

follow:



ISSN 2442-4498



9 772442 449006 >

Uji Coba Aplikasi
PeduliLindungi
di Pasar Rakyat

#indonesiamaju
#indonesiatangguh
#indonesiatumbuh

Wow, Milenial
Menguasai 60%
Aset Kripto

TRADE **X**PO
indonesia
DIGITAL EDITION

20 Oktober-20 Desember 2021



EXPO
2020
DUBAI
UAE

Indonesia
إندونيسيا

OFFICIAL PARTICIPANT - INDONESIA

MENATA PERDAGANGAN KRIPTO



www.kemendag.go.id

Klik pada gambar untuk menuju ke rubrik tautan



sekapur sirih

Majalah INTRA kini bertransformasi secara penuh menjadi e-magz interaktif. Pembaca akan diperkaya dengan informasi lebih lengkap melalui hyperlink berita terkait.



laporan utama

Kementerian Perdagangan akan mengatur perdagangan aset kripto. Langkah ini penting untuk membangun ekosistem perdagangan aset investasi yang tergolong baru ini dengan sehat.



opini

Membangun nasionalisme di tengah keterbukaan global memang tidak mudah. Bagaimana sikap yang tepat? Wakil Ketua MPR Arsul Sani memberikan pandangannya.



warta usaha

Kisah hidupnya mirip cerita fiksi. Jatuh bangun mengembangkan kerajinan keset perca. Ia kini mampu memberdayakan 3 ribu difabel dengan omzet miliaran.



mengenal lebih dekat

Ditunjuk Presiden Jokowi menjadi Mendag, M. Lutfi diberikan tiga mandat penting. Penuh tantangan di tengah pandemi yang menerjang dunia.



tokoh & peristiwa

Kisah orang-orang hebat menghadapi selama pandemi. Penuh inovasi, tidak pantang menyerah dan Tetap ikhlas menjalani hidup yang penuh tantangan.



etalase

Rangkuman peristiwa penting seputar kegiatan Menteri Perdagangan dan Kementerian Perdagangan, baik di dalam maupun luar negeri.



kolom peduli

Berbagai aksi kegiatan sosial yang dilakukan Kementerian Perdagangan, terutama bantuan dampak pandemi Covid-19.



itpc & atdag

Lintas kegiatan yang dilakukan ITPC dan ATDAG beserta hyperlink yang dapat diakses untuk mengenal lebih dekat.



trade-pedia

Infografis: Daftar Agenda Negosiasi Perdagangan Indonesia.



follow:



www.kemendag.go.id



Profil
Ani Mulyati,
klik di sini.



Ani Mulyati

Kepala Biro Humas Kemendag

Penanggung Jawab: **Suhanto**
Pemimpin Redaksi: **Ani Mulyati**
Redaktur Pelaksana: **Pongky N. Harahap**
Editor: **Asfiranti, Sofia Mariana**
Fotografer: **Tim Biro Humas Kemendag**
Redaksi: **Rina Indriana, Heru B. Arifin, Ahmadi Supriyanto, Ricky Nadian, Abdul Syukur, Ryan Wicaksono**

Alamat Redaksi:
Biro Humas
Kementerian Perdagangan RI
Jl. M. I. Ridwan Rais, No. 5, Jakarta Pusat
10110, (Gedung I Lantai 2)
Telp. (021) 386371 Fax. (021) 3508711

Redaksi menerima artikel dan opini. Setiap tulisan hendaknya diketik dengan spasi rangkap dengan panjang naskah 6.000 - 8.000 karakter, disertai identitas penulis. Naskah dikirim ke pusathumas@kemendag.go.id. Majalah ini dapat diakses melalui: www.kemendag.go.id

SEKAPUR SIRIH

Saatnya Transformasi Digital

Sobat INTRA, majalah Kementerian Perdagangan yang diterbitkan Biro Hubungan Masyarakat segera mengawali transformasi menjadi majalah digital interaktif. Majalah INTRA akan bertransformasi secara penuh menjadi INTRA e-Magazine. Perubahan ini sebuah keniscayaan seiring perubahan zaman dan perkembangan teknologi.

Di masa pandemi, ketika pergerakan orang dibatasi, penggunaan internet seolah menjadi kebutuhan dasar. Awal 2021 diperkirakan data pengguna internet di Indonesia mencapai 202,6 juta jiwa dari 274,9 juta penduduk Indonesia. Jumlah ini meningkat hampir 15,5 persen dari tahun 2020 lalu.

Seiring meningkatnya penggunaan internet, kondisi ekonomi nasional mengalami pertumbuhan positif. Data Badan Pusat Statistik menunjukkan Ekonomi Indonesia triwulan II-2021 terhadap triwulan II-2020 mengalami **pertumbuhan sebesar 7,07 persen (y-on-y)**. Dari sisi produksi, Lapangan Usaha Transportasi dan Pergudangan mengalami pertumbuhan tertinggi sebesar 25,10 persen. Dari sisi pengeluaran, Komponen Ekspor Barang dan Jasa mengalami pertumbuhan tertinggi sebesar 31,78 persen.

