

AKSES

MENUJU GERBANG PASAR DUNIA

Potensi si Mungil di Ujung Afrika : **TUNISIA**





Laporan Utama | 6

Di bidang ekonomi, Tunisia menyimpan begitu banyak potensi. Mengapa demikian? Sebut saja karena memiliki beberapa sektor utama yang selama ini menopang perekonomian negara seperti pertanian, perkebunan, pariwisata dan jasa. Sektor-sektor itu terus berkembang dan mampu bertahan dalam kondisi yang tidak kondusif sekalipun.



Wawancara | 10

Untuk mengetahui Tunisia secara mendalam dan terfokus, simak hasil percakapan antara AKSES dengan Kepala Perwakilan RI di Tunis, Tunisia. Di ruang kantornya yang apik di KBRI Tunisia, Duta Besar Ronny P. Yuliantoro menyampaikan informasi yang berguna mengenai Tunisia.



Info Pasar | 26

Afrika hari ini sangat berbeda dengan bayangan kita di tahun 1960an, sepuluh negara dengan pertumbuhan ekonomi tercepat didunia sebagian besar berasal dari benua masa depan ini.

Salam Redaksi	3
Surat Pembaca	4
Laporan Utama:	
• Potensi Ekonomi Tunisia	6
• Mengenal Tunisia	8
• Wawancara	10
Jalan-Jalan	16
Hukum	18
Jalan-Jalan	14
Serba-Serbi	20
Apresiasi	22
Info Pasar	24
Kiat Bisnis	26
Aksesiana	28
Siapa Mengapa	30
Renungan	32
Kontak Usaha	34
Agenda dan Pameran	38

Pelanggan setia AKSES,

Atas nama pimpinan dan seluruh staf redaksi majalah AKSES kami mengucapkan Selamat Tahun Baru 2015, semoga di tahun baru semua urusan lebih lancar dan sukses. Selanjutnya kami mohon maaf atas terlambatnya penerbitan majalah AKSES kali ini. Edisi ini seharusnya datang mengunjungi pembaca pada akhir Desember 2014. Namun walaupun sedikit telat, AKSES hadir dengan beberapa informasi peluang pasar di sebuah negara mungil di ujung benua Afrika: Tunisia. Negara ini adalah pemicu terjadinya gelombang demokratisasi di negara Arab yang dikenal dengan Arab Spring. Seperti pembaca ketahui bahwa Arab Spring menyebar ke negara-negara Arab lainnya.



Negeri Arab Magribi ini terletak sangat dekat dengan benua Eropa, daratan paling utara Tunisia bahkan sejajar dengan pulau Malta dan Sisilia di Italia. Untuk menggali peluang bisnis dan potensi ekonomi negara ini, AKSES mengirimkan tim peliput ke Tunisia. Sejumlah pengusaha Tunisia membeberkan kiat sukses berbisnis dengan Indonesia. AKSES sempat mengunjungi beberapa toko yang khusus menjual produk Indonesia. Pemasaran produk kita ini tidak hanya dilakukan oleh pengusaha Tunisia namun ada pengusaha Indonesia yang sudah lama membuka usaha di Tunisia. Dalam rubrik Wawancara kita dapat mengikuti perbincangan AKSES dengan mereka. Rubrik wawancara juga menyuguhkan berbincangan AKSES dengan Duta Besar RI Tunisia mengenai potensi kerjasama yang dapat dimanfaatkan Indonesia.

Rubrik lain dalam edisi ini memuat informasi lain mengenai Tunisia termasuk potensi ekonomi dan aturan kepabenaannya. Oleh-oleh lain dari tim AKSES adalah hasil kunjungan ke sejumlah tujuan wisata terkenal di Tunisia termasuk Café des Delices di Sidi Bou Said yang terkenal itu. Semuanya dapat disimak di rubrik Jalan-jalan. Dalam rubrik info pasar kami tampilkan liputan kegiatan Trade Expo Indonesia Oktober 2014 dimana sejumlah peserta pameran adalah UKM.

Ada kegiatan Kementerian Luar Negeri tahun lalu yang cukup menarik untuk disajikan pada edisi ini yaitu seminar mengenai Rising of Africa. Seminar ini dihadiri oleh sejumlah Duta Besar negara Afrika, puluhan tokoh dan pelaku usaha Indonesia dan Afrika serta ratusan peserta lainnya yang sangat antusias untuk menyimak informasi mengenai potensi ekonomi di benua hitam ini.

Edisi ini adalah edisi terakhir kami sebagai Pemimpin Redaksi sehubungan dengan penugasan kami di Konsulat Jenderal RI Istanbul. Dalam kesempatan ini kami menyampaikan terima kasih atas sambutan dan dukungan pembaca setia majalah AKSES selama dua tahun terakhir. Tongkat komando AKSES akan dipegang oleh tenaga yang lebih muda dan energik dan baru pulang dari penugasan di luar negeri yaitu Sri Wahyuni. Kami yakin AKSES akan lebih gurih dibawah kepemimpinan baru. Maju terus AKSES! ●

AKSES

Susunan Dewan Redaksi Majalah Akses

Volume 31 / Edisi Januari 2015

Pelindung :

Direktur Jenderal Asia Pasifik dan Afrika

Yuri O.Thamrin

Penasehat :

Sekretaris Direktorat Jenderal Asia Pasifik dan Afrika

Sudirman Haseng

Penanggung Jawab/Pemimpin Redaksi :

Harlan Hakim

Dewan Redaksi :

Hadi Syarifuddin

Sri Wahyuni

Yonatri Rilmania

M. Aji Surya

Garnijanto Bambang Wahjudi

Sekretaris Redaksi :

Kuswandi

Staf Redaksi :

Rudy Kurniady

Dyah Kuncorowati

Haryadi Satya

Nidya Kartikasari

Eneng Siti Sondari

Hadi Tjahjono

Yunikeiserina Hidayat

Wirawan Kartono

Rita Sambolinggi

Pemelihara Situs Web :

Puspa Bangun Subekti

I Ketut Tri Martana

Administrasi :

Cahyono Rustam

Desk Foto :

Agustani

Nuradi Noeri

Distribusi :

Sukarno, SE

Agung Yudono

M. Nuruzzaman

Sukardi

Sudarmadi

Diah Setyorini

Agus Sumarjo

Ismail



UKM INGIN LANGGANAN MAJALAH AKSES

Dear Akses Kemlu,

Salam kenal, kami dari UMKM Kota Malang yang memproduksi Gendongan Bayi Modern.

Beberapa waktu yang lalu ikut Pelatihan yang diadakan Disperindag Malang.

Salah satu Narasumbernya menyarankan kami agar menambah wawasan dan informasi melalui Majalah Akses. Untuk itu kami mengontak Email ini.

Berikut alamat kami:
Vivi (Bunda Ais)
Jl. Kepuh Gg.1 No.5 RT.10 Sukun Malang
HP: 08563544862
alixwijaya@gmail.com

Thank you.

Terima kasih atas keinginan Anda untuk berlangganan Majalah Akses. Kami akan kirim ke alamat Anda mulai terbitan yang akan datang tanpa dipungut biaya. Redaksi

INGIN BERLANGGANAN MAJALAH AKSES

Saya ingin berlangganan majalah AKSES, apakah diberikan secara cuma-cuma atau ada uang pembayarannya?

Jika ada berapa untuk berlangganan, terbitnya berapa kali dalam sebulan pak.
Bisakah kirimkan Majalah Akses edisi terbaru dan kemarin, ini alamat lengkap saya.

Jl. Adhi Karya 1 RT 001/02 No.6
Kedoya Selatan Kebon Jeruk
Jakarta Barat 11520

Terima kasih atas keinginan Anda untuk berlangganan Majalah Akses. Mulai terbitan yang akan datang kami akan kirim ke alamat Anda tanpa biaya apapun. Majalah Akses terbit setiap tiga bulan sekali. Redaksi

MAJALAH UNTUK PASAR EROPA DAN AMERIKA

Dear Bapak / Ibu,

Saya ingin berlangganan majalah Akses.

Bisa tolong dikirim ke alamat
Jl. Sisingamangaraja VII / 15
Semarang-Jawa Tengah
HP: 0818 05 9876 95
UP: Bapak Bernard

Apakah ada biaya untuk berlangganan majalah ini? Jika ada, berapa biayanya?

Lalu saya ingin menanyakan, adakah yang semacam Akses tetapi untuk yang pasar Eropa dan Amerika?
Terima kasih,
Bernard

*Bapak Bernard yang terhormat,
Terima kasih atas atensi Anda terhadap Majalah Akses. Majalah Akses dicetak dan dibagikan kepada para pelaku UKM tanpa dipungut biaya apapun. Majalah serupa untuk pasar Eropa dan Amerika ada yaitu PELUANG, silahkan hubungi telepon : 021-3812758. Redaksi*

INGIN MAJALAH AKSES EDISI CETAK

Salam kenal,

Kami mengenal majalah akses baik edisi cetak ataupun online. Untuk mempercepat penyebaran informasi di usaha kami, mohon kiranya kami bisa mendapatkan majalah akses edisi cetak.

Mohon dapat dikirim ke alamat berikut:

Wahyu Sulis
Jl. Tanah Merah Utara 6 No. 20, Kenjeran.
Surabaya

Terima kasih
Salam

Pak Wahyu Sulis, terima kasih atas apresiasi Anda terhadap Majalah Akses. Kami akan mengirimkan Majalah akses ke alamat Anda tanpa dipungut biaya apapun. Redaksi

INGIN BERLANGGANAN MAJALAH AKSES

Assalamualaikum Wr. Wb,

Dengan Hormat,
Bagaimana cara berlangganan majalah akses? Saya sangat ingin berlangganan majalah tersebut. Tolong infonya.

Terima Kasih.
Salam Sukses!
Wassalam.

Hormat Saya,
Ardiana Salam,ST
Alamat : Jl. A. Yani Km. 22 Landasan Ulin Tengah
Banjarbaru 70723 Kalimantan Selatan
Hp : 081 357 953 186

*Bapak Ardiana yang terhormat,
Cara berlangganan Majalah Akses, cukup dengan memberikan alamat jelas. Tim Redaksi pasti akan mengirimkan majalah ke alamat Anda tanpa dipungut biaya apapun. Redaksi*

PERLU INFORMASI UKM LUAR NEGERI

Yth. Deplu
Saya UKM yang bergerak di bidang olahan makanan yang

berkeinginan membuka ekspor.
Karena itu saya butuh informasi tentang UKM luar negeri yang bisa dihubungi.
Alamat saya Patereman 97 Modung Bangkalan 60194

Rgd
Dadang Safaat Yusuf
Thang Jamur

*Bapak Dadang yang terhormat,
Setiap penerbitan Majalah Akses selalu memuat Rubrik Kotak Usaha, silahkan kontak mereka. Redaksi*

INGIN BERLANGGANAN MAJALAH AKSES

Selamat Pagi,

Setelah membaca-baca Majalah Akses yang tidak sengaja saya buka dan baca, dengan ini saya berminat untuk berlangganan.

Alamat saya di :
Perum Duren Jaya Blok D 171 B RT 011 /009, Bekasi 17111.
Terima kasih.

Dekki S Wijaya

Terima kasih atas minat Anda terhadap Majalah Akses. Kami akan kirim ke alamat Anda tanpa dipungut biaya apapun. Redaksi

INGIN BERLANGGANAN MAJALAH AKSES

Saya ingin berlangganan Majalah Akses. Minta tolong dikirim ke alamat saya :
Jl.Bunga Rinte No.255B Tanjung Sari Medan-Sumatera Utara.
Terima kasih.

Salam,
Ujiana Sianturi

Terima kasih atas minat Anda terhadap Majalah Akses. Kami akan mengirimkannya ke alamat Anda, tanpa dipungut biaya. Redaksi

Rubrik ini dari kita untuk kita.
Silakan mengirimkan tanggapan, saran, dan kritik serta pertanyaan Anda ke redaksi AKSES melalui faksimil: (021) 351 3094 atau e-mail: akses@kemlu.go.id



Potensi Ekonomi Tunisia

Di bidang ekonomi, Tunisia menyimpan begitu banyak potensi. Mengapa demikian? Sebut saja karena memiliki beberapa sektor utama yang selama ini menopang perekonomian negara seperti pertanian, perkebunan, pariwisata dan jasa. Sektor-sektor itu terus berkembang dan mampu bertahan dalam kondisi yang tidak kondusif sekalipun.

Sektor pertanian dan perkebunan misalnya, Tunisia dikenal sebagai salah satu negara penghasil kurma dan produk zaitun (buah serta minyak) terbesar di kawasan dengan potensi nilai ekspor yang cukup besar dan cakupan pasar yang cukup luas. Dalam sektor lain, pariwisata dan jasa, Tunisia sebagai negara yang eksotik dan memiliki pemandangan yang luar biasa indah bisa menyerap banyak wisatawan mancanegara maupun domestik setiap tahunnya. Wisatawan mancanegara umumnya berasal dari negara di kawasan Eropa (Perancis, Inggris dan Jerman) dan kawasan Maghribi (Libya, Aljazair).

Sebelum terjadinya revolusi pada tahun 2011, perekonomian tumbuh hingga mencapai 4,5%. Namun pasca revolusi, kondisi perekonomian mengalami suatu penurunan yang ditandai dengan berkurangnya prosentase pertumbuhan GDP (hanya sekitar 1% pada 2011) dan tingginya tingkat pengangguran akibat kebijakan pemerintah di bidang pendidikan yang tidak dibarengi

oleh ketersediaan lapangan pekerjaan khususnya bagi generasi muda (penganggur pada kelompok usia muda mencapai angka 40%, dengan gelar pendidikan tinggi). Selain itu, jumlah wisatawan yang datang ke Tunisia berkurang dalam jumlah cukup drastis.

Walaupun demikian, kondisi ekonomi di Tunisia mulai berangsur pulih. Terbukti dengan indikator seperti pertumbuhan ekonomi yang membaik dan tingkat pengangguran total turun menjadi 15,3% pada tahun 2013 (16,7% pada 2012). Sedangkan untuk pariwisata, jumlah wisatawan ke Tunisia cenderung tidak stabil dengan tren penurunan dan peningkatan di waktu yang sama. Sebagai contoh, jumlah wisatawan dari Inggris dan Aljazair meningkat masing-masing sebesar 12,9% dan 6,3%, namun jumlah wisatawan dari Perancis dan Libya turun sebesar masing-masing 48,5% dan 3,7%.

Selain sektor utama disebut di atas, Tunisia memiliki sektor lain yang potensial. Apa sajakah sektor tersebut? Kita mulai dari sektor energi. Tunisia memang tidak memiliki cadangan migas yang besar jika dibandingkan dengan negara tetangga seperti Libya, tetapi Tunisia merupakan salah satu negara di kawasan yang memiliki potensi energi khususnya energi baru terbarukan (EBT). Saat ini saja, Pemerintah Tunisia sudah mencanangkan program dan mulai merambah ke energi baru terbarukan. Sektor berikutnya yang tak kalah penting yaitu

industri kreatif. Tidak banyak yang mengira bahwa Tunisia memiliki berbagai jenis produk tradisional khas, beberapa diantaranya yaitu kerajinan 'tangan fatima' dan kerajinan Suku Beber. Kualitas produk yang dihasilkan pun terbilang sangat baik dan menjadi salah satu sumber pendapatan bagi negara.

