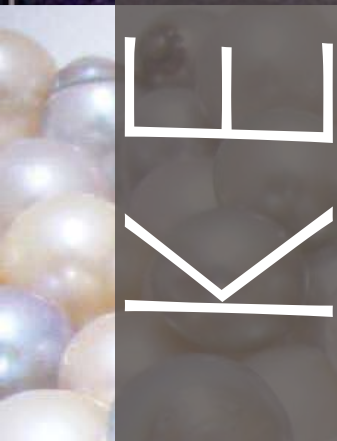


WARTA EKSPOR



TRADE EXPO INDONESIA (TEI) KE-28 Indonesia Pamerkan Produk Ekspor Berkualitas Yang Bernilai Tambah



trade with
remarkable
indonesia

Salah satu upaya pemerintah dalam mensukseskan sektor riil dan keuangan adalah melakukan pemasaran yang intens. Upaya pemasaran tersebut diwujudkan Kementerian Perdagangan Republik Indonesia dalam pelaksanaan Trade Expo Indonesia (TEI) ke-28 tahun 2013. Pada penyelenggaraan TEI 2013 hadir sebanyak 1.511 peserta dari perusahaan besar, menengah dan kecil yang berasal tidak hanya dari Jakarta dan sekitarnya, tetapi juga dari daerah lainnya di Indonesia, termasuk partisipasi dari berbagai instansi terkait, BUMN, Pemda, Asosiasi dan sebagainya. Peserta pada TEI 2013, yang meningkat 13% dari tahun sebelumnya, menampilkan produk-produk dan jasa unggulan ekspor Indonesia, antara lain, pesawat, truk pemadam kebakaran, furnitur, produk elektronik, produk alas kaki, kopi, kakao, produk karet, suku cadang kendaraan bermotor, produk turunan CPO, tekstil dan produk tekstil, perhiasan, essential oils, produk herbal, kulit dan produk kulit, alat-alat kesehatan, kerajinan, stationery non-paper, rempah, makanan olahan, produk ikan, tenaga kerja profesional, jasa perbankan, serta jasa pertambangan dan konstruksi.

Selain menampilkan produk barang dan jasa berdaya saing tinggi, TEI 2013 juga memiliki beberapa rangkaian kegiatan lainnya seperti, *Trade and Investment Forum (TI Forum)*, *One on One Business Meeting*, *Business Clinic*, *Business Matching*, dan *Regional Discussion*.

Program TEI kali ini mengusung format yang cukup berbeda dibandingkan tahun-tahun sebelumnya, dengan mengoptimalkan kegiatan *Business Matching*. Pertama, exhibitor dapat mencari calon buyer untuk produk mereka, dan sebaliknya melalui pendaftaran secara online pada website www.tradexpoindonesia.com. Kedua, tersedianya fasilitas berupa tempat khusus yang memberikan layanan responsif terhadap buyer yang mencari exhibitor produk tertentu. Ketiga, terorganisirnya layanan kepada para tamu undangan.

TEI juga merupakan media bagi kegiatan *National Pride Campaign* dalam membangun kebanggaan pada produk dalam negeri dan rasa cinta tanah air serta mampu menyediakan jasa profesional, sekaligus menghasilkan produk unggulan secara berkelanjutan.

Tim Editor

STT: Ditjen PEN/MJL/98/XI/2013, **Pelindung/Penasehat:** Nus Nuzulia Ishak, **Pimpinan Umum:** Ari Satria, **Pemimpin Redaksi:** RA. Marlana, **Redaktur Pelaksana:** Sugiarti, **Penulis:** Astri Permatasari, **Desain:** Dewi Alamati, Gedung Utama Kementerian Perdagangan Republik Indonesia, Lt3, Jl. M. Ridwan Rais no. 5, Jakarta 10110
Telp: 021-3858171 Ext.37302, **Fax:** 021-23528652, **E-mail:** p2ie@kemendag.go.id, **Website:** djpen.kemendag.go.id

Daftar Isi

Ditjen PEN/MJL/004/11/2013 Nopember



Editorial 2

Daftar Isi 2

Tajuk Utama 3
Trade Expo Indonesia (TEI)
ke-28

Kisah Sukses 15

Kegiatan Ditjen PEN 17
Nopember

TRADEXPO
Indonesia

Trade Expo Indonesia (TEI) ke-28

Indonesia Pamerkan Produk Ekspor Berkualitas Yang Bernilai Tambah

Pada Trade Expo Indonesia (TEI) dengan mengusung tema *"Trade with Remarkable Indonesia"* yang digelar pada tanggal 16-20 Oktober 2013 di Jakarta International Expo Kemayoran, Kementerian Perdagangan berhasil mendatangkan 9.343 buyer internasional dari 118 negara. Dengan menampilkan lebih dari 1.511 perusahaan peserta pameran yang menempati area pameran seluas 34.000 m², TEI menghasilkan total transaksi sebesar USD 1,82 miliar yang berarti meningkat 82% dibanding hasil transaksi TEI 2012 yaitu USD 1,001 miliar. Capaian TEI 2013 tidak terlepas dari peran aktif perwakilan RI di luar negeri, seperti KBRI, atase perdagangan, dan *Indonesian Trade Promotion Centre* (ITPC) yang dalam berbagai kesempatan mensosialisasikan dan mempromosikan TEI 2013 di wilayah akreditasinya masing-masing. Di samping itu, kesuksesan TEI kali ini juga karena adanya dukungan dari kementerian dan lembaga terkait lainnya.

Pelaksanaan TEI 2013 merupakan salah satu wujud upaya pemerintah untuk meningkatkan ekspor non migas di dunia internasional. TEI diharapkan dapat mempresentasikan citra positif Indonesia melalui upaya peningkatan nilai tambah, baik dari segi kualitas produk maupun pengembangan desain

dan kemasan. Sementara, nilai tambah dapat dicapai dengan memanfaatkan potensi sumber daya alam Indonesia yang melimpah yang dikelola secara terarah dan berkelanjutan melalui tenaga terampil dan profesional dibidangnya.

