. Capaian Kinerja Direktorat Pengembangan Ekspor Jasa dan Produk Kreatif	15
IK 1 : Tingkat Kepuasan Pengguna IDDC	15
Branding Indonesia Design Development Center	15
Layanan Informasi Desain	15
Klinik Desain	16
Klinik Desain Produk Unggulan Daerah	17
IK 2 : Prosentase produk pendampingan yang mendapat potensi ekspor	19
Designers Dispatch Service	19
Good Design Indonesia	26
Fasilitasi Pengembangan Merek.....	29
Sertifikasi Keamanan Pangan	29
IK 3 : Persentase pelaku usaha yang mendapatkan fasilitasi pengembangan produk ekspor yang mendapatkan potensi ekspor	31
Fasilitasi Pendaftaran Kekayaan Intelektual	31
Sertifikasi Halal	33
Klinik Produk Ekspor	34
Diversifikasi dan Adaptasi Produk Ekspor.....	37
Jakarta Muslim Fashion Week	40

Laporan Kinerja

BAB IV	42
PENUTUP	43
LAMPIRAN	44
Lampiran 1 : Lembar Rencana Kerja Tahunan.....	44

BAB I

PENDAHULUAN

LATAR BELAKANG

STRUKTUR ORGANISASI

ISU STRATEGIS

Laporan Kinerja

A. LATAR BELAKANG

Setiap instansi pemerintah wajib menyusun laporan kinerja secara berkala serta melakukan pemantauan atas pelaksanaan kegiatan sesuai tugas dan fungsinya

Dalam rangka perwujudan pertanggungjawaban, setiap instansi pemerintah secara periodik wajib mengkomunikasikan pencapaian tujuan dan sasaran strategis organisasi kepada *stakeholders*. Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 8 Tahun 2006 tentang Pelaporan Keuangan dan Kinerja Instansi Pemerintah mengamanatkan setiap instansi pemerintah untuk secara berkala menyusun laporan kinerja dan keuangan serta melakukan pemantauan atas pelaksanaan kegiatan sesuai tugas dan fungsinya, sebagai pertanggungjawaban atas pengelolaan sumber daya yang telah dialokasikan dalam Rencana Strategis dan Rencana Kinerja Tahunan.

Pertanggungjawaban dimaksud dilaporkan kepada pemberi mandat, pimpinan masing-masing instansi, lembaga pengawasan dan penilai akuntabilitas, dan akhirnya disampaikan kepada Presiden. Rangkaian sistematis dari berbagai aktivitas, alat, dan prosedur yang dirancang untuk tujuan penetapan dan pengukuran, pengumpulan data, pengklasifikasian, pengikhtisaran, dan pelaporan kinerja pada instansi pemerintah, dalam rangka pertanggungjawaban dan peningkatan kinerja instansi pemerintah selanjutnya disebut sebagai Sistem Akuntabilitas Kinerja Instansi Pemerintah (SAKIP).

Untuk di lingkungan Kementerian Perdagangan, Keputusan Menteri Perdagangan Nomor 794/M-DAG/KEP/8/2015 tentang Pedoman Penyusunan Dokumen SAKIP di lingkungan Kementerian Perdagangan telah diterapkan secara bertingkat mulai dari tingkat unit Eselon II sampai dengan Kementerian serta dilaksanakan secara berkala dan berkelanjutan. Keputusan Menteri Perdagangan Nomor 794/M-DAG/KEP/8/2015 ini mengamanatkan bahwa “Sebagai sarana pemantauan kinerja, laporan triwulan wajib disusun pada tingkat Kementerian dan Unit Kerja Eselon I. Sedangkan pada tingkat Unit Kerja Eselon II dan unit kerja mandiri, penyusunan laporan triwulanan tidak diwajibkan. Walaupun begitu, Unit Kerja Eselon II dan unit kerja mandiri tetap wajib melengkapi formulir pengukuran pencapaian kinerja dan dilampirkan pada laporan triwulanan Unit Kerja

Laporan Kinerja

Eselon I terkait. Sementara itu para perwakilan perdagangan luar negeri dan Satuan Kerja Perangkat Daerah (SKPD) pelaksana kegiatan dekonsentrasi dan tugas pembantuan tidak diwajibkan untuk menyusun laporan triwulanan dan mengisi formulir pengukuran pencapaian kinerja.”

Sejalan dengan itu, Dit. PPE yang kemudian berubah nomenklatur menjadi Dit. PEJPK berkewajiban melaporkan kinerja yang telah dicapai dan merupakan bentuk pertanggungjawaban sebagaimana diatur dalam kebijakan-kebijakan tersebut di atas. Penyusunan Laporan Kinerja ini memuat penetapan tugas dan fungsi yang dijabarkan ke dalam kegiatan-kegiatan, serta ukuran keberhasilan dalam pelaksanaannya.

Laporan Kinerja sebagai bagian evaluasi kegiatan

Sebagai upaya mendukung kegiatan Reformasi Birokrasi di Lingkungan Kementerian Perdagangan dan guna mewujudkan akuntabilitas kinerja Dit. PEJPK dalam menata sistem kerja pemerintahan yang lebih baik (*good governance*), maka seluruh kinerja yang telah dilakukan Dit. PEJPK sepanjang tahun anggaran akan terangkum dan dilaporkan dalam bentuk Laporan Kinerja. Pelaporan kinerja ini dimaksudkan untuk mengkomunikasikan capaian kinerja unit kerja Dit. PEJPK dalam 1 (satu) tahun anggaran yang dikaitkan dengan proses pencapaian tujuan dan sasarannya.

B. PERAN STRATEGIS ORGANISASI

Peran Kementerian Perdagangan dalam perbaikan kinerja perdagangan

Sebagai salah satu sektor utama dalam mendukung pertumbuhan ekonomi nasional, peran Kementerian Perdagangan sangat penting dalam mendorong perbaikan kinerja perdagangan, baik dalam negeri maupun luar negeri. Oleh karena itu, Kementerian Perdagangan sebagai pembina sektor perdagangan berupaya mengoptimalkan tiga mandat utama yang ditugaskan Bapak Presiden. Ketiga Mandat tersebut, yaitu menjaga ketersediaan dan stabilisasi harga bahan pokok dan barang penting, meningkatkan ekspor dan surplus neraca perdagangan, serta membangun dan memfasilitasi pasar rakyat. Dalam hal ini, Ditjen Pengembangan Ekspor Nasional (Ditjen PEN) mendukung

Laporan Kinerja

	<p>pencapaian target terkait peningkatan ekspor dan surplus neraca perdagangan.</p>
<p>Peningkatan daya saing yang berkelanjutan produk-produk Indonesia di pasar global</p>	<p>Berkenaan dengan mandat tersebut, Ditjen PEN telah menyusun sasaran strategis periode tahun 2020-2024, dimana salah satunya adalah meningkatnya diversifikasi produk ekspor yang berdaya saing melalui optimalisasi pemanfaatan seluruh potensi sumber daya yang dimiliki serta kemampuan memanfaatkan peluang yang ada, sehingga target ekspor non migas dapat tercapai.</p> <p>Upaya peningkatan ekspor dan surplus neraca perdagangan non migas ini juga dilakukan dengan memperbaiki komposisi/struktur ekspor Indonesia yang selama ini masih didominasi produk primer menjadi produk yang berdaya saing dan bernilai tambah. Dalam hal ini, tugas tersebut menjadi mandat bagi Dit PEJPK.</p>
<p>Fungsi dan Tugas Organisasi Direktorat Pengembangan Produk Ekspor</p>	<p>Karena terjadi perubahan nomenklatur dari Dit. PPE menjadi Dit. PEJPK, terdapat sedikit perubahan mengenai fungsi dan tugas organisasi. Berdasarkan Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 29 Tahun 2022, Pasal 195, Dit. PEJPK memiliki tugas untuk melaksanakan perumusan dan pelaksanaan kebijakan di bidang penyelenggaraan promosi dagang, kampanye pencitraan, dan pengembangan dan peningkatan daya saing produk ekspor kreatif dan jasa. Sementara itu, berdasarkan Pasal 196, fungsi Dit. PEJPK, sebagai berikut:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Penyiapan perumusan kebijakan di bidang penyelenggaraan promosi dagang, kerja sama, kampanye pencitraan, dan pengembangan dan peningkatan daya saing produk ekspor kreatif dan jasa. 2. Penyiapan pelaksanaan kebijakan di bidang penyelenggaraan promosi dagang, kerja sama, kampanye pencitraan, dan pengembangan dan peningkatan daya saing produk ekspor kreatif dan jasa 3. Penyiapan perumusan norma, standar, prosedur dan 'criteria di bidang penyelenggaraan promosi dagang dan kampanye pencitraan produk ekspor kreatif dan jasa 4. Penyiapan pelaksanaan pemberian bimbingan teknis dan

Laporan Kinerja

supervisi di bidang penyelenggaraan promosi dagang dan kampanye pencitraan produk ekspor kreatif dan jasa

5. Penyiapan evaluasi dan pelaporan di bidang penyelenggaraan promosi dagang, kerja sama, kampanye pencitraan, dan pengembangan dan peningkatan daya saing produk ekspor kreatif dan jasa
6. Pelaksanaan urusan tata usaha dan rumah tangga Direktorat Pengembangan Ekspor Jasa dan Produk Kreatif

Pengembang an Ekspor Jasa dan Produk Kreatif

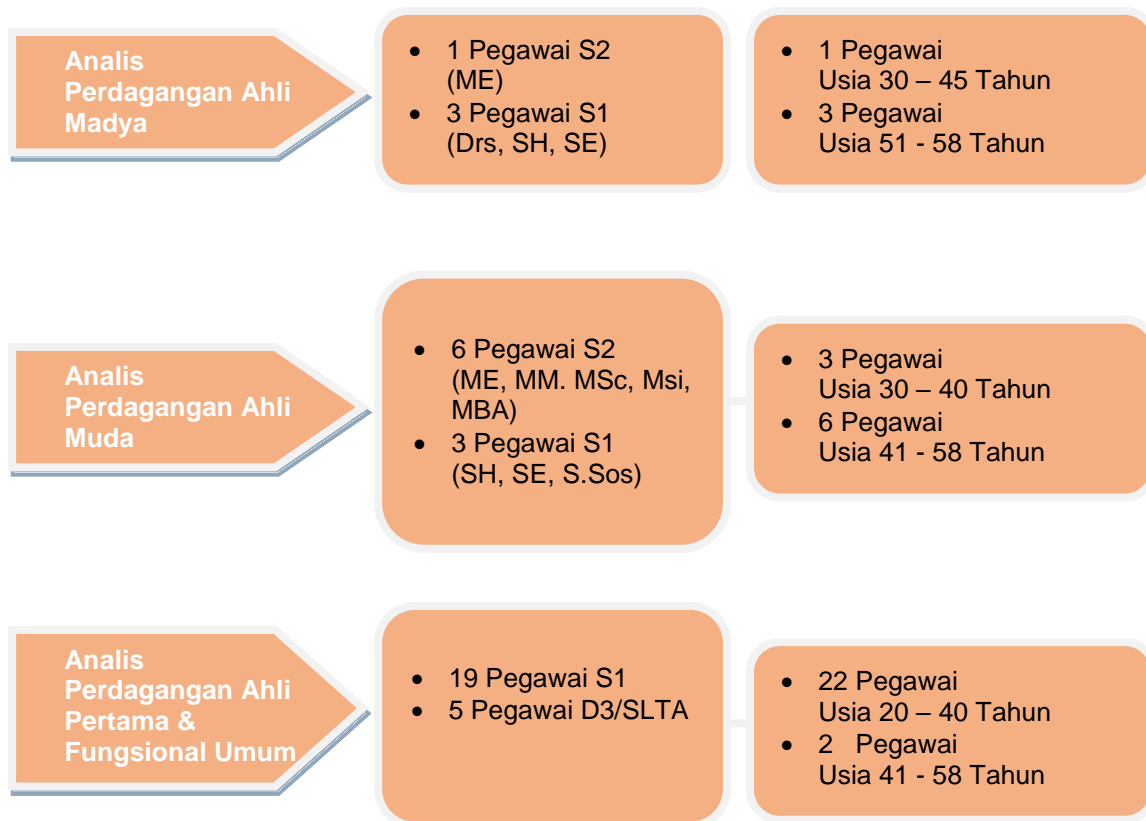
Dalam rangka Pengembangan Daya Saing Produk Ekspor, Dit. PEJPK melaksanakan “Fasilitasi Pengembangan Produk Ekspor dan Pengembangan Produk Ekspor Jasa dan Ekonomi Kreatif”, melalui program-program sebagai berikut:

- A. Fasilitasi dan Pembinaan Badan Usaha, dengan kegiatan antara lain: Penghargaan Good Design Indonesia, Fasilitasi Pengembangan Merek, Fasilitasi Kekayaan Intelektual, dan Fasilitasi Sertifikasi Produk Ekspor
- B. Data dan Informasi Publik, dengan kegiatannya yaitu Referensi Produk Ekspor.
- C. Penelitian dan Pengembangan Produk, dengan kegiatan: Layanan IDDC, Pendampingan Pengembangan Desain, Pendampingan Pengembangan Produk Ekspor, Jasa dan Ekonomi Kreatif

Sumber Daya Manusia

Sumber Daya Manusia (SDM) merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan suatu organisasi dalam mencapai tujuan yang ditetapkan. Dalam melaksanakan tugasnya, Dit. PEJPK dipimpin oleh 1 orang Direktur dan didukung oleh 34 pegawai serta 4 pegawai honorer dengan berbagai latar belakang, pendidikan dan usia, dengan rincian sebagai berikut:

Laporan Kinerja



Gambar 2. Sumber Daya Manusia Direktorat Pengembangan Produk Ekspor

C. ASPEK STRATEGIS

Isu Strategis Secara umum, isu strategis dan permasalahan terkait pelaksanaan fungsi dan tugas Direktorat PEJPK dapat diidentifikasi, sebagai berikut:

Pandemi COVID-19

1. Pada tahun 2022, semua negara tanpa terkecuali Indonesia, gencar melakukan pemulihan ekonomi dan perdagangan akibat dampak pandemi COVID-19. Pada tahun 2021 lalu, Indonesia juga sudah berupaya melakukan pemulihan ekonomi, maka di tahun ini berharap perekonomian akan lebih tinggi lagi. Dampak pandemi COVID-19 pada perdagangan diantaranya terjadi perubahan pola perdagangan global seperti *supply-demand* yang terganggu, perubahan pola pembelian produk dari offline menjadi online,

Laporan Kinerja

- peningkatan biaya *logistic*, kerjasama perdagangan tidak berjalan efektif selama pandemi, ancaman resesi ekonomi global, pembatalan dan penundaan *event* internasional serta pelemahan daya beli konsumen global. Untuk itu diperlukan berbagai terobosan dan inovasi yang tidak biasa untuk meningkatkan daya saing produk dan akses pasar dalam pengembangan ekspor non migas.
- Keamanan pangan dan sertifikasi internasional**
2. Isu keamanan pangan dan sertifikasi internasional merupakan salah satu hal yang memerlukan perhatian dalam menembus pasar global. Sementara itu, untuk memperoleh sertifikasi tersebut memerlukan biaya yang cukup besar, sehingga sulit dipenuhi pelaku usaha. Sehubungan dengan hal tersebut, Direktorat PEJPK memfasilitasi pelaku usaha terpilih untuk memperoleh berbagai sertifikasi internasional yang meliputi ISO 22000 dan HACCP.
- Kemasan**
3. Kemasan merupakan salah satu aspek penting dalam rangka meningkatkan daya saing produk di pasar global. Tidak hanya berfungsi sebagai pelindung produk, pelaku usaha juga dapat memberikan informasi spesifik dan menarik sehingga dapat menjadi sarana komunikasi dalam membangun persepsi positif hingga promosi produk. Namun demikian, keberadaan industri kemasan di Indonesia masih sangat terbatas, dan kepedulian pelaku usaha terhadap urgensi kemasan masih perlu ditingkatkan.
- Teknologi Produksi dan Informasi**
4. Beberapa teknologi produksi Indonesia masih tertinggal dibandingkan negara pesaing. Ketertinggalan teknologi ini menyebabkan inefisiensi produksi, harga yang tinggi, hingga rendahnya kualitas produk yang dihasilkan pelaku usaha Indonesia. Hal ini akan berpengaruh terhadap rendahnya daya saing produk ekspor Indonesia dibanding negara pesaing.
 5. Perkembangan teknologi informasi menyebabkan perubahan *lifestyle* (gaya hidup), pergeseran pola konsumsi/pembelian dan menjadi sarana yang cukup efektif dalam membangun persepsi positif terhadap produk-produk ekspor Indonesia. Salah satu perkembangan teknologi yang terjadi yaitu pergeseran

Laporan Kinerja

pola pembelian konsumen global, dari *offline* menjadi *online*. Oleh karena itu, Dit. PEJPK sudah mulai melibatkan lembaga *e-commerce* dalam meningkatkan daya saing produk ekspor berbasis digital dan *e-commerce*.

Desain

6. Desain tidak hanya berfungsi menunjang fungsi dari suatu produk tetapi juga menambah estetikanya. Beberapa negara telah melaksanakan pengembangan desain untuk meningkatkan daya saing produknya. Oleh karena itu, upaya Dit. PEJPK untuk mulai fokus dalam peningkatan daya saing produk berbasis desain diharapkan dapat mengejar ketertinggalan Indonesia dari negara-negara pesaing.

Branding

7. Dalam era globalisasi dan persaingan pasar yang kompetitif dimana produk-produk Indonesia harus dapat bersaing dengan produk seluruh dunia, peran merek dibutuhkan untuk mewakili identitas suatu produk. Untuk itu diperlukan program yang mampu meningkatkan kesadaran kepada pelaku usaha tentang pentingnya merek, sekaligus memberikan pendampingan bagi pelaku bisnis yang memiliki potensi untuk dikembangkan mereknya secara global termasuk didalamnya memberikan arahan tentang komunikasi merek, strategi pemasaran melalui merek, sampai dengan perbaikan kemasan.