Sebagai gambaran prospek ke depan, Tunisia akan memiliki pemerintahan baru setelah bulan Desember 2014. Pemilihan Umum Presiden putaran kedua akan dilaksanakan pada kisaran waktu tersebut. Pemimpin dan jajaran pemerintahan yang baru diharapkan akan membawa situasi ekonomi menjadi lebih stabil. Lebih spesifik, suasana kondusif diharapkan akan terpelihara bagi kegiatan usaha dan investasi.

Tunisia juga memiliki beberapa aspek yang dapat memberikan keuntungan bagi para pelaku usaha maupun penanam modal asing. Aspek dimaksud antara lain posisi geografis yang dekat dengan kawasan Eropa, peringkat yang baik dalam indeks daya saing global, ketersediaan tenaga kerja dengan keahlian, peraturan investasi yang tidak rumit, pembebasan pajak pendapatan selama kurun waktu 10 tahun dan adanya subsidi dari pemerintah untuk suatu proyek investasi di daerah tertentu. Berbagai aspek ini tentu saja menambah catatan prospek ekonomi yang baik di Tunisia kini dan masa mendatang. ●

IMAN NURMANSYAH

Mengenal Tunisia

“Masih ingat peristiwa Arab Spring atau yang disebut juga dengan Kebangkitan Dunia Arab? *Arab Spring* pertama kali terjadi di Tunisia dan kemudian merambah ke negara-negara Arab lain seperti Libya, Mesir, dan negara lain disekitarnya.

Tunisia, negara ini menjadi lebih dikenal setiap orang di dunia karena peristiwa bakar diri seorang pemuda bernama Muhammad Bouazizi dalam suatu protes yang terjadi di salah satu provinsi di Tunisia, Sidi Bouzid dan kemudian menimbulkan gelombang demonstrasi dan protes rakyat secara besar-besaran di seluruh wilayah di Tunisia pada akhir tahun 2010. Ada pepatah yang menyatakan tak kenal maka tak sayang, maka dalam edisi kali ini kami ingin memperkenalkan Tunisia secara lebih dekat lagi.

Tunisia dengan jumlah penduduk lebih dari 10 juta orang, terletak di ujung Utara benua Afrika yang berhadapan dengan benua Eropa yang dipisahkan

oleh Laut Mediterania. Tunisia juga diantara Eropa, Timur Tengah, dan Afrika. Meski dengan jumlah penduduk yang sangat sedikit dibandingkan dengan Indonesia, negara ini memiliki potensi yang perlu disimak oleh pelaku bisnis Indonesia.

Perekonomian Tunisia hingga tahun 2013 masih mengalami berbagai tekanan dan belum mencapai tingkat perkembangan yang diharapkan. Namun demikian negara ini, masuk kategori negara yang memiliki laju pertumbuhan yang positif dengan pertumbuhan ekonomi rata-rata sebesar 3%. Tunisia tetap dipandang sebagai wilayah pasar yang memiliki berbagai kelebihan dan memberikan keuntungan bagi pelaku usaha/



tahun 1967 KBRI Tunis ditutup dan baru dibuka kembali tahun 1977.

Perkembangan hubungan bilateral RI-Tunisia di bidang ekonomi selama 3 tahun terakhir menunjukkan nilai surplus bagi Indonesia, walaupun dalam periode tahun 2013 menunjukkan jumlah yang menurun di bandingkan tahun 2012 dan 2011, serta tren peningkatan impor Tunisia dari tahun ke tahun. Produk ekspor utama Indonesia dalam kurun waktu tersebut masih di dominasi oleh produk pertanian berupa minyak kelapa sawit dan turunannya. Sedangkan dari Tunisia ke Indonesia ekspor utamanya adalah kurma. Hal yang menjadi catatan sampai saat ini perdagangan kedua negara masih terhambat oleh pengenaan tariff yang tinggi sebesar 36%, namun pembahasan dan perundingan mengenai hal ini masih terus dilakukan oleh kedua negara.

Peningkatan hubungan bilateral juga ditandai dengan kehadiran perusahaan Indonesia yang melakukan investasi di Tunisia di sektor minyak dan gas oleh PT. Medco Energi Internasional. Selain itu, sejak tahun 2012 produk mie instan Indomie yang diimpor dari Jeddah sudah masuk pasar di Tunisia. Sementara pengusaha Tunisia telah melakukan investasi berupa pembangunan sebuah hotel di Lombok senilai USD 5,1 juta dengan kapasitas 66 kamar.

Sistem ekonomi yang lebih terbuka dan kompetitif merupakan daya tarik bagi perusahaan asing untuk memilih Tunisia sebagai tempat investasi. Tunisia berada pada peringkat dibawah 50 dalam ease of doing business index yang dikeluarkan oleh Bank Dunia dan peringkat ke-83 Global Competitiveness Index. Pemerintah Tunisia juga memberikan pembebasan income tax selama 10 tahun. Disamping itu, Tunisia memiliki sumber daya manusia yang berkualitas mengingat tingkat pendidikan masyarakat Tunisia yang cukup baik dan menjadi barometer di kawasan Afrika bagian Utara, dengan tingkat melek huruf 80,6%.

Memperhatikan perkembangan politik yang telah menunjukkan tanda-tanda yang positif dan mulai pulihnya perekonomian Tunisia, Indonesia sebaiknya memanfaatkan peluang-peluang tersebut. ●

CUT DINAWATI

investor asing dengan pertimbangan letak geografis yang berdekatan dengan Eropa. Kedekatan ini dapat dimanfaatkan sebagai hub dan gateway ke Eropa.

Sebagai negara yang mengawali Revolusi Arab Spring, keadaan Tunisia hingga saat ini telah menunjukkan perkembangan yang lebih kondusif dibandingkan negara-negara Timur Tengah dan Afrika Utara lainnya. Hal ini juga ditunjang oleh dukungan negara-negara maju dan Organisasi Internasional seperti Uni Eropa, Bank Dunia dan African Development Bank yang menyatakan komitmennya untuk membantu Tunisia dalam melaksanakan proses demokratisasi.

Indonesia-Tunisia

Hubungan antara Indonesia dan Tunisia telah terjalin jauh sebelum kemerdekaan Tunisia dari Prancis tahun 1956. Pada saat kunjungan Habib Bourguiba (setelah merdeka menjadi presiden Tunisia pertama) ke Indonesia bulan April 1951, Presiden Soekarno menyetujui Gerakan Pembebasan Tunisia mendirikan kantor perjuangan kemerdekaannya di Jakarta. Delegasi Tunisia ikut serta Konferensi Asia Afrika tahun 1955 dipimpin oleh Salah Ben Youssef, Taïeb Slim, dan Tahar Amira. Setelah pembukaan hubungan diplomatik pada 15 Februari 1960, Pemerintah Indonesia membuka Kantor Perwakilannya di Tunis. Namun karena terbatasnya keuangan negara,



Tan Soi Ang

Berbekal Keberanian

Ketika bertemu dengan pelaku usaha asal Indonesia yang tengah memulai kiprahnya di Tunisia, Tim Akses mendapat kesan yang berbeda. Energik, luwes dan bersahaja menyeruak ketika melakukan wawancara dengannya. Nama lengkap wanita yang bersuamikan warga negara Tunisia ini adalah Tan Soi Ang atau biasa disapa Ibu Ahung oleh komunitas warga Indonesia di Tunisia.

Ya, wawancara dengan Ibu Ahung menjadi pengalaman yang

menarik sekaligus sumber informasi yang berguna bagi Tim Akses. Jika bicara mengenai kemungkinan untuk melakukan kegiatan usaha dan investasi di Tunisia, hasil perbincangan kami tak boleh dilewatkan. Tanpa menunggu lebih panjang lagi, yuk kita simak petikan wawancara Tim Akses dengan Ibu Ahung:

Bagaimana awalnya memulai kegiatan usaha di Tunisia?

Semua bermula dari membantu kegiatan usaha suami, seorang warga

negara Tunisia namun sering bepergian khususnya ke Indonesia. Awalnya, suami memberi opsi atau tawaran untuk memilih kegiatan sehari-hari, bekerja atau tidak bekerja. Saya pilih untuk bekerja, melakukan kegiatan usaha dan berpikir ini menjadi kesempatan baik untuk menyalurkan keinginan serta bakat.

Apa yang mendorong untuk berbisnis di Tunisia?

Kebanggaan sebagai warga negara Indonesia dan keinginan agar



Produk yang ditawarkan antara lain pencuci rambut, vitamin rambut, pembersih muka, minyak wangi dan body lotion. Produk yang paling laku yaitu vitamin rambut dan pembersih muka. Saya juga menawarkan produk unik dari PT. Sari Ayu Indonesia yaitu pencuci rambut khusus untuk pengguna hijab yang sesuai dengan konsumen Tunisia.

Bagaimana potensi bidang usaha tersebut?

Sejauh ini produk Indonesia bisa dijual dan digemari di Tunisia. Asalkan dengan melakukan pengenalan intensif dan strategi pemasaran yang baik. Karena usaha saya masih terbilang kecil, tentu pengenalan dan strategi pemasarannya tidak fancy tapi tetap efektif. Saya punya cerita menarik. Suatu ketika datang beberapa calon konsumen, dan seperti biasa, mulanya mereka ragu untuk membeli bahkan sekedar mencoba produk. Akhirnya, saya beranikan diri untuk berikan tawaran 'kalau tidak bagus uang kembali'. Alhasil, strategi ini cukup berhasil dan membuat konsumen percaya akan produk yang saya jual.

Bidang usaha lain yang berpotensi di Tunisia yaitu kerajinan tangan (cth. kerajinan bahan rotan dan kayu).

Apakah ada rencana untuk memperluas bidang usaha?

Saya akan fokus pada bidang kosmetik dan kecantikan dahulu. Usaha ini belum lama dilakukan, baru beberapa bulan. Setelah berkembang dan memperlihatkan hasil yang baik, tidak menutup kemungkinan untuk mencoba memperluas usaha ke bidang lain. Di masa depan, saya tertarik untuk menjajaki usaha kerajinan tangan asal Indonesia untuk dipasarkan di Tunisia.

Apa saja kendala yang dihadapi?

Kendala yang dihadapi mayoritas hal teknis. Yang dimaksud hal teknis, hal-hal di lapangan seperti pajak dan bea masuk yang tinggi, aturan keimigrasian, sistem pembayaran, bahasa dan jarak. Untuk hal non-teknis, lebih kepada kultur dan karakter konsumen Tunisia, image produk asal

Indonesia yang belum dikenal luas di Tunisia.

Untuk tingkatan pemerintah, belum ada kesepakatan resmi kedua negara khusus di bidang perdagangan.

Bagaimana peran KBRI Tunis sejauh ini?

KBRI Tunis sebagai perwakilan pemerintah Indonesia di Tunisia sudah bekerja dengan baik. KBRI Tunis selalu mendukung kegiatan kami selaku pelaku usaha dengan memberikan support yang riil. Hal-hal yang dilakukan pun beragam, dari membantu kegiatan promosi melalui keikutsertaan dalam pameran, hingga menciptakan suasana kekeluargaan antara warga Indonesia di Tunisia dan mendorong secara moril untuk terus maju.

Apa harapan ke depan dan adakah saran bagi para pelaku usaha asal Indonesia yang ingin merambah pasar Tunisia?

Harapan saya dalam waktu dekat ini adalah bisa menetap di Tunisia. Sedangkan harapan untuk ke depan adalah usaha dapat berjalan dengan stabil dan terus meningkat (dari segi kualitas dan kuantitas). Jika memungkinkan dan dengan seizin Tuhan, saya bisa menjadi pelaku usaha pertama yang meraih sukses di pasar Tunisia.

Untuk saran, saya tekankan kepada para pelaku usaha asal Indonesia agar memiliki keberanian. Berani dulu, coba dulu, lakukan dulu. Permasalahan sukses atau tidak, tergantung dari usaha kita dan selalu ada dua sisi, jangan hanya menitikberatkan pada sisi yang tidak baik seperti kegagalan atau kerugian (masih ada sisi lain yaitu keuntungan dan kesuksesan).

Saya yakin jika kita mau berupaya maka pasti ada jalan, jangan mudah putus asa atau menyerah sebelum apa-apa. Pelajaran yang juga ingin saya sampaikan yaitu ketika memulai sesuatu pasti harus ada akhirnya, dan bagi saya, akhir itu harus happy ending dengan segala upaya kita.●

PEWAWANCARA : IMAN NURMANSYAH

produk asal Indonesia diakui di luar negeri termasuk Tunisia. Tentunya selain faktor profit yang sangat wajar untuk dikejar sebagai manusia biasa.

Rasa bangga itu juga mendorong saya untuk ikut memperkenalkan Indonesia melalui pemberian informasi (misalnya buku atau selebaran pariwisata dari KBRI Tunis). Jadi selain berdagang, saya ingin para konsumen secara umum mengenal dan mengetahui betapa indah dan besarnya Indonesia.

Apa bidang usaha yang digeluti?

Bidang yang digeluti yaitu kosmetik dan kecantikan. Lebih lanjut, saya merupakan agen dan distributor dari PT. Kinocare Era Kosmetindo dan PT. Anugerah Familindo Utama.



FOTO-FOTO DOK. AKSES

Tim AKSES berbincang dengan pengusaha Palestina Mohammad Taieb

Produk Indonesia Di Tunisia

Setelah mewawancarai pengusaha Indonesia yang berkiprah di Tunisia, kurang lengkap rasanya apabila AKSES tidak melakukan wawancara dengan pengusaha Tunisia yang mengambil bahan dan menjual produk dari Indonesia. Oleh karena itu, kami pun berhasil menemui dua pengusaha Tunisia, Mohammad Taieb (pemilik Toko Magic Price, Hammamet) dan Bechir Fathallah (pemilik Toko

Coin D'or, El Djem) pada kesempatan yang berbeda. Hal ini dilakukan guna menggali informasi lebih dalam mengenai potensi produk Indonesia di pasar Tunisia.

Ingin tahu bagaimana dan apa saja yang dibahas? Berikut hasil wawancara Tim Akses dengan kedua pengusaha tersebut:

Ceritakan bidang yang ditekuni dan produk yang dijual

Bechir Fathallah (BF):

Saya memulai upaya untuk berkecimpung dalam dunia usaha sejak tahun 2005 dan ketertertarikan untuk menjual produk dari Indonesia bermula dari kunjungan ke suatu pameran atau expo internasional di Jakarta. Bidang usaha saya yaitu kerajinan tangan dan dekorasi. Adapun produk yang dijual antara lain berbagai macam mebel, hiasan, lukisan dan barang antik lainnya.

Mohammad Taieb (MT):

Kami berkecimpung di dunia usaha sudah cukup lama dan tertarik untuk menjual produk dari Indonesia karena kualitas dan harganya yang baik dan bersaing. Bidang usaha kami yaitu kerajinan tangan, dekorasi dan konveksi. Produk yang kami jual bermacam-macam, ada pakaian jadi, cinderamata, hiasan dinding dan benda dekoratif lainnya.

Bagaimana respon konsumen Tunisia terhadap produk-produk asal Indonesia?**BF:**

Respon masyarakat Tunisia terhadap produk asal Indonesia cukup baik. Banyak yang laku dijual, sama seperti produk lain pada umumnya. Produk yang kami ambil dari Indonesia berasal dari Bali dan Jepara.