Selain menampilkan produk barang dan jasa berdaya saing tinggi, TEI 2013 juga memiliki beberapa rangkaian kegiatan lainnya seperti, Trade and Investment Forum (TI Forum), *One on One Business Meeting*, *Business Clinic*, *Business Matching*, dan *Regional Discussion*. TI Forum merupakan kegiatan seminar dan diskusi yang bertujuan untuk penyampaian kebijakan pemerintah Indonesia dalam menghadapi peluang dan tantangan perdagangan global pada saat penurunan ekonomi dunia. Kegiatan ini diharapkan mampu membangun sinergi aktif antara pemerintah dan dunia usaha dalam membuat kebijakan untuk meningkatkan kinerja di sektor perdagangan dan investasi.

Surplus neraca perdagangan sektor non migas Indonesia selama Januari-Agustus 2013 sebesar USD 2,99 miliar telah menunjukkan bukti keberhasilan pemerintah dalam meningkatkan ekspor sektor non migas. Selain China, Jepang dan Amerika Serikat

yang merupakan negara utama tujuan ekspor non migas Indonesia, nilai ekspor Indonesia ke negara non tradisional juga mengalami kenaikan signifikan seperti ke Myanmar, Nigeria, Selandia Baru, Ukraina dan Rusia. Hal ini menunjukkan bahwa akses bagi produk Indonesia ke pasar non tradisional masih terbuka besar sehingga pemerintah semakin optimis TEI 2013 menjadi pintu gerbang masuknya pasar non tradisional bagi produk ekspor Indonesia.

“Melalui cara mempertemukan para pelaku usaha Indonesia dengan ribuan buyers internasional, TEI menjadi salah satu instrumen efektif untuk

bernilai tambah asal Indonesia. “Ini menandakan mulai terjadinya pergeseran dari ekspor komoditas ke ekspor barang bernilai tambah. Kami berharap ini dapat meningkatkan nilai ekspor non migas Indonesia” ungkap Menteri Perdagangan Gita Wirjawan.

Ketika acara pembukaan TEI ke 28 ini, tamu yang hadir meliputi para Menteri Kabinet Indonesia Bersatu II, para gubernur, para duta besar negara sahabat maupun duta besar RI untuk negara sahabat, Konsul Jenderal dan Konsul Kehormatan negara sahabat, atase perdagangan, Kepala ITPC



Penyelenggaraan TEI ke-28 Tahun 2013 dibuka secara resmi pada hari Rabu 16 Oktober 2013 bertempat di Hall D2 Arena JIExpo oleh Wakil Presiden RI Boediono didampingi Menteri Perdagangan Gita Wirjawan, Menteri Perindustrian MS Hidayat, Kepala Badan Koordinasi Penanaman Modal Mahendra Siregar dan Ketua MPR RI yang ditandai dengan pemukulan gong.

mempertahankan posisi ekspor Indonesia ke negara-negara tradisional sekaligus mempercepat penetrasi ekspor ke negara non tradisional.” ujar Gusmardi Bustami, Ketua Pelaksana TEI 2013.

Saat ini tren pembeli internasional mulai menunjukkan minat terhadap produk barang jadi

(*Indonesian Trade Promotion Centre*), perwakilan dunia usaha, delegasi negara asing yang tergabung dalam misi dagang maupun perseorangan serta para peserta pameran.

Wakil Presiden RI Boediono menghimbau kepada pelaku usaha agar jangan ragu-ragu dalam

menjalankan aktivitas bisnisnya. Di tengah ketidakpastian ekonomi dunia saat ini, pemerintah menjamin ekonomi makro Indonesia tetap stabil. Boediono menambahkan, kesiapan menghadapi perubahan perekonomian dunia juga akan ditunjang dengan upaya pemerintah dalam mensukseskan sektor riil maupun keuangan.

"Pemerintah sangat ingin menurunkan biaya logistik. Ini sangat penting, karena akan sangat menentukan daya saing kita ke luar negeri sehingga produk ekspor bisa bersaing sekaligus sebagai benteng pertahanan bagi banjirnya produk impor. Setidaknya terdapat 4 strategi yang telah dilakukan untuk menurunkan biaya logistik, yaitu revitalisasi

pelabuhan, pembangunan rel ganda kereta api jalur Pantai Utara, perluasan bandara di beberapa daerah, serta perbaikan dan penambahan infrastruktur jalan yang terkendala pembebasan lahan." ungkap Boediono.

Lebih lanjut, Boediono menyampaikan bahwa TEI merupakan media bagi kegiatan *National Pride Campaign* dalam membangun kebanggaan pada produk dalam negeri dan rasa cinta tanah air. "Marilah kita tunjukkan kepada dunia internasional bahwa produk Indonesia adalah produk-produk yang berkualitas, bernilai tambah dan berdaya saing tinggi," tutur Boediono dalam sambutan saat membuka TEI ke-28.



TEI ke-28 Tahun 2013 pada hari Rabu 16 Oktober 2013 bertempat di Hall D2 Arena JIExpo.