BAB II

PERENCANAAN KINERJA

RENCANA STRATEGIS DITJEN PEN

RENCANA KERJA DIT. PEJPK

PERJANJIAN KERJA DIT. PEJPK

Laporan Kinerja

A. RENCANA STRATEGIS DITJEN PEN TAHUN 2020 - 2024

Prioritas Nasional	Dari 9 (sembilan) butir Nawacita, peran sektor perdagangan pada butir ke-6, yakni “Meningkatkan Produktivitas Rakyat dan Daya Saing di Pasar Internasional” , yang selanjutnya dijabarkan dalam 10 (sepuluh) program Prioritas Nasional, dimana salah satunya adalah Pengembangan Ekspor Non Migas yang Bernilai Tambah . Hal tersebut ditetapkan sejalan dengan upaya mewujudkan Visi Kabinet Kerja Periode 2020-2024, yaitu “Terwujudnya Indonesia yang Berdaulat, Mandiri, dan Berkepribadian Berlandaskan Gotong Royong” .
Tujuan Strategis Ditjen PEN	Pengejawantahan Prioritas Nasional tersebut oleh Ditjen PEN diturunkan dalam tujuan strategis Ditjen PEN yang ingin dicapai selama periode tahun 2020-2024 yang secara garis besar adalah Peningkatan ekspor barang non migas yang bernilai tambah, Peningkatan akses dan pasar internasional, serta Pemantapan Promosi Ekspor dan <i>Nation Branding</i> .
Sasaran Strategis Ditjen PEN	Sasaran strategis Ditjen PEN yang ingin dicapai selama periode 2020-2024 adalah “Meningkatnya diversifikasi dan kualitas produk yang berdaya saing ekspor serta diversifikasi pasar tujuan ekspor . Upaya ini dilakukan untuk mendorong pertumbuhan ekspor non migas melalui peningkatan ekspor produk bernilai tambah tinggi, sekaligus memperbaiki komposisi ekspor Indonesia yang selama ini masih didominasi produk primer. Upaya ini juga dimaksudkan untuk mendorong pertumbuhan industri manufaktur dan sektor jasa nasional. Selain itu, diversifikasi pasar tujuan ekspor dimaksudkan untuk mengurangi ketergantungan terhadap beberapa jenis produk tertentu dan kelompok negara-negara tujuan ekspor tertentu. Upaya yang ditempuh antara lain melalui kegiatan pengembangan desain, dukungan penciptaan kemasan dan merek, serta penyediaan informasi pasar tujuan ekspor.
Arah Kebijakan	Ditjen PEN merupakan salah satu unit pendukung pencapaian sasaran kebijakan perdagangan luar negeri. Arah kebijakan perdagangan luar negeri adalah meningkatkan daya saing produk ekspor non migas, serta mendorong peningkatan diversifikasi pasar tujuan ekspor dan keberagaman produk ekspor, meliputi promosi perdagangan (<i>trade promotion</i>), diplomasi perdagangan (<i>trade diplomacy</i>), fasilitasi perdagangan (<i>trade facilitation</i>) dan pengamanan perdagangan internasional (<i>trade defence</i>). Arah Kebijakan dan Strategi Ditjen PEN merupakan refleksi dari Arah Kebijakan dan Strategi Kementerian Perdagangan di bidang

Laporan Kinerja

perdagangan luar negeri yang secara simultan berinteraksi dengan para pemangku kepentingan.

B. RENCANA KERJA DIREKTORAT PENGEMBANGAN PRODUK EKSPOR TAHUN 2021

Era globalisasi, pandemi dan Daya saing Indonesia yang menurun

Globalisasi telah menyebabkan perubahan pada proses produksi dan perdagangan global. Kehadirannya telah membentuk peluang bagi negara-negara yang dapat memanfaatkan keunggulan dan daya saingnya sebagai basis memperoleh keuntungan dan menjadikannya sebagai momentum dalam memacu pertumbuhan ekonomi. Tak terkecuali dengan Indonesia yang saat ini telah menjadi salah satu pemeran penting dalam terlaksananya *global value chain*.

Lebih jauh, perbaikan ekonomi global pada tahun 2021 akibat pandemi COVID-19 berdampak sangat signifikan terhadap perdagangan ekspor-impor di Indonesia. Salah satu sebab utamanya adalah terguncangnya pasar-pasar utama ekspor Indonesia diantaranya RRT, Amerika Serikat dan Jerman. Untuk itu pada tahun ini Indonesia dituntut untuk dapat beradaptasi dan berinovasi dalam rangka peningkatan daya saing produk untuk melakukan mitigasi serta mempertahankan pertumbuhan ekonominya melalui aktivitas ekspor produk.

Untuk itu Dit. PEJPK sebagai fasilitator pengembangan produk ekspor diamanatkan untuk melaksanakan program fasilitasi kepada pelaku usaha, sehingga dapat meningkatkan daya saing produk dan komoditi ekspor Indonesia. Lebih jauh, diharapkan melalui program fasilitasi yang diberikan Dit. PEJPK dapat memberikan kontribusi dalam peningkatan ekspor Indonesia.

Sasaran Program Dit. PEJPK

Sebagai salah satu unit teknis pada Ditjen PEN, Dit. PPE yang berubah nomenklatur menjadi Dit. PEJPK berperan dalam upaya mencapai sasaran “**Peningkatan daya saing produk ekspor**”. Sasaran tersebut diimplementasikan melalui pelaksanaan kegiatan pengembangan produk ekspor selama tahun 2021 yang meliputi pelaksanaan diversifikasi dan adaptasi produk sesuai dengan selera pasar internasional, pemenuhan standarisasi dan sertifikasi internasional, peningkatan kualitas kemasan, pemanfaatan teknologi digital/*e-commerce*, dan Pengembangan Desain.

Laporan Kinerja

C. PERJANJIAN KERJA DIREKTORAT PENGEMBANGAN PRODUK EKSPOR TAHUN 2021

Perjanjian Kinerja Perjanjian kinerja merupakan tekad dan janji rencana kinerja tahunan yang akan dicapai antara pimpinan instansi pemerintah atau unit organisasi yang menerima amanah atau tanggungjawab. Perjanjian kinerja suatu instansi pemerintah atau unit kerja akan menggambarkan capaian kinerja yang akan diwujudkan oleh suatu instansi pemerintah atau unit kerja dalam tahun tertentu dengan mempertimbangkan sumber daya yang dikelolanya.

Dalam perjanjian kinerja terdapat dasar penilaian keberhasilan/kegagalan pencapaian tujuan dan sasaran organisasi dan tolok ukur kinerja sebagai dasar evaluasi kinerja aparatur yang diturunkan menjadi indikator kinerja. Dengan membandingkan target kinerja dengan realisasi kerja maka dapat dinilai seberapa besar pencapaian kinerja dari indikator-indikator kinerja yang sudah diturunkan dari sasaran strategis organisasi.

Indikator kinerja merupakan ukuran kuantitatif menggambarkan pencapaian suatu kegiatan dan sasaran yang telah ditetapkan berupa *output* maupun *outcome* dengan penetapan target didasarkan pada rencana kinerja. Indikator kinerja keluaran (*output*) adalah segala sesuatu berupa produk/jasa (fisik dan atau non fisik) sebagai hasil langsung dari pelaksanaan suatu kegiatan dan program berdasarkan masukan yang digunakan. Indikator hasil (*outcome*) adalah segala sesuatu yang mencerminkan berfungsinya keluaran kegiatan jangka menengah. *Outcome* merupakan ukuran seberapa jauh setiap produk/jasa dapat memenuhi kebutuhan dan harapan masyarakat. Indikator kinerja yang ditetapkan harus dapat diukur dan terkait langsung (relevan) dengan sasaran.

Adapun Perjanjian Kinerja Direktur Pengembangan Produk Ekspor Tahun 2022 sebagai berikut:

No	Sasaran Kegiatan	Indikator Kinerja Kegiatan	Target	Prediksi Capaian (%)			
				TW 1	TW 2	TW 3	TW 4
1	Meningkatnya kualitas dan diversifikasi dalam rangka meningkatkan daya saing	Tingkat kepuasan pengguna IDDC	75%	10	48	70	100
		Persentase produk pendampingan yang mendapat	20%	5	15	60	100

Laporan Kinerja

	produk ekspor	potensi ekspor					
		Persentase pelaku usaha fasilitasi produk Ekspor yang mendapatkan potensi ekspor	10%	5	10	55	100

BAB III

AKUNTABILITAS KINERJA

CAPAIAN KINERJA ORGANISASI

KINERJA ANGGARAN

Laporan Kinerja

Akuntabilitas kinerja adalah perwujudan kewajiban Direktorat Pengembangan Produk Ekspor (Dit. PPE) yang telah berubah nomenklatur unit kerjanya menjadi Direktorat Pengembangan Ekspor Jasa dan Produk Kreatif (Dit. PEJPK) untuk mempertanggungjawabkan keberhasilan/kegagalan pelaksanaan program dan kegiatan yang telah diamanatkan para pemangku kepentingan (*stakeholders*) dalam rangka mencapai misi organisasi secara terukur dengan sasaran/ target kinerja yang telah ditetapkan. Capaian kinerja Dit. PEJPK diukur berdasarkan capaian pada target Rencana Kinerja dan Indikator Kinerja utama.

A. Capaian Kinerja Direktorat Pengembangan Produk Ekspor

Secara umum kinerja Direktorat Pengembangan Produk Ekspor menunjukkan hasil sebagai berikut:

No	Indikator Kinerja	Satuan	Target	Realisasi	Capaian (%)
1	Tingkat kepuasan pengguna IDDC	Persen	75	99,27	130%
2	Persentase produk pendampingan yang mendapat potensi ekspor	Persen	20	32,86	165%
3	Persentase pelaku usaha yang mendapatkan fasilitasi pengembangan produk ekspor yang mendapat potensi ekspor	Persen	10	19,50	195%

Dalam rangka mencapai sasaran strategis Dit. PEJPK, terdapat tiga indikator kinerja kegiatan yaitu tingkat Kepuasan IDDC, persentase produk pendampingan yang mendapat potensi ekspor, dan persentase pelaku usaha yang mendapatkan fasilitasi pengembangan produk ekspor yang mendapat potensi ekspor.

IK-1: Tingkat kepuasan pengguna IDDC	Indikator Kinerja 1 (Tingkat Kepuasan Pengguna IDDC) pada tahun 2022 ditargetkan sebesar 75%. Namun demikian, realisasinya berhasil mencapai 99%, sehingga capaian IK 1 sampai dengan akhir tahun 2022 yaitu lebih dari 100%. Kegiatan Tingkat Kepuasan Pengguna IDDC yaitu:					
	No	Periode	Jumlah Responden	Puas	Tidak Puas	Persentase
	1	Triwulan 1 (Jan – Maret 2022)	89	86	3	96,63%
	2	Triwulan 2 (April – Juni 2022)	105	103	2	98,09%
	3	Triwulan 3 (Juli – Sept 2022)	118	116	2	98,30%

Laporan Kinerja

4	Triwulan 4 (Okt – Des 2022)	138	137	1	99,27%
Total Indeks Kepuasan Layanan IDDC Tahun 2022					98,08%
<p>Secara keseluruhan sebanyak 51 responden dari total 94 responden (54,3%), menyatakan bahwa pelayanan IDDC Sangat Baik. Sebanyak 34 responden dari total 94 responden (36,2%), menyatakan bahwa pelayanan IDDC Baik. Secara keseluruhan sebanyak 8 responden dari total 94 responden (8,5%) menyatakan bahwa pelayanan IDDC Cukup.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sebanyak 93 responden (98,94%) puas terhadap pelayanan IDDC • Sebanyak 1 responden (1,06%) tidak puas terhadap pelayanan IDDC • Indeks kepuasan layanan IDDC tahun 2021 periode Triwulan 4 : (98, 94%). <p>1. Branding Indonesia Design Development Center</p> <p>IDDC merupakan fasilitas dibawah Kementerian Perdagangan yang berfungsi sebagai institusi dalam penciptaan produk berkualitas, bernilai tambah dan kompetitif yang juga berfungsi sebagai wadah kreativitas desain sekaligus wahana pembelajaran serta pendampingan pelaku usaha oleh desainer-desainer profesional.</p> <p>Untuk menyebarkan pesan positif dan keberadaan <i>Indonesia Design Development Center</i> (IDDC) kepada masyarakat luas khususnya para <i>stakeholder</i> terkait, maka <i>Branding</i> Pusat Pengembangan Desain pada Tahun Anggaran 2022 dilakukan melalui Media Sosial, Website dan Liputan TV.</p> <p>2. Layanan Informasi Desain</p> <p>Desain merupakan salah satu strategi peningkatan nilai tambah dan daya saing produk yang diterapkan oleh Kementerian Perdagangan, khususnya Ditjen Pengembangan Ekspor Nasional yang dinilai mampu menjawab tantangan di pasar ekspor.</p> <p>Penyediaan layanan informasi yang <i>update</i> dan terus menerus diperbarui sesuai dengan perkembangan target pasar ekspor menjadi hal penting untuk seluruh <i>stakeholder</i> terkait di Indonesia. Adapun jenis informasi yang dinilai dibutuhkan oleh <i>stakeholder</i> terkait, antara lain; Analisa Trend Pasar, Pesaing dan Konsumen Tujuan Ekspor, Analisa Portofilo Produk dan Trend Desainnya di Pasar Tujuan Ekspor.</p> <p>3. Klinik Desain</p> <p>Dalam rangka meningkatkan kualitas produk, Direktorat Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional berinisiasi membuat program pendampingan pengembangan produk melalui fasilitasi konsultasi desain untuk para Pelaku Usaha yang dilakukan oleh tenaga ahli</p>					

Laporan Kinerja

	<p>yaitu Desainer.</p> <p>Tujuan dari skema Klinik Konsultasi Desain adalah untuk meningkatkan pemahaman industri, penerapan desain dan inovasi, memberi wawasan tentang desain dan pentingnya bersaing dengan desain di lingkungan Pelaku Usaha serta membantu dunia usaha dalam mengembangkan desain melalui metoda yang tepat dan dibutuhkan sehingga Pelaku Usaha dapat melakukan pengembangan desain secara mandiri dan berkelanjutan.</p> <p>Klinik konsultasi desain dibuka hari Senin-Jumat pukul 08.00 – 16.30 WIB di IDDC, Grogol. Kegiatan ini dibantu oleh 10 orang desainer yang tergabung dalam Program Klinik Konsultasi Desain tahun 2022-2023, bertugas untuk memberikan layanan konsultasi kepada pelaku usaha yang telah melakukan registrasi, diantaranya:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Harry Maulana 2. Iman Setiobudy 3. Raymond M. Simandjuntak 4. Baginda Wisnu Wardhana 5. Rulli Suwismawan 6. Jamal Fajar Hardy 7. Darfi Rizkavirwan 8. Almira Zulfikar 9. Dian Hapsari 10. Sugeng Untung <p>Hasil rekapitulasi hingga Bulan Desember tahun 2022, Program Klinik Konsultasi Desain telah melayani 165 pelaku usaha yang melakukan registrasi, 171 sesi konsultasi desain kepada 141 pelaku usaha, dan terdapat 29 desain yang telah terselesaikan. Program Klinik Konsultasi Desain pada tahun 2022 terus melakukan peningkatan di berbagai aspek, seperti pembagian jadwal dan kegiatan Desainer Senior hingga formulir kegiatan. Hal ini bertujuan untuk mengoptimalkan luaran dari program Klinik Konsultasi Desain.</p> <p>4. Klinik Desain Produk Unggulan Daerah</p> <p>Klinik desain produk unggulan merupakan kegiatan konsultasi desain potensi ekspor produk unggulan daerah baik produk kerajinan maupun makanan minuman olahan dalam bentuk kemasan.</p> <p>Pada tahun 2022, Klinik Desain Produk Unggulan Daerah berfokus untuk menjangkau pelaku usaha potensial di daerah perbatasan Indonesia yang akan dilaksanakan di 4 (empat) daerah.</p>
--	---

Laporan Kinerja

	<p>Target peserta pelaku usaha yang dapat dijangkau adalah sebanyak 150 pelaku usaha dan target <i>prototype</i> atau <i>mock up</i> untuk tahun 2022 adalah sebanyak 20 <i>prototype</i> atau <i>mock up</i>.</p> <p>Sampai dengan Bulan Desember tahun 2022, program Klinik Desain Produk Unggulan Daerah telah dilaksanakan sebanyak 4 (empat) kali, yaitu:</p> <p>a. Jayapura, Provinsi Papua</p> <ul style="list-style-type: none"> • Klinik Desain Produk Unggulan Daerah dilaksanakan pada 28 – 31 Maret 2022 dimana jumlah peserta yang mengikuti adalah sebanyak 20 pelaku usaha unggulan daerah Papua yang berasal dari binaan Disperindagkopukm, IKBP, dan rekomendasi Yori Antar Awal (Juri GDI). • Desainer yang membantu kegiatan terdiri dari Desainer Kemasan (Dian Hapsari) dan Desainer Produk (Iman Setiobudy). • Selain tim dari Kemendag, ikut juga bersama kami tenaga ahli desainer produk dan kemasan yaitu Sdr. Iman Setiobudy dan Sdri. Dian Hapsari. Selama kegiatan di Kota Jayapura, kami didampingi oleh dengan Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi dan UKM Provinsi Papua. • Pada kegiatan Klinik Desain Produk Unggulan Daerah telah terpilih 6 (enam) pelaku usaha yang akan difasilitasi berupa desain <i>mock up</i> atau prototipenya adalah; Carolin Waisimon (noken), Eunike Yunita (Angie Cake & Cookies), Deff (TRDA totebag), Rumah Syafu Florentina, Marice tepung sagu dan Charles toto (Kopi dan produk herbal).. <p><u>Seminar</u></p> <p>Pelaksanaan seminar mengambil tema pengembangan produk dari sisi desain produk kerajinan/ kriya dan kemasan makanan minuman olahan unggulan daerah papua. Tema ini diambil mengingat pelaku usaha di Kota Jayapura sebagian besar merupakan pelaku usaha pada sektor tersebut. Sehingga peserta yang hadir dalam seminar dan konsultasi merupakan pelaku usaha di sektor tersebut.</p> <p>Kegiatan seminar diawali oleh sambutan oleh Direktur Pengembangan Produk Ekspor yang diwakili oleh Bapak Hamidi Hasyim, Koordinator Bidang Produk Kreatif, Ditjen Pengembangan Ekspor Nasional, Kementerian Perdagangan. Dalam sambutannya, Bapak Hamidi Hasyim sangat bersemangat untuk bisa ikut mengembangkan produk ekspor yang berasal dari Papua, khususnya kota Jayapura. Selain itu disampaikan kinerja ekspor non migas Indonesia periode Januari 2022 dan potensi kinerja dan potensi ekspor provinsi papua yang didominasi oleh produk Biji tembaga dan konsentrat share (97,97%), Kayu Lapis share (1,15%), Kayu Tropis share (0,73%), Kayu untuk pertukangan bahan selain</p>
--	--