MT:

Produk asal Indonesia memiliki potensi yang baik untuk dijual di

Tunisia, terlihat dari animo ataupun hasil penjualan yang baik. Kebanyakan merupakan barang setengah jadi atau bahan dasar (cth. kayu, keramik, gerabah) yang kami sesuaikan kembali dengan selera atau minat konsumen di Tunisia. Barang atau bahan yang kami ambil dari Indonesia umumnya berasal dari Bali, Lombok dan Jakarta.

Apakah ada hambatan atau menghadapi kesulitan ketika melakukan transaksi bisnis dengan pihak Indonesia?**BF:**

Hambatan yang paling sering ditemui adalah hal teknis, terutama kesiapan pelaku usaha di Indonesia seperti sistem pembayaran. Selain itu, kendala bahasa juga sering kami temui ketika melakukan deal dengan pihak Indonesia.

MT:

Selama berurusan bisnis dengan

pihak Indonesia, kami rasa tidak ada hambatan yang bersifat signifikan. Mungkin dari segi bahasa, terkadang kami sedikit sulit untuk berkomunikasi secara komprehensif dengan pihak Indonesia.

Seberapa besar penjualan yang bisa dicapai?**BF:**

Sebagai gambaran dan secara kuantitas, saya bisa katakan sekitar 12 kontainer per tahun.

MT:

Ada perbedaan mendasar pada jumlah penjualan, sebelum dan sesudah revolusi pada tahun 2011. Sebelum terjadi revolusi, bisa mencapai 3 kontainer per tahun, sementara setelah terjadinya revolusi rata-rata 1 kontainer per tahun dengan nilai USD 70.000 -100.000.

Apa harapan anda ke depan dan adakah saran atau tips yang bisa disampaikan untuk para pelaku usaha Indonesia?**BF:**

Harapan saya, bisa lebih sukses untuk ke depan. Hal itu akan direalisasikan misalnya dengan menambah luas toko yang dimiliki dan bisa menjual lebih banyak produk termasuk dari Indonesia.

MT:

Harapan kami bisa memperluas usaha dengan diversifikasi dan bisa menjual produk yang lebih beragam. Untuk saran dan tips bagi pelaku usaha Indonesia, agar lebih siap dalam hal teknis seperti sistem pembayaran. Selain itu, karena tarif untuk produk asing yang diberlakukan di Tunisia sangat tinggi, pelaku usaha Indonesia bisa fokus untuk barang setengah jadi yang lebih menguntungkan bagi kedua belah pihak (dirangkai/assembly di Tunisia).●



Sebuah toko di Tunisia yang menjual kerajinan tangan asal Indonesia

PEWAWANCARA : IMAN NURMANSYAH

Tunisia : Transformasi dan Hub

Untuk mengetahui Tunisia secara mendalam dan terfokus, simak hasil percakapan antara AKSES dengan Kepala Perwakilan RI di Tunis, Tunisia. Di ruang kantornya yang apik di KBRI Tunisia, Duta Besar RI Tunisia Ronny P Yuliantoro menyampaikan informasi yang berguna mengenai Tunisia.

Berikut hasil wawancara kami dengan Pak Dubes:

Mengenai kondisi Tunisia secara umum, menurut Bapak, bagaimana perkembangan situasi internal saat ini, tetapkah kondusif untuk melakukan kegiatan usaha dan investasi?

Saat ini, Tunisia memang sedang mengalami transisi sejak Revolusi Melati tahun 2011. Walaupun demikian dari tahun 2011 hingga 2014, terdapat beberapa perkembangan dan tren positif seperti dibuatnya konstitusi baru dan pelaksanaan baik pemilihan umum legislatif maupun presiden. Perkembangan ini mengarah pada transformasi yang lebih positif, menuju kehidupan yang lebih demokratis.

Tentunya perkembangan positif tak terlepas dari tantangan dan gejolak keamanan, sebut saja pembunuhan politik dan situasi yang tidak aman di perbatasan dengan negara tetangga. Maka gejolak tetap ada namun menuju stabilitas. Di bidang ekonomi pun hampir sama, ada tantangan namun tetap bisa ditingkatkan melalui perdagangan dan investasi. Sejauh ini, dengan dukungan dari dunia internasional (bantuan dan kerjasama ekonomi), kondisi perekonomian Tunisia berangsur membaik dan cukup kondusif bagi kegiatan usaha dan investasi.

Bagaimana program, kinerja dan rencana KBRI Tunis guna meningkatkan hubungan bilateral ekonomi kedua negara khususnya perdagangan dan investasi?

Untuk meningkatkan hubungan ekonomi bilateral RI – Tunisia, KBRI melaksanakan program seperti membentuk Tunisia – Indonesia Business Association (TIBA) sebagai tempat untuk berinteraksi bagi pelaku usaha dari kedua negara yang juga kembaran dari organisasi Tunisia – Indonesia Business Council (TIBC) di Indonesia. Selain itu, melaksanakan market research yang menghasilkan suatu panduan bagi para calon investor dan mengadakan atau berpartisipasi dalam berbagai kegiatan promosi. Di bidang investasi, KBRI mengupayakan dan memfasilitasi kerjasama antar pelaku usaha. Misalnya, penajakan kerjasama pembangunan infrastruktur jaringan tetap antara PT. INTI Bandung dengan Tunisie Telecom.

Terkait TIBA (wadah interaksi antara pelaku usaha Indonesia dan Tunisia), apa yang telah dilakukan untuk mendekatkan pelaku usaha kedua negara?

TIBA dibentuk dengan tujuan untuk merealisasikan kerjasama ekonomi yang lebih riil dan menguntungkan bagi kedua belah pihak. Selain itu, merupakan instrumen efektif untuk menjangkau dan mengenalkan pelaku usaha satu sama lain dari Indonesia dan Tunisia. Mengenai apa yang telah dilakukan, kendati baru berdiri (Juni 2014), TIBA mengupayakan diseminasi informasi dan business matching. Lebih jauh, berjalan dengan misinya untuk mengakomodir keinginan pelaku usaha kedua negara (blusukan ke pelaku usaha).



Ronny P Yuliantoro, Duta Besar RI Tunisia

Apa tantangan yang dihadapi ketika akan melakukan kegiatan usaha dan investasi di Tunisia khususnya bagi pelaku usaha Indonesia? Bagaimana upaya untuk mengatasi tantangan tersebut?

Tantangan yang utama adalah tarif masuk yang tinggi hingga mencapai 36%. Pemerintah Tunisia mengenakan tarif sebesar 0% - 10%

Ekonomi Kawasan



sektor yang bisa dikatakan potensial antara lain yaitu perikanan, kesehatan, informasi teknologi dan waralaba. Di sektor perikanan, terdapat peluang untuk perikanan budidaya laut, industri pakan ikan dan proses pengelolaan ikan. Sektor kesehatan, terdapat peluang untuk pembuatan vaksin dan alat kesehatan. Pada sektor informasi teknologi, terdapat peluang kerjasama untuk jaringan dan infrastruktur. Sedangkan waralaba, produk kopi bisa mendapatkan tempat di pasar Tunisia.

Selain sektor ekonomi potensial, hal yang perlu ditekankan adalah Tunisia sebagai pasar non tradisional dan hub di kawasan. Bahkan Tunisia telah menjadi advance partner Uni Eropa. Ini berarti produk yang berhasil masuk pasar Tunisia juga memiliki potensi penetrasi ke pasar yang lebih luas (batu loncatan ke negara lain). Status sebagai hub juga membuat Tunisia menjadi pasar yang lebih menjanjikan bagi dunia internasional.

Apa saran dan masukan Pak Dubes bagi Majalah Akses ke depan?

Sebelum memberikan saran dan masukan, saya ingin sampaikan terlebih dahulu bahwa Majalah Akses hingga saat ini sudah menjadi medium yang baik untuk menyampaikan informasi mengenai UMKM dan potensi di luar Indonesia mengenai hal-hal terkait.

Saran dan masukan saya untuk Majalah Akses adalah hendaknya portal atau laman yang sudah terintegrasi dengan laman utama Kemlu juga dapat diintegrasikan dengan portal pemerintah daerah yang potensial. Mengapa itu diperlukan? Dengan menyediakan portal daerah potensial, kita akan bisa menjangkau lebih banyak konstituen. Sehingga, Majalah Akses akan lebih dikenal dan dapat membantu atau berguna bagi lebih banyak pihak. ●

PEWAWANCARA : IMAN NURMANSYAH

untuk barang atau bahan mentah, 15% - 36% untuk barang setengah jadi dan barang penuh/jadi. Tantangan lainnya yaitu jarak (letak geografis) yang jauh.

Untuk mengatasi tantangan di atas, diantaranya, kedua negara sedang mengadakan Joint Study Group (JSG) untuk menyusun suatu kesepakatan dalam bidang tarif perdagangan. Sedangkan untuk jarak, tentunya dibutuhkan suatu mekanisme untuk

mendekatkan dan mempermudah akses perjalanan ke Tunisia pada waktu mendatang.

Apakah ada sektor ekonomi lain selain pertanian, perkebunan dan pariwisata yang potensial untuk digali khususnya oleh pelaku UMKM?

Ada begitu banyak potensi ekonomi yang dimiliki Tunisia. Sejumlah

DOK. AKSES

Dari Selatan Hingga Utara Tunisia

Words fail, to tell a tale.
Too exotic to be told. Each
night's a deeper night. In a
world, ages old (A Night in
Tunisia)

Layaknya untaian syair mengalir dalam lagu *A Night in Tunisia* yang dinyanyikan oleh Ella Fitzgerald, Tunisia merupakan negara yang indah dan eksotik. Salah satu dari sekian banyak negara di dunia yang memiliki pesona alam yang memikat dan menakjubkan. Hanya dengan melewati jalan-jalan protokol atau jalan antar kota saja, kita sudah bisa merasakan suasana yang berbeda atau lebih tepatnya sebuah suasana dengan disugahi landscape yang cantik.

Tim AKSES berkesempatan untuk mengapresiasi sekaligus mengagumi berbagai keindahan itu di Tunisia. Tempat pertama yang menjadi sasaran liputan kami yaitu sang ibu kota Tunisia, Tunis. Ada yang berbeda ketika menelusuri beberapa tempat menarik di Tunis, hal itu adalah Tunis bukan saja menawarkan segenap kehormatan salah satu kota terhidup di

kawasan Maghribi dengan perpaduan aksesoris kultur Timur Tengah dan Eropa Kontinental namun juga penuh dengan berbagai tanda untuk mengenang masa lalu dan berbagai peninggalan historis.

Ketika menyambangi pusat kota Tunis yang dikenal dengan nama Centreville, sontak banyak ditemui hasil perpaduan antar-kultur yang kami maksud seperti bangunan Theatre Municipal de Tunis dan gerbang serta kompleks La Medina de Tunis. Selain itu, ketika berjalan di sepanjang jalan utama, pejalan kaki atau pengunjung bisa menemukan banyak kedai minum utamanya kopi dan teh dengan gaya bistro atau kafe di belahan Eropa Barat sana. Tak ketinggalan beberapa tanda untuk mengenang masa lalu di seputar kota Tunis seperti patung Habib Bourguiba, Presiden Pertama dan Bapak Bangsa Tunisia dan Ibn Khaldun, Filsuf Islam Bidang Sejarah dan Sosiologi.

DOK. GOOGLE

Cafe Des Delices di Sidi Bou Said, Tunisia



DOK. AKSES

Monumen di ujung Benua Afrika

Tak hanya pemandangan dan keadaan di ibu kota, Tim AKSES juga meluncur ke beberapa tempat di Tunisia yang menjadi atraksi bagi para wisatawan baik domestik maupun mancanegara. Tempat-tempat wisata tersebut tersedia dari wilayah selatan yang kering hingga wilayah utara yang lebih subur dan dipenuhi oleh kebun-kebun zaitun atau ladang gandum yang merupakan bahan utama penganan pokok berbentuk roti bernama Tunisian baguette. Cukup penasaran kan? Mari kita bahas tempat-tempat menarik yang berhasil kami kunjungi di Tunisia.

El Djem Amphitheatre

Kita mulai dari daerah di bagian selatan Tunisia yang bernama El Djem. Sekilas pandangan, wilayah ini merupakan kawasan pemukiman penduduk biasa yang diselingi oleh perkebunan zaitun dan kurma. Namun, dibalik itu, daerah El Djem merupakan tempat dimana bangunan peninggalan sejarah Romawi berada, nama bangunan tersebut yaitu amphitheatre atau colosseum.

Bangunan amphitheatre yang mampu menampung hingga 35.000 penonton dan dibangun pada abad ke-3 ini juga menggambarkan kebesaran serta keluasan Kekaisaran Romawi di masa lampau.

Para wisatawan atau pengunjung dimanjakan dengan pemandangan bangunan yang begitu megah dan agung segera setelah mendekati kawasan wisata. Bangunan amphitheatre ini juga merupakan yang terbesar di dunia, kira-kira berdiameter 148 m x 122 m dan mewarisi gaya arsitektur yang hampir sama dengan bangunan amphitheatre yang ada di Roma, Italia.

Cap Engela

Setelah pergi ke wilayah selatan, kita lanjut ke bagian utara, tepatnya di ujung utara Tunisia. Di daerah ujung yang juga merupakan bagian dari daerah Bizerte ini, terdapat suatu tempat yang sangat unik bernama Cap Engela. Tempat dimana titik paling utara di benua Afrika berada dan baru saja diresmikan oleh pemerintah

Tunisia sebagai tempat wisata baru pada 1 Desember 2014.

Tim AKSES merasa sangat beruntung ketika berhasil mencapai tempat yang dituju. Walaupun perjalanan yang ditempuh penuh dengan perjuangan, karena sebagian besar harus melewati kawasan off road naik turun bukit, jalanan yang terjal dan curam, kami mampu menginjakkan kaki di titik terujung di belahan benua Afrika. Kondisi di tempat ini sangat berangin dan berada tepat di tebing tepian pantai Mediterania. Sebuah mercusuar, menara pengawas dan hamparan batu karang memperindah tempat wisata baru Tunisia tersebut.

Bagaimana? Masih ragu dengan keindahan yang dimiliki oleh Tunisia, jika iya, anda harus mencoba berkunjung dan merasakan secara langsung. Secara menyeluruh, kami mendapat kesan yang cukup mendalam ketika mengitari tempat-tempat di atas. Jika waktu boleh berulang, kami pun tak segan untuk mencoba menikmati keindahan Tunisia kembali. ●

IMAN NURMANSYAH

Visa Dan Kepabeanan Di Tunisia

Sebelum berkunjung ke Tunisia, ada baiknya mengetahui terlebih dahulu tentang Visa dan ke pabeanan serta berbagai peraturan setempat.

Lama, itulah kesan sebagian besar warga negara Indonesia yang akan mengajukan visa ke Tunisia. Kedutaan Besar Tunisia di Jakarta tidak memberikan bila sebelum ada persetujuan dari instansi terkait di Tunisia, dalam hal ini Kementerian Dalam Negeri. Proses pengajuan hingga perolehan visa tersebut memakan waktu 7-10 hari. Siapapun yang ingin melakukan perjalanan ke Tunisia disarankan untuk tidak mengajukan visa secara mendadak. Pemerintah Tunisia mengeluarkan beberapa jenis visa yaitu visa dinas, visa diplomatik, visa turis, visa bisnis, visa pelajar dan visa transit.