TRADEXPO Indonesia

Exhibition | Business Forum | Business Matching



PENGHARGAAN PRIMANIYARTA 2013

Sebagaimana pada tahun-tahun sebelumnya, dalam rangkaian kegiatan pembukaan TEI 2013 juga dilakukan penyerahan Penghargaan Primaniyarta 2013 yang diserahkan langsung oleh Wakil Presiden RI Boediono didampingi Menteri Perdagangan Gita Wirjawan. Penghargaan Primaniyarta tahun ini terdiri dari 4 kategori yaitu Eksportir Berkinerja, Eksportir Pembangun Merek Global, Eksportir Potensi Unggulan Ekspor, dan Eksportir Pelopor Pasar Baru. Sesuai keputusan Tim Juri yang diketuai Rachmat Gobel maka terpilih 39 pelaku ekspor berprestasi sebagai penerima Primaniyarta 2013, yaitu kategori Eksportir Berkinerja sebanyak 14 perusahaan, kategori Eksportir Pembangun Merek Global sebanyak 8 perusahaan, kategori Eksportir Potensi Unggulan Ekspor sebanyak 10 perusahaan, dan kategori Eksportir Pelopor Pasar Baru sebanyak 7 perusahaan penerima. Selain itu, pada penyerahan Penghargaan Primaniyarta 2013 juga diberikan penghargaan khusus kepada penerima Primaniyarta selama 5 tahun berturut-turut yaitu, *Outstanding Winner for Five Times Achievements of Primaniyarta Awards*, kepada PT Indesso Aroma yang berdomisili di Propinsi Jawa Tengah.

Menteri Perdagangan Gita Wirjawan juga menuturkan bahwa penyerahan penghargaan Primaniyarta kepada eksportir berprestasi Indonesia merupakan salah satu agenda penting

pada acara pembukaan TEI 2013. "Penghargaan ini merupakan apresiasi kepada para eksportir yang telah menunjukkan produk-produk terbaik mereka kepada dunia internasional. Kami juga berharap penghargaan ini dapat memotivasi eksportir lainnya untuk terus berkreasi dan berinovasi," Mendag menegaskan. Penghargaan kepada para eksportir tersebut secara tidak langsung memperlihatkan bahwa Indonesia tidak hanya berlimpah dengan sumber daya alam, tapi juga memiliki potensi sumber daya manusia yang potensial. Singkatnya, TEI juga merupakan media untuk membangun citra Indonesia sebagai bangsa niaga yang tangguh dan kreatif yang mampu menyediakan jasa profesional, sekaligus menghasilkan produk unggulan secara berkelanjutan dengan senantiasa menjaga kearifan lokal.

Salah satu upaya pemerintah dalam mensukseskan sektor riil dan keuangan adalah melakukan pemasaran yang intens. Upaya pemasaran tersebut diwujudkan dalam pelaksanaan TEI 2013. Lebih lanjut, Mendag mengatakan pentingnya peran TEI dalam upaya promosi dan transaksi penjualan dan optimis dengan target transaksi di TEI. "Kami menyadari target ini terlihat ambisius. Namun kami optimis target tersebut ditetapkan sesuai dengan transaksi TEI yang terus meningkat tiap tahunnya sebesar 42,5%" jelasnya.



GELAR PRODUK KELAS DUNIA

Pada penyelenggaraan TEI 2013, sebanyak 1.511 peserta dari perusahaan besar, menengah dan kecil yang berasal tidak hanya dari Jakarta dan sekitarnya, tetapi juga dari daerah lainnya di Indonesia turut berpartisipasi, termasuk partisipasi dari berbagai instansi terkait, BUMN, Pemda, Asosiasi dan sebagainya. Peserta pada TEI 2013, yang meningkat 13% dari tahun sebelumnya, menampilkan produk-produk dan jasa unggulan ekspor Indonesia, antara lain, pesawat, truk pemadam kebakaran, furnitur, produk elektronik, produk alas kaki, kopi, kakao, produk karet, suku cadang kendaraan bermotor, produk turunan CPO, tekstil dan produk tekstil, perhiasan, *essential oils*, produk herbal, kulit dan produk kulit, alat-alat kesehatan, kerajinan, *stationery non-paper*, rempah, makanan olahan, produk ikan, tenaga kerja profesional, jasa perbankan, serta jasa pertambangan dan konstruksi.

Mendag menyatakan, "Kami optimis pada penyelenggaraan TEI tiap tahunnya. Karena beberapa produk yang menjadi *highlight* pada TEI 2012 yang telah masuk ke pasar luar negeri, di antaranya bambu *knock down* yang diekspor ke Prancis, bulu mata dari Probolinggo ke Amerika Serikat, dan busana rancangan Tex Saverio yang digunakan di beberapa acara perhelatan dunia."

Untuk mengoptimalkan kegiatan *Business Matching*, kali ini format yang diusung cukup

berbeda dibanding tahun-tahun sebelumnya. Pertama, *exhibitor* dapat mencari calon *buyer* untuk produk mereka, dan sebaliknya melalui pendaftaran secara online pada website www.tradexpoindonesia.com. Kedua, tersedianya fasilitas berupa tempat khusus yang memberikan layanan responsif terhadap *buyer* yang mencari *exhibitor* produk tertentu.

Ketiga, terorganisirnya layanan kepada para tamu undangan. Dari sisi pengunjung, *Business Matching* ini tidak hanya dimanfaatkan oleh buyer perorangan, tapi juga tim misi dagang dari berbagai negara yang telah memberitahukan produk apa saja yang diminati. Kegiatan ini merupakan bentuk layanan yang lebih optimal kepada para pelaku usaha. Pada TEI 2013, *Business Matching* bekerjasama dengan Pico dan Socialwalk dengan sponsor utama Bank Rakyat Indonesia (BRI). BRI memfasilitasi program ini karena memiliki produk perbankan yang sangat sesuai dengan bidang ekspor dan impor. Selain itu, juga diselenggarakan pula acara *Business Workshop* bagi para *exhibitor* TEI 2013. Tahun ini, para peserta juga diberi kemudahan untuk menemukan mitra bisnis yang tepat melalui situs online yang disediakan SocialWalk. Kegiatan *Business Matching* ini telah berhasil mempertemukan para buyers dari 26 negara di dunia dengan para peserta TEI.