Laporan Kinerja

	<p>bambu (share 0,06%), Minyak essensial share (0,04%).</p> <p><u>Konsultasi Desain</u> Setelah sesi seminar dan tanya jawab, dilanjutkan sesi konsultasi. Metode konsultasi yang digunakan ialah <i>one on one</i> consultation, dimana 1 (satu) pelaku usaha/peserta berkonsultasi langsung dengan 1 desainer. Konsultasi terbagi 2 (dua) klinik, yakni klinik desain produk oleh Sdr. Iman Setiobudy dan klinik desain kemasan oleh Sdri. Dian Hapsari. Jumlah pelaku usaha yang melakukan konsultasi setelah sesi seminar sebanyak 16 pelaku usaha.</p> <p><u>Kunjungan Ke Pelaku Usaha</u> Kunjungan ke pelaku usaha dilakukan pada tanggal 30 Maret 2022 yang didampingi oleh Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi dan UKM Provinsi Jayapura dan 2 (dua) desainer. Dari total 16 pelaku usaha yang melakukan konsultasi, kemudian dilakukan seleksi sehingga hanya terpilih 5 (lima) pelaku usaha yang akan dikunjungi. Kunjungan dilakukan ke pelaku usaha yang berada di Kota Jayapura dan sekitarnya.</p> <p>b. Entikong, Provinsi Kalimantan Barat</p> <ul style="list-style-type: none"> • Klinik Desain Produk Unggulan Daerah dilaksanakan pada 8 – 11 Juni 2022 dimana fokus pada desain kemasan produk makanan dan minuman jumlah peserta yang mengikuti adalah sebanyak 30 orang. • Desainer yang membantu kegiatan terdiri dari Desainer Kemasan (Raymond Simandjuntak). • Pada kegiatan Klinik Desain Produk Unggulan Daerah telah terpilih 4 (empat) pelaku usaha yang akan difasilitasi. <p><u>Seminar</u> Seminar dibuka oleh Kepala Disperindag dan ESDM Provinsi Kalimantan Barat, dan dihadiri oleh Camat Entikong, Kepala Dinas Perindagkop Kabupaten Sanggau, Kepala Pos Lintas Batas Negara Entikong, Kepala Kantor Imigrasi Kelas II Entikong, Kepala Kantor Pelayanan Pajak dan Bea Cukai (KPPBC) Entikong, dan Kepala Balai Karantina Pertanian Kelas I Entikong. Pada kesempatan tersebut, diinformasikan bahwa Provinsi Kalimantan Barat akan mengadakan program <i>Designer Dispatch Service</i> (DDS) pada tahun 2023 dengan menggunakan anggaran APBD. Terkait hal ini, Pemda setempat mengharapkan dapat berkolaborasi dengan Direktorat Pengembangan Produk Ekspor. Memasuki acara inti, praktisi sekaligus pengajar tetap Desain Komunikasi Visual dari Universitas Multimedia Nusantara (UMN), Darfi Rizkavirwan, hadir sebagai narasumber yang menyampaikan presentasi mengenai “Pentingnya Nilai Tambah Produk UKM Siap Ekspor Melalui <i>Branding</i>: Strategi Dasar Dalam Mempersiapkan Desain Kemasan”.</p> <p><u>Kunjungan Perusahaan</u></p>
--	--

Laporan Kinerja

	<p>Dalam rangka verifikasi data dan informasi seputar produk yang lolos kurasi, kami melakukan kunjungan perusahaan untuk meninjau proses produksi dan wawancara lebih mendalam kepada pelaku usaha terkait.</p> <p>Dari hasil kunjungan lapangan, dapat kami sampaikan bahwa:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dua pelaku usaha merupakan UKM, yaitu Bragi dan Vella. • Dua pelaku usaha lainnya, Borneofood dan CV Usaha Fajar Abadi, telah menjadi perusahaan mapan dengan wilayah pemasaran hamper di seluruh pulau Kalimantan. Mereka juga memiliki sertifikasi halal dan mampu mencapai kapasitas produksi yang tinggi. • Ketersediaan bahan baku kemasan di Kalimantan Barat masih berupa palstik bening, dan belum jasa percetakan kemasan berlabel. <p>c. Kabupaten Karawang, Jawa Barat</p> <ul style="list-style-type: none"> • Klinik Desain Produk Unggulan Daerah telah melakukan Workshop di Hotel Mercure Kabupaten Karawang, Jawa Barat pada tanggal 25-28 Juli 2022 dan dihadiri 30 pelaku usaha. • Pada kegiatan ini memilih 5 UKM untuk dikunjungi dan memilih dua UKM dari kelima UKM tersebut untuk dibina menjadi UKM siap ekspor. • Desainer yang ikut terlibat dalam kegiatan ini adalah Hari Maulana. Didampingi oleh perwakilan Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Karawang, Jawa Barat. <p><u>Seminar</u></p> <p>Kegiatan seminar dan klinik desain di Karawang ini dikhususkan bagi UKM produk kreatif. Kegiatan ini merupakan upaya untuk mendukung pelaku usaha, khususnya UKM produk kreatif agar dapat meningkatkan kualitas produk mereka melalui pengembangan desain berorientasi ekspor.</p> <p>Kegiatan seminar diawali dengan sambutan dari Direktur PEJPK yang dalam kesempatan ini diwakili oleh Bapak Bobsi Tua Samosir. Dalam sambutannya disampaikan bahwa pemulihan ekonomi dan peningkatan nilai perdagangan Indonesia tidak terlepas dari peran UKM. Peran UKM sangat besar dalam menopang perbaikan struktur ekspor dan pertumbuhan ekonomi Indonesia, sehingga pengembangan UKM ekspor menjadi salah satu fokus dan kerja utama. Salah satunya melalui program pendampingan desain kepada pelaku usaha berorientasi ekspor.</p> <p>Sambutan selanjutnya adalah dari Kepala Dinas Perindustrian dan</p>
--	---

Laporan Kinerja

	<p>Perdagangan Kabupaten Karawang yang menyampaikan bahwa Kabupaten Karawang memiliki 10 (sepuluh) kawasan industri dengan tenaga kerjanya yang sebagian besar (hampir 60 persen) berasal dari luar Karawang. UKM yang menjadi binaan Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Karawang berjumlah sekitar 300 UKM yang tersebar hingga ke perbatasan Subang, Purwakarta, dan Bekasi.</p> <p><u>Konsultasi Desain</u></p> <p>Metode konsultasi yang digunakan adalah <i>one on one consultation</i>, dimana 1 (satu) pelaku usaha/peserta berkonsultasi langsung dengan 1 (satu) desainer. Jumlah pelaku usaha yang melakukan konsultasi adalah sebanyak 25 (dua puluh lima) orang. Dari jumlah tersebut, kemudian dilakukan seleksi sehingga hanya terpilih 5 (lima) pelaku usaha yang berpotensi ekspor yang selanjutnya dikunjungi langsung oleh tim. Adapun kelima UKM tersebut, yaitu Batik Sangga Buana (baju batik), Namita (tas batik yang dikombinasikan dengan kulit), Saung Eceng (kerajinan eceng gondok), CV. Instan Mubaraq (tas kulit, topi kulit, dan ikat pinggang kulit), dan Efritha Craft (kerajinan dari eceng gondok, karung goni, dan pandan).</p> <p><u>Kunjungan Pelaku Usaha</u></p> <p>Adapun kelima UKM tersebut, yaitu Batik Sangga Buana (baju batik), Namita (tas batik yang dikombinasikan dengan kulit), Saung Eceng (kerajinan eceng gondok), CV. Instan Mubaraq (tas kulit, topi kulit, dan ikat pinggang kulit), dan Efritha Craft (kerajinan dari eceng gondok, karung goni, dan pandan).</p> <p>d. Palembang, Sumatera Selatan</p> <ul style="list-style-type: none"> • Klinik Desain Produk Unggulan Daerah telah melakukan kunjungan ke Palembang, Sumatera Selatan pada tanggal 5-8 September 2022 dan dihadiri oleh 30 pelaku usaha. • Desainer yang terlibat dalam kegiatan ini adalah Baginda Wisnu Wardhana didampingi oleh perwakilan dari Dinas Perdagangan Provinsi Sumatera Selatan. <p><u>Seminar</u></p> <p>Seminar dilaksanakan di Hotel Beston Palembang pada tanggal 6 September 2022 dan dibuka oleh Kepala Dinas Perdagangan Provinsi Sumatera Selatan. Kegiatan dihadiri oleh 30 peserta yang merupakan pelaku usaha produk kreatif di kota Palembang dan sekitarnya. Hadir selaku narasumber yaitu Saudara Baginda Wisnu Wardhana selaku salah satu Desainer IDDC dan Bapak Davit Marpaung selaku ketua tim kegiatan Klinik Desain Produk Unggulan Daerah.</p>
--	--

Laporan Kinerja

	<p>Kegiatan seminar diawali dengan sambutan dari Kepala Dinas Perdagangan Provinsi Sumatera Selatan sekaligus membuka acara. Dalam sambutannya disampaikan bahwa kegiatan ini sangat bermanfaat untuk mendorong UMKM menjadi lebih berkembang dengan harapan dapat menjadi UKM Ekspor. Kemudian, dilanjutkan dengan pemaparan dari Saudara Baginda Wisnu Wardhana yang memaparkan mengenai strategi desain produk, perlunya mengetahui keinginan pasar dan kebijakan di negara tujuan ekspor.</p> <p><u>Konsultasi Desain</u></p> <p>Kegiatan ini dilaksanakan di hari yang sama dengan kegiatan Seminar Pengembang Produk. Metode konsultasi yang digunakan adalah <i>one on one consultation</i>, dimana 1 (satu) pelaku usaha/peserta berkonsultasi langsung dengan 1 (satu) desainer. Jumlah pelaku usaha yang melakukan konsultasi adalah sebanyak 30 (tiga puluh) orang.</p> <p><u>Kunjungan Pelaku Usaha</u></p> <p>Kunjungan ke pelaku usaha dilakukan pada tanggal 7 September 2022 yang didampingi oleh perwakilan dari Dinas Perdagangan Provinsi Sulawesi Selatan beserta desainer. Dari 30 (tiga puluh) pelaku usaha yang melakukan konsultasi, kemudian dilakukan seleksi sehingga hanya terpilih 5 (lima) pelaku usaha yang akan dikunjungi langsung oleh tim. Namun pada saat pelaksanaan kunjungan hanya bisa dilakukan kepada 4 (empat) pelaku usaha karena terdapat halangan pada 1 (satu) pelaku usaha yang terpilih. Adapun keempat UKM tersebut, yaitu Kerajinan Purun “Rude Gebol Djuai”, pengrajin souvenir “Cek Ala” dengan bahan baku songket, “F.A.L Handycraft” dengan bahan baku tali kur, dan Home Entertainment (produk animasi).</p>
<p>IK-2: Persentase produk pendampingan yang mendapat potensi ekspor</p>	<p>1. <i>Designers Dispatch Service (DDS)</i></p> <p><i>Designers Dispatch Service (DDS)</i> merupakan program pendampingan desain untuk mengembangkan produk atau kemasan kepada pelaku usaha terpilih yang dilakukan oleh tenaga ahli desainer. DDS APBN 2022 dilaksanakan di 9 daerah, yaitu: Aceh, Bangka Belitung, Jawa Barat, Jawa Tengah, DI Yogyakarta, Jawa Timur, Kalimantan Timur, Bali, dan Nusa Tenggara Barat. Terdapat 10 (sepuluh) orang desainer yang akan bertugas untuk melakukan pendampingan pada kegiatan DDS ini. Setiap desainer mendampingi 2 (dua) pelaku usaha, yang mana masing-masing pelaku usaha akan mengembangkan minimal 2 (dua) desain baru. Sehingga rekapitulasi untuk DDS APBN 2022 adalah 9 daerah, 10 desainer, 20 pelaku usaha serta minimal 40 desain baru, baik produk maupun kemasan.</p>

Laporan Kinerja

	<p>Adapun tahapan pelaksanaan kegiatan pendampingan sebagai berikut:</p> <p>a. Persiapan Kegiatan</p> <p>Kegiatan persiapan dilakukan sebagai tahap yang mengidentifikasi kebutuhan seluruh kegiatan, melakukan perencanaan tahapan yang terkoordinasi satu sama lain, serta melakukan standarisasi output kegiatan sebagai bahan pertanggung jawaban pelaporan yang meliputi :</p> <p>a. Penentuan Daerah Sasaran Kegiatan</p> <p>b. Perencanaan Program</p> <p>c. Publikasi Rekrutmen dan Penerimaan Berkas Pelamar</p> <p>b. Seleksi Pelaku Usaha</p> <p>Tahap Seleksi Pelaku Usaha DDS APBN 2022 ini dibuka mulai tanggal 27 Januari hingga 27 Februari 2022 dan telah menjangkau 314 pelaku usaha, yang terdiri dari pendaftar umum dan usulan dinas. Berdasarkan seleksi administrasi yang telah dilakukan, terpilih 48 pelaku usaha dari 9 daerah untuk mengikuti seleksi wawancara. DDS tahun 2022 berdasarkan hasil seleksi oleh para tenaga ahli menentukan 20 (dua puluh) pelaku usaha yang akan menerima fasilitasi pendampingan desain oleh desainer di tiap daerah. Tahapan ini dilakukan secara daring melalui Zoom Meeting selama 2 hari. Tim kurator melakukan seleksi berdasarkan hasil wawancara serta company profile dan foto contoh produk yang telah diserahkan Dinas Indag setempat sesuai dengan persyaratan pelaku usaha yang ditentukan oleh tim PEJPK.</p> <p>Perkembangan Tahap Kurasi Pelaku Usaha yang terpilih mendapat fasilitasi DDS, yaitu:</p> <p>1) Provinsi Aceh</p> <p>Dilakukan pada tanggal 7 April 2022 yang diikuti oleh 5 pelaku usaha. Penentuan 5 pelaku usaha berdasarkan seleksi administrasi yang sebelumnya dilakukan oleh tim desainer dengan melihat <i>company profile</i> dan foto contoh produk. Peserta seleksi merupakan pelaku usaha di bidang <i>fashion</i>. Dikarenakan seleksi secara daring memiliki keterbatasan, dimana desainer tidak bisa melihat workshop dan mengamati produknya secara langsung. Setelah hasil seleksi diputuskan 2 (dua) pelaku usaha potensial yang akan dikunjungi pada Pendampingan Tahap I.</p> <p>2) Provinsi Jawa Tengah</p> <p>Dilakukan pada tanggal 7 April 2022 yang diikuti oleh 3 pelaku</p>
--	---

Laporan Kinerja

	<p>usaha. Peserta seleksi merupakan pelaku usaha di bidang <i>furniture</i>, <i>fashion</i> dan <i>home decor</i>. Pada hasil seleksi diputuskan 2 (dua) pelaku usaha potensial yang akan dikunjungi pada Pendampingan Tahap I.</p> <p>3) Provinsi Jawa Barat</p> <p>Dilaksanakan pada tanggal 7 April 2022, dengan melakukan seleksi kepada 5 pelaku usaha. Peserta seleksi merupakan pelaku usaha di bidang <i>home decor</i>. Hasil seleksi telah ditentukan dari 5 (lima) pelaku usaha yang akan menerima fasilitasi pendampingan oleh desainer dipilih 2 (dua) pelaku usaha. Selanjutnya desainer akan secara langsung melakukan pendampingan kepada pelaku usaha yang telah dipilih pada Pendampingan Tahap 1 untuk memastikan keberadaan <i>workshop</i>, kapasitas produksi, tenaga kerja/sumber daya manusia serta melihat kinerja manajerial/operasional usaha.</p> <p>4) Provinsi DIY</p> <p>Dilaksanakan pada tanggal 7 April 2022, dengan melakukan seleksi kepada 10 pelaku usaha potensial di Provinsi DIY. Peserta seleksi merupakan pelaku usaha di bidang <i>home décor</i>, <i>fashion</i>, perhiasan dan <i>furniture</i>. Hasil seleksi telah ditentukan 4 (empat) pelaku usaha yang akan menerima fasilitasi pendampingan oleh 2 desainer.</p> <p>5) Provinsi Bangka Belitung</p> <p>Dilaksanakan pada tanggal 8 April 2022, dengan melakukan seleksi kepada 5 pelaku usaha potensial di Provinsi Bangka Belitung. Peserta seleksi merupakan pelaku usaha di bidang makanan ringan. Hasil seleksi telah ditentukan 2 (dua) pelaku usaha yang akan menerima fasilitasi pendampingan oleh 1 desainer.</p> <p>6) Provinsi Jawa Timur</p> <p>Dilaksanakan pada tanggal 8 April 2022, dengan melakukan seleksi kepada 5 pelaku usaha potensial Provinsi Jawa Timur. Peserta seleksi merupakan pelaku usaha di bidang makanan, ikan dan daging olahan, rempah olahan dan kopi olahan. Hasil seleksi telah ditentukan 2 (dua) pelaku usaha yang akan menerima fasilitasi pendampingan oleh desainer.</p> <p>7) Provinsi Kalimantan Timur</p> <p>Dilaksanakan pada tanggal 8 April 2022, dengan melakukan seleksi kepada 5 pelaku usaha potensial di Provinsi Kalimantan Timur. Peserta seleksi merupakan pelaku usaha di bidang kopi olahan, makanan ringan, ikan dan daging olahan. Hasil seleksi telah ditentukan 2 (dua) pelaku usaha yang akan menerima</p>
--	--

Laporan Kinerja

	<p>fasilitasi pendampingan oleh desainer.</p> <p>8) Provinsi Bali</p> <p>Dilaksanakan pada tanggal 8 April 2022, dengan melakukan seleksi kepada 6 pelaku usaha potensial di Provinsi Bali. Peserta seleksi merupakan pelaku usaha di bidang perhiasan, <i>home décor</i> serta alas kaki. Pada hasil seleksi diputuskan 2 (dua) pelaku usaha potensial yang akan dikunjungi pada Pendampingan Tahap I.</p> <p>9) Provinsi Nusa Tenggara Barat</p> <p>Dilaksanakan pada tanggal 8 April 2022, dengan melakukan seleksi kepada 4 pelaku usaha di Provinsi Nusa Tenggara Barat. Peserta seleksi merupakan pelaku usaha di bidang <i>home décor</i> dan perhiasan. Hasil seleksi telah ditentukan 2 (dua) pelaku usaha yang akan menerima fasilitasi pendampingan oleh desainer.</p> <p>c. Seleksi Desainer</p> <p>Pendaftaran tenaga ahli atau desainer dilaksanakan pada tanggal 7 – 18 Maret 2022 dengan total jumlah pendaftar sebanyak 93 orang. Kegiatan Seleksi atau Kurasi Desainer DDS 2022 telah dilaksanakan pada 18 – 19 April 2022. Sistem seleksi dibagi menjadi 2 bagian yaitu: Seleksi administratif dan wawancara.</p> <p>Pada seleksi administratif calon peserta mengirimkan biodata dan informasi pendukung lainnya yang lebih tematis yaitu informasi tentang pengalaman keterlibatan mereka pada kegiatan-kegiatan pendampingan pengembangan produk para pelaku usaha. Selanjutnya semua berkas dikirimkan ke panitia melalui imel yang telah disebutkan dalam <i>flyer</i> untuk dievaluasi dan dilakukan penyaringan secara administratif (desk evaluation). Seleksi wawancara dibagi menjadi 2 sesi, panitia telah membagi pelamar sesuai dengan 2 sesi tersebut di atas. Berdasarkan kurasi tersebut, terpilih 10 tenaga ahli DDS dengan daerah penugasan sebagai berikut:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Freddy Chrisswantra : Bali 2) Mufti Alem : DI Yogyakarta 1 3) Fauzi Adhika :DI Yogyakarta 2 4) Iman Setiobudy : NTB 5) Fauzy Prasetya K : Jawa Barat 6) Baginda Wisnu Wardhana : Aceh 7) Eugenio Hendro : Jawa Tengah 8) Della : Bangka Belitung (Kemasan) 9) Tri Anugrah : Jawa Timur (Kemasan) 10) Anton Dwinanto : Kalimantan Timur (Kemasan)
--	--

