

MAJALAH PELUANG

Edisi III-2014/1

I N F O - A K S E S - A K S I

Memetik Untung dari Eropa Tengah dan Timur



Majalah Direktorat Jenderal Amerika dan Eropa Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia
Jl. Taman Pejambon No. 6 Jakarta 10110 Telp: (+6221) 3812758 • E-mail: tudamerop@gmail.com

Majalah Direktorat Jenderal Amerika dan Eropa Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia

TIM REDAKSI

Pelindung

Duta Besar Dian Triansyah Djani
Direktur Jenderal Amerika dan Eropa

Penasehat/ Penanggung Jawab

Marina Estella Anwar Bey
Sekretaris Direktorat Jenderal
Amerika dan Eropa

Pemimpin Redaksi

Tika Wihanasari

Editor

K. Chandranegara
Heru Santoso
Vahd Nabyul A. Mulachela
Arum Primasty

Administrasi dan Dukungan Umum

Muhamad Roi
Suproyo
Erlis Susanti
Ita Sujiati
Eddy Kusworo
Jiman Riyadi
P. Jonhawe Siahana

Penulis Artikel/Kontributor

Wahyu Herseati
Virdiana Ririen Hapsari
Rezzy Nizawati
Laurina Putri Lestari
Andaru Dhaniswara
Andri Noviansyah
Dalili Fauzanhasbi
Berlian Napitupulu
Enjay Diana
Novi Dwi Ratnasari
Sherly Ponti Windarfi
Angela Duta Patria

Desain Grafis

Agus Palupi - PT. Temprint

Fotografer

Stania Puspawardani

Alamat Redaksi:

Sekretariat Direktorat Jenderal
Amerika dan Eropa
Jln. Taman Pejambon 6, Lantai VI
Kementerian Luar Negeri RI
JAKARTA 10110
Telepon: +6221 3812758
Fax: +6221 3823123
E-mail: tudamerop@gmail.com

WARTA REDAKSI

Salam Redaksi,

Di sela-sela kesibukan dalam menjalankan tugas sehari-hari di Ditjen Amerika dan Eropa, Kementerian Luar Negeri RI, perhatian para punggawa majalah PELUANG dicurahkan juga untuk dapat menyapa kembali para pembaca setia, kali ini dengan mengusung tema peluang pasar di kawasan Eropa Tengah dan Timur yang sangat menjanjikan.

Adalah suatu fakta sejarah yang kiranya jangan pernah kita lupakan, bahwa Indonesia pernah menjalin hubungan persahabatan yang erat dengan kawasan ini. Di masa awal Indonesia berdiri, Yugoslavia merupakan negara di Eropa Tengah Timur yang mengakui kemerdekaan RI dan bahu membahu dalam menggalang Semangat Bandung, dilanjutkan dengan Gerakan Non-Blok yang membidani kemerdekaan di berbagai belahan bumi lainnya. Banyak pelajar Indonesia yang kemudian menuntut ilmu di kawasan ini sehingga kontak antara Indonesia dengan bangsa di kawasan Balkan dan Baltik ini sudah terjalin berpuluh tahun lamanya. Dengan runtuhnya faham komunis dan terbukanya pasar di negara kawasan Eropa dan Rusia ini, maka amat tepat apabila kita menggarap kembali apa yang telah dirintis oleh pendahulu kita di kawasan ini.

Berbekal dengan kesadaran ini, kami ingin mengugah kembali minat para pembaca PELUANG untuk mencoba peruntungan bisnis di kawasan Balkan dan Baltik ini. Berbagai sektor perdagangan barang dan jasa ternyata sudah tergarap, dan perlu di kembangkan lagi, semisal ekspor perikanan dan perkebunan, peluang spa therapist, kerjasama di bidang pertanian dan masih banyak lagi.

Dalam percaturan perdagangan global, wilayah Eropa Tengah dan Timur dapat dilihat sebagai *un-tapped market* yang kiranya perlu di tangani secara serius. Sebagai sesama anggota World Trade Organization, Indonesia dan negara di kawasan Eropa Tengah dan Timur ini sepakat untuk mengikut aturan main dalam WTO. Dalam konteks ini, Redaksi berkesempatan untuk menggali lebih jauh peluang apa yang ada bagi Indonesia untuk menembus pasar dunia melalui keanggotaan kita di organisasi perdagangan dunia ini lewat bincang-bincang dengan Direktur Kerjasama Ekonomi ASEAN, yang juga merangkap sebagai Direktur Perdagangan, Perindustrian, Investasi dan HAKI Kementerian Luar Negeri.

Tanpa perlu berpanjang kata lagi, kami harap edisi Peluang kali ini dapat memberikan informasi terkini yang bermanfaat bagi pembaca sekalian, dan memberikan inspirasi dan gairah baru dalam mengembangkan usaha.

Selamat membaca!

Tim Redaksi Peluang



DAFTAR ISI

LIPUTAN UTAMA

- 04 Eropa Tengah dan Timur - Kawasan Berjuta Peluang
- 09 Balkan - Untapped Market yang Menggiurkan
- 11 Memboyong Produk Seafood Indonesia ke Pasar Eropa Tengah dan Timur
- 14 Eropa Timur melirik Spa Terapis dari Indonesia



INFO PASAR

- 16 Menghirup Sedapnya Aroma Bisnis Kopi di Jerman

INFO KHUSUS

- 19 KTM WTO Bali 2013: Peluangnya untuk Indonesia?
- 22 Komunitas ASEAN 2015 Menjadikan ASEAN Sebagai Organisasi yang digerakkan oleh Masyarakat, Berorientasi kepada Masyarakat dan berpusat kepada Masyarakat

KONTAK BISNIS

- 24 Daftar Importir Produk Indonesia di Kawasan Eropa Tengah dan Timur

AGENDA ACARA

- 31 Jadwal Pameran Niaga di Kawasan Eropa Tengah dan Timur

LIPUTAN AKSI

- 33 Kerjasama Pangan Indonesia - Slowakia : Solusi Atasi Ketergantungan terhadap Gandum Impor

KISAH SUKSES

- 36 Mengulum Kopiko di Polandia

KIAT SUKSES

- 39 Berbisnis di Rusia: Konsistensi dan Kepercayaan Kunci Utama

KOMENTAR

- 43 Surat Pembaca

Redaksi Majalah PELUANG menerima kiriman artikel dalam bahasa Indonesia, kritik, saran, masukan, tanggapan, dan permintaan informasi lainnya. Silakan mengirimkan permintaan anda melalui alamat redaksi dan e-mail: tudamerop@gmail.com



Kawasan Berjuta Peluang

Oleh: Wahyu Herzetiati Priyanto, Direktur Eropa Tengah dan Timur, Kementerian Luar Negeri

Ketika mendengar istilah kawasan Eropa Tengah dan Timur, lazimnya orang akan mengernyitkan dahi. Mungkin masih banyak yang beranggapan bahwa kawasan pecahan Uni Soviet itu adalah belantara komunis yang sulit ditembus, terutama untuk urusan bisnis. Pada kenyataannya, Eropa Tengah dan Timur ibarat anak gadis yang sedang ranum. Mereka membuka diri seluas-luasnya untuk berbagai kerjasama bisnis. Peluang mengajak anda untuk menelaah gambaran umum potensi kawasan Eropa Tengah dan Timur sebagai salah satu fokus pasar non-tradisional Indonesia.

Merek sepatu Bata mungkin sudah sering anda dengar. Media komunikasi online Skype juga pasti sudah bukan barang aneh bagi anda. Namun tahukah anda bahwa merek sepatu Bata berasal dari Republik Ceko? Tahukah pula anda bahwa para pencipta Skype berasal dari Estonia? Ya. Diam-diam, dua negara di kawasan Eropa Tengah dan Timur tersebut telah menghasilkan produk yang kini tak bisa lepas dari keseharian anda.

Baik dari aspek wilayah, sejarah, seni budaya, keindahan alam, sumber daya alam, maupun sumber daya manusia, kawasan Eropa Tengah dan Timur memang menyimpan potensi yang sangat luar biasa. Namun demikian, kawasan tersebut terkesan kalah pamor jika dibandingkan dengan jazirah Eropa Barat yang lebih dikenal orang.

Faktor sejarah memang memegang kontribusi yang sangat besar dalam hal keterbukaan dan akses pasar di Eropa Tengah dan Timur hingga era '90an. Namun di era modern ini, pertumbuhan ekonomi negara-negara di kawasan tersebut cukup baik, dan menyimpan peluang yang cukup menjanjikan sebagai *emerging economic countries*.

Federasi Rusia

Negara terluas di dunia ini memiliki keunggulan di bidang industri persenjataan dan dibekali dengan kekayaan sumber daya alam yang melimpah. Federasi Rusia adalah negara dengan cadangan gas alam terbesar di dunia dan cadangan minyak bumi terbesar kedelapan di dunia. Pada tahun 2012, jumlah penduduknya menempati urutan kesembilan terbesar di dunia, dengan total penduduk 143 juta jiwa. Adapun pada

tahun 2013, pendapatan per kapita penduduk Rusia mencapai USD 14.973. Dengan capaian tersebut, tak heran jika Federasi Rusia menjadi salah satu raksasa perekonomian dunia.

Hubungan Indonesia dan Rusia sendiri telah dimulai sejak abad XIX, ketika Pemerintah Rusia menunjukkan perhatiannya terhadap Indonesia. Kapal-kapal militer Rusia dalam pelayarannya menuju Vladivostok menyinggahi pelabuhan-pelabuhan di Jawa dan Sumatera. Bahkan pada tahun 1885, Rusia membuka kantor perwakilan konsulat tidak tetap mereka di Batavia. Namun karena perdagangan kedua negara kurang maju, maka kantor konsulat Rusia itu ditutup.

Hubungan diplomatik Indonesia - Rusia resmi dibuka kembali setelah Indonesia memperoleh pengakuan kedaulatan. Hal itu ditandai dengan penyerahan nota jawaban

oleh Wakil Menlu Rusia A.A. Gromyko kepada Duta Besar Wisser (Duta Besar Belanda di Moskow) pada 25 Januari 1950. Dalam nota tersebut, Kementerian Luar Negeri Uni Soviet memberitahukan kepada Pemerintah Belanda bahwa sehubungan dengan diadakannya upacara penyerahan kedaulatan dari Pemerintah Belanda kepada Pemerintah Republik Indonesia Serikat pada 27 Desember 1949, maka Pemerintah Uni Soviet memutuskan untuk mengakui Republik Indonesia Serikat sebagai negara merdeka dan berdaulat, serta menjalin hubungan diplomatik dengan negara tersebut.

Dalam perkembangannya, sudah menjadi rahasia umum bahwa Presiden pertama Indonesia, Ir. Soekarno, sangat mengagumi aliran sosialisme Uni Soviet. Kekaguman itu dituangkannya dalam beberapa bangunan yang hingga saat ini masih berdiri kokoh dan menjadi *landmark* Jakarta. Lima bangunan itu, yakni Tugu Tani, Patung Pancoran, Patung Pemuda, Monumen Nasional dan Kompleks Stadion Gelora Bung Karno, mencerminkan gaya Soviet yang kental dengan realisme.



Patung Pemuda yang terletak di Bundaran Senayan dibangun sebagai simbol kontribusi kaum muda terhadap pembangunan negeri ini. Patung Tani yang berdiri tegak di daerah Cikini merupakan karya pematung asal Rusia, Matvey Manizer. Patung itu dianggap sebagai karya Manizer yang paling terkenal di Benua Asia, yang terinspirasi dari cerita seorang ibu yang mendukung putranya saat berjuang meraih kemerdekaan.

Pada masa modern, kerja sama di bidang ekonomi yang menonjol antara Rusia dengan Indonesia meliputi bidang industri pertahanan dan energi. Volume perdagangan Indonesia dengan Federasi Rusia juga cukup besar, dan bahkan menempati urutan pertama untuk kawasan Eropa Tengah dan Timur, dengan capaian angka USD 2,9 milyar untuk periode Januari - Oktober 2013.



Ukraina

Tanah air pesepak bola Andriy Shevchenko ini merupakan salah satu mitra dagang utama Indonesia di kawasan Eropa Tengah dan Timur. Bahkan, volume perdagangan Indonesia dengan Ukraina untuk periode Januari - Oktober 2013 mencapai USD 1 milyar, atau yang kedua terbesar diantara volume perdagangan Indonesia dengan negara-negara lain di kawasan tersebut.

Beribu kota di Kyiv, negara berpenduduk 44,85 juta jiwa (2012) ini memiliki PDB per kapita mencapai USD 3.862 pada tahun 2013. Produk-produk unggulan yang dihasilkan oleh Ukraina antara lain kendaraan dan alat transportasi, pesawat udara, produk metalurgi, industri baja, serta industri gas dan minyak bumi.

Sektor penting lainnya adalah teknologi informasi, pembangkit listrik dan energi terbarukan. Selain itu, sektor pariwisata di negeri yang menjadi salah satu tuan rumah penyelenggaraan Piala Eropa tahun 2012 ini juga menjadi andalan. Ukraina adalah salah satu negara di Eropa yang paling banyak dikunjungi wisatawan.



Polandia

Kekayaan jejak sejarah Polandia mencatatkan 14 situs historis di negeri ini dalam daftar Warisan Dunia yang disusun oleh UNESCO. Namun, secara ekonomis, negeri beribukota Warsawa ini juga tak kalah kaya. Produk-produk pertanian, perbankan, batu bara, energi terbarukan, serta pariwisata adalah sektor ekonomi andalan Polandia. Pada tahun 2013, PDB per kapita negara dengan mata uang Zloty ini mencapai USD 13.334.

Dengan posisinya yang berada di tengah kawasan Eropa Tengah dan Timur, negeri berpenduduk 38,54 juta jiwa (tahun 2012) ini adalah pasar yang sangat menjanjikan bagi produk-produk Indonesia. Polandia menempati peringkat ketiga untuk total volume perdagangan dengan Indonesia, yang mencapai USD 421,55 juta untuk periode Januari - Oktober 2013. Negara ini juga merupakan salah satu tujuan utama investasi asing di kawasan Eropa Tengah dan Timur.

Republik Ceko

Dengan PDB per kapita sebesar USD 18.579 pada tahun 2013, Republik Ceko menjadi salah satu negara dengan tingkat kemakmuran paling tinggi di kawasan Eropa Tengah dan Timur. Seperti halnya beberapa negara lain di kawasan tersebut, sektor pariwisata menjadi andalan negeri yang terkenal dengan kerajinan kristalnya ini.

Selain sektor pariwisata, Republik Ceko mengandalkan perekonomiannya pada industri kendaraan bermotor, industri mesin, industri kimia, elektronika, tekstil, minuman beralkohol dan farmasi. Disamping itu, sektor lain yang tak kalah penting adalah energi dan telekomunikasi. Republik Ceko menempati urutan keempat untuk total volume perdagangan dengan Indonesia yang mencapai USD 197,16 juta untuk periode Januari-Oktober 2013.



Hongaria

Negara dengan ibukota Budapest ini adalah anggota Uni Eropa dan Organization for Economic Cooperation and Development (OECD), dan termasuk negara berpendapatan tinggi. Pada tahun 2012, PDB per kapita Hongaria mencapai USD 12.735, dimana sektor swasta menyumbang 80 persen dari total PDB negara dengan mata uang Forint itu.

Industri utama Hongaria adalah pertambangan, metalurgi, bahan konstruksi, makanan olahan, tekstil, bahan kimia dan kendaraan bermotor. Hasil pertanian utama Hongaria adalah gandum, jagung, kentang, gula dan hasil peternakan. Pada periode Januari - Oktober 2013, nilai perdagangan Indonesia - Hongaria mencapai USD 175,42 juta.

Belarus

Pada 2012, Belarus dengan mata uang Ruble memiliki PDB USD.6.739. Sektor ekonomi terpenting Belarus adalah sektor jasa dan manufaktur. Ekspor utama negeri beribukota Minsk ini adalah alat berat (traktor), hasil pertanian dan energi. Selain itu hasil penting lain di negara berpenduduk 9,45 juta jiwa (tahun 2012) ini adalah hasil hutan dan tekstil. Pada periode Januari - Oktober 2013, nilai perdagangan Indonesia-Belarus mencapai USD.131,45 juta.

Romania

Negara yang wilayahnya dibatasi oleh Laut Hitam ini merupakan negara berpenduduk terbesar ketujuh di Uni Eropa, dengan jumlah penduduk 20,12 juta jiwa (tahun 2012). Romania menjadi salah satu negara yang perkembangan perekonomiannya merefleksikan potensi yang cukup menggiurkan sebagai pasar produk Indonesia.

Hal tersebut antara lain terefleksikan dari PDB Romania, yang pada tahun 2013 mencapai kisaran USD 8.630. Dalam tahun itu pula, perekonomian negara yang pusat pemerintahannya terletak di Bucharest ini tumbuh sebesar 1,6 persen, dan diprediksi naik hingga 2,2% pada tahun 2014.

Produk utama Romania adalah kendaraan bermotor, perangkat lunak, tekstil, bahan kimia, farmasi, dan hasil pertanian (buah-buahan, bunga hias, sayuran). Pada periode Januari - Oktober 2013, nilai perdagangan Indonesia-Romania mencapai USD.104,12 juta.

Bulgaria

Sebagai salah satu negara *emerging economy* di kawasan Eropa Tengah dan Timur, Bulgaria mencatat riwayat menarik dengan beralih dari negara berbasis ekonomi pertanian menjadi negara berbasis ekonomi industri dan iptek. Produk utama Bulgaria saat ini adalah besi dan baja, bahan kimia, komponen kendaraan, mesin, dan bahan kimia.

Disamping itu, sektor penting lain dalam perekonomian salah satu negara anggota Uni Eropa ini adalah industri energi berbasis minyak bumi, batubara dan besi, di mana Bulgaria adalah produsen batubara terbesar keenam di Eropa. Produk ekspor penting lainnya adalah hasil pertanian terutama minyak pewangi. Pada Januari - Oktober 2013, nilai perdagangan Indonesia - Bulgaria mencapai USD. 81,21 juta.

Slovenia

Negara pecahan Yugoslavia yang berdiri tahun 1991 ini berpenduduk 2,05 juta jiwa dengan PDB per kapita sebesar USD 22.192 (data tahun 2012). Slovenia, yang mengadopsi mata uang Euro, masuk kategori negara dengan pendapatan tinggi di kawasan Eropa Tengah dan Timur.

Perekonomian Slovenia ditopang oleh sektor jasa, yang menduduki dua per tiga perekonomian negara beribukota Ljubljana itu. Sektor penting lainnya dalam perekonomian Slovenia adalah industri dan konstruksi, dengan produk utama kendaraan bermotor, elektronika, mesin, farmasi, dan bahan bakar. Pada Januari - Oktober 2013, nilai perdagangan Indonesia - Slovenia mencapai USD.72,41 juta.

Georgia

Potensi utama negara berpenduduk 4,55 juta jiwa (tahun 2013) ini adalah kekayaan energi *hydropowernya* yang besar. Sektor perekonomian terpenting di Georgia adalah pertanian dan pariwisata, dengan komoditas impor utama gas alam, mesin, hasil minyak dan alat transportasi.

Pertumbuhan perekonomian Georgia juga cukup tinggi, dan pada tahun 2013 PDB per kapitanya sebesar USD 3.596. Pada Januari - Oktober 2013, nilai perdagangan Indonesia - Georgia mencapai USD 52,02 juta. Georgia juga dikategorikan oleh Bank Dunia sebagai negara dengan kemudahan dalam melakukan usaha.

Latvia

Negeri yang memisahkan diri dari Uni Sovyet pada 1991 ini kini menjadi anggota Uni Eropa dengan mata uang Euro. Pada 2013, PDB per kapita Latvia adalah USD 13.984. Produk utama negeri berpenduduk 2 juta jiwa (tahun 2012) ini adalah pengolahan kayu, makanan, produk pertanian, mesin dan elektronik. Disamping itu, Latvia memiliki keunggulan dalam teknologi pembangkit listrik berbasis hidroelektrik, biomass dan biogass. Pada Januari - Oktober 2013, nilai perdagangan Indonesia - Latvia adalah sebesar USD 46,33 juta.

Slowakia

Setelah memisahkan diri dari Ceko-slowakia pada Januari 1993, negara berpenduduk 5,4 juta jiwa (2012) ini pada 2004 bergabung dengan Uni Eropa dan menggunakan mata uang Euro. Slowakia adalah salah satu negara zona Euro dengan pertumbuhan ekonomi yang tinggi. Pada tahun 2012, PDB per kapita Slowakia mencapai USD.16.726.

Penopang utama perekonomian Slowakia adalah sektor jasa dan industri. Produk utama negara yang beribukota di Bratislava ini adalah perakitan kendaraan dan elektronika, di mana Slowakia adalah salah satu perakitan kendaraan bermotor terbesar di dunia. Sektor penting lainnya adalah teknologi pembangkit listrik energi nuklir. Sektor pariwisata juga berkontribusi besar bagi perekonomian Slowakia. Pada Januari - Oktober 2013, nilai perdagangan Indonesia - Slowakia mencapai USD. 44,39 juta



Estonia

Diantara negara-negara pecahan Uni Soviet, pendapatan per kapita Estonia termasuk yang paling tinggi. Pada tahun 2013, PDB per kapita negara berpenduduk 1,28 juta jiwa (2013) ini mencapai USD 18.127. Negara ini juga terkenal dengan perkembangan teknologi informasinya yang cukup pesat. Salah satu wujudnya adalah perangkat lunak komunikasi Skype yang saat ini sudah digunakan di seluruh dunia.

Penopang utama perekonomian Estonia adalah industri pengolahan minyak, telekomunikasi, tekstil, bahan kimia, perbankan, jasa, makanan, perikanan, kayu, elektronika, perkapalan dan transportasi. Ketergantungan Estonia akan impor energi juga menjadikan sektor energi terbarukan berkembang pesat. Pada Januari - Oktober 2013, nilai perdagangan Indonesia - Estonia mencapai USD.37,65 juta

Lithuania

Negara dengan ibukota Vilnius ini merupakan salah satu anggota Uni Eropa di kawasan Eropa Tengah dan Timur yang pertumbuhan ekonominya cukup tinggi. Bahkan, PBB menggolongkan Lithuania sebagai negara dengan Indeks Pembangunan Manusia yang Tinggi. Hal itu salah satunya terlihat dari PDB per kapita negara berpenduduk 2,95 juta jiwa ini, yang pada tahun 2013 mencapai USD 15.632.

Sektor ekonomi Lithuania bertumpu pada ekonomi berbasis ilmu pengetahuan dengan penekanan pada bioteknologi dan manufaktur. Selain itu, industri teknologi informasi

juga memegang peranan penting dalam menyokong perekonomian negara yang pada tahun 2013 mengetuai Uni Eropa ini. Pada Januari-Oktober 2013, nilai perdagangan Indonesia-Lithuania mencapai USD.29,97 juta.

Kroasia

Produk utama negara yang memisahkan diri dari Yugoslavia pada 1991 ini adalah hasil industri perkapalan, makanan, farmasi, teknologi informasi, biokimia dan perikanan. Selain itu, sektor pariwisata juga memegang peranan penting bagi perekonomian Kroasia.

Negara yang resmi bergabung dengan Uni Eropa pada 2013 ini juga memiliki pertumbuhan perekonomian yang cukup pesat, sekaligus menjadi partner kerja sama perekonomian yang menjanjikan bagi Indonesia. Pada 2012, PDB per kapitanya mencapai USD 12.971, sementara nilai perdagangannya dengan Indonesia untuk periode Januari - Oktober 2013 mencapai USD 23,41 juta.

Albania

Dengan jumlah penduduk 3 juta jiwa (2011), Albania memiliki PDB per kapita sebesar USD.4.634 pada 2012. Pertanian menjadi sektor utama perekonomian Albania, dan produk ekspor utama negara yang memiliki mata uang Lek ini adalah gandum, jagung dan tembakau. Pada Januari-Oktober 2013, nilai perdagangan Indonesia-Albania mencapai USD 12,86 juta dengan peningkatan ekspor Indonesia sebesar 69,52%.