Secara umum, prosedur dan persyaratannya sama dengan negara lainnya yaitu mengisi formulir yang telah disediakan, masa berlaku paspor paling sedikit 8 bulan, menyerahkan 1 buah foto terbaru, identitas diri (KTP), tiket pulang dan pergi, reservasi hotel, atau surat undangan dari host di Tunisia, membayar biaya visa. Pengajuan visa dapat dilakukan langsung ke Kedutaan Besar Tunisia di Jakarta atau melalui agen perjalanan.

Jenis visa

Bagi yang ingin bekerja di Tunisia memerlukan visa kerja namun jenis visa ini sangat sulit diperoleh. Pemerintah Tunisia tidak membuka

peluang bagi tenaga asing untuk bekerja di negaranya, kecuali tenaga ahli atau pekerja asing yang dibawa oleh perusahaan-perusahaan Tunisia. Pemegang visa kerja lainnya adalah staf perusahaan asing yang berinvestasi di Tunisia, yang umumnya berinvestasi pada program pembangunan di Tunisia, perhotelan, dan restaurant. Pengurusan ijin bekerja bagi tenaga asing dilakukan oleh perusahaan lokal yang merekrut, dan mengajukan ijin bekerja kepada Kementerian Dalam Negeri Tunisia.

Jenis visa lainnya adalah visa untuk pelajar dan mahasiswa. Pengajuan permohonan visa jenis ini dapat dilakukan langsung pada



kedutaan besar Tunisia di Jakarta. Dokumen yang perlu disertai antara lain surat penerimaan dari Universitas di Tunisia yang biasanya berupa surat dari Kementerian Luar Negeri Tunisia yang dikirimkan melalui KBRI Tunis di Tunisia. Persetujuan visa dari Kementerian Dalam Negeri Tunisia yang akan dikirimkan ke Kedutaan Besar Tunisia di Jakarta.

Barang Bawaan

Setelah memperoleh visa dan berkunjung ke Tunisia, hal lain yang perlu diperhatikan adalah barang bawaan. Pemerintah Tunisia memiliki peraturan tersendiri mengenai barang bawaan dari luar yang dibawa masuk ke Tunisia. Pemeriksaan biasanya dilakukan pada saat ketibaan di Carthage International Airport Tunis, bagi seluruh penumpang, kecuali bagi pejabat negara setingkat Presiden, Wakil Presiden, Menteri dan Direktur Jenderal. Pemeriksaan dilakukan untuk barang bawaan kabin maupun bagasi. Apabila terdeteksi membawa smart phone lebih dari 2 buah, biasanya petugas imigrasi akan

meminta penumpang membuka tas bawaan dan menjelaskan keperluan membawa barang bawaan tersebut. Apabila penumpang tidak memberikan penjelasan logis, maka petugas akan meminta penumpang membayar pajak barang tersebut kepada pihak bea cukai di bandara. Bila anda membawa bagasi, terkadang pihak keamanan dan bea cukai Tunisia di airport juga melakukan pemeriksaan secara sepihak terhadap bagasi yang membawa barang-barang yang "dicurigai". Tak heran, apabila terdapat barang di bagasi yang kondisinya sudah tidak seperti semula.

Wisata di bulan Ramadhan

Bagi pengunjung yang ingin berwisata ke Tunisia pada bulan Ramadhan, ada baiknya juga anda mengetahui budaya setempat. Seperti diketahui, Tunisia adalah negara Islam oleh karena itu hormati kebiasaan, adat istiadat, hukum dan agama setempat. Upayakan untuk tidak bersikap yang dapat menyinggung budaya setempat terutama selama bulan suci Ramadhan.

Apabila wisatawan ingin bepergian ke pantai pada bulan suci Ramadhan, tentunya anda akan melihat

banyak para turis menggunakan pakaian bikini. Namun demikian, meskipun untuk berjemur wisatawan diminta untuk menghormati etika berpakaian di negara Islam. Selain itu, apabila anda ingin mengunjungi kota-kota utama, situs agama atau daerah terpencil Tunisia, Anda harus berpakaian sopan dan menghindari pelanggaran.

Satu hal lagi yang diingat oleh pendatang asing adalah aturan dalam memiliki barang antik dimana pemilik tidak dapat memusnahkan barang tersebut tanpa mendapat ijin dari otoritas Bea Cukai. Pelanggaran terhadap aturan ini dapat mengakibatkan denda dan / atau hukuman penjara.

Jangan lupa untuk membawa Identitas diri (copy salinan paspor) selama berkunjung ke Tunisia dan jangan segan untuk menunjukkan ID anda kepada petugas keamanan berseragam jika diminta olehnya. Hindari berfoto-foto di daerah-daerah seperti Kementerian/Lembaga Negara setempat, situs politik dan daerah militer.●

CUT DINAWATI



Ayo Keluar Kandang

ARENA Pekan Raya Jakarta di suatu pagi awal Oktober 2014 terlihat lebih ramai dari biasanya. Taksi dan kendaraan roda empat lainnya tak henti-hentinya memasuki pelataran parkir gedung PRJ. Hari itu Presiden terpilih Joko Widodo dan Menteri Perdagangan Moh Luthfi membuka Trade Expo Indonesia (TEI). Lebih dari 1000 buyer dan investor asing hadir dalam acara pembukaan. Selain itu puluhan Duta Besar RI, Konsul Jenderal RI dan pejabat Perwakilan RI dari berbagai negara serta sejumlah pejabat tinggi berbagai kementerian terlihat duduk berbaris di barisan depan.

Wawasan lingkungan

Perhelatan TEI kali ini memang

UKM Indonesia mempunyai potensi cukup besar untuk menjangkau pasar luar negeri, namun keterbatasan pengetahuan dan kurangnya keberanian serta potensi pasar domestik yang lumayan bagus membuat mereka malas keluar kandang.

terlihat tidak biasa. Tidak hanya peserta dan pengunjung yang membludak namun terdapat beberapa kegiatan baru, antara lain pemberian penghargaan kepada pelaku bisnis asing yang berperan cukup besar dalam peningkatan hubungan ekonomi bilateral. Tema pameran kali ini juga mempunyai sentuhan beda dengan mengusung unsur ekonomi lingkungan yaitu "Towards Green Business".

Sektor bisnis yang mengutamakan aspek ramah lingkungan menjadi unggulan dalam pameran dagang tahunan ini. "Permintaan pasar akan produk ramah lingkungan merupakan peluang baru untuk green production" ujar Mendag dalam sambutan pembukaan TEI 2014.

Dalam kesempatan ini Mendag memberikan dua jenis penghargaan kepada dunia usaha yaitu pengusaha



FOTO-FOTO DOK. AKSES

Pembukaan Trade Expo Indonesia 2014



Ibu Mukijan

Indonesia yang dinilai berhasil mendorong pertumbuhan ekspor dan pengusaha asing yang konsisten meningkatkan pembelian produk Indonesia dalam beberapa tahun terakhir. Penghargaan “Primaniyarta” diserahkan kepada 15 perusahaan eksportir Indonesia sedangkan penghargaan “Primaduta” diberikan kepada 6 perusahaan asing.

Besar dan kecil

Pameran TEI yang berlangsung 8-12 Oktober 2014 ini diikuti oleh lebih dari 2000 peserta. Produk yang ditawarkan sangat beragama mulai dari produk makanan sampai mebel dan tekstil dan produk tekstil. Kapasitas peserta juga bervariasi mulai perusahaan besar sampai UMKM, yang sudah ekspor dan yang baru berangan angan untuk ekspor. Semuanya semangat berlomba mempromosikan produknya kepada para pebisnis asing pengunjung pameran.

Dipintu masuk hall D1 terdapat sebuah stand yang memajang puluhan replika mini perahu tradisional Indonesia. Seorang ibu setengah baya nampak berdiri menyapa pengunjung yang lewat menawarkan perahu mini sebagai pajangan. Ia pun langsung menyodorkan kartu nama perusahaannya ketika AKSES menghampiri stand nya. Tertera di kartu nama Sanggar Seni Nusantara, Sailing

Vessel Miniatur. “Semuanya kami buat sendiri di rumah kami di Sidoarjo” ujar bu Mukaji, produsen kapal miniatur tersebut kepada AKSES. “Dengan tenaga kerja sebanyak 10 orang, satu bulan kami dapat memproduksi 60 kapal miniatur termasuk kapal didalam botol” ujarnya sambil menunjuk perahu mini didalam botol bekas minuman.

Walaupun sejumlah produknya pernah dibeli orang asing namun hal itu terjadi dalam pameran dagang di Jakarta. Bu Mukaji menyatakan ingin sekali mempunyai kesempatan ekspor. “Kebanyakan produk saya dipesan

oleh toko souvenir di pasar2 di Yogya, Bali, Makasar dan Jakarta” ujarnya. Omset penjualannya pun belumah besar, sekitar 20 juta rupiah sebulan. Walaupun nampak cukup puas dengan pasar domestik, produsen kerajinan ini optimis suatu hari ia memperoleh kesempatan untuk masuk pasar internasional.

Pengusaha UKM lain yang sempat ditemui AKSES adalah beberapa produsen batik, baik cetak, cap maupun tulis. Salah satu produsen yang menawarkan keunikan berbeda adalah batik Bayat yang dibuat oleh Boedaya Batik dari Klaten Jawa Tengah. Ema, pemilik Boedaya Batik mengatakan bahwa Batik Bayat terkenal kehalusan dan proses pewarnaannya yang alami dan sejak dulu dikenal sebagai pemasok batik ke Solo, Yogya dan Semarang. Dengan tenaga kerja sebanyak 30 orang, Ema mengaku memiliki omset 60 juta rupiah perbulan. Ia dan suaminya adalah generasi ketiga meneruskan industri batik yang dirintis keluarganya 40 tahun lalu. Melihat kualitas produknya yang lumayan bagus, perusahaan ini sesungguhnya mempunyai peluang untuk ekspor. “Untuk permintaan pasar lokal aja, kami sudah kerepotan” ujar Ema usai menutup telepon dari pedagang batik di Thamrin City Jakarta yang meminta pasokan batik. ●

NURADI NOERI



Ema, pemilik Boedaya Batik

Hoki dari Kaktus

“Pilihan menjadi seorang pelaku usaha adalah pilihan yang penuh tantangan, ketidak pastian. Tapi orang yang menyukai tantangan, ia akan menikmati dan sekaligus menjalaninya karena sensasi tantangan itu sendiri.”

Sabtu pagi itu dengan senyum khas, Rizal menyambut AKSES di perkebunannya di daerah Lembang. Pria ini kaya dengan pengalaman jatuh bangun dalam berwiraswasta, dan lama menekuni usaha bunga, anggrek serta tanaman kaktus.

“Dulu saya adalah pegawai kantor konsultan bangunan, juga mengajar. Tapi kehidupan itu tampaknya tidak cocok dengan saya” ujar pria asal Riau

ini. Ada tiga hal yang tidak disukainya kala itu. *Pertama*, kita harus berangkat kerja pagi hari, kemudian pulang malam. *Kedua*, setiap hari bertemu orang yang sama. Teman satu kantor, kemudian bos. *Ketiga*, di kesehariannya, hanya melakukan pekerjaan yang disuruh-suruh. Itulah sebabnya dia ingin berhenti kerja dari kantornya.

Maju terus

Dengan menyewa tanah seluas

100 meter persegi dilengkapi sebuah gubuk di atasnya, dimulailah kegiatan atau hobi lamanya yaitu mengurus tanaman. “Saat pertama masuk di Lembang 29 tahun lalu, umumnya para tetangga adalah petani sayur mayur. Saya bertanam bunga dan dipandang sebelah mata” kenangnya.

Saat krisis moneter, Rizal coba mengeksport ke luar negeri. Promosi dilakukan melalui *website*. Nilai tukar Dollar saat itu tinggi. Saat itu nilai satu



Tanaman Kaktus di kebun milik Rizal

FOTO-FOTO DOK. AKSES



Rizal

dollar Amerika Serikat lima belas ribu atau enam belas ribu Rupiah. Ekspor dilakukan ke Jepang, Taiwan, Belanda, Venezuela, sedikit ke Singapura dan Malaysia.

Kesuksesan ekspor ke luar negeri menjadikan beberapa petani sekitar mengubah jenis usahanya menjadi petani kaktus. Petani-petani baru ini pun dirangkul sebagai Mitra oleh Rizal.

Membagi ilmu

Kemitraan bukan barang tabu bagi Rizal. Ilmu bertanam anggrek dan kaktus dibagi kesemua orang. Pelatihan kerap diberikan ke berbagai pihak yang memerlukan.

Disebutkan pula olehnya :“Saya juga masih suka menggambar dan bertukang. Saya mendisain model pengemasan tanaman dan membuat kemasannya” tambah Rizal. Berbagai ragam bentuk kemasan untuk Kaktus telah diciptakan.

Bahan kemasan diambil dari limbah. Limbah kertas, karton, kayu dan lain-lain. Dulu digunakan bahan limbah kayu yang diambil dari pabrik pensil. Limbahnya gratis, silahkan diambil sesukanya. Namun sekarang limbah tersebut harus dibeli karena pemiliknya tahu limbah tersebut bernilai jual juga.

Semua karya pengemasan

Lima jenis pasar dalam tanaman hias

- Pasar *hobbyist*, tuntutannya mereka senang mengumpulkan hal baru yang belum mereka miliki, mereka ini termasuk kolektor.
- Pasar *florist*, yang dijual adalah Bunga atau daun yang dipotong. Mereka merancang rangkaian bunga atau daun untuk *gift* (sukacita ataupun duka cita).
- Pasar *rental*, target pasarnya perkantoran pemerintah atau swasta, *event organizer* yang mendekorasi ruang hajat, ruang rapat koordinasi atau perayaan. Jadi mereka adalah konsumen sewa tanaman dan selesai acara, barang dikembalikan.
- Pasar berjalan, yaitu pedagang di tiap kota di pinggir jalan atau di *show room*.
- Pasar terakhir, yang belum terisi adalah produsen besar. Hal ini untuk mengisi pasar atau *supplier* internasional tetapi dalam skala industri. Artinya dalam jumlah besar. Memenuhi apa yang diinginkan konsumen. Yaitu kualitas, pengemasan dan pendistribusian yang baik, serta harga bersaing.

Pesaing perlu ditumbuhkan untuk :

- Kontrol kualitas produk kita.
- kontrol harga (harga yang pantas untuk produk kita).
- Untuk memperbaiki diri (belajar untuk lebih baik).
- Jadi, menumbuhkan pesaing adalah untuk membandingkan produk kita dengan produk pesaing. Dari segi kualitas dan harga.

ciptaanya tanpa sungkan diajarkan kepada semua orang. Mulai dari cara menggulung kertas koran hingga pelapisannya yang menggunakan kertas kado. Tidak ada *trick* yang ditutup-tutupi. Bagi dirinya, hal itu adalah penting untuk menumbuhkan pesaing.

Disamping itu, Rizal juga menjual produk perkebunannya dengan kemasan tanpa label dan merk. Pembeli dipersilahkan membeli produk jenis ini dan mereka diizinkan untuk menempelkan label dan merknya sendiri. Jadi mereka memasang label dan seakan-akan punya dia padahal ini produk dari perkebunan Rizal. Baginya, dengan cara ini *cash flow* perkebunan Rizal akan berputar lebih cepat.

