

AKSES

Gerbang Menuju Pasar Dunia

KOLABORASI KEMLU DUKUNG USAHA RINTISAN



► Perluasan Bisnis
di Asia Tenggara

► Mengaktifkan Kembali Jalur
Pelayaran Indonesia-India

► Kisah Sukses UMKM Daerah
Menembus Pasar Aspasaf





Sekapur Sirih

Dalam kaitan ini perlu saya sampaikan kembali bahwa Menteri Luar Negeri dalam Pernyataan Pers Tahunannya di awal 2020, telah menyampaikan Prioritas 4+1 dalam Diplomasi Indonesia.

Prioritas pertama adalah penguatan diplomasi ekonomi.

Upaya ini tercermin pada Laporan Utama edisi Majalah AKSES kali ini: dukungan Kemlu terhadap perkembangan industri rintisan (*startup*). Melalui artikel tersebut, pembaca dapat mengetahui lebih lanjut mengenai bentuk diplomasi ekonomi Kemlu yang terus berinovasi mengikuti perkembangan terkini, yaitu industri 4.0 dan terus mempertajam strategi dalam memanfaatkan secara maksimal potensi ekonomi yang dimiliki, khususnya guna membumikan diplomasi ekonomi – memberikan manfaat langsung kepada rakyat.

Selain itu, pada edisi ini juga disajikan sejumlah informasi mengenai potensi dan peluang usaha di negara-negara sahabat yang sesungguhnya memiliki peluang besar, namun belum banyak diketahui oleh masyarakat bisnis dan pelaku usaha Indonesia, seperti di Kamboja, Johor Bahru, Thailand Selatan, Mesir, Jordania, Bangladesh, Kawasan Pasifik dan di benua Afrika.

Edisi kali ini juga mengulas pendekatan Kemlu kepada pemangku kepentingan di daerah, baik kalangan pemerintah maupun pelaku usaha lokal di Rembang, Bantul, Aceh hingga NTT guna mendorong ekonomi daerah memasuki pasar global.

Saya berharap artikel yang disajikan pada edisi kali ini menjadi inspirasi dan penyemangat para pembaca sekalian, utamanya pelaku UMKM lokal untuk tidak berputus asa dan tetap optimis. Seperti kata Nelson Mandela, "*it always seems impossible until it is done*".

Selamat membaca!

Desra Percaya
Direktur Jenderal Asia Pasifik dan Afrika

Pembaca yang budiman,

Mengingat ini adalah edisi perdana tahun 2020, tentu pertama-tama saya mengucapkan Selamat Tahun Baru kepada para pembaca AKSES dimanapun berada.

Sebagaimana kita ketahui, tahun 2020 baru saja dimulai. Namun kita telah dihadapkan pada berbagai tantangan yang tidak mudah dan tidak pernah dibayangkan sebelumnya.

Pandemi Covid-19 tidak hanya menimbulkan korban ribuan jiwa namun juga mengganggu perekonomian dunia, bahkan diprediksi dapat berujung pada *resesi global*. Ini adalah "*new normal*" bagi kita semua, tidak terkecuali bagi diplomasi ekonomi Indonesia.

Berbagai institusi dan lembaga internasional seperti *The Economist Intelligence Unit* telah merevisi proyeksi pertumbuhan global. Indonesia sebagai bagian dari mata rantai ekonomi global tentunya tidak kebal dari dampak negatif perang dagang maupun pandemi Covid-19.

Pengalaman kita melalui berbagai krisis global mengajarkan bahwa dengan optimisme, kreativitas, ketangguhan dan kerja sama, ekonomi Indonesia mampu bangkit dan semakin kuat.

Sinergi pemerintah baik pusat dan daerah dengan dunia usaha serta pelaku bisnis perlu terus diperkuat. Perlu pemetaan strategi dan inovasi agar Indonesia tetap kompetitif di tengah berbagai ketidakpastian, termasuk memperkuat postur *digital economy*. Ini adalah pasar dengan potensi yang semakin meningkat yang perlu kita terus garap.

Susunan Dewan Redaksi Majalah Akses

Volume 37
Edisi Mei 2020

Pelindung

Direktur Jenderal
Asia Pasifik dan Afrika
Desra Percaya

Penasehat

Sekretaris Direktorat Jenderal
Asia Pasifik dan Afrika
Rossy Verona

Pemimpin Redaksi

Nico Adam

Sekretaris Redaksi

Soneta Asmara

Redaksi

P. Susilo Wahyuntoro
R.A. Yunikeiserina Hidayat,
Evy S. Heliana
Ainur Rifqie Madanie,
Silvia Yang
Theophilus F. Waluyo
Epita Pratiwi
Ivan Samuel Alvarta
Audi Muhammad
Sarita Amelinda
Muhammad Mirza Zen
Ilham Azenal Sacabrata

Pemeliharaan Situs Web

Sri Ulina br Pinem
Ayi Dianitarsi

Administrasi

Sulastriningsih
Patricia Kurnia Utami
Fauwzy D. Sulaiman

Desk Foto

Yaohar Erza Arighi
Mohammad Irfan Annas

Distribusi

Zufri Hadi
Karsiman
M. Nuruzzaman

LAPORAN UTAMA

4 Kolaborasi Kemlu Dukung Usaha Rintisan



WAWANCARA

6 Perluasan Bisnis di Asia Tenggara

9 Fun Fact : Infografis Asia Tenggara

10 MDI Ventures Terus Berinvestasi di Tengah Pandemi

12 Delokal: Mengemas Hobi Menjadi Bisnis

SUCCESS STORY

14 Produk Farmasi Indonesia Tembus Pasar Palestina dan Yordania



16 Kisah PT Timah dalam Menembus Pasar Afrika

17 Upaya KBRI Suva Mendorong Perusahaan Indonesia Masuk Ke Kawasan Pasifik Selatan

19 Perusahaan Furnitur Rembang Terobos Pasar Aspasaf



ASPASAF UPDATES

21 Upaya Meningkatkan Ekspor Produk Pertanian di Mesir melalui Agri Expo Indonesia

22 Prospek Furnitur Jati di Johor Bahru

24 Peningkatan Kerja Sama dengan Provinsi Songkhla

25 Membangun Infrastruktur Diplomasi Indonesia di Afrika

28 Membumikan Diplomasi Ekonomi Kawasan Garis Wallacea

30 Mengaktifkan Kembali Jalur Pelayaran Indonesia-India

32 Bangladesh: Pintu Investasi Energi

34 Capaian Penting Kerja Sama Indonesia – Tunisia untuk Masuk ke Pasar Afrika



MENGGALI POTENSI DAERAH

36 Geliat IKM Serambi Mekah untuk Ekonomi Daerah



38 Industri Kreatif Jadi Penopang Ekonomi Kabupaten Bantul

JALAN-JALAN



41 Kisah Sepotong Surga di Bibir Pasifik

42 Surat Pembaca

Kolaborasi Kemlu Dukung Usaha Rintisan



Mahendra Siregar, Wakil Menteri Luar Negeri, membuka Kemlu for Startup. Foto: Dit. Infomed

Prof. Bambang Brodjonegoro, Ph.D, Menteri Riset dan Teknologi/Kepala BRIN, memberikan keynote speech. Foto: Dit. Infomed

Startup alias usaha rintisan tumbuh pesat di Indonesia beberapa tahun belakangan ini. Bahkan beberapa startup telah menjadi unicorn, yakni startup yang valuasinya melampaui 1 milyar USD. Perlu koordinasi semua pihak, termasuk Kementerian Luar Negeri (Kemlu), untuk terus mengembangkan startup demi mendukung perekonomian nasional.

Saat ini kita telah memasuki gelombang Revolusi Industri ke-4 (industri 4.0) yang mengandalkan mesin dan teknologi. Supaya bisa bersaing, kita harus memperkuat lini ekonomi digital, yang di dalamnya terdapat startup.

Hal ini diungkap oleh Wakil Menteri Luar Negeri Mahendra Siregar saat membuka acara "Kemlu for Startup: Menarik Modal Ventura Lokal dan Internasional," di Jakarta, 25 November 2019.

Menurut Mahendra, Kemlu punya kepentingan mendorong perusahaan-perusahaan startup lokal untuk berkembang. Salah satu amanah yang diemban Kemlu adalah melakukan diplomasi ekonomi di setiap kesempatan. Diharapkan, ada banyak pemain lokal yang nantinya mampu bersaing di tingkat global.

Tentu ini bukan angan, karena kita sendiri sudah punya startup unicorn. Di tahun 2020 sudah ada enam unicorn di Indonesia, yakni Gojek, Tokopedia, Traveloka, Bukalapak, Ovo, dan JD.Id. Dari jumlah tersebut, hanya JD.Id yang merupakan perusahaan global. Artinya, dunia e-commerce Indonesia tetap seksi di tengah penurunan perekonomian global.

Lebih lanjut, di antara 10 unicorn di Asia Tenggara, 5 di antaranya berasal dari Indonesia. Indonesia merupakan salah satu negara di Asia Tenggara dengan pertumbuhan usaha rintisan yang paling pesat. Hal ini menjadikan Indonesia bukan hanya sebagai sasaran usaha rintisan dari luar negeri tetapi tempat pemodal ventura berinvestasi di bidang Startup.

Pada kesempatan yang sama, Menteri Riset dan Teknologi Prof. Bambang Brodjonegoro, Ph.D menegaskan pentingnya peran startup untuk mendukung Indonesia maju tahun 2045. Indonesia perlu mencetak pengusaha baik dari segi kuantitas dan kualitas. Hal ini telah dilakukan oleh negara-negara maju lainnya seperti Jepang, Korea Selatan, Taiwan, dan RRT.

Untuk mendukung pertumbuhan usaha rintisan, perlu adanya kolaborasi antara instansi Pemerintah. Sebagai contoh, ujar Bambang, pihaknya bertugas melahirkan dan membina startup. Sementara Kemlu bertugas mempromosikan usaha rintisan lokal di tingkat internasional. Hal ini dapat dilakukan melalui peran perwakilan Indonesia di luar negeri.

Faktor Penentu Modal Ventura dalam Mendanai Usaha Rintisan

Salah satu faktor pendukung kemajuan perusahaan startup adalah pendanaan. Berikut tips bagaimana perusahaan bisa mendapatkannya yang dirangkum dari para pembicara kegiatan "Kemlu for Startup: Menarik Modal Ventura Lokal dan Internasional".

Pertama, pelajari profil dan latar belakang perusahaan pemodal ventura yang dituju. Pelajari visi, misi, dan nilai-nilai perusahaan modal ventura yang ingin dituju. Ada pemodal ventura yang fokus ke startup yang kuat, punya nilai universal yang baik, atau hanya berorientasi pada keuntungan.

Kedua, pemodal ventura akan tertarik dengan usaha rintisan yang sudah jelas. Artinya usaha tersebut memiliki bisnis model yang menarik, berkelanjutan, dan menyediakan solusi permasalahan.

Ketiga, terbuka terhadap kritik dan masukan yang dilontarkan pemodal

ventura. Pemodal ventura telah memiliki banyak pengalaman dalam melihat model bisnis dan potensi profitnya. Oleh karena itu, perlu melihat perspektif dari sisi pemodal bila menginginkan usahanya didanai.

Keempat, fokus pada pengembangan produk. Mencari dana untuk mengembangkan usaha memang penting, tetapi memiliki produk yang kuat itu lebih penting. Produk yang kuat didukung oleh riset yang juga kuat. Bila produk baik, mutu produk dapat memasarkan dirinya sendiri.

Kelima, pemodal ventura akan melihat individu pendukung usaha rintisan tersebut, baik ketrampilan maupun karakter. Selain itu, pemodal ventura juga akan melihat karakter dari pendiri usaha rintisan. Karakter yang sesuai akan mendukung kolaborasi antara usaha rintisan dengan calon pemodalnya.

Evy S. Heliana



Martin B. Hartono, CEO GPD Venture, menyampaikan tips kunci bagi startup. Foto: Dit. Infomed

Selain kolaborasi antar instansi pemerintah, diperlukan juga kolaborasi dengan dunia usaha dan akademisi. Dunia usaha diharapkan memberikan masukan mengenai kebutuhan pasar kepada pihak akademisi sehingga penelitian yang dilakukan memiliki nilai ekonomi.

Sebagai Menteri Riset dan Teknologi, Bambang memaparkan lebih lanjut bahwa bidang lainnya yang turut memberikan dukungan adalah dunia pendidikan yang mencetak SDM unggul. Di masa depan, skill yang dibutuhkan SDM bukan hanya problem solver tetapi kemampuan memecahkan masalah yang kompleks (complex problem solving), social skill, process skill, system skill, dan cognitive abilities. Sedangkan bidang startup yang perlu dikembangkan Indonesia dan akan banyak dicari adalah cyber security, artificial intelligence, big data, dan lain-lain



Panel Sesi 1: Irman Putra, Armand Widjaja, Edward B. Chamdani, Gerry Khoeng, Thilma Komaling (kiri ke kanan). Foto: Dit. Infomed



Panel Sesi 2: Andi S. Budiman, Joshua Agusta, Nicko Widjaja, On Lee, Thilma Komaling (kiri ke kanan). Sumber Foto: Dit. Infomed

Perluasan Bisnis di Asia Tenggara

Direktorat Asia Tenggara, atau yang biasa disingkat dengan Dit. Astara bertugas mengelola hubungan bilateral Indonesia dengan semua negara-negara anggota ASEAN, serta dengan Timor Leste, Palau, dan Kepulauan Marshall. Direktorat ini berdiri sejak tahun 2017, di mana sebelumnya negara yang berada di dalamnya ditangani oleh Direktorat Asia Timur dan Pasifik. Denny Abdi merupakan Direktur pertama yang ditugaskan memimpin Direktorat Asia Tenggara. Berikut adalah cuplikan wawancara Tim AKSES dengan Direktur Asia Tenggara, Denny Abdi.

Saat ini Pemerintahan di bawah Presiden Joko Widodo menekankan pembangunan pada pertumbuhan ekonomi, mengurangi defisit neraca perdagangan, dan peningkatan investasi. Bagaimana potensi negara-negara yang ditangani oleh Direktorat Asia Tenggara berkontribusi terhadap arahan tersebut?

Dengan adanya arahan Bapak Presiden tersebut, maka kita tidak bisa lagi bekerja dengan prinsip *business as usual*, Indonesia tidak bisa hanya mengekspor bahan mentah dan menjual apa yang kita punya. Untuk meningkatkan

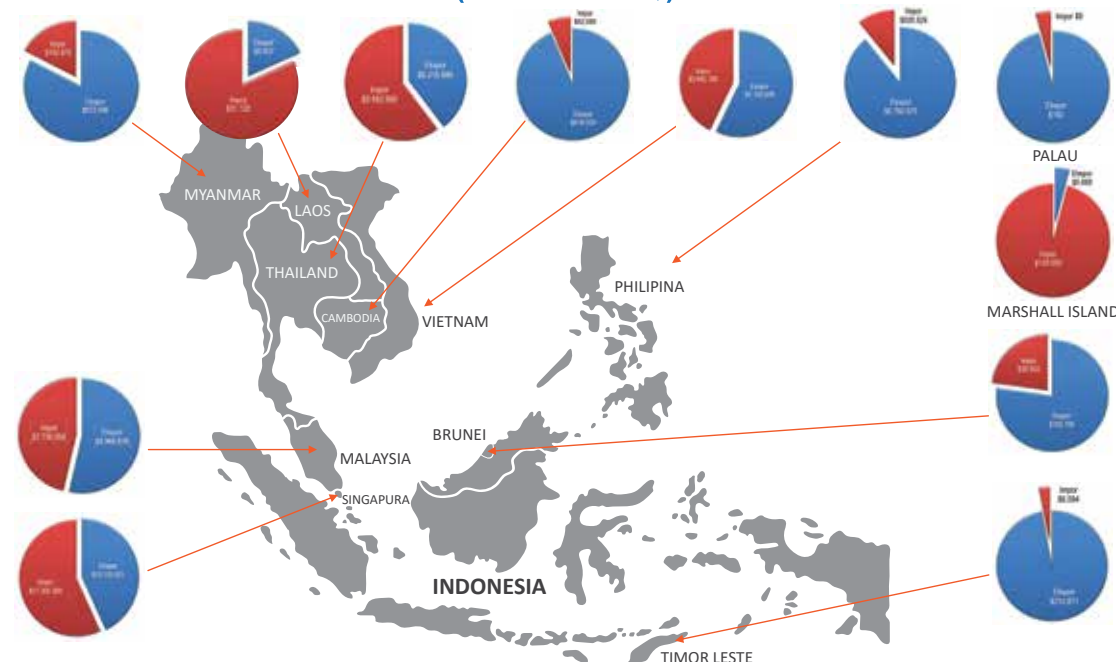
perdagangan dan investasi, kita harus mengubah *mindset* sehingga produk yang diekspor bukan lagi bahan mentah tetapi yang sudah memiliki nilai tambah tinggi. Untuk ini diperlukan inovasi yang terus menerus, perluasan ekosistem untuk mendukung riset dan pada saat yang sama pengembangan industrinya.

Sekarang kalau kita lihat perdagangan dengan negara-negara di Asia Tenggara, secara keseluruhan masih surplus pada angka 2,42 Miliar USD (data per Desember tahun 2019). Indonesia mengalami surplus dengan 7 negara yaitu: Brunei Darussalam, Malaysia,

Filipina, Kamboja, Viet Nam, Myanmar, Timor Leste. Sedangkan Indonesia mengalami defisit dengan 5 negara yaitu: Singapura, Laos, Thailand, Palau dan Kepulauan Marshall.

Berdasarkan nilainya perdagangan bilateral, terdapat beberapa negara yang nilainya masih relatif kecil yaitu Kamboja, Laos, Myanmar, dan Timor Leste, masih 1 Miliar USD ke bawah. Dengan demikian masih sangat potensial untuk ditingkatkan, yaitu dengan cara meningkatkan daya saing produk-produk Indonesia sehingga lebih bersaing, baik dari sisi harga maupun kualitas.

Neraca perdagangan Indonesia dengan negara-negara ASTARA (dalam Ribuan \$)



Sumber data: Kementerian Perdagangan RI

Untuk negara-negara Asia Tenggara di mana perdagangan bilateral Indonesia mengalami surplus, perlu dijaga dan ditingkatkan. Contoh dengan Filipina. Produk-produk Indonesia sudah banyak masuk di Filipina, mulai dari *consumer goods* seperti produk Mayora, Indofood, dan bahkan jaringan Alfamart hingga produksi industri strategis misalnya lokomotif dan gerbang produksi PT INKA, kapal produksi PT. PAL, dan alutsista dari PT. Pindad. Kondisi ini harus dipertahankan dan bahkan terus ditingkatkan dengan cara memberdayakan juga ekonomi lokal.

Perhatian besar perlu diberikan kepada negara-negara di mana Indonesia mengalami defisit perdagangan yang cukup besar seperti dengan Singapura (4,19 miliar USD tahun 2019) dan Thailand (3,24 miliar USD tahun 2019). Dalam hal ini, Indonesia perlu melihat secara jeli di mana potensi ekspor bisa ditingkatkan dan meningkatkan fokus terhadap produk-produk impor yang bisa diproduksi di dalam negeri. Kolaborasi Pemerintah dengan industri dalam negeri yang didukung oleh market intelijen yang kuat dari KBRI terkait perlu ditingkatkan.