Berkat dukungan semua pihak, di saat pandemi sekarang ini, harga kebutuhan pokok cenderung

stabil rendah. Inflasi juga dapat terjaga dengan baik. Daya beli masyarakat sudah mulai menunjukkan perbaikan. Kegiatan ekspor juga sangat baik. Kita sangat bersyukur bahwa ekspor nasional bulan Agustus mencapai USD 21,42 miliar dolar. Naik signifikan 64,10% dibandingkan Agustus 2020.

Perkembangan UMKM Go Global juga sangat baik. Pandemi memberikan jalan keluar terbaik untuk membawa UMKM menuju pasar internasional yaitu melalui proses digitalisasi UMKM. Kementerian Perdagangan optimis bisa melakukan transformasi digital sebesar 30 juta pada tahun 2030 dari total 64 juta UMKM yang ada.

Saat ini, nilai transaksi niaga elektronik Indonesia pada 2021 diperkirakan akan mencapai Rp354,3 triliun atau meningkat sebesar 33,11 persen dibandingkan tahun 2020 yang hanya mencapai Rp266,2 triliun. Dari sisi volume transaksi juga terdapat peningkatan signifikan yaitu tumbuh 68,34 persen per tahun. Pada 2021, diprediksi volume transaksi mencapai 1,3 miliar transaksi atau naik sebesar 38,17 persen per tahun dibandingkan tahun 2020 yang hanya sebesar 925 juta transaksi.

Pencapaian ini merupakan KERJA KERAS kementerian Perdagangan dan semua pihak yang telah mendukung upaya pemerintah dalam melakukan percepatan pemulihan ekonomi nasional.

Sesuai Visi dan Misi Presiden, di bawah Kepemimpinan Menteri Perdagangan Muhammad Lutfi, Kementerian Perdagangan menjalankan TIGA MANDAT UTAMA.



Klik untuk
artikel terkait.



Pertama, Menjaga stabilitas harga, terutama inflasi serta meningkatkan daya beli masyarakat. **Kedua**, Membantu pelaku usaha kecil dan menengah (UKM) dalam menembus pasar ekspor. **Ketiga**, Meningkatkan ekspor melalui perjanjian kerja sama perdagangan internasional, salah satunya dengan negara-negara tujuan ekspor non tradisional.

Transformasi MAJALAH INTRA menjadi INTRA E-Magazine akan berjalan beriringan dengan visi misi presiden khususnya kinerja perdagangan dan ekonomi nasional dari beberapa sudut pemberitaan.

Sobat INTRA, kita semua berharap dan terus berdoa, semoga pencapaian pertumbuhan ini terus terjaga agar bangsa ini dapat keluar dari persoalan ekonomi akibat hantaman Covid-19.

Kita tangguh, kita tumbuh.

Selamat membaca...



Scan QR Code untuk membaca online.



Klik untuk
mengunduh.



follow:



PENULIS:
Tim Humas

FOTOGRAFER:
Tim Humas

LAPORAN UTAMA

Membangun Ekosistem Perdagangan Kripto yang Sehat

Presiden Joko Widodo melakukan kebijakan transformatif di era kepemimpinannya. Perkembangan industri digital menjadi perhatian utamanya agar seluruh kementerian segera beradaptasi. “Tiap hari kita dijejali perubahan dari *artificial intelligence*, *internet of things*, *big data*, *virtual reality*, *cryptocurrency*, *Bitcoin*, semuanya. Kalau kita tidak berubah ya kita ditinggal.”



“Tiap hari kita dijejali perubahan dari *artificial intelligence*, *internet of things*, *big data*, *virtual reality*, *cryptocurrency*, *Bitcoin*, semuanya. Kalau kita tidak berubah ya kita ditinggal.” – PRESIDEN JOKO WIDODO



Cryptocurrency atau mata uang kripto saat ini tumbuh tak terbendung. Sifatnya yang *borderless*, tanpa batas, menjadikan mata uang digital ini berkembang subur di berbagai belahan dunia. Nilainya yang melambung fantastis membuat kripto semakin banyak diincar, bukan lagi sebagai alat pembayaran, tetapi aset investasi untuk meraup untung.

Lihat saja, harga bitcoin—salah satu *cryptocurrency* yang memiliki kapitalisasi terbesar dibandingkan mata uang kripto lainnya—pada Rabu (20/10) lalu, sempat mencapai level tertinggi sepanjang masa, nyaris menyentuh Rp1 miliar/koin, atau tepatnya Rp919 juta atau 65 ribu dolar AS (kurs Rp14.141). Ini merupakan lonjakan tertinggi, setelah sempat terjadi pada April 2021 di level 64.900 dolar AS.

