E-PAPER PERPUSTAKAAN DPR-RI
http://epaper.dpr.go.id

Judul : PERDAGANGAN - Negara-negara di Afrika Pasar Baru Ekspor Indonesia
Tanggal : Jumat, 20 April 2018
Surat Kabar : Kompas
Halaman : -

KOMPAS/PRIYOMBODO Aktivitas pencampuran biji kopi arabika Sumatera Lintong di tempat pengolahan biji kopi UD B & B di Desa Marade, Kecamatan Pollung, Kabupaten Humbang Hasundutan, Sumatera Utara, Rabu (13/12/2017). Kopi arabika Sumatera Lintong yang telah tembus ekspor ke pasar internasional, seperti Amerika Serikat, Taiwan, Inggris, Jepang, dan Jerman, ini sudah dalam proses akhir untuk mendapatkan sertifikat indikasi geografis yang bertujuan melindungi kopi Lintong. JAKARTA, KOMPAS — Negara Afrika menjadi sasaran baru pasar ekspor Indonesia. Beberapa negara menunjukkan minat terhadap produk Indonesia, seperti produk industri strategis, mineral, makanan dan minuman, serta produk manufaktur. Menteri Perdagangan Enggartiasto Lukita dalam pembukaan Trade Expo Indonesia yang ke-33, di Jakarta, Jumat (20/4/2018), menyatakan, pemerintah akan membuka pasar ekspor baru di beberapa kawasan, seperti Timur Tengah, Asia Tengah, Asia Selatan, dan Afrika. ”Kami akan membuat perjanjian bilateral dengan beberapa negara Afrika. Mereka antusias dengan produk Indonesia,” tutur Enggartiasto. Pemerintah berencana bekerja sama dengan Afrika Selatan, Kenya, Maroko, Mesir, Mozambik, dan Nigeria. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik tahun 2018, nilai ekspor Indonesia sepanjang 2017 mencapai 168,73 miliar dollar AS (naik 16,22 persen) dibandingkan dengan 2016. Sementara ekspor nonmigas tahun 2017 adalah 152,99 miliar dollar AS (naik 15,83 persen) dibandingkan dengan tahun lalu. Video Player 00:00 00:00 Ia menyatakan, pemerintah tidak lagi hanya fokus mengekspor barang ke Amerika Serikat dan Uni Eropa. Apalagi, dengan adanya perang dagang antara AS dan China membuat peluang Indonesia untuk menyasar pasar baru semakin besar. Direktur Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional Kementerian Perdagangan Arlinda menambahkan, produk Indonesia yang diminati adalah produk industri strategis, seperti alat utama sistem persenjataan. Jenis alutsista yang diminati adalah kapal cepat rudal kelas 60 meter, kapal tanker, dan pesawat terbang CN235-220. ”Untuk mineral, mereka tertarik dengan timah. Sementara untuk produk makanan dan minuman seperti keripik (chips) dan kopi,” tuturnya. Negara-negara di Afrika juga tertarik dengan produk manufaktur, seperti bahan tekstil, kain songket, dan tas dari kulit ular. Sejauh ini, hambatan Indonesia untuk mengekspor barang ke Afrika adalah masalah tarif. Pemerintah menyatakan telah melakukan inisiasi untuk membentuk mekanisme pengurangan tarif. Pemerintah baru-baru ini bernegosiasi dengan Mozambik dan Nigeria melalui preferential trade agreement. Indonesia mengirim surat untuk bekerja sama dengan negara-negara itu melalui Southern African Customs Union (SACU) dan Economic Community of West African States (Ecowas). SACU dan Ecowas adalah semacam serikat bea dan cukai negara yang berada dalam kawasan yang sama. ”Kami akan coba masuk ke pasar Afrika bagian tengah, barat, timur, selatan, dan utara. Produk Indonesia pasti diterima,” tuturnya. Menteri Perdagangan Enggartiasto Lukita Enggartiasto mengatakan, salah satu kunci pertumbuhan ekonomi bangsa adalah ekspor. Indonesia memiliki produk ekspor yang baik, tetapi membutuhkan promosi yang berkelanjutan. Pemerintah berencana mengadakan Trade Expo Indonesia ke-33 pada 24-28 Oktober 2018 di Tangerang, Banten, dengan tema ”Creating Products for Global Opportunities”. Pameran bertujuan untuk mempromosikan produk Indonesia ke pasar global. Pameran akan diikuti 1.110 peserta dan ditargetkan dihadiri sekitar 28.000 pengunjung dari 125 negara. Ia menegaskan, negara-negara di Afrika yang memiliki prospek besar sebagai pasar akan diundang. Produk yang akan dipamerkan di antaranya kuliner Nusantara, kerajinan tangan, furnitur, produk manufaktur, produk industri strategis, serta makanan dan minuman. Video Player 00:00 00:00 Pemerintah berusaha meraih 1,5 miliar dollar AS transaksi melalui pameran tersebut. Jumlah itu meningkat dibandingkan dengan pendapatan tahun lalu melalui pameran yang sama, yaitu 1,4 miliar dollar AS. Kendati demikian, Enggartiasto berharap agar nilai transaksi dapat lebih tinggi lagi. ”Sudah saatnya kita bangga dengan produk kita sendiri,” ujarnya. Ia juga ingin agar pameran tersebut semakin meningkatkan kesadaran dunia internasional terhadap produk Indonesia (brand awareness). Adapun Kemendag menargetkan peningkatan ekspor sebanyak 11 persen tahun 2018.