Bosnia - Herzegovia

Setelah merdeka dari Yugoslavia pada 1992, Bosnia - Herzegovina termasuk negara yang secara ekonomi layak diperhitungkan. Sejak berakhirnya Perang Balkan pada dekade '90-an, perekonomian negara beribukota Sarajevo ini terus meningkat. Pada 2007, angka penanaman modal asingnya mencapai Euro 1,62 milyar, dengan PDB per kapita sebesar USD 4.865 pada 2013. Komoditas ekspor utama Bosnia - Herzegovina adalah produk metal, pakaian dan produk perikanan, sedangkan komoditas

impor utamanya adalah mesin, bahan kimia, bahan bakar dan bahan makanan. Pada Januari-Oktober 2013, nilai perdagangan Indonesia – Bosnia Herzegovina mencapai USD 11,39 juta dengan peningkatan ekspor Indonesia senilai 92,35%.

Armenia

Memisahkan diri dari Uni Soviet pada 1991, negara dengan ibukota Yerevan ini dikenal karena warisan budaya abad pertengahannya. Negara berpenduduk 3,26 juta jiwa (2010) ini memiliki PDB per kapita USD. 2.990 pada 2012. Sektor industri adalah sektor utama perekonomian Armenia, dengan produk utama bahan kimia, elektronika, mesin, makanan olahan, karet sintetis, tekstil dan barang manufaktur. Pada Januari - Oktober 2013, nilai perdagangan Indonesia - Armenia mencapai USD 3,25 juta.

Serbia

Negara pecahan Yugoslavia dengan ibukota Beograd ini berpenduduk 7,18 juta jiwa (2011). Serbia berdiri menjadi negara sendiri pada 2006. Pada tahun 2013, PDB per kapita Serbia mencapai USD 6.017. Sektor utama ekonomi Serbia adalah pertanian, dengan nilai ekspor mencapai USD 2,5 milyar pada 2012.

Sektor industri di Serbia terfokus pada perakitan kendaraan, farmasi, pertambangan, metal, makanan, dan pakaian. Impor utama Serbia adalah minyak dan gas, kendaraan, mesin dan peralatan, dan elektronik. Pada Januari - Oktober 2013, nilai perdagangan Indonesia-Serbia mencapai USD 2,48 juta dengan peningkatan ekspor Indonesia sebesar 2,20%.

Moldova

Pada 2013, PDB per kapita Moldova mencapai USD 2.037. Ekspor utama negara yang memisahkan diri dari Uni Soviet pada 1991 ini adalah mesin, tekstil dan bahan makanan, sementara impor utamanya meliputi produk mineral, bahan kimia, bahan bakar, tekstil, mesin dan peralatan. Pada Januari - Oktober 2013, nilai perdagangan Indonesia - Moldova mencapai USD 1,88 juta.

Montenegro

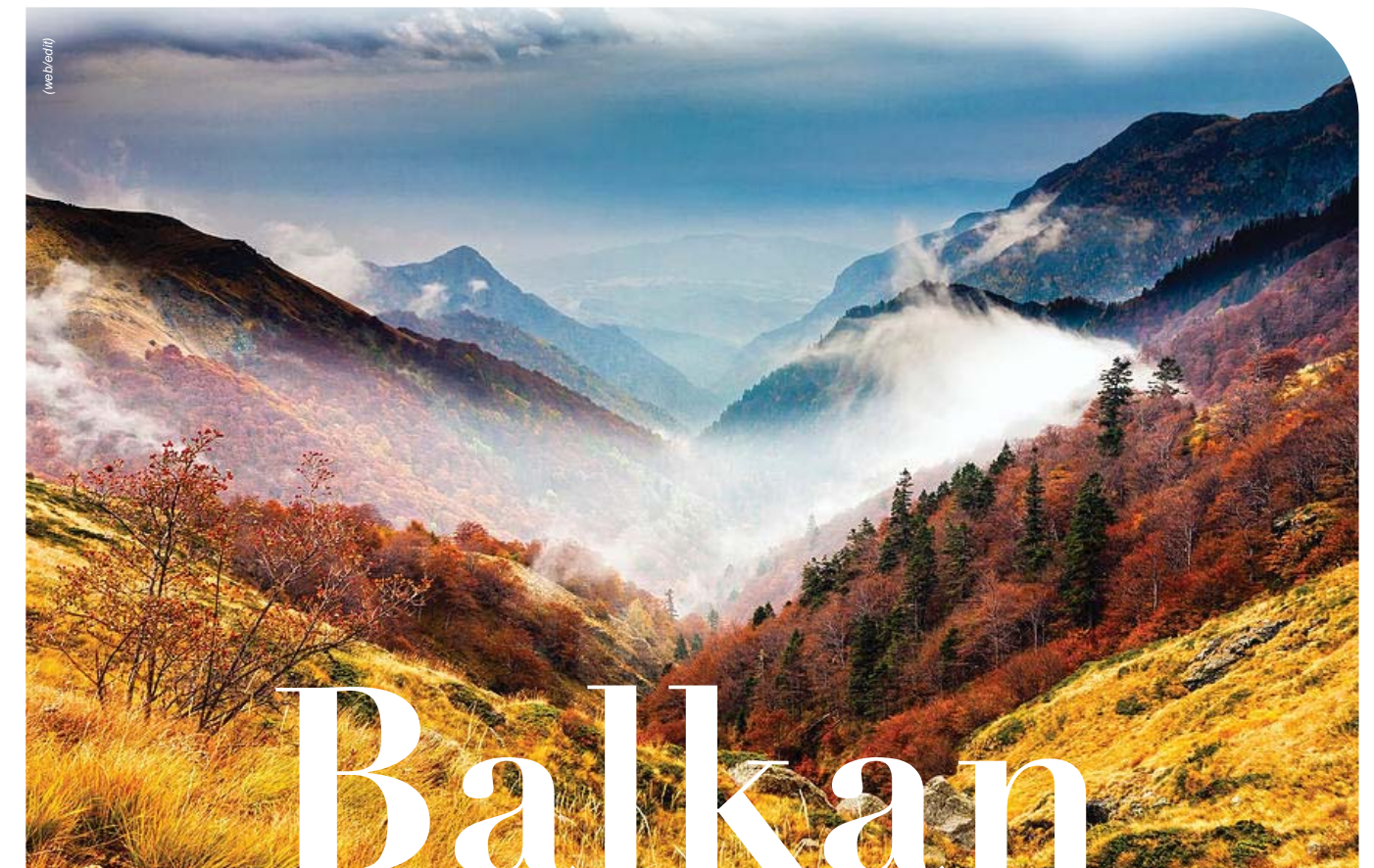
Setelah memisahkan diri dari Serbia pada 2006, negara yang beribu kota di Podgorica ini menitik beratkan perekonomiannya pada sektor jasa, industri, dan pertanian. Produk ekspor utama Montenegro adalah metal, sedangkan komoditas impornya meliputi minyak, makanan dan tenaga listrik.

Pada 2011, Montenegro berpenduduk 625 ribu dengan PDB per kapita sebesar USD 6.881 pada 2012. Nilai perdagangan Indonesia - Montenegro untuk periode Januari - Oktober 2013 mencapai USD 1,7 juta dengan peningkatan ekspor Indonesia sebesar 59%.

Makedonia

Negara dengan PDB per kapita USD 4.935 (tahun 2013) ini memisahkan diri dari Yugoslavia pada 1993. Produk ekspor utama Makedonia adalah makanan, tembakau, tekstil, besi dan suku cadang kendaraan, sedangkan komoditas impor negara beribu kota Skopje ini meliputi mesin, kendaraan, suku cadang, bahan kimia, makanan dan bahan bakar. Pada Januari - Oktober 2013, nilai perdagangan Indonesia - Makedonia mencapai USD 685 ribu.

(Andaru Dhaniswara)



Untapped Market yang Menggiurkan

Bagi sebagian masyarakat Indonesia, istilah Balkan mungkin merupakan sebuah konsep yang abstrak. Mungkin ada yang pernah mendengar, tapi tidak banyak yang tahu persis negara-negara mana saja yang masuk kawasan Balkan.

Balkan sendiri sebenarnya merupakan nama gunung yang membentang dari timur Bulgaria sampai dengan timur Serbia. Adapun negara-negara yang termasuk dalam kawasan Balkan antara lain adalah Albania, Bulgaria, Bosnia dan Herzegovina, Makedonia, dan Montenegro, serta Kroasia. Negara-negara tersebut terkenal keindahan pemandangan pantai di tepi laut adriatiknya.

Sebagaimana bentang alamnya, prospek kerja sama ekonomi Indonesia dengan negara-negara di kawasan Balkan juga relatif sangat indah, dengan angka perdagangan yang terus meningkat. Periode Januari - Oktober 2012 mencatat angka perdagangan bilateral sebesar USD 110,47 juta, dan meningkat 21 % menjadi USD 133,76 juta pada periode

yang sama di tahun berikutnya. Angka tersebut membuktikan bahwa negara-negara yang berada di kawasan Balkan menyimpan beragam peluang pasar yang cukup menjanjikan, namun belum tergarap secara optimal (*untapped market*). Hal ini juga turut didukung oleh besarnya minat perusahaan-perusahaan di kawasan Balkan untuk menjalin kerja sama perdagangan dengan berbagai perusahaan di Indonesia.

Salah satu negara yang menyimpan potensi pasar yang besar bagi produk Indonesia adalah Serbia. Posisinya yang strategis baik di kawasan Balkan maupun Eropa Tengah dan Timur (ETT) menjadikan negara kelahiran petenis Novak Đoković tersebut pasar yang ideal sebagai tujuan ekspor produk minyak sawit dan cokelat Indonesia.

Tingginya kebutuhan Serbia akan produk nabati dan hewani terefleksikan dari data-data terkait komoditas impor negara tersebut. Pada 2010, angka impor produk *crude animal and vegetable materials* Serbia mencapai USD 39,33 juta, sedangkan untuk produk *animals oils and fats* mencapai USD 2,87 juta. Adapun impor produk *fixed vegetables fats and oil*, minyak mentah dan minyak sulingan mencapai USD 30,95 juta, serta impor produk minyak dan tumbuhan mencapai USD 5,16 juta.

Peluang pasar yang demikian besarnya itu sayangnya belum dimanfaatkan secara maksimal oleh pengusaha Indonesia. Tercatat bahwa ekspor lemak dan minyak nabati maupun hewani dari Indonesia ke Serbia selama 2010 hanya mencapai USD 784 ribu.

Potensi pasar minyak kelapa sawit di Bulgaria juga tak kalah menggiurkan. Negara berpenduduk 7,28 juta jiwa dengan PDB sebesar USD 52,42 milyar tersebut selama ini telah mengimpor *lysine*, minyak lemak nabati, tuna, ikan hias, ban kendaraan, kertas dan karton, sabun, benang, serta furnitur dari Indonesia.

Pada tahun 2013, ekspor terbesar Indonesia ke Bulgaria berkisar pada produk minyak kelapa sawit, kopi, dan kertas. Bahkan, mayoritas produk *palm oil* yang beredar di Bulgaria diyakini berasal dari Indonesia. "Permintaan masyarakat Bulgaria untuk *palm oil* beserta produk turunannya pada masa mendatang masih terus meningkat," ujar Menteri Pertanian dan Pangan Bulgaria, Dimitar Grekov.

Disamping menjadi negara tujuan ekspor, Bulgaria juga menunjukkan minat yang besar untuk melakukan kerja sama teknik dengan Indonesia dalam bidang pertanian, termasuk ketahanan pangan. Dalam perdagangan bilateral antara Indonesia dengan Bulgaria, produk-produk pertanian beserta turunannya merupakan komoditas unggulan bagi kedua pihak.

Selain kedua negara tersebut, negara lain yang layak dipertimbangkan untuk melabuhkan jangkar di kawasan Balkan adalah Kroasia. Jumlah penduduk negara yang terkenal dengan pantainya itu memang hanya sekitar empat juta jiwa. Namun, posisinya yang berada di tengah-tengah kawasan Balkan beserta pelabuhan internasionalnya, yaitu Rijeka, dan Bandara Osijek, menjadikan Kroasia hub perdagangan internasional yang sangat menguntungkan.

Keuntungan tersebut akan semakin meningkat seiring dengan masuknya Kroasia menjadi anggota Uni Eropa sejak 1 Juli 2013. Keanggotaan tersebut akan membuka peluang untuk meningkatkan perdagangan dengan Kroasia, karena negara itu akan menjadi bagian dari kerangka *Comprehensive Economic Partnership Agreement* (CEPA) RI – Uni Eropa.

Selain itu, masuknya Kroasia ke Uni Eropa akan membuat batas-batas negara antara Kroasia dengan tetangga-tetangganya makin sumir. Artinya, akses pasar dari Kroasia akan semakin terbuka. Perlu diperhatikan bahwa negara-negara tetangga Kroasia memiliki jumlah penduduk total sekitar 100 juta jiwa. Sungguh sebuah peluang pasar yang amat sayang untuk disia-siakan.

(Novi Dwi R.)



Memboyong Produk Seafood Indonesia ke Pasar Eropa Timur

***"Bukan lautan hanya kolam susu. Kail dan jala cukup menghidupimu
Tiada badai tiada topan kau temui. Ikan dan udang menghampiri dirimu..."***

Siapa yang tidak kenal petikan syair lagu di atas? Lagu berjudul "Kolam Susu" tersebut sudah tidak asing lagi bagi sebagian besar telinga orang Indonesia. Lagu merdu itu dipopulerkan grup legendaris Koes Plus pada tahun 1970-an. Menggambarkan betapa subur dan kayanya sumber daya alam Indonesia. Tidak hanya di darat, namun juga di lautan yang luas.

Memang tepat rangkaian kata dalam lirik lagu tersebut. Hanya dengan bermodalkan kail dan jala, masyarakat di sekitar pesisir dan perairan Indonesia bisa mencukupi kebutuhan sehari-hari. Tentunya dari hasil tangkap dan budi daya ikan. Hal ini memperlihatkan bahwa sumberdaya perikanan sangat bisa diandalkan sebagai sumber pembangunan ekonomi nasional.

Baik perikanan tangkap maupun budi daya mempunyai potensi sangat besar untuk dimanfaatkan. Hal ini mendasari kebijakan Presiden Abdurrahman Wahid mengangkat Ir. Sarwono Kusumaatmaja sebagai Menteri Eksplorasi Laut dalam Kabinet Periode 1999-2004). Dalam perkembangannya, instansi tersebut berubah menjadi Kementerian Kelautan dan Perikanan hingga sekarang.

Indonesia merupakan negara kepulauan terbesar di dunia. Lebih dari 17 ribu pulau besar dan kecil, dirajut satu sama lain oleh lautan yang begitu luas, sehingga menjadi Indonesia. Luas lautan Indonesia (3,3 juta km²) lebih besar dari wilayah daratannya (1,89 juta km²). Bayangkan, apabila kita kunjungi selama 1 hari setiap pulau yang dipunyai Indonesia, kita akan memerlukan waktu lebih dari 46 tahun!

Dengan wilayah lautan yang begitu luas, Indonesia dikaruniai potensi yang sangat besar di bidang perikanan dan hasil-hasil laut lainnya. Bagi masyarakat Indonesia, ikan merupakan pilihan utama menu makan sehari-sehari pengganti daging dan unggas. Selain memiliki nilai gizi yang baik, harga ikan lebih terjangkau dibandingkan rata-rata harga daging atau unggas. Belum lagi

hasil perikanan air tawar yang jumlahnya tak kalah berlimpah, baik tangkap maupun budi daya.

Berdasarkan data Kementerian Kelautan dan Perikanan (KKP), di tahun 2013 setiap orang Indonesia rata-rata mengkonsumsi ikan sebanyak 35,14 kg per tahun. Di bandingkan 7 tahun sebelumnya, jumlah ini menunjukkan peningkatan rata-rata sebesar 10,11 kg. Produksi ikan Indonesia di tahun 2013 adalah 11,06 juta ton, yang terdiri dari 5,86 juta ton hasil perikanan tangkap; dan 5,2 juta ton hasil perikanan budidaya. Nilai produk ikan tersebut cukup signifikan, yaitu sekitar Rp 126 triliun!

Ekspor produk perikanan Indonesia di tahun 2013 adalah sebesar 802 ribu ton, yang nilainya sekitar US\$ 2,6 miliar.

Negara tujuan utama ekspor itu adalah Tiongkok/China (25%); Amerika Serikat (11%); Jepang (8%); Uni Eropa (6%).

Meski nilai ekspor ini cukup tinggi, namun Indonesia masih diterpa persoalan. Sanksi larangan ekspor produk perikanan ke beberapa negara masih perlu diselesaikan. Salah satu caranya adalah dengan membenahi permasalahan mendasar seperti sanitasi, sarana dan prasarana, serta dukungan permodalan nelayan dan industri hilir.



Ekspor Ikan Indonesia ke Rusia

Untuk urusan ekspor-impor, Rusia adalah mitra terbesar Indonesia di Eropa Timur. Meskipun Indonesia masih mengalami defisit, namun volume perdagangan dengan Rusia terus meningkat pesat. Di tahun 2010, nilai perdagangan dengan Rusia mencapai US\$ 1,68 milyar. Dua tahun berikutnya, di tahun 2012, nilai total perdagangan tercatat sebesar US\$ 3,37 milyar. Artinya, meningkat seratus persen! Nah, salah satu produk ekspor Indonesia ke Rusia adalah produk perikanan, alias *seafood*.

Agar ekspor *seafood* ke Rusia tersebut berjalan mulus, Indonesia dan Rusia sepakat membuat kerjasama untuk menjamin mutu dan keamanan hasil perikanan. Perjanjian itu disebut *Mutual Recognition Arrangement* (MRA), yang berlaku sejak April 2009. Nama lengkap kerjasama itu adalah "*Arrangement on Quality Control and Hygiene Safety of Import and Export Fish and Fishery Products between The Ministry of Marine Affairs and Fisheries of the Republic of Indonesia and The Federal Service for Veterinary and Phytosanitary Surveillance (Rosselkhoznadzor) of the Russian Federation*".

Sejak MRA mulai berlaku, ekspor hasil perikanan Indonesia ke Rusia meningkat pesat. Bukan hanya itu, MRA juga berhasil mendongkrak ekspor *seafood* Indonesia ke Belarus dan Kazakhstan. Perbandingannya seperti ini: di tahun 2009 ekspor hasil perikanan Indonesia ke Rusia tercatat 1.568 ton senilai US\$ 6 juta. Di tahun 2010, naik menjadi 4.985 ton (US\$ 18,7 juta). Pada tahun berikutnya, tahun 2011, meningkat hingga 4.830 ton senilai US\$ 21,9 juta. Pada tahun 2012, ekspor produk ikan Indonesia ke Rusia meningkat lagi hingga menembus nilai US\$ 44 juta. Unit Pengolahan Ikan (UPI) Indonesia yang terdaftar dan mendapat izin ekspor ke *Custom Union* saat ini sebanyak 166 unit.



Larangan sementara ekspor produk ikan Indonesia ke Rusia

Melambungnya nilai ekspor *seafood* ke Rusia bukanlah tanpa hambatan. Salah satu ganjalan yaitu larangan sementara yang diterapkan otoritas Rusia terhadap produk *seafood* impor asal Indonesia sejak Juli 2013.

Otoritas tersebut, yang dikenal dengan nama *Federal Service For Veterinary And Phytosanitary Surveillance of the Russian Federation (Rosselkhoznadzor)*, melarang impor produk ikan dari beberapa perusahaan eksportir *seafood* Indonesia. Penyebabnya yaitu ditemukannya kandungan zat berbahaya dalam produk ikan Indonesia, sehingga belum memenuhi standar yang diterapkan Rusia, Kazakhstan dan Belarus (*Custom Union*). Zat-zat berbahaya itu antara lain *Sulphite-reducing clostridia*, *Merkuri*, *Crystal violet*, *Mesophyllaerobic and optinal-anaerobic microorganism* dan *Escherichia coli* yang melebihi ambang batas.

Otoritas Rusia meminta instansi berwenang di Indonesia memeriksa perusahaan-perusahaan eksportir produk ikan tersebut. Diharapkan penyebab adanya kandungan zat berbahaya pada produk ikan tersebut bisa diketahui dan disampaikan juga ke pihak Rusia (*Rosselkhoznadzor*).

Indonesia pun tidak tinggal diam. Demi melindungi akses pasar produk nasional, Indonesia segera mengambil langkah-langkah untuk merespon dan meminimalisir dampak larangan tersebut. Badan Karantina Ikan, Pengendalian Mutu dan Keamanan Hasil Perikanan Kementerian Kelautan dan Perikanan (BKIPM KKP) pun sigap turun tangan. Lembaga tersebut menginvestigasi langsung ke perusahaan-perusahaan yang diduga terlibat. Mereka diharuskan melakukan perbaikan. Produksi ikan yang diekspor ke Rusia dan negara lain harus memperhatikan persyaratan dan sanitasi yang berlaku.



Sebagai contoh, BKIPM KKP telah melakukan investigasi terhadap salah satu perusahaan eksportir yang produk ikan bekunya diduga mengandung *Crystal violet*. Setelah diinvestigasi, ternyata diketahui bahwa proses pencucian yang diterapkan perusahaan tersebut tidak sesuai prosedur. Akibatnya, terjadi kontaminasi silang yang berdampak pada tercemarnya produk ikan beku. Perusahaan tersebut kemudian melakukan perbaikan. Sistem pencucian telah disesuaikan prosedur, sehingga potensi kontaminasi silang dapat dihindari.

Larangan Sementara produk ekspor ikan Indonesia ke Uni Eropa

Sebelum Rusia, larangan ekspor serupa juga pernah dilakukan Uni Eropa terhadap Indonesia. Penyebabnya, di bulan April 2010 ditemukan kadungan residu antibiotik dalam produk ikan Indonesia. Larangan ekspor tersebut akhirnya dicabut setelah berbagai pemeriksaan oleh tim audit Uni Eropa pada November 2012. Pencabutan larangan ekspor ke UE pun tidak ditanggapi dengan santai. Indonesia terus berupaya mengembalikan kepercayaan negara-negara Eropa dan Amerika. Indonesia sangat *concern* terhadap kebersihan dan keamanan produk makanan. Karena itu Indonesia memperkuat aturan dan pengawasan eksportir produk ikan dan *seafood*. Hasilnya cukup nyata. Volume ekspor hasil perikanan Indonesia ke Eropa, yang di tahun 2010 tercatat sebesar 80 ribu ton (senilai US\$ 330 juta), melejit hingga menembus angka 86.925 ton (senilai US\$ 444 juta) di tahun 2012.

Masih ada Peluang di Pasar Rusia dan Custom Union (Rusia, Kazakhstan, Belarus)

Meski ada larangan sementara, peluang ekspor ikan ke Rusia masih terbuka. Negeri beruang merah itu adalah importir ikan dan *seafood* terbesar kelima di dunia. Di tahun 2011, impor ikan dan *seafood* Rusia nilainya mencapai US\$ 2,6 milyar.



Negara-negara pengeksportir utama antara lain Norwegia (36,3%), China (12%), Islandia (6,3%) dan Kanada (4,5%). Produk impor utama ke Rusia yaitu ikan salmon segar dan beku, udang beku, mackerel dan ikan *fillet*.

Geliat bisnis produk ikan dan *seafood* di Rusia memang berkembang pesat. Buktinya bisa dilihat di acara *the 22nd World Food Moscow* yang digelar pada 15-19 September 2013 lalu. Di sana bisa dilihat besarnya antusiasme para pengusaha Rusia dan beberapa negara *Commonwealth Independent States* (CIS). Di pameran tersebut, ada satu paviliun yang khusus disiapkan untuk produk *seafood*.

Indonesia tentu tidak mau kalah dan ikut ambil bagian di pameran tersebut. Tercatat 5 (lima) perusahaan pengolahan *seafood* besar asal Indonesia hadir. Mereka yaitu PT. Kelola Mina Laut, PT. Prasetya Agung, PT. Cahaya Utama, PT. Dharma Samudera dan PT. Bumi Menara Internusa.