Boleh dijelaskan bagaimana potensi negara-negara Asia Tenggara di bidang investasi?

Sebagaimana kita maklumi bahwa semua negara di Asia Tenggara mengandalkan penanaman modal asing untuk menggerakkan ekonominya. Namun pada saat yang sama peluang kerjasama investasi diantara negara-negara Asia Tenggara juga terbuka lebar berdasarkan *comparative advantages* masing-masing negara.

Untuk PMA di Indonesia, dalam urutan 10 besar, Singapura masuk sebagai investor terbesar dan Malaysia di urutan ke-6. Sedangkan Thailand di urutan ke-11, Filipina di urutan ke-36, Brunei di urutan ke-61, dan Viet Nam urutan ke-82 (data

BKPM). Artinya meskipun bersaing, peluang di bidang investasi tetap ada. Kalau dihitung dari data BKPM, keseluruhan investasi dari negara Asia Tenggara berkontribusi 29,13% dari total investasi asing yang masuk ke Indonesia dari seluruh negara di dunia. Sedangkan investasi Indonesia ke negara-negara Asia Tenggara juga sudah mulai menggeliat, contoh per Desember 2019, sudah terdapat 700 gerai Alfamart di Filipina. Wings juga sudah membuka pabrik deterjen di Filipina. Sementara Go-Jek juga sudah masuk ke Thailand, Viet Nam, dan Singapura.

Singapura berinvestasi di berbagai proyek dan di berbagai daerah di Indonesia, misalnya di Batam dan di Kendal Industrial Park, Jawa Tengah. Yang menarik, banyak perusahaan-perusahaan besar Indonesia juga memiliki investasi di Singapura, bahkan memilih Singapura sebagai kantor pusat operasinya. Hal ini perlu kita cermati dan menjadi perhatian dalam membangun hubungan yang makin berimbang.

Untuk meningkatkan berbagai kerja sama kedua negara, termasuk kerja sama ekonomi, perdagangan dan investasi, Indonesia dan Singapura secara regular mengadakan pertemuan tingkat menteri, bahkan kedua kepala pemerintahan juga memiliki forum tahunan yang dikenal *Leaders' Retreat*.

Melalui pertemuan ini dibahas berbagai kerja sama yang telah berjalan dan rencana strategis ke depan.

Dengan perkembangan zaman, perekonomian bukan hanya ditopang oleh perdagangan tradisional seperti yang kita kenal, tetapi juga ada yang disebut sebagai ekonomi digital untuk pertumbuhan yang lebih cepat. Bagaimana potensi Asia Tenggara dalam hal ini?

Betul sekali bahwa ekonomi digital memiliki tren pertumbuhan yang sangat tinggi. Pasar ekonomi digital di kawasan Asia Tenggara diprediksi mencapai 300 miliar USD di tahun 2025. Pada tahun 2019, pertumbuhannya mencapai 100 miliar USD di mana Indonesia merupakan pasar terbesarnya yaitu 40 miliar USD.

Situasi dunia saat ini yang dilanda pandemi virus Covid-19 diprediksi akan berdampak pada perlambatan ekonomi global yang bahkan diprediksi akan tumbuh negatif tahun 2020 ini. Namun demikian sesungguhnya tersimpan peluang bagi pertumbuhan ekonomi digital, bagi negara-negara yang siap dan mampu meraihnya.

Syaratnya dibutuhkan inovasi, teknologi, sumber daya manusia, investasi dan aturan yang kondusif bagi perkembangannya. Indonesia memiliki sejumlah keunggulan yang tidak dimiliki banyak negara yaitu: penduduk usia muda yang dinamis dan kreatif, sistem demokrasi yang mendorong sikap kritis, terbuka, transparan yang mendorong interaksi dan ide-ide kreatif dan tentunya pasar yang besar dengan kelompok menengah yang terus tumbuh.



Denny Abdi, Direktur ASTARA

Salah satu negara yang memiliki keunggulan kuat dalam ekonomi digital adalah Singapura. Berbagai kelebihan Indonesia tersebut di atas akan terlengkapi dengan jaringan modal, pemasaran dan teknologi yang dimiliki Singapura. Beberapa contoh kerja sama konkret kedua negara adalah berdirinya Block 71 bekerja sama dengan Salim Group. Di Indonesia, Block 71 sudah hadir di Jakarta, Yogyakarta, dan Bandung. Kerja sama ekonomi digital kedua negara bahkan telah dicanangkan Presiden Joko Widodo dan PM Lee Hsien Loong pada bulan September 2017 dengan pencaanangan Batam sebagai *digital bridge*. Untuk mewujudkannya, tentunya banyak PR yang harus dilakukan di kedua belah pihak.

Apa yang sudah dilakukan Kementerian Luar Negeri untuk penguatan diplomasi ekonomi di wilayah Asia Tenggara?

Khusus untuk Asia Tenggara, di tingkat domestik, Kementerian Luar Negeri secara aktif memfasilitasi bisnis untuk mendapatkan informasi peluang bisnis di berbagai negara, baik informasi pasar maupun peluang bisnis jangka menengah dan panjang. Selain itu, kita juga membuat *standard operating procedure* untuk memfasilitasi ekspor dan memperkuat koordinasi Kementerian Luar Negeri,

Perwakilan RI di luar negeri dan jaringan pengusaha Indonesia termasuk BUMN. Dalam rangka penguatan inovasi, Kementerian Luar Negeri memfasilitasi kerja sama untuk peningkatan inovasi dan daya saing produk, misalnya antar universitas atau pusat riset di Indonesia dengan mitranya di negara-negara Asia Tenggara.

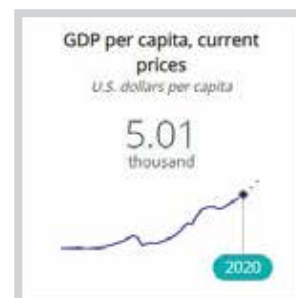
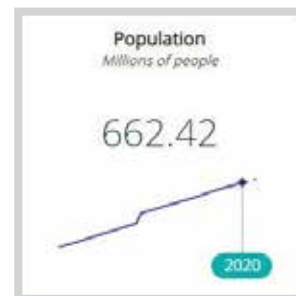
Ada saran bagi yang ingin mengembangkan bisnis di Asia Tenggara?

Pertama, pastikan jasa atau produk yang hendak dipasarkan memiliki *demand* yang kuat dan nilai tambah yang lebih baik dibanding produk sejenis sehingga dapat bersaing dengan produk-produk ataupun jasa dari negara lainnya.

Kedua, mempelajari karakteristik pasar, dalam hal ini kebiasaan konsumen di negara setempat, budaya negara setempat, serta peraturan pemerintah mengenai bisnis tersebut. Jangan sampai terlibat bisnis yang melanggar aturan setempat karena ada perbedaan peraturan di setiap negara. Misalnya hendak memperluas bisnis di Indonesia ternyata di peraturan setempat (negara tujuan) bisnis tersebut termasuk ke dalam sektor yang hanya bisa dilakukan oleh Pemerintah atau hanya bisa untuk modal setempat.

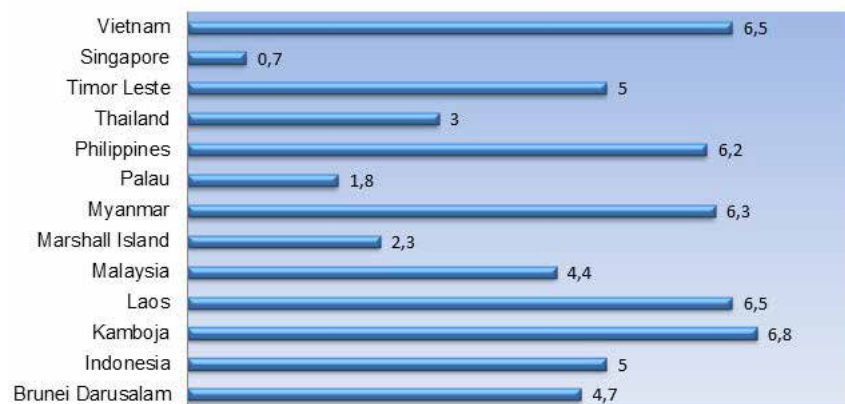
Ketiga, perluas *network* dengan pemangku kepentingan baik pemerintah maupun swasta baik di Indonesia maupun di negara setempat. Termasuk asosiasi, baik asosiasi dalam negeri maupun luar negeri sehingga mendapatkan *insights* lebih baik. Ada 18 perwakilan Indonesia yang tersebar di kawasan Asia Tenggara siap membantu para pebisnis untuk mengembangkan roda bisnisnya di kawasan.

Evy S. Heliana



Sumber data: IMF Data Mapper 2020
Real GDP Growth 2019

Pertumbuhan Ekonomi Negara-negara ASTARA Tahun 2019



INFOGRAFIS ASIA TENGGARA



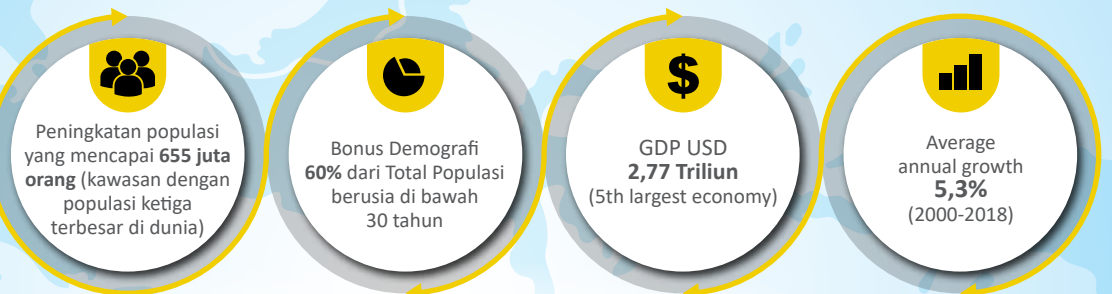
± 655 juta orang (2018)

± 4.500.000 km²

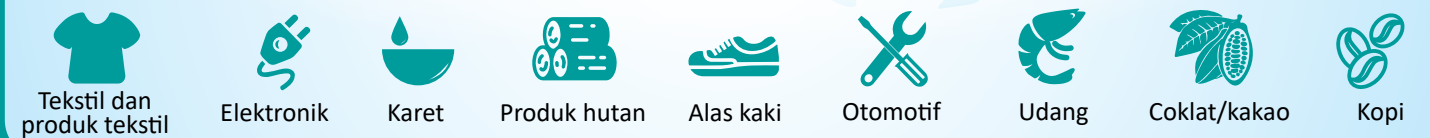
US\$ 2.8 triliun
(Terbesar ke-5 di Dunia)

Ekonomi rata-rata 5.3%/tahun
(2000-2018)

POTENSI KAWASAN ASIA TENGGARA:



PRODUK UNGGULAN EKSPOR INDONESIA KE KAWASAN ASIA TENGGARA



PRODUK POTENSIAL UNTUK DI EKSPOR KE KAWASAN ASIA TENGGARA

Did You Know ?

- Terlepas dari surplusnya Perdagangan Indonesia ke Myanmar, ternyata masih didominasi oleh Minyak Sawit
- Ekspor mobil Indonesia ke Viet Nam periode Januari - Maret 2020 naik sebesar 32,91% dibanding periode yang sama di tahun 2019. Kenaikan ini terjadi pada saat jumlah impor mobil Viet Nam mengalami penurunan sebesar 32,6%.

Oleh: Audi M

MDI Ventures Terus Berinvestasi di Tengah Pandemi

Anak usaha PT Telekomunikasi Indonesia Tbk (TLKM) yang berbentuk modal ventura, PT Metra Digital Innovation (MDI Ventures) telah menggelontorkan investasi ratusan juta dollar AS sejak berdiri pada 2016. *Managing Partner* MDI Ventures Kenneth Li menyatakan bahwa saat ini MDI telah berinvestasi di 34 perusahaan rintisan berbasis teknologi (*startup*) di lebih dari sepuluh negara.



Peluncuran *Centauri Fund*, kerja sama KB *Investment* dan MDI Ventures oleh Wamenlu RI, 12 Desember 2019

MDI Ventures memfokuskan investasinya pada perusahaan *startup* yang berada pada *growth stage area* (*pre Series A*) ke atas. Perusahaan-perusahaan tersebut bergerak di bidang *e-commerce enabler*, *financial services*, *advertising*, *digital lifestyle*, *IoT*, *big data*, dan *emerging technology*. Beberapa di antaranya adalah Sonar, Kofera, Kredivo, Acommerce, Geniee, Whispir, dan Lotus Flare. Bahkan, dua *startup* binaan MDI Ventures sudah ada yang masuk bursa efek, yaitu Geniee di Jepang dan Whispir di Australia.

Untuk investasi di luar Indonesia, MDI Ventures berfokus terhadap perusahaan yang mempunyai tingkat teknologi masa depan yang tinggi seperti *Space*, *IoT*, dan

teknologi terkini lainnya. Dengan begitu, teknologi baru ini dapat dibawa ke Indonesia dan dapat diimplementasikan serta bersinergi dengan produk-produk yang akan ditawarkan oleh Telkom Group.

Untuk mengembangkan sayap bisnisnya, juga mendirikan anak usaha yang telah memiliki lisensi manajemen investasi modal ventura (VCFMC) di Singapura dan Amerika Serikat. Tujuannya adalah untuk memudahkan pihak luar dalam berinvestasi melalui *fund* MDI.

Sebagai bagian dari PT Telkom, MDI berkontribusi kepada pendapatan Telkom melalui dua pendekatan. Pertama, melalui peningkatan valuasi dari *startup* yang telah diinvestasi oleh MDI. Kedua, melalui

nilai bisnis baru dan efisiensi biaya yang muncul karena adanya sinergi produk dari Telkom Group dengan *startup* yang telah diinvestasi oleh MDI.

Dengan berkolaborasi dengan Direktorat Asia Tenggara – Kementerian Luar Negeri, Wakil Menteri Luar Negeri Mahendra Siregar meluncurkan *Centauri Fund* yang merupakan pendanaan baru hasil kerja sama antara KB *Investment* Korea dan MDI Ventures sebesar 150 juta USD untuk diinvestasikan ke perusahaan *startup* Indonesia dan luar negeri. Pada bulan Maret 2020, *Managing Partner* MDI Ventures, Kenneth Li mengatakan bahwa Group Telkom juga akan mengucurkan 500 juta USD untuk diinvestasikan ke perusahaan-perusahaan *startup*.

Besarnya dana investasi yang siap dikucurkan oleh MDI Ventures dan berlangsungnya pandemi Covid-19, mendorong tim AKSES Ditjen Aspasaf menemui Kenneth Li untuk mengetahui lebih jauh upaya MDI Ventures dalam investasi di sektor ekonomi digital.

Apakah pandemi Covid-19 banyak mempengaruhi seleksi dan keputusan investasi MDI Ventures?

Secara garis besar tidak terlalu banyak karena sebetulnya MDI berinvestasi ke berbagai sektor perusahaan yang cukup luas. Tetapi

untuk sementara waktu mungkin fokus *investment* akan lebih banyak ke *local startup* daripada global *investment*. Beberapa sektor juga mendapat dorongan di dalam pandemi Covid-19 ini seperti *startup-startup* di sektor pendidikan dan kesehatan. Dari kacamata kami, sektor yang sebelumnya belum *pickup*, mulai memperlihatkan traksi dan nilai mereka. Keputusan dalam berinvestasi saya rasa akan mengalami perlambatan karena proses kami untuk benar-benar melakukan *due diligence* di lapangan sangatlah sulit, terlebih hal ini juga mengganggu proses bisnis secara normal. Sebagai investor kita harus bisa melihat bisnisnya pada kondisi normal dan memastikan bahwa *startup* yang kita investasikan bisa melewati dan bertahan dalam periode seperti ini dan berkembang setelah COVID-19 ini selesai.

Tipe bisnis atau bidang *startup* apa yang akan menjadi fokus MDI Ventures ke depan untuk diberikan investasi?

Kita sangat terbuka untuk semua tipe bisnis. Fokus kami adalah investasi dalam kategori *digital and sustainable business*. Ke depan mungkin kita juga terbuka untuk sektor kesehatan dan pendidikan yang belum kita fokuskan sebelumnya. Saat ini fokus yang dilihat MDI mencakup *Fintech*, *Logistic*, *SaaS*, dan *Deept Tech*.

Dengan berkembangnya pandemi Covid-19, kabarnya *startups* yang mendapat pendanaan dari MDI Ventures juga berkontribusi penanganan Covid-19. Dari sisi apa?

Di awal pandemi ini, kami bersama *startup* di bawah naungan MDI Ventures membuat satu inisiatif bernama *indonesiab Bergerak.com* yang didukung oleh 4 *startup* binaan yaitu Kata.ai, Qiscus, Volantis dan Qlue. Tujuan dari gerakan ini adalah untuk menjadi pusat informasi untuk informasi dan penanggulangan dari Covid-19.

Website ini menyajikan data perkembangan pasien Covid-19 beserta daerah sebarannya. Selain itu terdapat juga informasi-informasi penting seputar penyakit Covid-19 dan cara pencegahannya. Warga juga dapat melaporkan berbagai kejadian yang perlu disampaikan untuk ditindaklanjuti oleh pemerintah maupun aparat berwenang. Seluruh laporan warga yang masuk akan langsung dikirim ke *dashboard* yang dimiliki oleh pemda setempat, kepolisian dan BNPB.

Seiring berjalannya waktu, ada beberapa *startup* lainnya yang juga menawarkan solusi-solusi untuk menghadapi Covid-19 ini seperti Paket.id, Alodokter, Opsigo dan PrivyID. Untuk Paket.id kami membantu BNPB dalam mendistribusikan sembako ke berbagai titik. Alodokter membuka layanan *chat* langsung dengan dokter melalui *platform* mereka. Opsigo sedang mempersiapkan jumlah kamar yang *available* di rumah sakit rujukan Covid-19. Dan Privy mendukung upaya *Work From Home* dengan layanan tanda tangan digital.

Dampak pandemi Covid-19 diprediksi akan sangat mempengaruhi pertumbuhan ekonomi, tidak hanya di Indonesia, namun juga hampir di seluruh negara. Strategi seperti apa yang akan dilakukan oleh MDI Ventures untuk mendorong perusahaan-perusahaan *startup* dapat terus berkembang?