Bahkan untuk ekspor, “Silahkan bila ada yang ingin mengekspornya dengan label sendiri”. Tugas seleksi kualitas tanaman, pengemasan dan disain, biarkan tugas saya” imbuah Rizal. Sedangkan perizinan dan pengiriman silahkan oleh masing-masing pembeli yang berminat.

Harapan

Kementerian Luar Negeri RI telah menyediakan informasi pasar melalui majalah Akses. Ini bagus. Peluang itu ada di luar negeri, tinggal kita mau mengisi atau tidak dengan menjadi pelaku. Apakah dengan menjadi petani atau pedagang. Kalau hanya jadi penonton kita akan menjadi target, bukan pemain. Artinya ini membuat kita kalah sebelum bertanding. ●

GARNIJANTO BAMBANG W

Peluang di Benua Masa Depan

Afrika hari ini sangat berbeda dengan bayangan kita di tahun 1960an, sepuluh negara dengan pertumbuhan ekonomi tercepat di dunia sebagian besar berasal dari benua masa depan ini.

TIDAK biasanya pagi itu ruang Nusantara di gedung Kementerian Luar Negeri dipadati ratusan orang. Saking antusiasnya pengunjung akan acara tersebut, puluhan orang rela untuk lesehan alias duduk dilantai dengan mata terus menatap kearah panggung. Apakah ada artis K-POP manggung di Kemlu?

Ternyata antusiasme para undangan tertuju pada tema acara pagi itu : *Rising of Africa* (Kebangkitan

Afrika). Para undangan yang mayoritas pengusaha dan sejumlah perwakilan media, mahasiswa, Perwakilan asing serta pimpinan dan staf Kemlu memperlihatkan ketertarikan yang besar pada materi seminar. Tidak kurang dari delapan Duta Besar negara sahabat terutama dari benua Afrika dan pejabat perwakilan negara lainnya ikut memadati ruang Nusantara.

Kebangkitan Afrika

Acara yang digagas oleh Kemlu

pada pertengahan Oktober 2014 itu dibuka oleh Wakil Menteri Luar Negeri waktu itu Dr. Dino Patti Jala. Kehadiran Pak Dino disambut hangat oleh para perwakilan negara Afrika karena ia memakai pakaian nasional Nigeria. "Dalam laporan IMF, dari sepuluh negara yang memiliki pertumbuhan ekonomi tercepat di dunia, enam negara berasal dari benua Afrika" ujar mantan Dubes RI Washington ini. Beliau menyebutkan sejumlah bukti perubahan dan kemajuan Afrika



Seminar Rising of Africa di Kemlu Oktober 2014

DOK AKSES

antara lain peran baru Ethiopia sebagai pengeksport bunga segar ke Eropa termasuk ke Belanda, negara mbahnya bunga.

Sementara Duta Besar Zimbabwe Alice Mageza yang juga Dean dari perkumpulan Duta Besar negara-negara Afrika di Indonesia menyatakan bahwa lebih dari setengah cadangan berlian dunia berada di benua Afrika. "Anggapan dunia tentang Afrika sebagai hopeless continent telah berubah menjadi Africa Rising: A Hopeful continent" ujarnya. Dubes Zimbabwe ini selanjutnya menyatakan bahwa lebih dari 60% cadangan minyak dunia berada di benua masa depan ini.

Sejumlah Duta Besar Afrika lain yang hadir dalam acara tersebut menyatakan bahwa dengan penduduk sekitar 1 milyar, sumber daya alam melimpah serta pertumbuhan ekonomi terus menanjak dan daya beli kalangan menengah yang terus meningkat, Afrika akan menjadi kekuatan ekonomi dunia. Selain itu Afrika mempunyai kemajuan menggembirakan dalam demokratisasi HAM serta keamanan dan tata pemerintahan yang baik. Dengan pertumbuhan ekonomi rata-rata 4,7% setahun selama periode 2009-2013, para kepala perwakilan Afrika itu memperkirakan kekuatan ekonomi Afrika akan menjadi penopang ekonomi dunia dalam 30 sampai 50 tahun mendatang.

Peluang Indonesia

Afrika dan Indonesia mempunyai hubungan khusus sejak Presiden Soekarno menggagas Konferensi Asia Afrika tahun 1955. Spirit baruyang dihembuskan kembali ke forum dua benua itu dalam peringatan 50 KAA di Bandung tahun 2005 dengan terbentuk New Asian-African Strategic Partnership (NAASP) makin mempererat persahabatan keduanya. Semangat dan solidaritas Asia-Afrika yang dikobarkan di Bandung itu membuat Indonesia mempunyai tempat istimewa di hati Afrika. Kondisi ini dapat diterjemahkan sebagai peluang istimewa bagi Indonesia untuk memanfaatkan potensi ekonomi Afrika.

"Indonesia tertinggal



Papan iklan Indomie di Nigeria

dibandingkan negara-negara lain dalam memanfaatkan potensi ekonomi Afrika" ujar para Duta Besar Afrika di seminar tersebut diatas. Kondisi ini tidak sejalan dengan semangat kerjasama yang telah lama digagas Indonesia dengan benua Afrika. Justru negara lain seperti Tiongkok, Jepang,

biskuit, kertas dan susu. Pabrik Indomie terbesar di luar Indonesia berada di Nigeria. Saat ini Indomie dengan mudah dapat dibeli diseluruh pelosok Nigeria, bahkan mie buatan Indofood ini merupakan makanan kedua setelah makanan utama rakyat Nigeria.

"Indomie mulai diperkenalkan di Nigeria sejak tahun 1988" ujar Duta Besar RI Lagos Sudirman Haseng dalam seminar Trade Expo Indonesia bulan Oktober 2014. Tahun 1995 Indofood mendirikan pabrik di Nigeria yang dikelola oleh anak perusahaannya De United Food Limited (DUFIL Prima Foods). "DUFIL mempunyai 300 distributor, 100 ribu retailer dan 38 juta konsumen di Afrika Barat" tambah Dubes Sudirman yang kini menjabat sebagai Sekretaris Ditjen ASPASAF.

Demikian juga halnya dengan sabun cuci Wings dan B-29 yang sangat dikenal di pasar Afrika khususnya Nigeria dan Ethiopia. Inilah beberapa perusahaan Indonesia yang telah berhasil memanfaatkan potensi ekonomi Afrika dan patut ditiru oleh sektor usaha lainnya. ●

NURADI NOERI



Sabun B 29 yang di pasarkan di Afrika

Korea Selatan, Brazil dan negara lainnya yang lebih jeli melihat peluang di benua ini.

Walau tidak sebesar Tiongkok atau Jepang, sejumlah pelaku usaha Indonesia telah mulai menggarap potensi Afrika, yaitu produsen mi instan, deterjen, lem pipa, lem tikus,



Memulai Bisnis Tunisia -

Salah satu sudut pasar di Tunisia

Bulan November 2014 lalu saya ke Bali setelah bertahun-tahun tidak kesana. Begitu kembali dari Bali baru saya teringat bahwa saya mempunyai teman warga Tunisia yang tinggal di Bali. Pada saat saya sedang bertugas di KBRI Tunisia tahun 2000 tersebut, seorang warga Tunisia, Ridho bel Haj datang ke KBRI Tunisia untuk memohon visa ke Indonesia. Permohonan visa tersebut disetujui dengan diberikannya visa kunjungan wisata.

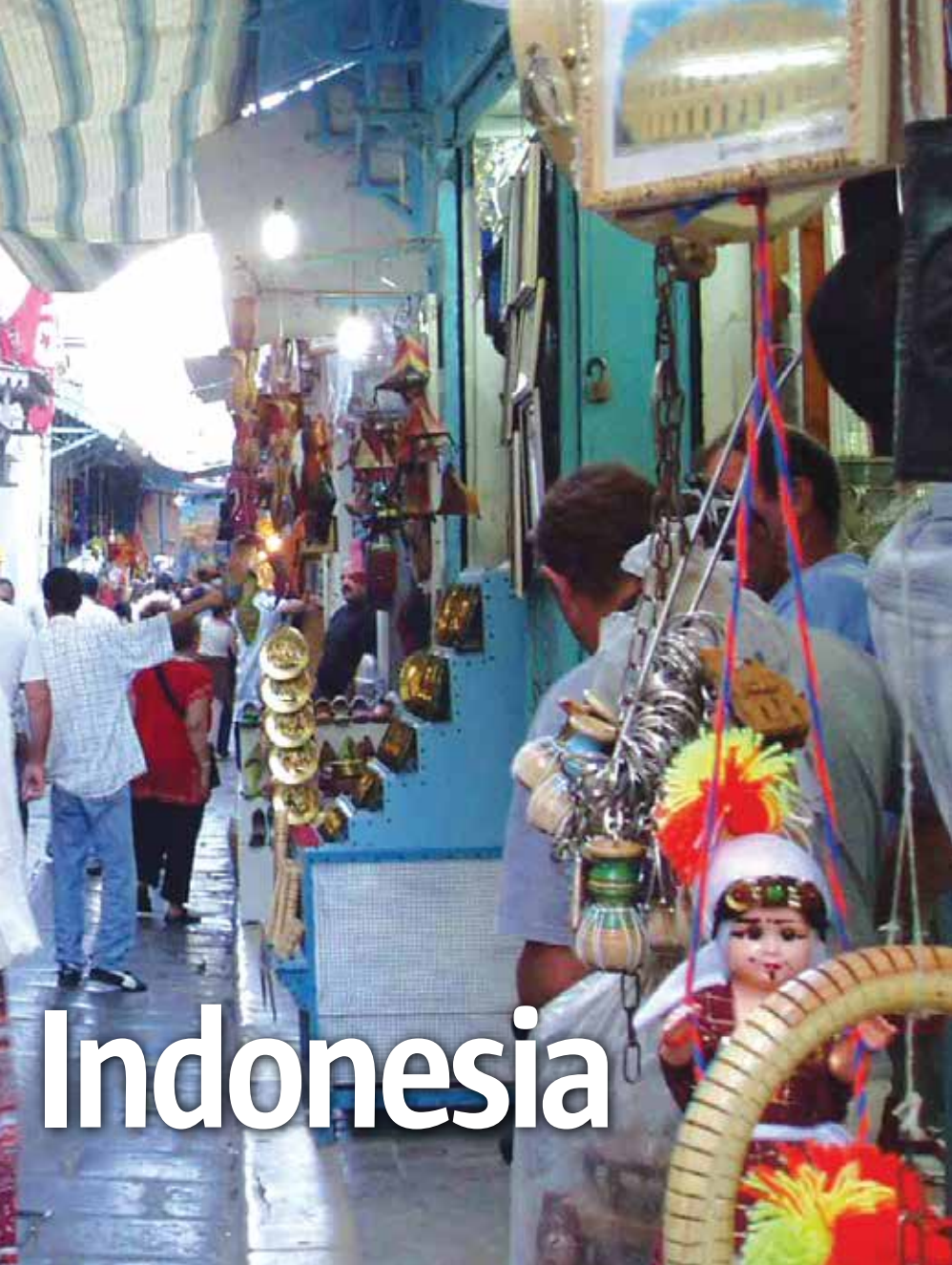
Sekembalinya dari Indonesia, Ridho bercerita bahwa bersama temannya Skander El Khateb, telah

jalan-jalan ke Jakarta, Bandung dan Bali. Mereka sangat menikmati perjalanan tersebut. Indonesia yang pada saat itu baru saja mengalami krisis ekonomi membuat perjalanan wisata ke dua warga Tunisia tersebut terasa murah. Mereka dapat menikmati semua fasilitas yang ada di Indonesia seperti hotel, restoran, transportasi dari yang murah hingga yang mahal. Fasilitas yang demikian lengkapnya dan bagus. Perjalanan ini menimbulkan kesan yang sangat mendalam sebagai perjalanan pertama ke Indonesia.

Perjalanan ini tidak hanya mendatangkan kesan yang indah sebagai wisatawan mancanegara tetapi

dengan kejelian dan kepekaan sebagai pengusaha di Tunisia, mereka berdua melihat peluang bisnis yang bisa diraih. Ridho menilai hasil kerajinan tangan Indonesia sangat indah dan bagus. Ridho kemudian merancang bisnis kerajinan tangan Indonesia untuk diekspor ke Tunisia.

Sekembalinya ke Tunisia, Ridho mengamati kira-kira jenis kerajinan tangan apa yang laku untuk dapat dijual di Tunisia. Empat bulan kemudian Ridho kembali mengunjungi Indonesia dan mencari benda-benda yang menurutnya dapat dijual di Tunisia. Perjalanan mengejar dan mengumpulkan hasil karya bangsa



Indonesia

anak. Faktor penting lainnya adalah tersedianya fasilitas untuk kehidupan warga asing di Bali seperti Sekolah Perancis.

Pada saat menjelang kepulangan ke Indonesia karena masa tugas yang sudah selesai pada akhir tahun 2004, saya mendengar Ridho telah mengirim hasil kerajinan Indonesia tersebut ke Eropa. Akses dan jaringan ke Eropa bisa dengan mudah didapat karena Tunisia mempunyai akses dagang yang cukup terbuka ke Eropa.

Bisnis yang dilakukan tidak hanya dengan membawa dan menjual barang Indonesia di Tunisia. Ridho juga bekerjasama dengan pengusaha Tunisia lainnya yaitu Skander El Khateb. Skander sebagai pengusaha perhotelan dan kebun binatang telah mempergunakan produk Indonesia dalam bisnisnya. Di kebun binatang dan toko souvenirnya ia menjual berbagai hasil kerajinan Indonesia.

Pada saat kunjungan Tim Kementerian Pariwisata ke Tunisia tahun 2004, Skander mengadakan Indonesian Week di hotelnya di Sousse dan Hammamet. Dalam kegiatan tersebut dipertunjukkan seni tari dan kuliner Indonesia dan mendapat apresiasi sangat baik dari para pengunjung.

Saya merenung. Memulai bisnis dapat dimulai dari mana saja dan kapan saja. Kejelian melihat kelebihan produk Indonesia dan peluang pasar di Tunisia telah memantapkan Ridho untuk memulai bisnis. Kemudian dengan melihat keuntungan akses pasar ke Eropa, mendorong Ridho untuk melebarkan sayap pasar ke Eropa. Di lain pihak, bisnis ini membuka fakta bahwa produk Indonesia mempunyai kelebihan keindahan dan mutu diakui oleh bangsa asing. Infrastruktur dan fasilitas yang dipunyai Bali telah memberikan rasa aman dan kenyamanan bagi warga asing untuk berada di Bali, baik untuk berbisnis dan menetap.

Walau tidak lagi menetap di Bali, Ridho telah menjadi pengusaha yang cukup besar dan tetap melakukan bisnis dengan Indonesia. Yang bersangkutan melakukan bisnis dengan bolak balik Indonesia dan Tunisia. Jika warga asing bisa, kita juga harus bisa. Mari kita mulai.●

HARLAN HAKIM

Indonesia tersebut, membuat Ridho berhenti cukup lama di Bali. Dia melihat banyak barang-barang yang bagus dan indah yang bisa dijual. Pemberhentian yang cukup lama di Bali, tidak hanya membuat dia dapat mengumpulkan barang-barang yang semakin banyak dan bervariasi, tetapi juga membuatnya semakin nyaman hidup di Bali.