Banyak pengunjung pameran yang tertarik akan produk-produk ikan dan *seafood* dari Indonesia. Mereka adalah para eksportir dan pengusaha restoran di Rusia dan beberapa negara sekitarnya. Belarus, yang merupakan salah satu anggota CIS dan *Custom Union*, tertarik untuk menerima ekspor *dried flying fish roe* (telur ikan beku/caviar) asal Indonesia.

Asal diketahui saja, hampir penduduk di semua negara bekas Uni Soviet amat gemar mengkonsumsi caviar yang dalam bahasa Rusia disebut dengan ikra.

Ketertarikan Belarus atas produk *seafood* Indonesia adalah peluang yang wajib dimanfaatkan sebaik mungkin oleh Indonesia. Tentu standar mutu kebersihan dan keamanan produk ikan harus menjadi hal yang paling utama. Tidak boleh dianggap remeh. Keinginan Belarus mengimpor produk *seafood* asal Indonesia tersebut seakan memberi angin segar dan pintu menuju pasar yang baru di Eropa Timur. Untuk itu, kalangan swasta Indonesia bisa memanfaatkan kesempatan. Kalau Viet Nam saja bisa berada di peringkat 6, dan Thailand berada di peringkat 9 eksportir *seafood* terbesar ke Rusia, maka Indonesia pun harus optimis bisa berada diperingkat lebih tinggi atas kedua negara tersebut dimasa depan!

"...Bukan lautan hanya kolam susu;
Kail dan jala cukup menghidupmu;
Tiada badai tiada topan kau temui;
Ikan dan udang menghampiri dirimu..."

(Berlian Napitupulu / Enjay Diana / Andri Noviansyah)



Dicari!

Terapis Spa “Certified” ke Eropa Tengah dan Timur (Sekilas Wawancara dengan BNP2TKI)

Kawasan Eropa Tengah dan Timur (ETT) kini tengah dilirik tenaga kerja Indonesia. Bagi mereka, ini merupakan kesempatan emas untuk berkarir di benua bergengsi, meraup gaji lebih banyak, sekaligus menimba pengalaman berkarya di taraf internasional.

Pada era Presiden Soekarno, kawasan ETT sudah menjadi kerabat dekat Indonesia dalam hubungan luar negeri. Saat itu, para tenaga profesional Indonesia pun telah ramai datang ke negara-negara seperti Bulgaria, Cekoslowakia, dan Uni Soviet untuk bekerja sebagai dosen, mahasiswa, dan profesi formal lainnya. Singkat kata, kawasan ETT sudah dikenal sejak lama oleh masyarakat Indonesia-termasuk para TKI.

Dewasa ini, bak jamur di musim hujan, industri spa berkembang pesat di kawasan ETT. Ratusan hingga ribuan tenaga kerja pun diperlukan untuk mengisi lowongan sebagai terapis spa profesional. Kabar baiknya, Indonesia diminati sebagai sumber penyedia terapis di sana. Rusia, Bulgaria, Ceko, dan Slovakia, adalah contoh negara-negara yang sering memboyong tenaga profesional Indonesia untuk bekerja sebagai terapis spa.

Mencegah “Terapis Gelap”

Sedikitnya empat ribu tenaga terapis spa telah didatangkan dari Pulau Dewata Bali. Angka ini cukup fantastis. Namun, di balik itu masih ada persoalan yang perlu dicari solusinya. Permintaan dari negara-negara kawasan ETT yang hanya mau menerima terapis Indonesia yang berasal dari Pulau Dewata ternyata menyisakan berbagai masalah. Tantangan pertama yang harus dihadapi adalah praktik monopoli. Daerah yang menguasai penyediaan terapis spa tidak mau berbagi peluang dengan daerah lain untuk ikut mengirim terapis spa. Akibatnya, kesempatan bagi terapis spa yang berasal dari daerah lain untuk merasakan pengalaman bekerja di Eropa menjadi semakin kecil. Dampaknya, banyak perekrutan terapis spa yang dilakukan secara ilegal, alias “terapis gelap”. Contohnya adalah pengiriman terapis spa tepi pantai yang tidak tersertifikasi.



Standar Internasional

Untuk menjadi tenaga terapis spa profesional ternyata tidak semudah membalik telapak tangan. Seperti yang dijelaskan Ibu Endang Sulistyaningsih, Deputi Kerja Sama Internasional dan Promosi BNP2TKI, kepada majalah Peluang, bahwa terdapat 7 buah sertifikat yang harus dimiliki oleh para kandidat terapis spa sebelum mereka bisa dikirim ke negara-negara di kawasan ETT. Sertifikat itu bermacam-macam. Namun fungsinya yaitu untuk memastikan bahwa terapis spa memenuhi standar profesi yang

berlaku di manca negara. Ibu Endang menjelaskan, “Dengan begitu, para tenaga kerja di sana akan mendapatkan standar gaji yang layak, sekitar 600 US Dollar per bulan, dan juga kemampuan mereka diakui secara internasional”.

Perbedaan Standar Gaji: Magnet Daya Tarik bagi Tenaga Kerja

Standar gaji yang berlaku di negara-negara kawasan ETT memang tidak sehebat jika dibandingkan dengan standar gaji yang diberikan negara-negara Eropa Barat. Alasan yang paling sederhana adalah karena tingkat perekonomian di negara-negara ETT masih relatif lebih rendah. Karena itu, negara-negara di Eropa Barat yang lebih maju sering kali menjadi “magnet” yang menarik tenaga kerja dari kawasan ETT untuk dijadikan tenaga kerja asing di wilayahnya. Akibatnya, populasi tenaga kerja di wilayah ETT semakin menyusut. Minimnya jumlah masyarakat pribumi di negara-negara ETT juga menyebabkan kelangkaan tenaga kerja yang diperlukan untuk memutar roda perekonomian. Jadi tidak heran, efeknya pun berdampak pada tingkat kesejahteraan masyarakat, termasuk dalam pemberian gaji.

Tingkatkan Kualitas SDM lewat Harmonisasi

Agar tenaga kerja Indonesia di luar negeri dapat menerima gaji yang layak, tentunya harus didukung oleh kualitas sumber daya manusia yang baik pula. BNP2TKI paham betul akan hal ini. Ada rupa, ada harga. Untuk itu BNP2TKI berupaya meningkatkan kualitas *skill* calon tenaga kerja di luar negeri agar sesuai dengan kebutuhan pasar. Ibu Endang Sulistyaningsih mengatakan bahwa perlu membentuk bagian khusus di BNP2TKI yang menangani harmonisasi persiapan para TKI sebelum dikirim ke luar negeri.

Promosi yang Bervariasi

Dalam melakukan promosi bidang ketenagakerjaan ke luar negeri, BNP2TKI membidik pasar-pasar potensial dengan program yang kreatif. Bentuk kegiatannya pun cukup ber-



variasi, seperti *Employment Business Meeting* (EBM) dan *roadshow* ke berbagai negara. EBM adalah suatu forum yang mempertemukan berbagai pihak seperti kedutaan besar negara asing, BNP2TKI, dan kantor perwakilan Indonesia di luar negeri dengan para potential employer. Mereka bertemu dan bernegosiasi untuk membentuk kesepakatan terkait perekrutan TKI ke luar negeri. Berbeda halnya dengan *roadshow*, cara promosi ini dikhususkan pada kegiatan pameran. Pada kesempatan tersebut, BNP2TKI menginformasikan kepada perusahaan-perusahaan asing dan *stakeholders* lainnya tentang TKI yang siap diterjunkan ke pasar potensial.

Identitas Tenaga Kerja

Persiapan untuk para tenaga kerja tidak hanya mengenai urusan mengasah *skill* dan keahlian semata. Tak kalah pentingnya yaitu persiapan administratif seperti pengurusan Kartu Tenaga Kerja Luar Negeri, atau KTKLN. Kartu ini berfungsi sebagai tanda identitas bagi TKI dan sekaligus bukti bahwa TKI yang memilikinya telah memenuhi prosedur yang benar untuk bekerja ke luar negeri. Seluruh TKI, baik yang bekerja di sektor formal maupun non formal, diharuskan mempunyai kartu identitas ini. Kartu tersebut dibuat di bandara, pada saat petugas imigrasi akan mengecek visa kerja.

Peluang Pengembangan Pasar Tenaga Kerja di ETT

Eropa Tengah dan Timur diproyeksikan akan menjadi salah satu kawasan yang berpotensi menyerap tenaga kerja asing. Hal ini mengingat banyaknya tenaga kerja lokal di Eropa Timur yang terserap oleh negara-negara Eropa Barat dan Amerika Serikat.



Endang Sulistyaningsih,
Deputi Kerja Sama Internasional dan Promosi BNP2TKI.

Melihat peluang ini, Ibu Endang berharap Indonesia bisa ikut ambil bagian dengan cara mendatangkan tenaga kerja terapis spa profesional. “Momentum ini harus dimanfaatkan sebaik-baiknya,” ujar Ibu Endang dalam wawancaranya dengan Peluang. Ibu Endang juga menekankan pemerintah perlu berorientasi pada peningkatan kapasitas dan kualitas tenaga kerja, dan bukan hanya untuk pengentasan pengangguran.

Mengenai masih sedikitnya jumlah TKI di kawasan ETT, BNP2TKI mengharapkan bisa diatasi dengan kerjasama dengan kantor perwakilan Indonesia di luar negeri dalam bidang promosi dan perlindungan tenaga kerja Indonesia. Hal ini tentunya sejalan dengan salah satu prioritas diplomasi Indonesia di luar negeri. Seperti yang diutarakan Ibu Endang, “Inilah saatnya tenaga kerja Indonesia melirik kawasan baru sebagai tujuan bekerja, yaitu Eropa Tengah dan Timur.”

(Rezzy Nizawati / Dwi K.I. Miftach)



Menghirup Sedapnya Aroma Bisnis Kopi di Jerman

Teknologi tinggi, Oktoberfest, dan sepakbola. Itulah yang barangkali akan langsung terlintas di benak khalayak ketika berbicara mengenai Jerman. Mungkin tidak banyak yang tahu bahwa Jerman juga merupakan salah satu konsumen terbesar produk kopi dunia.

“Germany is a nation of coffee drinkers,” ujar Holger Preibisch, Managing Director Deutscher Kaffeeverband (e.V. atau DKV), asosiasi kopi Jerman yang berpusat di Hamburg. Pernyataan itu menggambarkan bagaimana gandrungnya masyarakat Jerman terhadap kopi.

Menurut data DKV, pada tahun 2013 setiap penduduk Jerman rata-rata meminum kopi sebanyak 165 liter dalam setahun, melebihi rata-rata konsumsi bir atau air mineral. Adapun pada tahun 2011, *International Coffee Organization* (ICO) menyebutkan bahwa konsumsi kopi per kapita warga Jerman adalah sebesar 6,95 kg per tahun.

Persentase konsumsi kopi rata-rata masyarakat Jerman bahkan 30 persen lebih tinggi dari persentase konsumsi kopi masyarakat di kawasan Eropa, dan sekaligus importir kopi terbesar di Uni Eropa. Bahkan, pada tahun 2013 Jerman menjadi pasar kopi terbesar ketiga di dunia setelah AS dan Brazil, dengan konsumsi *roasted coffee* yang mencapai angka 424.070 ton dan konsumsi kopi instan sebanyak 12.850 ton.

Tren terbaru konsumsi kopi di Jerman adalah meminum kopi yang bijinya baru digiling sebelum diseduh. Segmen konsumsi

tersebut meningkat sekitar 12 persen di tahun 2012, disamping tren konsumsi produk *coffee pods* dan kopi instan yang juga semakin dinikmati di negara dengan populasi terbesar di Uni Eropa itu.

Konsumsi *roasted coffee* di Jerman

Kendati konsumsi kopinya besar, Jerman bukanlah negara penghasil kopi. Kebutuhan kopi di negara asal Mesut Ozil itu didatangkan dari negara-negara berkembang untuk kemudian diekspor lagi ke berbagai negara. Menurut ICO, dalam periode Oktober 2011 - Maret 2012 Jerman mengimpor 10.478.700 karung kopi (kemasan 60 kg), dan pada periode Oktober 2012 - Maret 2013 meningkat menjadi 11.005.904 karung.

Demam Green Coffee

Semakin menjamurnya gaya hidup sehat di berbagai penjuru dunia ikut mempengaruhi tren konsumsi kopi di Jerman. Para peminum kopi cenderung memilih untuk menyeruput kopi organik yang ditanam tanpa menggunakan pestisida. ICO mencatat bahwa dalam tahun 2011, Jerman mengimpor sebanyak 18.326.325 karung *green coffee*, 1.267.802 karung *roasted coffee*, dan 1.332.278 karung *soluble coffee*.

Jerman sendiri merupakan negara importir *green coffee* terbesar di Uni Eropa. Dengan volume impor 1,1 juta ton, impor *green coffee* Jerman mencapai angka 2,4 milyar Euro, atau sebesar 35 persen dari total impor kopi organik di Uni Eropa.

Dengan tingginya tingkat kesadaran konsumen di Jerman akan gaya hidup sehat, peluang pemasaran produk organik di negara tersebut diperkirakan akan semakin berkembang pada masa mendatang. Hal tersebut akan mendorong perusahaan-perusahaan untuk memiliki sertifikasi produk, seperti *Fair Trade*, *Rainforest Alliance*, *Organic*, atau 4C.

Kopi yang diimpor oleh Jerman juga tidak seluruhnya digunakan untuk konsumsi dalam negeri. Sebagian diantaranya diolah lagi, kemudian diekspor ke beberapa negara dengan jumlah yang cukup besar.

Data ICO menyebutkan bahwa pada periode Oktober 2011 - Maret 2012 Jerman mereekspor 2.926.935 karung kopi kemasan 60 kg, dan meningkat menjadi 6.468.587 karung pada interval yang sama tahun selanjutnya. Dengan demikian, lebih dari separuh impor kopi Jerman kemudian diekspor kembali ke berbagai negara dalam berbagai varian produk olahan kopi.



Dengan posisinya sebagai pintu masuk utama untuk impor kopi di Uni Eropa, sejumlah perusahaan besar sangat aktif dalam bisnis kopi di Jerman. Nama-nama seperti Neumann Kaffee Gruppe (NKG), Kraft Foods, Nestle, dan Sara Lee bertindak selaku *broker*, *trader*, maupun importir dalam bisnis beraroma sedap itu. Disamping itu, dalam ranah bisnis kopi di Jerman juga tercatat sejumlah pelaku usaha yang penting, seperti Tchibo (importir dan penggiling kopi), Melitta (salah satu perusahaan penggiling kopi terbesar di Jerman), Euroca (*broker dan trader green coffee*), serta Rehm Coffee dan Benecke (importir kopi).

Hamburg, Ibukota Kopi Jerman

Sebagai pemilik pelabuhan sungai terbesar di Jerman, Hamburg memegang peran penting dalam kelangsungan bisnis kopi di negara tersebut. Bahkan, bisa dibilang Hamburg merupakan ibukota kopi Jerman.

Sejarah perdagangan kopi di Hamburg dimulai pada awal abad ke-17, dengan tibanya biji-biji kopi dari Timur Jauh. Besarnya volume kopi yang tiba di pelabuhan tersebut mendorong pembangunan gudang besar pada abad ke-19 untuk tempat penyimpanan biji kopi. Sejak itulah Pelabuhan Hamburg menjadi pelabuhan terbesar Eropa untuk ekspor kopi mentah, sekaligus menjadi hub untuk distribusi produk ke berbagai wilayah di Jerman, Skandinavia, dan Eropa Timur.

Pada masa sekarang, mayoritas perusahaan kopi ternama Jerman, seperti Kraft Foods, Nestle, dan Sara Lee, memiliki kantor pusat di kota yang terletak di tepi sungai Elbe tersebut. Pada tahun 1969, asosiasi pengusaha kopi Jerman (DKV), juga didirikan di Hamburg. Hingga saat ini, DKV memiliki 140 anggota yang antara lain terdiri atas pengusaha *green coffee*, produsen mesin kopi, atau agen *green coffee*.

Sejak tahun 2010, setiap dua tahun sekali Hamburg juga menjadi tuan rumah penyelenggaraan pameran COTECA (Coffee, Tea and Cacao), yang merangkum berbagai kebutuhan industri kopi sejak hulu hingga hilir.



KTM WTO Bali 2013: Peluangnya untuk Indonesia?

Konferensi Tingkat Menteri ke - 9 World Trade Organization (WTO) di Bali pada Desember 2013 lalu banyak mengundang decak kagum. Sejak Putaran Doha (Agenda Pembangunan Doha) diluncurkan pada 2001, perundingan multilateral di bidang perdagangan dunia ini nyaris tidak mencapai kemajuan yang berarti. Selama lebih dari 10 tahun, negara-negara anggotanya gagal mencapai kesepakatan dalam isu yang substansial.

"Paket Bali" seolah menepis pesimisme terhadap kemajuan WTO. Bukan cuma itu, setelah kesepakatan di Bali, para perunding WTO sekarang bergairah kembali untuk menegosiasikan dan merumuskan suatu tata perdagangan multilateral yang bisa diterima oleh semua negara anggota.

Ina H. Krisnamurthi, Direktur Perdagangan, Perindustrian, Investasi, dan Hak Kekayaan Intelektual, Direktorat Jenderal Multilateral Kementerian Luar Negeri, saat itu menjadi anggota Delegasi RI. Selama penyelenggaraan KTM ke - 9 WTO, Ina dan anggota Delegasi lainnya harus berjiwaku memperjuangkan kepentingan dan posisi Pemerintah dan rakyat Indonesia, sekaligus membantu menjembatani perbedaan posisi yang kerap muncul di antara negara-negara. Seperti diberitakan, acara penutupan Konferensi tersebut harus diundur sehari gara-gara sulitnya tercapai kesepakatan.

Setelah KTM ke 9, kesibukan Ina tidak berkurang, tapi malah bertambah. Di samping sibuk mensosialisasikan hasil-hasil KTM dan manfaatnya bagi seluruh rakyat Indonesia, penikmat music jazz dan gamelan Jawa ini juga harus menyusun berbagai laporan kemajuan yang telah dicapai Indonesia dalam mengimplementasikan "Paket Bali".

Di tengah kesibukannya itu, Ina menyempatkan diri menerima Tim Peluang di ruang kerjanya yang apik dan nyaman untuk sebuah wawancara.

Ada yang bilang "Paket Bali" adalah momen penting dalam sejarah WTO. Bagaimana pandangan Anda?

Sebenarnya, KTM ke - 9 WTO yang lalu tidak sedahsyat yang ramai dibicarakan. Masih banyak hal yang masih perlu dicapai. Namun, setidaknya KTM ke - 9 itu memberikan secercah harapan bagi keberlangsungan sistem perdagangan dunia. Kita tahu kalau WTO belum tentu fair, belum tentu transparan. Tapi, dengan 160 negara anggota, setidaknya WTO adalah satu-satunya sistem yang inklusif, yang terbuka. Banyak sistem perdagangan yang lain, tapi tidak inklusif.

Maksudnya?

Begini. Doha Round tahun 2001 kerap diibaratkan sebagai sekelompok orang yang ingin pergi bersama, namun belum memutuskan mau pergi ke mana. Nah, dalam Paket Bali, semua orang sudah setuju untuk pergi ke satu tujuan. Bahkan, beberapa dari negara-negara itu mungkin sudah tahu akan menggunakan moda transportasi seperti apa, ada yang sudah jalan, atau mungkin juga ada yang ternyata tidak jadi bisa jalan.

Namun semua sudah sepakat tentang satu tujuan yang akan dicapai. Ya, Paket Bali itu.

Apa sih kunci sukses disepakatinya Paket Bali?

Yang pertama adalah Dirjen WTO Roberto Azevedo. Dia sudah berkarir lebih dari 20 tahun di WTO, sehingga tahu betul "nitty gritty (pernik-pernik)" di dalam WTO, sehingga tahu betul kelemahan dan kekuatan WTO. Karena sangat menguasai medannya, Dirjen Azevedo tahu kapan mesti menggunakan senjata dan taktiknya. Faktor kedua adalah Menteri Perdagangan Gita Wirjawan. Meskipun isu-isu di WTO sangat kompleks, namun Mendag rajin dan setia menemani Dirjen WTO ke mana pun. Mendag menunjukkan bahwa Indonesia sebagai tuan rumah benar-benar menjadi pendamping yang setia bagi WTO. Bahwa Indonesia peduli.

Bagaimana dengan faktor pemain atau negara kunci?

Ya. India memainkan peran sangat penting. India dalam KTM saat itu ingin menggunakan WTO sebagai kendaraan politik dalam negeri.

Selain produk olahan kopi, teh, dan kakao, dalam COTECA juga dipamerkan mesin *packaging* serta piranti lain yang digunakan dalam pengolahan kopi, teh, dan coklat. Dalam rangkaian pameran tersebut juga diselenggarakan konferensi atau diskusi yang membahas mengenai masa depan pasar kopi, teh, dan kakao.

Penyelenggaraan COTECA mendapatkan dukungan dari berbagai asosiasi pengusaha, antara lain German Tea Association, German Coffee Association, dan German Cocoa Trade Association, dengan jumlah partisipan yang terus meningkat. Pameran pertama yang diselenggarakan pada tahun 2010 diikuti oleh *exhibitor* dari 20 negara, dan pada tahun 2012 meningkat menjadi 125 *exhibitor* dari 30 negara. COTECA berikutnya akan diselenggarakan pada 24-26 September 2014.

Stand Indonesia selalu mewarnai dua kali penyelenggaraan COTECA. Pada 2010, 5 *co-exhibitor* Indonesia yaitu Asosiasi Eksport Kopi Indonesia (AEKI), Asosiasi Teh Indonesia, Paris Van Java Specialty Coffee, Morning Glory Coffee International dan PT KBP Chakra (teh) turut berpartisipasi. Sedangkan perusahaan yang berpartisipasi pada 2012 adalah PT. Danora Agro Prima (cokelat), PT. Fortunium (kopi dan teh), CV. Indo Tati's (kopi), PT. Sinar Sosro (teh), PT. Nirwana Pandora (kopi) dan PT. Bumi Persada Samana (cokelat).

Peluang Indonesia?

Berdasarkan data Eurostat, ekspor kopi Indonesia ke Jerman periode Januari - April 2013 adalah sebesar 26,3 juta Euro, atau meningkat 108,3% dari periode yang sama pada tahun sebelumnya. Dengan mutu yang sangat baik, dalam 2 - 3 tahun mendatang DKV memperkirakan bahwa penetrasi kopi Indonesia di pasar Jerman akan meningkat secara signifikan. Meskipun demikian, masih ada hal-hal yang harus dipenuhi oleh pengusaha kopi Indonesia, yaitu antara lain kapasitas produksi yang terus ditingkatkan serta sertifikasi 4C yang harus diperoleh produk kopi Indonesia. Selain itu, pemasaran kopi ke Jerman sebaiknya lebih berfokus pada kopi yang masih berupa bahan mentah, seperti biji kopi dan *cocoa butter*. Hal itu sesuai dengan karakteristik konsumsi kopi di Jerman, yang lebih cenderung untuk mengolah bahan mentah kopi sesuai citarasa mereka sendiri.