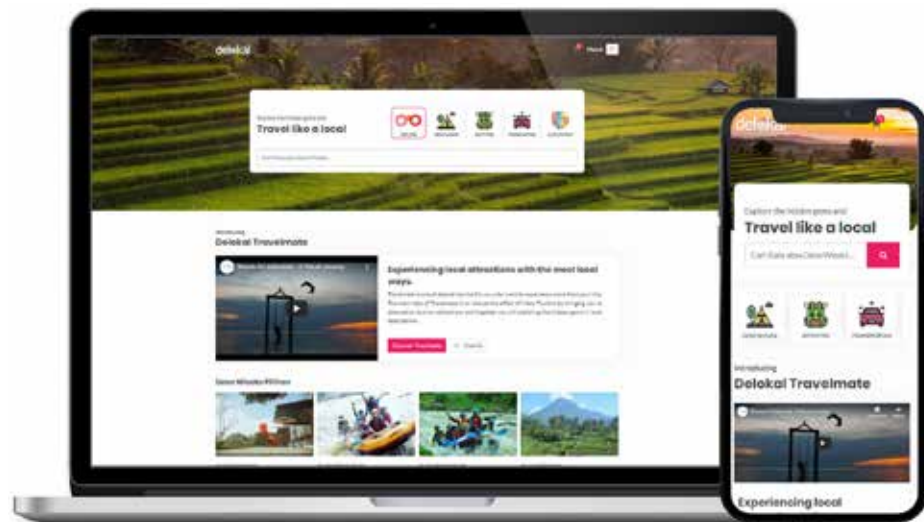
Strategi yang kami implementasikan berbeda untuk setiap *startup*. Tetapi fokus utama kami adalah meminta mereka terus berkembang, paling tidak mempertahankan kondisi yang ada. Menurut saya ini sudah cukup baik. Terkadang beberapa perubahan juga perlu dilakukan saat kondisi seperti ini. Contoh *startup* di bidang *travel*, saat ini bisa dibilang *traffic* dari *travel* menurun sangat drastis.

Solusinya, *startup* yang dibina oleh MDI kita ubah sementara dari software untuk hotel *management service* menjadi *hospital management service*. Ini merupakan contoh yang lebih ekstrim, tetapi kunci dalam pandemi seperti ini adalah cash flow management. Banyak bisnis tidak melewati masa seperti ini karena tidak memiliki likuiditas. Saya meyakini bahwa ini adalah tes bagi para *founder* dan *management* untuk membuktikan kapabilitas mereka menghadapi situasi seperti ini. Mereka yang bertahan saya percaya akan bisa lebih kuat lagi dari sekarang.

Untuk para pembaca yang menggeluti bisnis digital dan ingin memperoleh investasi, bagaimana cara mereka untuk mendapatkan pendanaan khususnya dari MDI Ventures?

Di MDI, kami selalu percaya bahwa tim yang kuat menjadi kunci sukses bagi sebuah perusahaan. Kami sangat terbuka untuk investasi di berbagai sektor digital. Hal yang menjadi fokus di MDI adalah apakah *startup* ini memiliki *business model* yang kuat dan juga apakah dengan investasi kami mereka bisa berkembang secara *exponential*. Untuk *stage* pendanaan kami juga terbuka dari program inkubasi dan akselerasi Telkom Group bernama Indigo, sampai pendanaan tahap lanjutan di MDI Ventures. Beberapa *startup* yang masih ingin memulai bisa mendaftar di *website* Indigo, lalu bagi *startup* yang sudah cukup besar bisa mengirimkan email kepada kami di info@mdi.vc.

Hastin Dumadi



Halaman utama website Delokal. Foto: Delokal

Delokal: Mengemas Hobi Menjadi Bisnis

Sektor pariwisata Indonesia memiliki potensi yang besar untuk dikembangkan meskipun saat ini geliatnya dihentikan sementara oleh pandemi Covid-19. Salah satu daerah yang telah memanfaatkan sektor pariwisata untuk pertumbuhan ekonomi daerah adalah Yogyakarta. Data Pemprov Daerah Istimewa Yogyakarta tahun 2018, sektor pariwisata menyerap tenaga kerja sekurangnya 6.747 orang dengan jumlah pendapatan Rp 475 miliar. Untuk meningkatkan peran sektor pariwisata, teknologi informasi juga dimanfaatkan secara optimal.

Salah satu *startup* lokal Delokal, berfokus pada *platform* wisata untuk membantu wisatawan menikmati tempat wisata seperti layaknya penduduk lokal. *Startup* ini bahkan ditampilkan oleh Block71 Yogyakarta saat kunjungan kenegaraan Presiden Singapura Halimah Yacob ke Indonesia tanggal 6 Februari 2020 lalu.

Tim AKSES melakukan wawancara dengan Wildan Maulana, pendiri Delokal untuk mengenal lebih jauh aktivitas mereka serta mencari inspirasi bagi yang hendak mendirikan *startup*.

Bagaimana Saudara mendapatkan ide untuk mendirikan Delokal? Boleh diceritakan awalnya?

Hobi saya jalan-jalan. Ketika saya mahasiswa tahun ke-2 di UII (Universitas Islam Indonesia) saya sering ikut lomba di luar kota ataupun di luar negeri. Namun

dibandingkan ke luar negeri, saya lebih suka bepergian ke kota-kota di Indonesia. Saya pernah merenung kenapa sektor pariwisata Indonesia masih kalah bahkan dengan Singapura, padahal potensi pariwisata di Indonesia jauh lebih besar dibandingkan negara-negara ASEAN yang lainnya. Saya kemudian mendirikan *startup marketplace local guide* "Gidsnesia." Gidsnesia ikut lomba nasional di Balikpapan pada awal 2017, dan alhamdulillah tim saya menjuarai kompetisi tersebut. Semenjak itu kami optimis dan selalu aktif mengikuti perlombaan nasional. Kami juga berpartisipasi di beberapa kompetisi *startup* lainnya.

Kami lalu lebih fokus terhadap pengembangan potensi desa wisata berbasis CBT (*Community Based Tourism*) yang kami beri nama Delokal Smart Village. Kami juga mulai melakukan riset dan implementasi *society 5.0* di Delokal Smart Village (DSV), mulai dari pengembangan

masyarakat dan potensi desa wisata hingga implementasi teknologi.

Sudah berapa lama Delokal berdiri?

Sejak Februari 2019, namun ide dan semangat Delokal sudah ada sejak awal 2017 ketika masih duduk di bangku kuliah.

Apa tantangan terbesar dalam mendirikan Delokal?

Sebagai milenial, kami memiliki idealisme masing-masing. Kesulitannya adalah menyatukan idealisme kami.

Apa tujuan yang disasar Delokal 5 tahun ke depan?

Mengembangkan potensi desa wisata, membuat lapangan pekerjaan di lingkungan desa wisata, dan menumbuhkan semangat ekowisata.



Foto bersama Delokal di sela-sela pameran di JCC Senayan. Foto: Delokal

Apa pelajaran penting yang didapat selama perjalanan mendirikan *startup*?

Jangan mudah menyerah, terus habiskan jatah gagal hingga kita menemukan formula yang tepat untuk *startup* yang kita bangun. Selain itu perbanyak silaturahmi, sering mengikuti kegiatan komunitas *startup* atau bidang yang relevan.

Bagaimana dengan dukungan keluarga dan teman-teman, kira-kira apa yang bisa dilakukan anggota keluarga untuk para pendiri *startup*?

Dukungan keluarga adalah salah satu alasan Delokal bisa sukses. Doa orang tua menjadi kekuatan terbesar kami. Pada awalnya kami harus memberikan pengertian kepada mereka. Meski tidak membantu atau turun tangan langsung, doa mereka adalah segalanya bagi kami. Alhamdulillah, teman-teman kami juga sangat mendukung, bahkan beberapa menjadi mitra bisnis Delokal.

Ada berapa staf/ karyawan saat ini?

Staf tetap/ *fulltime* 1 orang, dan staf *freelance* 2 orang.

Apakah Delokal akan memperluas area wisatanya? Kalau tidak salah baru di daerah Yogya, ya?

Delokal memiliki model bisnis B2C, B2B dan B2B2C. Untuk pasar B2C mencakup daerah DIY dan sekitarnya. Untuk pasar B2B dan B2B2C Delokal sudah bekerja sama dengan Desa Wisata Kampong Teripang di Bintan, Kepulauan Riau. Kampong Teripang juga menjadi salah satu *pilot project* untuk implementasi fitur terbaru kami, yaitu *Delokal Smart Village*.

Dengan adanya covid-19 saat ini yang juga turut melumpuhkan sektor wisata, bagaimana Delokal menyikapinya?

Terus berpikir positif. Kami mengambil kesempatan bekerja dari rumah untuk memperkuat Digital

Branding Delokal dengan mengisi konten *blog*. Selain itu kami juga memperkuat analisis untuk fitur terbaru kami, Delokal Smart Village.

Ke depan, sektor wisata Indonesia masih sangat potensial untuk dikembangkan. Data BPS Januari-Agustus 2019, jumlah kunjungan wisatawan mancanegara (wisman) ke Indonesia mencapai 10,87 juta kunjungan. Naik 2,67 persen dibandingkan dengan periode yang sama tahun sebelumnya.

Di ASEAN, posisi Indonesia masih berada di posisi keempat, di bawah Singapura, Thailand dan Malaysia. Di tengah perang dagang AS-Tiongkok, jumlah kedatangan wisman ke negara-negara kawasan ASEAN sepanjang 2018 mencapai 136,2 juta kunjungan atau naik 8,34% dari tahun sebelumnya.

Ayo bersatu, tingkatkan pariwisata di bumi nusantara yang sangat kaya dan indah ini. *Evy S. Heliana*



Foto bersama tamu Delokal dari Singapura usai kegiatan di desa wisata. Foto: Delokal

Produk Farmasi Indonesia Tembus Pasar Palestina dan Yordania

Pada umumnya, orang Arab punya kebiasaan mengonsumsi makanan dan minuman manis. Bahkan dari sejak kecil. Tidak heran, banyak di antara mereka menderita penyakit diabetes. Ini adalah peluang bagi produk farmasi kita.



Penandatanganan MoU dan Supply Agreement antara Direktur PT Ferron Par Pharmaceuticals dari Dexa Group, Krestijanto Pandji, dengan General manager Al Noor Drug Store Co, Ahmad Al-Rusasi, dan disaksikan oleh Kepala BPOM-RI, Penny K. Lukito dan Duta Besar RI untuk Kerajaan Yordania Hasyimiah merangkap Negara Palestina, Andy Rachmianto.

Berdasarkan penelitian yang diterbitkan dalam jurnal *US National Health Institute* yang terbit tanggal 28 Maret 2018 menyebutkan bahwa sebanyak 51,5% masyarakat Arab menderita penyakit diabetes tipe II (T2D). Faktor pendorongnya adalah gaya hidup (*lifestyle*). Penelitian juga menyebutkan bahwa semakin tinggi penghasilan maka semakin tinggi penderita penyakit diabetes.

Banyak orang Arab gemar meneguk minuman ringan bersoda sepanjang waktu. Bahkan perusahaan minuman itu sanggup membayar mahal bintang sepak bola dunia seperti Messi, Torres, Drogba dan lain-lain sebagai bintang iklannya. Selain minum manis, banyak orang Arab juga melahap panganan manis seperti kue halawah, qatayef, basbousa, kunafa, luqmat al-kadhi yang wajib ada.

Fenomena ini menjadi peluang bagi produk farmasi Indonesia. Sebagai langkah konkret, KBRI Amman kerap mengundang industri farmasi Indonesia untuk berkunjung ke Amman dan Palestina guna melihat pasar yang ada. Gayung bersambut, salah satu pabrik farmasi Indonesia, Dexa Medica, tertarik menjajal bisnis obat di dua negara ini pada April 2019.

Hal tersebut diungkap oleh Duta Besar RI untuk Kerajaan Yordania Hasyimiah merangkap Republik Palestina, Andy Rachmianto kepada AKSES. Pada 5 Oktober 2019, kata Andy, Dexa Medica Indonesia menekan Nota Kesepahaman dan kerja sama *supply agreement* dengan mitra di Yordania dan Palestina. Penandatanganan MoU dilakukan Presiden Direktur PT Ferron Par Pharmaceuticals, anak usaha Dexa Group, Krestijanto Pandji. Hadir

dalam kesempatan itu Kepala Badan Pengawasan Obat dan Makanan (BPOM-RI) Penny K. Lukito dan Andy Rachmianto.

Ada dua kerja sama ekspor yang disepakati dalam penandatanganan tersebut. Pertama, *supply agreement* antara Dexa Medica dan Al Noor Drugs Store, partner perusahaan farmasi dari Kerajaan Yordania. Di dalam kesepakatan Dexa Medica akan menyuplai obat diabetes *Metformin Sustained Release*,



Obat Diabetes produksi Dexa yang masuk ke Yordania. Foto: Istimewa

beberapa produk injeksi, obat herbal modern seperti HerbaKOF untuk obat batuk, HerbaVOMITZ untuk meredakan kembung dan mual, HerbaPAIN untuk meredakan nyeri, HerbaCOLD untuk meringankan pilek dan sakit tenggorokan, Stimuno untuk daya tahan tubuh, dan juga hasil pengembangan ilmuwan dari Dexa Group.

Kedua, *supply agreement* antara Dexa Medica dan Anajah Medical Company & Pharmaceutical Palestina untuk produk obat herbal modern (HerbaKOF, HerbaVOMITZ, HerbaPAIN, HerbaCOLD, Stimuno) hasil karya ilmuwan Dexa Laboratories Biomolecular Sciences (DLBS) di Cikarang, Jawa Barat.

Pada kesempatan tersebut, Andy menegaskan bahwa KBRI akan terus mengawal, menjaga dan meningkatkan komitmen dalam mendukung peningkatan kerja sama dan peningkatan kapasitas bagi Palestina.

Selain itu, ia berharap agar Dexa Medica dan perusahaan industri farmasi lainnya untuk dapat memanfaatkan kesepakatan perjanjian perdagangan bebas (FTA)

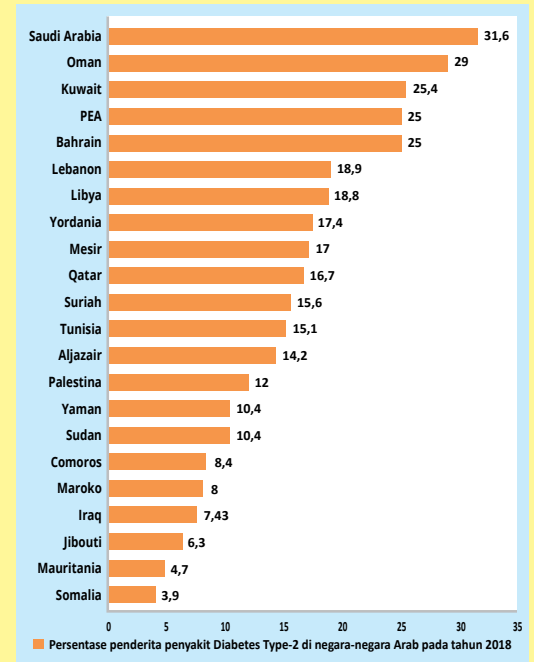
Yordania dengan negara-negara lain seperti Amerika Serikat, Uni Eropa dan Kanada. Pelaku industri Tanah Air bisa menjadikan Yordania sebagai hub yang membuka jalur distribusi pasar potensial di Kawasan Timur Tengah.

Kemudian, Kepala BPOM Penny K. Lukito mengatakan bahwa penandatanganan kesepakatan Dexa Medica dengan mitranya dari Yordania dan Palestina ini merupakan wujud konkret komitmen BPOM. Selama ini, BPOM melakukan pendampingan dan memfasilitasi ekspor produk obat dan makanan nasional untuk dapat menembus pasar internasional.

Nico Adam



Beberapa jenis obat-obatan dan vitamin produksi Dexa Medica yang masuk di Pasar Yordania dan Palestina. Foto: Istimewa



Grafik penderita diabetes di Timur Tengah

Bio Farma Menuju Pasar Yordania dan Palestina

Duta Besar RI untuk Kerajaan Yordania Hasyimiah merangkap Republik Palestina, Andy Rachmianto menyampaikan kepada AKSES terkait komitmen KBRI Amman mendukung industri farmasi dalam negeri memasarkan produknya di Yordania dan Palestina. Hal itu disampaikan ketika menghadiri Rapat Koordinasi Perwakilan pada 8-11 Januari 2020 saat berkunjung ke kantor dan pabrik Biofarma di Bandung.

Andy yang diterima pimpinan Biofarma akan membantu membuka AKSES pasar Timur Tengah, baik

untuk produk vaksin berlabel maupun tanpa label. Sebenarnya untuk vaksin yang berlabel, Biofarma telah mengupayakan kerja sama dengan perusahaan farmasi Arabio milik Saudi Arabia. Namun upaya ini belum ada kemajuan.

Untuk itu, KBRI Amman mencoba membuka AKSES untuk produk vaksin non-label yang proses registrasinya relatif lebih mudah dan lebih menguntungkan untuk kedua pihak. Untuk itu perlu dicari salah satu industri farmasi lokal yang bersedia bermitra dengan Biofarma.

Di samping itu, Andy juga

menawarkan Biofarma untuk dapat membantu krisis obat-obatan/vaksin di Palestina. Pimpinan Biofarma menyambut positif dan menyatakan kesiapannya untuk membantu Palestina dengan menggunakan dana *Corporate Social Responsibility* CSR.

Kedutaan Besar Republik Indonesia
13, Ali Seedo Al-Kurdi Street,
Sweifieh, Amman - Yordania
Telp: (962-6) 5926908, 5926798
Hotline: (962) 7791 50407
Email: amman.kbri@kemlu.go.id



Penandatanganan Joint Venture Agreement antara PT Timah Tbk dan Topwide Ventures Limited, Nigeria.

Kisah PT Timah dalam Menembus Pasar Afrika

Bila mendengar kata Afrika mungkin kita langsung berpikir ketidakstabilan ekonomi, keamanan dan politik. Tetapi nyatanya Afrika saat ini punya peluang investasi yang menarik, khususnya dalam bidang tambang.

Dalam beberapa tahun terakhir, Pemerintah Indonesia melalui PT Timah masuk ke Afrika. Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak di sektor tambang itu, setidaknya telah merangkul 3 negara Afrika untuk diajak kerja sama.

BUMN yang berdiri 2 Agustus 1976 itu telah melakukan penandatanganan perjanjian kerja sama dengan perusahaan lokal Nigeria, Top Wide Limited, untuk membentuk perusahaan *joint venture* pada 2017. Tindak lanjut dari perjanjian itu adalah registrasi perusahaan dengan nama PT Timah Nigeria Limited pada Desember 2019.

Perusahaan tersebut selanjutnya akan mengoptimalkan areal konsesi pertambangan seluas 16.000 Ha. Target awal kapasitas produksinya hingga 5.000 Mton ingot per tahun. Ingot adalah satuan logam cair yang telah dicetak dalam bentuk tertentu dan siap untuk diproses lebih lanjut.

Penjajakan kerja sama pertambangan di Nigeria ini awalnya difasilitasi oleh Kementerian Luar Negeri. Kesepakatan kedua perusahaan dengan kisaran nilai 25,9

juta USD itu diumumkan di *Indonesia Africa Forum* yang diselenggarakan Kemlu di Bali pada 10-11 April 2018.

Sukses di Nigeria yang kaya timah, PT Timah yang bergerak di sektor pertambangan timah sejak 1995 itu masuk ke Tanzania. Pada November 2019, PT Timah yang didampingi Delegasi Kemlu mengunjungi Tanzania guna mengidentifikasi peluang pertambangan.