Kripto yang semula digunakan sebagai alat transaksi, belakangan banyak dimanfaatkan untuk berinvestasi.

Meski sejumlah negara melarang kehadiran kripto, termasuk Tiongkok sebagai negara yang memiliki transaksi terbesar di dunia, keberadaannya sama sekali tidak redup, malah makin moncer. Minat investor justru meningkat. Alasannya sederhana, sebagai alat investasi baru, kripto sangat menjanjikan.

Di Indonesia saja, perdagangan yang terjadi saat ini sudah mencapai Rp3 triliun per hari. Data Badan Pengawas Perdagangan Berjangka Komoditi (Bappebti) Kementerian Perdagangan menyebut, hingga September 2021, akumulasi transaksi aset digital ini sudah menembus Rp632,9 triliun. Jumlah pemilik akun kripto juga lumayan besar, mencapai 8,9 juta, 60 persennya merupakan generasi milenial.

Melihat kenyataan ini, tentu pemerintah tidak bisa mengabaikan begitu saja. Untuk itulah, pemerintah mengambil sikap tidak melarang kehadiran kripto. Hanya saja, kripto tidak digunakan sebagai alat pembayaran karena satu-satunya yang sah hanya Rupiah.



Artikel Aset Kripto



follow:



Kripto di Indonesia diperlakukan dan didesain sebagai aset. Ia adalah komoditas yang dapat diperdagangkan. Menteri Perdagangan MUHAMMAD LUTFI berpandangan, aset kripto bakal menjadi bagian dalam hilirisasi ekonomi digital. Hal ini terutama ketika jaringan sudah memasuki 5G, *Internet of Things* (IoT), *Cloud Computing*, dan *Artificial Intelligence* yang merupakan bagian terpenting dari ekonomi digital.

Mendag menilai, hilirisasi dari ekonomi digital sangat penting dan harus diatur. Jika diabaikan, ia khawatir Indonesia hanya akan dikejar-kejar oleh sesuatu yang sebenarnya sudah menjadi kenyataan di dunia. “Kementerian Perdagangan harus mengatur aset kripto ini dengan baik,” kata Lutfi dalam sebuah webinar beberapa waktu lalu.

Pemerintah sudah mengambil sikap tidak ikut-ikutan melarang kripto seperti dilakukan negara lain, tetapi justru meregulasinya. Namun, seperti ditegaskan Wakil Menteri Perdagangan JERRY SAMBUAGA, kripto bukanlah alat untuk transaksi.



“Di Indonesia itu bukan *cryptocurrency*, kami menyebutkan aset kripto,” tandasnya dalam diskusi Hot Ekonomi, seperti ditayangkan di kanal Youtube BeritaSatu, akhir September lalu. Sebaliknya, pemerintah ingin memberikan aturan yang komprehensif, sistematis, dan terintegrasi dengan berbagai *stakeholder* untuk aset kripto ini.

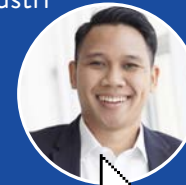
Salah satu langkah pengaturan itu, Kementerian Perdagangan melalui Bappebti akan membangun bursa kripto dalam waktu dekat ini. “Pembentukan bursa ini (kripto) dalam rangka untuk membuat ekosistem yang sehat,” kata Jerry.

Prioritas pendirian bursa itu sejatinya untuk memberikan perlindungan terhadap konsumen. Bursa kripto dibentuk untuk memberikan keamanan dan kenyamanan juga ekosistem yang baik sehingga pedagang dan konsumen

bisa mempunyai posisi yang sama untuk memperoleh tingkat keamanan yang baik.

“Ada kepastian lebih jelas,” tegas Wamen Jerry. Wamen menyebut, bursa kripto yang direncanakan selesai akhir tahun 2021 ini termasuk pertama yang diatur oleh pemerintah. Beberapa negara, disebut Jerry mulai melirik Indonesia untuk membuat bursa seperti ini. “Konsepnya dinilai bagus, konsep yang memang cukup penting, sangat krusial dan memberikan proteksi,” kata Wamen.

Menanggapi rencana pemerintah ini, CEO Tokocrypto, TEGUH KURNIAWAN HARMANDA, mengatakan, industri keuangan termasuk kripto, merupakan industri kepercayaan. Artinya, perlindungan terhadap konsumen menjadi hal penting.



“Bagaimana kita bisa mengamankan dana nasabah. Itu sangat penting,” tandasnya, saat menjadi narasumber bersama Wamen Perdagangan. Hadirnya bursa, lanjut Teguh, dapat mengikis pandangan orang bahwa transaksi ini sebagai transaksi yang dibuat-buat. Beberapa orang menilai transaksi kripto tidak transparan karena semua transaksi ada di pedagang.