Salah satu pengusaha yang jeli membaca peluang produk kopi Indonesia di Jerman adalah Tati Busing-Kock. Tati merupakan WNI yang telah lama bermukim di Bremen sekaligus pemilik Kaffee Lager Indo Tati's. Kafe yang dibuka sejak tanggal 19 Januari 2013 tersebut fokus menjual produk kopi non-pestisida dari berbagai wilayah Indonesia. Utamanya jenis arabika dari Sumatera Utara dan Aceh, seperti Aceh Gayo, Sinabung,

Janji Maria, Dolok Sanggul, Sidikalang, serta kopi Luwak yang diproses (*roasted*) di Bremen. Selain Indo Tati's yang memang milik orang Indonesia, di Hamburg kopi Indonesia juga dijual di Speicherstadt Kaffeerosterei. Kafe tersebut menyajikan Kopi Luwak, kopi Mandailing, kopi Toraja dan kopi Java Belawan. Baru-baru ini, Speicherstadt Kaffeerosterei memperkenalkan kopi Indonesia bermerk Orangutan Coffee yang merupakan kopi jenis Arabica Gayo, Grade 1. Unikny, sebanyak 50 sen Euro dari uang yang dibayarkan untuk membeli setiap kilogram Orangutan Coffee akan diberikan kepada petani kopi di Sumatera yang menanam kopi secara ramah lingkungan. Orangutan Coffee memang *brand* kopi hasil kerjasama para pemilik kafe di Jerman dengan Yayasan PanEco dalam upaya meningkatkan perlindungan terhadap hutan hujan tropis di Sumatera. Tujuan akhirnya adalah untuk menghasilkan produk kopi bermutu tinggi sekaligus menjaga fungsi hutan hujan tropis yang merupakan habitat Orangutan.

Potensi kopi Indonesia di Jerman telah nampak di depan mata. Tantangan yang perlu dihadapi untuk kedepannya adalah menjaga kesinambungan pasokan produk kopi Indonesia ke Jerman, serta memperhatikan pentingnya sertifikasi produk kopi organik asal Indonesia.

(Virdiana Ririen Hapsari - KJRI Hamburg)



Ina H. Krisnamurthi:

“Indonesia perlu menyelesaikan banyak PR”

India mencoba memenangkan suara penduduknya dengan bersikap keras di WTO. Kebetulan, kepentingan India (mengenai subsidi, ed.) di WTO juga merupakan kepentingan negara berkembang yang lain, termasuk Indonesia.

Bagaimana dengan peran Indonesia sendiri?

Indonesia tidak hanya menjadi tuan rumah yang baik. Kita juga memainkan peran yang menentukan agar Paket Bali disepakati. Karena kita menganut prinsip *million friends*, *zero enemies*, negara-negara maju cenderung tidak bersikap *harsh* (keras) kepada posisi Indonesia.

Apa sih dampak Bali Package untuk perdagangan bilateral Indonesia dengan negara-negara lain?

Begini. Banyak negara yang menjalankan perdagangan bilateral tanpa mengacu pada kesepakatan sistem perdagangan multilateral, karena dianggap tidak transparan.

Di sisi lain, perdagangan bilateral tidak inklusif, namun bisa fair dan bisa transparan, meskipun faktanya banyak juga perdagangan bilateral yang tidak fair dan merugikan salah satu pihak. Nah, harapan kita adalah, perdagangan bilateral nantinya tunduk pada kesepakatan-kesepakatan yang dihasilkan oleh sistem perdagangan multilateral.

Contoh konkritnya bagaimana?

Salah satu elemen penting WTO adalah sistem penyelesaian sengketa. Dalam tatanan perdagangan bebas saat ini terdapat kecenderungan semakin banyaknya hambatan ekspor-impor. Bukannya malah menurun, justru semakin banyak. Ketika dalam perdagangan bilateral terjadi sengketa, kasusnya dapat diajukan ke WTO untuk dibantu penyelesaiannya.

Apa saja tantangan Paket Bali bagi Indonesia?

Cukup banyak. Tiga pilar Paket Bali yang paling mengemuka adalah fasilitasi perdagangan, pertanian, dan pembangunan.

Dalam fasilitasi perdagangan misalnya, harus kita akui bahwa sistem logistik nasional Indonesia belum siap. Elemen penting dari fasilitasi perdagangan adalah cukai dan kepabeanan. Sistem cukai dan kepabeanan Indonesia sering disebut sebagai yang terbaik di ASEAN. Tetapi, fasilitasi perdagangan kan meliputi aspek yang lebih luas, termasuk sarana dan prasarana. Saat ini kita masih terkendala transportasi antar pulau, kendala ekspor, dan lain-lain. Tantangan lainnya adalah ratifikasi dokumen fasilitasi perdagangan. Undang-Undang Perdagangan mengharuskan kebijakan yang menyangkut hajat hidup orang banyak terkait dengan perdagangan untuk diratifikasi oleh DPR.



Lalu?

Kita juga menghadapi tantangan dalam *public stockholding* atau cadangan pangan. Kesepakatan ini memberikan ruang bagi kebijakan subsidi pertanian Indonesia. Masalahnya, WTO hanya mengatur cadangan pangan untuk beras. Padahal, Indonesia memasukkan 5 komoditas (beras, jagung, kedelai, gula, dan daging sapi) ke dalam *public stockholding*. Oleh karena itu, banyak pihak meminta agar komoditas nasional lainnya juga dimasukkan ke dalam agenda WTO. Padahal, untuk beras saja Indonesia masih perlu melakukan kalkulasi yang mendalam terhadap hitungan jumlah subsidi untuk disampaikan ke WTO.



Wah, banyak juga tantangannya ya?

Ya. Pada intinya, Indonesia masih mempunyai banyak tantangan dalam penerapan Paket Bali. Kita perlu menyelesaikan banyak “pekerjaan rumah” dalam waktu yang sangat singkat. *Deadline* bagi fasilitasi perdagangan adalah Juli 2014, sedangkan *deadline* untuk *public stockholding* adalah Desember 2014. Sebagai tuan rumah, Indonesia perlu membuktikan bahwa kita dapat melaksanakan hasil kesepakatan WTO dengan baik.

Apakah negara-negara anggota WTO lainnya akan mematuhi deadline-deadline itu?

Pasti akan bervariasi. Kemungkinan untuk seluruh 160 negara dapat meratifikasi perjanjian fasilitasi perdagangan, misalnya, sangat kecil. *Deadline* tersebut bisa jadi malah diundur. Begitu pula dengan perjanjian *public stockholding*. Namun, jangan lupa, ada pula negara-negara yang sama sekali tidak berkepentingan terhadap isu produk pertanian, tidak seperti Indonesia.

Apa sih pentingnya Paket Bali untuk UKM?

Sebetulnya, hasil WTO tidak menyentuh segmen UKM secara langsung. Namun, terkait dengan dampaknya secara lebih luas, WTO menjadi pendorong bagi pengusaha-pengusaha kecil untuk mempersiapkan diri agar mampu bersaing di tatanan ekonomi global. Pertama, UKM harus meningkatkan kompetensinya. Jika ingin tetap bertahan, UKM harus terus menerus meningkatkan daya saing atau kemampuan *competitiveness*-nya. Artinya, para pengusaha UKM harus benar-benar memahami standar produk agar kualitas produk mereka tidak kalah bersaing melawan produk asing yang masuk ke Indonesia.

Kedua, UKM perlu meningkatkan konsistensi keberlangsungan produksinya. Misalnya, seorang pengusaha dalam satu waktu dapat mengekspor 500 barang. Jumlah 500 barang tersebut menjadi ukuran bagi pengimpor dalam melakukan pemesanan. Namun kadang-kadang pengeksport tidak bisa memenuhi permintaan tersebut secara konsisten dalam pengiriman berikutnya, karena produksinya menurun. Ini gak boleh. Kuantitas dan kualitas produksi harus terus dijaga. Harus konsisten.

Bagaimana dengan produk yang khas Indonesia?

Betul. Kita harus benar-benar memahami bahwa UKM merupakan mesin penggerak ekonomi terbesar di Indonesia, dengan porsi lebih dari 70% di pertumbuhan ekonomi. Untuk meningkatkan kemampuan kompetisinya, UKM perlu mulai menjual produk yang betul-betul khas Indonesia, antara lain: coklat, kopi, atau teh. Produk-produk ini memiliki *comparative advantage* yang tinggi di pasar internasional. Selain itu, khusus untuk bidang pertanian, pengusaha tani atau petani perlu memberdayakan diri. Akan sangat bermanfaat misalnya, apabila UKM bidang pertanian dapat memproduksi benih atau pupuk sendiri melalui inovasi, lalu kemudian mendaftarkan atau mematenkannya. Kemandirian dalam bidang benih dan pupuk ini akan menekan hitungan subsidi pemerintah terhadap benih dan pupuk.

Langkah ini akan membuat *public stockholding* Indonesia akan berkembang dengan sendirinya.

* Ina H. Krisnamurthi saat itu masih menjabat sebagai Direktur PPIH dan sekarang menjabat Direktur Kerja Sama Ekonomi ASEAN Kementerian Luar Negeri.

(Dalili Fauzanhasbi)



Dalam usianya yang lebih dari empat dekade, ASEAN telah berhasil menjaga perdamaian dan stabilitas kawasan yang mendukung pertumbuhan ekonomi di kawasan ASEAN.

ASEAN menyadari sepenuhnya bahwa sebagai bagian dari masyarakat global, ASEAN harus ikut berperan secara lebih aktif dalam perkembangan dunia yang dinamis. Hal itu membuat negara anggota ASEAN bersepakat mengembangkan suatu kawasan yang terintegrasi dengan membentuk komunitas yang terbuka, damai, stabil dan sejahtera, saling peduli, serta diikat dalam kemitraan yang dinamis. Untuk merealisasikannya, pada tahun 2003 di Bali disahkan dokumen Bali Concord II yang merupakan dasar pembentukan Komunitas ASEAN yang terdiri atas tiga pilar, yaitu Pilar Politik Keamanan ASEAN, Pilar Ekonomi ASEAN, dan Pilar Sosial Budaya ASEAN.

Pembentukan Komunitas ASEAN 2015 diharapkan dapat menjadikan ASEAN sebagai organisasi yang berpusat dan berorientasi kepada masyarakat (*people centered*), memelihara stabilitas perdamaian di kawasan ASEAN, dan meningkatkan kredibilitas ASEAN

secara internal dan eksternal. Selain itu, Komunitas ASEAN diharapkan dapat menjadikan ASEAN sebagai kawasan yang memiliki pertumbuhan ekonomi yang lebih dinamis dan kompetitif serta dapat mengatasi kesenjangan pembangunan internal dan berbagai tantangan pertumbuhan penduduk, kemiskinan, ketenagakerjaan, dan kesejahteraan masyarakat secara bersama-sama.

Dalam menyongsong pembentukan Komunitas ASEAN 2015, ASEAN menyepakati penyusunan sebuah piagam yang akan menjadikan ASEAN bukan lagi sebagai organisasi yang longgar, melainkan menjadi organisasi yang berdasarkan hukum. Piagam ASEAN (ASEAN Charter) ditanda tangani pada KTT Ke-13 ASEAN di Singapura pada tahun 2007 dan mulai berlaku sejak tanggal 15 Desember 2008. ASEAN juga telah menyepakati Cetak Biru Komunitas ASEAN di ketiga pilar Komunitas ASEAN yaitu Cetak Biru Komunitas Ekonomi ASEAN, dan Cetak Biru Komunitas Sosial

Budaya ASEAN. Ketiga Cetak Biru Komunitas ASEAN itu merupakan peta jalan (*road map*) pembentukan Komunitas ASEAN 2015.

Komunitas Politik Keamanan ASEAN (ASEAN Political Security Community/APSC) lahir atas prakarsa Indonesia. APSC dibentuk dengan tujuan mempererat kerja sama politik keamanan di ASEAN guna mewujudkan perdamaian di kawasan ASEAN dan internasional. Cetak Biru APSC disusun berdasarkan kesepakatan KTT ASEAN Ke-13 pada tahun 2007 di Singapura. APSC mengacu ke berbagai instrumen politik ASEAN yang telah ada, seperti *Zone of Peace, Freedom and Neutrality* (ZOPFAN), *Treaty of Amity and Cooperation in Southeast Asia* (TAC), dan *Treaty on Southeast Asia Nuclear Weapon-Free Zone* (SEANWFZ), selain menaati Piagam PBB dan prinsip hukum internasional.

APSC bersifat terbuka, menggunakan pendekatan keamanan komprehensif dan tidak ditujukan untuk membentuk suatu pakta per-

tahanan/alianse militer dan kebijakan luar negeri bersama (*common foreign policy*). Cetak Biru APSC tersebut terdiri atas tiga karakteristik, yakni komunitas berbasis aturan dengan nilai dan norma bersama (*a rules-based community of shared values and norms*), sebuah wilayah terpadu, damai, dan tangguh dengan tanggung jawab bersama untuk keamanan menyeluruh (*a cohesive, peaceful, stable and resilient region with shared responsibility for comprehensive security*), serta kawasan yang dinamis dan berpandangan luas terhadap dunia luar yang semakin terintegrasi dan saling bergantung (*a dynamic and outward looking region in an increasingly integrated and inter-dependent world*).

Kerja sama dalam kerangka APSC, sebagaimana termuat dalam cetak biru, dielaborasi lebih spesifik dalam kerja sama bidang politik, keamanan, dan hukum. Kerja sama tersebut mencakup memajukan tata kelola pemerintahan yang baik dan bersih serta menangani isu keamanan tradisional dan nontradisional, seperti terorisme, bencana alam, pandemik, narkoba, dan korupsi.

Terkait dengan Cetak Biru APSC, beberapa isu yang saat ini sedang dalam pembahasan, antara lain, operasionalisasi ASEAN Institut for Peace and Reconciliation (AIPR), implementasi ASEAN Human Rights Declaration (AHRD), ASEAN Common Visa, dan universalisasi TAC. Saat ini ASEAN juga tengah mendorong pengaksesan Protokol SEAN-WFZ oleh para negara pemilik senjata nuklir, pengimplementasian DOC secara penuh, dan pembahasan COC dengan RRT dalam isu Laut Tiongkok Selatan.

Komunitas Ekonomi ASEAN bertujuan mewujudkan integrasi ekonomi yang memiliki empat karakteristik, yaitu pasar tunggal dan basis produksi, kawasan ekonomi yang kompetitif, kawasan dengan pembangunan ekonomi yang setara, serta integrasi ke dalam ekonomi global.

Untuk mencapai keempat karakteristik Komunitas Ekonomi ASEAN, ASEAN telah menyusun Cetak Biru ASEAN Economic Community (AEC) sebagai peta jalan dan AEC scorecard sebagai sebuah mekanisme dalam melakukan pengukuran pencapaian pembentukan AEC. Dalam memantau pelaksanaan Cetak Biru AEC di tingkat nasional, pemerintah

Indonesia telah menerbitkan Inpres Nomor 11 Tahun 2011 tentang Pelaksanaan komitmen Cetak Biru Masyarakat Ekonomi ASEAN Tahun 2011.

Pencapaian AEC dilakukan melalui berbagai kerja sama yang melingkupi sektor industri, perdagangan, investasi, jasa, dan ketenagakerjaan. Di sektor perdagangan kerja sama dilakukan melalui pemberlakuan ASEAN Free Trade Area (AFTA) sejak tahun 1993 dan ASEAN Trade In Goods Agreement (ATIGA) sejak tahun 2010. Liberalisasi perdagangan di bidang jasa dilakukan melalui pengesahan ASEAN Framework Agreement on Services (AFAS). Sementara itu, sektor kerja sama lainnya dalam kerangka AEC, antara lain, adalah pertanian, kehutanan, perikanan, mineral, energi, serta pengembangan usaha kecil dan menengah.

Untuk mengurangi kesenjangan pembangunan dan meningkatkan konektivitas antara sesama negara ASEAN dan antara ASEAN dengan kawasan lainnya, para pemimpin ASEAN mengembangkan Master Plan on ASEAN Connectivity (MPAC). MPAC terdiri atas berbagai langkah kunci dan lima belas proyek prioritas dalam tiga komponen utama, yaitu konektivitas fisik/infrastruktur (transportasi, energi, dan ICT), konektivitas kelembagaan (fasilitasi arus investasi dan barang), dan konektivitas masyarakat (pariwisata, budaya, dan pendidikan).

Guna mendukung konektivitas kawasan, penguatan konektivitas domestik/nasional juga harus ditingkatkan. Sehubungan dengan hal tersebut, Presiden RI telah mengesahkan Masterplan Percepatan dan Perluasan Pembangunan Ekonomi Indonesia (MP3EI) sebagai strategi dan sasaran nasional.

Dalam kerangka Komunitas Sosial Budaya (ASEAN Socio-Cultural Community/ASCC) ASEAN terus berupaya membangun masyarakat ASEAN sesuai dengan Cetak Biru ASCC. Cetak biru itu diarahkan untuk memperkuat integrasi ASEAN yang berpusat kepada masyarakat serta memperkuat kesadaran, kesetiakawanan, kemitraan, dan rasa kekitaan (*we feeling*) terhadap ASEAN. Cakupan kerja sama itu meliputi multisektor dalam enam karakteristik, yaitu pengembangan sumber daya manusia, perlindungan dan kesejahteraan masyarakat, keadilan sosial dan hak asasi

manusia, pemastian pelestarian lingkungan, pembentukan identitas ASEAN, dan pengurangan kesenjangan pembangunan.

Peningkatan kualitas sumber daya manusia dan kualitas kehidupan merupakan salah satu upaya ASEAN dalam memperkuat daya saing kawasan. Hal itu diwujudkan melalui berbagai kerja sama di bidang kependudukan, pengentasan kemiskinan, pendidikan dan kebudayaan, ketenagakerjaan, lingkungan, serta kesejahteraan masyarakat. ASEAN juga memberikan perhatian bagi peningkatan kesejahteraan kelompok rentan, termasuk anak-anak, wanita, penyandang disabilitas, dan masyarakat lanjut usia.

Menjelang terbentuknya Komunitas ASEAN pada tahun 2015, ASEAN terus berupaya memaksimalkan kerja sama di pilar Komunitas Sosial Budaya ASEAN. ASEAN mengupayakan berfungsinya ASEAN Coordination Centre for Humanitarian Assistance on Disaster Management (AHA Centre) secara optimal. Dalam sektor pendidikan, ASEAN terus berupaya mengimplementasikan ASEAN Curriculum Sourcebook dan mengembangkan ASEAN University Network dan implementasi Transfer Credit System. Selain itu, ASEAN juga menciptakan kawasan yang bebas narkoba melalui perwujudan ASEAN Drug Free 2015. Berbagai upaya itu senantiasa diperkuat melalui peningkatan hubungan antar masyarakat dalam rangka mempersiapkan masyarakat ASEAN menjadi komunitas yang peduli dan saling berbagi.

ASEAN sepenuhnya menyadari bahwa setiap peran dan keberhasilan ASEAN perlu terus ditingkatkan. Untuk itu, ASEAN tidak hanya berhenti di tingkat kawasan, tetapi juga berperan aktif dalam memberikan kontribusi di tingkat global dengan menandatangani Bali Declaration on ASEAN Community in a Global Community of Nations (Bali Concord III) pada KTT Ke-19 ASEAN di Bali tanggal 17 November 2011. Melalui deklarasi tersebut, ASEAN bermaksud memperkuat kontribusinya dalam menyelesaikan masalah global melalui peningkatan kapasitas bersama. Implementasi deklarasi tersebut diharapkan berjalan dengan efektif melalui penyusunan Bali Concord III Plan of Action 2012 - 2022.

(Direktorat Jenderal Kerja Sama ASEAN)

Daftar Importir di Kawasan Eropa Tengah dan Timur

No.	Nama dan Alamat Importir
ALBANIA	
1.	MEGATEK Autostrada Tirane - Durres km 7, Albania Tel: +355(0) 4 23 88 344, Fax: +355(0) 4 23 88 301 E-mail: arjola.kumbara@megateksa.com, marsela.musabelliu@megateksa.com Website: www.megateksa.com Produk yang diminati: Furniture
2.	LISSUS-COM SH.PK P.O. Box 54, Albania Tel: (355) 82543 34, Fax: (355) 863200 01 E-mail: arbenlena@googlemail.com Produk yang diminati: Cored Wire of Base Metal, for Electric Arc-welding
3.	STARSAT INTERNATIONAL Rr Sami Frasher, Shtesa, 1, Albania Tel: (355) 4-243 963, Fax: (355) 4-253 329 Produk yang diminati: Electrical Apparatus Line for Telephony / Telegraphy (Telephone, Facsimile, Teleprinter, etc); Parts
4.	ROTEX, LTD. 1, Kievyan Str., 47-A, Armenia Tel: (374) 942 0752, Fax: (374) 127 3715 Produk yang diminati: Food and Beverages
5.	H.P.L.A #49/3 Komitas Avenue, Armenia Tel: (374) 2-238 550, Fax: (374) 2-151 974 E-mail: alex@arm.hpl.com Produk yang diminati: Tea
6.	G.T.M.C. C.J.S.C. 81, Bagratunyats, Armenia Tel: (374) 1-44 73 45, Fax: (374) 1-44 40 82 Produk yang diminati: Rubber Product
7.	ARPA L.L.C. 82 Hanrapetutyan st. Armenia Tel: 374-2 553 560, Fax: 374-2 356 384 Produk yang diminati: Leather Products, Machinery
BOSNIA - HERZEGOVINA	
1.	SEFO, D.O.O BIH 71000 Sarajevo, Blazujski drum br. 12, Bosnia and Herzegovina Tel: (387 33) 623502, 623506, 623508 Fax: (387 33) 623506, 623508 E-mail: sefo@bih.net.ba Produk yang diminati: Coconut Desicated, Spices
2.	KOTEKS D.O.O Industrijska Zona Bukva bb 74260, Bosnia - Herzegovina Tel: (387-32) 650818, 654514 Fax: (387-32) 650818, 654514 E-mail: koteks@bih.net.ba Produk yang diminati: Military Weapons

3.	GENERAL MANAGER AKT.ONLINE Fra Andela Zvizdovica 1, Twr A/21, 71000 Sarajevo-Bosnia Herzegovin Tel: (387 33) 296620 E-mail: senchyme@yahoo.com Produk yang diminati: Crude Palm Oils
4.	DIREKT IMPORT Kralja A.I Karadordevica 103 Banja Luka Bosnia - Herzegovina Tel: 387 51 307 393, Fax: 387 51 307 393 E-mail: mihailio@teol.net Produk yang diminati: Handicrafts, Rattan Furniture
BULGARIA	
1.	MAXIMA 113 Tsarigradsko shose Blvd 3th Floor (Sofia Press Build), Bulgaria Tel: (359 2) 275 2145, Fax: (359 2) 975 2104 E-mail: import@maxima.bg Produk yang diminati: Footwear
2.	5040 SERVICES LTD P.O BOX 794 BG 1000 Sofia, Bulgaria Tel: (359-2) 971 6420, Fax: (359-2) 971 6421 E-mail: info@5040services.com Website: www.5040services.com Produk yang diminati: Frozen Seafood and Vegetables, Other Nuts Otherwise Preserved
3.	ADI MARKETING & CO JSCO Blvd, Tzar Boris 168 Bisnis Tsentar Andromeda No 14, Bulgaria Tel: (02) 850 4145, HP : 0888984234, 0893329800 Fax: (02) 850 4135, E-mail: office@adibg.com Website: www.adibg.com Produk yang diminati: Cocoa Butter, Fat And Oil
4.	SADINA Maritza Blvd 36 BG 4020 Plovdiv, Bulgaria Tel: (359) 32643943, Fax: (359) 32643943 E-mail: info@olin.bg Website: www.sadina.com Produk yang diminati: Flour and Meals of Oil Seeds, Paper Product, Sesame Seed
5.	NIA & DORADO 12 AArch. K Petkov St 6/F BG 4000 Plovdiv, Bulgaria Tel: (359) 48848519, Fax: (359) 48848519 E-mail: niadorado@nia-dorado.com Produk yang diminati: Frozen Seafood and Vegetables
6.	MOBILLETRADE M Metodi Kusev Str 4#22, 1/F BG 6000 Stara Zagora, Bulgaria Tel: (359) 98785695, Fax: (359) 29524421 Website: www.mobiletrade.com Produk yang diminati: Parts for Motor Vehicle
7.	INTECS BULGARIA LTAD 50 Gen Skobelev Str BG 9000, Bulgaria Tel: (359) 887204342, Fax: (359) 52806543 E-mail: office@intecs-bg.com Website: www.intecs-bg.com Produk yang diminati: Electronic Equipment