Business Matching bekerjasama dengan Pico dan Socialwalk dengan sponsor utama Bank Rakyat Indonesia (BRI)





Export Development Pavilion



Dalam gelaran TEI 2013 juga dihadirkan produk-produk unggulan dalam negeri dalam Export Development Pavilion berlokasi di Hall D1 dengan menampilkan 53 perusahaan dari berbagai sektor usaha. Pavilion ini merupakan bentuk apresiasi pemerintah pada pelaku usaha yang dinilai mampu menghasilkan produk-produk unggulan yang dibagi pada 5 zona, yaitu zona industri strategis dan *hi-tech*, zona sumber daya alam, zona manufaktur, zona industri kreatif dan UKM, serta zona investasi dan jasa profesional.

“Sudah menjadi agenda rutin TEI yang selalu menonjolkan produk-produk yang diunggulkan dari berbagai industri dalam negeri pada pavilion ini. Oleh karena itu, pavilion ini sebagai bentuk penghargaan pemerintah pada industri strategis tersebut,” ujar Mendag Gita Wirjawan. Yang membedakan pavilion ini dengan *stand* lainnya pada TEI 2013, produk-produk pada Export Development Pavilion merupakan produk ekspor unggulan yang strategis.

Pintu Gerbang Produk Indonesia ke Pasar Non Tradisional

TEI 2013 berhasil mendatangkan 9.343 *buyers* internasional dari 118 negara dan menerima lebih dari 50 delegasi misi dagang dari berbagai negara diantaranya Nigeria, Malaysia, Saudi Arabia, India, Afrika Selatan, Amerika Serikat, Bangladesh, Australia, Korea Selatan, dan Jepang.

“Ada lebih dari 200 pengusaha asal Afrika Barat yang didominasi Benin, Angola, Pantai Gading, Senegal, Ghana, Nigeria dan Togo, mengunjungi TEI 2013, peningkatan yang sangat signifikan dari tahun lalu,” ujar Mendag Gita Wirjawan. Menurut Gita, pasar ekspor ke Benua Afrika akan terus meningkat pesat. Hal ini terjadi karena negara-negara tujuan ekspor tradisional masih mengalami kelesuan ekonomi dan berdampak pada penurunan nilai impor dari Indonesia. Sebaliknya, negara-negara berkembang di kawasan Afrika justru mengalami peningkatan konsumsi seiring stabilnya ekonomi negara-negara tersebut. Beberapa produk Indonesia yang diminati pasar Afrika diantaranya produk kelapa sawit dan turunannya, komponen otomotif, karet dan produk karet, kopi, dan produk kertas.

Keberhasilan mendatangkan *buyers* mancanegara dibanding tahun sebelumnya tidak lepas dari peran Kantor Perwakilan RI di luar negeri serta para Atase Perdagangan, KDEI Taiwan, Konsul Perdagangan maupun Indonesia Trade Promotion Center. Mereka melakukan penggalangan *buyers* melalui pendekatan langsung di negara akreditasi, antara lain, KADIN, importir, distributor dan melalui media promosi seperti social media, penyebaran brosur, business gathering, termasuk media cetak maupun elektronik. Lebih jauh, Kemendag telah melakukan berbagai upaya strategis baik melalui program promosi maupun pengembangan jasa yang dihasilkan dapat lebih berkualitas sehingga akan menambah minat *buyers* datang pada TEI 2013. Sejalan dengan ini Ketua Panitia TEI 2013 Gusmardi Bustami menegaskan, “Kantor Perwakilan RI di luar negeri akan terus melakukan koordinasi agar TEI menjadi media efektif mempertemukan permintaan dan pasokan. Hal yang cukup menggembirakan untuk TEI tahun ini adalah minat *buyers* internasional yang didominasi oleh permintaan produk barang

jadi, seperti tekstil dan produk tekstil, furniture, makanan dan minuman olahan, produk kertas dan produk karet”.

Mendag Gita Wirjawan mengungkapkan bahwa masih banyak transaksi yang dilakukan di luar TEI yang belum tercatat, di mana para *buyers* banyak mengunjungi sejumlah produsen di daerah untuk melihat proses produksi dari dekat. “Jika realisasi kontak dagang yang telah tercatat diakumulasi dengan yang masih dalam tahap negosiasi, maka diyakini target USD 2 miliar sangat mungkin tercapai,” jelasnya.

Dari total transaksi tersebut, transaksi barang tercatat sebesar 37,91%; jasa 3,61%; dan investasi 58,49%. Untuk investasi, berasal dari 14 negara, yaitu Jepang, Inggris, Taiwan, Australia, Rusia, India, Mesir, Persatuan Emirat Arab, Nigeria, Thailand, Brasil, Korea Selatan, Hungaria, dan Afrika Selatan. Investasi dilakukan di sektor pertambangan, manufaktur (ban dan glassware), pengelolaan air bersih, pertanian, perdagangan, tekstil, dan alat kesehatan. Sementara itu, sepuluh produk yang paling diminati *buyers* selama penyelenggaraan TEI 2013 adalah produk pertanian, furnitur, otomotif dan komponennya, kopi, makanan dan minuman, tekstil dan produk tekstil, listrik dan produk elektronik, barang-barang kebutuhan rumah tangga, rempah-rempah, serta kertas dan produk kertas.

Untuk sektor jasa, tenaga kerja di bidang konstruksi dan manufaktur, *hospitality*, minyak dan gas, terapis spa, teknologi informasi, serta perawat dan pengasuh adalah yang paling diminati. Permintaan untuk sektor ini sebagian besar berasal dari Afrika Selatan, Australia, Malaysia, Suriname, Lesotho, China, Persatuan Emirat Arab, Taiwan, Irak, dan Chili.