“Dengan adanya bursa, tentu ini menjadi akan berbeda,” katanya. Bursa, lanjut dia, akan dapat meningkatkan kepercayaan pembeli yang ujungnya mendongkrak transaksi terhadap aset anyar ini.

Ia melihat, kripto di Indonesia termasuk *new asset class* sehingga pertumbuhannya terbelah cepat karena masih sangat diminati. Dalam jangka panjang, inovasi yang berkembang dengan berbagai tawaran dari teknologi jadi daya tarik sendiri.

Untuk itu, Teguh menilai, aturan perdagangan kripto sangat penting untuk memberikan kepastian. Kehadiran bursa kripto dengan aturan yang rinci setidaknya dapat memastikan transaksi benar terjadi dan benar terselesaikan.

“Apa yang tercipta (aturan kripto) semata-mata untuk melindungi konsumen. Dari sisi pelaku mendapat kepastian hukum sehingga kita bisa beroperasi dengan sistematis yang tepat dan SOP yang benar,” tegas Teguh.

Karena itu, Teguh menegaskan, mendukung langkah Kementerian Perdagangan yang akan mengatur perdagangan aset kripto. Meski begitu, ke depannya, ia berharap aturan yang ditetapkan tidak terlalu ketat sehingga menjadi kurang kompetitif, yang dapat membuat investor “lari” ke luar negeri. Salah satu yang dikhawatirkan pedagang kripto adalah wacana pengenaan pajak.

Terkait hal ini, Jerry menegaskan, Kementerian Perdagangan akan berdiskusi dengan Kementerian Keuangan untuk mencari formulasi yang tepat. “Tentu *trader* akan kami ajak bicara,” kata Jerry.

Sebagai pedagang kripto, Teguh mengingatkan, investasi ini tergolong *high risk*. Pembeli harus tahu betul basis risikonya. Ia mengingatkan pembeli atas tindakan investasinya jangan berdasarkan kata orang. Di sisi lain, peluang investasi kripto sangat besar mengingat tergolong pendatang baru. “Setiap hal baru punya peluang lebih luas. Yang penting bagaimana memitigasi risikonya,” tandas dia. (Tim)



Klik untuk artikel terkait.



follow:



LAPORAN UTAMA

Menata Beleid Manisnya Aset Kripto

Dunia tiba-tiba mengalami demam *crypto currency*. Berbagai negara di dunia melihat peluang investasi yang gurih dan menggairkan, termasuk para pelaku di Indonesia.

Pada Agustus 2021, nilai Market Capital Global seluruh Aset Kripto sebesar Rp. 27.304 Triliun. Jumlah Aset Kripto yang beredar di dunia saat ini (per 13 Agustus 2021) sebanyak 11.234 dengan Bitcoin, Ethereum, Binance Coin, Cardanodan Tether menduduki 5 peringkat teratas berdasarkan jumlah *market cap*. Harga dibentuk market berdasarkan hukum permintaan dan penawaran.

Tahun 2020 jumlah nilai transaksi perdagangan Aset kripto di Indonesia sebesar Rp64,98 triliun. Sedangkan pada Januari - Juli 2021 nilai transaksi perdagangan aset kripto sebesar Rp 428,5 triliun.

Tak ingin gegabah dan ikut-ikutan, Pemerintah Indonesia mulai menata diri agar tak gegabah mereguk manisnya aset kripto ini. **Badan Pengawas Perdagangan Berjangka Komoditi (Bappebti)** Kementerian Perdagangan buru-buru membuat berbagai beleid agar demam kripto terkendali dan memberi manfaat bagi perekonomian nasional.

Kripto Sebagai Komoditas

Semua lembaga negara di bidang ekonomi duduk dalam satu forum. Mereka berembug bagaimana mengatur si kripto ini. Selembar Surat Menko Bidang Perekonomian RI No. S-302/M.EKON/09/2018 tanggal 24 September 2018 perihal Tindak Lanjut Hasil Rapat Koordinasi Rencana Pengaturan Aset Kripto Sebagai Komoditi yang Diperdagangkan di Bursa Berjangka. Forum dihadiri oleh BI, OJK, Bappebti, BIN, BNN, dan Kemenkeu.

Kesimpulannya aset kripto memiliki potensi yang besar untuk pertumbuhan startup dalam negeri dan mencegah terjadinya potensi *outflow* ke luar negeri namun aset kripto tetap dilarang sebagai alat pembayaran sesuai UU No. 7 Tahun 2011 tentang Mata Uang, namun dapat dikategorikan sebagai komoditi yang diperdagangkan di Bursa Berjangka.

Pertemuan genting itu juga memutuskan ruang lingkup "Komoditi" yang diperdagangkan di Bursa Berjangka telah diatur dalam UU Nomor 10 Tahun 2011 tentang Perubahan Atas UU Nomor 32 Tahun 1997 tentang Perdagangan Berjangka Komoditi, yang masuk sebagai yurisdiksi Bappebti. Aset kripto terlebih dahulu akan diatur dalam Peraturan Menteri Perdagangan yang memasukkan Aset Kripto sebagai salah satu komoditi yang diperdagangkan di Bursa Berjangka.



follow:



Klik untuk
artikel terkait.