8.	BIOSET LTD Kuklenso Shousse 28, Bulgaria Tel: (359) 32-692403, Fax: (359) 32-674040 Website: www.bioset.bg.com Produk yang diminati: Medicinal Herbs, Spices
9.	BOLAR INC Blvd Cherni Vruh, 69 A, #30, Bulgaria Tel: (359) 886 202986, Fax: (359) 886 202986 E-mail: b.georgiev@abv.bg Website: www.bolarcement.info Produk yang diminati: Diamonds
10.	BULGARIA K JSC 46 Tzar Osvoboditel Str, Bulgaria Tel: (359) 431 637 11, Fax: (359) 431 631 68 Website: www.bulgaria-k.com Produk yang diminati: Cotton Yarn, Raw Silk (Not Thrown), Twin, Cordage & Cable of Oth. Synthetic
11.	CHIMSNAB PLOVDIV LTD 7 Georgi Benev Str, Bulgaria Tel: (359) 32 59 38 61, Fax: (359) 32 95 38 61 E-mail: chimsnab@yahoo.com Website: www.chimsnab-plovdiv.hit.bg Produk yang diminati: Building Material, Nutmeg, Other Pasta, Other Prepared Foods
12.	DINI OTC LTD Yanko Karagiuarov 4-B BG 9008, Bulgaria Tel: (359) 52505963, Fax: (359) 52503284 E-mail: diniotc@abv.bg Website: www.diniotc.com Produk yang diminati: Gloves, Knitted/Crocheted, Medicinal Herbs, Other Medical Instruments & Appliances
13.	ADELA LTD Vasil Levski Str 10 BG 4003 Plovdiv, Bulgaria Tel: (359) 32 96 87 02, Fax: (359) 32 96 21 74 E-mail: office@adelafood.com Website: www.adelafood.com Produk yang diminati: Frozen Seafood and Vegetables
14.	ABA TRADING LTD 12 B Stefan Karadja Str BG 1000 Sofia, Bulgaria Tel: (359-2) 9817295/ 6/ 7, Fax: (359-2) 9872005 E-mail: axa@intech.bg Produk yang diminati: Meat Fillet, Other Milk & Cream, Printing Paper
15.	CHANNEL 8 LIMITED 22 A Mladejka BG 9009 Varna, Bulgaria Tel: (359) 888 93 77 13, Fax: (359) 52 44 06 62 Website: www.tvhopk8.com Produk yang diminati: Cosmetics, Oth. Glassware, Other Human Medicaments
16.	DINEX TRADE LTD 47A Tzarigradsko Shosse Fl 4, Bulgaria Tel: (359) 2 8463020, Fax: (359) 2 8463021 E-mail: dinex@adibg.com Produk yang diminati: Cocoa Beans, Whole Or Broken, Raw Or Roasted, Coffee

17.	KREZ MAR SEAFOOD LTD 34, Al. Stambolijski Str. 8127 Vrentren, Bulgaria Tel: (359) 5512 2127 Website: www.kms.my.contact.bg Produk yang diminati: Fish, frozen
18.	BIO BUILDING Complex Strelbishte Jordan Lovkov Str Bl.8 Entr G Shop No. 2, Bulgaria Tel: (+ + 3592) 958 2413, 958 2816 E-mail: stefanova@biobuilding.bg Website: www.biobuilding.bg Produk yang diminati: Furniture, Handicrafts, Leather Products, Rattan Furniture, Wooden Products
19.	NEW STYLE CO. 14, J. Sakazov Str., Bulgaria Tel: (359) 32-641 064, Fax: (359) 32-641 064 E-mail: newstyle@pl.bia-bg.com Produk yang diminati: Jewelry
CZECH REPUBLIC	
1.	AUTRIC S.R.O FURNITURE & DECORATION Crustenice 158 Lodenice U Beouna Ceko, Czech Republic Tel: (420-311) 604180, Fax: (420-311) 672603 E-mail: jirka@autronic.cz, Website: www.autronic.cz Produk yang diminati: Furniture, Glassware, Paper Product, Plastic Products
2.	INASCB EXPORT-IMPORT Doubravice 16CZ-370 06 Ceske, Czech Republic Tel: (420) 387 240975, Fax: (420) 602 468898 E-mail: inascb@volny.cz Produk yang diminati: Furniture
3.	FA KOPA Jezdecka 32, Decin Creh Republic 405 01, Czech Republic Tel: (240-77) 7280026, Fax: (240-77) 7280026 E-mail: kopa@fakopa.cz Website: www.fakopa.cz Produk yang diminati: Furniture
4.	DENICO, s.r.o. Pod HavrÅjnkou 27/18, Praha 7, Czech Republic Tel: +420 283 841 985, Fax: +420 283 841 985 E-mail: denico@raz-dva.cz Website: http://denico.czechtrade.us/ Produk yang diminati: Furniture
5.	ACC TRADING CO.LTD Mikuleckeho 1312/10, Czech Republic Tel: (420) 2617 10662, Fax: (420) 2617 11721 E-mail: kovac@mbox.vol.cz Website: www.gedip.cz/acct Produk yang diminati: Plastic Products
6.	VISTA SEMILY, LTD Druzstevni 264, Czech Republic Tel: (420) 481 621420, Fax: (420) 281 621425 E-mail: vista@vista.cz, Website: www.vista.cz Produk yang diminati: Plastic Products
7.	UBUD INTERIER Sokolovska 105 Praha 8, 186 00, Czech Republic Tel: +420 602 433007 E-mail: petrabernsden@c-box.cz Website: www.ubud.cz Produk yang diminati: Furniture, Handicrafts, Jewelry

8.	FA KOPA WHOLESALE WITH RATTAN Jezdecka 32, Czech Republic Tel: (00420) 412 545092, Fax: (00420) 777 280026 E-mail: kopa@fakopa.cz, Website: www.fakopa.cz Produk yang diminati: Furniture, Rattan Furniture
9.	DETAIL Hastalska 8, Czech Republic Tel: +420 224 919 172, Fax: +420 602 237 279 E-mail: detail.s.ro@loi.cz Website: www.detail-rattan.cz Produk yang diminati: Rattan Furniture
10.	AUS INTERICK Zlenicka 1049, Czech Republic Tel: 00420 60222 8707, Fax: 00420 3230 429 E-mail: info@ausinterier.cz Produk yang diminati: Composition Leather with a basis of Leather
11.	NATURFIT Karasek 1, Czech Republic Tel: (420) 541-127 371, Fax: (420) 541-127 372 E-mail: info@naturlif.cz Produk yang diminati: Tea
RUSSIA	
1.	JOINUS LLC Yubileiniy, Mayakovskogo, 2, Russia Tel: +7 (495) 646-1234, 646-0910 (ext 111) Fax: +7 (495) 646-1234, 646-0910 (ext 0) E-mail: tek@mebel-impex.ru Website: www.mebel-impex.ru Produk yang diminati: Bamboo Furniture, Outdoor Furniture, Rattan Furniture, Wooden Furniture
2.	GLOBAL SYSTEM Moscow,dmitrovskoe Shosse B 50, Russia Tel: +7 (916) 6190452, Fax: +7 (499) 4816715 E-mail: vcontact@mail.ru Produk yang diminati: Furniture
3.	UM- INTERIOR LTD 2nd floor, 7 bld. 2A Sanderia str. Moscow, Russia 129075 Tel: +7 (495)683 0446, Fax: +7 (495)683 0446 E-mail: gal@um-interior.ru Website: www.um-interior.ru Produk yang diminati: Furniture
4.	SIMA-LAND Rusia 620010, Ekaterinburg City, Chernyakhovsky st, 86/8 Tel: 8 800 1000 260 E-mail: jelnina@sima-land.ru, talika.07@gmail.ru Website: www.sima-land.ru Produk yang diminati: Furniture
5.	KONUS PLUS Burakova Street 6 Moscow, Russia Tel: (7) 495 9210305, Fax: (7) 495 365 3692 E-mail: konusindo@gmail.com Website: www.konusplus.ru Produk yang diminati: Fish, frozen, Fishery Products
6.	ASTOGON MOBILE 45g Mir SStr Krasnoyarsk, Russia Tel: (7391) 2206404, Fax: (7391) 2206404 E-mail: yt@astocoon.com, Website: www.mobicom.ru Produk yang diminati: Automatic Data Processing Machine (Computer, Laptop, etc)

7.	VOSTOK (OK) Moscow Region Reutov ul Zavodskaya 1, Russia Tel: 9 (495) 528 0553, Fax: 7 (495) 528 1223 E-mail: grandbor@inbox.ru Produk yang diminati: Coffee, Tea
8.	ZAVOD SINTANOLOV 606000 Nizhny Novgorod,Dzerzhinsk Vostochnaya promzona Po Box 22, Russia Tel: (831) 272 8863, Fax: (831) 272 8850 E-mail: mail@norchem.ru, Website: www.norchem.ru Produk yang diminati: Polyethylene
9.	SOYUZ TTN Ul. Tolbukhina 24, Kaliningrat, Russia Tel: (4012) 982125, 982123, Fax: (4012) 982125 E-mail: vera_kapitononova@klg.soyuzcorp.ru Website: www.soyuzcorp.com Produk yang diminati: Other Confectionary Sugar, Palm Oils
10.	SVETOVYE TEKHNOLOGII 390010, Ryazan, Magistralnaya Ul. 1 la, Russia Tel: (4912) 241175, Fax: (4912) 241178 E-mail: info@rzn.ilcompany.com Website: www.itcompany.com Produk yang diminati: Machines for Assembling Electric/Electronic Lamps, Tubes or Valves or Flashbulbs; Parts
11.	TRADING HOUSE GRAND Moscow 123060 Berzarina Ulitsa 36, Str 1, Russia Tel: 7 (495) 380 0214, Fax: 7 (499) 192 6715 E-mail: grand@grandmail.ru Website: www.grand-online.ru Produk yang diminati: Cocoa Beans, Whole Or Broken, Raw Or Roasted, Coffee, Tea
12.	PROMSTROYLES St.Petersbrug Gribalevay Str 12, Russia Tel: 7 (812) 596 3901/ 596 3913 Fax: 7 (812) 596 3901/ 596 3913 E-mail: house@pslcomp.spb.ru Produk yang diminati: Worked Wood Coniferous for Parquet Flooring
13.	NEVSKAYA KOMSTIKA S.Petersburg 192029 Prosp. Obukhovskoy Oborony No. 80, Russia Tel: (812) 412 3787, (812) 320 5120 Fax: (812) 326 3399, 412 5622 Email: mail@nevcos.com, client@nevcos.ru Website: www.nevcos.ru Produk yang diminati: Bath And Toilet Soap, Chemical Products, Cosmetics
14.	NIZHNHY NOVGOROD OILS & FATS PROCESSING FACTORY JS 603950 N. Novgorod Zhirkombinata Shosse No. 11, Russia Tel: (8312) 754700, Fax: (8312) 413756 E-mail: info@nmgk.ru, Website: www.nmgk.ru Produk yang diminati: Lard Stearin, Lard Oils, Margarine, Excluding Liquid Margarine
15.	OLIVCO "Mebel" Trading Complex "Stroim Dom", Yaroslavskoye Shosse 118, Moscow Region, Mytischee, Russia Tel: 8 (495) 7455313, Fax: 8 (495) 7455313 E-mail: info@olivko.ru, Website: www.olivco.ru Produk yang diminati: Garden Furniture

16.	PETRO 198206 S.Petersburg, Petergofskoye Shosse 71, Russia Tel: (495) 221 3700, (812) 3323800 Fax: (495) 2213700 , (812) 3324046 Website: www.jti.com Produk yang diminati: Sliced Tobacco of Smoking Tobacco
17.	PHILIP MORRIS IZHORA, ZAO Pos Gorelovo, Volhovskoye Shosse 7 Saint Petersburg 198323, Russia Tel: 7 (812) 718 4545, Fax: 7 (812) 718 4546 Website: www.philipmorriss.com Produk yang diminati: Sliced Tobacco of Smoking Tobacco
18.	PRIMORKAYA SOYA,USSURYSK OILS & FATS PROCESSING FA 692503, Primorsky Kray, Ussuriysk, Volochaevskaya ul 120, Russia Tel: (4234) 335330, 335401, Fax: (4234) 335401 Website: www.primsoya.ru Produk yang diminati: Soya Beans
19.	ORGCHEM TRADING HOUSE 603024 N.Novgorod Nevzorovykh ul 58, Russia Tel: (8312) 167179, 167178, Fax: (8312) 167178 E-mail: kuimov@bernnov.ru, Website: www.orghim.com Produk yang diminati: Chemical Products, Glues Based On Starches or On Dex-Trins
20.	MYUSTELA, JSC Yu Fuchika St 34 Kazan 420139 POB 180, Russia Tel: 7(917) 398 2023, Fax: 7(917) 398 2023 E-mail: dmyustela@mi.ru, Website: www.talir.ru Produk yang diminati: Cosmetics
21.	MOSCOW TEA FACTORY 111020 Moscow Borovaya Ul.3, Russia Tel: (495) 360 5223, Fax: (495) 360 5223 E-mail: adubov@nikitin.ru, Website: www.nikitin.ru Produk yang diminati: Tea
22.	LINOVA TRADE 3, Lavrentiev Str Kazan, 420126 Republik Tatarstan Federasi Rusia Tel: (7) 843 567, 6060 - 6088, Fax: (7) 843 567 6089 E-mail: office@linova.ru, Website: www.linova.ru Produk yang diminati: Tea
23.	MARR RUSSIA 121471 Moscow, Ryabinovaya ul. 43 A, Russia Tel: (495) 785 3944, 7853940, Fax: (495) 785 3945 E-mail: office@marr.ru Produk yang diminati: Food and Beverages
24.	LEROY MERLIN EAST 115162 Moscow Shabolovka ul 31 A, Russia Tel: (495) 961 01 60, Fax: (495) 961 0161 E-mail: info@leroymerlin.ru, Website: www.leroymerlin.ru Produk yang diminati: Oth. Prefabricated Buildings of Wood
25.	LEROY MERLIN EAST 115162 Moscow Shabolovka ul 31 A, Russia Tel: (495) 961 01 60, Fax: (495) 961 0161 E-mail: info@leroymerlin.ru, Website: www.leroymerlin.ru Produk yang diminati: Black Tea, Coffee

26.	OAO MERIDIAN Izhorskaya Str., 7, Russia Tel: +7 (095) 488-47-01, Fax: +7 (095) 486-47-47 E-mail: marketing@meridian.ru, Website: www.meridian.ru Produk yang diminati: Fishery/Marine Products
27.	Trading Company Sevryba 183001,Russia, Murmansk, Murmansk Fishing Port, Coldstore Å* 5, Russia Tel: (8152) 555168, Fax: (8152) 45-48-89 E-mail: farafonov@sevryba.ru Website: http://www.sevryba.ru/ Produk yang diminati: Fish, frozen
28.	EFKO B. Ordynka Ul. 40, Building 4, Moscow 119017, Russia - Tel: (7 495) 2258734 E-mail: v.vanov@efko.ru; v.borovikov@efko.ru Produk yang diminati: Palm Oils
29.	POGAR CIGARETTE-CIGAR FACTORY Bryanskaya Oblast, Pogar City, Oktyabrskaya Street, 41, Russia Tel: (48349) 21649,23084, Fax: (495) 648 9989 E-mail: oaopcct@mail.ru Produk yang diminati: Sliced Tobacco of Smoking Tobacco
30.	FURNITURE WHOLESALE AND RETAIL HOLDING Russia, 115088, Moscow, Simonovskiy Val, h 24, c.1 Tel: +7 -495 558 80 06, 674 41 76 Fax: +7 -495 558 80 06, 674 41 76 E-mail: radugarus@yahoo.com Website: www.mebel-malaysia.ru Produk yang diminati: Furniture, Handicrafts, Rattan Handicraft, Wooden Products
GEORGIA	
1.	SAPNA FOODS, INC 980 Jefferson St., Georgia Tel: (404) 589-0977, Fax: (404) 589-9711 E-mail: Info@sapnafoods.com Produk yang diminati: Chili, Mushrooms In Airtight Containers, Vanila Beans
HUNGARY	
1.	AIPEX KFT H-1103 Budapest, Koer Koz 17, Hungary Tel: (36-20) 4802007, Fax: (36-1) 6889191 E-mail: aipex@amtelmail.hu Produk yang diminati: Rubber Products
2.	VARGA MUHELY KFT 6800 Hodmezovarhely, Csomorkanyi u 24, Hungary Tel: (6-62) 244614, Fax: (6-62) 636385 E-mail: vargamuhely@online.hu Produk yang diminati: Waste & Scrap of Primary Cells, Bateries & Electric Accumulators, etc
3.	GLOBE KFT Jokai U. 14, Hungary Tel: (36-1) 257 4125, Fax: (36-23) 430 668 E-mail: clips@axelero.hu Produk yang diminati: Jewelry, Ornamental Trimmings in the Piece, Stationaries
4.	FER-MI KFT 45th Eastern Boulevard (Keleti Ipartelep Åst 29), Hungary Tel: +36 79 323427, Fax: +36 79 426133 E-mail: fer-mi@emtelnet.hu Website: www.fer-mi.hu Produk yang diminati: Furniture, Leather Products, Textile & Garment, knitted or crocheted

5.	HENRIETT PAMER H-1203 Bp Zodony U.3, Hungary Tel: (361) 4218400, Fax: (361) 2878313 E-mail: henriett.pamer@hc.hu Produk yang diminati: Spices
6.	RETKOZ-PACK BT 4600 Kisvarda, Dobo l.u. 13, Hungary Tel: 36 45 420 371, 955 2792, Fax: 36 45 406 731 E-mail: retkoz@hu.inter.net, szench@freemail.hu Produk yang diminati: Black Pepper, Copra
7.	BAJAI BOROVI BUTORIPARI ES KERESKEDELMI KFT. (BAJA) Baja 6501, Nagy IstvÅjn u. 35., Hungary Tel: 36 79 3141585, 3144545, 326011 Fax: 36 79 428763, 3144545 E-mail: borovibutor@emitel.hu Produk yang diminati: Furniture
8.	H&K Kft. AndrÅjsi ut 83-85/f2/a, Hungary Tel: 00 36 1 3222982, Fax: 00 36 1 3222982 E-mail: anca@kronart.hu Website: http://www.rattanhome.hu Produk yang diminati: Handicrafts
9.	GURU KELETI MUVESZETEK Multiverse 2002 KFT, Hungary Tel: 36-30 599 0509, Fax: 36-1 787 5411 E-mail: multiverse@gusztav.hu Produk yang diminati: Machinery
10.	COALA-ALFA RT Hunyadi Rt 9, Hungary Tel: (36) 1 464 9364, Fax: (36) 1 464 9370 E-mail: info@caola-alfa.hu Produk yang diminati: Essential Oils
11.	WEBEPKER, KFT 7200 Dombovar, Gyenis Aa, utcha 35, Hungary Tel: (74) 465710 / 106, Fax: (74) 565480 E-mail: illes@webepker.hu Produk yang diminati: Building Material
12.	BODO N BODO, KFT 8000 Szekesfehervar, Halom U. 21, Hungary Tel: (0620) 9298398, Fax: (0620) 9298398 E-mail: jovo-haza@jovo-haza.hu Produk yang diminati: Building Material
13.	HUNNAVIX LTD H-8356 Nagygorbo , Petofi u 64, Hungary Tel: (36-83) 375033, Fax: (36-83) 375023 E-mail: hunnavix3@hunnavix t-online.hu Produk yang diminati: Chemical Products
14.	HUNGARIAN DAYS H 1025 Budapest, Csararka vt 82-84, Hongaria Tel: (3630) 8204232 E-mail: anita.juhasz@hungariandays.com Produk yang diminati: Supplement Prawn Feed
15.	MAYER'S, KFT H 2096 Urom, Uromi ut 16, Hongaria Tel: (3630) 2483130, Fax: (3626) 550102 E-mail: mayerskft@yahoo.co.uk, mayers@t-online.hu Produk yang diminati: Other Chocolate In Blocks, Slabs/Bars Filled
16.	HUNGARO MANAGEMENT KFT 1113 Budapest, Karolina ut 65, Hungary Tel: (36 1) 209 0914 Fax: (36 1) 209 0938 E-mail: office@hm.hu Website: www.hm.hu Produk yang diminati: Furniture

17.	VARKO (SZOLGALTARO es KERESKEDELMI BETETI TARSASA H-2030 Erd, Szedo u 4, Hungary Tel: (35-23) 372-564 Fax: (36-23) 372-564 E-mail: varko.bt@axelero.hu Produk yang diminati: Palm Oils
18.	IKEA KFT 1148 Budapest Ors Vezér tere, Hungary Tel: (36-1) 460 3100 Fax: (36-1) 460 3197 Website: www.ikea.hu Produk yang diminati: Furniture
19.	H & K KFT Amdrasi Ut 83-85/F2/A, Hungary Tel: (36-1) 322 2982 Fax: (36-1) 322 2982 E-mail: anca@kronart.hu Website: www.rattanhome.hu Produk yang diminati: Handicrafts, Rattan Furniture
20.	APPLIED METERS, A.S. Budovaleiska 50 08001, Presov, Hungary Tel: (421-51) 7581169 Fax: (421-51) 7581168 Produk yang diminati: Electronic Equipment
21.	PROMOBAZIS LTD 30. Vací Street, Hungary Tel: (36-1) 3427697 Fax: (36-1) 4131540 Produk yang diminati: Toys
22.	KAEV TRADING CO, LTD 1. Budapest, Huvosvolgyi, Hungary Tel: (36) 1 3220 487 Fax: (36) 1 3220 249 E-mail: kaev@kaev.hu Produk yang diminati: Footwear
23.	HUNGARIAN FLAVOURS LTD Fehér Daniel 9, Hungary Tel: (361) 7855536 Fax: (361) 7855536 Website: http://www.gazdaforum.hu/ Produk yang diminati: Food and Beverages, Natural Honey, Spices
24.	BMORTONS 6722 Szeged, Petofi S. sgt. 7., Hungary Tel: (62) 424 - 336, 36/209/43 Fax: (62) 559-530 E-mail: marton@mortons.hu Website: www.mortons.hu, www.mortonsker.hu Produk yang diminati: Food and Beverages, Glassware, Plastic Products, Stationaries
25.	NFH KFT./BUTOR ASZ 1133 Budapest, Sullo utca 9, Hungary Tel: 36 1 236 0953 Fax: 36 1 236 0954 E-mail: nonfood@butorasz.hu Website: www.butorasz.hu Produk yang diminati: Furniture
26.	FEDA HUNGARI EXPORT IMPORT KFT 1162, Bekes, Hungary Tel: 36-1-4015000 Fax: 36-1-4015001 E-mail: feda@feda.hu Website: www.feda.hu Produk yang diminati: Cocoa Beans, Whole Or Broken, Raw Or Roasted
27.	BCI KFT 1112 Budapest, Koerberki ut 36, Hungary Tel: 36 1 310 5172 Fax: 36 1 310 3457 E-mail: bcibp@axelero.hu Website: www.bcibp.hu Produk yang diminati: Furniture