Kunjungan kedua ke negara Afrika Timur itu dilakukan sebulan berikutnya. Kali ini menghasilkan *MoU* antara PT Timah dengan State Mining Corporation (STAMICO) Tanzania mengenai kerja sama pertambangan emas, timah, koltant, fosfat dan *rare earth elements*.

Setelah Nigeria dan Tanzania, PT Timah yang berkantor pusat di Pangkalpinang Bangka itu juga masuk ke Rwanda. Kembali bersama delegasi Kemlu, PT Timah melawat ke negara beribu kota Kigali itu untuk melihat peluang tambang di sana serta mencari *partner* kerja sama yang tepat.

Ini langkah awal yang baik untuk kembali mencari peluang di negara-

negara lain di Afrika. Investasi yang dilakukan PT Timah ini tidak hanya mendorong ekonomi kedua belah pihak. Tetapi juga dapat membantu memenuhi permintaan tambang domestik, meningkatkan devisa negara serta meningkatkan *branding* Indonesia sebagai pemain global dalam bidang pertambangan.

Secara umum, potensi pertambangan di kawasan Afrika belum tergali secara mendalam. Ini menjadi peluang bagi PT Timah dalam melakukan identifikasi cadangan tambang yang belum tereksplorasi.

Peran Kemlu di sini merupakan bagian dari pelaksanaan arahan Presiden RI untuk memprioritaskan diplomasi ekonomi. Untuk itu, Kemlu akan terus mendukung pelaku usaha Indonesia baik BUMN maupun swasta, dalam menembus pasar potensial. Upaya ini tentu didukung dan dilakukan secara sinergis dengan para pemangku kepentingan lainnya baik instansi pemerintah, institusi finansial, asosiasi dan pelaku usaha Indonesia.

Ilham Azenal Sacabrata

Upaya KBRI Suva Mendorong Perusahaan Indonesia Masuk Ke Kawasan Pasifik Selatan

Kementerian Luar Negeri memberikan komitmennya dalam mendukung pembukaan pasar baru non tradisional. Kali ini, melalui Kedutaan Besar Republik Indonesia (KBRI) Suva di Fiji, produk dan jasa dari Tanah Air masuk ke negara-negara Pasifik Selatan.



PT Audie sedang membahas proyek kerja sama dengan Presiden Fiji, Jioji Konrote

Apapa yang dilakukan Kemlu untuk menggali kerja sama prospektif dan membangun kemitraan ekonomi di kawasan guna mempererat diplomasi ekonomi. Selain untuk kepentingan nasional, perluasan pasar di Kawasan Pasifik juga berguna untuk membantu menciptakan Kawasan yang sejahtera.

Apalagi sekitar 2 tahun lalu Fiji tengah dilanda bencana. Pada Februari 2016, banyak infrastruktur di Fiji hancur karena dihantam Topan Winston. Badai kategori lima dengan kecepatan angin lebih dari 320 km per jam itu, mengakibatkan banyak

korban jiwa dan membuat ekonomi melambat.

KBRI Suva melakukan laporan harian dan *market intelligence* dalam mengidentifikasi sektor dimana kita bisa turut membantu. Hasilnya, Fiji sangat membutuhkan rehabilitasi sarana dan prasarana pendidikan. Maka Pemerintah Indonesia berkolaborasi dengan sektor privat untuk bertindak dalam memberikan bantuan dan dukungan terhadap Fiji.

Pada 30 – 31 Maret 2016, Menteri Koordinator Politik Hukum dan Keamanan Luhut Binsar Pandjaitan beserta rombongan delegasi RI

melakukan kunjungan ke Suva, Fiji untuk menyerahkan bantuan senilai US\$ 5 juta kepada PM Fiji, J.V. Bainimarama. Bantuan tersebut digunakan untuk pembangunan kembali kompleks Queen Victoria School, yang hancur karena Topan Winston.

Proses pembangunan dilakukan oleh PT Audie Building. Perusahaan asal Indonesia yang dipimpin oleh Ozie Moechlis itu berhasil menyelesaikan rekonstruksi Queens Victoria School pada Agustus 2016. Inilah proyek pertama Audie Building di Kawasan. Untuk memastikan keberlanjutan bisnis, didirikanlah Audie Pacific



Proyek pertama di Fiji, *Queen Victoria School*, yang membuka pintu peluang PT Audie untuk berkancah di Pasar Pasifik. Foto: *audiepasific.com*

sumber daya serta konektivitas menjadi tantangan tersendiri. Dengan keberhasilan APE ini dapat menjadi batu loncatan untuk diplomasi ekonomi Indonesia serta sebagai sarana untuk mendorong para pelaku bisnis agar mulai berinvestasi di Kawasan Pasifik.

Ke depan, Indonesia mengajak Fiji untuk berkolaborasi dalam Pacific Fair yang direncanakan untuk diselenggarakan di Suva, Fiji pada tahun 2021. KBRI Suva bersama dengan Kedutaan Besar Fiji di Jakarta menjadi *co-organizer* atas acara tersebut. *Pacific Fair* juga turut didukung oleh APE beserta beberapa perusahaan Indonesia yang berminat mengembangkan bisnis ke pasar prospektif di kawasan Pasifik.

Pacific Fair 2021 merupakan kelanjutan dari *Pacific Exposition* 2019 yang diselenggarakan di Auckland, Selandia Baru. Kegiatan ini menjadi aksi nyata Pemerintah Indonesia dalam menjembatani hubungan bisnis antara Indonesia dan negara-negara Pasifik.

Kita berharap, setelah *Preferential Trade Agreement* (PTA) ditandatangani dengan Pemerintah Fiji, maka perusahaan-perusahaan Indonesia mendapatkan AKSES yang lebih mudah untuk mengembangkan bisnisnya di Fiji dan negara-negara Pasifik lainnya.

Sarita dan Epita

Engineering (APE) di Fiji, yang bergerak di bidang manufaktur dan eksportir.

Bersama KBRI Suva, APE memperkenalkan produk konstruksi unggulan Indonesia tidak hanya ke Fiji, tetapi juga merambah Kiribati, Nauru, dan Tuvalu. Alhasil, APE berhasil memenangkan sejumlah proyek di Fiji, antara lain *Lords Apartment* tahun 2015 dan *Ken McDonald Resort* tahun 2017. Kemudian, mendapat kontrak pembangunan stadion di Kiribati. Proyek senilai Rp123 miliar itu telah selesai tahun 2019.

Kepada AKSES, PT Audie mengatakan bahwa apa yang dilakukannya adalah realisasi arahan Presiden Joko Widodo dalam sidang kabinet terbatas tanggal 4 Mei 2018. Saat itu, Presiden menegaskan bahwa Indonesia harus meningkatkan hubungan dengan negara-negara kepulauan di Pasifik. Inilah hasil kerja sama antara swasta dan Pemerintah Indonesia yang mendukung penetrasi pasar nontradisional di kawasan Pasifik.

Ia menyadari tidak mudah masuk ke Kawasan Pasifik. Faktor isolasi geografis, perubahan iklim dan lingkungan, hingga kurangnya



Audie Pacific Engineering yang terletak di Suva, ibu kota Fiji. Foto: *audiepasific.com*

Perusahaan Furnitur Rembang Terobos Pasar Aspasaf



Contoh rumah kayu dan perabot yang akan dibangun di Johor Bahru. Foto: Bayu



Pak Bayu menjelaskan proses produksi furnitur. Foto: Nanet

Direktorat Jenderal Asia Pasifik dan Afrika (Ditjen Aspasaf) melakukan kunjungan ke Kabupaten Rembang untuk menggali potensi produk lokal untuk dipromosikan ke tingkat global. “Atas nama pemda bangga dihadiri diplomat luar negeri. Saya yakin kehadirannya dapat membawa dampak positif terhadap perkembangan dan kemajuan daerah,” kata Bupati Abdul Hafidz saat menerima kunjungan di Rembang, 16 Januari 2020

Hadir dalam kunjungan Direktorat Jenderal Amerika dan Eropa (Ditjen Amerop) sehingga ada sinergi dalam mendapatkan informasi peluang di masing-masing kawasan. Lalu ada wakil dari Indonesia Eximbank (LPEI) Kantor Wilayah Surakarta (yang membawahi wilayah Jawa Tengah), Organisasi Perangkat Daerah (OPD) terkait yaitu Bappeda; Dinas Koperasi, Perindustrian, Perdagangan dan UMKM, dan Dinas Kelautan dan Perikanan. Juga hadir lebih kurang 50 pelaku UMKM Rembang.

Dalam kesempatan tersebut, Abdul Hafidz memaparkan potensi daerahnya. Yang cukup mengagetkan, ia mengatakan di Rembang terdapat 39 ribu UMKM. Pelaku usaha ini dibina supaya produknya bisa bersaing di tingkat global. Maka tidak heran Kabupaten Rembang punya slogan, “UMKM Rembang Mendunia.”

Lebih lanjut, Abdul Hafidz mengatakan bahwa ada 3 produk unggulan UMKM di Rembang yaitu di sektor perikanan, batik dan pengolahan kayu atau furnitur.

Terdapat 14 perusahaan eksportir ikan yang mampu melakukan produksi 800 – 900 ton ikan per hari. Untuk promosi batik, Kabupaten Rembang tengah menjadikan “Batik Lasem” sebagai ikon promosinya.

Pada edisi AKSES kali ini, Tim AKSES akan mengajak pembaca untuk mengenal lebih jauh salah satu perusahaan furnitur asal Rembang yang sudah berhasil menerobos pasar di Aspasaf.



Contoh produk pajangan dari PT GTG. Foto: Nanet



Contoh produk PT GTG, masih dalam proses. Foto: Nanet

PT Gayatri Tanjung Galeri (GTG)

GTG memulai gerak bisnisnya pada 2010 berbentuk Unit Dagang (UD). Sejak 2018, GTG membentuk usahanya dalam Perseroan Terbatas dengan fokus di bidang pengolahan kayu atau furnitur.

Nama Gayatri memiliki makna "pohon" yang "gaya". Percaya atau tidak, menurut pemiliknya, Susilo Bayu Irawan, setelah menggunakan nama Gayatri, hoki seakan-akan tidak pernah berhenti.

GTG pertama kali melakukan ekspor ke Thailand di akhir 2017. Kemudian pada Maret 2019, GTG menjadi salah satu peserta kegiatan *economic engagement* ke Kamboja yang diprakarsai oleh Ditjen Aspasaf dan KBRI di Phnom Penh.

Di Kamboja tersebut, PT GTG berhasil mendapatkan orderan bernilai hingga 10 juta USD. Jumlah yang tidak sedikit, dan memerlukan komitmen besar untuk dapat memenuhi permintaan pembeli dari Kamboja tersebut. Pembeli Kamboja tertarik dengan perabot rumah tangga dari kaju jati, sehingga GTG diminta untuk mengisi perabot di seluruh kamar gedung apartemen.

Kegiatan Indonesia – Kamboja Business Forum yang berlangsung 26 – 27 Maret 2019 itu bekerja sama dengan KBRI Phnom Penh cukup efektif mempertemukan pebisnis dengan calon mitranya. Hal itu dikarenakan format kegiatan yang berbentuk *one-on-one meeting*.

"Keikutsertaan untuk pertama kalinya pada promosi produk di Kamboja tersebut memerlukan keberanian tersendiri. Seorang pengusaha, memang harus memiliki jiwa yang gigih, nekat dan berani mati," kata Bayu.

Tentu berani mati di sini, katanya melanjutkan, harus dengan perhitungan. Dalam artian sudah bisa mengukur kemampuan yang dimiliki, kapasitas produksi yang bisa disiapkan, dan menyesuaikan dengan selera pasar setempat.

Setelah dari Kamboja, Bayu tidak lekas puas. Ia mengikuti *business meeting and networking* di Johor Bahru pada 18 September 2019 yang diselenggarakan KJRI Johor Bahru berkolaborasi dengan Ditjen Aspasaf. Hasilnya sangat luar biasa, ia

mendapatkan kontrak senilai Rp3,5 miliar untuk mengisi 2 resort. Dari usaha *networking* yang dilakukan, GTG kembali mendapatkan pesanan, kali ini untuk membangun sebuah *boathouse* dengan nilai hingga Rp68 miliar.

Tim AKSES berkesempatan menilik *workshop* GTG seluas 2 hektar di Rembang. Di tengah desa bernama Mlatirejo, mungkin banyak orang tidak mengira bahwa di sanalah ratusan produk furnitur GTG telah melenggang di seluruh dunia.

Salah satu ciri khas produk GTG adalah penggunaan kayu yang berkualitas dari kayu Perhutani yang legal, serta memiliki desain yang unik dan estetik. Ke depan PT GTG ingin ekspor tidak saja ke wilayah Aspasaf tapi juga ke seluruh dunia.

Kemlu dan seluruh *stakeholders* terkait tentu akan mendukung upaya pelaku usaha, termasuk UMKM yang berkeinginan untuk mempromosikan Indonesia melalui produk ekspor yang berkualitas.

Soneta Asmara

Upaya Meningkatkan Ekspor Produk Pertanian di Mesir melalui Agri Expo Indonesia



Duta Besar RI di Cairo (ke-3 dari kiri) diapit oleh CEO Baraca Contracting & Trading EST dan CEO El Hamid Trading Co serta Ibu Seditjen Aspasaf bersiap membuka Agri Expo Indonesia. Foto: Nanet

KBRI Cairo menggagas Agri Expo Indonesia. Kegiatan di awal September 2019 itu, menghadirkan 10 perusahaan di bidang pertanian dan 1 asosiasi pengusaha perkebunan Indonesia. Langkah awal yang baik untuk meningkatkan ekspor kita ke Mesir.

Komoditas yang dihadirkan di acara yang dikoordinir Kemlu dan Kemtan itu meliputi kopi, teh, coklat, rempah (lada dan pala), turunan kelapa sawit dan buah tropis Indonesia. Tidak saja memajang produk dan melakukan kegiatan *business matching*, perusahaan peserta Indonesia juga melakukan pertemuan dengan jaringan supermarket setempat. Ada Ragabs & Sons dan Lulu Hypermarket yang bisa dijajaki untuk peluang pemasaran produk Indonesia.

Di Agri Expo Indonesia, peserta Indonesia berhasil mendapatkan beberapa potensi kesepakatan bisnis yang menarik dan perlu ditindaklanjuti untuk jangka panjang. Di antaranya adalah pengiriman buah naga, nanas dan kelapa, lada hitam dan cengkeh, serta *greenbean* (biji kopi) dan *chocolate bar*.

Pendekatan kepada Lulu Hypermarket saat pelaksanaan Agri Expo Indonesia

tangan dalam mempromosikan produk Indonesia di Mesir.

Menurut Gunawan Harianto, CEO pabrik Indomie di Mesir, asal muasal dikenalnya Indomie di Mesir pun adalah berkat promosi yang dilakukan oleh mahasiswa Indonesia di Mesir sejak 1998. Sekarang sudah ada pabrik Indomie di Mesir berkapasitas produksi 2 juta ton per bulan dan mampu menyerap tenaga kerja lokal hingga 1.000 orang. Harapannya, hal itu juga bisa terjadi pada produk Indonesia lainnya.

Letak Mesir yang strategis di utara benua Afrika, di antara kawasan Timur Tengah dan Eropa, menjadikan Mesir sangat tepat bila dijadikan hub masuknya produk Indonesia ke kawasan sekitarnya. Untuk itu upaya-upaya terus dilakukan guna meningkatkan ekspor Indonesia ke Mesir.

Upaya ini terlihat pada saat pelaksanaan *Trade Expo* Indonesia (TEI) ke-34 tahun 2019 pada 16 – 20 Oktober 2019 di BSD, Tangerang. Mesir menjadi negara dengan transaksi terbanyak senilai 270,51 juta USD yaitu sebesar 18,13% dari total nilai transaksi selama pelaksanaan TEI.

"Jika ada kemauan, pasti ada jalan!" demikian kata pepatah. Jadi mari terus jajaki peluang ekspor ke negara-negara pasar potensial di berbagai kawasan! Soneta Asmara



Business Meeting di Agri Expo Indonesia, Cairo. Foto: Nanet

Salah satu cara mempromosikan produk Indonesia sebelum melakukan ekspor, adalah melalui diaspora dan pelajar Indonesia yang ada di Mesir. Data di KBRI Cairo menunjukkan jumlah pelajar Indonesia mencapai 7.000 orang. Jumlah tersebut sangat bisa digunakan sebagai perpanjangan

Prospek Furnitur Jati di Johor Bahru

Potensi dan Tantangan Furnitur Jati di Johor Bahru

Siapa yang tidak kenal dengan kayu jati? Kayu jati dikenal dengan seratnya yang indah, kuat, dan awet. Pohon jati merupakan tanaman asli Asia, khususnya Asia Selatan dan Asia Tenggara. Negara yang memiliki pohon jati di antaranya adalah Indonesia, Malaysia, Myanmar, Thailand, Bangladesh, dan India.



Foto bersama seluruh pembicara dan peserta dari Indonesia dan Malaysia. Foto: Basriana Basrul

Pohon jati atau *teak tree* yang asli memiliki nama botani *tectona grandis*. Meskipun dikenal bermutu baik, kayu jati juga memiliki berbagai standar mutu. *Grade C* memiliki kualitas standar, *Grade B* kualitas bagus, sementara *Grade A* untuk kualitas terbaik. Semakin tua usia pohon maka semakin baik kualitas kayunya. Tidak heran kalau harga furnitur berbahan baku kayu jati bisa sangat mahal.

Meskipun harganya mahal, kayu jati memiliki penggemarnya tersendiri. Jika di banyak negara kayu jati kerap dijadikan furnitur untuk digunakan di dalam rumah. Sementara, di Eropa, karena sifat kayu yang awet dan kuat, kayu jati biasanya digunakan untuk lantai kapal.

Khusus untuk pasar Malaysia, secara umum mereka menyukai perabot rumah tangga berbahan kayu.

Secara khusus, mereka suka dengan kayu jati karena melambangkan kemewahan, memiliki corak abadi, dan sebagai lambang status sosial.

Potensi pasar ini ditangkap oleh industri mebel berbahan baku kayu jati di Indonesia. Salah satu sentranya adalah di Jepara, Jawa Tengah. Indonesia tidak bermain sendiri di pasar Malaysia. Kita bersaing ketat dengan Vietnam di urutan kedua dan Tiongkok yang unggul di posisi pertama.

Salah satu modal keunggulan kita adalah furnitur asal Indonesia masih dibuat dengan pendekatan seni kriya. Artinya, di saat furnitur lain diproduksi dengan alat-alat pabrikan modern, Indonesia masih mempertahankan ciri khasnya, yaitu keterampilan mengukir dan memahat.

Produk furnitur asal Jepara memiliki berbagai macam model. Ada furnitur model klasik maupun minimalis modern dengan *finishing* yang siap jual atau dalam bentuk rangka saja. Mebel jati tidak hanya digunakan sebagai furnitur dalam rumah, tetapi juga di luar rumah, misalnya untuk membuat pergola dan gazebo.

Harga jual furnitur impor berbahan jati di Malaysia dapat mencapai 3 kali lipat dari harga pasaran di Jepara. Hal ini karena ada tambahan biaya lainnya seperti biaya pengiriman, pajak dan juga margin keuntungan distributor penjual mebel di Malaysia. Tidak jarang pula pembeli individual dari Malaysia melakukan pembelian furnitur Jepara langsung ke sumbernya.