Pengaturan lebih lanjut terkait hal-hal yang bersifat teknis dan untuk mengkomodir masukan-masukan dari Kementerian/Lembaga akan disusun dalam bentuk Peraturan Badan Pengawas Perdagangan Berjangka Komoditi (Peraturan Bappebti). Regulasi dibuat untuk memberikan kepastian hukum dan berusaha, melindungi masyarakat dan mencegah penyalahgunaan perdagangan aset kripto sebagai sarana tindak pidana pencucian uang dan/atau pendanaan terorisme.

Alasan Terorisme

Aset kripto ini memiliki harga yang fluktuatif. Harga Aset Kripto (koin atau token) sangat fluktuatif dari waktu ke waktu dan perdagangannya sangat likuid. Di seluruh dunia, transaksi kripto tidak ada intervensi Pemerintah. Aset Kripto yang muncul dari teknologi blockchain diperdagangkan secara bebas tanpa intervensi dari pemerintah.

Sebagai Standar Komoditi, kripto dianggap sebagai komoditi digital. Aset Kripto memiliki standar seperti komoditi lainnya, yang meliputi penggunaan teknologi, memiliki harga/nilai, dapat diperjual-belikan dan memiliki kegunaan sebagai sarana pertukaran yang mempunyai nilai dalam komunitas/proyek tertentu

Dengan sejumlah alasan tersebut, peraturan dibuat untuk memberikan kepastian hukum terhadap pelaku usaha perdagangan aset kripto di Indonesia. Tujuan berikutnya

yaitu memberikan perlindungan kepada Pelanggan Aset Kripto dari kemungkinan kerugian perdagangan aset kripto, memfasilitasi inovasi, pertumbuhan, dan perkembangan kegiatan usaha perdagangan fisik Aset Kripto di Indonesia serta mencegah perdagangan aset kripto untuk tujuan ilegal seperti pencucian uang dan pendanaan terorisme serta pengembangan senjata pemusnah massal; (amanat UU Tindak Pidana Pencucian Uang dan UU Tindak Pidana Pendanaan Terorisme).

Prinsip Perdagangan

Aset Kripto merupakan salah satu komoditas yang ditetapkan oleh Pemerintah dan dapat diperdagangkan secara konvensional. Perdagangan Aset Kripto merupakan perdagangan konvensional, murni transaksi barang antara penjual (pemilik barang) dengan pembeli (pemilik uang).

Dalam Undang-Undang Perdagangan Berjangka Komoditi disebut sebagai pasar fisik teroganisir. Contoh: membeli 5 gram emas dengan harga Rp949.000,- pergram; membeli 1 bitcoin dengan harga Rp456.000.000,- per BTC (per tanggal 17 Juli 2021).

Perdagangan Aset Kripto dilakukan secara terbuka di Platform Pedagang Aset Kripto. Pelanggan yang ingin menjual Aset Kripto harus deposit Aset Kripto ke platform Pedagang Aset Kripto, maka yang bersangkutan akan memperoleh uang dari hasil penjualan Aset Kripto yang jumlahnya ekuivalen dengan nilai Aset Kripto. Pelanggan yang ingin membeli Aset Kripto juga harus melakukan deposit

uang ke platform Pedagang Aset Kripto, maka yang bersangkutan akan memperoleh Aset Kripto yang nilainya ekuivalen dengan uang yang dibayarkan tersebut;

Perkembangan harga Aset Kripto selain berdasarkan *supply and demand*, juga dipengaruhi oleh latar belakang tim pengembang, tujuan pembuatan, bonafiditas tim pengembang dan faktor pendukung lain. Aset Kripto dapat disimpan secara *online* dan *offline* dengan mencetak dan mengamankan kode kriptografi enkripsinya pada tempat yang aman, Contoh: *safe deposit box* atau sejenisnya;

Mekanisme Perdagangan

Bappebti mengatur mekanisme perdagangan aset kripto. Calon Pelanggan membuka akun pada Pedagang Aset Kripto. Setelah lulus verifikasi Know Your Customer (KYC), Pedagang Aset Kripto memberikan akun kepada Pelanggan untuk transaksi jual-beli.



Pelanggan melakukan transaksi jual-beli Aset Kripto melalui sistem Pedagang Aset Kripto dengan menggunakan uang Rupiah (IDR). Pelanggan Beli yang akan membeli Aset Kripto harus melakukan deposit dana ke Rekening Pedagang Aset Kripto. Setelah melakukan deposit dana, Pelanggan Beli dapat membeli Aset Kripto. Pelanggan Jual yang akan menjual Aset Kripto harus mengirim/deposit Aset Kripto pada *Wallet* Pedagang Aset Kripto. Setelah melakukan deposit Aset Kripto, Pelanggan Jual dapat menjual Aset Kripto.