28.	LUX KFT 1095 Budapest, Mester utca 38, Hungary Tel: 36 1 216 2219 Fax: 36 1 215 5695 E-mail: lux2000@axelero.hu Website: www.esd.hu Produk yang diminati: Furniture
29.	BISCUIT KERESKEDELMI ES SZOLGALTATO KFT 1025, Verhalom, Hungary Tel: 36-1-200-94-02 Fax: 36-1-200-94-02 E-mail: biscuit@t-online.hu Produk yang diminati: Cocoa Beans, Whole Or Broken, Raw Or Roasted
30.	ANKER HUNGARIA KFT Zala, 8360, Hungary Tel: 36-83-5151 80 Fax: 36-83-5151 90 E-mail: helicorn@helicorn.hu Website: www.helicorn.hu Produk yang diminati: Cocoa Beans, Whole Or Broken, Raw Or Roasted
31.	BRENDON KFT 1399 Budapest, P.O. Box. 675, Hungary Tel: 36 1 320 8872 Fax: 36 1 450 1067 E-mail: brendon@brendon.hu Website: www.brendon.hu Produk yang diminati: Furniture
32.	CSOKI HUNGARIA KERESKEDELMI ES SZOLGALTATO KFT Pest, 2330 Dunaharaszti, Jedlik Anyos, Hungary Tel: 36-24-531320 Fax: 36-24-531766 E-mail: info@csokihungaria.hu Website: www.csokihungaria.hu Produk yang diminati: Cocoa Beans, Whole Or Broken, Raw Or Roasted
33.	TAHITI EGZOTIKUS BUTOROK Budapest, Hungary Tel: 36 30 9415 869 Fax: 36 26 302 480 E-mail: info@tahititeak.hu Website: www.tahititeak.hu Produk yang diminati: Furniture
34.	KORONA KFT 7400 Kaposvar, Kanizsai utca 56, Hungary Tel: 36 82 320 410 Fax: 36 82 423 220 E-mail: gyula@koronakaposvar.hu Website: www.koronakaposvar.hu Produk yang diminati: Furniture
35.	JOKEY HUNGARIA KFT 9028 Gyor, Fehervari ut 75, Hungary Tel: 36 96 516 800 Fax: 36 96 433 260 E-mail: jokey@arrabonet.hu Website: www.jokey.hu Produk yang diminati: Furniture
36.	BALATON BUTORGYAR RT 8200 Veszprem, Budapest ut 10, Hungary Tel: 36 88 425 866 Fax: 36 88 427 080 E-mail: bbrt@sednet.hu, info@balaton-butor.hu Website: www.balaton-butor.hu Produk yang diminati: Furniture
37.	GROSZ ES TARSAI KFT 5600 Bekescsaba, Liptak Andras ut 7/2, Hungary Tel: 36 66 529 631 Fax: 36 44 430 792 E-mail: grosz@nap-szam.hu Website: www.groszaranyoldalak.hu Produk yang diminati: Furniture

38.	CERACOM KFT 1161 Budapest, Dobo utca 8, Hungary Tel: 36 1 405 3840 Fax: 36 1 405 3844 E-mail: xtiles@ceracom.hu Website: www.ceracom.hu Produk yang diminati: Furniture
39.	BAV RT 1450 Budapest P.O. Box 94, Hungary Tel: 36 1 455 7700 Fax: 36 1 455 7383 E-mail: info@bav.hu Website: www.bav.hu Produk yang diminati: Furniture
40.	DOMUS-LANC KFT 1126 Budapest Nagy Jenó utca 12, Hungary Tel: 36 1 212 0533 Fax: 36 1 212 0573 E-mail: domuslanc@domus.hu Website: www.domus.hu Produk yang diminati: Furniture
41.	ELSO IRODA SUPERSTORE KFT 1149 Budapest Angol utca 38, Hungary Tel: 36 1 460 2300 Fax: 36 1 460 2301 E-mail: rendeles@officedepot.hu Website: www.officedepot.hu Produk yang diminati: Furniture
42.	EUROPA DESIGN IRODABUTOR KFT 1026 Budapest Kukullo utca 8, Hungary Tel: 36 1 394 6232 Fax: 36 1 200 8428 E-mail: europadesign@mail.datanet.hu Website: www.europadesign.hu Produk yang diminati: Furniture
43.	F-STUDIO KFT 1027 Budapest Kapas utca 11-15, Hungary Tel: 36 1 457 9111 Fax: 36 1 457 9113 E-mail: faram@mail.datanet.hu Website: www.datanet.hu/~faram Produk yang diminati: Furniture
44.	HIE KFT 1112 Budapest, Budaorsi ut 153, Hungary Tel: 36 1 309 5700 Fax: 36 1 309 5759 E-mail: info@fonte.hu Website: www.fonte.hu Produk yang diminati: Furniture
45.	KONDOR AND SRAGNER KFT 9700 Szombathely Kossuth Lajos utca 6, Hungary Tel: 36 94 316 130 Fax: 36 94 311 278 Email: szhely@kondor-sragner.hu Website: www.kondor-sragner.hu Produk yang diminati: Furniture
46.	SCHAFER SHOP-HUNGARIA KFT 1135 Budapest, Beke utca 21 – 29, Hungary Tel: 36 1 350 1000 Fax: 36 1 350 3000 E-mail: schafershop@mail.datanet.hu Website: www.schafershop.hu Produk yang diminati: Furniture
47.	SCONTO BUTOR KFT 1097 Budapest, Gyali ut 33, Hungary Tel: 36 1 348 2800 Fax: 36 1 348 2888 E-mail: turia@moebelwaltherr.de Website: www.moebelwaltherr.de Produk yang diminati: Furniture
48.	REITA HUNGARIA KFT 4405 Nyiregyhaza, Tunde utca 11, Hungary Tel: 36 42 501 111 Fax: 36 42 501 110 E-mail: reita@axelero.hu Website: www.reita.hu Produk yang diminati: Furniture

KONTAK BISNIS

49.	PARADIGMA 1367 Budapest, P.O. Box 20, Hungary Tel: 36 1 303 6976Fax: 36 1 323 0291 E-mail: paradigm@axelero.hu Website: www.emb1001.hu Produk yang diminati: Furniture
50.	NEUDORFLER HUNGARIA KFT 1115 Budapest, Bartok Bella ut 117-121, Hungary Tel: 36 1 203 8108 Fax: 36 1 203 8107 E-mail: neudorfler.hungaria@axelero.hu Website: www.neudorfler.hu Produk yang diminati: Furniture
51.	ASIA CENTER H - 1152 Budapest, Szentmihály Ut 167 – 169, Hungary Tel: +36-1 688-8863 Fax: +36-1 688-8889 E-mail: soos.eszter@asiacenter.hu Website: www.asiacenter.hu Produk yang diminati: Articles of Apparel of Leather, Household articles of iron or steel, enamelled, Jewelry, Natural Rubber, Oth. Articles of Plastics, Other Wooden Furniture, Photocopy Paper
52.	KARABUKA KFT 47/c Jaszberenyi ut 47/a, Hungary Tel: + 36 - 1 - 2630303 Fax: +36-1-2605294 E-mail: karabuka@karabuka.hu Website: www.karabuka.hu Produk yang diminati: Furniture
53.	BEDECO KAKAO ES ITALPORGYARTO Forgalmazo Kft , Zirc, Mayor u.I, Hungary Tel: 36-88-414262 Fax: 36-88-575230 E-mail: bedeco@bedeco.hu Website: www.bedeco.hu Produk yang diminati: Coffee Beans
54.	CADBURY WEDEL MAGYARORSZAGI FIOKTELEPE Angol u. 38, Hungary Tel: 36-1-4682934 Fax: 36-1-4682936 E-mail: ugyfelszolgalat@cadbury.hu Website: www.cadbury.hu Produk yang diminati: Coffee Powder
55.	VEGA DEKO Vega Impex Kft God Ady Endre ut 104, Hungary Tel: (3627) 331 829, 331 839 Fax: (3627) 331 853 E-mail: vegatoys@vega-impex.hu Website: www.vegatoys.hu Produk yang diminati: Furniture
56.	BABKAVE KER. BT 2000 SzenfendreSxtaravodai ut 60, Hungary Tel: 36 26 300 475 Fax: 36 1 267 9552 E-mail: babkava@hu.inter.net Website: www.babkave-bt.hu Produk yang diminati: Coffee Beans
CROATIA	
1.	KORDUN 1916 Matka Laginje 10 HR-47000 ,Croatia Tel: 385 47 645570, 645066 Fax: 385 47 645569, 645559 E-mail: zeljko.mazurn@kordun.hr Produk yang diminati: Apparatus X-Ray for Medical, Surgical or Veterinary Uses (X-ray Tubes, Radiations, etc); Parts & Acc
2.	NOVA TRGOVINA ZAGREB, D.O.O VLAŠKA 62 HR 10000 ZAGREB, Croatia Tel: (385 -1) 4552851 Fax: (385 -1) 4553636 Produk yang diminati: Coconut Desiccated

3.	EUROCOM d.o.o. Pod bregom 8, 10 255 Donji Stupnik, Croatia Tel: +385 01 6529666 Fax: +385 01 6529143, 6529149 E-mail: eurocom@eurocom.hr Website: www.eurocom.hr Produk yang diminati: Stationaries
4.	A.M.G PERFECTUS D.O.O A. Starcevic 2621312, Croatia Tel: (385-21) 322258 Fax: (385-92) 2627915 E-mail: ajukic@perfectus.hr Produk yang diminati: Rubberised Tyre Cord
5.	NARDI D.O.O Croatia 10 020 Zegreb Sajmisna Cesta 6, Croatia Tel: (385-1) 6602002 Fax: (385-1) 6602202 Email: nardi@zg.t-com.hr Produk yang diminati: Photocopy Paper
6.	BOSNIA COMPANY Blazujski Drum 12, Sarajevo BiH, Croatia Tel: (387) 33623502 Fax: (387) 33623 506 E-mail: sefo@bih.net.ba Produk yang diminati: Black Pepper, Coconut Desicated, Tea
7.	MEDIFARM-VELEBIT Kratka, 2, HR-42000, Croatia Tel: 385 1 461 2288 Fax: 385 1 461 2351 E-mail: informacije@medifam.hr Website: : www.medifam-velbit.hr Produk yang diminati: Other Medicaments Containing Hormon But Not With Antibiotics
8.	ALPRO-ATT D.O.O Plano BB PP, 3, Croatia Tel: 385 21 896 242 Fax: 385 21 896 244 E-mail: alpro-att@st.t-com.hr Website: www.alpro-att.hr Produk yang diminati: Plastic Products
9.	PERT D.O.O Staliste XII divizije 2 5 1000 Rijeka, Croatia Tel: (385-51) 371 476 Fax: (385-51) 371 483 E-mail: marketing@pert.hr Produk yang diminati: Canned Snail & Frozen
10.	CONSULE D.O.O Dr. Franje Tudmana 8 10434 stremec, Croatia Tel: (385) (0) 1 337 1111 Fax: (385) (0) 1 337 1115 E-mail: mdravinec@cosule hr, Msave@consule.hr Produk yang diminati: Footwear, Leather Products
11.	LETARAN D.O.O 32100 Vinkovci, Croatia Tel: (385-0) 32352352, 32352333 Fax: (385-0) 32339140 E-mail: danijala-marketing@lateran.hr Website: www.lateran.hr Produk yang diminati: Furniture
12.	ROBIC. D.O.O 10410 Velika Corica, Croatia Tel: (385-0) 16252300 Fax: (385-0) 16221168 E-mail: robic@robic.hr Website: www.robic.hr, www.vetrgovina.com Produk yang diminati: Food and Beverages
13.	MEBLO TRADE Rentinecka 137, Croatia Tel: (385-0) 16596414 Fax: (385-0) 16596416 E-mail: sasa.lutovac@meblo.br Website: www.meblo.hr Produk yang diminati: Furniture

14.	ARCA MERCATUS D.O.O PO Box 161, Croatia Tel: (385) 21 485446, 485448 Fax: (385) 21 485449 E-mail: mladen.milosevic@arcamercatus.hr Website: www.arcamercatus.hr Produk yang diminati: Stationaries
15.	MIRNOVEC D.O.O Mirnovec 20, Samobor 10430, Croatia Tel: (385) 13331000 Fax: (385) 13331011 E-mail: info@mirnovec.hr Website: www.mirnovec.hr
16.	AUGURES Minska 1, Croatia Tel: 00385 (0)52 453 060 Fax: 00385 (0)52 453 060 E-mail: augures@augures.hr Website: www.augures.hr Produk yang diminati: Furniture
17.	PIPA D.O.O Dr. F Tudjmana 16, Croatia Tel: (00385) 1 3360 491 Fax: (00385) 1 3336 321 E-mail: pipa@zg.t-com.hr Produk yang diminati: Building Material, Fumiture, Handicrafts, Rattan Furniture, Wooden Products
18.	NOK Jasmina 37 10 000 Tagreb, Croatia Tel: 385 1 4618779 Fax: 385 1 2864820 E-mail: vjeran.vlaovic@zq.hinet.hr Produk yang diminati: Handicrafts
19.	CROIT D.O.O. Put Vrbovnika BB, Croatia Tel: (385) 21-326 789 Fax: (385) 21-326 786 Produk yang diminati: Album for Samples or Collections, Stationaries
20.	EMPORIUM D.O.O. Grskoviceva 48, Croatia Tel: (385) 1-24 98 249 Fax: (385) 1-24 15 430 E-mail: emporium@zg.tel.hr Produk yang diminati: Bicycles & Other Cycles, Footwear, Gloves of Rubber, Hats & Other Headgear, Knitted/crocheted or Made up from Lace, Oth. Text. Fabrics, Oth. Toys
21.	MAKART I MAKART Prilaz B. Filipovica, 1, Croatia Tel: (385) 1-377 9388 Fax: (385) 1-377 4322 Produk yang diminati: Cane Sugar
22.	MEDIVA D.O.O. Stara Knezija, 11, Croatia Tel: (385) 1-383 9242 Fax: (385) 1-383 6507 Produk yang diminati: Liquid Crystal Devices, Optical Appliances & Instruments; Parts & Accessories
23.	ANIMUS D.O.O. Slavonska Avenija BB. Ured 21, Croatia Tel: (385)b1-245 0090 Fax: (385) 1-239 2712 Produk yang diminati: Fruits Fresh or Frozen
24.	SARDINA Poljana Kneza Trpimira, 6, Croatia Tel: (385) 21-317 390 Fax: (385) 21-317 392 Produk yang diminati: Crabs, Fresh or Chilled, Other Food Preparation N.E.S
25.	TEAM D.O.O. Antuna Heinza, 3, Croatia Tel: (385) 1-462 8250 Fax: (385) 1-462 9260 Produk yang diminati: Gift and Craft

KONTAK BISNIS

26.	VIS-KISOBRANARNA I GALANTERIJA Svilarska 2, Croatia Tel: (385) 42-107 321 Fax: (385) 42-350 323 Produk yang diminati: T-Shirt, Knitted/Crocheted
27.	FER D.O.O. Drscsevka 13-B, Croatia Tel: (385) 52-624 350 Fax: (385) 52-624 350 Produk yang diminati: Cane Sugar, Other Prepared Foods
28.	ZINT, LTD. Sveti Duh, 128A, Croatia Tel: (385) 1-3776 313 Fax: (385) 1-3779 124 Produk yang diminati: Household articles of iron or steel, enamelled
29.	ZITO, D.O.O. P. Pejacevic 25, Croatia Tel: (385) 31-36 99 44 Fax: (385) 31-36 99 49 Produk yang diminati: Urea, Whether or Not In Aqueous Solution
MACEDONIA	
1.	EURO TRADE Gradski Zid Bo. 3 Ext 12, Macedonia Tel: (3890) 2205 3783 Fax: (3890) 2205 967 E-mail: contact@eurotrade-doo.com.mk Website: www.eurotrade-doo.com.mk Produk yang diminati: Coffee, Glassware, Jewelry, Others Manufactured Tobacco
POLAND	
1.	UNITECH Krancow Str-24 Poznan, Poland Tel: 4861-6416222 Fax: 4861-6417222 E-mail: ak@ut-ec.com Website: http://ul.ec.com Produk yang diminati: Food and Beverages
2.	HURTOWNIA SZTUCZENJ BIZUTERII UL. Wierzbomwa 20, Poland Tel: (944-842) 6781000 Fax: (48-42) 678 1000 E-mail: wlewski@bazafirm.pl Produk yang diminati: Accessories, Jewelry
3.	MINGGU POLAND Pozdrowienia. Omegair cargo sp.zo.o.ul via B 54 B 72-100, Poland Tel: 91-481-7699 E-mail: nurianinda@gmail.com Website: www.minggu.pl Produk yang diminati: Furniture
4.	ERMETBIS Pilsudskiego 132, 26-200 Konskie, Poland Tel: (48) 603 745 157 Fax: (48) 41 372 2608 E-mail: p.pieta@ermetbis.pl Website: www.ermetbis.pl Produk yang diminati: Furniture
5.	YAKAN Olsztyn 11-041 Hozjusza, Poland Tel: (48) 89 532 0192 Fax: (48) 89 532 01 92 E-mail: j.janiak@yakan.pl Website: www.viceversa.pl Produk yang diminati: Garments Made Up of Fabrics
6.	ERMET Ermet Bis, Ul Pilsudskiego 132 PL 26-200, Poland Tel: 48-41 3722608 Fax: 48-41 3722608 E-mail: p.pieta@ermetbis.pl Produk yang diminati: Furniture

7.	STRIMA Strima, Swadzim, ul Poznanska 54 62-080 Tarnowo Podg, Poland Tel: 48-61 8950950 Fax: 48-61 8950951 E-mail: mail@strima.com Produk yang diminati: Handicrafts
8.	4 TRADE PL LTD. Czarnieckiego 46, Poland Tel: +48 22 8397898 Fax: +48 22 8397890 Website: http://www.4trade.pl/ Produk yang diminati: Other Phosphatic Fertilizer
9.	WALESTA Sp z oo Str.Kolejowa 34, Poland Tel: +48 609371999 Fax: +48 8578199 Website: www.walesta.com Produk yang diminati: Fish, frozen, Mushrooms In Airtight Containers
10.	WAWEL SA W. Warnencyzka 14, Poland Tel: 48 122 54 21 10 Fax: 48 122 54 21 12 E-mail: mail@wawel.com.pl Produk yang diminati: Cocoa Butter, Fat And Oil., Dairy Spreads
11.	AGROS TRADING SP ZOO Ul.Jana Pawla II, 15, Poland Tel: 48 22 697 67 77 Fax: 48 22 697 67 76 E-mail: agrostc@agrostc.comp.pl Produk yang diminati: Cocoa Butter, Fat And Oil.
12.	FIRMA ART-S 87-600 Lipno, OS Reymonta 8/9, Poland Tel: (48) 505 821 781 Fax: (48) 505 821 781 E-mail: artssk@op.pl Produk yang diminati: Handicrafts
13.	STABOS Czackiego 3a, Szczecin, Poland Tel: (48-91) 8121 146 Fax: (48-91) 8121 145 Produk yang diminati: Wood Carving
14.	RAM 2 SP. B. Chrobrego 33b/5, Poland Tel: (48-32) 3761841 Fax: (48-32) 3761849 Website: www.warez.pl Produk yang diminati: Toys
15.	PLS MANAGEMENT Polna 40, Poland Tel: (4822) 331 3034 Fax: (4822) 33 3035 E-mail: a.buczkievicz@kwadratowa.waw.pl Produk yang diminati: Urea, Whether or Not In Aqueous Solution
16.	IRENA GLASS FACTORY COMPANY LTD Tel: (48) 52 354 2184 Fax: (48) 52 354 2184 E-mail: kruszczyzna@huta-irena.com.nl Produk yang diminati: Drinking Glasses of Lead Crystal, Glassware
17.	BEATA POLACZYNSKA Ul. Marianki 27, Poland Tel: (48) 727 4091 Fax: (48) 502 387 255 E-mail: bpolaczynskz@o.2.pl Produk yang diminati: Wooden Table Furniture
18.	KRUEGER POLSKA SP.Z.O.O Zaklad produkcyjny UL.Podstoczysko 42, Poland Tel: (29) 74 620 36, 644 0004 Fax: (29) 746 2038 E-mail: kruger@kruger.pl Produk yang diminati: Coffee, Spices, Tea

19.	BIURO HANDLOWE UL. Nocznickiego 31, Poland Tel: (22) 569 8262 Fax: (22) 569 8263 E-mail: marketing@kruger.pl Produk yang diminati: Coffee, Spices, Tea
20.	AGRO TRADING SP.Z.O.O Ul.T.Chalubinskiego 8, Poland Tel: (4822) 830 0616 Fax: (4822) 830 0791 E-mail: pro@agrostrade.com.pl Produk yang diminati: Coffee, Spices, Tea
21.	DAN-POL MACHINE PARTNER Ul. Poznanska la, Poland Tel: (+4859) 842 6100 Fax: (+4859) 842 6100 E-mail: biuro@dan-pol.mp.pl Produk yang diminati: Iron and Steel
22.	IP DIRECT GROUP Srodmescie 28/16, Poland Tel: (48) 503782531 Fax: (48) 227841369 E-mail: indo@ipdirect.home.pl Website: www.ipdirect.home.pl Produk yang diminati: Stationaries
23.	ELMAR Jesiotrowa 13, Poland Tel: (48) 42681182 Fax: (48)426801182 Website: ww.pikowanie.pl Produk yang diminati: Stationaries
24.	MATRIX Ul. Trzebowianska 20, Poland Tel: (48) 7135 30829 Fax: (48) 7135 30829 E-mail: matrix@matrix.iaw.pl Produk yang diminati: Plastic Products
25.	MOMOWAY Ul. Smolna 81-887, Poland Tel: +48 58550899 Fax: +48 507192952 E-mail: momo@momoway.com Website: www.momoway.com Produk yang diminati: Fish, frozen, Fruits Fresh or Frozen, Leather Products
26.	POLEX ul. Zulawska 36, Poland Tel: +48 58-7631073 Fax: +4858-7634311 E-mail: polex.bhp@interia.pl Produk yang diminati: Coffee, Food and Beverages
27.	TOP MARK 12/14 Omlotowa St. 94251, Poland Tel: +48 42 616 13 51 Fax: +48 42 616 13 65 E-mail: jant@topmark.com.pl Website: www.topmark.com.pl Produk yang diminati: Furniture, Glassware, Handicrafts, Paper Product, Plastic Products
28.	SET BOWL UL.Dabrowskiego 6, 87, Poland Tel: +48/56/6626165 Fax: +48/56/6626166 E-mail: setbowl@setbowl.pl, tomeknah@go2.pl Website: www.setbowl.pl Produk yang diminati: Furniture, Handicrafts, Household articles of iron or steel, enamelled
29.	CALAMUS ROTAN Calamus Rotan Sp.zo.o.ul. Skosna, Poland Tel: +48 12 260 03 90 Fax: +48 12 260 95 49 E-mail: mkopytko@calamusrotan.com Website: www.calamusrotan.com Produk yang diminati: Furniture, Handicrafts
30.	BATIK Ul.Boya-Zelenskigo 2, Poland Tel: (4822) 825 1349 Fax: (4822) 875 3321 Produk yang diminati: Coffee Powder, Fumiture, Glassware, Handicrafts, Jewelry, Wooden Products

31.	MANDALLIN Ul. Dabrowskiego 6, Poland Tel: (4856) 6626165 Fax: (4856) 6626166 E-mail: setbowl@setbowl.pl Website: www.setbowl.pl Produk yang diminati: Furniture, Handicrafts
32.	G.K. RESOURCES FURNITUR AND HANDICRAFT Dietla 32/8 31-070, Poland Tel: 6281553411115 E-mail: preboski@poczta.fm Produk yang diminati: Furniture, Handicrafts
ROMANIA	
1.	K & G MARDINI TRIUMF SRL Exposmart Sos. Afumati Nr. 86 Stand A11 Voluntari Ilfov, Romania Tel: 004 0721 271 138 E-mail: kadir_mardini@yahoo.com, kadir_mardini@hotmail.com Produk yang diminati: Cocoa Beans, Whole Or Broken, Raw Or Roasted, Coffee, Electronic Equipment, Essential Oils, Palm Oils, Rubber Product
2.	JAVA HOUSE DESIGNS Calea 13 Septembrie 109, Bloc 105,#17, Romania Tel: 40314127257 Fax: 40314127257 E-mail: admin@javahousedesigns.com Website: www.javahousedesigns.com Produk yang diminati: Furniture, Handicrafts, Woven Fabrics of Other Vegetable Textile Fibres
3.	LUMEELECTRIC INSTAL Depositi-magazin Timisoara, Str Glad Nr, Romania Tel: (40-256) 240028 Fax: (40-256) 451485 E-mail: lumeelectric@upcnet.rc Produk yang diminati: Electronic Equipment
4.	JOTEXXCOSRL Calae Mosilor 292 Bl.38, Romania Tel: (92) 262 262 Fax: (92) 210 5609 E-mail: jotex@voxline.ro Produk yang diminati: Textile & Garment, knitted or crocheted
5.	3-SYS SOLUTIONS S.R.L. Str Alexandru 5-A, UE3, AP.6, Romania Tel: (40) 358 106709 Fax: (40) 358 106 709 E-mail: office@3sys.ro Produk yang diminati: Cement
6.	AIRTEL S.R.L. Str. Moldovan Ene 9 BL.M88, SC.1, AP.50, Romania Tel: +40 742 956394 Fax: +40 21 4562672 E-mail: airtel@fx.ro Website: www.ec21.com/merx Produk yang diminati: Leather Products, Textile & Garment, knitted or crocheted
7.	TEHNO TRADING L.d.d. S.r.l 38, Stefan Negulescu Street, Sector 1, Romania Tel: 40 21 231 16 64 Fax: 40 21 231 16 64 Produk yang diminati: Ball & Roller Bearings
8.	SC ANUBIS TRADING 2007 Aleea Salciei str., No. 9, Bl. 4B. Sc. A, Ap 6, Romania Tel: (40-72) 3476360 Fax: (40-34) 8805730 Website: http://www.wdw.ro/anubis Produk yang diminati: Articles of Apparel & Clothing Accessories of Furskin
9.	HD STIL Str. Buituri Nr. 43, Romania Tel: (40-254) 713384 Fax: (40-254) 710900 E-mail: hd_stil@comser.ro Produk yang diminati: Furniture, Windows of Wood