Kiri ke kanan: Denny Abdi - Direktur Asia Tenggara, Sunarko - Konjen Johor Bahru dan Rosy Verona - Sekretaris Ditjen Aspasaf, dalam kegiatan *Business Meeting and Networking* di Johor Bahru. Foto: Basriana Basrul

Potensi Pasar Produk Furnitur

Prospek impor industri furnitur terbilang cerah di Malaysia meskipun Indonesia harus bersaing dengan Tiongkok, Vietnam dan Thailand. Negara tersebut memiliki sumber daya yang murah dan biaya produksinya juga rendah. Di sektor retail, pemimpin pasar furnitur Malaysia dipegang oleh Lorenzo, Teakia Furnitur, Maju Home, Macy Home Furnitur, dan IKEA.

Nilai impor produk furnitur Indonesia di Malaysia dibanding Tiongkok dan Vietnam, masih belum maksimal. Di Malaysia, Tiongkok mengalami kenaikan nilai impor produk furnitur sebanyak tiga belas persen dalam empat tahun terakhir. Sementara, impor dari Indonesia mengalami penurunan rata-rata sebesar tiga persen untuk empat tahun terakhir.

Negara Pengekspor Produk Furnitur ke Malaysia Tahun 2019

No	Negara	Nilai (juta Dollar AS)
1.	RRT	347
2.	Viet Nam	18
3.	Indonesia	16

Sumber: Departmen Statistik Malaysia



Kegiatan *business meeting and networking 2019* yang mempertemukan para pengusaha. Foto: Basriana Basrul

Produk furnitur Indonesia masih menghadapi tantangan untuk bersaing di Malaysia. Tantangan tersebut di antaranya adalah inovasi, harga yang kompetitif dan saluran distribusi. Dari segi inovasi, produk perlu disesuaikan dengan selera pasar. Produsen perlu melakukan riset secara berkala untuk mengetahui tren selera di pasar setempat.

Dari sisi harga, khususnya kayu lapis, produk dari Indonesia belum mampu mengungguli produk Tiongkok. Produk kayu lapis setengah jadi dari negeri tirai bambu ini sudah dapat dijadikan produk furnitur. Untuk saluran distribusi, produk-produk perabot Tiongkok juga sudah diperdagangkan melalui media *e-commerce* antara lain difasilitasi oleh Alibaba Group seperti AliExpress, Alimama, Alipay dan *platform* digital lainnya.

Untuk mengatasi tantangan yang dihadapi diperlukan dukungan pemerintah dalam mengembangkan produk furnitur yang memiliki daya saing dan berorientasi ekspor. Menghadapi tantangan ini, Direktorat Jenderal Asia Pasifik dan Afrika Kementerian Luar Negeri aktif memfasilitasi upaya penetrasi produk furnitur dari Indonesia ke pasar dunia. Sebagai contohnya adalah berkolaborasi dengan KJRI Johor Bahru untuk menyelenggarakan Pertemuan Bisnis dan Jejaring di tahun 2019. Melalui pertemuan tersebut, PT Gayatri Tanjung Galeri mendapatkan permintaan produk dari Perusahaan Malaysia untuk mengisi dua *resort*-nya.

Candra Wiguna Alisufi

Peningkatan Kerja Sama dengan Provinsi Songkhla



Pertemuan Konsul RI Songkhla Fachry Sulaiman dan Gubernur Provinsi Songkhla, di Kantor Gubernur. Foto: Arief Rathomy

Thailand mempunyai pusat penelitian halal (Halal Science Center) yang terdapat di Universitas Chulalongkorn Bangkok, yang diketuai oleh Prof. Dr. Winai Dahlan, seorang keturunan Jawa Indonesia. Meskipun penduduk Muslim Thailand hanya 7% dari total penduduk 69 juta jiwa, namun Halal Science Center mendapatkan dukungan penuh dari pemerintah Thailand dalam mengembangkan industri halal.

Maka tidak mengherankan, jika di Thailand terdapat berbagai kegiatan tahunan yang mempertemukan produsen industri halal dengan masyarakat domestik maupun masyarakat Internasional. Di antara kegiatan tersebut adalah *World Halal Product Expo* (HAPEX) dan *Melayu Day* yang terakhir diadakan pada 25 - 28 Juli 2019 di Hat Yoi, Provinsi Songkla, Thailand Selatan.

World Hapex adalah kegiatan yang di dalamnya diisi dengan pameran, seminar, pertemuan bisnis, serta demonstrasi ahli masak Thailand. Berkolaborasi dengan Konsulat RI di Songkhla, Kementerian Luar

Negeri memanfaatkan HAPEX dan *Melayu Day* untuk diplomasi ekonomi meliputi bidang pendidikan, kebudayaan, ekonomi dan pariwisata.

Kegiatan yang telah berlangsung 9 tahun ini, secara resmi dibuka oleh Inspektur Jenderal Kementerian Perindustrian Thailand, Anong Pajitprapakorn serta Direktur Halal *Institute* dari *Prince of Songkhla University*, Dr. Tawat Noiporn. Konsul RI beserta Delegasi RI yang terdiri dari Direktur Asia Tenggara dan Sekretaris Direktorat Jenderal Asia Pasifik dan Afrika telah hadir sebagai tamu kehormatan pada pembukaan HAPEX 2019.

Pada kesempatan tersebut, Konsul RI Songkhla, Fachry Sulaiman dalam sambutannya menyampaikan pentingnya peningkatan konektivitas kedua negara melalui *people-to-people contact*, terutama dari sektor pariwisata. Dengan begitu, sektor pariwisata menjadi salah satu fokus utama bagi Konsulat RI Songkhla dalam upaya meningkatkan wisatawan asal Thailand ke Indonesia.



Indonesia membuka jaringan luas untuk meningkatkan produk halal dan pemasarannya di kancah internasional. Salah satu upayanya adalah bekerja sama dengan Thailand, salah satu negara yang berada di sepuluh besar sebagai pelaku industri halal dunia.

Terkait hal itu, para pengusaha agen perjalanan asal Indonesia melakukan pertemuan bisnis bersama sekitar 6 *tour operator* yang beroperasi di Hatyai dan Songkhla. Pengusaha Songkhla berharap agar konektivitas antara Songkhla dengan destinasi wisata potensial Indonesia dapat dibangun. Misalnya dengan membuat jalur penerbangan langsung dari Songkhla ke Medan dan Bandung. Juga hadir perusahaan asal Indonesia lain yang bergerak di bidang kosmetik, makanan dan minuman, busana muslim, serta pakaian tradisional Indonesia kebaya dan batik. Mereka juga melakukan pertemuan bisnis dengan pengusaha setempat.

Selain melakukan pertemuan bisnis dan menghadiri HAPEX 2019, Delegasi RI juga berkesempatan bertemu dengan 12 orang mahasiswa RI yang sedang menempuh pendidikan di *Prince Songkhla University of Thailand* (PSU). Di antara 12 orang tersebut, 2 orang merupakan mahasiswa studi S3. Para mahasiswa ini memiliki potensi kuat untuk berkolaborasi dengan sektor industri karena mereka

tengah menempuh pendidikan pada program studi teknologi pangan, *polymer science*, kimia terapan, *biomedicine* serta bioteknologi.

Lebih lanjut, Gubernur Provinsi Songkhla, Weranan Pengiun, menyambut baik kerja sama di antara pengusaha kedua negara. Ia mengusulkan membentuk kelompok kerja yang terdiri dari perwakilan Pemerintah Provinsi Songkhla, akademisi, sektor swasta, dan KRI Songkhla.

Ke depan, pihak Indonesia akan mengundang Weranan serta para pelaku usaha di Songkhla untuk berpartisipasi pada sejumlah forum seperti *Trade Expo* Indonesia, *Inacraft*, dan *International Coffee*

Day di Bengkulu. Weranan pun menyampaikan kesiapannya untuk mengundang Pemda Sumatra Utara ke Songkhla dalam rangka mendorong penguatan kerja sama

ekonomi dan sosial budaya antara Songkhla dengan beberapa Provinsi Indonesia di Pulau Sumatra.

Arief I. Rathomy



Foto bersama peserta pameran Wardah kosmetik. Foto: Konsulat RI Songkhla

Membangun Infrastruktur Diplomasi Indonesia di Afrika



Fokus Kementerian Luar Negeri (Kemlu) saat ini dalam politik luar negerinya adalah memperkuat infrastruktur diplomasi. Program prioritas Kemlu perlu dukungan infrastruktur diplomasi. Salah satu langkah konkretnya, Kemlu sedang membangun infrastruktur diplomasi Indonesia di Afrika.

Hal tersebut diungkap oleh Menteri Luar Negeri, Retno Marsudi, dalam pernyataan pers tahunannya pada 8 Januari 2020. Menurutnya, ia akan menggunakan formula diplomasi 4+1, artinya 4 program prioritas Kemlu akan ditopang satu hal yang fundamental yakni infrastruktur diplomasi.

Program prioritas itu adalah penguatan diplomasi ekonomi, diplomasi perlindungan warga negara Indonesia, diplomasi kedaulatan dan kebangsaan, serta diplomasi peningkatan kontribusi dan kepemimpinan Indonesia di kawasan dan dunia.

Infrastruktur diplomasi berkaitan dengan kehadiran Perwakilan Republik Indonesia (RI) di luar negeri, antara lain seperti Kedutaan Besar RI (KBRI), Perwakilan Tetap RI (PTRI), Konsulat Jenderal RI (KJRI), Konsul RI (KRI) maupun Konsul Kehormatan (Konhor - warga negara asing yang dilantik untuk mewakili Pemerintah Indonesia di negara setempat).

Lebih lanjut, infrastruktur diplomasi mendapat tantangan ketika Pemerintah Indonesia menetapkan kebijakan untuk membuka peluang ekonomi di pasar nontradisional, khususnya saat kita menyoar

Afrika. Selain masuk dalam pasar nontradisional, negara-negara Afrika juga memiliki pertumbuhan ekonomi yang bagus. Inilah peluang untuk melakukan diplomasi ekonomi yang diamanatkan kepada Kemlu. Tantangannya adalah, kita belum punya infrastruktur diplomasi yang kuat di Afrika.

Jumlah perwakilan Indonesia di Afrika masih terbatas. Saat ini, Indonesia memiliki 53 hubungan diplomatik dengan negara-negara di kawasan Afrika. Sedangkan perwakilan kita di Afrika baru berjumlah 17, yang terdiri dari 16 KBRI dan 1 KJRI. Sebarannya pun belum merata, 6 KBRI berada di kawasan utara, 6 di kawasan timur, 2 di kawasan selatan, dan 2 di kawasan barat.

Kondisi ini membuat beberapa perwakilan harus merangkap. Sebagai contoh, KBRI Abuja di Nigeria merangkap hingga 14 negara, sedangkan KBRI Dakar di Senegal merangkap 8 negara.

Kondisi ini berbeda dengan 2 negara lain yang terbelang agresif masuk ke Afrika. Turki dan India secara bertahap menambah jumlah perwakilan mereka di benua yang berpenduduk 1,3 miliar tersebut.

Langkah Konkret Indonesia di Afrika

Pemerintah Indonesia, menyadari bahwa keterbatasan jumlah perwakilan Indonesia di kawasan Afrika tentu akan menghambat kinerja Kemlu menjalankan 4 program prioritas. Oleh karena itu Kemlu mulai mendorong upaya peningkatan infrastruktur diplomasi di Afrika dengan menjajaki pembukaan beberapa perwakilan baru.

Indonesia berencana membuka KBRI di Yaounde, Kamerun yang dimulai dengan adanya kesepakatan antara

Menteri Luar Negeri Indonesia dan Menteri Luar Negeri Kamerun di sela-sela pertemuan Sidang Majelis Umum PBB, 23 September 2019. KBRI Yaounde yang diperkirakan beroperasi tahun ini, diharapkan dapat mengambil alih tanggung jawab negara rangkapan perwakilan RI di kawasan Afrika Barat dan Afrika Tengah.

Kemudian, Pemerintah Indonesia juga sedang memproses 5 Konhor baru untuk kawasan Afrika untuk meningkatkan daya dorong interaksi

Turki merupakan salah satu negara yang memiliki *strong presence* di Afrika saat ini. Sekitar 10 tahun lalu, negara yang terletak di perbatasan benua Asia dan Eropa ini hanya memiliki 12 perwakilan di Afrika, dengan 5 di antaranya berada di Afrika Utara. Namun saat ini, Turki telah memiliki 39 perwakilan di Afrika dan berencana membuka 1 perwakilan baru di Malabo, Guinea Ekuatorial.

Sementara itu, India, yang sudah memiliki 29 Perwakilan di Afrika, telah mengumumkan rencana untuk membuka 18 perwakilan baru di kawasan Afrika hingga tahun 2021, antara lain di Burkina Faso, Kamerun, Eritrea, Liberia, Togo dan Eswatini.

Dua negara tersebut melihat adanya prospek ekonomi yang kuat di kawasan Afrika. Alhasil, nilai perdagangan India dengan Afrika meningkat hingga lima kali lipat dalam waktu kurang lebih 11 tahun, dari 11,9 miliar USD pada 2005 menjadi 56,7 miliar USD pada 2016. Peningkatan angka perdagangan juga dirasakan Turki. Berdasarkan data dari TradeMap, tercatat total perdagangan Turki-Afrika pada 2019 mencapai 21,02 miliar USD atau naik sebanyak hingga hampir empat kali lipat sejak 2003.

ekonomi di Afrika. Saat ini, tercatat ada 29 Konhor RI aktif di Afrika.

Pemerintah Indonesia juga akan menaikkan status Kuasa Usaha Tetap RI Antananarivo di Madagaskar menjadi pejabat setingkat Duta Besar. Dengan perubahan status tersebut, diharapkan KBRI Antananarivo dapat mengambil alih beberapa negara rangkapan, seperti Mauritius dan Seychelles (selama ini dirangkap dari KBRI Nairobi), serta Uni Komoros (selama ini dirangkap KBRI Dar es Salaam).

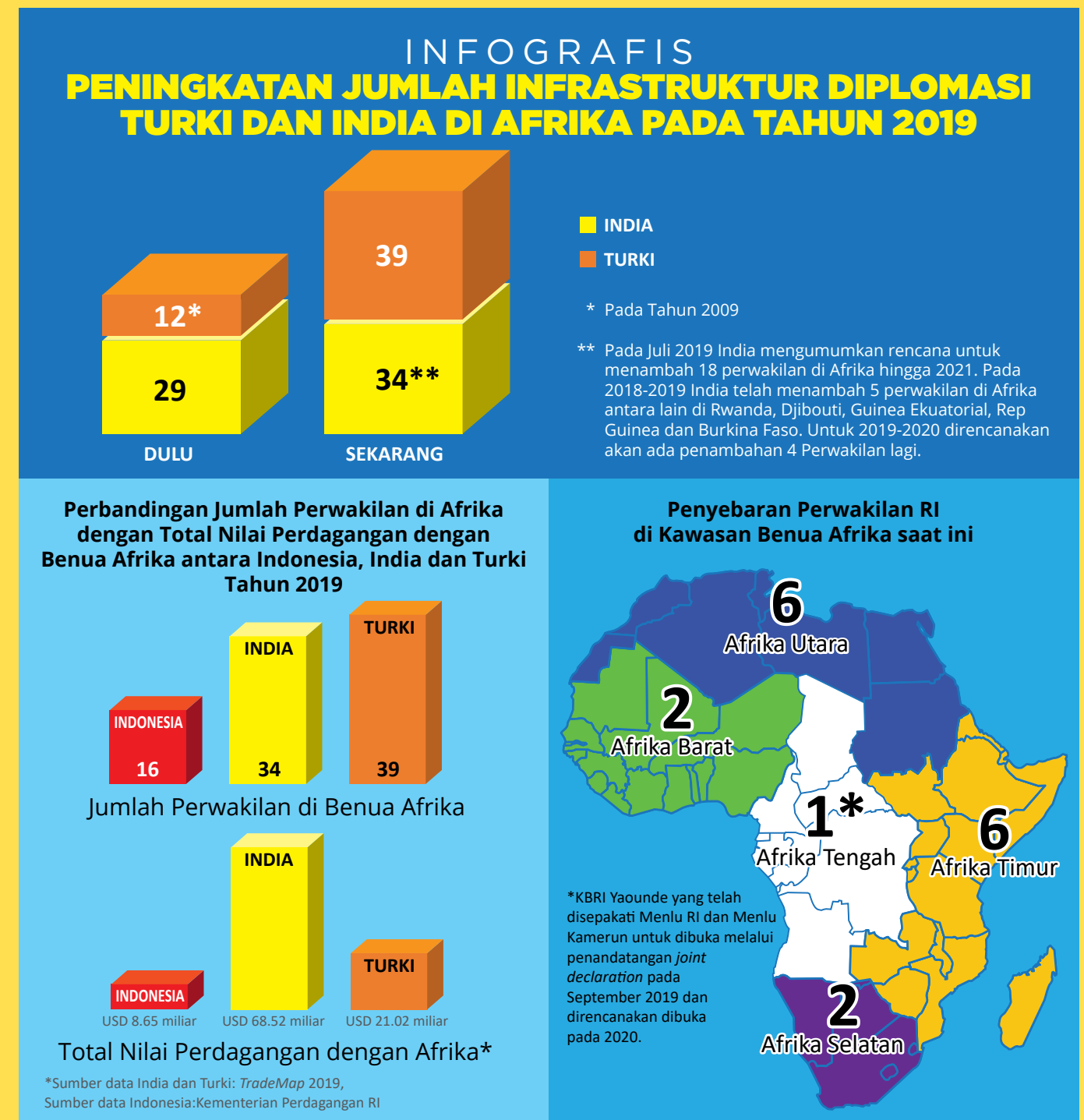
Peningkatan infrastruktur diplomasi ini tentu diharapkan meningkatkan ekonomi yang sudah berjalan. Dalam 1,5 tahun terakhir Indonesia telah memiliki kontrak kerja sama di sektor infrastruktur, jasa konstruksi, pembiayaan dan industri strategis dengan negara-negara Afrika dengan nilai total 2 Miliar USD. Selain itu telah terdapat 52 *outbound*

investment Indonesia di kawasan Afrika dengan total nilai sedikitnya 8,2 Miliar USD.

Selain dari sisi ekonomi, pembangunan infrastruktur juga dapat dilihat dari aspek perlindungan WNI di luar negeri. Tercatat selama tahun 2019, terdapat 27.033 kasus WNI di luar negeri dan repatriasi

17.061 WNI bermasalah yang telah ditangani oleh Perwakilan RI. Selain itu, perwakilan RI punya peran terdepan dalam menggalang dukungan dari negara-negara lain. Salah satu hasilnya adalah terpilihnya Indonesia sebagai Anggota Tidak Tetap Dewan Keamanan PBB untuk 2019-2020 dan Dewan HAM PBB periode 2020-2022.