Selanjutnya Pedagang Aset Kripto menyampaikan pelaporan transaksi perdagangan Aset Kripto kepada Bursa Aset Kripto secara periodik. Bursa Aset Kripto melakukan pengawasan terhadap transaksi perdagangan Aset Kripto di Pedagang Aset Kripto secara periodik dan sewaktu-waktu diperlukan.

Pedagang Aset Kripto wajib menyimpan paling sedikit 50% Aset Kripto milik Pelanggan di Pengelola Tempat Penyimpanan Aset Kripto dan paling besar menyimpan sendiri 50% (70% dalam *Cold Storage* dan 30% dalam *Hot Storage*). Pedagang Aset Kripto wajib menyimpan 70% dana Pelanggan Aset Kripto pada Lembaga Kliring dan menyimpan sendiri 30%. Pengelola Tempat Penyimpanan menyampaikan informasi saldo dan mutasi Aset Kripto ke Bursa Aset Kripto dan Lembaga Kliring dan Lembaga Kliring menyampaikan informasi saldo dan mutasi dana kepada Bursa Berjangka. (Tim) Sumber: Bappebti



follow:

www.kemendag.go.id

Inilah Daftar Aset Kripto

Jenis aset kripto yang dapat diperdagangkan di Indonesia berdasarkan [Perba Nomor 7 Tahun 2020](#) tentang Penetapan Daftar Aset Kripto Yang Dapat Diperdagangkan Di Pasar Fisik Aset Kripto ada 229 aset kripto antara lain:

Bitcoin, Ethereum, Tether, Xrp/ripple, Bitcoin cash, Binance coin, Polkadot, Chainlink, Lightcoin, Bitcoin SV, Litecoin, Crypto.com coin, Usd coin, Eos, Tron, Cardan, Tezos, Stellar, Neo, Nem, Cosmos, Wrapped bitcoin, Iota, Vechain, Dash, Ehtereum classic, Yearn.finance, Theta, Binance usd dan Omg network (Tim)

Sumber: Bappebti

Waspada, Jangan Salah

Inilah Daftar 13 Pedagang Aset Kripto Terdaftar di Bappebti

Sumber: Bappebti

PT Indodax Nasional Indonesia
PT Crypto Indonesia Berkat
PT Zipmex Exchange Indonesia
PT Indonesia Digital Exchange
PT Pintu Kemana Saja
PT Luno Indonesia LTD
PT Cipta Koin Digital
PT Tiga Inti Utama
PT Upbit Exchange Indonesia
PT Bursa Cripto Prima
PT Rekeningku Dotcom Indonesia
PT Trinita Investama Berkat
PT Plutonext Digital Aset

Klik menuju laman perusahaan.



follow:





LAPORAN UTAMA

Memahami Seluk-Beluk Kripto

Kehadiran *cryptocurrency* atau mata uang kripto dalam beberapa tahun belakangan semakin populer. Pandemi Covid-19 melambungkan popularitas mata uang digital ini dalam sekejap.

Selain karena faktor permintaan yang tidak sebanding dengan penawaran—terutama untuk beberapa mata uang populer seperti Bitcoin, Ethereum, Tether, Cardano, Binance Coin, Litecoin, Ripple, Stellar, Dogecoin dan banyak lagi—fenomena kripto diakui buntut dari cerita keberhasilan sejumlah orang yang menanggung keuntungan fantastis dari investasi baru ini.

Sebagai pendatang anyar, kripto menjadi magnet dahsyat bagi investor, terutama buat pendatang baru. Sayangnya, sebagian dari mereka awam terhadap aset yang dihadapinya.

Ketertarikan dan eksekusinya terhadap investasi kripto sekadar ikut-ikutan atau tergiur cerita orang lain. Mereka sering mempercayai “katanya-katanya”, tanpa mempelajari lebih

dalam. Bahkan, tidak sedikit yang melakukannya hanya karena dianggap tidak *up-date*. Sifat-sifat seperti ini sering diistilahkan dengan Fear of Missing Out (FOMO).

Nah, sebelum benar-benar terjun dalam investasi alat tukar virtual ini, ada baiknya mengenal lebih dekat apa itu *cryptocurrency*.

Apa Itu *Cryptocurrency*?

Masih ada beberapa orang yang beranggapan *cryptocurrency* adalah bitcoin. Sepenuhnya tidak salah. Hanya saja, bitcoin cuma satu dari ribuan mata uang kripto yang beredar. Bitcoin begitu populer karena dianggap sebagai uang digital pertama yang sudah menggunakan teknologi *blockchain*.