10.	MARIANI GUIBET French Village 101 B, Romania Tel: 40 721782497 Fax: 40 721782497 E-mail: mguibet@yahoo.com Produk yang diminati: Food and Beverages
11.	VESTAGRO TRADING LTD Aleea Sulfinei Str No. 1,19 Suit, Romania Tel: (40) 259267578 Fax: (40) 259267578 E-mail: vestagro@rdslink.ro Produk yang diminati: Stationaries
12.	S.C.PRIMORDIAL DOMI S.R.L Sos. Mihai Bravu Nr. 384, Bl. B1D, SC. A Ap 65 Sec 3, Romania Tel: (40) 213275597 Fax: (40) 213351827 E-mail: primordial@k.ro Produk yang diminati: Stationaries
13.	VETRO DESIGN Str.Raspantilor Nr. 14, Sector 2, Romania Tel: (4021) 2113 168 Fax: (4021) 2104 088 E-mail: vetro@fx.ro Website: www.vetro.ro Produk yang diminati: Plastic Products
14.	INDOMUS SM s.r.l. S. Av. Vasile Fuica nv. 7, Sect. 1, Romania Tel: 0040 21 2421071 Fax: 0040 21 2421071 E-mail: razvan.mirica@mobexpert.ro Website: www.mobexpert.ro Produk yang diminati: Furniture
15.	CONSLCUL JUDETEAN BRASOU Str. Ghe. Doja, Nr.76, Romania Tel: +40723625518 E-mail: nicugreavu@yahoo.com Produk yang diminati: Articles of Leather or of Composition Leather, Indoor Furniture, Jewelry, Textile Fibres of Abaca Other Raw
16.	INJURCONSULT BOX 11792, Romania Tel: 7 846 2414408 Fax: 846 2414408 E-mail: injurconsult@samaradom.ru Produk yang diminati: Handicrafts, Herbal Products, Jewelry, Leather Products, Sport Equipment
17.	SECAN 5, Ferme D Street 075100 Otopeni – IF, Romania Tel: +40 21 350 14 40, +40 21 350 14 41 Fax: +40 21 350 14 43 E-mail: secan@b.astral.ro Website: www.secan.ro Produk yang diminati: Gift and Craft
18.	MAWARED GENERAL TRADING Homs-City Center 510, Romania Tel: 963 312462717 Fax: 963 32462718 E-mail: khaled_mete@yahoo.com Produk yang diminati: Electronic Equipment
19.	GLASSCO INTERNATIONAL Sos Alunati nr 86 Voluntari, Jud, Romania Tel: 021 270 40 95/97 Email: glassco_international@yahoo.com Website: www.glasco.ro Produk yang diminati: Glassware
20.	B AND J COM S.R.L. 137, Calea 13 Septembrie, BL, T1C, Romania Tel: (40) 21 410 24 23 Fax: (40) 21 411 26 88 Produk yang diminati: Plastic Products
19.	A.C.C. INTERNATIONAL S.R.L. Str. D. Cantemir, 23, Bl. D23, AP.5, Romania Tel: (40) 722 46 73 94 Fax: (40) 259 22 31 53 Produk yang diminati: Building Material

20.	ANTHEUS TRADING GROUP S.A. 1-A, Abrud Str, Sec, 1, Romania Tel: (40) 21 224 55 18/9/20 Fax: (40) 21 224 54 72 Produk yang diminati: Alloy Steel in Ingots, Bricks, Blocks, Tiles & Oth. Ceramic Goods, Chemical Products, Coal
21.	BOBOMAR P-Ta Hristo Botev, BL A1, AP.8, Romania Tel: (40) 239 61 30 50 Fax: (40) 239 61 37 26 Produk yang diminati: Jewelry
22.	B.I.S. MARKETING Sos. Colentina 2C,B,4,Apt,14,S2, Romania Tel: (40) 21 687 40 11 Fax: (40) 21 687 40 11 Produk yang diminati: Paper Product
23.	A. & B. INTERTRUST I.C. isarion 4-Targoviste, Romania Tel: (40) 245 21 78 37 Fax: (40) 245 21 78 37 Produk yang diminati: Chemical Products, Milk & Cream of Fat Added Sugar in Powder Form, in Pack, Plastic Products
24.	A & C. NETWORK S.R.L. Str. Tineretului, No. 17, Romania Tel: (40) 744 50 27 92 Fax: (40) 239 61 84 35 E-mail: acworknet@yahoo.com Produk yang diminati: Paper Product, Polyethylene, Seed of Cumin, Spices
25.	A.F. BUNDUC ION ADRIAN Sos. Bucium 48, Romania Tel: (40) 723 23 60 81 Fax: (40) 232 23 12 39 Produk yang diminati: Cellular Telephone, Electronic Equipment
26.	A.S.A.M, S.A. Aurel Vlaicu, 77, Romania Tel: (40) 232 27 06 40 Fax: (40) 232 27 09 30 Produk yang diminati: Iron and Steel
27.	ABIS COM PROD St. Vineri, 6, A14/B/39, Romania Tel: (40) 745 79 31 45 Fax: (40) 260 61 94 87 Produk yang diminati: Heavy Duty Truck
28.	ACROPOLIS, S.A. 9, Mai 43/C/15, Romania Tel: (40) 234 11 28 72 Fax: (40) 234 11 33 12 Produk yang diminati: Meat of Sheep or Goats, Fresh, Chilled or Frozen, Other Food Preparation N.E.S
29.	AGRI-BUSINESS DEVELOPMENT Sos Titulescu, 51-59, Sec. 1, Romania Tel: (40) 21 231 53 54 Fax: (40) 21 231 53 54 Produk yang diminati: Artificial Flower, Foliage & Fruit of Oth. Materials
30.	AIR TELECOM Bd. Corneliu Coposu, 4, Romania Tel: (40) 744 29 61 10 Fax: (40) 21 327 13 59 Produk yang diminati: Heavy Duty Truck
31.	AKTAA GMBH BUCURESTI Calea Victoriei, 39, A, 4/F, Romania Tel: (40) 21 312 25 29 Fax: (40) 21 312 25 30 Produk yang diminati: Petroleum Coke, Petroleum Bitumen & Oth. Residues of Petroleum Oil
28.	ALL PRINT SERVICES S.R.L. Ferentari, 10, Romania Tel: (40) 72 304 0740 Fax: (40) 21 424 9219 Produk yang diminati: Video Recording or Reproducing Apparatus (Magnetic Tape-type, Laser Disc Players, etc)

Untuk informasi lebih lengkap silahkan hubungi Redaksi Majalah PELUANG.



Kegiatan Trade, Tourism, dan Investment
Negara-Negara di kawasan Eropa Tengah dan Timur tahun 2014

No.	Nama Kegiatan	Tempat/Waktu Penyelenggaraan	Keterangan
PAMERAN PARIWISATA			
1.	Pameran Pariwisata (<i>Otdykh Leisure</i>)	Moskow, Rusia, September	<i>Otdykh Leisure</i> merupakan pameran bertaraf internasional mengenai pariwisata di Rusia dan berbagai negara lainnya. Indonesia turut berpartisipasi dalam pameran tersebut dengan membuka stan pariwisata. Tahun 2011 merupakan penyelenggaraan pameran yang ke 17 kali. Indonesia berpartisipasi dalam pameran ini sejak beberapa tahun terakhir.
PAMERAN INDUSTRI KERAJINAN, FURNITUR, PAKAIAN			
2.	MosShoes	Moskow, Rusia, Januari, Maret, Juni dan September	MosShoes merupakan pameran alas kaki terbesar di Rusia dan Eropa Timur yang diadakan empat kali setahun di pusat pameran internasional <i>Crocus Expo</i> . Peserta menampilkan berbagai jenis alas kaki seperti <i>fashion shoes</i> , <i>indoor shoes</i> , sepatu kerja, sepatu <i>casual</i> , sepatu olahraga, sepatu kulit, sepatu kanvas, sandal, <i>slippers</i> , <i>snow boots</i> , <i>hiking shoes</i> , sepatu karet, dll. Pengunjung pameran datang dari berbagai kalangan seperti pembuat sepatu, pengusaha sepatu, importir dan eksportir, serta masyarakat umum.
3.	HEIMTEXTIL Russia	Moskow, Rusia, September	Heimtextil Russia merupakan pameran <i>home textiles</i> dan aksesorisnya. Pameran ini mengetengahkan trend terbaru <i>design home textile</i> , <i>floor coverings</i> dan <i>interior furnishings</i> . Pameran ini merupakan event utama industri <i>home textile</i> dan interior Rusia.
4.	<i>Furniture Club</i>	Moskow, Rusia, Oktober	Pameran mengetengahkan sektor furnitur dan <i>home decoration</i> , trend kontemporer dan <i>design</i> dari produsen lokal dan mancanegara, seminar serta konferensi professional.
5.	<i>Mebel Expo</i>	Moskow, Rusia, November	<i>Mebel Expo</i> merupakan pameran <i>furniture</i> , <i>fitting</i> dan <i>upholstery</i> . Event ini menghubungkan kontraktor, retailer, arsitek dan disainer dari seluruh dunia. Pegunjung dapat melihat sampel furnitur dari 1500 peserta dari sekitar 36 negara.

No.	Nama Kegiatan	Tempat/Waktu Penyelenggaraan	Keterangan
PAMERAN INDUSTRI MAKANAN			
6.	World Food Moscow	Moskow, Rusia, September	World Food Moscow merupakan pameran pangan dunia yang menjadi tempat perhelatan industri makanan dan minuman dan diikuti oleh 1.100 peserta dari 55 negara. Indonesia turut terlibat dalam pameran tersebut melalui promosi kulinernya. Pameran ini telah dilaksanakan 19 kali. Indonesia berpartisipasi pada 2008, 2010 dan 2013.
ENERGI, MINYAK DAN GAS			
7.	Moscow International Oil and Gas Exhibition	Moskow, Rusia, Juni	Pameran Moscow International Oil and Gas ditujukan bagi para profesional di bidang industri minyak dan gas. Dalam pameran tersebut, ditampilkan produk dan jasa di sektor energi seperti LNG, transportasi dan jaringan pipa, pengeboran, pengolahan ladang minyak, seismik dan geofisika, otomatisasi dan sistem pengukuran, dsb. Pameran ini menjadi pilihan bagi eksportir dan importir bidang minyak dan gas untuk mencari peluang bisnis. Pada 2010 Indonesia berpartisipasi dalam pameran tersebut.
PERDAGANGAN			
8.	International Trade Fair Kazan Halal	Kazan, Rusia, Juni	Kazan Halal merupakan pameran dagang yang diperuntukkan bagi industri, produk dan jasa halal. Peserta pameran berkesempatan memperkenalkan produk dan layanan halal untuk pasar Rusia dan sekitarnya. Kazan Halal menjadi titik fokus bagi industri halal Rusia dan negara-negara CIS. Saat ini terdapat lebih dari 20 juta Muslim di Rusia dan terdapat peningkatan kebutuhan akan produk-produk dan jasa bersertifikat halal sehingga pameran ini berpotensi bagi pengembangan pasar produk halal bagi Indonesia. Indonesia menghadiri event ini pada 2010.
PAMERAN INDUSTRI, FURNITUR, PAKAIAN, DAN OLAHRAGA			
9.	Style-Kabo – International Fashion Fair and Footwear and Leather	Arena Pameran BVV Brno, Ceko, 17-19 Agustus 2014	Keterangan lebih lanjut dapat dilihat di situs BVV www.bvv.cz
MANUFAKTUR DAN LAIN-LAIN			
10.	Minerally Brno – International Mineral and Jewellery Fairs, Natural Stone	Arena Pameran BVV Brno, Ceko, 24-25 Mei 2014 dan 15-16 November 2014	Keterangan lebih lanjut dapat dilihat di situs BVV www.bvv.cz

Untuk informasi lebih lengkap silahkan menghubungi Redaksi Majalah PELUANG.



Kerjasama Pangan Indonesia - Slowakia

Solusi Atasi Ketergantungan terhadap Gandum Impor

Swasembada pangan adalah kebutuhan yang semakin mendesak di tengah perkembangan perekonomian dunia saat ini. Berbagai upaya dilakukan untuk mengurangi ketergantungan terhadap produk pangan impor. Salah satunya melalui kerjasama pengembangan produksi gandum dengan Slowakia. Kerjasama tersebut diharapkan mampu meletakkan fondasi untuk swasembada gandum sebagai bahan pangan pokok alternatif pada masa mendatang.

Gandum merupakan bahan pangan pokok penting bagi Indonesia dengan tingkat konsumsi terbesar kedua setelah beras. Sebagai negara non-produsen gandum, kebutuhan Indonesia akan gandum masih dipenuhi melalui impor. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS), impor gandum Indonesia pada tahun 2012 dilaporkan meningkat 14.5% menjadi sebesar 6,3 juta ton dibanding tahun 2011, yaitu sebesar 5,5 juta ton. Sementara untuk periode Januari hingga November 2013, impor gandum tercatat sebesar 6,21 juta ton atau senilai USD 2,26 juta. Ketergantungan impor gandum secara nyata memberikan tekanan pada neraca perdagangan Indonesia setiap tahunnya.

Sebagai salah satu negara penghasil gandum, Slowakia berusaha melakukan pengembangan dan penelitian untuk mendapatkan varietas gandum yang unggul. Negara yang menjadi salah satu mitra penting Indonesia di kawasan Eropa Tengah dan Timur tersebut, berhasil mengembangkan varietas gandum yang mampu tumbuh di iklim tropis. Keunggulan teknologi dan varietas gandum yang dimiliki Slowakia serta kebutuhan Indonesia untuk mengurangi impor gandum menjadi dasar peninjauan kerjasama pengembangan produksi gandum tropis antara kedua negara. Pemanfaatan benih gandum tropis yang telah dikembangkan Slowakia merupakan potensi sekaligus harapan bagi Indonesia untuk mampu

memproduksi gandum di dalam negeri secara mandiri, tahap demi tahap, guna mengurangi ketergantungan impor. Kerjasama kedua negara dalam pengembangan produksi gandum tropis diinisiasi dengan penandatanganan *Memorandum of Understanding (MoU)* antara Universitas Andalas dengan perusahaan benih dari Slowakia, OSIVO a.s. MoU diteken oleh Rektor Universitas Andalas, Prof. Dr. Ir. H. Musliar Kasim, MS pada 29 Desember 2010, dan ditandatangani oleh General Director OSIVO a.s., Rudolf Zajac, pada 31 Maret 2011. Penandatanganan MoU tersebut kemudian ditindaklanjuti dengan kunjungan delegasi tim peneliti gandum dari Universitas Andalas ke Slowakia pada 21 Maret hingga 1 April 2011.

LIPUTAN AKSI

Dalam kunjungan tersebut, dilakukan pertemuan dengan beberapa *wheat breeder station*, dan perwakilan *Slovak University of Agriculture*. Pertemuan dengan kalangan akademisi itu menghasilkan kesepakatan kerjasama untuk uji coba penanaman dan pengembangan gandum, serta pertukaran mahasiswa dan staf pengajar dalam kerangka pengembangan gandum di Indonesia.

Kesepakatan kerjasama tersebut dituangkan dalam MoU tiga pihak, yaitu Universitas Andalas, OSIVO a.s., dan *Slovak University of Agriculture*. Penandatanganan MoU disaksikan oleh Presiden Slovakia, Ivan Gašparovič, dalam kunjungan kenegaraannya ke Indonesia pada 10 Oktober 2011.

Penanaman varietas gandum asal Slovakia mulai diujicobakan di sembilan daerah yang terletak pada empat kabupaten di Sumatera Barat pada bulan Maret 2011. Hasil uji coba menunjukkan bahwa diantara 11 varietas yang berasal dari Slovakia, terdapat empat varietas unggul yang mampu tumbuh dengan baik di Indonesia, yaitu SO3, SO8, SO9, dan SO10, dengan potensi produksi sekitar 4 ton per hektar.

Pada tahun 2012, kegiatan pengembangan produksi gandum tropis dilanjutkan pada uji multilokasi di lima provinsi lainnya, yaitu Bengkulu, Jawa Barat, Jawa Tengah, Jawa Timur, dan Sulawesi Selatan. Selain uji lokasi, Universitas Andalas juga melaku-



Penandatanganan MoU tiga pihak antara Universitas Andalas dengan OSIVO a.s dan *Slovak University of Agriculture*, 10 Oktober 2011.

kan penelitian optimalisasi budidaya gandum, *demonstration farm*, pelatihan teknologi budidaya tanaman gandum dan pembentukan kampung gandum sebagai kawasan alih teknologi dan industri berbasis gandum.

Untuk meningkatkan kemampuan dan *transfer of knowledge*, pada bulan April – Juli 2012 dilakukan pengiriman mahasiswa tingkat akhir dan pengajar muda dari Universitas Andalas ke *Slovak University of Agriculture* di Nitra, Slovakia dalam program *Summer-Spring Course*. Peserta program diarahkan sebagai tutor pengembangan gandum di wilayah Indonesia yang lain.

Sementara itu, pada tahun ajaran 2013-2014, juga telah dikirimkan seorang tenaga ahli dari Universitas Andalas untuk program Phd terkait *tropical wheat* di *University of Agriculture* melalui skema beasiswa National scholarship Programme (NSP) dari pemerintah Slovakia.

Dalam rangka menghimpun berbagai hasil penelitian terkait gandum tropis, pada 7-8 Mei 2013 di Universitas Andalas diselenggarakan *Workshop* Nasional Pengembangan Gandum di Indonesia. *Workshop* tersebut mengambil tema “Arah Kebijakan Pangan Nasional dan Pengembangan Gandum Tropis Indonesia”,

Foto: Dok. Universitas Andalas



Duta Besar RI Bratislava, Harsha E. Joesoef dan Rektor Universitas Andalas, Dr. Werry Darta Taifur saat meninjau Lokasi Penelitian Gandum di Alahan Panjang Kabupaten Solok.

LIPUTAN AKSI



Foto: Dok. Universitas Andalas

Duta Besar Harsha E. Joesoef dan Ketua Tim Peneliti Gandum Universitas Andalas, Prof. Irfan Suliansyah bersama General Director OSIVO a.s, Ing. Rudolf Zajac

dan merupakan *workshop* gandum terbesar yang pernah diselenggarakan di Indonesia. Tujuan penyelenggaraan *workshop* tersebut adalah sebagai wahana tukar menukar informasi, sosialisasi hasil penelitian di bidang gandum, serta perumusan arah kebijakan pengembangan gandum nasional. Diharapkan agar rumusan tersebut dapat menjadi acuan bagi pengembangan gandum di Indonesia.

Kerjasama pengembangan gandum tropis oleh kedua negara tidak hanya berhenti pada tahap penelitian dan pengembangan saja. Direncanakan pula untuk melanjutkan kerjasama tersebut hingga ke tahap komersialisasi. Terkait tinjauan langsung dan analisa terpadu uji coba gandum tropis, pada 18-29 November 2013 *breeder* utama Slovakia, OSIVO a.s dan Istropol Solary a.s melakukan kunjungan resmi ke Indonesia.

Dalam kunjungan tersebut, dilakukan pembahasan lanjutan terkait *License Agreement* sebagai bentuk komitmen institusi terkait pada tahapan kerjasama selanjutnya.

Kerjasama pengembangan produksi gandum tropis Indonesia - Slovakia menjadi salah satu agenda prioritas pembahasan dalam Sidang Komisi Bersama ke-III Bidang Kerjasama Ekonomi Indonesia-Slovakia di Bali, tanggal 2 Desember 2013. Di Slovakia sendiri, kerjasama tersebut dijadikan salah satu proyek percontohan untuk kerja sama bilateral antara Slovakia dengan negara lainnya. Signifikansi kerjasama terlihat dari dukungan Presiden Slovakia yang disampaikan dalam berbagai pertemuan dengan Indonesia. Presiden menghimbau kedua belah pihak untuk serius dan fokus pada perkembangan kerjasama ketahanan pangan tersebut.

Tanggung jawab pengembangan produksi gandum tropis di Indonesia tidak hanya berada di tangan pemerintah dan pihak akademisi saja. Diharapkan agar pada masa mendatang akan lebih banyak pengusaha pertanian yang turut ambil bagian dalam kegiatan pengembangan dan penelitian serta komersialisasi gandum tropis. Adanya komitmen serta keseriusan oleh seluruh *stakeholder* diharapkan mampu mengatasi masalah ketergantungan Indonesia akan impor gandum dan mendorong kemandirian produksi gandum dalam negeri.

(Sherly Ponti Windarfi)



Mengulum Kopiko di Polandia

Siapa tak kenal Kopiko? Mulai dari anak kecil sampai orang dewasa di negeri ini sepertinya lekat benar dengan merek permen yang hitam imut ini.

Tapi, tak banyak yang tahu bahwa Kopiko rupanya telah merajalela di lebih dari 50 negara di dunia. Di beberapa negara, Kopiko bahkan telah merajai pasar.

Sebut saja di Polandia. Di salah satu negeri cantik di Eropa Timur itu, Kopiko menguasai lebih dari 80% pasar gula-gula. Di sana, Kopiko dikenal sebagai permen berkualitas tinggi, dengan rasa yang unik, dan aroma yang kuat. "Kami berhasil mencitrakan Kopiko sebagai "Surga Tropis di dalam Mulut Anda", kata Arkadiusz Ociepa, Perwakilan PT Mayora Indah (Tbk) di Eropa kepada "Peluang".

Pemasaran Sederhana ke Kompleks

Kopiko awalnya hanya sekedar "barang tentengan", yang dibawa ke Polandia pada tahun 1998. Kenapa "barang tentengan"? Karena Kopiko masuk ke pasar Polandia setelah sukses menaklukkan pasar Italia, Belanda dan Spanyol. Meski sebelumnya banyak produk sejenis di pasar tiga negara itu, Kopiko ternyata mampu merangsek dan meraih popularitas yang lumayan tinggi.

Nah, lantaran hubungan dekat para importir di Spanyol dengan kolega mereka di pasar Polandia, Kopiko pun "ditenteng" ke Polandia. Tanpa acara *launching* khusus Kopiko didistribusikan ke sejumlah pengecer terpilih, sembari menunggu respon dari konsumen. Hasilnya ternyata mengejutkan: "Konsumen yang mencoba Kopiko kemudian datang kembali dan ingin membeli lagi permen ini," tutur Ociepa.

Setelah beberapa tahun berjalan, cara pemasaran yang sederhana itu pun diubah menjadi kampanye pemasaran yang mengarah pada distribusi yang lebih terstruktur. PT. Mayora (Tbk), induk perusahaan produsen Kopiko, mulai menerapkan strategi penciptaan kesadaran merek (*brand awareness*) yang lebih canggih.