Buyers dengan jumlah terbesar berasal dari RRT sebesar 11,84% dari seluruh total transaksi. Kemudian posisi kedua dan seterusnya diikuti oleh Jepang dengan 6,20%; Australia 5,38%; Afrika Selatan 4,78%; India 4,68%; Korea Selatan 4,57%; Amerika Serikat 4,18%; Zimbabwe 3,81%; Malaysia 3,66%; dan Arab Saudi 2,93%. “Komposisi *buyers*

pada TEI 2013 didominasi oleh negaranegara non-tradisional sebanyak 77,54%. Hal menarik pada TEI kali ini adalah adanya *buyers* pendatang baru yang berasal dari Suriname, Papua Nugini, Yaman, Aljazair, Bulgaria, dan Kamerun yang juga melakukan transaksi cukup besar. Hal ini menunjukkan bahwa kebijakan diversifikasi pasar oleh pemerintah mulai membuahkan hasil,” ungkap Mendag.

Di sela-sela kegiatan pameran, beberapa eksportir Indonesia dan importir asing (*buyers*) yang berasal dari Afrika Selatan, Australia, dan Jepang sempat melakukan penandatanganan nota kesepahaman untuk melakukan kerjasama di bidang jasa konstruksi, produk kertas, teh, dan madu alam. Mendag menegaskan bahwa kerja sama perdagangan, khususnya untuk produk-produk berkualitas tinggi dan bernilai tambah akan terus didorong.

Bosnia Herzegovina, Hungaria, Bulgaria, Zimbabwe, dan Zambia. Beberapa topik penting yang dibahas pada pertemuan tersebut, diantaranya kerjasama strategis bidang ekonomi dan perdagangan, regulasi ekspor impor, dan berbagai produk Indonesia yang diminati para pengusaha dari negara-negara tersebut. Bayu menyambut baik inisiatif peningkatan kerjasama perdagangan antar negara dan upaya untuk mengatasi hambatan perdagangan. Ia juga mengajak para delegasi atau pengusaha untuk mengidentifikasi eksportir Indonesia di TEI 2013.

Salah satu kunjungan delegasi *buyer*, yaitu dari Al-Jazair, diterima oleh Ketua Pelaksana TEI 2013 Gusmardi Bustami bersama Duta Besar Indonesia untuk Al-Jazair Niam Salim pada Sabtu (19/10).



Salah satu rangkaian acara TEI 2013 adalah *courtesy call* Wakil Menteri Perdagangan Bayu Krisnamurthi dengan para duta besar, konsul perdagangan, delegasi dan pejabat pemerintah, serta pengusaha dari berbagai negara sahabat seperti Afrika Selatan, Uni Emirat Arab, Suriname, Serbia, Malaysia, Sudan, Yordania, Australia, Ukraina, Singapura, Timor Leste,

Kunjungan *buyers* berjumlah 29 orang terdiri dari para pelaku usaha yang tergabung dalam *Chamber of Commerce* Al-Jazair dan anggota senat dari Provinsi Biskra dan Provinsi Gardaya dimaksudkan untuk melihat dan melakukan pembelian produk Indonesia yang dipamerkan di TEI. Pada kesempatan tersebut Gusmardi Bustami menjelaskan posisi

Indonesia dalam lingkup ASEAN, perdagangan bebas ASEAN dan ASEAN Economic Community (AEC) serta kerjasama ekonomi APEC. Sedangkan dari pihak Al-Jazair mengajak KADIN Indonesia untuk berkunjung ke Al-Jazair dalam waktu dekat untuk merealisasikan kerjasama antara Al-Jazair dan Indonesia. Dalam waktu dekat juga akan dilakukan kerjasama antara KADIN Provinsi Biskra dengan KADINDA Jawa Tengah.

Selain kegiatan *courtesy call* tersebut, juga dilakukan beberapa penandatanganan Nota Kesepahaman antara eksportir Indonesia dengan importir Australia, Afrika Selatan dan Jepang. Bayu menegaskan bahwa kerja sama tersebut akan semakin mengukuhkan posisi produk dan jasa Indonesia di dunia internasional. "Ini bukti bahwa produk ekspor Indonesia mulai terdiversifikasi, tidak hanya bahan mentah tapi juga sudah merambah ke produk jadi yang bernilai tambah. Produk Indonesia ternyata cukup

berkualitas karena telah mampu bersaing di pasar internasional," ujar Wamendag.

Dalam kesempatan ini, Wamendag Bayu menyaksikan penandatanganan Nota Kesepahaman bersama Duta Besar Indonesia untuk Australia Nadjib Riphath Kesoema dan Ketua Pelaksana TEI 2013 Gusmardi Bustami atas pembelian produk kertas antara PT Pindo Deli Pulp and Paper Mills dengan Solaris Paper Pty Ltd senilai USD 16 juta untuk produk kertas tisu makanan, tisu facial, dan tisu toilet.

Selain itu Wamendag Bayu juga menyaksikan penandatanganan Nota Kesepahaman antara Nu-Crete company building dari Afrika Selatan dengan PT Wijaya Karya, dan penandatanganan Principal Agreement antara PT Permadani Interland (produsen madu alam segar dan teh organik) dengan K Co. Ltd Jepang (produsen dan distributor consumer goods) senilai USD 1 juta.



Trade and Investment Forum 2013

Dalam rangka penyelenggaraan Trade Expo Indonesia (TEI) ke-28 tahun 2013, salah satu kegiatan yang diagendakan adalah Trade and Investment (TI) Forum pada tanggal 17-18 Oktober 2013 di Gedung Pusat Niaga lantai 6, Jakarta International Expo (JIExpo) dengan mengusung tema *'Trade to Invest in Remarkable Indonesia: Enhancing Export and Domestic Market through Investment'*. Dalam pelaksanaannya, rangkaian kegiatan TI Forum meliputi Forum Dialog, Diskusi Regional dengan pembicara Duta Besar, Diskusi Regional dengan pembicara Atase Perdagangan dan pejabat Indonesian Trade Promotion Centre (ITPC), serta Klinik Bisnis.