Laporan Kinerja

	<p>d. Pendampingan Tahap I</p> <p>Tahap pendampingan merupakan inti dari kegiatan DDS dimana desainer mulai terjun ke lapangan melakukan kegiatan pendampingan teknis (<i>dispatching</i>) bagi pelaku usaha. Setiap selesai menyelesaikan tahapan, seluruh desainer melaksanakan evaluasi melalui diskusi dari hasil paparan kerja terakhir.</p> <p>Metode kegiatan tahap ini diperoleh kesepakatan antara tenaga ahli dan pelaku usaha terkait konsep pengembangan produk/kemasan dan penandatanganan perjanjian kerjasama. Secara garis besar hasil kegiatan pendampingan tahap I sebagai berikut:</p> <p>1) Bangka Belitung (Kemasan)</p> <p>Pendampingan tahap I dilakukan pada tanggal 18-21 Mei 2022 dengan didampingi oleh Della selaku Desainer.</p> <p>a) Getas Cap Tani (Produk: Getas)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Negara Tujuan Ekspor: China, Singapura, Taiwan, Hongkong, Arab Saudi dan UAE - Konsep Desain: kemasan premium <p>b) Sella Getas (Produk: Getas)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Negara Tujuan Ekspor: China, Singapura, Taiwan, Hongkong, Arab Saudi dan UAE - Konsep Desain: kemasan pouch berbagai macam ukuran dan rasa dengan target konsumen anak muda usia antara 15-35 tahun. <p>2) Jawa Timur (Kemasan)</p> <p>Pendampingan tahap I dilakukan pada tanggal 7-10 Juni 2022 dengan didampingi oleh Tri Anugrah selaku Desainer.</p> <p>a) UD. Dede Satoe (Produk: Sambal)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Negara Tujuan Ekspor: USA - Konsep Desain: memperkuat positioning perusahaan DedeSatoe dan implementasi brand-nya. Pemilihan jenis kemasan menggunakan pouch flexy full print untuk meminimalisir resiko bocor dan memaksimalkan tampilan grafis pada fisik kemasan. <p>Gaya desain kemasan mengarah ke klasik, firm, mature, untuk menggambarkan establishment dari produknya itu sendiri. Menampilkan elemen ragam hias khas Nusantara / Jawa Timur</p> <p>b) UD. Mitra Karya Tani (Produk: Kopi Ledug)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Negara Tujuan Ekspor: Korea - Konsep Desain: redesain logo Ledug untuk memperkuat positioning. Gaya desain modern, urban, solid,
--	---

Laporan Kinerja

	<p>minimalist, to the point. Menampilkan ikon lokal secara subtle dan futuristik. Memosisikan produk sebagai alat penutup, bagian dari menikmati pengalaman kopi, terintegrasi dengan tanggung jawab sosial kepada petani dan lingkungan.</p> <p>3) Kalimantan Timur (Kemasan)</p> <p>Pendampingan tahap I dilakukan pada tanggal 5-8 Juni 2022 dengan didampingi oleh Anton Dwinanto selaku Desainer.</p> <p>a) BDS Snack (Produk: Amplang)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Negara Tujuan Ekspor: China, Taiwan, Malaysia. - Konsep Desain: akan dibuat kemasan untuk varian original. <p>b) CV. Azra Sentosa Jaya (Produk: Peyek Kepiting)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Negara Tujuan Ekspor: China, Taiwan, Filipina, Malaysia. - Konsep Desain: Menggunakan merek Mr. Crabs. Akan dibuat kemasan yang disesuaikan bahasanya dengan negara tujuan dengan 4 varian yaitu: original, BBQ, Lada Hitam, Pedas. <p>4) DI Yogyakarta 1</p> <p>Pendampingan tahap I dilakukan pada tanggal 6-9 Juni 2022 dengan didampingi oleh Mufti Alem selaku Desainer.</p> <p>a) PT. Wastraloka Indo Kreasi (Produk: Homedecor dari bahan galvalume bekas dengan lukisan motif batik)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Negara Tujuan Ekspor: Prancis dan Inggris - Konsep Desain: produk dekorasi outdoor seperti aneka wadah dan pot bunga dengan pertimbangan pembuatan produk untuk keperluan konsumsi makanan (cangkir dan teko) akan terganjal peraturan food grade yang berbeda-beda di tiap negara tujuan ekspor. <p>b) PT. Sumber Inti Home (Produk: furniture yang didesain oleh desainer Australia yang membawa merek La Maison Australia)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Negara Tujuan Ekspor: Inggris - Konsep Desain: produk yang tidak jauh berbeda dari desain yang sudah dibuat sebelumnya dengan pertimbangan PT. Sumber Inti Home sudah memiliki spesialisasi produk berdesain mediteranian <p>5) Jawa Tengah</p> <p>Pendampingan tahap I dilakukan pada tanggal 6-9 Juni 2022 dengan didampingi oleh Eugenio Hendro selaku Desainer.</p> <p>a) CV. Meuble Land (Produk: Meuble)</p>
--	--

Laporan Kinerja

	<ul style="list-style-type: none"> - Negara Tujuan Ekspor: USA, Jerman dan Belanda. - Konsep Desain: produk premium b) CV. Syams Indonesian Handicraft (Produk: Tas dari anyaman plastik) <ul style="list-style-type: none"> - Negara Tujuan Ekspor: USA - Konsep Desain: tas dengan berbagai ukuran dengan target market anak muda dan Wanita. <p>6) DI Yogyakarta 2</p> <p>Pendampingan tahap I dilakukan pada tanggal 6-9 Juni 2022 dengan didampingi oleh Fauzi Arif Adhika selaku Desainer.</p> <ul style="list-style-type: none"> a) Tropis Homedeco <ul style="list-style-type: none"> - Negara Tujuan Ekspor: Norway, Sweden, Finland - Konsep Desain: Tableware, kitchenware dan mebel semen (optional). Membidik existing pasar Tropis homedeco untuk meningkatkan nilai transaksi. b) CV. T Vintage an Recycle Iron <ul style="list-style-type: none"> - Negara Tujuan Ekspor: Jerman dan Korea Selatan - Konsep Desain: stool low poly binatang dan cabinet. Buyer dari Jerman dan Korsel selama ini memesan produk custom dan menanyakan produk yang didesain sendiri oleh T. Vintage. Sehingga calon buyer sudah siap. <p>7) Bali</p> <p>Pendampingan tahap I dilakukan pada tanggal 1-4 Juni 2022 dengan didampingi oleh Freddy Chriswantra selaku Desainer.</p> <ul style="list-style-type: none"> a) Anom Silver (Produk: Perhiasan silver handmade) <ul style="list-style-type: none"> - Negara Tujuan Ekspor: Jepang dan Korsel - Konsep Desain: Gaya bohemian modern dengan tetap menjaga nilai- nilai endeik Anom Silver namun menyematkan gaya desain modern sehingga mengarah pada kaum muda. b) WH Bali (Produk: Tas dan alas kaki kulit dengan Teknik ukir) <ul style="list-style-type: none"> - Negara Tujuan Ekspor: Jepang dan Korsel - Konsep Desain: Gaya bohemian dengan penekanan pada Teknik manual bernuansa etnik Bali namun tetap dikemas secara modern dengan mengacu pada trend global. <p>8) Aceh</p> <p>Pendampingan tahap I dilakukan pada tanggal 21-24 Juni 2022 dengan didampingi oleh Baginda Wisnu Wardhana selaku Desainer.</p> <ul style="list-style-type: none"> a) Putroena Souvenir (Produk: Tas motif khas Aceh) <ul style="list-style-type: none"> - Negara Tujuan Ekspor: USA
--	--

Laporan Kinerja

	<ul style="list-style-type: none"> - Konsep Desain: Produk tas kasual sehari-hari dan penunjang kegiatan travel dengan material tas yang lebih durable, ukuran yang disesuaikan serta pendekatan teknik aplikasi motif Aceh yang berbeda. b) Publo Bags (Produk: Tas motif khas Aceh) <ul style="list-style-type: none"> - Konsep Desain: Tas tangan wanita bergaya kasual, kombinasi material alam eceng gondok. - Negara Tujuan Ekspor: Australia Negara Tujuan Ekspor: Australia <p>9) Nusa Tenggara Barat</p> <p>Pendampingan tahap I dilakukan pada tanggal 14-17 Juni 2022 dengan didampingi oleh Iman Setiobudy selaku Desainer.</p> <ul style="list-style-type: none"> a) Maza Handcrafted Pearl and Jewelry <ul style="list-style-type: none"> - Negara Tujuan Ekspor: Singapura, Malaysia - Konsep Desain: kalung bertajuk "Lambung Pearl" yang terinspirasi dari pakaian adat suku Sasak untuk Wanita (Lambung) b) Bale Rattan <ul style="list-style-type: none"> - Negara Tujuan Ekspor: Singapura, Malaysia - Konsep Desain: Lampu Begasingan dan Nipah Bucket bag <p>10) Jawa Barat</p> <p>Pendampingan tahap I dilakukan pada tanggal 21-24 Juni 2022 dengan didampingi oleh Fauzy Prasetya selaku Desainer.</p> <ul style="list-style-type: none"> a) Handayani Geulis Batik Bogor (Produk: Batik) <ul style="list-style-type: none"> - Negara Tujuan Ekspor: Kawasan Asia - Konsep Desain: produk homedecor seperti wall hanging b) PT. Global Natura Kreativa (Produk: gift box/hampers dan merchandise) <ul style="list-style-type: none"> - Negara Tujuan Ekspor: Asia Tenggara khususnya Singapura - Konsep Desain: Stationery set dari bamboo <p>e. Pendampingan Tahap II</p> <p>Pendampingan tahap II bertujuan untuk melanjutkan pengembangan produk sampai diperoleh produk setengah jadi. Pada tahap tersebut, desainer memberikan masukan terhadap produk yang telah dibuat untuk dapat dilanjutkan menjadi produk jadi. Pada tahap kedua ini desainer sudah melakukan proses visualisasi ide menjadi produk setengah jadi melalui kemampuan produksi pelaku usaha. Proses ini sangat menentukan keberhasilan realisasi ide menjadi desain yang</p>
--	---

Laporan Kinerja

diharapkan kedua belah pihak. Secara garis besar hasil kegiatan pendampingan tahap II sebagai berikut:

No	Daerah	Desainer	Pelaku Usaha	Tanggal pendampingan Tahap II
1	Aceh	Baginda Wisnu Wardana	- Putroena Souvenir - Publo bags	28 - 31 Agustus 2022
2	Bangka Belitung	Della	- Getas Super Cap Tani - Sella Getas	23 - 26 Agustus 2022
3	Jawa Barat	Fauzy Prasetya	- Handayani Geulis - PT. Global Natura Kreativa	9 - 12 Agustus 2022
4	Jawa Tengah	Eugenio Hendro	- CV. Meuble Land - CV. Syams Indonesian Handicraft	28 - 31 Agustus 2022
5	DIY (1)	Fauzi Arif Adhika	- CV T Vintage and Recycle Iron - Tropis homedeco	9 - 12 Agustus 2022
6	DIY (2)	Mufti Alem	- PT. Sumber Inti Home - PT. Wastraloka Indo Kreasi	9 - 12 Agustus 2022
7	Jawa Timur	Tri Anugrah	- UD. Dede Satoe - UD. Mitra Karya Tani	2-5 Agustus 2022
8	Kalimantan Timur	Anton Dwinanto	- BDS Snack - CV Azra Sentosa Jaya	14-17 Agustus 2022
9	Bali	Freddy Chriswantra	- Anom Silver - Wh Bali	2-5 Agustus 2022
10	Nusa Tenggara Barat	Iman Setiobudy	- Bale Rattan - Mazza Handcrafted Pearl and Jewelry	2-5 Agustus 2022

f. Pendampingan Tahap III

Pendampingan tahap III ini adalah kegiatan terakhir karena pada tahap ini desainer dan pelaku usaha telah menentukan desain produk akhir yang akan dipromosikan dalam pameran dagang internasional. Pada tahap tersebut diharapkan produk sudah jadi. Apabila terdapat revisi hanya bersifat minor. Kegiatan lain pada tahap tersebut adalah pengambilan video untuk pembuatan materi promosi dan publikasi.

No	Daerah	Desainer	Pelaku Usaha	Tanggal pendampingan Tahap III
1	Aceh	Baginda Wisnu Wardana	- Putroena Souvenir - Publo bags	4 - 7 Oktober 2022
2	Bangka Belitung	Della	- Getas Super Cap Tani - Sella Getas	26 - 29 September 2022
3	Jawa Barat	Fauzy Prasetya	- Handayani Geulis	26 - 29 September 2022

Laporan Kinerja

			- PT. Global Natura Kreativa	
4	Jawa Tengah	Eugenio Hendro	- CV. Meuble Land - CV. Syams Indonesian Handicraft	10 - 13 Oktober 2022
5	DIY (1)	Fauzi Arif Adhika	- CV T Vintage and Recycle Iron - Tropis homedeco	10 - 13 Oktober 2022
6	DIY (2)	Mufti Alem	- PT. Sumber Inti Home - PT. Wastraloka Indo Kreasi	3 - 6 Oktober 2022
7	Jawa Timur	Tri Anugrah	- UD. Dede Satoe - UD. Mitra Karya Tani	4 - 7 Oktober 2022
8	Kalimantan Timur	Anton Dwinanto	- BDS Snack - CV Azra Sentosa Jaya	27 - 30 September 2022
9	Bali	Freddy Chriswantra	- Anom Silver - Wh Bali	12 - 15 Oktober 2022
10	Nusa Tenggara Barat	Iman Setiobody	- Bale Rattan - Mazza Handcrafted Pearl and Jewelry	3 - 6 Oktober 2022

g. Monitoring dan Evaluasi

a. Monitoring dan evaluasi tahap I

Monev Tahap I dilaksanakan secara daring pada 20-21 Juli 2022 untuk mengidentifikasi permasalahan yang timbul pada kegiatan pendampingan tahap I, melakukan pengecekan kelengkapan administrasi dan menyusun rencana aksi tahap berikutnya.

Pada saat pelaksanaan evaluasi, desainer menyampaikan paparan hasil pelaksanaan pendampingan tahap 3 sesuai urutan yang telah disampaikan di rundown selama 10 – 15 menit, kemudian narasumber memberikan tanggapan atau masukan terhadap hasil yang telah disampaikan.

b. Monitoring dan evaluasi tahap II

Monev DDS Tahap II ini bertujuan untuk mengevaluasi pelaksanaan kegiatan pendampingan DDS Tahap II pada Bulan Juli dan Agustus 2022 serta menindaklanjuti monev DDS Tahap I pada 20 – 21 Juli 2022 sekaligus mendapatkan masukan dari para tenaga ahli dan perwakilan perdagangan terkait pengembangan desain yang sesuai dengan tren dan preferensi pasar negara tujuan ekspor.

Pada kesempatan ini diberikan kesempatan kepada Tenaga Ahli untuk memaparkan perkembangan desain dan dilanjutkan dengan sesi masukan dan tanggapan dari tenaga ahli dan perwakilan perdagangan.

Laporan Kinerja

Evaluasi DDS 2022			
Nama Perusahaan	Alamat Perusahaan	Nama produk	Negara Mengekspor Produk
Putroena Souvenir	Jln Medan - B.Aceh desa Ulee madon kec.Muara Batu kab.Aceh utara propinsi Aceh	Tas bordir motif khas Aceh	Amerika
PUBLO Bags	Jl. Tgk. Di Balee Desa Ulee Reuleung Kecamatan Dewantara, Aceh Utara - Prov. Aceh	Tas ukir berbahan kulit	
Wh Bali	Jalan Gunung Batok V no 8, Tegal Harum, Denpasar, Bali	Tas kulit ukir	Canada, Australia, Singapura, dan Belanda
Anom Silver	Jl. Raya Celuk, Sukawati. Gianyar	Perhiasan dan aksesoris perak	China
Getas Super Cap Tani	jalan Gudang Padi Kel. Pasar Padi Kec. Girimaya Kota Pangkalpinang Provinsi Kep. Bangka Belitung	Kerupuk getas	
Sella Getas	Jl. Koba Lama, Km. 8,5, No.372, Kampung Minfo, Beluluk, Bangka Tengah	Kerupuk getas	
Tropis Homedeco	Cabean, Bantul, DIY	Homedeco, furniture dari bahan teracota, cement, GRC	Belanda, Namibia, dan USA
PT Wastraloka Indo Kreasi	Jl. Ring road Timur rt 18/rw 37 Tegal Tandan, Banguntapan, Bantul, Yogyakarta	Souvenir dab homedecor dari limbah galvalum	Belanda dan Singapura
PT. Sumber Inti Home	Jl. Imogiri Timur Km. 6.5 Nglebeng Baru, Tamanan, Banguntapan, Bantul	Furniture bahan kayu, besi dan rotan	Australia dan Selandia Baru
CV T Vintage And Recycle Iron	Jalan Monumen Bibis RT 01 RW28,Dusun Bibis Desa Bangunjiwo Kecamatan Kasihan Bantul Yogyakarta	Furniture dan homedecor dari bahan recycle drum oli bekas	Prancis, Belanda, Jerman, Inggris, Amerika Serikat, Korea, dan Jepang

Laporan Kinerja

	PT Global Natura Kreativa	Jl. R. Kosasih Rt.1/8 no.21 Cikaret Bogor Selatan 16132	Homedecor dan souvenir berbahan bambu	
	Handayani Geulis Batik Bogor	Jalan Bogor Baru A3 No.16, Tegal Gundil, Bogor Utara, RT.04/RW.03, Tegal Gundil, Kec. Bogor Utara, Kota Bogor, Jawa Barat 16152	Fashion dan <i>hometextile</i> dari batik	
	CV. Syams Indonesian Handicraft	Jl. Juwana Jakenan KM3 Selatan TPK Desa Karang Rejo Kecamatan Juwana Kabupaten Pati	Tas daur ulang plastik	Jepang, Amerika, dan Eropa
	CV Meuble Land	Jlbkh wahid hasyim no 162a bapangan jepara	Furniture bahan kayu dan rotan	
	UD Mitra Karya Tani	Jl Pslem Jaya gang 6 nmr 63 desa Palembang. Kec Prigen. Kab Pasuruan. Jawa Timur.08123576773 7	kopi	
	UD Dede Satoe	JL Tenggilis Timur VI/DD-1 Surabaya, Jawa Timur.	sambal	USA, Canada, New Zealand, dan Australia
	BDS Snack	Bangsai pengolahan perikanan PPI Mnahgar Baru Jln. Rekreasi Lama Rt.13.nmr 4 Manggar Baru Balikpapan Timur.Balikpapan Kal-Tim	amplang	
	CV. Azra Sentosa Jaya	Jl. Strat 2 No. 30 Rt. 17 Gunung Samarinda Balikpapan Utara, Kota Balikpapan, Kalimantan Timur	Peyek kepiting	
	Bale Rattan Lombok	Jl. Pariwisata No.samping, baru, Kuta, Kec. Pujut, Kab. Lombok Tengah,	Homedecor	America, Australia Namibia, Norwegia, UK, Italy, Singapura, Filipina, dll

Laporan Kinerja

	Nusa Tenggara Barat.		
Maza Handcrafted Pearl and Jewelry	Komplek Pertokoan Bumi Kodya Asri blok B-10	Perhiasan dan aksesoris	Malesia, UK, dan Australia

2. Good Design Indonesia (GDI)

Seleksi Desain dilaksanakan melalui kegiatan *Good Design Indonesia (GDI)*. GDI adalah sebuah ajang penganugerahan yang diberikan kepada desainer atau pelaku usaha di Indonesia, yang mampu menghasilkan produk atau karya desain kreatif, inovatif, serta memiliki nilai komersial tinggi di pasar internasional. GDI merupakan adaptasi dari model seleksi desain Good Design Award atau G-Mark Jepang. Pada pelaksanaannya, DJPEN bekerjasama dengan JDP melalui program Pertukaran Juri (Jury Exchange). Dalam hal ini, JDP menugaskan salah satu juri G-Mark untuk berpartisipasi pada proses penjurian GDI tahap ke-2 di Jakarta. Sebaliknya, DJPEN juga menunjuk salah satu juri GDI sebagai perwakilan Indonesia pada 2nd screening G-Mark di Tokyo.