Saat ini, Kopiko dipasarkan melalui jaringan distribusi yang rapi dan kampanye yang agresif. Permen ini rajin membagi sampel gratis kepada konsumen dan menjadi sponsor untuk berbagai *event* penting. Di samping itu, komunikasi yang aktif dengan konsumen juga dijalin melalui media sosial, aktivitas humas, dan aneka promosi lainnya.



Rasa Tak Boleh Berubah

Tentu saja, kunci sukses Kopiko di Polandia bukan sekedar jalur distribusi dan upaya promosi yang kuat. Di pasar setempat, Kopiko memang menjadi *brand pioneer* untuk permen dengan rasa kopi. Permen-permen rasa kopi lainnya baru muncul belakangan.

Namun, posisi sebagai *market leader* tidak diperoleh dengan mudah. Dari sisi kualitas, Kopiko memang lebih unggul. Maklum saja, Kopiko dibikin dari ekstrak kopi asli, yang dihasilkan oleh pabrik pengolah kopi PT. Torabika Eka Semesta, juga anak perusahaan Mayora sendiri. "Kebanyakan permen kopi di Polandia dibuat dengan memakai bahan penambah rasa dan aroma kopi (*coffee flavor*)," kata Ociepa.

Ketika Kopiko memulai ekspansinya di pasar Polandia, sejumlah regulasi mesti dipatuhi. Seperti halnya ketentuan di seluruh kawasan Uni Eropa, pemerintah Polandia menghendaki kualitas dan tampilan kemasan yang memadai. Bukan hanya kewajiban memberikan keterangan dalam bahasa Inggris, *labelling*-nya pun harus bagus. Untuk bagian terakhir ini, Mayora banyak mengandalkan koordinasi dan masukan dari para *retailer* dan importirnya.

Di samping itu, Ociepa dan timnya juga terus menerus dituntut untuk pandai membaca pasar. "Perdagangan di Polandia selalu berkembang dan terus dimonitor. Selama 20 tahun terakhir, pasar ritel di negeri ini semakin lebih terkonsentrasi dan spesifik," katanya. Untuk itu, Mayora harus pula mengikuti pasar yang terus berubah.

Itu tidak mudah dan mesti diawasi secara mendetail. Mulai dari penyimpanan stok, pemasaran, promosi hingga distribusi, semuanya harus diawasi dengan ketat. Kesalahan pada prosedur penyimpanan dan distribusi misalnya, dapat mempengaruhi kualitas produk, sehingga merusak citra produk. Perbedaan rasa permen ketika melumer di mulut misalnya, bisa berakibat fatal. "Market position kami bisa rusak dalam hitungan hari," kata Ociepa.

Kini, Kopiko adalah merek dagang pertama yang tertancap di benak orang Polandia apabila ditanya perihal permen kopi. Pesaing utamanya, permen "Perfetti van Melle" menyodok di urutan kedua dengan pangsa pasar sekitar 15%.

Karena kualitas rasanya Kopiko adalah permen multi-umur. Bukan hanya digemari oleh anak-anak, permen ini juga menjadi melumer di mulut orang dewasa.

Dukungan Induk Perusahaan

Tentu saja, Ociepa dan tim-nya di Polandia tidak bekerja sendiri. PT Mayora Tbk., induk perusahaan Kopiko, juga harus berjibaku untuk menjamin Kopiko sukses di pasar dengan penduduk lebih dari 38 juta itu.

Mayora dikenal sebagai salah satu pemain besar dalam bisnis konsumen di Indonesia. Berdiri sebagai perusahaan keluarga pada 1977, Mayora yang *listed* di Bursa Efek



Arkadiusz Ociepa Perwakilan PT Mayora Indah (Tbk) di Eropa.

Indonesia itu kini memproduksi tidak kurang dari sembilan *line* produksi, mulai dari permen, biskuit, minuman kemasan hingga kopi.

Khusus untuk permen kopi, selera pasar lokal dan manca negara memang tidak jauh berbeda. Tapi, urusan taktik dan strategi pemasaran untuk setiap negara mempunyai keunikan sendiri. Untuk itulah, Mayora secara khusus membentuk Tim Periset yang tangguh di Jakarta. "Pasukan" ini setiap hari harus bergulat dengan data survei dan bermacam masukan dari konsumen, *retailer*, dan distributor di berbagai negara untuk merumuskan teknik yang paling pas untuk menaklukkan suatu pasar.

"Pasukan" inilah yang akan memutuskan, apakah cara promosi di suatu negara menggunakan teknik *above the line* (iklan media elektronik, cetak, dan billboard) atau *below the line* (lebih fokus pada media tertentu dengan pesan tertentu) ataukah gabungan keduanya (*through the line*). Untuk aktivitas promosi ini, Mayora harus menggelontorkan dana hingga ratusan milyar rupiah.

Untuk pasar internasional tantangan terbesar Mayora adalah *image* di beberapa negara tentang rendahnya kualitas produk asal Indonesia. Pandangan ini sudah terlanjur tertancap di benak setiap konsumen



Tarik Minat Pengunjung: Booth Kopiko di salah satu supermarket di Polandia

di negara itu. Mereka bergeming, meskipun produk Mayora telah mengantongi berbagai sertifikat pengakuan dari dunia internasional. Kalau hambatan ini yang mesti dihadapi, Mayora terpaksa menggunakan “jurus memutar”. Sejak beberapa tahun lalu, kelompok bisnis makanan ini telah berekspansi ke Thailand (satu pabrik) dan India (dua pabrik). Apabila *image* di pasar sangat buruk terhadap produk asal Indonesia, Mayora akan menggelontorkan Kopiko dan teman-temannya dari Thailand atau India. Mayora juga membuka pusat pengemasan produknya di Australia.

Dengan beraneka teknik pemasaran itu, angka penjualan Mayora terus meningkat pesat setiap tahunnya. Pada 2013, angka penjualan perusahaan itu mencapai lebih dari Rp. 12,3 triliun, naik dari Rp. 10,5 triliun pada 2012.

Mengelontor Polandia

Produk Mayora saat ini telah merambah ke pasar di lebih dari 70 negara. Sedangkan serbuan Kopiko telah dilakukan di lebih dari 50 negara. Khusus untuk Polandia, kisah sukses Kopiko diharapkan akan diikuti oleh produk Mayora lainnya. “Sungguh tidak mudah.

Tapi kami akan lakukan,” kata Ociepka. Saat ini, selain terus mendorong pemasaran Kopiko, produk Mayora berikutnya yang diasuh oleh Ociepka adalah kopi instan “Instant Coffee Mixes 3 in 1” dan “Instant Coffee Mixes 2 in 1”. Untuk pasar kopi ini, persaingan di pasar Polandia lebih berat. Para pemain yang telah bertengger adalah perusahaan-perusahaan multinasional, seperti Nestle, Tchibo, Jacobs dan Mokate. Konon, anggaran pemasaran perusahaan-perusahaan raksasa itu “nyaris tak terbatas”. Toh Ociepka optimistis. “Kami berhasil mengalahkan mereka di pasar Asia. Kenapa di Polandia tidak?” katanya.

(Laurina Putri Lestari)



Made In Indonesia: Billboard permen Kopiko di Polandia.

Analisis SWOT yang di hadapai oleh Perusahaan Kopiko:

S : pengalaman, visi jangka panjang, konsekuensi, potensi sumber daya manusia

W: kurangnya kapasitas produksi untuk memenuhi kebutuhan pasar

O : Nama besar Mayora yang cukup kuat (Asia, Afrika, Timur Tengah dan Rusia)

T : kenaikan bahan baku dan energi

Penghargaan yang didapat brand Kopiko di Polandia:

- 100% distribution of candies in modern trade
- 87% distribution of candies in petrol stations
- 58% of brand awareness
- Unquestioned leader in coffee candies segment
- 85% distribution of instant coffee mixes in modern trade
- Second best selling brand in instant coffee mixes segment (after Nescafe)



Berbisnis di Rusia: Konsistensi dan Kepercayaan Kunci Utama

Jazirah beku dengan penduduk sedingin salju. Itulah image yang melekat erat pada Rusia, mungkin sejak zaman Ivan The Terrible berkuasa. Citra negara komunis dengan tirai besi dan resistensi terhadap pengaruh asing memang sulit terlepas dari negara yang untuk saat ini dipimpin oleh Vladimir Putin itu. Tapi benarkah Rusia masih berselaput baja? Peluang membagi tips dan trik untuk berbisnis di Rusia.

Dengan jumlah penduduk sekitar 141,44 juta jiwa, Rusia adalah negara dengan pangsa pasar yang cukup menggiurkan. Produk Domestik Bruto (PDB) negeri beruang merah itu pada tahun 2013 mencapai kisaran USD 15.000, dan surplus perdagangannya sebesar USD 146,8 milyar. Sepanjang tahun itu pula, Rusia fokus menggaet investor asing untuk pengembangan industri energi terbarukan, teknologi luar angkasa dan telekomunikasi, teknologi medis dan farmasi, teknologi informasi dan perangkat lunak, serta teknologi nuklir.



Peluang untuk melakukan bisnis di Rusia cukup besar. Pada tahun 2013, Rusia menempati peringkat 111 dan pada tahun 2014 naik ke peringkat 92 dari 189 negara di dunia yang dikategorikan mudah untuk melakukan bisnis. Kemudahan untuk berurusan dengan izin konstruksi di Rusia berada di tingkat 178 dari 189 negara di dunia. Kemudahan mendaftarkan properti menduduki peringkat ke17, kemudahan mendapatkan kredit menduduki peringkat ke 109, tingkat perlindungan terhadap investor menduduki peringkat ke 115, dan tingkat ketepatan membayar pajak menduduki peringkat ke 56.

Birokrasi di Rusia pada masa sekarang juga sangat mendukung keberlangsungan bisnis dan investasi di Rusia. Hanya dalam 15 hari, pada umumnya Anda sudah dapat mendaftarkan bisnis Anda kepada pihak yang berwenang di negara tersebut. Meskipun demikian, terdapat beberapa tips yang dapat membantu investor melakukan penetrasi bisnis di Rusia. Berikut beberapa diantaranya.

1. Bangun kepercayaan.

Elemen terkuat dalam berbisnis adalah *trust*. Apalagi di Rusia, yang penduduknya pada dasarnya selalu waspada terhadap orang asing. Setelah kerja sama terbentuk dan hubungan dengan *counterpart* berjalan dengan baik, adalah sangat penting untuk menjaga keharmonisan hubungan dengan partner bisnis. Orang Rusia mungkin butuh waktu lama untuk mempercayai Anda. Namun sekali kepercayaan itu terbentuk, hubungan dengan partner bisnis akan bertahan lama. Ikatan emosional yang kuat dengan *partner* bisnis juga akan sangat membantu dalam menembus birokrasi Rusia yang penuh dengan aturan.

2. Pahami sikap orang Rusia

Sikap orang Rusia untuk berbisnis sangat bervariasi, tergantung pada sektor dan daerah asal si pebisnis. Pengusaha Rusia modern dan pengusaha Rusia yang berbisnis dengan gaya Soviet tentu perlu diberikan *treatment* yang berbeda pula.

Orang Rusia juga gemar memberikan nasihat kepada kawan mereka, bahkan sekalipun untuk hal-hal diluar bidang keahlian mereka. Karenanya, jika *counterpart* bisnis Anda mulai memberikan nasihat, jangan keburu sebal. Itu artinya mereka mulai merasakan ikatan persahabatan dengan anda.

Selain perihal keunikan karakter, faktor bahasa juga menjadi salah satu hal yang layak dipertimbangkan dalam berbisnis di Rusia. Sebagai negara yang lama terlibat perang dingin dengan negara-negara barat, tak banyak orang Rusia yang fasih berbahasa Inggris.

Masyarakat Rusia yang fasih berbahasa asing baru akan jamak ditemui di kota-kota besar seperti Moskow dan St. Petersburg. Karenanya, akan sangat membantu jika Anda menggunakan jasa penerjemah bahasa Rusia. Jika perlu, manfaatkan jasa penerjemah bahasa Rusia - Indonesia.

3. Straight to business.

Semakin tinggi kepercayaan orang Rusia, semakin sedikit mereka membuang waktu untuk berbasa-basi. Karenanya, jika kepercayaan sudah terbentuk diantara Anda dan *counterpart* Rusia anda, jangan sungkan-sungkan untuk mengarahkan pembicaraan langsung pada urusan bisnis.

4. Ketepatan waktu dan konsistensi.

Sebagaimana layaknya orang Eropa, ketepatan waktu dan konsistensi adalah *concern* utama orang Rusia. Keterlambatan dalam menangani bisnis tidak pernah masuk dalam kamus pengusaha Rusia. Di tanah air Yuri Gagarin itu, ketepatan waktu adalah aset utama yang menunjukkan keseriusan Anda dalam berbisnis. Sikap yang konsisten, tegas, dan bermartabat, juga menjadi indikator di mata pengusaha Rusia bahwa Anda adalah *partner* bisnis yang tidak dapat dipandang sebelah mata.

5. Pantang menyerah

Dalam berbisnis, negosiasi adalah periode kritis. Apalagi di Rusia, dimana negosiasi ibarat bidak catur tempat *counterpart* Anda menilai kecakapan anda. Jangan sekali-kali mengalah dalam negosiasi awal. Bagi orang Rusia, kompromi adalah sebuah kelemahan.

(Andri Noviansyah)

Daftar Perwakilan Negara Asing di EropaTengah dan Timur

No.	Negara	Alamat Kedutaan Besar Republik Indonesia	Kontak Person	Keterangan
1.	Albania 	31 st Floor UBN Tower Jl. P Ramlee 50250 Kuala Lumpur, Malaysia	Phone : (603) 2078 8690/3829 Fax : (603) 2070 2285 E-mail : info@albanianembassy.com.my Website : www.albanianembassy.com.my	Mr. Ernal FILO (Charge d'Affaires a.i)
2.	Armenia 	Armenia Street D-133 Anand Niketan New Delhi 110021	Phone : (91-11) 2411 2851-52 Fax : (91-11) 2411 2853	Mr. Ara HAKOBYAN
3.	Belarus 	Jl. Patra Kuningan VII, No. 3 Kuningan - Jakarta Selatan 12950	Phone : (62-21) 525 1388 Fax : (62-21) 525 6256 E-mail : indonesia@mfa.gov.by	Mr. Valdimir LOPATO- ZAGORSKY Mrs. Diana LOPATO- ZAGORSKAYA
4.	Bosnia and Herzegovina 	Menara Imperium 11 th Floor, Suite D-2 Jl. H.R. Rasuna Said Kav.1, Kuningan - Jakarta 12980	Phone : (62-21) 8370 3022, 8370 3093 Fax : (62-21) 8370 3029 E-mail : tarik.bukvic@mfa.gov.ba	Mr. Fuad SABETA Mrs. Meliha SABETA
5.	Bulgaria 	Jl. Imam Bonjol No. 34 – 36, Menteng Jakarta - 10310	Phone : (62-21) 390 4048, 391 3130 Fax : (62-21) 390 4049 E-mail : bgemb.jkt@centrin.net.id bulvisa.jkt@centrin.net.id Mobile: (+62) 811 932 200 (+62) 811 921 414	Ms. Katina Sashkova NOVKOVA (Charge d'Affaires a.i Second Secretary)
6.	Croatia 	Menara Mulia Building 28 th Floor, Suite PH-01 Jl. Jenderal Gatot Subroto Kav. 9 - 11 Jakarta 12930	Phone : (62-21) 525 7822, 525 7611 Fax : (62-21) 520 4073 E-mail : jakarta@mvep.hr Website : www.croatemb.or.id	Mr. Zeljko CIMBUR Mrs. Mee Lin Lee CIMBUR
7.	Czech 	Jl. Gereja Theresia No. 20, Menteng - Jakarta Pusat 10350 P.O. BOX. 1319	Phone : (62-21) 390 4075-76 Fax : (62-21) 390 4078 E-mail : jakarta@embassy.mzv.cz Website : http://www.mfa.cz/jakarta	Mr. Tomas SMETANKA Mrs. Irena SMETANKOVA
8.	Hungary 	Jl. H.R. Rasuna Said Kav. X/3 No.1, Kuningan Jakarta 12950	Phone : (62-21) 520 3459, 520 3460 Fax : (62-21) 520 3461 E-mail : mission.jkt@kum.gov.hu Website : www.mfa.gov.hu	Mr. Zeljko CIMBUR Mrs. Mee Lin Lee CIMBUR
9.	Latvia 	Jl. Camar I AE 12 Bintaro Jaya 3 Jakarta Selatan	Phone : (62-21) 5290 0033 Fax : (62-21) 5290 0034 E-mail : ayub@junus.org	Mr. Ayub Dwi Pranata Junus (Honorary Consul)

KONTAK

No.	Negara	Alamat Kedutaan Besar Republik Indonesia	Kontak Person	Keterangan
10.		Vilnius, Lithuania Honorary Consulate in Jakarta Jl. Jeruk No. 4, Menteng, Jakarta 10350 atau ICC Menara Kadin, 24th Floor Jl. H.R Rasuna Said Kav. 22 – 23 Jakarta 12450	Honorary Consulate in Jakarta Phone : (62-21) 392 0465, 754 6756 Fax : (62-21) 315 3357 E-mail : sugikadr@centrin.net.id	Ms. Sigute JAKSTONYTE Honorary Consulate in Jakarta Mr. Sugihono KADARSIMAN
11.		K-80A,Hauz Khas Enclave New Delhi 110016 Honorary Consulate in Jakarta RUMAH MADUMA Jl. Dr. Saharja No. 52 Tebet, Jakarta Selatan 12970	Phone : (91-11) 4614 2601-03 Fax : (91-11) 4614 2604 Honorary Consulate in Jakarta Phone : (62-21) 831 1184 Fax : (62-21) 831 1185 E-mail : maduma@indo.net.id	Mr. Slobodan TASOVSKI Honorary Consulate in Jakarta Mr. Soy Martua PARDEDE
12.		Jl. H.R. Rasuna Said Kav. X Block IV/3, Kuningan, Jakarta Selatan 12950	Phone : (62-21) 252 5938, 252 5939, 252 5940 ext. 112 (Ambassador's Secretary) Fax : (62-21) 252 5958 Website : www.jakarta.polemb.net	Brig. Gen. Grzegorz WISNIEWSKI Mrs. Anna WISNIEWSKA
13.		Jl. Teuku Cik Ditiro 42 A, Menteng Jakarta Pusat 10310	Phone : (62-21) 390 0489, 310 6240, 315 4362 (Consular Section) Fax : (62-21) 310 6241 E-mail : romind@indosat.net.id	Mr. Gheorghe VILCU Mrs. Floarea VILCU
14.		Jl. H.R. Rasuna Said, Kav X-7, 1-2 Kuningan, Jakarta Selatan Trade Representation Jl. Imam Bonjol No. 60, Menteng Jakarta Pusat	Phone : (62-21) 522 2912 (General) 522 2914 (Protocol) 522 5195 (Consular) Fax : (62-21) 522 2916 (General) 522 2915 (Consular) E-mail : rusemb.indonesia@gmail.com Website : www.indonesia.mid.ru Trade Representation Phone : (62-21) 384 6423, 390 4051 Fax : (62-21) 390 4050	Mr. Alexander IVANOV Mrs. Liudmila IVANOVA Trade Representation Mr. Sergey ZHURBIN Mrs. Margareta KONDAKOVA Mr. Vadim VARAKSIN Mrs. Marina VARAKSINA
15.		Jl. H.O.S. Cokroaminoto No. 109 Menteng, Jakarta Pusat 10310	Phone : (62-21) 314 3560, 314 3720 Fax : (62-21) 314 3613 E-mail : embjakarta@serbian embassy.org	Mr. Gheorghe VILCU Mrs. Floarea VILCU
16.		Jl. Prof. Moh. Yamin, SH No. 29, Menteng, Jakarta Pusat 10310	Phone : (62-21) 310 1068, 315 1429 Fax : (62-21) 310 1180 E-mail : emb.jakarta@mzv.sk	Mr. Stefan ROZKOPAL Mrs. Silvia ROZKOPALOVA
17.		WTC Building, 8th Floor Jl. Jenderal Sudirman, Kav. 29-31 Jakarta Selatan 12084	Phone : (62-21) 521 1700 Fax : (62-21) 521 1710 Website : www.mfa.gov.au/indonesia E-mail : emb_id@mfa.gov.au uaembas@velo.web.id conspuh@velo.web.id	Mr. Volodymyr PAKHIL

KOMENTAR

Pembaca yang budiman,
Majalah Peluang hadir memberikan beragam info dan ulasan penting tentang peluang bisnis di negara-negara Amerika dan Eropa yang sangat potensial. Kirimkan saran, tanggapan, komentar atau kritik yang membangun untuk setiap terbitan majalah kami ke alamat redaksi atau e-mail: tudamerop@gmail.com. Agar majalah Peluang dapat hadir lebih baik dan sesuai dengan keinginan para pembaca sekalian.

Tim Redaksi Majalah Peluang

Redaksi Yth.
Membaca artikel "Indonesia hadir pada SCAA" mengenai peluang kopi khas daerah di Indonesia di Amerika, membuat saya bertanya selain di Amerika bagaimana pengusaha kopi Indonesia dapat bersaing di negara-negara di kawasan Amerika Selatan dimana negara-negara tersebut juga merupakan penghasil kopi. Terima kasih.

Redaksi majalah Peluang akan berupaya untuk terus menyajikan informasi yang mendorong kiprah pengusaha Indonesia di luar negeri. Informasi tersebut akan kami upayakan untuk dapat disajikan dalam edisi-edisi mendatang. Terima kasih atas masukannya.

Tim Redaksi Majalah Peluang

Dear Tim Redaksi Peluang,
Terima kasih atas artikel-artikel mengenai peluang-peluang bisnis yang ada di Peru dalam edisi "Melirik Peluang Pasar di Amerika Selatan", dengan informasi ini kami mendapatkan pandangan dan masukan terkait dengan peluang-peluang bisnis produk elektronik di Peru. Semoga kedepannya kami bisa mendapatkan informasi lebih lanjut mengenai peluang bisnis di negara Amerika Latin lainnya. Terima kasih.

Tim redaksi Majalah Peluang akan senantiasa berusaha untuk menyajikan informasi tersebut untuk negara-negara di Amerika dan Eropa. Terima kasih.

Tim Redaksi Majalah Peluang

Saya sangat tertarik membaca liputan utama dan ulasan-ulasan majalah Peluang edisi II/2013 mengenai peluang pasar di Negeri Inca. Apakah mungkin dapat diulas lebih lanjut mengenai industri pariwisata di negara Peru? Terutama mengingat betapa menakjubkannya situs Machu Pichu di kawasan negara tersebut. Terima kasih.

Ibu Ani (38) di Jakarta,

Pembahasan mengenai Machu Pichu akan kami upayakan untuk dapat dimuat dalam Majalah Peluang edisi mendatang. Terima kasih.

Tim Redaksi Majalah Peluang

Menarik sekali membaca potensi bisnis kacang mete di Kanada yang diulas oleh tabloid peluang dalam edisi II/2013. Mungkin dapat lebih diulas mengenai standarisasi kualitas produk import makanan di Kanada? Tentunya agar pihak yang berminat untuk melakukan bisnis lebih memiliki pengetahuan mengenai peraturan di negara tersebut. Terima kasih.

Ibu Joko Kurniawan (43) di Bandung

Informasi mengenai standarisasi kualitas produk makanan impor di Kanada akan kami upayakan untuk dapat disajikan dalam edisi-edisi mendatang. Terima kasih atas masukannya.

Tim Redaksi Majalah Peluang

Saat ini saya sedang melakukan penelitian mengenai FEALAC. Ulasan Info Khusus Tabloid Peluang Edisi II/2013 sangat memberikan pencerahan kepada saya untuk bergerak dalam melakukan penelitian. Semoga ke depan Tabloid Peluang dapat melakukan ulasan terhadap kerjasama regional lainnya. Bravo!

Heriawan Soepandji (21) di Depok

Semoga artikel di majalah Peluang dapat memberikan kontribusi yang positif untuk kegiatan penelitian Saudara. Terima kasih.

Tim Redaksi Peluang