TI Forum yang berlangsung di ruang Semeru JI Expo Kemayoran Jakarta, Kamis (17/10) menghadirkan 5 pembicara, yaitu Menteri Perdagangan Gita Wirjawan, Kepala Badan Koordinasi Penanaman Modal Mahendra Siregar, Ketua Umum KADIN Surya Bambang Sulistio, Ketua Umum APINDO Sofjan Wanandi dan Dirjen Kerjasama Industri Internasional Kementerian Perindustrian Agus Tjahajana Wirakusuma, dengan moderator Maria Kalaij dari MetroTV. Seminar yang merupakan rangkaian dari pelaksanaan TEI 2013 ini diikuti 500 peserta yang terdiri dari 200 investor dari 9 negara, 150 *buyers* dari 14 negara, duta besar, konsulat jenderal, atase perdagangan, ITPC, perwakilan 33 BKPM, dan kalangan dunia usaha nasional. Seminar ini merupakan forum dialog tentang upaya peningkatan volume perdagangan dan investasi, serta memberikan informasi kepada para investor untuk dapat lebih memahami lebih jauh potensi perdagangan dan investasi di Indonesia khususnya di daerah.

Pertumbuhan ekonomi yang melambat di negara-negara maju seperti Amerika Serikat, Jepang, dan sebagian negara anggota Uni Eropa membawa dampak pada pertumbuhan ekonomi dunia. Menurut International Monetary Fund (IMF), pertumbuhan ekonomi dunia tahun 2013 mengalami kontraksi dari 3,3% menjadi 3,1% (WEO, Juli 2013). Di tengah situasi pelambatan ekonomi dunia saat ini, pertumbuhan GDP Indonesia menunjukkan hasil yang cukup baik. Pada semester pertama 2013 GDP Indonesia meningkat 5,9%. "Pertumbuhan tersebut ditunjang oleh peningkatan konsumsi sebesar 55,6% dan investasi sebesar 32,3%," ungkap Mendag Gita Wirjawan dalam pembukaan TI Forum.

"Salah satu daya tarik mengapa investor asing menanamkan modalnya di Indonesia adalah meningkatnya *young middle income group* yang pada tahun 2010 mencapai 18% atau sekitar 40 juta orang. Jumlah ini lebih dari total populasi di Malaysia dan Singapura," ujar Mendag. Disampaikan pula bahwa tantangan Indonesia kedepan adalah perbaikan infrastruktur, diversifikasi ekspor dan peningkatan kapasitas produksi sesuai permintaan dunia.

Kegiatan seminar lainnya adalah Diskusi Regional dengan pembicara Duta Besar, Diskusi Regional dengan pembicara Atase Perdagangan dan Kepala Indonesian Trade Promotion Centre (ITPC), serta Klinik Bisnis yang mempertemukan media konsultasi bagi para eksportir.



Diskusi Regional

Diskusi regional yang membahas secara spesifik mengenai potensi, peluang, tantangan, serta strategi masuk pasar di negara akreditasi ini dilaksanakan pada tanggal 17 Oktober 2013 yang dibagi dalam 7 wilayah pasar yaitu ASEAN dan ANZ, ASIA (non ASEAN), Timur Tengah, Eropa Bagian Timur, Eropa Bagian Barat, Amerika, dan Afrika. Pembicara pada Diskusi Regional ini sebanyak 31 Duta Besar dan Perwakilan RI di Luar Negeri, serta 16 Atase Perdagangan dan 19 ITPC, dengan total peserta 435 orang.

Klinik Bisnis

Klinik Bisnis dilaksanakan pada tanggal 18 Oktober 2013. Adapun informasi yang dikonsultasikan oleh para pelaku usaha kepada para atase perdagangan dan pejabat ITPC, antara lain, mengenai bagaimana mencari peluang pasar, mencari perusahaan untuk melakukan kerjasama, cara pengemasan dan pengiriman, informasi pameran, regulasi di negara tujuan ekspor, dan informasi lainnya. Dari sejumlah konsultasi, permasalahan yang banyak dijumpai oleh pelaku usaha adalah cara menangani konflik pada saat bertransaksi ekspor.

Beberapa informasi yang ditanyakan oleh para pengusaha adalah peluang pasar ekspor dan potensi produk untuk dipasarkan ke negara tujuan ekspor, serta regulasi yang berlaku di negara tujuan ekspor tersebut. Selain itu, pengusaha juga menanyakan masalah sistem pembayaran yang paling efisien, karakteristik pembeli di negara tujuan ekspor, harga yang kompetitif untuk suatu produk serta kemungkinan terbukanya kesempatan bagi mereka untuk mengikuti pameran di negara tujuan ekspor itu.

Selain memberikan informasi mengenai prospek dan peluang pasar, para atase perdagangan dan ITPC juga menyarankan kepada para pengusaha untuk selalu membuka website para Atdag/ITPC dan mengirimkan company profile yang menarik ke perwakilan RI di luar negeri dalam rangka mengupayakan pencarian mitra bisnis. Selain itu juga disarankan agar para pengusaha terus melakukan pengembangan produk, baik dari produk, desain maupun kemasan, serta mengikuti pelatihan teknis dibidang perdagangan internasional di Balai Besar Pendidikan dan Pelatihan Ekspor Indonesia (BBPPEI), Kementerian Perdagangan, Jakarta.

ACADEMIC TOUR

UNTUK MENUMBUHKAN RASA CINTA PRODUK INDONESIA

Dalam penyelenggaraan TEI 2013 ini, juga dilakukan *Academic Tour* yang bertujuan untuk meningkatkan kecintaan terhadap produk dalam negeri dan membuka wawasan untuk meningkatkan kreatifitas dan inovasi generasi muda. Tujuan *Academic Tour* ini untuk memberi wawasan kepada para mahasiswa agar sadar produk nasional yang berorientasi ekspor. Dengan timbulnya kesadaran tersebut diharapkan kalangan mahasiswa akan bangga produk Indonesia dan menggunakan produk dalam negeri. Selain berkeliling area pameran, para mahasiswa juga menyaksikan langsung para *buyers* yang melakukan transaksi dagang dengan para peserta pameran.