GDI dilaksanakan melalui beberapa tahap antara lain:

- Pembentukan Panitia Penyelenggara Good Design Indonesia 2022**
 Dalam rangka kelancaran persiapan dan pelaksanaan kegiatan *Good Design Indonesia 2022*, maka disusunlah tim panitia penyelenggara, yang dituangkan ke dalam Surat Keputusan (SK) Direktur Pengembangan Produk Ekspor DJPEN Kementerian Perdagangan, Nomor 7 Tahun 2022, Tentang “Perubahan Tim Kerja Pelaksana Kegiatan Di Direktorat Pengembangan Produk Ekspor Tahun Anggaran 2022”.
- Penentuan Kategori Produk**
 Tahun 2022 ini GDI membuka 17 kategori produk (Sesuai GDA 2021) yang dapat diikuti oleh peserta.
- Pendaftaran Daring GDI**
 Pendaftaran GDI 2022 dibuka secara *online* pada 7 Januari dan ditutup 30 April 2022 melalui situs iddc.kemendag.go.id/gdi. Pada penyelenggaraan kali ini, GDI membuka 17 kategori bagi pendaftar sebagaimana terlampir. Berdasarkan data yang masuk, tercatat sebanyak 496 pendaftar yang memenuhi persyaratan administrasi dan mengisi 17 kategori. Apabila dibandingkan dengan tahun sebelumnya, jumlah pendaftar GDI 2022 mengalami kenaikan sebesar 16.16%.

Laporan Kinerja

	<p>d) Roadshow Sosialisasi GDI 2022</p> <p>Sebagai upaya mempublikasikan kegiatan GDI kepada masyarakat luas, terutama para desainer dan pelaku usaha berorientasi ekspor, maka dilaksanakan kegiatan promosi secara hybrid di 5 kota bekerja sama dengan Disperindag yaitu di Bandung, Surabaya, Yogyakarta, Makassar, dan Jakarta pada bulan Februari – Maret 2022, serta melalui akun media sosial resmi Kementerian Perdagangan, dan yang dikelola oleh Direktorat Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional.</p> <p>Selain itu upaya lainnya untuk menjaring calon peserta adalah melalui sosialisasi dalam bentuk seminar di tiga kota, yaitu Jakarta, Bandung dan Denpasar, pada bulan Maret 2022. Sosialisasi ini juga bekerjasama dengan <i>Japan External Trade Organization (JETRO)</i>, Jakarta.</p> <p>e) Kick Off Meeting dan Briefing Juri</p> <p>Kegiatan <i>Kick Off Meeting</i> dan briefing Juri dilaksanakan secara luring pada 17 Mei 2022 bertempat di Auditorium Kementerian Perdagangan. Peserta yang hadir secara luring selain kami adalah Sdr Petty S. Fatimah, Sdr. Pradipto Sugondo dan Sdr Catharina Widjaja, Sdr Fitorio Bowo Leksono, Sdr Harry Maulana, Sdr Jacob Silas Mussry, Sdr Mira Prihatini, Sdr Paramandu Suwastomo, Sdr Tuhu Nugraha Dewanto, dan Sdr Yacobus Gatot S.n. Pada kesempatan ini dibahas mengenai waktu pelaksanaan serta teknik penjurian GDI Tahap I.</p> <p>1) Dewan Pengarah GDI 2022</p> <p style="padding-left: 40px;">Ketua : Dirjen PEN Kementerian Perdagangan RI</p> <p style="padding-left: 40px;">Anggota : 1. Direktur Pengembangan Produk Ekspor, Kementerian Perdagangan. 2. F.X. Ceasefiarto Soebiantoro, <i>Chief Executive Officer PT. Gambaran Kasih Indonesia (Gambaranbrand)</i>. 3. Gregorius Antar Awal (CEO Han Awal & <i>Partner Architects</i>).</p> <p>2) Tim Juri GDI 2022</p> <p style="padding-left: 40px;">Ketua : Pradipto Sugondo, Direktur DNB Design Works.</p> <p style="padding-left: 40px;">Anggota : 1. Jacob Silas Mussry Presiden <i>Indonesia Council for Small Business</i>.</p>
--	---

Laporan Kinerja

	<ol style="list-style-type: none"> 2. Petty S. Fatimah, <i>Editor in Chief Femina, Editorial Director</i> (Prana Group). 3. Pradipto Sugondo, <i>Direktur DNB Design Work</i>. 4. Tuhu Nugraha Dewanto, <i>Internal Advisor Upnormals Pingfans</i>. 5. Yacobus Gatot S, <i>Co-Founder Arcadia Architect & M Bloc Space</i>. 6. Catharina Widjaja, <i>Ketua Kamar Dagang dan Industri Indonesia Komite Inggris dan Irlandia dan Direktur Alun-Alun Indonesia</i>. 7. Fitorio Bowo Leksono, <i>Sekretaris Jenderal ADPII dan Ka-Prodi Desain Produk Universitas Pembangunan Jaya</i>. 8. Harry Maulana, <i>Industrial Designer/Direktur/Brand Owner PT. Harimau Design Indonesia</i>. 9. Mira Prihatini, <i>Sekretaris HDII Jakarta, Creative Director Mira & Associates</i>. 10. Paramandu Suwastomo, <i>Creative Director PT. Bayu Kreasi Global</i>. <p>f) Penjurian Tahap I</p> <p>Penjurian GDI Tahap I dilaksanakan secara luring pada tanggal 18-19 Mei 2022 dengan metode digital dimana seluruh dokumen produk, form penilaian juri dan form rekapitulasi untuk panitia dapat diakses melalui website GDI. Setiap juri memberikan penilaian mandiri terhadap seluruh produk-produk yang ada melalui tautan laman penjurian. Hasil penilaian juri secara otomatis langsung masuk ke dalam matriks rekapitulasi penilaian yang berada di laman Admin GDI.</p> <p>Kemudian, Tim Juri melakukan diskusi melalui aplikasi Zoom Meeting untuk memutuskan produk-produk yang lolos dan yang tidak lolos penjurian GDI tahap pertama. Jumlah pendaftar GDI 2022 mengalami kenaikan sebesar 16,16% dibandingkan dengan tahun 2021 yang mencapai 427. Dari 17 kategori yang disediakan, lima besar kategori yang banyak dipilih adalah <i>Accessories and Wearable</i> (206), <i>Media and Contents</i> (59), <i>Furniture/Equipment and Facilities for Office and Public</i> (51), <i>Household Goods</i> (37), <i>Housing Fixtures</i> (30). Berdasarkan hasil penjurian diputuskan bahwa 88 produk dari 17 kategori dinyatakan lolos penjurian tahap pertama.</p>
--	---

Laporan Kinerja

	<p>g) Penjurian Tahap II</p> <p>Penjurian Tahap II juga telah selesai dilaksanakan pada tanggal 16-18 Juni 2022 Secara <i>Hybrid</i>, bertempat di Ruang Auditorium Kementerian Perdagangan. Penjurian menerapkan metode tatap muka dan daring, dengan tetap mengedepankan Protokol Kesehatan demi keamanan Tim Juri, panitia dan peserta yang hadir.</p> <p>Berdasarkan hasil penjurian GDI tahap I, sebanyak 88 produk dari 17 kategori dinyatakan lolos untuk mengikuti penjurian tahap II. Adapun tim Juri pada seleksi putaran ke-2 ini terdiri dari 11 Tim Juri termasuk juri dari Jepang,</p> <p>Sebagai hasilnya, Berdasarkan hasil diskusi para juri diputuskan bahwa sebanyak 50 produk dinyatakan sebagai pemenang GDI 2022, yang terdiri dari 10 produk yang berasal dari 7 kategori meraih <i>Best Design</i> dan 40 produk meraih <i>Good Design</i>.</p> <p>Berdasarkan hasil verifikasi tersebut, terdapat beberapa catatan penting yang dalam kegiatan GDI 2022 yaitu:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Untuk produk <i>prototype</i> tahun ini tetap bisa mendapat <i>GDI Best</i> • Untuk GDI 2023 tidak ada lagi produk <i>prototype</i>. Untuk sosialisasi GDI 2023 harus disebutkan tertulis bahwa produk yang diajukan harus yang sudah dipasarkan, bukan <i>prototype</i>. • Untuk kategori arsitektur perlu diberi catatan bahwa produk harus bisa direplikasi dalam jumlah yang banyak • Untuk proyek interior tidak lagi produk interior pribadi karena desainnya berdasarkan selera konsumen yang memesan bukan tren di pasaran <p>h) Partisipasi Pada GDA di Jepang</p> <p>Sebagaimana hasil penjurian GDI 2022 Tahap II yang telah dilaksanakan pada 15-17 Juni 2022, telah disepakati sebanyak 50 produk mendapatkan penghargaan dengan 2 kategori, yaitu : 10 produk dengan kategori Best Design dan 40 produk dengan kategori Good Design. Hal tersebut telah disampaikan melalui surat resmi kepada para peserta dan ditayangkan pada media sosial Kemendag pada 25 Juni 2022.</p> <p>Dari 50 produk yang telah mendapatkan penghargaan tersebut, tim Juri telah sepakat untuk memberikan kesempatan kepada 20 produk untuk mengikuti pe njurian tahap 2 pada ajang Good Design Award di Jepang.Keputusan tersebut berdasarkan perolehan nilai tertinggi dari hasil penjurian tahap 2 GDI.</p>
--	--

Laporan Kinerja

Kegiatan penjurian GDA akan dilaksanakan di Aichi, Nagoya Jepang pada 2-4 Agustus 2022. Sekitar 5.000 produk dari berbagai negara akan dinilai oleh 60 juri dari berbagai negara.

Adapun 50 produk yang telah mendapatkan penghargaan tersebut adalah

No	Nama Produk	Nama Perusahaan	Lokasi
Penghargaan GDI Best Design			
1	Kain Daur Ulang	DAUR LANGKAH BERSAMA	Surabaya
2	KATA	BANA ANDARU NUSANTARA	Bandung
3	Recycled Weaving Panel	BERKAT KRIYA TRITUNGGAL	Jakarta
4	BOBOCABIN	BOBOBOX MITRA INDONESIA	Bandung
5	Menuju Tubaba / CITY BRANDING	NUSA ARTHA ESTETIKA	Bandung
6	Natabata	ANDY RAHMAN ARCHITECT	Sidoarjo
7	Ngekos	ANDY RAHMAN ARCHITECT	Sidoarjo
8	Bata interlock	BATA LEGO MADURA	Bangkalan
9	Dark Chocolate Bar Ransiki West Papua 72%	ROSSO BIANCO	Jakarta
10	Pedulilindungi	Digital Transformation Office Kementerian Kesehatan	Jakarta
Penghargaan GDI Good Design			
1	Konsep Nusantara Heritage pada WExSUJI Mini Roaster 100	PUDAK ORIENTAL INDONESIA	Bandung
2	Yant Sorghum	DELLA	Jakarta
3	Lima Meca Revolt	HERMAN TANTRIADY	Jakarta
4	Tas Katingan	LEWU HANDEP HARUEI	Palangkaraya
5	Gring Sing Clutch	ADIGUNA MAKMUR	Sumatera Utara

Laporan Kinerja

			Bag		
	6	TAIS MANDEU	ALAM INDAH BINA MITRA LESTARI	Sumatera Utara	
	7	PA-90000 Series	PARAMOUNT BED INDONESIA	Bekasi	
	8	PANARILLA	BAGINDA WISNU WARDHANA	Jakarta	
	9	ISLAMIC FASHION HANDBOOK	ISLAMIC FASHION INSTITUTE	Bandung	
	10	Eastwood C49 Rubber-Band Pullback Car	ARHAM RAHMAT ISMAIL	Jakarta	
	11	Sadel Kayu	PIRANTI WORKS	Temanggung	
	12	PRESIDENT PET CASE	CONTINENTAL PANJIPRATAMA	Jakarta	
	13	Ingka Bread and Butter Plate	JENGGALA KERAMIK BALI	Bali	
	14	Jamu Tea Pot	JENGGALA KERAMIK BALI	Bali	
	15	Merak 3D Concrete Wall Tile	EKSPON KONKRIT INDONESIA	Depok	
	16	AirdisinfeX (Airborne Disinfection Through UVC)	UVTECH INTI DISINFEKSI	Depok	
	17	JEPARA ART DECO	TUJUH CAKRA MANUNGGAL	Jakarta	
	18	Awur Table Runner	MUHAMMAD ALFATHA KURNIADI	Sumatera Selatan	
	19	Alter Lounge	KIAS SELARAS INTERNASIONAL	Jakarta	
	20	Rua	WARISAN EURINDO	Bali	
	21	RAJA AMPAT TABLE COLLECTION	KRIYA SELARAS INTERNASIONAL	Jakarta	
	22	Medium E-Scooter Gesits Seri MD	AGUS WINDHARTO,DR	Surabaya	
	23	LRT Jabodebek (Jakarta Bogor)	AGUS	Surabaya	

Laporan Kinerja

		Depok Bekasi)	WINDHARTO,DR	
24	Mini E-Scooter Gesits M1		AGUS WINDHARTO,DR	Surabaya
25	Fazzio Hybrid Connected		YAMAHA INDONESIA MOTOR MFG	Jakarta
26	BELO Balance Bike		ARANA RUPA KREASI	Bogor
27	KOH		PAKOAKUINA	Jakarta
28	Paperhome : Hunian Efisien Lahan untuk Bisnis dan Keluarga		KELANA SEMESTA	Bandung
29	CO-SHARING OFFICE		ANDY RAHMAN ARCHITECT	Sidoarjo
30	RRROAR Virtual Exhibition		KELANA SEMESTA	Bandung
31	KOPI SUSU XPRESSO DAN KOPI TUBRUK XPRESSO		ANEKA PANGAN INTERNASIONAL	Tangerang
32	Flake Sea Salt		FEBRYAN TRICAHYO	Bandung
33	MUSEUM BENDA		NUSA ARTHA ESTETIKA	Bandung
34	SUPERIMPOSE		NUSA ARTHA ESTETIKA	Bandung
35	Jalur Tenun Sumba		NUSA ARTHA ESTETIKA	Bandung
36	Berburu Berguru		NUSA ARTHA ESTETIKA	Bandung
37	IAWR 2021		NUSA ARTHA ESTETIKA	Bandung
38	Malsye Black Garlic		GRIYA KENCANA	Pemalang
39	Pelatihan Mengukir Desa Senenan		PANDU LAKSONO MUKTI	Jejara
40	KORAL		DJEHOVAN DHIRA	Semarang

Laporan Kinerja

	<p>i) Penganugerahan GDI 2022</p> <p>Sebagai bentuk apresiasi kepada seluruh pemenang yang mengikuti GDI 2022, maka akan dilaksanakan acara Penganugerahan Pemenang GDI 2022, maka dilaksanakan Penganugerahan Pemenang GDI 2022 oleh Bapak Menteri Perdagangan yang dilaksanakan pada tanggal 8 Desember 2022, bertempat di Auditorium Pusat Pelatihan Sumber Daya Manusia Ekspor dan Jasa Perdagangan. Acara di hadiri oleh para pelaku usaha yang mendapatkan penghargaan, Asosiasi, Tim Juri dan Pejabat Kementerian Perdagangan terkait.</p> <p>Sebagai acara utama, adalah pengumuman Penghargaan untuk kategori Good Design, Best Design dan terakhir adalah Good Design Of The Year yang diberikan kepada produk Bata Interlock Reka Brick. Acara ditutup dengan sambutan dan pemberian penghargaan secara simbolis oleh Bapak Menteri Perdagangan. Selain kegiatan penganugerahan, digelar juga pameran produk pemenang GDI di Lobby Gedung PPEJP dari tanggal 6-9 Desember 2022.</p> <p>3. Fasilitas Pengembangan Merek</p> <p>Pengembangan Merek (Rebranding) adalah strategi pemasaran di mana nama baru, istilah, simbol, desain, atau kombinasinya diciptakan pada merek tertentu untuk mengembangkan identitas baru di benak masyarakat, investor, dan stakeholder. Pengembangan merek tersebut diharapkan membawa peningkatan citra produk ekspor/potensial ekspor Indonesia ke arah yang lebih baik sehingga dapat meningkatkan revenue atau menaikkan rasa percaya di masyarakat terhadap suatu produk tertentu atau merek. Kegiatan fasilitasi pengembangan merek (Rebranding) 2022 dilaksanakan dalam kurun waktu 4 bulan kepada 25 pelaku usaha. Secara umum <i>time line</i> kegiatan fasilitasi pendampingan Rebranding 2022 adalah sebagai berikut:</p> <p>b) Seminar</p> <p>Rangkaian kegiatan Seminar, Kurasi dan Workshop dilakukan secara hybrid atau online dan offline di 3 (tiga) daerah yaitu Solo pada tanggal 20-22 Juli 2022 di Hotel Novotel Surakarta, Malang pada tanggal 3 – 5 Agustus 2022 di Hotel Grand Mercure Malang dan Bali pada tanggal 31 Agustus – 2 September 2022 di Hotel Infinity 8 Bali.</p> <p>Pada kegiatan Seminar, para peserta diberikan pemahaman terkait pengembangan Merek (Rebranding) melalui Ekuitas Merek, yaitu membangun brand melalui penamaan dan logo yang tepat. Hal ini dimulai dengan melakukan analisa bisnis yang terdiri dari analisa perubahan lingkungan bisnis, analisa konsumen, analisa kompetitor, dan analisa internal perusahaan.</p>
--	---

Laporan Kinerja

Selanjutnya akan ditentukan a. Positioning yaitu persepsi konsumen terhadap merek; b. Diferensiasi yaitu pembeda yang ditawarkan kepada konsumen; c. Identitas merek adalah ekspresi visual dan verbal dari sebuah merek yang biasanya diimplementasikan dalam bentuk media promosi seperti kemasan, kartu nama, katalog dan lain – lain.

c) Kegiatan kurasi diawali oleh virtual tour dan dilanjutkan dengan wawancara. Tim kurator terdiri dari perwakilan dari Dit. PEJPK dan Tim Tenaga Ahli Markplus. Adapun proses kurasi pelaku usaha terdiri dari beberapa tahapan yaitu :

- Tahap 1 : Screening isian Kuisisioner Peserta
- Tahap 2: Wawancara dan survei tempat produksi yang dilakukan secara online dan offline kepada pelaku usaha, selanjutnya memilih pelaku usaha peserta workshop
- Tahap 3 : Analisa perusahaan berdasarkan hasil workshop, terpilih pelaku usaha yang akan mendapatkan fasilitasi Pengembangan Merek

d) Workshop dilaksanakan kepada pelaku usaha terpilih berdasarkan hasil kurasi tahap ke-2. Pada sesi ini, masing-masing peserta mendapatkan pendampingan dari Tim Tenaga Ahli dalam melakukan identifikasi 4C (*change, competitor, customer, company*), segmentasi, *targeting, positioning, diferensiasi, brand personality and expression, brand identity, dan brand communication*. Selanjutnya, para peserta mempresentasikan hasil identifikasi tersebut untuk mendapatkan masukan dari Tim Ahli Rebranding.