Silvia





Kunjungan kerja Ditjen Aspasaf ke kantor Pemerintah Provinsi Nusa Tenggara Timur. Foto: Setditjen Aspasaf

Membumikan Diplomasi Ekonomi Kawasan Garis Wallacea

Siapa yang belum pernah mendengar Labuan Bajo dan Pulau Komodo? Kedua destinasi wisata unggulan Indonesia tersebut terletak di provinsi Nusa Tenggara Timur (NTT), yang menjadi lokasi tujuan kunjungan sosialisasi Tim Diplomasi Ekonomi Asia Pasifik dan Afrika (Aspasaf) yang dipimpin Sesditjen Aspasaf, Rossy Verona.

Kunjungan ke kampung halaman goyang Maumere ini merupakan implementasi strategi “jemput bola” dan sinergi dengan pemerintah daerah. Tujuan kunjungan ini antara lain untuk menggali potensi produk unggulan daerah serta UMKM siap ekspor ke kawasan Afrika maupun kawasan Aspasaf lainnya. Selain itu, juga untuk membumikan kisah sukses Indonesia-Africa Infrastructure

Dialogue (IAID) 2019 khususnya pada kalangan Pemerintah Provinsi NTT dan akademisi dari Universitas Nusa Cendana (Undana).

Sebagai informasi, saat ini Pemprov NTT sedang melakukan upaya edukasi kepada UMKM di NTT yang belum menyadari potensi pasar internasional khususnya Kawasan Aspasaf. Mereka juga sedang berupaya mengembangkan

pelabuhannya menjadi pelabuhan yang mandiri dan terkoneksi internasional sehingga dapat melakukan perdagangan langsung sehingga tidak harus melalui Surabaya.

Kemudian, Pemprov NTT saat ini tengah mencanangkan program “Masyarakat Ekonomi NTT” sebagai salah satu upaya mendorong kemandirian ekonomi melalui



Berbagai produk busana Tenun khas Nusa Tenggara Timur menjadi salah satu produk Unggulan Kupang. Foto: Erza Arighi



Sekretaris Ditjen Aspasaf memberikan sambutan pada kegiatan sosialisasi Diplomasi Ekonomi di Kawasan Aspasaf di Universitas Nusa Cendana, Kupang. Foto: Erza Arighi

industrialisasi. NTT tidak lagi menjadi penyuplai barang mentah, tapi mampu memproduksi barang jadi.

Mungkin banyak dari kita telah mengenal kain tenun NTT yang juga telah mendunia itu. Namun, selain tenun, NTT juga kaya akan hasil bumi seperti jambu mete, garam, rumput laut, kopi, coklat, dan pariwisata. Ragam produk ini dipasarkan ke Tiongkok, Argentina, Jepang, Australia, Timor Leste, Singapura, Malaysia, Korea Selatan, dan beberapa negara di Eropa. Bahkan, daun kelor juga akan diekspor ke Jepang setelah seluruh perizinan ekspor telah rampung.

Dalam kunjungan kali ini, ikut serta Tim Indonesia Eximbank cabang Denpasar dan PT WIKA. Kehadiran Indonesia Eximbank untuk menyampaikan produk-produk jasa yang dimiliki pada pelaku UMKM antara lain pinjaman biaya ekspor, konsultasi menembus pasar ekspor secara gratis, dan pelatihan bagi eksportir baru. Indonesia Eximbank punya target untuk mencetak 7.000 eksportir baru dalam satu tahun, termasuk dari kalangan UMKM. Sementara PT WIKA berkesempatan memaparkan *success story* produk dan jasanya yang sudah merambah ke pasar Timur Tengah dan Afrika.

Terakhir adalah kunjungan ke Universitas Nusa Cendana (Undana). Rektor Undana Prof. Ir. Fredrik L. Benu, .Si, Ph.D, sangat mengapresiasi kegiatan kolaborasi yang dilakukan Kemlu dan BUMN yang diakuinya sangat jarang dilakukan.

Sebagai upaya membuka peluang kerja sama, Fredrik menyampaikan bahwa Undana memiliki Pusat Keunggulan di bidang pertanian lahan kering yang sangat cocok untuk diterapkan di negara Afrika sub-Sahara. Selain itu, terdapat juga potensi kerja sama pembangunan kapasitas yang dapat dijejaki oleh Undana dengan *United Nations Environment Programme* (UNEP) di Kenya.

Seperti pepatah “tak kenal maka tak sayang”, Tim Diplomasi Ekonomi Ditjen Aspasaf sebelum kembali ke Jakarta, berkesempatan berkunjung ke pabrik kain tenun serta produksi olahan makanan lokal. Tim mengenal secara langsung potensi produk berpotensi ekspor serta melihat destinasi wisata yang dapat dipromosikan kepada wisatawan di sekitar kota Kupang.

P. Susilo Wahyuntoro / Wida Irvany



Kunjungan kerja Ditjen Aspasaf ke kantor Pemerintah Provinsi Nusa Tenggara Timur. Foto: Setditjen Aspasaf

Mengaktifkan Kembali Jalur Pelayaran Indonesia-India



Penyampaian chair statement dan diskusi mengenai 6 area kerja sama yang akan dimuat dalam dokumen Rencana Aksi/ *Plan of Action*

Andaman dan Nikobar mungkin asing di telinga sebagian besar masyarakat Indonesia jika dibandingkan kota-kota lain di India seperti New Delhi, Mumbai, bahkan Chennai. Padahal, apabila melihat peta, jarak India ke Indonesia diukur dari Indira Point menuju Pulau Sabang hanya berjarak sekitar 125 km. Jarak tersebut hampir sama dengan jarak tempuh Jakarta - Bandung melalui jalan tol.



Delegasi RI dan India, beserta stakeholders yang terdiri dari K/L terkait dan Pemerintah Provinsi Aceh

Andaman dan Nikobar menyimpan sejumlah potensi kerja sama ekonomi maritim dan jejak sejarah yang berkaitan dengan pelayaran para nelayan dan pedagang kedua negara. Adapun hubungan perdagangan Indonesia dan India telah dibangun sejak abad kelima, di mana Indonesia dilintasi jalur pelayaran India dan Tiongkok.

Berangkat dari kesadaran tersebut, Pemerintah Indonesia telah menjajaki kerja sama konektivitas Aceh – Andaman dan Nikobar. Penjajakan yang dilakukan sejak tahun 2019 merupakan implementasi kebijakan penetrasi ke pasar potensial, serta tindak lanjut dari pertemuan Presiden RI Joko Widodo dengan Perdana Menteri

India, Narendra Modi pada bulan Mei 2018.

Serangkaian kunjungan dan pertemuan telah dilakukan para pemangku kepentingan. Dari India ada kementerian terkait, perwakilan pemerintah administrasi Andaman dan Nikobar, tenaga ahli perusahaan pelayaran dan pelabuhan.

Sedangkan dari Indonesia ada perwakilan Pemprov Aceh, kementerian/ lembaga terkait di bidang perhubungan, perdagangan, dan perikanan untuk meninjau area kerja sama dan koordinasi antar-lembaga yang dibutuhkan untuk merealisasikan pertemuan kedua pemimpin negara Indonesia dan India.

Pada tanggal 7 Desember 2019 di Aceh, Indonesia dan India telah sepakat menghasilkan dokumen Rencana Aksi (*Plan of Action*) yang dicapai melalui pertemuan *1st Joint Task Force on Connectivity of Aceh and Andaman Nicobar Islands*. Sebelumnya, kedua negara sepakat untuk mengembangkan 6 (enam) area kerja sama, yang terdiri dari perdagangan dan investasi, konektivitas, pengembangan infrastruktur pelabuhan di Sabang, pengembangan sumber daya perikanan yang berkelanjutan, pertukaran budaya dan pengembangan pariwisata, dan kerja sama di bidang pendidikan, teknologi, serta ilmu pengetahuan.

Di sektor perdagangan dan investasi, Indonesia akan berpartisipasi pada lelang proyek pengayaan bahan konstruksi untuk pembangunan di Pulau Andaman dan Nicobar. Selain itu, didorong pula pertemuan antara KADIN kedua negara untuk mengidentifikasi peluang kerja sama bisnis.

Sementara di sektor konektivitas yang menjadi salah satu pokok bahasan penting pada pertemuan *Joint Task Force* (JTF) tersebut, kedua pihak sepakat untuk mendalami inisiatif kerja sama pelabuhan antara Pelabuhan Sabang dan Pelabuhan Blair. Hal ini diikuti dengan saling kunjung kapal perang angkatan laut dari Indonesia dan India.

Di sektor perikanan, kedua negara sepakat mengembangkan kerja sama berbagi pengetahuan dalam menciptakan ekosistem industri tuna

yang berkelanjutan di Samudera Hindia.

Baik Indonesia maupun India menyadari bahwa peningkatan ekonomi, khususnya kesejahteraan kedua negara amat dipengaruhi oleh kualitas sumber daya manusia yang mengerakkannya. Hal tersebutlah yang mendorong agenda kerja sama pendidikan tinggi, yakni penjajakan pembentukan dokumen kesepakatan untuk mendasari pemberian beasiswa dari perguruan tinggi di Aceh bagi pelajar Andaman Nicobar dan sebaliknya.

Pertemuan *Joint Task Force* tersebut mendapat sambutan positif dari India. Kedua negara juga memandang kerja sama Aceh dan Andaman-Nicobar penting untuk direalisasikan, terlebih Aceh dan Andaman merupakan kawasan strategis yang bersinggungan dengan Selat Malaka, salah satu jalur pelayaran tersibuk dunia.

Rencananya, pertemuan JTF kedua akan diselenggarakan tahun 2020 di India. JTF Aceh – Andaman Nicobar juga telah menginisiasi observasi lapangan oleh perusahaan pelabuhan India RITES Ltd. yang telah melakukan *pre-feasibility study*. RITES tertarik berinvestasi di Pelabuhan Badan Perusahaan Perdagangan Bebas dan Pelabuhan Bebas (BPKS) Sabang untuk meningkatkan kapasitas pelabuhan dalam menerima kapal-kapal bermuatan besar.

Di lain pihak, Pemprov Aceh juga terus melakukan pembenahan, seperti pengembangan pelabuhan,

membangun infrastruktur yang mendukung konektivitas udara dan laut, terutama yang ditujukan untuk keperluan logistik.

Plt. Gubernur Aceh, Nova Iriansyah pada kesempatan wawancara menyatakan bahwa kerja sama Indonesia dan India di Aceh akan berdampak positif terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat Aceh. Selain bidang pelayaran logistik, Aceh juga memiliki potensi wisata kapal pesiar, yang apabila direncanakan dengan matang akan mampu mengakomodasi jenis pelayaran *cruise* Aceh-Andaman-Phuket-Penang yang amat relevan dengan kerangka kerja sama regional Indonesia-Malaysia-Thailand *Growth Triangle* (IMT-GT).

Ivan Samuel Alvarta



Penyerahan memorabilia yang diwakilkan oleh ketua delegasi dari kedua negara

Bangladesh: Pintu Investasi Energi



Penandatanganan MoU Bidang Energi Indonesia - Bangladesh tahun 2017 sebagai payung kerja sama kedua negara

Bangladesh adalah salah satu negara dengan pertumbuhan ekonomi paling cepat di Asia Selatan (hampir 8% tahun 2019) dengan jumlah penduduk sekitar 161 juta dan 64% penduduknya tinggal di pedesaan. Bangladesh menempati posisi negara ke-9 sebagai negara terpadat di dunia.

Pemerintah Bangladesh sedang menggenjot pertumbuhan ekonominya untuk keluar dari kategori *Least Development Country* (LDC) pada tahun 2024. Industri garmen dan IT Bangladesh sangat sukses. Kita dapat melihat adanya peningkatan kualitas hidup masyarakat Bangladesh baik dalam bidang kesehatan dan pendidikan.

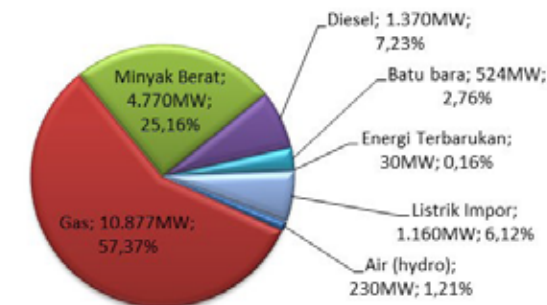
Seiring dengan cepatnya pertumbuhan ekonomi dan industri Bangladesh maka kebutuhan akan energinya juga meningkat. Selama

ini sektor energi Bangladesh sangat bergantung pada bahan bakar fosil. Sekitar 57,37% listrik yang dihasilkan Bangladesh berasal dari gas alam, 25,16% berasal dari minyak berat, 7,23% berasal dari diesel, 2,76% berasal dari batu bara, 1,21% berasal dari tenaga air (hydro), 0,16% dari sumber terbarukan, dan 6,12% berasal dari impor listrik dari negara tetangga.

Dalam 10 tahun terakhir, Bangladesh telah membuat kemajuan yang signifikan dalam meningkatkan

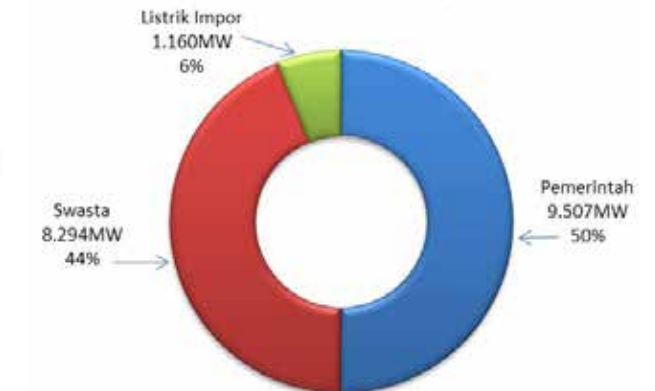
kapasitas pembangkit listrik. Pada tahun 2019, 88 persen warga memiliki AKSES ke listrik, dibandingkan dengan 74 persen pada 2016. Sampai dengan Oktober 2019, Bangladesh mempunyai kapasitas listrik terpasang sebesar 18.961MW termasuk pembangkit listrik *captive* dan kapasitas impor 1.160MW dari India. Jumlah ini masih belum mencukupi dengan kebutuhan listrik Bangladesh. Dengan demikian, kesenjangan antara persediaan dan permintaan kebutuhan akan listrik semakin melebar dengan cepat dan

Jenis pembangkit listrik berdasarkan kapasitas terpasang di Bangladesh tahun 2019



Sumber: Bangladesh Power Development Board (BPDB) 2019

Penyedia listrik di Bangladesh



menjadi tantangan utama bagi sektor energi di Bangladesh, sehingga Bangladesh masih terus mengimpor energi dari negara tetangga.

Permintaan energi nasional juga turut meningkat rata-rata 10 persen setiap tahun, dan permintaan energi diproyeksikan meningkat lebih dari dua kali pada tahun 2030. Untuk melanjutkan pertumbuhan ekonomi negara yang kuat, bisnis, pabrik, dan perusahaan membutuhkan pasokan listrik yang tidak terputus. Saat ini, Bangladesh telah melakukan ekspansi besar-besaran untuk membangun infrastruktur jaringan, namun usaha ini belum mampu memenuhi kebutuhan masyarakat, sehingga masih banyak rumah tangga mengalami pemadaman listrik hingga 14 jam per hari.

Mengatasi hal ini, sejak tahun 2017, Bangladesh telah menjalankan 116 proyek pembangkit listrik senilai 24,73 miliar USD, diantaranya melakukan kerja sama dengan berbagai negara, antara lain dengan Rusia dalam membangun Pembangkit Listrik Tenaga Nuklir (PLTN) yang diperkirakan menelan biaya 12,65 miliar USD dan Korea yang bekerjasama dengan Siemens AG membangun pembangkit listrik berkapasitas 8.000 MW senilai 7 miliar USD, serta China membangun Pembangkit Listrik Tenaga Batubara (PLTB) dengan kapasitas 1.320 MW. Pelaksanaan proyek-proyek tersebut diharapkan dapat meningkatkan

persediaan listrik sebesar 10,20% / tahun dan kapasitas pembangkit listrik mencapai 15.351 MW.

Di samping upaya Pemerintah Bangladesh mengatasi kebutuhan energi listrik di atas, pada sisi lain, Pemerintah Bangladesh justru menaikkan harga gas sebesar 60% pada 2018 dari harga yang berlaku pada 2017. Kenaikan tersebut dipicu dari keputusan Pemerintah untuk mencampur 1.000 *millions metric cubic feet* (MMCF) gas alam cair impor dengan gas alam lokal guna menaikkan suplai dalam negeri di tengah menurunnya produksi lokal. Pemerintah Bangladesh tidak memiliki opsi selain meningkatkan impor serta memotong subsidi.

Booming nya industri dan pembangunan serta meningkatnya kebutuhan energi Bangladesh menjadi peluang bagi Indonesia untuk masuk ke pasar Bangladesh. Merupakan peran pemerintah untuk mendorong BUMN bergerak dengan membuka pintu peluang tersebut melalui G to G.

Pertamina sebagai salah satu BUMN Indonesia sudah masuk ke pasar Bangladesh selama 10 tahun terakhir dengan memasarkan produk pelumas untuk sektor otomotif. Setiap tahunnya Pertamina Lubricants telah memasok sebanyak ±7 kontainer pelumas otomotif di Bangladesh. Dan pada Januari 2020, Pertamina

Lubricants sudah melakukan *Grand Launching* produk pelumas-nya di Bangladesh dengan menggandeng Petro Products Company, sebuah perusahaan minyak Bangladesh. Selain itu, Pertamina Lubricants juga memasarkan produk pelumas pada sektor industri dan *specialities* di Bangladesh, antara lain *Turbine Oil*, *Compressor Oil*, *Gas Engine Oil*, *Marine Diesel Oil*, *Rubber Processing Oil*, *Transformers Oil*, dan *Industrial Gear Oil*.

Pemanfaatan pasar Bangladesh tidak hanya dengan menjual retail tapi juga dengan perluasan investasi. Dalam hal ini, Pertamina Lubricants juga sedang melakukan pendekatan untuk berinvestasi di Bangladesh untuk menghasilkan produk *un-organic*.

Upaya ekspansi investasi Indonesia juga dilakukan oleh PT. Pertamina Power yang sedang dalam proses investasi pembangunan pembangkit listrik *Integrated LNG to Power Project* berkapasitas 1200 MW senilai 37,17 miliar USD. Proyek pembangunan listrik terintegrasi ini terdiri dari pembangunan *independent power producer* (IPP), dan *combined cycle gas turbine* (CCGT) *power plant* dan diproyeksikan selesai 3 tahun ke depan. Jika proyek ini terealisasi diharapkan Bangladesh *Power Development Board* (BPDB) akan membeli suplai listriknya dari Indonesia.

R.A Yunikeiserina Hidayat

Capaian Penting Kerja Sama Indonesia – Tunisia untuk Masuk ke Pasar Afrika



Foto bersama Ketua Delri dan Ketua Delegasi Tunisia saat pembukaan *Preferential Trade Agreement* di Bogor pada 12-15 Januari 2020.