Kegiatan ini diikuti oleh para mahasiswa dari 5 perguruan tinggi yaitu Universitas Pelita Harapan, Universitas Trisakti, Universitas Paramadina, Universitas Bina Nusantara, dan Akademi Pimpinan Perusahaan.

TANGGAL PENYELENGGARAAN TEI 2014

Trade Expo Indonesia ke-29 Tahun 2014 rencananya akan diselenggarakan pada tanggal 8-12 Oktober 2014 di lokasi yang sama yaitu Jakarta International Expo, Kemayoran. Selanjutnya, untuk tetap mempertahankan reputasi TEI sebagai pameran bertaraf internasional terbaik di Indonesia, maka Kementerian Perdagangan akan terus berupaya untuk meningkatkan pelayanan dan fasilitasi kepada para buyers dan peserta pameran termasuk tentunya peningkatan manajemen pengelolaan pameran.

See you at Trade Expo Indonesia 2014...

PENERIMA PENGHARGAAN PRIMANIYARTA 2013

Eksportir Kebanggaan Bangsa

PRIMANIYARTA merupakan penghargaan tertinggi yang diberikan Pemerintah Indonesia kepada eksportir yang dinilai paling berprestasi di bidang ekspor dan dapat menjadi tauladan bagi eksportir lain. Penghargaan ini diberikan sebagai bentuk apresiasi Pemerintah kepada eksportir yang meningkatkan ekspornya secara berkesinambungan, sekaligus mendorong pertumbuhan jumlah pelaku ekspor yang tangguh dan berdaya saing. Selain itu, penghargaan Primaniyarta dapat menjadi salah satu ajang pembuktian prestasi eksportir Indonesia serta menjadi sarana promosi bagi para penerima sebagai bentuk pengakuan terhadap eksistensi dan kinerja dalam melaksanakan aktivitas perdagangan internasional sehingga penerima Penghargaan Primaniyarta akan memperoleh kredibilitas yang baik di kalangan dunia usaha dan pemerintah yang pada akhirnya mendapatkan kemudahan dalam aktivitas bisnisnya.

Pada tahun 2013 ini penghargaan Primaniyarta yang telah memasuki tahun penyelenggara ke-18, dibagi menjadi 4 kategori yaitu Kategori Eksportir Berkinerja, Kategori Eksportir Pembangun Merek Global, Kategori Eksportir Potensi Unggulan Ekspor, dan Kategori Eksportir Pelopor Pasar Baru. Melalui kegiatan ini diharapkan para eksportir yang telah memperoleh penghargaan Primaniyarta dapat menjadi sumber inspirasi sehingga pada akhirnya dapat meningkatkan jumlah eksportir Indonesia yang tangguh.

Manfaat Primaniyarta

Para eksportir yang menjadi penerima Primaniyarta akan memperoleh manfaat antara lain Logo Primaniyarta "Gambar Trofi" dengan tulisan "Primaniyarta Export Award" di bawah gambar dapat ditampilkan pada Kop Surat Perusahaan



penerima penghargaan tersebut dan Kartu Nama, serta dipromosikan di dalam dan di luar negeri melalui publikasi yang diterbitkan oleh Kemendag khususnya Ditjen PEN, antara lain Buku dan CD Primaniyarta, Warta Ekspor dan Export News, publikasi Primaniyarta edisi Indonesia dikirimkan kepada Instansi Pemerintah di Pusat dan Daerah, Perbankan, KADIN Pusat, Kadinda, Asosiasi dan lain sebagainya. Publikasi Primaniyarta edisi Inggris dikirim kepada Kantor Perwakilan RI di luar negeri (Kedutaan Besar RI, Konsulat Jenderal RI, Konsul Kehormatan, ITPC dan Kantor Dagang dan Ekonomi Indonesia) serta Lembaga Internasional yang bekerjasama dengan Ditjen PEN, seperti CBI - Belanda, SIPPO - Swiss, ASEAN CENTRE, JETRO dan JICA - Jepang dan lain sebagainya, mendapat prioritas mengikuti kegiatan promosi ekspor yang dikoordinir oleh Ditjen PEN Kementerian Perdagangan di dalam dan diluar negeri, seperti Pameran Dagang Internasional, Misi Dagang, Indonesian Week, TEI dan lain sebagainya.

Khusus untuk penerima Penghargaan Primaniyarta Kategori Eksportir Potensi Unggulan Ekspor dan Kategori Eksportir Pelopor Pasar Baru, masing-masing penerima akan mendapat *stand* gratis dan siap pakai ukuran 9 m² di TEI tahun depan. Selain itu, juga akan dibantu biaya pendaftaran merek produk di Ditjen Hak Kekayaan Intelektual (HKI), Kementerian Hukum dan HAM.

Para penerima adalah perusahaan yang dinilai memiliki kinerja ekspor terbaik, sehat keuangan dan tidak tersangkut masalah hukum dalam bidang perbankan, pajak, bea cukai, lingkungan, maupun masalah ketenagakerjaan. Dari 39 perusahaan penerima Primaniyarta 2013, 20 perusahaan merupakan peserta baru dan 19 perusahaan merupakan peserta yang telah beberapa kali memperoleh Penghargaan Primaniyarta. Pada tahun ini ada 1 perusahaan yang menerima special achievement karena telah 5 kali menerima Primaniyarta yaitu PT. Indesso Aroma, asal Jawa Tengah. Penghargaan Primaniyarta diserahkan langsung oleh Wakil Presiden RI Bapak Boediono.

Menteri Perdagangan Gita Wirjawan juga menuturkan bahwa penyerahan penghargaan Primaniyarta kepada eksportir-eksportir berprestasi Indonesia merupakan salah satu agenda penting pada acara pembukaan TEI 2013 oleh Wakil Presiden RI. "Penghargaan ini merupakan apresiasi kepada para eksportir yang telah menunjukkan produk-produk terbaik mereka kepada dunia internasional. Kami juga berharap penghargaan ini dapat memotivasi eksportir lainnya untuk terus berkreasi dan berinovasi." Mendag menegaskan.