Sistem *blockchain* pertama kali dikembangkan oleh seorang ahli komputer bernama samaran Satoshi Nakamoto pada tahun 2008, atau setahun sebelum Bitcoin lahir. Sistem *blockchain* dianggap jauh lebih aman dan dipercaya orang, ketimbang saat pertama kali uang kripto dikembangkan oleh Wei Dai pada 1998, di mana tidak ada pencatatan yang

memadai sehingga mudah diduplikasi.

Seperti pada mata uang tradisional, *cryptocurrency* menyatakan sebuah nilai dalam satuan mata uang. Misal, ketika Anda menyebut, “Saya punya 2,5 Bitcoin,” itu artinya sama dengan mengatakan, “Saya punya 2,50 dolar AS,” demikian dilansir dari moneycrashers.com.

Cryptocurrency bersifat independen terhadap politik, serta memiliki keamanan data yang tinggi sehingga sulit ditembus. Keistimewaan seperti inilah yang tidak dimiliki uang fiat, karena sifatnya sentralistik. Uang fiat itu pengaturannya dilakukan bank sentral, serta melibatkan bank.



follow:





Sementara cara kerja *cryptocurrency* desentralistik tanpa campur tangan pihak ketiga. Transaksi dilakukan *peer to peer*, antarindividu dengan jalur operasional melalui teknologi *blockchain* yang sulit ditembus.

Pada uang fiat, bank dapat membekukan atau bahkan menyita rekening bank seseorang. Kasus seperti ini tidak dapat terjadi pada dana *cryptocurrency* yang tersimpan dalam akun pemilik, apakah itu warga negara setempat atau bukan.

Di sisi lain, *cryptocurrency* memiliki sejumlah risiko, seperti likuiditas dan volatilitas nilai, berbeda dengan uang fiat yang cenderung stabil. Selain itu, *cryptocurrency* sering dituding untuk memfasilitasi transaksi pasar gelap. Banyak negara menganggap ini sebagai ancaman dan memunculkan ketidakpercayaan.

Bagi pendukung *cryptocurrency*, aset digital ini sebagai investasi alternatif yang berpotensi menguntungkan.

BAGAIMANA CRYPTOCURRENCY BEKERJA?

Cryptocurrency bekerja melalui kode-kode dan kontrol teknis yang rumit. Meski begitu, orang awam tetap dapat memahami cara kerja aset kripto secara lebih sederhana. Konsep-konsep di bawah ini menjelaskan tentang pengaturan nilai, keamanan dan integrasi *cryptocurrency*.

KRIPTOGRAFI 1

Cryptocurrency beroperasi lewat protokol kriptografi, atau sistem kode matematika komputer yang sangat kompleks, yang hampir mustahil untuk ditembus.

Kriptografi mengenkripsi transfer data demi mengamankan transaksi antara investor, dan menjadikannya sulit diduplikasi atau dipalsukan. Seperti dikutip dari kanal Youtube Kemkominfo TV yang dapat Anda lihat

di sini, protokol yang dijalankan kriptografi menyamarkan identitas pengguna *cryptocurrency*.



Tertutupnya identitas ini menjadikannya sulit dikaitkan dengan identitas atau kelompok tertentu, yang konon dapat digunakan untuk transaksi negatif.

Meski begitu, menurut Komisaris Utama PT Bursa Efek Indonesia (BEI) **PANDU SJAHRIR**, “perjalanan” uang kripto justru dapat dilacak.

“Dari pertama kali Bitcoin itu muncul, sampai hari ini, orang yang memegang koin itu, *currency* itu bisa di-*trace*.”

Orang bisa tahu siapa saja yang pegang karena ada *ledger*, pembukuan,” kata Pandu seperti dikutip dari akun Youtube Deddy Corbuzier.



TEKNOLOGI BLOCKCHAIN 2

Blockchain cryptocurrency ibarat buku besar publik yang mencatat dan menyimpan semua transaksi dan aktivitas pengguna. *Blockchain* juga memvalidasi kepemilikan semua unit mata uang pada titik waktu tertentu.

Salinan identik dari *blockchain* disimpan di setiap simpul jaringan perangkat lunak *cryptocurrency*. Jaringan server terdesentralisasi dan dijalankan oleh individu atau kelompok individu yang paham komputer, dikenal sebagai penambang.

Mereka inilah yang terus-menerus merekam dan mengotentikasi transaksi *cryptocurrency*. Secara teknis, transaksi *cryptocurrency* yang dilakukan seseorang tidak akan diselesaikan sampai ditambahkan ke dalam *blockchain*, yang biasanya terjadi dalam beberapa menit.

Tidak seperti proses pembayaran tradisional, seperti dompet digital dan kartu kredit, sebagian besar *cryptocurrency* tidak memiliki fungsi pengembalian dana atau tolak bayar, meskipun beberapa *cryptocurrency* baru memiliki

fitur pengembalian dana yang belum sempurna.