Beberapa bulan kemudian Ridho memberitahukan bahwa telah mengimpor 2 kontainer berisikan handicraft Indonesia ke Tunisia. Produk yang diekspor antara lain guci, pernik-pernik rotan dan bambu, kerajinan perak, kerajinan tekstil, peralatan rumah tangga dari bamboo, sabut

kelapa, tempurung dan sebagainya. Info lebih lanjut yang saya dapat adalah hanya dalam waktu singkat semua kerajinan Indonesia tersebut habis dibeli oleh pedagang eceran Tunisia.

Setelah beberapa kali melakukan bisnis dengan menjual kerajinan tersebut, bisnis di Tunisia berkembang. Jika sebelum ke Indonesia dia hanya mempunyai satu buah toko, setelah hampir setahun Ridho telah mempunyai 3 buah toko. Lebih jauh dari itu, Ridho merencanakan untuk memboyong keluarganya ke Indonesia. Hal ini disebabkan karena kerjanya cukup lama di Indonesia sehingga berpisah cukup lama dengan isteri dan

DOK. GOOGLE

Empat Jembatan Unik Dunia

Jembatan merupakan penghubung antara dua tempat yang terpisah. Umumnya, jembatan adalah buatan manusia. Namun, uniknya, ternyata ada pula jembatan yang dibangun oleh alam. Selain itu, ada pula jembatan buatan manusia yang terkesan mengerikan karena dibuat di tempat ekstrim. Kondisi tempat memang mempengaruhi bentuk jembatan yang dibuat.

Berikut ini adalah empat jembatan yang unik sekaligus mengerikan di dunia, yang diambil dari Sayangi.com dan berbagai sumber lain. Ada yang terbuat secara alami, ada pula yang dibuat oleh manusia.



Immortal Bridge

Berbagai gejala alam dapat mempengaruhi lingkungan termasuk membentuk kontur suatu tempat. Kadang, kontur tempat itu terlihat unik, aneh, indah, bahkan mengerikan. Salah satu kontur alam yang unik adalah reruntuhan bebatuan di Gunung Tai, Provinsi Shandong, Tiongkok. Reruntuhan batu dari salah satu gunung suci bangsa China ini secara alami membentuk jembatan yang unik.

Jembatan alam itu terdiri dari tiga buah batu besar dan beberapa batu yang lebih kecil. Batu-batu tersebut tersusun hingga membentuk penghubung antara dua tebing di sebuah lembah. Di bawahnya menganga jurang yang sangat dalam. Sampai saat ini, tidak ada yang tahu kapan jembatan ini tercipta. Karena keunikannya, banyak wisatawan, terutama para backpacker, yang berwisata ke tempat ini. ●

The Carrick-a-Rede Rope Bridge

Jembatan unik lainnya adalah jembatan Carrick-a-Rede Rope Bridge di Ballintoy, County Antrim, Irlandia Utara. Sesuai dengan namanya 'Rope Bridges', yang berarti tali, jembatan ini berbahan dasar tali. Menghubungkan daratan Irlandia dengan pulau kecil bernama Carrickrede, jembatan ini membentang sepanjang 20 meter dengan ketinggian 30 meter di atas permukaan bebatuan. Karena keunikannya, jembatan Carrick-a-Rede Rope Bridge ini menjadi salah satu tujuan wisata yang dikelola oleh National Trust. ●



The Old Bridge of Konitsa

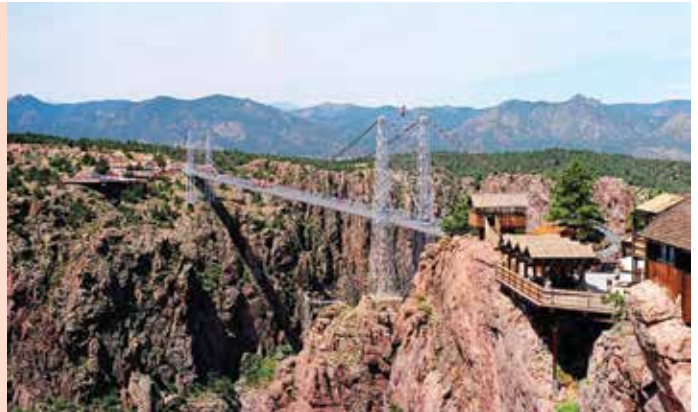
Jembatan ini memiliki kelengkungan yang sempurna yang berdiri di ketinggian 20 meter di atas permukaan sungai Aaos, Konitsa, Yunani. Padahal, jembatan ini adalah jembatan kuno yang dibangun oleh Ziofas Frontzos dari Prysgogianni pada tahun 1870. Walaupun kelihatannya kokoh dan aman, ternyata jembatan ini sangat berbahaya jika dilintasi pada saat angin bertiup kencang.

Karena bahaya tersebut, dibawah jembatan terdapat sebuah lonceng kecil. Gunanya adalah sebagai indikator datangnya angin. Jika lonceng berbunyi kencang karena angin, maka jangan coba-coba untuk menyeberangi jembatan ini karena sangat berbahaya. ●



Royal George Bridge

Ini adalah jembatan Royal George yang terletak di Colorado, Amerika Serikat. Jembatan ini merupakan jembatan gantung tertinggi di dunia sebelum dikalahkan oleh jembatan Beipanjiang di Cina. Jembatan ini merupakan tujuan wisata, terutama bagi yang suka memacu adrenalin, karena jembatan ini menghubungkan dua wilayah yang terpisah sepanjang 1.270 meter dengan ketinggian 321 meter dari tanah. Berat dari jembatan ini mencapai 1.500 ton. Dibangun pada tahun 1929, konstruksi jembatan ini menghabiskan dana sekitar USD 350.000. (MI) ●



Kisah Saku Kecil di Jeans

Celana Jeans merupakan salah satu pakaian yang tak asing bagi masyarakat moderen saat ini. Disain celana ini umumnya memiliki ciri khas yang sama, walaupun pada perkembangannya mengalami beberapa perubahan. Salah satu ciri khas itu adalah kantong kecil di bagian kanan. Kalau dilihat sepintas, saku kecil itu seperti tidak memiliki fungsi apapun dan hanya sekedar tempelan untuk menambah gaya. Namun, pernahkah terlintas di benak Anda mengapa selalu ada saku tersebut di celana jeans Anda?

Awalnya, sebagai jenis tekstil, jeans pertama kali dibuat di Genoa, Italia tahun 1560-an. Biasanya kain tekstil ini digunakan oleh angkatan laut. Orang Perancis menyebut celana dari bahan jeans dengan sebutan "bleu de Gènes". Celana ini masuk ke Amerika Serikat (AS) pada tahun 1872. Delapan tahun setelah itu (1880) celana jeans mulai dipopulerkan oleh Levi Strauss, seorang pemuda pedagang pakaian berusia 20an tahun yang mengadu peruntungannya ke San Fransisco, Amerika Serikat, yang sedang dilanda demam emas.

Saat Strauss berjualan di California, semua barangnya terjual habis kecuali sebuah tenda yang terbuat dari kain kanvas. Tidak kehabisan akal, kain kanvas ini ia potong da ia buat menjadi beberapa celana yang dijual pada para pekerja tambang emas. Diluar perkiraannya, ternyata para pekerja tambang emas sangat menyukai celana ini karena tahan lama dan tidak mudah koyak. Merasa mendapat peluang, ia kemudian memesan bahan dari Genoa yang disebut "Genes" dan memproduksi lagi celana tersebut dengan nama "Blue Jeans".

Celana karya Strauss kemudian dikenal oleh para penambang emas dengan sebutan "those pants of Levi's" yang berarti "Celana si Levi". Produk ini memang dikhususkan bagi para penambang emas. Celana ini memiliki 5 saku, 2 di belakang, 2 di depan, dan 1 saku kecil dalam saku depan sebelah kanan yang dirancang untuk menyimpan butiran-butiran emas yang berukuran kecil.

Dari situ, akhirnya muncul merek dagang celana jeans pertama di dunia.

Strauss tidak memulai pabrik jeans pertamanya sendiri. Naluri bisnisnya membawanya bekerja sama dengan seorang pengusaha sukses Jakob Davis. Pada tahun 1880 mereka akhirnya mendirikan pabrik celana Jeans, dengan produk pertama yaitu "Levi's 501".

Jadi, awalnya, karena diperuntukan bagi para penambang, saku ini tentu bukan hanya sekedar produk fashion. Walaupun kini Jeans diproduksi dalam berbagai merek dan bukan hanya untuk penambang, tetapi saku imut-imut itu masih tetap ada. Tentu saja, secara fungsi pun kini berubah. Saku imut tersebut bukan lagi dipergunakan untuk menyimpan emas, melainkan menyimpan uang koin. ●

(BERBAGAI SUMBER/SIS)



Dulu kantong kecil di depan celana jeans ini digunakan untuk menyimpan emas. Kini kita bisa menggunakannya untuk menyimpan koin

Keluarga, Bonsai dan Fotografi

Family man, itulah kesan yang didapat AKSES ketika berbincang dengan Krishna Adi Poetranto, Direktur Hukum Kementerian Luar Negeri beberapa waktu lalu. Bapak yang memiliki dua orang putra ini selalu meluangkan akhir pekannya bersama keluarga baik dengan menonton ataupun sekedar berkumpul bersama. Keluarganya pun selalu setia menemani pada setiap penugasan luar negeri yang pernah diembannya, yaitu di Tunisia, Jerman dan Tiongkok.

Berbicara soal hobi, peserta Sekdilu XIV (1988) ini pernah memiliki hobi memelihara bonsai. Ia pernah mengoleksi 50 pohon bonsai dengan pohon tertua berusia 7 tahun. Namun pada tahun 1993, menyadari perlunya treatment khusus dalam memelihara bonsai, ia terpaksa meninggalkan hobinya tersebut seiring dengan penugasannya ke Tunisia. Penggemar makanan kuskus ini harus merelakan bonsai-bonsai kesayangannya berpindah tangan. Setelah itu, ia mulai menekuni hobi baru, yaitu fotografi. Di sela-sela kesibukannya saat ditugaskan

di Beijing tahun 2007-2011, ia sempat mengikuti kontes foto bertajuk 'Beijing in the Eyes of Foreigners'. Meskipun tidak menempati posisi juara, namun foto berlatar sebuah kuil di Tiongkok karyanya di kontes tersebut telah digunakan oleh Pemerintah Tiongkok sebagai bahan promosi mereka.

Menjalani pekerjaan yang salah satu tugasnya berkaitan dengan perjanjian bebas visa, rupanya pria kelahiran Jakarta 54 tahun lalu ini pernah mengalami kejadian menegangkan gara-gara visa. Ia pernah hampir tidak diizinkan masuk ke Uruguay pada saat ditugaskan menghadiri pertemuan UNODC. Demi memenuhi tugas, ia nekat berangkat ke Uruguay tanpa visa. "Kami hanya dibekali secarik surat undangan dari Wakil Menteri Luar

Negeri Uruguay, yang disebut sebagai pengganti visa." ujarnya. Begitu tiba di bandara, dengan kondisi kelelahan setelah menempuh jarak ribuan mil dan transit di beberapa negara, ia harus berurusan dengan petugas imigrasi yang mempermasalahkan visanya. Beruntung, seorang petugas Kementerian Luar Negeri Uruguay datang membantu mengatasi persoalan tersebut hingga akhirnya ia diizinkan masuk wilayah tersebut.

Menurut lulusan Fakultas Hukum

Universitas Indonesia ini, setiap negara yang pernah ia tinggali memiliki ciri khas dan menjadikan penugasannya selalu berkesan. Seperti contoh, saat di Jerman, ia mengaku keterikatan masyarakat

Indonesia di sana dengan Perwakilan sangat tinggi. "Hampir setiap minggu kami bersilaturahmi dengan masyarakat Indonesia di sana.", kenangnya. Baginya, pengalaman berpindah-pindah dari satu lingkungan ke lingkungan lainnya telah menumbuhkan ikatan persahabatan dan kekeluargaan tanpa batas.

Ia menambahkan, pekerjaan sebagai diplomat menuntutnya untuk senantiasa dinamis dan cepat beradaptasi dalam menghadapi perkembangan situasi yang sulit diprediksi. Hal tersebut tidak hanya berlaku untuk diplomat, tapi juga bagi keluarga diplomat. Dalam menggeluti pekerjaan dengan tantangan seperti itu, ia memiliki moto, "Apa yang kita lakukan hari ini haruslah yang terbaik. Harus bersyukur atas apa yang kita peroleh hari ini. Dan berusaha agar hari esok yang belum pasti, harus lebih baik lagi.", tuturnya bijaksana. ●

ENENG SITI SONDARI



Salah satu foto karya Krishna Adi Poetranto



Krishna Adi Poetranto

Mengalir Seperti Air

Film India sangat menarik karena menceritakan kontroversi sosial serta aspek humanisme” ujar Adam Mulawarman T dalam suatu bincang santai dengan AKSES awal Januari lalu. Kepala Biro Perlengkapan Kementerian Luar Negeri ini menyatakan bahwa film trilogi India terutama yang disutradarai Deepa Mehta: Fire, Earth, Water berpengaruh dalam kehidupan masyarakat India. “Saya menyukai film-film seperti itu karena kita dapat mempelajari dimensi sosial yang terjadi di negara-negara lain” ujarnya.

Bapak dua anak yang pernah mengeyam pendidikan di Universitas Indonesia dan American University ini menceritakan beberapa kegemarannya. Diantaranya mengumpulkan berbagai pecahan mata uang kertas dan bendera kecil dari setiap negara yang pernah dikunjungi sebagai kenang-kenangan. Selain karena ringan juga tidak terlalu sulit mendapatkannya. Penggemar musik progressive rock ini suka meluangkan waktu bersama keluarga, nonton film “ringan” bareng, utamanya film-film yang sedang tayang di bioskop, menurutnya itu merupakan salah satu cara untuk melepaskan kepenatan dan sekedar bersantai bersama keluarga.

Sepanjang perjalanan karirnya pada pos penugasan di luar negeri yaitu Berlin, New York dan Washington, semuanya memiliki keunikan dan keistimewaan tersendiri. Namun yang paling berkesan secara mendalam dan

selalu membekas adalah Berlin. “Berlin merupakan pos penempatan pertama saya, dan itu selalu membekas dalam benak dan pikiran saya” ujarnya. Saat itu terjadi proses pemindahan ibukota Jerman dari Bonn ke Berlin. “Saya dapat melihat sejauh mana dampak reunifikasi pada masyarakat Jerman, walau segi fisik terjadi penyatuan namun tidak mudah menyatukan aspek mental” ujarnya.

Sebagai Kepala Biro Perlengkapan yang bertugas dan mengelola infrastruktur Kemlu, Adam mempunyai mimpi untuk mewujudkan Gedung Kementerian Luar Negeri menjadi tempat yang nyaman dan aman bagi semua pihak. Kedepan, gedung ini dapat menjadi smart building dimana pengawasannya dapat dilakukan melalui gadget.

“ Mengalir Seperti Air, kira-kira itulah kata yang tepat menjadi motto hidup saya dalam artian bahwa pasti selalu ada tantangan dalam menjalani kehidupan, namun kita tidak perlu terlalu tegang atau kaku dalam melakoni hidup ini”, tutur Adam.●

RITA SAMBOLINGGI

Adam Mulawarman



Diplomasi Kuliner

SEBAGIAN orang menganggap kuliner sebagai hal yang tidak penting karena hanya soal makanan. Namun hal yang dianggap sepele ini sesungguhnya memiliki nilai strategis sebagai salah satu komponen penting dalam diplomasi ekonomi.