Berdasarkan rangkaian Seminar, Kurasi dan Workshop yang dilakukan, maka pelaku usaha yang terpilih untuk mendapatkan fasilitasi pendampingan Rebranding 2022, yaitu:

No	Nama Usaha	Produk	Sektor Produk
1.	CV Cariza Khansa Pratama	Makanan Berbahan Dasar Pisang	F&B
2.	Aranaspice	Spices	F&B
3.	CV Kalanata Indonesia	Kerajinan Kulit	Fashion
4.	Imanuela Craft	Kerajinan Kayu	Kerajinan
5.	PT Arum Jaya Perdana	Sedotan Bambu	Kerajinan
6.	Convius	Tas sekolah & tas kerja	Fashion
7.	Rujak Ambu	Bumbu Rujak	F&B
8.	Nailah Payung Geulis	Payung Hias	Kerajinan
9.	Micawork	Kerajinan Kain Perca	Kerajinan
10.	Pisalin	Batik Tenun Lurik	Fashion
11.	Ocien Keripik Tempe	Keripik Tempe	F&B
12.	PT Selaras Rasakoe Indonesia	Bumbu Masak	F&B
13.	PT Yasa Jamur Sriwijaya	Produk olahan jamur dan nabati, plant-based meat	F&B

Laporan Kinerja

14.	PT Spa Faktori Bali	Produk kecantikan, Skin care, dan lulur	Kosmetik
15.	CV Meuble Land	Furniture & Homedecor	Kerajinan
16.	PT Susila Export Bali	Jewelry & garment	Kerajinan
17.	UD Delta Multi Kraft	Homedecor dan furniture kayu olahan	Kerajinan
18.	CV Greenlife Tirta Sentosa	Teh herbal	F&B
19.	Ketozen	Tahu bakso, rendang kaleng dan sebagainya.	F&B
20.	Shiroshima Indonesia	Batik ready to wear	Fashion
21.	La Tazha	Homedecor & bedding set	Kerajinan
22.	CV Ramu Padu Nusantara (MoonShine)	Sirup rasa asli Indonesia	F&B
23.	CV Khaira Buana Mas	Jamur crispy 'Khumkhum	F&B
24.	Divadi Fam	Furniture dari bahan kayu perahu bekas	Kerajinan
25.	PT Kharisma Cipta Rose Culinary	Opor lele kering	Food and Beverages

4. Fasilitas Sertifikasi Produk Ekspor

a. Sertifikasi Keamanan Pangan

HACCP (*Hazard Analysis and Critical Control Points*) merupakan suatu pedoman atau prosedur yang mengatur perusahaan atau produsen untuk memproduksi makanan agar aman, bermutu dan layak dikonsumsi. Dengan adanya tata cara untuk mengontrol kualitas produksi makanan maka produk perusahaan tersebut akan semakin berkembang dan dapat dipercaya oleh konsumen.

Berkaitan dengan hal tersebut, Direktorat Pengembangan Produk Ekspor, Direktorat Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional pada tahun 2021 memfasilitasi Sertifikasi Keamanan Pangan, yakni HACCP, guna mendorong peningkatan nilai tambah dan daya saing produk Indonesia di pasar global melalui pemenuhan sertifikasi internasional. Pendampingan fasilitas Sertifikasi Keamanan Pangan meliputi meliputi *workshop* keamanan pangan, proses kurasi, pendampingan teknis (selama 3 tahap), pendaftaran ke lembaga penerbit sertifikat serta audit.

Sampai dengan Bulan Desember 2022 ini, sertifikasi keamanan pangan melaksanakan kegiatan:

1) Publikasi

- Publikasi terkait pendaftaran pelaku usaha fasilitas sertifikasi HACCP telah dilakukan pada 23 – 30 Maret 2022. Telah terjaring 170 pelaku usaha yang mendaftarkan untuk ikut serta pada proses kurasi.
- Kriteria pelaku usaha antara lain: a) Termasuk dalam kategori Usaha Kecil Menengah (UKM) berdasarkan UU Nomor 20 Tahun 2008; b) Berbadan hukum; c) Unit usaha minimal sudah berjalan selama dua tahun; d) Badan usaha

Laporan Kinerja

	<p>berstatus aktif; e) Modal tidak berasal dari Penanaman Modal Asing/PMA; f) Memiliki izin edar P-IRT/MD; g) Memiliki Nomor Induk Berusaha/NIB dan Nomor Pokok Wajib Pajak/NPWP; h) Berorientasi ekspor; i) Memproduksi sendiri produk mamin yang diperjualbelikan; j) memiliki ruang produksi yang terpisah dari dapur pribadi serta k) produk yang dihasilkan tidak melanggar hukum yang berlaku di Indonesia.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Hal-hal yang menjadi pertimbangan dalam kurasi produk yaitu: <ul style="list-style-type: none"> • Penilaian Penerapan Cara Produksi Pangan Olahan Yang Baik (CPPOB), yang meliputi Pertimbangan lokasi pabrik/ tempat produksi, bangunan pabrik, fasilitas sanitasi, mesin dan peralatan, bahan baku, pengawasan proses, produk akhir, laboratorium, karyawan, wadah dan pembungkus, label, penyimpanan dan pemeliharaan; • Urgensi implementasi sertifikasi HACCP untuk ekspor dan pengembangan akses pasar; • Potensi produk dan usaha untuk berkembang dan bersaing di pasar nasional dan internasional (potensi kenaikan ekspor); serta • Komitmen pelaku usaha dalam mengikuti seluruh rangkaian pendampingan termasuk mengaplikasikan rekomendasi yang diperlukan. <p>2) Webinar</p> <p>Kegiatan webinar dilaksanakan pada hari Selasa tanggal 1 Maret 2022 pukul 09.00 - 12.00 WIB secara daring dengan menggunakan aplikasi Zoom Meeting. Kegiatan yang mengangkat tema "Peningkatan Daya Saing & Nilai Tambah Produk di Pasar Global melalui Sertifikasi Keamanan Pangan" yang diikuti oleh sekitar 150 partisipan yang berasal dari pelaku usaha dan eksportir produk pangan dan makanan olahan, penrakilan Kementerian dan Lembaga, Dinas Perindustrian dan Perdagangan dari berbagaidaerah, serta pemangku kepentingan terkait lainnya.</p> <p>Dijelaskan pada kegiatan ini bahwa sertifikasi keamanan pangan harus menjadi perhatian UKM pangan orientasi ekspor karena menjadi landasan dan persyaratan dalam menjalankan bisnis di seluruh rantai pasok.</p> <p>3) Kurasi Pelaku Usaha</p> <p>Telah dilaksanakan kurasi fasilitasi Sertifikasi Keamanan Pangan yang diikuti oleh 24 pelaku usaha secara virtual pada 4 – 5 April 2022. Berdasarkan hasil penilaian tim kurator, terpilih</p>
--	--

Laporan Kinerja

10 pelaku usaha yang akan difasilitasi Sertifikasi Keamanan Pangan TA 2022, yakni:

Daftar Pelaku Usaha Terpilih

No	Nama Perusahaan	Produk	Alamat
1	CV. Oto Boga Jaya	Frozen Food	Bogor, Jawa Barat
2	Mandala Prima Makmur	Kakao Bubuk	Tangerang, Banten
3	KUB Sumber Rejeki	Gula Kelapa Organik	Purbalingga, Jawa Tengah
4	PT Wins Indonesia Sukses	Gula Kelapa Organik	Banyumas, Jawa Tengah
5	Rumah Kelor	Moringa Powder & Drink	Blora, Jawa Tengah
6	Alga Bioteknologi Indonesia	Spirulina-based Products	Semarang, Jawa Tengah
7	Sundoro Indonesia	Bakmi kering	Semarang, Jawa Tengah
8	Himalaya Mitra Sukses	Bakso, tepung adonan	Gresik, Jawa Timur
9	PT. Sari Bhuwana Nusajaya	Arana Spice	Sidoarjo, Jawa Timur
10	New Eden Moringa	Moringa Drink	Manggarai Barat, NTT

4) Pendampingan Tahap I

- Pendampingan Sertifikasi Produk Ekspor tahap I di Bogor pada tanggal 25-28 April 2022. CV. Oto Boga Jaya terpilih sebagai salah satu perusahaan yang mendapatkan fasilitasi pendampingan sertifikasi produk ekspor. CV. Oto Boga Jaya merupakan perusahaan penghasil frozen food dengan head office berlokasi di Bogor.
- Kegiatan pendampingan sertifikasi tahap I di Tangerang dilaksanakan pada tanggal 23,25,26 April 2022 bertempat di Jl. Padat Karya, Ciakar, Kecamatan Panongan, Kabupaten Tangerang, Banten pada perusahaan PT Mandala Prima Makmur
- Sertifikasi Keamanan Pangan Tahap I telah dilakukan kunjungan ke KUB. Sumber Rejeki yang berlokasi di Kabupaten Purbalingga, Provinsi Jawa Tengah pada tanggal 24-26 April 2022.
- Kegiatan pendampingan dilaksanakan pada tanggal 17-20 April 2022 di Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah bersama dengan satu orang tenaga ahli keamanan pangan HACCP, Sdri. Nailly Zulfa Agustina dengan PT. Wins Indonesia berupa produk gula semut.

Laporan Kinerja

	<ul style="list-style-type: none"> • Kegiatan pendampingan dilaksanakan selama 3 (tiga) hari pada 21 - 23 April 2022 bertempat di lokasi PT Alga Bioteknologi Indonesia (ALBITEC). Kemudian, kegiatan pendampingan juga dilaksanakan pada tanggal 25-27 April 2022 ke CV. Sundoro Indonesia. • Kegiatan pendampingan sertifikasi HACCP Tahap I dilaksanakan pada 23 – 27 April 2022 bertempat di I PT Sari Bhuwana Nusajaya, Taman Pinang Indah Blok G-V/25, Sidoarjo, Jawa Timur. • Kegiatan pendampingan sertifikasi HACCP tahap I dilaksanakan pada 17 - 19 Mei bertempat di rumah produksi CV. Surga Timur Indonesia (New Eden Moringa) di Labuan Bajo, NTT. <p>5) Pendampingan Tahap II</p> <ul style="list-style-type: none"> • Telah dilaksanakan kegiatan pendampingan tahap II pada 7-10 Juni 2022 di CV. Oto Boga Jaya dengan didampingi oleh tenaga ahli Dandan Rachmadani, bertujuan untuk memverifikasi proses perbaikan yang telah dilakukan berdasarkan temuan pada tahap I. • Kegiatan pendampingan tahap II di PT. Himalaya Mitra Sukses dilaksanakan pada tanggal 22-24 Agustus 2022 untuk memberikan fasilitas standar sistem jaminan mutu dan keamanan pangan bagi para UKM. • Kegiatan pendampingan tahap II dilaksanakan pada tanggal 4-7 September 2022 di CV. Surga Timur Indonesia (New Eden Moringa) di Labuan Bajo, NTT. • Kegiatan pendampingan sertifikasi HACCP Tahap II dilaksanakan pada 24 – 27 Agustus 2022 bertempat di I PT Sari Bhuwana Nusajaya, Sidoarjo, Jawa Timur. • Sertifikasi Keamanan Pangan Tahap II telah dilakukan kunjungan ke KUB. Sumber Rejeki yang berlokasi di Kabupaten Purbalingga, Provinsi Jawa Tengah pada tanggal 7-10 Agustus 2022. • Kegiatan pendampingan tahap II dilaksanakan selama 3 (tiga) hari pada 6-9 Juni 2022 bertempat di lokasi PT Alga Bioteknologi Indonesia (ALBITEC). Kemudian, kegiatan pendampingan juga dilaksanakan pada tanggal 1 - 4 Agustus 2022 ke CV. Sundoro Indonesia • Kegiatan sertifikasi keamanan pangan tahap II di PT. Mandiri Prima Makmur dilaksanakan pada tanggal 23-26 November 2022.
--	---

Laporan Kinerja

	<ul style="list-style-type: none"> • Kegiatan pendampingan dilaksanakan pada tanggal 11-13 Agustus 2022 di PT. Wins Indonesia Sukses, Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah • Kegiatan pendampingan tahap II di Rumah kelor, Blora, Jawa Tengah dilaksanakan pada tanggal 13-16 September 2022. <p>6) Pendampingan Tahap III</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sebagai tindak lanjut kegiatan sertifikasi keamanan pangan tahap II, telah dilaksanakan kegiatan pendampingan tahap III DI CV. Surga Timur Indonesia (New eden moringa) di Labuan Bajo, Manggarai Timur, NTT pada 9-12 Oktober 2022. • Kegiatan pendampingan tahap III dilaksanakan pada tanggal 13-15 Oktober 2022 yang berlokasi di KUB Sumber Rejeki, Purbalingga, Jawa Tengah. • Kegiatan pendampingan tahap III ke PT. Wins Indonesia Sukses, Banyuman, Jawa Tengah, dilaksanakan pada tanggal 10-12 Oktober 2022. • Sertifikasi keamanan pangan tahap III yang berlokasi di PT. Sari Bhuwana Nusajaya, Sidoarjo, Jawa Timur, yang dilaksanakan pada 30 Oktober – 2 November 2022. • Pendampingan tahap III pada 28 September – 1 Oktober 2022 yang berlokasi di CV. Oto Boga Jaya, Bogor, Jawa Barat. • Sertifikasi keamanan pangan tahap III di CV. Sundoro Indonesia, Semarang, Jawa Tengah yang dilaksanakan pada 14-17 November 2022. Kemudian, di PT Alga Bioteknologi Indonesia (ALBITEC) pada tanggal 26-29 Oktober 2022. • Kegiatan pendampingan HACCP tahap III ke PT. Himalaya Mitra Sukses dilaksanakan pada tanggal 26-29 Oktober 2022. <p>b. Sertifikasi Halal</p> <p>Direktorat Pengembangan Produk Ekspor, Direktorat Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional Kementerian Perdagangan Republik Indonesia tahun ini kembali menggulirkan Program Fasilitasi Sertifikasi Halal bagi para pelaku usaha mikro dan kecil yang telah menjadi binaannya. Salah satu tahapan kegiatan dalam proses sertifikasi halal adalah tahapan proses pemeriksaan produk halal yang telah menunjuk Lembaga Pemeriksa Halal (LPH) PT SUCOFINDO (PERSERO) sebagai pelaksananya.</p>
--	---

Laporan Kinerja

	<p>Kegiatan dilaksanakan di Jakarta untuk pemeriksaan kehalalan, Yogyakarta dan Bandung untuk pelaksanaan pelatihan penyelia halal dan bimbingan teknis sertifikasi produk halal. Secara garis besar LPH – PT Sucofindo (Persero) sebagai pihak yang melakukan pemeriksaan dan/atau pengujian kehalalan produk di dalam program fasilitasi sertifikasi halal Kementerian Perdagangan Republik Indonesia tahun 2022, adalah sebagai berikut:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Persiapan Melakukan persiapan pekerjaan yang meliputi penandatanganan kontrak kerjasama, pembuatan rencana kerja, dan <i>kick off meeting</i>. 2) Bimbingan Teknis Melakukan bimbingan secara intensif (berupa teori dan praktek) pada 9 Februari 2022 mengenai pemenuhan persyaratan sertifikasi halal (Sistem Jaminan Produk Halal) untuk setiap pelaku usaha penerima program fasilitasi. Selain itu juga membantu secara intensif untuk memastikan setiap pelaku usaha penerima program fasilitasi dapat teregistrasi di BPJPH pada aplikasi SIHALAL (ptsp.halal.go.id). Kegiatan ini dilakukan secara daring dan luring. Selain itu, telah dilaksanakan bimbingan teknis sistem jaminan produk halal pada tanggal 28 Juli 2022, yang menjelaskan mengenai ketentuan-ketentuan pokok yang menyangkut penyelenggaraan Jaminan Produk Halal yang harus diketahui oleh peserta, antara lain tujuan penyelenggaraan JPH, produk-produk yang harus bersertifikat halal serta tahapan kapan produk akan diwajibkan bersertifikat halal. Pengetahuan bahan dan proses produk halal. 3) Kunjungan Pendampingan Perusahaan Melakukan kunjungan ke Jawa Timur pada tanggal 8 – 9 September 2022 untuk menindaklanjuti program pendampingan fasilitasi sertifikasi halal serta kunjungan dan dialog dengan perusahaan kosmetik, natural ingredients, dan Export Center Surabaya (ECS). Adapun perusahaan yang dikunjungi yaitu PT. Sari Bhuwana Nusajaya, PT. Sekawan Kosmetik Wasantara, PT. Ambico Indonesia, dan CV. Indigo Sejahtera.
IK-3: Persentase pelaku	1. Fasilitasi Pendaftaran Kekayaan Intelektual Sertifikasi KI adalah bentuk perlindungan hukum dari kekayaan