Negara-negara di Afrika tengah menjadi primadona banyak negara yang ingin menjalin kerja sama ekonomi. Sejak beberapa tahun terakhir Indonesia gencar masuk ke Afrika sebagai pasar non tradisional. Daerah yang cukup potensial adalah Afrika bagian utara yang disebut Maghribi, khususnya Negara Tunisia.

Indonesia tertarik menjadikan Tunisia sebagai pintu gerbang masuk ke negara-negara lain di Afrika. Tak mengherankan, karena negara beribu kota Tunis itu berada di ujung Benua Afrika dan punya letak strategis karena langsung menghadap Benua Eropa.

Tunisia yang punya luas sekitar 185.150 km (hampir sama dengan luas Pulau Sulawesi), menyandang status *Advanced Partner*. Artinya, barang ekspor Tunisia punya prioritas masuk ke Eropa. Selain itu, Tunisia dipandang sebagai *Regional Hub* bagi investor yang ingin beroperasi di pasar negara-negara tetangganya seperti Maroko, Libya dan Aljazair.

Langkah nyata Indonesia menjalin relasi intim dengan negara berpenduduk sekitar 8.5 juta jiwa itu adalah melakukan *Preferential Trade Agreement* (PTA). Inilah langkah awal meningkatkan kerja sama ekonomi Indonesia dan Tunisia. Prosesnya telah diinisiasi sejak Juni 2009 silam melalui penyelenggaraan *Joint Study Group I*. Kemudian dilanjutkan *Joint Study Group II* pada Juni 2010, dan pelaksanaan *Preliminary Meeting* yang diselenggarakan di Bali pada tahun 2017. Dari proses yang cukup panjang tersebut, pada akhirnya perundingan PTA pertama antara Indonesia dengan Tunisia berhasil diselenggarakan di Tunis, Tunisia pada 25-26 Juni 2018.

Capaian ini tak lepas dari usaha yang dilakukan Kementerian Luar Negeri melalui Direktorat Timur Tengah. Tak berhenti di situ, perundingan kedua berhasil diselenggarakan di Jakarta pada 24-25 September 2018 yang membahas *market access*. Di sini dibahas penentuan modalitas pertukaran daftar barang dan komoditas kedua negara.

Perundingan ketiga kembali diselenggarakan di Tunis pada 11-13 Maret 2019. Kali ini membahas draf teks *Rules of Origin* (ROO) dan lampirannya (*Draft text of Operational Certification Procedures*), penetapan modalitas penurunan atau eliminasi tarif, *legal scrubbing* teks PTA, dan pembahasan *request/ offer list* dari masing-masing negara.

Pembahasan *request/ offer list* tersebut menjadi fokus pertemuan keempat yang berlangsung di Bogor, Indonesia 13-15 Januari 2019. Isu ini didasarkan pada kesepakatan

modalitas pengurangan tarif yang diklasifikasikan pada 4 (empat) skema, yaitu A (eliminasi), B (40%), C (30%) dan D (20%), serta finalisasi naskah RoO.

Selain itu, juga telah disepakati sebuah naskah PTA secara keseluruhan dan sudah dilakukan *legal scrubbing*. Hasil lainnya adalah sebuah naskah ROO dengan hasil 16 pasal dari 35 pasal telah disepakati oleh kedua negara.

Kemajuan perundingan ini tak lepas dari peran masing-masing delegasi. Dari Indonesia hadir dari perwakilan unit terkait di Kementerian Perdagangan RI, Kementerian Luar Negeri RI, Kementerian Perindustrian RI, Kementerian Kelautan dan Perikanan RI, Kementerian ESDM RI, Kementerian Pertanian RI dan Kementerian Keuangan RI tersebut dipimpin langsung oleh Direktur Perundingan Bilateral, Direktorat Jenderal PPI

– Kementerian Perdagangan RI, Ni Made Ayu Marthini.

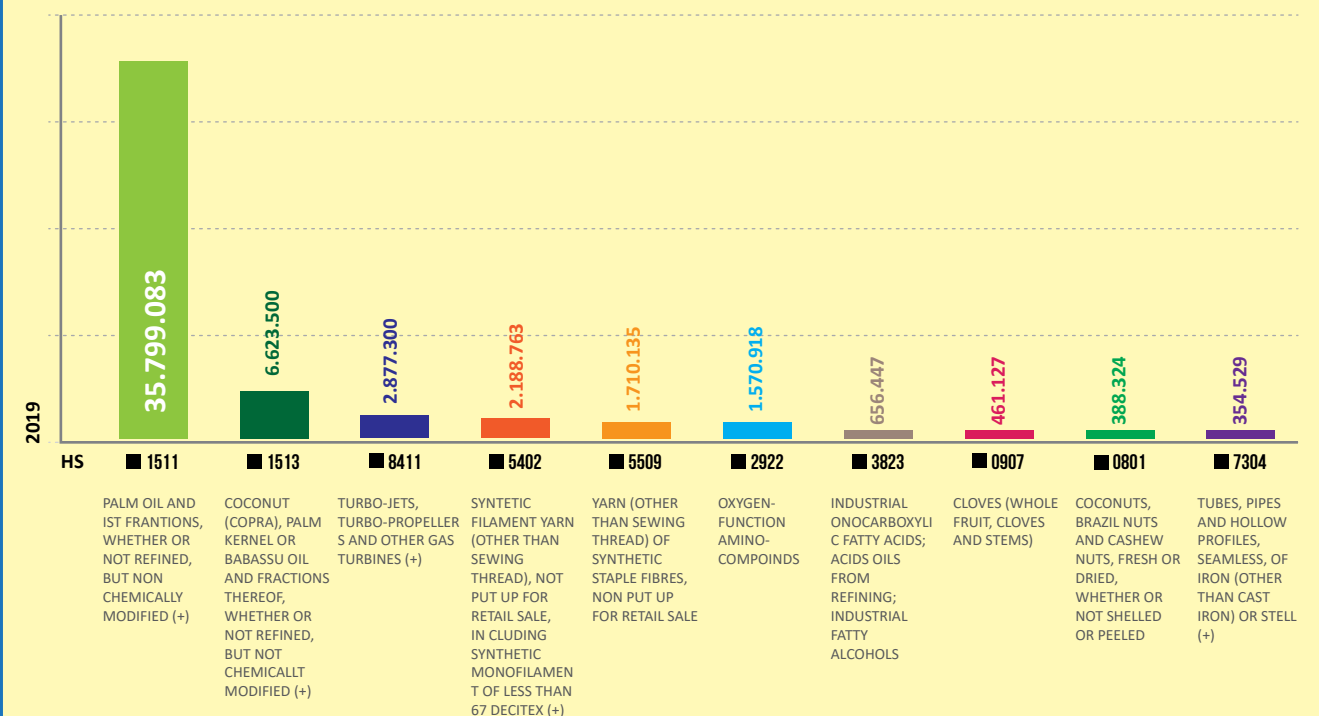
Sedangkan dari pihak Tunisia dipimpin oleh Mr. Chedli May dari Kementerian Perdagangan Tunisia dan beranggotakan perwakilan dari Kedubes Tunisia di Jakarta, Mr. Chauki Maouley, Kementerian Keuangan Tunisia, Mr. Fekih Zguir dan Bea Cukai Tunisia, Mr. Fathi Al-Aasili.

Selanjutnya, babak final dari perundingan PTA antara Indonesia dengan Tunisia akan diselesaikan pada sesi kelima perundingan yang diselenggarakan di Tunis, Tunisia, pada 23-25 Maret 2020 ini. Dengan selesainya proses perundingan PTA ini, diharapkan kerja sama perdagangan kedua negara dapat meningkat dan memberikan dampak positif bagi perekonomian masing-masing, serta mendongkrak nilai perdagangan di kawasan Maghribi.

Irfan Anas

KOMODITAS UNGGULAN RI YANG DIMINATI TUNISIA

Value: US \$



Sumber : Kementerian Perdagangan

GELIAT IKM SERAMBI MEKAH UNTUK EKONOMI DAERAH

Aceh menyimpan jutaan potensi untuk menjalankan roda perekonomiannya. Sayangnya, Aceh mengawali tahun 2020 dengan menyandang predikat provinsi termiskin di tanah Sumatera. Luka lama musibah tsunami 16 tahun lalu, ditambah berbagai faktor lainnya terus menekan pertumbuhan ekonomi Serambi Mekah ini.



1. Sekretaris Ditjen Aspasaf meninjau kesiapan produk UMKM Aceh untuk mempersiapkan produk berdaya saing global. Foto: Erza Arighi

2. Berbagai produk unggulan dari UMKM Aceh yang tergabung dalam ASIA Foto: KBRI Kuala Lumpur

Background Masjid Baiturrahman, lambang kemegahan Provinsi Aceh. Foto: Erza Arighi



Para Anggota DPP ASIA dalam acara pelantikan DPP ASIA 2020. Foto: Erza Arighi

Tidak tinggal diam dengan predikat tersebut, para saudagar dan pelaku usaha di Aceh membentuk ASIA atau Asosiasi IKM (Industri Kecil Menengah) pada 2019. Asosiasi ini sebagai sarana tukar pendapat dan aspirasi para pengusaha untuk meningkatkan perekonomian Aceh dan menjawab tantangan dunia bisnis di Aceh.

Kementerian Luar Negeri (Kemlu) berkesempatan menjadi bagian dari ASIA saat menyaksikan pelantikan Dewan Pengurus Pusat (DPP) ASIA di Gedung Taman Budaya, Aceh, 21 Januari 2020. Acara diisi dengan Seminar Nasional dengan tema "Menyongsong Industri Kecil dan Menengah (IKM) Aceh Menuju Pasar Global."

Salah satu narasumber adalah Sekretaris Ditjen Asia Pasifik dan Afrika Kemlu, Rossi Verona. Pada kesempatan tersebut, Rossi memberikan informasi mengenai

peluang pasar global, terutama pasar-pasar potensial di kawasan Asia Pasifik dan Afrika. Narasumber lain berasal dari perwakilan Kementerian Perindustrian, Kementerian Perdagangan, Kementerian Koperasi dan UKM dan pelaku usaha dari Aceh.

Menurut Teuku Dhahrul Bawadi, Ketua DPP ASIA, pengusaha di Aceh masih bergerak sendiri-sendiri. Maka ia mendorong, supaya seluruh pengusaha di

Aceh dapat menyatukan langkah dalam meningkatkan kualitas produk, distribusi, promosi sampai penjualan sehingga mampu bersaing di tingkat global. Harapannya, apa yang diupayakan oleh ASIA berhasil meningkatkan perekonomian, tidak hanya untuk Aceh tetapi untuk skala nasional.

Dalam kurun waktu satu tahun ini, ASIA telah melakukan berbagai upaya untuk membawa produk Aceh ke pasar global. Beberapa kegiatan promosi telah dilakukan di luar negeri, mulai dari misi dagang di Vietnam, Singapura, Malaysia hingga Rusia. Produk kopi dan nilam menjadi contoh produk potensial yang telah menarik minat konsumen mancanegara.

Beberapa produk kopi Aceh berhasil masuk ke lokasi retail di Malaysia. Sementara produk turunan nilam dilirik pengusaha parfum dari Prancis dan dinobatkan sebagai bahan baku

parfum terbaik di dunia. ASIA bahkan berencana menyelenggarakan *Aceh Trade and Tourism Expo* (ATTE) pada tahun ini.

Apa yang telah dilakukan ASIA perlu mendapatkan dukungan dari banyak pihak. Pemerintah Daerah Aceh sendiri tidak berhenti memberikan sumbangsih. Kemlu juga berkomitmen untuk membantu para pelaku usaha Aceh. Sinergi yang telah terbangun selama ini, akan ditindaklanjuti dengan kerja sama yang nyata. Salah satunya adalah memberikan kesempatan pelaku usaha Aceh untuk mengikuti misi dagang yang diselenggarakan Perwakilan Republik Indonesia di seluruh dunia.

Sebagai contoh, pengusaha anggota ASIA telah turut dalam kegiatan *Melayu Day* pada 7-9 Februari 2020 di Songkhla, Thailand, dan *business matchmaking* di Kuala Lumpur pada 26-28 Februari 2020. Kedua kegiatan ini merupakan hasil kolaborasi dan penguatan kerja sama antara Kemlu dengan pemerintah dan pelaku usaha daerah.

Tidak kurang dari 16 peserta yang berasal dari delapan daerah turut serta dalam kegiatan ini. Di Thailand, pengusaha Aceh berhasil melakukan transaksi puluhan juta rupiah. Sedangkan di Malaysia, mereka berhasil mendapatkan mitra distributor di Kuala Lumpur dengan potensi *business deals* bernilai ratusan juta rupiah.

Semoga prestasi ini menjadi penyemangat untuk terus melebarkan sayap ke banyak negara. Sehingga, perekonomian di Aceh mampu meningkat demi mendongkrak kesejahteraan rakyatnya secara merata.

Yaohar Dhia Erza Arighi

Industri Kreatif Jadi Penopang Ekonomi Kabupaten Bantul



Bersama Wakil Bupati Bantul dan jajaran. Foto: Dokumentasi AKSES

Tim AKSES berkesempatan mengunjungi beberapa lokasi industri kreatif di Kabupaten Bantul pada bulan September 2019 yang lalu. Guna mengenal lebih jauh Kabupaten Bantul, Tim AKSES melakukan pertemuan dengan Pemda setempat.

Kunjungan Tim AKSES diterima oleh Wakil Bupati Bantul beserta aparat terkait dari Dinas Koperasi, UKM dan Perindustrian, Dinas Perdagangan, Dinas Perindustrian, Dinas Ketenagakerjaan dan Dinas Pendidikan.

"Kabupaten Bantul merupakan kabupaten yang sangat miskin akan sumber daya alam, namun inilah yang justru mendorong warganya memiliki budaya kreatif untuk

memanfaatkan sumber daya alam yang ada menjadi sesuatu yang bernilai. Bahkan, sebagian besar bahan dasar yang digunakan industri kreatif di Bantul berasal dari luar Bantul," kata Wakil Bupati Bantul Abdul Halim Muslih mengawali pertemuan.

Menurutnya, sektor industri kreatif menjadi sektor utama Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Bantul, diikuti oleh sektor pertanian dan pariwisata. Industri kreatif telah

menjadi sektor andalan yang terus dikembangkan sesuai Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah (RPJMD) 2016-2021 Kabupaten Bantul. Industri kreatif ini berkontribusi paling besar terhadap nilai ekspor Daerah Istimewa Yogyakarta secara keseluruhan.

Industri kreatif apa saja yang ada di Kabupaten Bantul? Mari kita simak sejumlah lokasi yang dikunjungi oleh Tim AKSES berikut ini.

Workshop Timbul Raharjo di Sentra Industri Keramik Mbangun Jiwo, Kasongan

Memulai usaha seni gerabah di 1996, Timbul Raharjo, seorang seniman dan praktisi seni menyatakan bahwa kunci keberhasilan usahanya terletak pada inovasi dan kreasi. Itulah yang mengantarkan banyak penghargaan, dari dalam maupun luar negeri.

Saat ini ia memiliki 100 karyawan yang membantunya membuat produk kerajinan. Bahan bakunya sangat beragam, yakni kombinasi dari kayu, logam, *stainless steel* dan aluminium.

Setiap bulan workshop Pak Timbul bisa mengekspor 5-6 kontainer

ke berbagai negara di dunia, terutama ke Korea Selatan, Uni Emirat Arab, Belanda, Jerman dan Amerika Serikat.

Tidak hanya berkesenian, Timbul juga menggagas *Jogja International Furnitur and Craft Fair Indonesia* (JIFFINA) yang dilaksanakan tiap Maret setiap tahun di Yogyakarta. JIFFINA menjadi tempat bertemunya pembeli lokal dan asing dengan produsen kerajinan sekaligus menjadi sarana mempromosikan produk industri kreatif Indonesia ke luar negeri.



Dr. Timbul Raharjo, M. Hum atau biasa disapa Pak Timbul tak lelah melakukan inovasi seni rupa yang sebagian karyanya ditampilkan di Timboel Art Gallery miliknya di Bantul. Tak heran karya jebolan ISI ini telah tersebar di banyak negara dan mendapatkan banyak penghargaan, salah satunya *One Village One Product* dari Pemerintah Jepang. Foto: Dokumentasi AKSES

Workshop Suyono di Sentra Industri Tatah Sungging Wayang Kulit, Imogiri

Apakah tatah sungging itu? Tatah berarti memahat sedangkan sungging memiliki arti mewarnai. Dengan demikian tatah sungging adalah kegiatan seni memahat dan memberi warna, untuk membuat wayang kulit.

Tentu, produk yang dihasilkan *workshop* Suyono tidak hanya wayang. Ada berbagai kerajinan pahatan pada media kulit lembu/kerbau, bambu, tanduk kerbau, kayu yang menghasilkan kerajinan seperti kipas, kap lampu, pembatas buku, hiasan dinding berupa kaligrafi dan masih banyak lagi.

Menurut Suyono, hampir sebagian besar penduduk di desa Imogiri merupakan pengrajin tatah sungging. Zaman dulu, tatah sungging ini menjadi media untuk berdakwah yakni melalui seni wayang kulit dan kaligrafi.

Terkait pemasaran, Suyono menceritakan pertama kali ia mendapatkan pembeli dari luar negeri. Kejadiannya sekitar tahun

1990an. Saat itu, Suyono difasilitasi Dinas Koperasi setempat mengikuti pameran Pekan Raya Jakarta. Di sanalah ia mendapat pesanan dari Mesir untuk produk kerajinan kap lampu dari kulit lembu. Semenjak itu pesanan dari berbagai negara bergulir, seperti dari Jepang, Australia, Turki, Iran, bahkan Perancis.

Pembeli dari Jepang bahkan tertarik belajar lebih lanjut mengenai seni pagelaran wayang kulit. Itulah mengapa di rumahnya ada sanggar yang memungkinkan menggelar pertunjukan wayang kulit, khusus untuk para turis Jepang dengan membuat program *homestay* selama kunjungannya.



Suyono tengah menjelaskan kepada AKSES bahwa pembuatan wayang kulit menjadi salah satu potensi wisata di Pucung Wukirsari, Imogiri, Bantul. Namun, menurut Ketua Paguyuban Perajin Wayang Kulit itu, potensi kerajinan yang juga disebut tatah sungging ini terancam oleh sedikitnya generasi penerus pembuat wayang kulit. Foto: dokumentasi AKSES

Workshop Sekar Arum di Sentra Industri Batik Tulis Giriloyo, Imogiri

Batik Tulis Giriloyo memang belum diekspor secara langsung, namun kain batiknya telah memasuki pasar di luar negeri seperti ke Malaysia, Thailand, Jepang dan Amerika Serikat.

Pemda setempat berupaya mempromosikan Batik Tulis Giriloyo ini dengan menjadikannya sebagai desa wisata batik tulis dengan program *homestay*. Juga ada program belajar membatik bagi para wisatawan lokal dan mancanegara. Dengan adanya paket wisata itu, bisa mendatangkan rata-rata 2.000 wisatawan per bulan.

Sehelai kain batik tulis memerlukan waktu pengerjaan 20 - 30 hari. Seluruh proses pengerjaan batik termasuk desain, pewarnaan, dan pengeringan dilakukan secara tradisional.