“Diplomasi kuliner?” Vera mengerutkan alis ketika mendengar istilah itu di media elektronik. Bagi mahasiswi ilmu politik jurusan hubungan internasional ini, istilah diplomasi lebih melekat pada urusan yang bersifat substantif terutama dalam peningkatan hubungan bilateral



maupun partisipasi dalam kancah multilateral. "Persoalan makanan tentu sangat jauh dari substansi diplomasi" pikir Vera. Mahasiswa sebuah universitas ternama di Indonesia ini mungkin belum menyadari bahwa banyak negara yang dikenal karena masakannya yang mendunia. Masyarakat internasional mengenal dengan baik tempura dari Jepang, kare dari India, bulgogi dari Korea dan tom yum dari Thailand. Kenyataan bahwa masakan ini telah masuk keseluruh penjuru dunia, maka hasil dapur ini tidak dapat dipandang sebelah mata. Negara asal mendapat efek promosi yang besar, tidak hanya



pada bidang budaya namun juga sektor ekonomi.

Indonesia memiliki kekayaan kuliner yang luar biasa karena keanekaragaman budayanya. Namun sayang sekali masakan Indonesia belum dapat ikut bersaing dalam pasar kuliner dunia. Sebagian besar pelaku bisnis kuliner Indonesia masih nyaman dengan pasar lokal dan ragu untuk meraih peluang di luar negeri. Sejumlah negara maju sebenarnya punya potensi pasar cukup besar untuk dapat digarap oleh kuliner Indonesia, misalnya Korea Selatan. Saat ini memang terdapat puluhan rumah makan Indonesia di sejumlah kota industri di Korsel. Namun warung-warung murah meriah ini hanya ingin mencari keuntungan dari keberadaan puluhan ribu Tenaga Kerja Indonesia. Tidak ada unsur promosi disini. Kalaupun ada orang Korea yang mencicipi masakan di warung ini, jarang untuk berniat kembali karena warung-warung pinggir jalan ini tidak memiliki konsep fine-dining baik dalam segi kualitas maupun kesehatan yang menjadi standar rumah makan Korsel.

Dibandingkan dengan Thailand misalnya, kita jauh ketinggalan. Restoran Thai yang memiliki fasilitas hotel berbintang lima dapat ditemui dengan mudah di banyak negara. Langkanya rumah makan Indonesia yang cukup representatif di luar negeri membuat sejumlah Duta Besar RI terpaksa harus mendatangkan juru masak dari ahli dari Indonesia, bahkan chef dari hotel ternama. Para tamu yang dijamu Duta Besar sebagian besar adalah pejabat tinggi dan tokoh bisnis setempat yang tentu tidak dapat disuguhi dengan masakan seadanya. Namun upaya Pak Dubes dalam mempromosikan masakan Indonesia ini tentu saja hanya untuk kalangan yang sangat terbatas. Tidak dapat bersaing dengan restoran Thailand atau Vietnam yang terus membuka cabang dimana-mana.

Upaya promosi kuliner Indonesia dalam berbagai ajang pameran di

luar negeri hanya bersifat sementara. Kualitas makanan dalam pameran biasanya berkategori fine dining namun bersifat perkenalan. Pameran kuliner bukanlah seperti promosi pakaian atau sepatu yang bisa dipesan ke Indonesia. Produk kuliner sarat dengan sentuhan budaya yang tercipta dari cara penyajian dan suasana tempat makan.

Memang tidak mudah untuk mencapai hasil yang diperoleh oleh Thailand, Jepang atau Vietnam dalam memperkenalkan kuliner mereka sehingga dapat diterima dan disukai oleh lidah internasional. Dari pengalaman Thailand misalnya, dalam kegiatan pelaku bisnis kuliner di luar negeri terlihat peran pemerintah yang cukup dominan. Langkah yang diambil Thailand ini dapat ditiru untuk secara serius masuk pasar kuliner dunia. Pertama, peran pemerintah baik pusat maupun perwakilan RI dalam pemberian bantuan dan fasilitas guna memuluskan jalan bagi pelaku bisnis kuliner Indonesia untuk menggarap pasar luar negeri. Informasi dari Perwakilan RI mengenai lokasi, selera masyarakat setempat dan peraturan pengurusan ijin usaha serta prosedur ijin kerja karyawan restoran akan sangat berguna bagi para pelaku bisnis kuliner untuk mengatur strategi membuka bisnisnya. Selanjutnya, pebisnis kuliner ini harus dapat memanfaatkan informasi mengenai trend selera masyarakat setempat untuk melakukan improvisasi sehingga disukai konsumen lokal namun tetap memiliki keunikan sebagai masakan Indonesia. Penduduk negara maju biasanya peduli terhadap aspek kesehatan dan manfaat dari makanan. Sebagai contoh, masakan yang berlemak, terlalu manis atau asin biasanya tidak disukai.

Setiap negara mempunyai selera yang berbeda. Hal ini harus diperhatikan oleh pebisnis kuliner sehingga masakan Indonesia dapat disukai dan masuk dalam khasanah kuliner global serta menjadi salah satu pilihan dalam sajian internasional. ●

NURADI NOERI



Langkah awal untuk melebarkan usahanya ke mancanegara adalah menemukan mitra usaha yang potensial dan terpercaya. Untuk membantu para pelaku usaha menemukan mitra bisnisnya dapat dicari melalui rubrik ini. Data calon mitra usahanya ini diperoleh dari Perwakilan RI di kawasan Asia Pasifik dan Afrika, Semoga sukses.

Daftar Perusahaan Kuwait

1. Nama : The Sultan Center (TSC)

Kontak : Mr. Maher Nouredine,
International Commercial
Division Manager

Tlp/Fax : + 965 2226 4343 Ext.
1906/ + 965 2431 9071, 2431
2842

E-mail : mahermn@sultan-
center.com

Produk yang dicari :
Furniture, linen, cookware,
confecdtionery, makanan,
sayuran, buah-buahan, daging,

minuman ringan, produk-produk
non makanan.

2. Nama : Bukhamseen Group Holding Company

Kontak : El-Hussein Mousa,
Marketing Coordinator

Tlp/Fax : + 965 999 19413
E-mail : e.mousa@bkghe.com
Website : www.aljerawy.com

Produk yang dicari :
Kursi, meja, pintu dan electronic
blackboard (untuk proyek 150
sekolah di Irak

3. Nama : Al-Jerway Furniture & Decoration Factory

Kontak : Mr. Mohammed Al-
Jerawy, Assistant Manager

Tlp/Fax : + 965 2472 1110/+ 965
24767744

Website : www.aljerawy.com
Produk yang dicari : MDF &
Blackboard Sheet

4. Nama : Alhasawi Group of Companies

Kontak : Mr. Santoshkumar
Unnikrishnan, General Manager



Tlp/Fax : + 965 24769100/+ 965
24720091
Website : www.alhasawi.com
Produk yang dicari :
Apparel, footwear & accessories

Daftar Pengusaha Arab Saudi

1. Nama Perusahaan : Al Jowhara Center For Import & Sales Foodstuff and Sweets & Biscuits

Kontak : Mr. Omar Saeed Bin
Jahlan
Alamat : Jeddah

Tlp. : 012-6480164/
Fax : 012-6480049
Produk yang diminati : Permen dan
Biscuit

2. Nama Perusahaan : Alrehan Est

For electrical

Kontak : Saleh Omar Abdullah
Batahaf
Alamat : Jeddah

Tlp. : + 966-12-6977900/
Fax : +966-12-6976124
E-mail : alrehan4@hotmail.com
Produk yang diminati : Elektronik

3. Nama Perusahaan : Mohammad A.S. Alwael Est

Kontak : Mr. Salem Al-Wael
Alamat : Jeddah, PO Box 4045,
Jeddah 21491

Tlp. : 012-6434675/
Fax : 012-6040400
E-mail : -
Produk yang diminati : Alat
Pembersih

4. Nama Perusahaan : Dendeng Restaurant for Indonesian Food

Kontak : Mohammad Babatin
Alamat : Jeddah

Tlp. : 012-6285682/Fax : -
Produk yang diminati : Komoditi

5. Nama Perusahaan : Al-Nakhlah Import Co. Ltd

Kontak : Mohammad Osman
Babsel
Alamat : Jeddah PO Box 41731

Tlp. : 012-2687333/Fax : 012-
2684555
E-mail : info@nakhlahgroup.com
Produk yang diminati :
Produk bahan makanan

6. Nama Perusahaan : Al-Saadoun Uniform Factory

Kontak : Marwan Al-Saadoun
Alamat : Jeddah

Tlp. : 012-6334979/Fax : 012-
68334984
Produk yang diminati : Bahan
Tekstil untuk produk baju seragam

7. Nama Perusahaan : Mohammad Ba-Awad Est For Trade

Kontak : Mohammad Ba-Awad

Alamat : Jeddah PO Box 1458,
Jeddah 21431
Tlp. : 012-6696304/Fax : 012-
6612062
Produk yang diminati : -

8. Nama Perusahaan : Hussein Abdullah Al-Quraishy Est

Kontak : Mohammad Ba-Awad
Alamat : Jeddah
Produk yang diminati : Buah
Nanas segar

9. Nama Perusahaan : Arabian Toureq Co. Ltd

Kontak : Ahmad Khalil
Qamaruddin
Alamat : Jeddah PO Box 10980

Tlp. : 582805288/Fax : 012-
2649091
E-mail : gmraldeem@hotmail.
com
Produk yang diminati : -

Daftar Perusahaan Jepang

1. Nama Perusahaan : Clean Net Service, Co.Ltd.

Kontak : Ms. Chisako Kaneda
Alamat : Roha Office # 615,
2-4-6 Kinshi Sumida-ku, Osaka
130-0013

Tlp/Fax : T: 03-5608-7665/F: 03-
5610-1882
E-mail/Website :
kaneda@jumboroll.net
Produk yang dicari : Toilet paper
Tanggal Permintaan : 17 Jan
2014

2. Nama Perusahaan : West Japan Highway Support Co.Ltd.

Kontak : Mr. Kentaro Nakai
Alamat : Shin Osaka Central
Building 11 Fl, 4-1-4 Miyahara,
Yodogawa-ku, Osaka 532-0003

Tlp/Fax : T: 06-6396-0150/F: 06-
6396-0009
E-mail/Website :
k.nakai@w-nexco-bs.co.jp
Produk yang dicari : Aspal
Tanggal Permintaan : 21 Jan
2014

3. Nama Perusahaan : ASSI

Kontak : Ms. Noriko Takagi
Alamat : Honmachi Eight BLDG
8 Fl, Minami Honmachi, Chuo-ku, Osaka 541-0054

Tlp/Fax : T: 06-6243-2600/F: 06-6243-2601

E-mail/Website :
noriko@assi.jp /http://www.assi.jp

Produk yang dicari : Handuk
Tanggal Permintaan : 28 Jan 2014

4. Nama Perusahaan : WATS Co.Ltd.

Kontak : Mr. Watanabe
Alamat : Tokyo

Tlp/Fax : T: 03-5207-9886/F: 03-5207-9886

E-mail/Website : sales@wats.co.jp /www.wats.co.jp

Produk yang dicari : Frozen Wasabi
Tanggal Permintaan : 28 Jan 2014

5. Nama Perusahaan : Sky Way

Kontak : Mr. Uehara
Alamat : Okinawa

Tlp/Fax :

E-mail/Website :

reclthe230@yahoo.co.jp

Produk yang dicari : Sandal Jepit
Tanggal Permintaan : 28 Jan 2014

6. Nama Perusahaan : Minezawa Co.Ltd

Kontak : Mr. Gotoh
Alamat : 4-5 Idaminamimachi, Okazaki-shi, Aichi

Tlp/Fax : T: 0564-22-6621/F: 0564-23-4654

E-mail/Website :
065gotoh@minezawa.co.jp /
www.minezawa.co.jp

Produk yang dicari :
Pabrik kaleng, conveyor,
spare part
Tanggal Permintaan : 30 an 2014



7. Nama Perusahaan :Clean Net Service, Co.Ltd.

Kontak : Ms. Chisako Kaneda
Alamat : Roha Office # 615, 2-4-6
Kinshi Sumida-ku, Osaka 130-0013

T: 03-5608-7665; F: 03-5610-1882

E-mail : kaneda@jumboroll.net

Produk yang dicari : Toilet paper

8. Nama Perusahaan : West Japan Highway Support Co.Ltd.

Kontak : Mr. Kentaro Nakai
Alamat : Shin Osaka Central
Building 11 Fl, 4-1-4 Miyahara,
Yodogawa-ku,
Osaka 532 0003

T: 06-6396-0150; F: 06-6396-0009

E-mail :
k.nakai@w-nexco-bs.co.jp

Produk yang dicari : Aspal

9. Nama Perusahaan : ASSI

Kontak : Ms. Noriko Takagi
Alamat : Honmachi Eight BLDG 8
Fl, Minami Honmachi, Chuo-ku,
Osaka 541-0054

T: 06-6243-2600; F: 06-6243-2601

E-mail : noriko@assi.jp

http://www.assi.jp

Produk yang dicari : Handuk

10. Nama Perusahaan : WATS Co.Ltd.

Kontak : Mr. Watanabe
Alamat : Tokyo

T: 03-5207-9886; F: 03-5207-9886

E-mail : sales@wats.co.jp ; www.

wats.co.jp

Produk yang dicari : Frozen Wasabi

11. Nama Perusahaan : Sky Way

Kontak : Mr. Uehara
Alamat : Okinawa
E-mail : reclthe230@yahoo.co.jp
Produk yang dicari : Sandal Jepit

12. Nama Perusahaan : Minezawa Co.Ltd

Kontak : Mr. Gotoh
Alamat : 4-5 Idaminamimachi,
Okazaki-shi, Aichi

T: 0564-22-6621; F: 0564-23-4654

E-mail : 065gotoh@minezawa.co.jp
; www.minezawa.co.jp

Produk yang dicari : Pabrik kaleng,
conveyor, spare part

13. Nama Perusahaan : Nakanishi Sangyo Co.Ltd.

Kontak : Mr. Toyoji Nakanishi
Alamat : 23-29, 2 chome, Minami
Sumiyoshi, Sumiyoshi-ku, Osaka
558-0041

T: 06-6609-0555; F: 06-6609-0600
E-mail : t-nakanishi@na-sa.co.jp
Produk yang dicari : kantong
sampah

**14. Nama Perusahaan : Koei
Enterprise Co.Ltd.**

Kontak : Mr. Shozo Tagawa
Alamat : Koei Bldg, Kaigan Dori
4-3-2 Chuo-ku Kobe 650-0024

T: 078-371-0039; F: 078-371-0185
E-mail : s-tagawa@koei-
enterprise.co.jp
Produk yang dicari : ladies clothes

**15. Nama Perusahaan : Ishimitsu &
Co.,Ltd.**

Kontak : Mr. Shiji Minami
Alamat : 4-40 Iwaya, Minami-
machi, Nada-ku, Kobe 657-0856

T: 078-861-7786; F: 078-882-1614
E-mail : s-minami@ishimitsu.co.jp
; www.ishimitsu.co.jp
Produk yang dicari : frozen ebi