Laporan Kinerja

<p>usaha yang mendapatkan fasilitasi pengembangan produk ekspor yang mendapatkan potensi ekspor</p>	<p>intelektual baik yang wajib didaftarkan (hak kekayaan industri) maupun tidak wajib didaftarkan (hak cipta dan hak-hak terkait). Dengan demikian, kekayaan intelektual dapat dipahami sebagai suatu perlindungan hukum yang diperoleh atas karya-karya intelektual seseorang baik pribadi maupun kelompok. Sertifikasi KI berupaya mewujudkan upaya peningkatan nilai tambah dan daya saing produk local Indonesia di pasar international, melalui kepemilikan sertifikasi KI oleh pelaku usaha UKM berorientasi ekspor. Pada tahun 2022 ditargetkan sebanyak 200 pelaku usaha difasilitasi sertifikasi KI yang tersebar di 34 Provinsi di Indonesia.</p> <p>Pelaksanaan program fasilitasi dan pendampingan sertifikasi KI dilakukan selama 12 bulan yaitu dimulai dari tahap persiapan pada bulan Januari 2022, dan diharapkan 200 pemohonan sertifikasi KI yang didaftarkan kepada Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual, Kemenkumham, dapat diajukan paling lambat bulan November 2022. Selanjutnya, tahap evaluasi dan pelaporan dapat dilakukan pada bulan Desember 2022.</p> <p>Kegiatan fasilitasi pendaftaran Kekayaan Intelektual Sampai saat ini yang mendaftar via online terdapat 1476 anggota sampai dengan tanggal 30 Agustus 2022. Pendaftaran ditutup pada tanggal 31 Agustus 2022. Nantinya dari pendaftar akan diseleksi sesuai kriteria dan yang akan mendapat fasilitasi 200 Pelaku Usaha. Dengan kriteria:</p> <ol style="list-style-type: none"> a. Belum Memilik HKI b. Memiliki Merek Produk c. Berbentuk Badan Usaha d. Memiliki Dokumen Legalitas (minimum NIB dan NPWP) e. Omzet Pertahun > Rp. 500 Juta f. Jumlah Tenaga Kerja > 10 Orang g. Pengalaman Ekspor (yang tidak memiliki pengalaman ekspor masuk urutan bawah) h. Pengalaman Pameran Internasional (yang tidak memiliki pengalaman pameran internasional masuk urutan bawah) i. Rencana Ekspor (yang tidak memiliki rencana ekspor masuk urutan bawah) <p>Karena anggaran di Automated Adjustment (AA), sehingga anggaran ditahan dan proses kegiatan belum bisa dilanjutkan.</p> <p>2. Klinik Produk Ekspor</p> <p>a. Kegiatan Klinik Produk di Bogor</p> <p>Kegiatan Klinik Produk mengangkat tema “Outlook</p>
--	---

Laporan Kinerja

	<p>Perdagangan Indonesia 2022: Peningkatan Ekspor Non-Komoditas melalui Pengembangan Produk Ekspor Bernilai Tambah”, dilaksanakan secara <i>hybrid</i> secara luring di Swissbell Hotel, Kota Bogor dan daring via Zoom Cloud Meeting pada tanggal 14-16 Februari 2022 dengan format kegiatan webinar.</p> <p>Pada tahun 2021, ekspor Indonesia menembus angka USD 231,54 miliar. Angka ini merupakan yang tertinggi, melampaui catatan nilai ekspor tertinggi Indonesia selama ini di 2011 yang sebesar USD 203,50 miliar. Pada 2021, surplus perdagangan tertinggi tercatat antara Indonesia dengan Amerika Serikat (AS) dengan nilai USD 14,52 miliar, disusul dengan Filipina (USD 7,33 miliar), dan India (USD 5,62 miliar). Produk utama ekspor 2021 ini didominasi oleh produk-produk manufaktur. Secara rinci, lima komoditas ekspor nonmigas terbesar Indonesia pada 2021 adalah bahan bakar mineral dengan nilai USD 32,84 miliar, minyak kelapa sawit dan produk turunannya (USD 32,83 miliar), besi baja (USD 20,95 miliar), produk elektronik dan elektronika (USD 11,80 miliar), serta kendaraan bermotor dan suku cadangnya (USD 8,64 miliar).</p> <p>Dalam rangka mempertahankan dan meningkatkan ekspor Indonesia pada tahun 2022, perlu berbagai upaya antara lain melalui peningkatan daya saing baik kualitas bahan baku, desain yang diminati pasar dan diversifikasi negara tujuan ekspor sehingga diharapkan kedepan dapat menjadi komoditi ekspor unggulan yang patut diperhitungkan. Untuk itu, dilakukan kegiatan Klinik produk ekspor di kota Bogor dengan tujuan:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Memberikan informasi mengenai Perdagangan Indonesia tahun 2021 dan strategi peningkatan ekspor 2022, bagaimana tren dan desain yang dapat diaplikasikan pada produk ekspor, bagaimana produk tersebut dapat dipasarkan ke mancanegara serta berbagai fasilitasi Kementerian Perdagangan yang dapat dimanfaatkan oleh para pelaku usaha. • Meningkatkan koordinasi antara pemerintah pusat dan pemerintah daerah. • Sarana publikasi dan sosialisasi program-program yang dilaksanakan oleh Direktorat Pengembangan Produk Ekspor, Direktorat Jenderal Pengembangan Eskpor Nasional tahun 2022 kepada semua <i>stakeholder</i> terkait (Disperindag daerah, Asosiasi, UKM, dll). <p>Penyelenggaraan kegiatan ini dilaksanakan sesuai dengan protokol kesehatan dan dihadiri oleh 30 peserta luring dan 280 peserta secara daring.</p>
--	--

Laporan Kinerja

	<p>b. Kegiatan Klinik Produk di Makassar</p> <p>Kegiatan Klinik Produk di Makassar, Sulawesi Selatan, mengangkat tema “Daya Saing Produk Jalan Menuju Pasar Ekspor”, dilaksanakan pada tanggal 14-17 Maret 2022 dengan format kegiatan webinar dan technical assistance.</p> <p>Adapun kegiatan yang dilaksanakan berupa kegiatan webinar pada tanggal 15 Maret 2022 secara hybrid secara luring di Hotel Novotel Makassar Grand Shayla, Makassar dan daring via Zoom Cloud Meeting. Narasumber yang hadir yaitu Bapak Jacky Mussry, President International Council for Small Business (ICSB) Indonesia; Bapak Harry Maulana, Industry Designer, serta para Koordinator pada Direktorat Pengembangan Produk Ekspor.</p> <p>Webinar dilaksanakan sesuai dengan protokol kesehatan dan dihadiri oleh 30 peserta luring dan 155 peserta secara daring yang terdiri dari: (1) Perwakilan Disperindag seluruh Indonesia (2) Perwakilan Asosiasi; dan (3) Pelaku usaha.</p> <p>Kemudian, Technical Assistance dilakukan pada tanggal 17 Maret 2022 ke 2 (dua) pelaku usaha yaitu:</p> <ul style="list-style-type: none"> • IKM Baji Minasa Rotan Merupakan pelaku usaha yang memproduksi furniture dan home décor dari rotan. Saat ini pemasaran dilakukan pada pasar domestik, namun demikian perusahaan ini pernah melakukan ekspor ke Taiwan. Proses produksi yang perlu diperbaiki yaitu pengolahan, pengecekan bahan baku, desain produk yang lebih efisien dan finishing produk. • Luthfia Fesyen Merupakan pelaku usaha yang memproduksi fesyen etnik dengan pewarna alami dari Timur Indonesia, pelaku usaha merupakan anggota dari Indonesia Fashion Chamber (IFC) dan pernah melakukan fesyen show di Tokyo. Produk memiliki keunikan dimana kain yang digunakan adalah kain tope yaitu kain khas Sulawesi yang biasa dipakai sebagai kain kafan, kain ini diberi pewarnaan dengan Teknik tertentu menggunakan pewarna alami. <p>c. Kegiatan Klinik Produk di Manado</p> <p>Kegiatan Klinik Produk mengangkat tema “Peningkatan Nilai Tambah Dan Daya Saing Produk Pangan dan Makanan Olahan Orientasi Ekspor”, dilaksanakan secara hybrid di Luwansa Hotel, Kota Manado Sulawesi Utara pada tanggal 7-8 April 2022.</p> <p>Pemenuhan standar dan regulasi di negara tujuan ekspor</p>
--	---

Laporan Kinerja

	<p>melalui sertifikasi jaminan mutu dan keamanan pangan serta literasi digital merupakan salah satu langkah konkrit bagi pengembangan daya saing dan nilai tambah produk ekspor Indonesia agar mampu bersaing di pasar global. Kegiatan Klinik produk ekspor merupakan salah satu upaya Kementerian Perdagangan yang bertujuan untuk:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Meningkatkan pemahaman mengenai pentingnya peningkatan daya saing dan nilai tambah produk untuk menembus pasar global khususnya kepada UKM • Memberikan informasi perdagangan termasuk <i>trend</i>, selera pasar, standar kualitas dan regulasi yang berlaku di pasar global • Meningkatkan akses pasar produk ekspor Indonesia • Menyediakan klinik konsultasi produk bagi UKM/produsen mengenai perkembangan serta kendala dan kesulitan yang dihadapi dalam pengembangan ekspor. <p>Penyelenggaraan kegiatan ini dilaksanakan sesuai dengan protokol kesehatan dan dihadiri oleh 50 peserta luring dan 370 peserta secara daring.</p> <p>Kunjungan perusahaan dilakukan dengan mengunjungi 4 (empat) pelaku usaha makanan dan minuman olahan. Tujuan dari kunjungan ini adalah untuk menggali data dan informasi potensi ekspor makanan dan minuman olahan di Provinsi Sulawesi Utara melalui survey lapangan dan interaksi langsung dengan para pelaku usaha. Adapun UKM yang dikunjungi adalah sebagai berikut:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) UD. Cinta Kasih UD. Cinta Kasih adalah usaha yang bergerak di bidang kuliner dan beralamat di Perumahan Manado Griya Indah Blok B87 Kairagi, Manado. Produk yang dihasilkan sudah memiliki <i>packaging</i> yang baik, memiliki perizinan dari BPOM dan FDA <i>approved</i> serta Jenis produk beragam. Namun demikian ruang produksi UD Cinta Kasih masih bercampur dan proses produksi kurang steril karena tidak menggunakan sarung tangan. 2) Lyvia Manna Mapanget Lyvia Manna Mapanget merupakan perusahaan yang bergerak di bidang pengolahan makanan. Owner mempunyai semangat dalam mengembangkan usaha, produknya sudah dipasarkan di <i>online marketplace</i>, jenis produk yang dihasilkan beragam, tempat penyimpanan bersih dan tertata.
--	---

Laporan Kinerja

	<p>Ada beberapa kekurangan seperti gambar pada <i>packaging</i> produk masih memiliki resolusi gambar yang buram, baru memiliki izin PIRT dan perlu dikembangkan ke BPOM, perlu improvisasi dan pengembangan <i>packaging</i> produk, pegawai tidak menggunakan alas kaki serta tempat produksi masih dalam satu tempat yang sama</p> <p>3) CV. Dua Bersama Jaya CV. Dua Bersama Jaya merupakan usaha yang memproduksi sambal khas manado. Kelebihan yang dimiliki produknya antara lain <i>packaging</i> sudah bagus, variasi sambal yang beragam, sudah melakukan pemasaran di <i>online marketplace</i>, memiliki produk sambal unggulan yang tidak sama dengan produk kompetitor. Adapun kelemahan dari produk CV. Dua Bersama Jaya yaitu tempat produksi yang kurang higienis, kotor dan tidak adasirkulasi udara.</p> <p>4) Cristy Oleh-Oleh Cristy oleh-oleh adalah usaha yang menyediakan oleh-oleh khas Manado dan sekitarnya. Kelebihan yang dimilikinya antara lain : sudah memiliki izin usaha yang baik, pemilik usaha memiliki pengetahuan yang baik dan semangat ekspor, semua produk siap ekspor, jenis produk beragam, tempat penyimpanan yang bersih dan tertata, tempat produksi higienis, dan SKU produk bervariasi namun demikian ada beberapa kelemahan dari Cristy yaitu perlu adanya improvisasi <i>packaging</i>, produk pariwisata yang merupakan <i>best seller</i> tidak terdapat <i>branding</i>, sehingga jika produk tersebut dijual di tempat lain tidak dapat diketahui asal barang tersebut.</p> <p>3. Diversifikasi dan Adaptasi Produk Ekspor</p> <p>Kegiatan webinar diselenggarakan secara <i>virtual</i> pada hari Rabu tanggal 6 Juni 2022. Kegiatan Webinar “Potensi ekspor Produk Home Décor & Furniture Bambu Indonesia” bertujuan untuk memberikan informasi perdagangan (<i>trend</i>, selera pasar, standar kualitas dan regulasi) yang berlaku di pasar global terkait produk bambu untuk meningkatkan akses pasar produk ekspor Indonesia, serta <i>sharing knowledge</i> dan <i>success stories</i> melalui strategi diversifikasi dan adaptasi produk bambu.</p> <p>Webinar menghadirkan beberapa narasumber yaitu: Freddy Chriswantra (<i>Good Design Indonesia Awardee/ Co Founder bana.nusantara/ Co Founder Tigameru</i>), Iwan sung (<i>Good Design Indonesia Awardee/ Product Designer PT. Artikraft Indonesia</i>), Erwin Firmansyah (<i>Founder Aloina</i>) serta RM Dicky Farabi (Kepala ITPC Osaka).</p> <p>Penyelenggaraan kegiatan webinar diversifikasi dan adaptasi produk ekspor ini diharapkan dapat menambah wawasan dan</p>
--	--

Laporan Kinerja

	<p>pengetahuan para pelaku usaha orientasi ekspor mengenai trend, selera pasar, standar kualitas dan regulasi yang berlaku di pasar global, serta memberikan arahan bagaimana menentukan strategi pemasaran yang efektif termasuk prosedur ekspor. Pelaksanaan kegiatan dibagi menjadi 2 sesi. Masing-masing sesi diisi oleh 2 (dua) orang narasumber dan dilanjutkan dengan diskusi.</p> <p><u>Sesi 1</u></p> <p>Bertindak sebagai moderator pada sesi 1 adalah bapak Dendi Permadi dari Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Jawa Barat. Pada sesi ini dua orang narasumber menyampaikan paparan, yaitu Freddy Chriswantra (<i>Good Design Indonesia Awardee/ Co-Founder Bana.Nusantara/ Co-Founder Tigameru</i>) dan Iwan sung (<i>Good Design Indonesia Awardee/ Product Designer PT. Artikraft Indonesia</i>) yang menyampaikan materi sebagai berikut:</p> <p>Freddy Chriswantra Freddy menyampaikan paparan tentang “Membangun Potensi Produk melalui Kacamata Desain”. Produk bambu dari setiap negara seperti Thailand, Vietnam dan Jepang memiliki karakteristik berbeda. Termasuk bambu di Indonesia. Penggunaan bagian bambu pun di setiap daerah berbeda. Ada yang memanfaatkan daging bambu (Jawa Barat) atau kulitnya (Bangli). Agar dapat menembus pasar yang harus dilakukan adalah bagaimana membuat diferensiasi produk dengan negara lain. Potensi bagaimana produk akan dikembangkan bisa muncul sejak proses produksi, seperti strategi waktu penebangan dan ukuran pemotongan. Untuk membuat produk yang bernilai tambah, bisa dilakukan dengan diversifikasi produk, misal mengangkat fungsi lain dari sebuah produk, mengkombinasikan dengan bambu dari daerah lain atau dengan material lain seperti logam, pandan dan lontar.</p> <p>Iwan Sung Iwan Sung berbagi cerita tentang pengalaman ekspor Artikraft. PT. Artikraft Indonesia berdiri pada tahun 2016 yang memproduksi produk inovatif dan <i>high- quality</i> yang terbuat dari material bambu dan <i>natural fiber</i> lainnya dengan kapasitas produksi sebesar 10-15 x 40ft per bulan. Pt. Artikraft merupakan supplier IKEA sejak Januari 2021. Menurut Iwan Sung, bambu Indonesia memiliki keunggulan antara lain sumber bahan baku yang melimpah dengan ragam spesies yang sangat beragam. Selain itu level keahlian perajin tinggi. Akan tetapi selain terdapat juga beberapa kelemahan bambu di Indonesia antara lain iklim yang lembab sehingga bambu mudah jamur dan mudah terserang serangga, juga pola pikir masyarakat yang belum menuju ke pasar global yang ditunjukkan dengan kurangnya percaya diri dan kurangnya</p>
--	--

Laporan Kinerja

	<p>kemampuan manajerial usaha.</p> <p>Agar tembus ekspor, ada beberapa kiat yang dibagikan oleh Iwan Sung, antara lain pemilihan bahan baku yang berkualitas yang akan menghasilkan produk akhir yang berkualitas, manajemen waktu dan cash flow proses produksi, mengkomunikasikan perkembangan order termasuk kendala-kendala proses produksi kepada supplier dan konsumen, pengecekan hasil produksi (quality control), memperhatikan proses, kualitas, dan ketentuan packaging dari pembeli serta memperhatikan regulasi baik di dalam negeri maupun di negara tujuan.</p> <p><u>Sesi 2</u></p> <p>Erwin Firmansyah</p> <p>Aloina Kraft adalah sub supplier dari PT. Artikraft Indonesia. Aloina Kraft menerima bahan baku berupa komponen dari PT. Artikraft Indonesia yang sudah melewati proses treatment dan pembentukan serta siap untuk diproses oleh perajin dibawah pengawasan Aloina Kraft untuk menjadi produk dan tidak membutuhkan waktu yang lama.</p> <p>Aloina Kraft bertanggung jawab terhadap manajemen SDM. Pada saat proses pembuatan produk, Aloina Kraft selalu mengajak para perajin untuk berdiskusi terkait pengembangan produk, peningkatan skill dan kualitas produk yang dihasilkan sehingga dapat memenuhi kuantitas dan kualitas yang diharapkan.</p> <p>Aloina kraft fokus kepada pemberdayaan SDM yaitu perajin, baik yang usia muda ataupun sudah tua. Aloina kraft juga memberikan pembinaan kepada masyarakat pada saat setelah musim tanam dimana akan ada waktu jeda sampai musim panen. Masa tunggu panen tersebut diisi dengan kegiatan yang menambah penghasilan perajin.</p> <p>Dicky Farabi</p> <p>Dicky Farabi menyampaikan paparan tentang Peluang Home Décor dan Furniture Bambu di Pasar Jepang:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Daya Tarik Pasar Jepang <p>Pasar Jepang memiliki daya Tarik yang besar untuk produk home décor dan furniture dari bambu. Hal ini dikarenakan beberapa hal antara lain: masyarakat jepang telah lama menggunakan peralatan dari bambu seperti baskets, craft items dan bahan bangunan, produksi bambu di Jepang semakin menurun, komitmen Jepang untuk mengurangi</p>
--	--