Selain melalui wisata membatik, guna promosi Batik Tulis Giriloyo, para pengrajin batik kerap menjadi narasumber dalam berbagai lokakarya batik baik di dalam maupun luar negeri.

Kunjungan kali ini, menunjukkan bagaimana produk kerajinan merupakan budaya yang harus

ditumbuhkan dan dipupuk ke generasi muda Bantul. Ini penting untuk keberlanjutannya.

Untuk itu, Pemkab Bantul memiliki cukup banyak sekolah berbasis seni, di antaranya SMK dan Akademi Teknologi Kulit, SMK Seni Kriya, pertunjukan dan musik, serta memiliki SMK Seni Musik berkualitas internasional dan Institut Seni Indonesia, di Bantul, DIY.

Begitu banyak industri kreatif di Bantul, maka tak heran apabila Bekraf sejak 2016 telah menjadikan Bantul sebagai Kabupaten Kreatif Kriya “terkuat” di Indonesia. Dan 3 warisan budaya dunia ada di Bantul, yaitu kerajinan batik, wayang kulit dan keris.

Soneta Asmara



Nur Ahmadi, pemilik showroom batik tulis Sekar Arum di Giriloyo Bantul memperlihatkan batik tulis yang sangat bagus. Tak heran, sentra kerajinan batik ini adalah yang tertua di Bantul, atau sudah ada sejak jaman pemerintahan Sultan Agung memerintah kerajaan Mataram. Foto: Dokumentasi AKSES



Seorang pekerja sedang memahat kayu yang nantinya akan diwarnai batik di Sanggar Peni Kreetbet. Sanggar yang didirikan oleh Kemiskidi ini mengkhususkan pada kriya batik kayu yang berada di Bantul, Yogyakarta. Foto: dokumentasi AKSES

Di Dusun Kedon, Kabupaten Bantul, terdapat sebuah industri rumahan biji vanilla yang telah melakukan ekspor ke Aljazair, Uni Emirat Arab, India, Taiwan dan RRT. Vanilla digunakan untuk flavor pada makanan dan parfum.

Vanila merupakan rempah yang mahal harganya. Biji Vanila menjadi salah satu komoditi ekspor yang berperan mendongkrak nilai ekspor DIY, walau dari segi volume ekspor kecil namun memiliki nilai yang tinggi.

Vanila yang dikembangkan adalah jenis vanilla tahitiansis yang banyak diminati pasar global.



Bantul, khususnya di Dusun Kedon, juga menyimpan potensi hasil pertanian vanili. Ini sangat patut dikembangkan karena di pasar dunia vanili kering kualitas terbaik sedikitnya mencapai harga Rp 7 juta per kg. Foto: dokumentasi AKSES

Kisah Sepotong Surga di Bibir Pasifik



Pulau Morotai dijuluki sebagai “mutiara di bibir pasifik”. Pulau sekaligus Kabupaten ini menyimpan sejumlah potensi wisata dan ekonomi.

Indonesia terkenal dengan keindahan wisata baharinya di mata wisatawan domestik maupun internasional. Salah satunya adalah Morotai yang dinobatkan sebagai satu dari Sepuluh Bali Baru di tahun 2016.

Selain sebagai Bali baru, Morotai juga ditetapkan sebagai Kawasan Ekonomi Khusus oleh Pemerintah Pusat. Untuk mendukung status tersebut, Pemerintah Kabupaten Morotai mengembangkan visi pulau global. Sektor perikanan dan pariwisata akan menjadi penyokong visi Morotai sebagai pulau berwawasan global.

Letak Strategis Morotai

Morotai adalah sebuah nama pulau sekaligus kabupaten di Kepulauan Halmahera Provinsi Maluku Utara. Morotai dikelilingi oleh 33 pulau. Dari jumlah tersebut, hanya tujuh pulau yang berpenghuni. Secara geografis, letak Morotai merupakan sisi terdepan dari garis batas teritori

Indonesia di sisi utara berbatasan Samudera Pasifik. Hal ini juga yang menyebabkan Morotai sebagai gerbang menuju Pasifik.

Morotai di masa lalu merupakan salah satu basis militer para Perang Dunia II. Jepang menjadikan Morotai sebagai basis militer sebelum direbut oleh tentara sekutu pada tahun 1944. Letaknya yang strategis membuat Morotai menyimpan sejarah Perang Dunia II.

Luas Pulau Morotai hampir sama dengan tiga perempatnya Pulau Bali. Tetapi, jumlah penduduknya hanya sekitar 67 ribu orang di tahun 2019, atau satu setengah persen dari jumlah penduduk Pulau Bali yang mencapai 4,2 juta orang.

Potensi Wisata

Bukan tanpa alasan Pemerintah menjadikan Morotai sebagai salah satu Bali baru. Morotai memiliki pantai-pantai yang memikat dengan pasirnya yang putih. Pulau ini surga

bagi penikmat *diving*, *snorkeling*, dan berbagai olah raga air lainnya.

Untuk wisata pantai, pulau ini memiliki Pulau Dodola, Kolorai, dan Galo-Galo. Selain itu, ada juga Pasir Timbul, Pulau Kokoya, dan Pulau Rao yang sering dikunjungi turis.

Perlu diketahui juga bahwa Morotai merupakan rumah bagi satwa eksotis seperti ikan karang, paus, bahkan hiu. Para penyelam dapat melihat hiu dari dekat dan ikan yang berenang di antara reruntuhan bangkai kapal. Pemandangan indah terumbu karang juga dapat dinikmati oleh wisatawan yang tidak dapat berenang.

Letak Pulau Morotai yang strategis menjadikan pulau ini memiliki nilai sejarah sejak dahulu. Di Pulau ini dapat ditemui Museum Trikora, Museum Perang Dunia II, serta Monumen Jenderal Mc Arthur.

Meskipun Pulau ini kaya akan potensi wisata, jumlah wisatawan masih

1. Batu Kopi di Pulau Rao. Pulau ini memiliki satu keunikan, yaitu batu kopi. Konon, kita dapat mencium aroma kopi di dekatnya. Padahal di pulau tersebut tidak terdapat pohon maupun perkebunan kopi. Foto: Koleksi Pribadi/Nadia Zagita

2. Monumen Jenderal Douglas Mac Arthur. Peserta Famtrip yang merupakan social media influencer di bidang traveling bergaya bersama di depan monumen. Foto: Nadia Zagita

Background Keindahan dari Pulau Kokoya. Tempat yang cocok untuk menikmati pemandangan ikan-ikan kecil di tengah jernihnya air. Foto: Nadia Zagita

terbilang sedikit. Dinas Pariwisata Kabupaten Pulau Morotai mencatat wisatawan masih didominasi turis domestik pada tahun 2017 dan 2018.

Oleh karenanya, di tahun 2019, Kementerian Luar Negeri (Kemlu) mengundang *social media influencer* di bidang *traveling* dari negara-negara Asia Tenggara. Mereka diseleksi untuk mengikuti program *Familiarization Trip* atau *Framtrip* ke Morotai. Dengan menikmati keindahan Morotai secara langsung, mereka mempromosikan kenangan indah berwisata di Morotai melalui liputannya.

Potensi Ekonomi

Pulau Morotai memiliki kondisi geografis sebagai wilayah terdepan dan langsung berhadapan dengan jalur perdagangan internasional. Hal itu menjadikan Pulau Morotai memenuhi syarat sebagai Kawasan Ekonomi Khusus sesuai dengan UU 39 Tahun 2009.

Di peraturan tersebut tertulis, “KEK dikembangkan melalui penyiapan kawasan yang memiliki keunggulan geo-ekonomi dan geo-strategi dan berfungsi untuk menampung kegiatan industri, ekspor, impor, dan kegiatan ekonomi lain yang memiliki nilai ekonomi tinggi dan daya saing internasional”.

Kawasan Ekonomi Khusus Morotai juga sesuai dengan Peraturan Pemerintah 50 Tahun 2014 terdiri atas: a. Zona Pengolahan Ekspor; b. Zona Logistik; c. Zona Industri; dan d. Zona Pariwisata.

Morotai juga punya potensi lain, yakni perikanan. Ada banyak tangkapan ikan di sini, terutama ikan tuna, cakalang dan tongkol. Berdasar data dari Kementerian Kelautan dan

Perikanan (KKP) potensi tuna Morotai bisa mencapai 1,7 juta ton/tahun. Namun, potensi tersebut belum sepenuhnya dapat teraktualisasi karena berbagai kendala.

Untuk mengatasi kendala yang ada, Pemkab Pulau Morotai berusaha meningkatkan kemampuan kapasitas nelayan dalam melakukan tangkapan di laut. Salah satu upayanya adalah mengoptimalkan koperasi nelayan. Selain itu, nelayan juga mendapat bantuan kapal dengan tonase yang memadai agar hasil tangkapan semakin banyak. Saat ini, di Pulau Morotai bisa mendapat tangkapan tuna dari jarak 3 mil saja.

Meskipun Pulau Morotai menyimpan begitu banyak potensi, kendala infrastruktur menjadi masalah lain di Pulau ini. Termasuk infrastruktur transportasi yang masih terbatas.

Jika menggunakan AKSES laut hanya bisa menggunakan kapal feri dari Ternate yang memakan waktu 12 jam. Bisa juga menggunakan *speed boat* alias kapal cepat dari Sofifi menuju Ternate, yang hanya memakan waktu 1-1,5 jam. Untuk transportasi udara, hanya ada 1 kali penerbangan dari Ternate yang dilayani oleh Wings Air dengan kapasitas penumpang maksimal 72 orang.

Morotai adalah mutiara yang perlu terus dipoles agar potensinya memancar sehingga memberikan kesejahteraan kepada penduduknya. Dengan kolaborasi semua pihak termasuk Kemlu maka potensi tersebut akan dapat kita realisasikan. Status KEK dengan orientasi hasil yang terukur bisa menjadi jawaban untuk mewujudkan kesejahteraan bagi penduduk setempat.

Ahmad Fachmi S dan Nadia Zagita

SURAT PEMBACA

Redaksi Majalah AKSES Yth, Terima kasih tim Majalah AKSES yang dipimpin oleh ibu Sesditjen Aspasaf telah menyempatkan berkunjung dan mengadakan pertemuan dengan kami beberapa waktu lalu di Pedopo Bupati. Kabupaten Banjarnegara sangat mengapresiasi kepada Kemlu yang berupaya keras untuk membuka peluang serta mata kami di daerah untuk mengembangkan potensi daerah kami serta mendorong pelaku usaha daerah untuk masuk ke pasar internasional. Kami Bupati Banjarnegara dan jajaran berharap agar Ditjen Aspasaf dengan Majalah Akses ini dapat membantu membuka jaringan serta simpul yang sementara ini dirasa menyulitkan pelaku usaha untuk berkembang dan memperluas akses ke pasar global. Wassalam,

Budhi Sarwono
Bupati Banjarnegara

Yth. Redaksi Majalah AKSES, Kami sangat berterima kasih atas majalah yang inspiratif ini.. dengan hadirnya majalah AKSES kiranya dapat menjadi wadah bagi pelaku UMKM, khususnya di Provinsi Riau, untuk melakukan promosi guna menarik minat investor baik dari dalam negeri maupun luar negeri. Hal ini tentunya menjadi suatu kebutuhan bagi pelaku UMKM untuk terus meningkatkan kualitas dan kuantitas produknya agar berdaya saing global. Majalah AKSES merupakan dukungan nyata pemerintah berupa “jembatan” bagi para pelaku UMKM untuk menemukan mitra kerjanya - para investor. Dengan demikian keberadaan UMKM sebagai tulang punggung perekonomian nasional akan semakin kuat.

Fitriani Yulistira, SE, MM
Kasi Deregulasi Penanaman Modal
Dinas Penanaman Modal dan
Pelayanan Terpadu Satu Pintu
Provinsi Riau

Yth. Redaksi Majalah AKSES, Majalah AKSES adalah pintu gerbang Informasi yang sangat mendukung usaha kami memperluas pangsa pasar produk kami. Selaras dengan upaya peningkatan ekspor, Majalah AKSES menjadi referensi yg inspiratif dan tepat untuk mendongkrak pemasaran internasional. Melalui rubrik ini kami sampaikan terimakasih dan apreasi yang setinggi-tingginya atas kinerja Kemlu RI yang telah memfasilitasi kami untuk penetrasi pasar cokelat di Cambodia, Egypt dan Malaysia. Salam Sukses,

Akhsin Al Fata
Director of Bussiness Development
PT. Kampung Coklat Blitar

Redaksi Majalah AKSES Yth,

Terima kasih atas kunjungan Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia (Kemenlu RI) ke Kabupaten Kendal beberapa waktu lalu.

Kunjungan dilakukan dalam rangka Sosialisasi Capaian Diplomasi Ekonomi dengan Stakeholders yang ada di Kabupaten Kendal, Identifikasi Permasalahan yang dihadapi eksportir dan UMKM Kendal untuk memasarkan produk unggulan ke luar negeri, dan identifikasi bentuk kolaborasi untuk peningkatan ekspor produk Kendal ke pasar Aspasaf dan Amerop.

Semoga Kemenlu RI bisa menjadi fasilitator promosi ekonomi, juga mediator jika timbul permasalahan, dan identifikasi peluang ekonomi yang dapat dimanfaatkan daerah.

Kami berharap, ada perhatian dari Kemenlu untuk pelaku usaha dan UMKM di Kabupaten Kendal agar bisa dikenal oleh masyarakat Internasional.

Moch Zakki
CV. Akira Utama
Kendal

Redaksi Majalah AKSES Yth, Terima kasih tim Majalah AKSES telah menyempatkan mampir ke bengkel kerja saya di Rembang beberapa waktu lalu. Terus terang saya sangat apresiasi kepada Kemlu yang terus berupaya dorong pelaku usaha daerah untuk berani masuk ke pasar di luar negeri. Saya berharap Majalah AKSES ini terus menuliskan kisah-kisah inspiratif dan tips bagi pelaku usaha daerah untuk bisa memperluas akses pasar ke negara-negara tetangga kita. Salam sukses,

Susilo Bayu Irawan,
PT Gayatri Tanjung Galeri
di Rembang

Yth. Tim Redaksi Majalah Akses

Saya sangat mengapresiasi banyaknya liputan informatif yang dimuat pada Majalah AKSES. Bermanfaat dan inspiratif!

Oleh karena itu, kiranya dapat dipertimbangkan untuk lebih meningkatkan promosi link versi digital Majalah AKSES di berbagai media sosial agar lebih banyak pihak yang dapat menerima manfaat dari Majalah ini secara continue dan cepat.

Salam,

M. Abdul Hayyil Al Ayyubi
Sekretaris Ketiga
KBRI Dakar

Dear Pemred Akses dan anggota Yth

Sebagai salah satu penggagas Akses dan mantan Pemred, saya ucapkan selamat atas terbitnya kembali Akses. Pas banget waktunya. Di waktu ekonomi sedang terjun akibat korona, dimana banyak pengusaha kesulitan, Akses datang untuk memberikan obat dan harapan. Saya yakin, Akses akan come up dengan ide-ide cerdasnya utamanya memberikan solusi bagi UKM yang terdampak korona untuk bisa tetap menjalin kerjasama luar negeri. Membuat mereka terupdate atas berbagai peluang di tengah krisis ini. Termasuk memberikan tips bagi mereka untuk tetap survive. Sesuai dengan Namanya, Akses Insya Allah akan terus memberi jalan bagi UKM kita untuk maju. Bagi Akses tidak ada kata “buntu”. Namanya juga “Akses”.

Salam dari Kairo
M Aji Surya
DCM KBRI Kairo



Silahkan mengirimkan tanggapan, saran, dan kritik serta pertanyaan Anda ke Redaksi Majalah AKSES melalui:

Fax.: (021) 351 3094
E-mail: akses@kemlu.go.id

Direktorat Jenderal Asia Pasifik dan Afrika Kementerian Luar Negeri

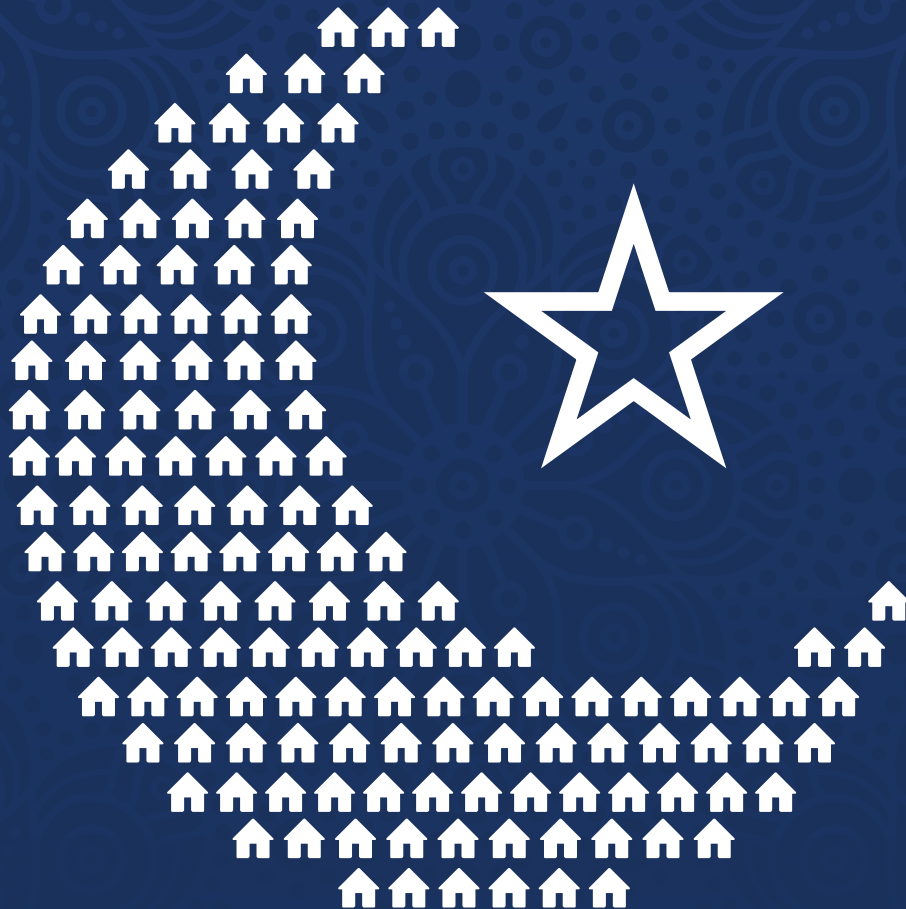
Jl. Taman Pejambon No. 6, Jakarta 10110
Telp. 021 384 9889, Faksimili. 021 351 3094

✉ akses@kemlu.go.id 🌐 akses.kemlu.go.id 📷 @aspasafkemlu

Background Pulau Dodola. Pulau yang paling sering dikunjungi oleh turis ini, memiliki 2 buah pulau di dalamnya, yaitu Dodola Besar dan Dodola Kecil. Kedua pulau itu dihubungkan dengan jalan pasir putih yang tersambung pada saat air laut sedang surut. Foto: Nadia Zagita

Marhaban Ya Ramadhan

1441 H



Ibadah Di Rumah
Ramadhan Penuh Berkah

AKSES

Gerbang Menuju Pasar Dunia