**16. Nama Perusahaan : Toyo One
Corporation**

Kontak : Mr. Yasuo Mori
Alamat : 1006-5-22-5, Sekime,
Joto, Osaka 536-0008

T: 06-7860-6901; F: 06-7860-6902
E-mail : www.toyo1.co.jp ; mori@
toyo1.co.jp
Produk yang dicari : squalane
cosmetic

17. Nama Perusahaan : Prove Co.Ltd

Kontak : Mr. Takamasa Seio
Alamat : Orient Akasaka Bldg 3 FL.,
6-13-19 Akasaka Minato-ku, Tokyo
107-0052

T: 03-5545-0675; F: 03-6277-7960
E-mail : www.provej.jp ; seio@
provej.jp
Produk yang dicari : interpreter

18. Nama Perusahaan : Toyotsu

Shokuryo, Co.Ltd

Kontak : Mr. Masayoshi Yabuuchi
Alamat : Shinagawa Front Bldg
14FL., 2-3-13 Nanko Minato-ku,
Tokyo 108-0075

T: 03-4306-5030; F: 03-4306-8868
E-mail : masayoshi_yabuuchi@
toyotsu-shokuryo.com
Produk yang dicari : strawberry

**19. Nama Perusahaan : FGA
Laboratories Co.Ltd.**

Kontak : Ms. Miho Nagao
Alamat : Kita 2-13, 2 chome,
Tenjinbashi Kita-ku, Osaka

T: 06-6351-4699; F: 06-6352-3273
E-mail : post@fga-lab.co.jp ;www.
fga-lab.co.jp
Produk yang dicari : Agar-agar
powder

**20. Nama Perusahaan : Creakobe
Co.Ltd.**

Kontak : Mr. Kiyoshi Nakahashi
Alamat : Kobe
E-mail : nakahashi@creakobe.com
Produk yang dicari : Handuk dan
karpet

Daftar Penbgusaha Vietnam

1. DANKA Minerals

Perusahaan terkemuka di Vietnam
yang bergerak di bidang industri
tambang khususnya batubara,
menginginkan bekerjasama dalam
pembangunan tambang batubara
di Indonesia, khususnya untuk
batubara pemasok power plant
di Vietnam. Alamat: 258 Ba Trieu
Street, Hai Ba Trung Dist, Hanoi,
Vietnam,

Tel: (84-4) 39741 868,
Fax: (84-4) 39741 869, Email: hue.
nguyen@dankaminerals.com
Website: www.dankaminerals.
com.vn, PIC: Nguyen Thi Hue (Assistant to Chairman), Mobile:
(84) 976 880 398

2. Binh Minh Food

Perusahaan yang bergerak di
bidang pertanian, menginginkan

kerjasama dengan perusahaan
Indonesia untuk mengembangkan
sektor pertanian. Alamat: Room
903, HITTC Building, 185 Giang Vo
Street, Cat Linh Ward, Dong Da
District, Hanoi, Vietnam.

Tel: (84-4) 35124567. Fax:
(84-4) 35123565. E-mail: ha@
binhminhfoods.com. Website:
www.binhminhfoods.com. PIC:
Ms. Pham Thi Ha Anh (Managing
Director).

**3. Businees Network International
Vietnam**

Perusahaan yang bergerak di
bidang ekspor-impor produk
hasil pertanian, perikanan, dan
kehutanan. Alamat: 87-89 Ho Ba
Kien St, Ward 15, District 10, Ho Chi
Minh City & Floor 2B, 118 Nguyen
Thi Minh Khai St, Dist 3, Ho Chi
Minh City, Vietnam. Mobile: (84) 903
939 933, PIC: Mr. Michael Ho Quang
Minh (National Director)

4. MASCON CO.,LTD

Perusahaan terkemuka di Vietnam
yang bergerak di bidang industri
semen, menginginkan kerjasama
dalam pengembangan industri
semen. Alamat: 9th floor, Capital
Tower, 109 Tran Hung Dao St, Hoan
Kiem Dist, Hanoi, Vietnam.

Tel.: (84-4) 35544364, Fax: (84-4)
35544369, Email: loanpt@mascon.
vn, Web: www.mascon.vn. PIC: Ms.
Pham Thi Loan (Marketing Vice
Manager), Mobile: (84) 1234 577
107

5. Vetnam Society of Travel Agents

Perusahaan travel agent yang
menghususkan pada usaha
pengembangan kerjasama sektor
pariwisata Vietnam – Indonesia.
Alamat: 7th fl, 58 Kim Ma St, Ba
Dinh Dist, Hanoi, Vietnam,

Tel: (84-4) 37835121, Fax: (84-4)
37835122, Email: chien@vitm.vn,
Web: www.vista.net.vn, PIC: Mr. Le
Dinh Chien

Agenda & Pameran

**Tanggal 5 – 7 Februari 2015, KICC,
Nairobi : 1st International Modern
Agricultural Technology Expo
Penyelenggara : Imatex East Africa**

Kontak:

The E-Enhancement Center
Westlands Commercial Centre
Block C
Ring Road, Westlands, Nairobi,
Kenya.
P.O. Box 32900, Nairobi.
+254 721 749 239, +254 721 595 418,
+254 723 839 568
Steve Njenga- Business
Development Manager steve@
imatex.com
James Njuguna-Business
Development Manager james@
imatex.com
Amos Nganga- Marketing Manager
amos@imatex.com

**Tanggal 9-12 Februari 2015 :
PROPAC ARABIA Saudi Arabia's
International Event for production
& Processing, Printing & Packaging,
Plastics & Chemicals
Tempat : Jeddah Centre for Forums
& Events
Penyelenggara : Al Harithy
Company for Exhibition Ltd**

The Glassmill 1 Battersea
Bridge Road London SW11 3 BG,
United Kingdom
Tlp : + 44 (0)-20 7223 3431; Fax :
+ 44 (0)-20 7228 4229

**Tanggal 9-12 Februari 2015 :
MACHINEX ARABIA Saudi Arabia's
International Machinery &
Equipment Exhibition
Tempat : Jeddah Centre for Forums
& Events
Penyelenggara : Al Harithy
Company for Exhibition Ltd**

The Glassmill 1 Battersea
Bridge Road London SW11 3 BG,

Ingin mempelajari prosedur ekspor, teknik pengemasan barang dan penataan barang pameran?

Silahkan hubungi:

**Balai Besar Pendidikan dan Pelatihan Ekspor Indonesia, Direktorat Jenderal
Pengembangan Ekspor Nasional, Kementerian Perdagangan**

Jl. Letjen S. Parman No. 112, Jakarta 11440
Telp. 021-5674229 ext. 105; 5654962, 5663309, 56966017
Fax. 021-5654962, 5663309, 56966017
Web: <http://ppe.kemendag.go.id>

United Kingdom
Tlp : + 44 (0)-20 7223 3431; Fax : +
44 (0)-20 7228 4229

**Tanggal 11 – 13 Februari 2015, KICC,
Nairobi : Kenya Pharma Expo
Penyelenggara : GPE Expo Pvt Ltd.**

Kontak:

GPE EXPO PVT. LTD.
GLOBAL, 402 - 403, Abhijot Square
B/h Divya Bhaskar, S. G. Highway
AHMEDABAD - 380 051, GUJARAT (INDIA)
Telephone: 4000 8253 / 4000 8233
Email: info@gpeexpo.com

**Tanggal 19 s/d 20 Februari 2015 : The
8th Agri Floor Expo 2015 Osaka
Penyelenggara : Japan Finance
Corporation
Tempat : Asia & Pacific Trade Center**

Kontak :

Agri-Food Expo/Exhibition
Technologies, Inc.
Shin-Aoyama Bldg.
Nishikan 8F, 1-1-1, Minami-Aoyama,
Minato-ku,
Tokyo 107-0062
Tel/Fax : + 81-3-5775-2855/+ 81-
3-577-2856
Website :
[http://www.exhibitiontech.com/
afx/e_tokyo_gaiyou.html](http://www.exhibitiontech.com/afx/e_tokyo_gaiyou.html)

**Tanggal 19-20 Februari 2015 : The 8th
Agri-Food Expo 2015 Osaka
Tempat : Asia & Pacific Trade Center
Penyelenggara : Japan Finance
Corporation**

Kontak:

Agri-Food Expo / Exhibition

Technologies, Inc.
Shin-Aoyama Bldg. Nishikan 8F,
1-1-1, Minami-Aoyama, Minato-ku,
Tokyo 107-0062
TEL. +81-3-5775-2855 FAX.
+81-3-5775-2856
[http://www.exhibitiontech.com/
afx/e_tokyo_gaiyou.html](http://www.exhibitiontech.com/afx/e_tokyo_gaiyou.html)

**Tanggal 20-21 Februari 2015 : The
11th Sea Food Show Osaka
Tempat : ATC Hall
Penyelenggara : Exhibition
Technologies Inc.**

Kontak:

Exhibition Technologies, Inc.
Shin-Aoyama Bldg. Nishikan 8F, 1-1-1,
Minami-Aoyama, Minato-ku, Tokyo
107-0062. TEL. +81-3-5775-2855
FAX. +81-3-5775-2856
[http://www.exhibitiontech.com/
afx/e_tokyo_gaiyou.html](http://www.exhibitiontech.com/afx/e_tokyo_gaiyou.html)

**Tanggal 20 s/d 21 Februari 2015 : The
11th Sea Food Show Osaka
Penyelenggara : Exhibition
Technologies, Inc
Tempat : ATC Hall**

Kontak :

Exhibition Technologies, Inc.
Shin-Aoyama Bldg. Nishikan 8F,
1-1-1, Minami-Aoyama, Minato-ku,
Tokyo 107-0062
Tel/Fax : + 81-3-5775-2855/+81-
3-5775-2856
Website : [http://www.
exhibitiontech.com/afx/e_tokyo_
gaiyou.html](http://www.exhibitiontech.com/afx/e_tokyo_gaiyou.html)

**Tanggal 26 Februari – 1 Maret 2015,
Karachi Expo Center, Karachi,**

**Pakistan
9th Expo Pakistan**

Pameran ini merupakan arena untuk mendapatkan produk-produk berkualitas ekspor dari Pakistan.

Trade Development Authority Pakistan (TDAP)

Email: Abdul Karim (abdul.karim@tdap.gov.pk)
Sana Khokhar (sana.khokhar@tdap.gov.pk)
Website:
www.expopakistani.gov.pk

**Tanggal 26-28 Februari 2015 : REAP
Islamabad
Pameran dalam Renewable Energy
dan efisiensi energi
REAP – Renewable & Alternative
Energy Ass.
Office # 06, 2nd Floor, Huzaifa Centre,
I-8 Markaz Islamabad, Pakistan**

Tel: +92 (5) 1 4862360; Fax: +92 (5) 1
4100083

Display e-mail address:
www.reap.org.pk

Tempat : Pak-China Friendship
Centre, Shakar Parian National Park
Islamabad.

**Tanggal 26 – 28 Februari 2015, KICC,
Nairobi : CIBEX East Africa 2015
Penyelenggara : Trade and Fairs East
Africa Ltd.**

Kontak:

P.O. Box 25958 – 00100, Nairobi /
Kenya
info@tradeandfairs-eastafrika.com ;
www.tradeandfairs-eastafrika.com

**Tanggal 27 Februari – 1 Maret 2015,
Sarit Expo Centre, Nairobi : Samantha
Bridal Wedding Fair
Penyelenggara : Samantha Bridal**

Kontak:

SAMANTHA'S BRIDAL
P. O. Box, 10113/00100
Tel: +(254)-(02)-2729647; Mobile: 0722-
480068
Email: info@samanthasbridal.co.ke

Milimani Road; Ambassador court,
Block B6, Nairobi

**Tanggal 1-3 Maret 2015 : Saudi Plastic
& Petrochem, International Plastic &
Petrochemical Trade Fair
Tempat : Jeddah Centre for Forums &
Events**

Penyelenggara : <http://www.saudi-pppp.com>; E-mail : info@
recexpo.com
Website : www.recfexpo.com

**Tanggal 1-3 Maret 2015 : SAUDI
PPSG Trade Exhibition for Printing &
Packaging Technologies.**

Saudi PPSG is a bi-annual business platform that will offer the exhibitors the possibility of enhancing their brand image and simultaneously promote their companies
Tempat : Jeddah Centre for
Forums & Events

Penyelenggara : <http://www.saudi-pppp.com>; E-mail : info@
recexpo.com
Website : www.recfexpo.com

**Tanggal 1-3 Maret 2015 : SAUDI
PRINT 7 PACK; International Trade
Exhibition for Printing & Packaging
Technologies
Tempat : Jeddah Centre for Forums &
Events**

Penyelenggara : <http://www.saudi-pppp.com>; E-mail : info@
recexpo.com
Website : www.recfexpo.com

**Tanggal 4-5 Maret 2015 : The 53rd
Osaka International Gift Show Spring
2015
Tempat : Osaka Merchandise Mart
(OMM)
Penyelenggara : Business
Guide-sha, Inc.**

Kontak:

Business Guide-sha, Inc.
2-6-2 Kaminarimon Taito-ku

Tokyo
TEL. +81-3-3847-9155; FAX.
03-3847-9436
[http://www.giftshow.co.jp/
english/index.htm](http://www.giftshow.co.jp/english/index.htm)

**Tanggal 2-6 Maret 2015 :
Educareer**

Pameran yang menampilkan sekolah, universitas dan institusi pendidikan lainnya di Kuwait dan dunia. Produk dan layanan yang ditampilkan terdiri dari universitas, perguruan tinggi, sekolah bisnis, institut komputer, sekolah seni, institut perhotelan, konsultan pendidikan dan lain-lain.

Tempat : Kuwait International
Fair Ground, Hall 6
Kategori : Specialized
Exhibition

**Tanggal 4 s/d 5 Maret 2015 : The
53rd Osaka International Gift Show
Spring 2015
Penyelenggara : Business Guide-
sha, Inc.
Tempat : Osaka Merchandise Mart
(OMM)**

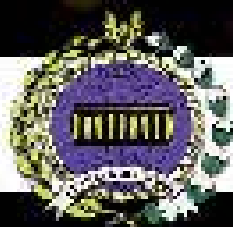
Kontak : Business Guide-sha,
Inc.
2-6-2 Kaminarimon Taito-
ku Tokyo
Tel/Fax : + 81-3-3847-9155/
03-3847-9436
Website : [http://www.giftshow.
co.jp/english/index.htm](http://www.giftshow.co.jp/english/index.htm)

**Tanggal 9-12 Februari 2015 :
PROPAC ARABIA Saudi Arabia's
International Event for production
& Processing, Printing &
Packaging, Plastics & Chemicals
Tempat : Jeddah Centre for
Forums & Events
Penyelenggara : Al Harithy
Company for Exhibition Ltd
The Glassmill 1 Battersea Bridge
Road London SW11 3 BG, United
Kingdom**

Tlp : + 44 (0)-20 7223 3431; Fax
: + 44 (0)-20 7228 4229

Ridaksi **AKSES** *mengucapkan.*

Selamat
Tahun Baru
2015



Direktorat Jenderal Asia Pasifik dan Afrika, Jalan Taman Pejambon Nomor 6, Jakarta 10110
Telepon: 021-3849889 Faksimili: 021- 3513094 E-mail: akses@kemlu.go.id.