Laporan Kinerja

	<p>plastik sekali pakai sebesar 25% pada tahun 2030.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Regulasi dan Pemasaran Tidak terdapat regulasi khusus untuk impor Home Décor dan Furniture. Regulasi yang berlaku lebih terkait keamanan, antara lain: <i>The Household Goods Quality Labeling Act</i>, <i>Customer Product Safety Act</i> dan <i>Product Liability Act</i>. • Saluran Distribusi Distribusi produk Indonesia di Jepang dilakukan melalui perusahaan – perusahaan besar di Jepang seperti Nitori, Muji, Karimopku Furniture Co., Ltd., Sakou, IKEA Kobe. • Tren Pasar Jepang Produk yang sedang tren di pasar Jepang adalah produk-produk praktis, berukuran kecil, fungsional dan mempunyai desain yang bagus. Biaya pengiriman dan asuransi menjadi perhatian penting sehingga harga penawaran akan mempertimbangkan biaya tersebut. • Kompetitor di Pasar Jepang China merupakan pemasok utama untuk home décor dan furniture bambu di Jepang. Untuk produk home décor, pangsa pasar China sebesar 57,5%, disusul Vietnam dengan pangsa pasar 41,6%, sedangkan Indonesia berada pada posisi ketiga akan tetapi dengan pangsa pasar yang sangat jauh lebih kecil, yaitu 0,1%. Begitupun untuk furniture bambu, produk China sangat mendominasi dengan pangsa pasar sebesar 99,5%. Sedangkan produk dari negara lain memiliki pangsa yang sangat kecil, seperti Indonesia yang menduduki posisi 10. <p>4. Jakarta Muslim Fashion Week</p> <p>JMFW sebagai bagian ekosistem pengembangan <i>fashion</i> muslim, bertujuan mempromosikan produk <i>fashion</i> muslim Indonesia dan meningkatkan daya saing <i>fashion</i> muslim Indonesia di pasar internasional, termasuk menjadikan Indonesia sebagai pusat fesyen muslim dunia. JMFW merupakan inisiasi Kemendag dan KADIN sebagaimana tertuang dalam SK Menteri Perdagangan nomor 123 tahun 2022 tentang Pembentukan Komite Pengarah Dan Komite Penyelenggara Fashion Muslim Indonesia. <i>Main event</i> JMFW 2023 pada 20-22 Oktober 2022 di ICE-BSD (bersamaan dengan penyelenggaraan TEI 2022) akan menampilkan fashion show yang melibatkan 100 brand dan 1000 koleksi, serta 6 kali talkshow.</p> <p>Sebelum memasuki ke <i>main event</i> JMFW 2023 pada bulan Oktober 2022, melalui berbagai rangkaian progress road to JMFW yaitu</p>
--	--

Laporan Kinerja

	<p>sebagai berikut:</p> <p><u>Seminar dan Sosialisasi</u></p> <p>Kegiatan seminar dilaksanakan pada 6 April 2022 secara <i>hybrid</i> yaitu offline di Jakarta Fashion Hub dan juga online via zoom. Seminar mengambil tema <i>Sustainability on Muslim Fashion Industry</i> dimana narasumber dalam kegiatan ini antara lain akademisi dari Islamic Fashion Institute, pendiri merek fashion muslim ternama Buttonsscarves dan perwakilan pemerintah dari Kemendag dan Kemendikbud. Kegiatan seminar ini sekaligus juga menjadi saksi penandatanganan MoU antara produsen viscose-rayon terbesar di Asia, Asia Pacific Rayon (APR), dengan 7 perwakilan sekolah fashion Indonesia terkait riset fashion muslim Indonesia.</p> <p><u>JMFW Corner pada Muslim Fashion Festival (Muffest+) 2022</u></p> <p>Muffest+ dilaksanakan pada 21-23 April 2022 di Pacific Place Jakarta. Dukungan Kementerian Perdagangan dalam kegiatan Muffest 2022 berupa fashion show produk fashion muslim unggulan Indonesia seperti Dian Pelangi, Vivi Zubedi dan Khanaan merupakan salah satu strategi untuk memperkenalkan JMFW kepada komunitas fashion Indonesia yang hadir di Muffest 2022 dimana kegiatan dimaksud sudah lebih dulu dikenal masyarakat sejak tahun 2015.</p> <p><u>Seminar dan Kurasi</u></p> <p>Kegiatan Seminar dan Kurasi JMFW 2023 dilakukan di lima kota besar di Indonesia yakni Bandung, Medan, Semarang, Yogyakarta dan Surabaya. Kegiatan bertujuan untuk mensosialisasikan pelaksanaan JMFW 2023 pada 20-22 Oktober 2022 sekaligus menseleksi pelaku usaha fesyen muslim yang akan difasilitasi untuk mengikuti fashion show pada acara puncak JMFW.</p> <p>Kurasi dilakukan oleh dewan kurator yang mumpuni di bidangnya yakni Irna Mutiara (pengajar Islamic Fashion Institute), Svida Alisjahbana (Anggota Komite Promosi Fashion Muslim Indonesia), dan Taruna K Kusmayadi (Indonesian Fashion Chamber).</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bandung <p>Pelaksanaan kegiatan Seminar dan Kurasi RTJMFW <i>Batch 1</i> dilaksanakan pada tanggal 28-29 Juni 2022 secara <i>hybrid</i> di Bandung, Jawa Barat. Seminar Hybrid RTJMFW mengangkat tema “The Role of Millennial in Accelerating Indonesia as the Centre of World’s Moslem Fashion” dilaksanakan pada tanggal 28 Juni 2022 dengan diikuti oleh 50 peserta <i>offline</i> dan 50 peserta <i>online</i>.</p> • Medan <p>Kegiatan Seminar dilaksanakan pada 13-14 Juli 2022 secara</p>
--	---

Laporan Kinerja

	<p><i>hybrid</i> di Medan dan disiarkan secara <i>live streaming</i> melalui Youtube Kemendag dan IG JMFW.</p> <p>Sementara itu kegiatan Kurasi dilaksanakan setelah seminar dan sosialisasi TEI dengan tiga orang curator yakni Taruna K. Kusmayadi, Svida Alisjahbana dan Irna Mutiara. Terpilih 6 pelaku usaha yang akan difasilitasi untuk mengikuti Jakarta Muslim Fashion Week 2023 yakni Charlie Bravo, Sakinah by Thiffa Qaisty, Continue, Mojo Kebaya, Batik LANGGAM, Adahmode.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Semarang <p>Kegiatan Seminar dan Kurasi <i>Jakarta Muslim Fashion Week</i> (JMFW) Seri Semarang dengan tema “<i>Empowering Local Brand</i>” dilaksanakan pada tanggal 27-30 Juli 2022, secara <i>hybrid</i> yaitu <i>offline</i> di Hotel Novotel kota Semarang, Provinsi Jawa Tengah dan <i>online</i> melalui aplikasi <i>zoom meeting</i> serta disiarkan secara <i>live streaming</i> melalui Youtube Kemendag dan IG JMFW.</p> • Yogyakarta <p>Pelaksanaan kegiatan Seminar dan Kurasi RTJMFW Batch Yogyakarta dilaksanakan pada tanggal 11 Agustus 2022 secara <i>hybrid</i> dan disiarkan secara <i>live streaming</i> melalui Youtube Kemendag dan IG JMFW. Adapun rangkaian kegiatan berupa Seminar dan Kurasi. Seminar <i>Hybrid</i> RTJMFW mengangkat tema “<i>Uniqueness of Wastra Nusantara for Muslim Fashion</i>” dilaksanakan pada tanggal 11 Agustus 2022 dengan diikuti oleh 50 peserta <i>offline</i> dan 40 peserta <i>online</i>.</p> • Surabaya <p>Seminar dan Kurasi RTJMFW Seri Ke-5 dilaksanakan di Hotel Grand Mercure, Surabaya pada tanggal 18 Agustus 2022 secara <i>hybrid</i> dan disiarkan secara <i>live streaming</i> melalui Youtube Kemendag dan IG JMFW. Kegiatan ini diawali oleh Sambutan Kepala Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Jawa Timur, Bapak Drajat Irawan. Selanjutnya, Direktur Pengembangan Ekspor Jasa dan Produk Kreatif, Bapak Miftah Farid menyampaikan keynote speech sekaligus membuka kegiatan Seminar dan Kurasi RTJMFW di Surabaya.</p> <p><u>Workshop</u></p> <p>Kegiatan Workshop I dan II bertujuan untuk memberikan materi yang cukup bagi pelaku usaha lolos kurasi di 5 kota dalam persiapan mengikuti fashion show yang merupakan acara puncak JMFW pada tanggal 20-22 Oktober 2022. Workshop dilakukan secara <i>hybrid</i> dimana <i>offline</i> bertempat di Gedung Islamic Fashion Institute (IFI) di kota Bandung dengan dua agenda kegiatan yakni pemberian materi berupa teori dan konsultasi <i>one-on-one</i> antara</p>
--	--

Laporan Kinerja

	<p>desainer IFI dengan pelaku usaha.</p> <ul style="list-style-type: none"> Workshop I Kegiatan Workshop I terbagi atas 2 yakni pemberian materi mengenai Metode Desain Fesyen yang diberikan oleh tenaga ahli pengajar dari Islamic Fashion Institute, Ibu Yufie S.S. Kartaatmaja serta konsultasi pelaku usaha peserta fashion show JMFOW dengan tiga tenaga ahli dari IFI. Sementara itu kegiatan konsultasi desain untuk peserta JMFOW 2023 dilakukan secara <i>hybrid</i> (daring dan luring) dimana terdapat 13 pelaku usaha yang hadir secara luring dan 28 pelaku usaha lain mengikuti konsultasi secara daring. Workshop II Workshop 2 dilaksanakan pada 28 September hingga 1 Oktober 2022 secara <i>hybrid</i> yaitu kombinasi <i>online</i> dan <i>offline</i> di kampus Islamic Fashion Institute. Workshop 2 difokuskan pada pemberian materi mengenai teknis produksi yaitu pembuatan <i>mock up</i> dan <i>look book</i>. Pada kegiatan kali ini, para peserta kembali diberikan kesempatan untuk <i>one on one consultation</i> dengan mentor atau tenaga ahli yang telah disiapkan. Sementara itu pada kegiatan konsultasi <i>one-on-one</i> masing-masing pelaku usaha diminta menunjukkan <i>line sheet</i> produk, selanjutnya pelaku usaha diminta untuk menampilkan <i>mock-up</i> (sampel) produk yang telah dihasilkan. Tenaga ahli melakukan review dan memberikan masukan kepada pelaku usaha tersebut. Kegiatan konsultasi difokuskan pada diskusi mock up dan look book yang akan ditampilkan pada JMFOW 2023. <p><u>Inkubasi</u> Seminar <i>hybrid</i> dengan tema “<i>Education as Pillar for Sustainable Fashion</i>” pada 6 April 2022 di Jakarta Fashion Hub.</p> <p><u>Promosi</u></p> <ul style="list-style-type: none"> Ramadhan <i>Fashion Festival</i> pada 13-17 April 2022 di Gandaria City. JMFOW Corner at Muslim Fashion Festival (Muffest+) pada 21-23 April 2022 di Ritz Carlton. <i>Glowing with JMFOW 2023</i> kerjasama dengan Yayasan Putri Indonesia (YPI) pada 22 Mei 2022 di Gandaria City Mall. <i>Fashion show</i> kerjasama dengan NIMO Highland pada 29 Juni 2022 di NIMO Highland - Bandung. <p><u>Fashion Show</u> Kegiatan <i>fashion show</i> dilaksanakan pada tanggal 20-22 Oktober 2022 Di Hall 3 ICE BSD yang juga disiarkan secara langsung melalui kanal Youtube Kementerian Perdagangan dan <i>official IG JMFOW</i>. Kegiatan ini diikuti oleh 144 <i>brand</i> dengan koleksi mencapai 1000 <i>looks</i> (daftar pelaku usaha terlampir). Dari 144 brand dimaksud, 41 diantaranya (daftar pelaku usaha terlampir)</p>
--	---

Laporan Kinerja

	<p>merupakan pelaku usaha hasil kurasi di lima kota sementara selebihnya merupakan pelaku usaha undangan yang sudah dikenal luas masyarakat.</p> <p>Beberapa hal yang menarik dalam pelaksanaan fashion show JMFW tahun ini antara lain kolaborasi JMFW dengan kontestan Miss Grand International 2022 and Finalis Putri Indonesia 2022 yang membawakan baju-baju hasil rancangan desainer fesyen muslim nasional. Selain itu terdapat pula penampilan special dari penyanyi Vidi Aldiano dan Tissa Biani di sela-sela fashion show yang semakin menambah antusiasme pengunjung fashion show JMFW.</p> <p><u>Pameran Produk</u></p> <p>Kementerian Perdagangan juga memfasilitasi pameran produk <i>fashion</i> muslim pada Hall 3A Trade Expo Indonesia, yang lokasinya bersebelahan dengan Hall JMFW. Fasilitas ini diberikan kepada 153 pelaku usaha yang terdiri dari UKM fesyen muslim, produsen tekstil hingga pelaku usaha bidang kosmetik, aksesoris dan alas kaki (daftar pelaku usaha terlampir).</p> <p><u>Talkshow</u></p> <p>Talkshow pada JMFW 2023 dilakukan saat jeda kegiatan fashion show dengan menghadirkan berbagai tema antara lain mengenai Pembiayaan Umroh yang disampaikan oleh perwakilan BCA Syariah serta Pengembangan Brand DNA untuk Fesyen Muslim oleh perwakilan brand NURZAHARA INDONESIA dan akademisi dari Binus International School. Selain itu terdapat pula talkshow oleh Wardah dan Mustika Ratu yang sekaligus meluncurkan produk Minyak Zaitun.</p> <p><u>Business Matching</u></p> <p>Pada JMFW 2023 telah dilakukan kegiatan <i>Business Matching</i> yang mempertemukan peserta JMFW 2023 (baik yang mengikuti fashion show maupun pameran) dengan buyer dari dalam dan luar negeri. Total transaksi serta potensi transaksi pada 3 hari pelaksanaan JMFW 2023 sebesar Rp 206,6 Miliar atau USD 13,2 Juta dari transaksi dengan buyer asal 16 negara, antara lain Malaysia, Spanyol, Yaman, Portugal, Nigeria, dan lainnya. Dari total nilai tersebut, terdapat dua penandatanganan <i>Memorandum of Understanding</i> (MoU) yang dilakukan 14 pelaku usaha Indonesia yang bergerak di bidang fesyen muslim, produk halal dan makanan menandatangani kontrak kerjasama (MoU) dengan <i>buyer</i> Malaysia senilai total USD 4,3 Juta serta penandatanganan MoU antara perusahaan kosmetika Mustika Ratu dengan <i>buyer</i> dari lima negara yakni Australia, Arab Saudi, Uni Arab Emirat, Amerika Serikat dan Jepang senilai USD 2 Juta.</p>
--	---

Laporan Kinerja

BAB IV

PENUTUP

KESIMPULAN

SARAN

Laporan Kinerja

A. KESIMPULAN

Sehubungan ditetapkannya Peraturan Menteri Perdagangan nomor 29 Tahun 2022 tentang Organisasi dan Tata Kerja Kementerian Perdagangan, Direktorat Pengembangan Produk Ekspor (Dit. PPE) yang berubah menjadi Direktorat Pengembangan Ekspor Jasa dan Produk Kreatif (Dit. PEJPK). Berubahnya nomenklatur tidak merubah sasaran unit kerja, Dit. PEJPK sebagai salah satu unit teknis pada Ditjen PEN berperan dalam upaya mencapai sasaran “Peningkatan daya saing produk ekspor”. Sasaran tersebut diimplementasikan melalui pelaksanaan kegiatan pengembangan produk ekspor selama tahun 2022 yang dituangkan dalam 3 (tiga) indikator kinerja yaitu Tingkat kepuasan pengguna IDDC, Persentase produk pendampingan yang mendapat potensi ekspor, dan Persentase pelaku usaha yang mendapatkan fasilitasi pengembangan produk ekspor yang mendapatkan potensi ekspor.

B. SARAN

Laporan Kinerja Dit. PEJPK sebagai bagian evaluasi kegiatan

Laporan kinerja ini diharapkan dapat dimanfaatkan secara optimal sebagai salah satu acuan mengukur kinerja Dit. PEJPK yang dikaitkan dengan proses pencapaian tujuan dan sasarnya. Dengan demikian laporan kinerja ini dapat menjadi ukuran keberhasilan dalam pelaksanaannya dan dapat dimanfaatkan dalam proses perencanaan dan peningkatan kinerja Dit. PEJPK selanjutnya

Laporan Kinerja

LAMPIRAN

Lampiran 1 : Lembar Rencana Kerja Tahunan

Unit Eselon II : Direktorat Pengembangan Produk Ekspor

Tahun Anggaran : 2022

No	Sasaran	Indikator Kinerja	Rencana Tingkat Capaian (Target)	Pagu Anggaran (Rp)
1	2	3	4	7
1	Meningkatnya daya saing produk ekspor	Tingkat kepuasan pengguna IDDC	75%	12.591.363.000
		Prosentase produk pendampingan yang mendapat potensi ekspor	20%	
		Persentase pelaku usaha yang mendapatkan fasilitas pengembangan produk ekspor yang mendapatkan potensi ekspor	10%	

Direktur
Pengembangan Ekspor Jasa
Dan Produk Kreatif,

Miftah Farid

Laporan Kinerja

Lampiran 2 : Lembar Pengukuran Pencapaian Sasaran (PPS)

Unit Eselon II : Direktorat Pengembangan Ekspor Jasa dan Produk Kreatif

Tahun Anggaran : 2022

No	Sasaran Kegiatan	Indikator Kinerja Kegiatan	Kinerja Fisik						Kinerja Anggaran	
			Target	Realisasi TW I	Realisasi TW II	Realisasi TW III	Realisasi TW IV	Capaian (%)	Pagu (Rp)	Capaian (%)
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)	(11)
1	Meningkatnya daya saing produk ekspor	Tingkat kepuasan pengguna IDDC (%)	75%	96,63%	98,09%	98,30%	99,27%	130%	12.591.363.000	99,67%
		Persentase produk pendampingan yang mendapat potensi ekspor (%)	20%	0,00%	0,00%	0,00%	32,86%	165%		
		Persentase pelaku usaha fasilitasi pengembangan produk ekspor yang mendapatkan potensi ekspor (%)	10%	0,00%	0,00%	0,00%	19,50%	195%		