Selamat kepada para penerima Primaniyarta Award 2013. Tetap bekerja keras dan bersinergi untuk pembangunan ekonomi bangsa!

Jakarta Fashion Week 2014

CONCURRENT EVENT TRADE EXPO INDONESIA 2013,
WUJUDKAN PRODUK FASHION INDONESIA YANG MENDUNIA



Kementerian Perdagangan melalui Direktorat Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional (PEN) kembali mendukung Jakarta Fashion Week (JFW) 2014 yang berlangsung pada 19-25 Oktober 2013, di Senayan City, Jakarta.

“Perhelatan ini menjadi bagian penting untuk mengantarkan industri *fashion* Indonesia untuk menguasai pasar dalam negeri dan memasuki pasar internasional,” tutur Wakil Menteri Perdagangan RI Bayu Krisnamurthi pada pembukaan JFW 2014, (19/10) bersama dengan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Mari Elka Pangestu.

JFW 2014 yang mengangkat tema ‘*Bringing Indonesia to The World*’ ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan *fashion*, antara lain, menjadi media untuk melakukan pembinaan bagi pelaku di bisnis ini dalam mengembangkan produknya, menjadi media penyampaian informasi seputar industri *fashion*, termasuk dalam memberikan pemahaman dan pengetahuan tren mode, menjadi media jejaring bisnis antar komunitas *fashion* Indonesia sehingga dapat saling bekerja sama untuk mengembangkan usahanya, serta menjadi media promosi efektif untuk menampilkan karya terbaik dari desainer Indonesia,

Kegiatan



sehingga dapat dikenal lebih luas lagi baik di dalam maupun luar negeri. Disampaikan oleh Wamendag, “*Fashion* Indonesia memiliki potensi yang sangat besar untuk terus dikembangkan dan menjadi pusat mode di kawasan regional, serta memainkan peranan penting di tingkat global.” Hal tersebut, lanjut Wamendag, didukung oleh kekayaan budaya Indonesia sebagai sumber inspirasi yang tak terbatas bagi pelaku *fashion* Indonesia untuk terus mengembangkan kreativitas dan inovasinya.

Masa depan produk *fashion* Indonesia menunjukan titik cerah. Hal ini dibuktikan dengan tren pertumbuhan nilai ekspor yang semakin meningkat. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS), tercatat bahwa ekspor produk *fashion* Indonesia tumbuh rata-rata 10,58% per tahun selama 5 tahun terakhir (2008-2012). Sampai dengan bulan Juni 2013 nilai ekspor produk *fashion* meningkat 4,23% dari periode yang sama sebelumnya. Adapun 10 negara utama tujuan ekspor yaitu Amerika Serikat, Jepang, Jerman, Inggris, Belgia, Korea Selatan, Belanda, Italia, China, dan Uni Emirat Arab.

Salah satu kontribusi Kemendag dalam JFW 2014 adalah dengan menyelenggarakan Buyer’s Room pada 17-19 Oktober 2013, di Senayan City Jakarta, bekerja sama dengan Femina Group. Buyer’s Room merupakan media komunikasi bisnis antara desainer Indonesia yang telah siap go international dengan buyers dan media internasional. “Program tersebut merupakan salah satu upaya agar *fashion* Indonesia dapat masuk ke dalam jaringan ritel produk *fashion* internasional, sehingga pada akhirnya dapat menguasai pasar Asia bahkan dunia,” ungkap Sekretaris Ditjen Pengembangan Ekspor Nasional Indrasari Wisnu Wardhana. Program Buyer’s Room JFW 2014, lanjut Wisnu, merupakan salah satu fasilitasi kepada para desainer Indonesia terpilih untuk dapat langsung melakukan pertemuan bisnis dengan buyers tersebut, sehingga diharapkan dapat mendorong terjadinya kerja sama dan transaksi bisnis diantara kedua pihak. “Buyer’s Room juga merupakan upaya memperluas dan memperkuat jejaring pemasaran, baik di dalam maupun luar negeri,” jelas Wisnu.

DJPEN

Para pelaku usaha produk fashion harus mampu memanfaatkan peluang-peluang yang ada baik di pasar dalam negeri bahkan pasar luar negeri. "Hal ini dapat dilakukan dengan penerapan manajemen yang efektif, menciptakan tren dan inovasi baru, serta pengembangan merek sebagai identitas produk," papar Wisnu.

Kegiatan Buyer's Room, yang pada tahun ini terselenggara untuk ke-2 kalinya, dihadiri oleh buyers lokal dan internasional. Para buyers lokal yang berpartisipasi, antara lain, Matahari Department Store, Metro Department Store, SOGO

Department Store, Sarinah Thamrin, Pasaraya, Goods Department, Galeries Lafayette, dan Lotte. Sedangkan buyers internasional antara lain Isetan Singapore, Isetan Malaysia, Fenwick (London), serta buyers dari Rusia, Korea Selatan, dan Uni Emirat Arab. Hadir pula media internasional seperti Harper's Bazaar, L'officiel, Elle, Glam, Numero, dan Vogue, serta desainer Indonesia terpilih, di antaranya Yosafat, Albert Yanuar, La Spina, Toton, Hunting Fields, Major Minor, Monday to Sunday, Olenka, Webe, Reny Feby, Itang Yunazz, dan Dian Pelangi.



See you at...

29th



T R A D E X P O Indonesia

October 8-12, 2014

Organized by
The Ministry of Trade of the Republic of Indonesia
Directorate General of National Export Development



Phone : +6221-2352-8644
Fax : +6221-2352-8645
Email : tradexpoindonesia@kemendag.go.id
www.tradexpoindonesia.com