Selama jeda waktu finalisasi transaksi, unit tidak tersedia dan tidak dapat digunakan oleh salah satu pihak. Dana mereka dititipkan dalam rekening *escrow*. Dengan begitu, *blockchain* mencegah pengeluaran ganda, atau manipulasi kode *cryptocurrency*. Kemungkinan unit mata uang yang sama diduplikasi dan dikirim ke banyak penerima dapat dihindari.

KONTROL DESENTRALISASI 3

Prinsip utama teknologi *blockchain* adalah kontrol yang bersifat desentralisasi. Pasokan unit dan nilai *cryptocurrency* dikendalikan oleh aktivitas penggunanya. Protokol yang sangat kompleks ini dibangun melalui pengaturan kode, dan bukan berdasarkan keputusan dari bank sentral atau otoritas pengatur lainnya.

Secara khusus, aktivitas penambang sangat penting untuk stabilitas mata uang dan kelancaran sistem fungsi *blockchain*. Pengguna *cryptocurrency*—sebagai penerima manfaat dari komputasi pencatatan transaksi—membayar sejumlah biaya untuk unit *cryptocurrency* yang baru dibuat kepada pengguna lain sebagai imbalannya.



PENAMBANG 4

Penambang berfungsi sebagai penjaga catatan *cryptocurrency*, dan penengah “tidak langsung” dari nilai mata uang. Penambang menggunakan metode yang sangat teknis untuk memverifikasi kelengkapan, akurasi, dan keamanan *blockchain*.

Istilah “penambang” berkaitan dengan fakta bahwa pekerjaan para penambang benar-benar menciptakan aset kekayaan dalam bentuk unit mata uang kripto baru. Lingkup operasinya tidak jauh berbeda dengan pencarian bilangan prima baru, yang juga membutuhkan daya komputasi yang sangat besar. Setiap penambahan dikenal sebagai blok. Blok terdiri dari semua transaksi yang dieksekusi sejak salinan baru di *blockchain* dibuat.

KUNCI PRIVAT 6

Setiap pemegang *cryptocurrency* memiliki kunci pribadi yang mengotentikasi identitas mereka dan memungkinkannya untuk bertukar unit. Pengguna dapat membuat kunci pribadi sendiri, yang diformat sebagai bilangan bulat hingga 78 digit, atau menggunakan generator nomor acak untuk membuatnya.

Begitu memiliki kunci, mereka dapat memperoleh dan membelanjakan *cryptocurrency*. Tanpa kunci, pemegang tidak

dapat membelanjakan atau mengkonversi mata uang kriptonya.

Meskipun ini adalah fitur keamanan penting yang dapat mencegah pencurian dan penggunaan yang tidak sah, pola seperti ini juga dianggap “kejam”. Begitu Anda kehilangan kunci pribadi, maka semua kekayaan digital Anda akan hilang.

Meskipun Anda dapat membuat kunci pribadi lain dan mulai mengumpulkan mata uang kripto lagi, Anda tidak dapat memulihkan

kepemilikan yang dilindungi oleh kunci lama Anda yang hilang.

Oleh karena itu, pengguna *cryptocurrency* yang cerdas sangat melindungi kunci pribadi mereka, biasanya menyimpannya di beberapa lokasi digital, meskipun umumnya tidak terhubung ke Internet, untuk tujuan keamanan. Beberapa pengguna lainnya bahkan memilih menuliskannya dalam kertas atau bentuk fisik lainnya.

PASOKAN TERBATAS 5

Salah satu penyebab harga kripto bisa tinggi adalah pasokan yang terbatas. Jadi, meski

penambangan secara berkala menghasilkan unit mata uang kripto baru, sebagian besar mata uang kripto dirancang dengan jumlah persediaan terbatas.

Menurut Pandu Sjahrir, hal yang menarik dari kripto adalah jumlahnya yang terbatas sehingga tidak ada inflasi. Ia mencontohkan, Bitcoin dari saat ini hingga tahun 2040 pasokan unit diperkirakan hanya naik 1-2 persen, sama dengan pasokan emas yang berada di kisaran sama. Bandingkan dengan dolar AS yang bertumbuh 3-4 persen.

“Jadi Anda bisa lihat kan, Anda ngomong 10 tahun dari sekarang dari mana *supply* itu akan ada, di mana *supply* yang sangat terbatas di mana value itu ada, tentunya *over the long run*,” tandas Pandu.

Jika tren saat ini berlanjut, seperti dikutip dari *moneycrashers.com*, pengamat memperkirakan unit Bitcoin terakhir yang akan ditambang terjadi pada pertengahan abad ke-22, (antara tahun 2101 hingga 2.200, meski tidak persis begitu).

Pasokan *cryptocurrency* yang terbatas membuatnya justru dapat mengalami deflasi, lebih mirip dengan emas dan logam mulia lainnya, ketimbang mata uang fiat yang secara teori dapat diproduksi oleh bank sentral.

DOMPET KRIPTO 7

Pengguna *cryptocurrency* memiliki dompet dengan informasi unik yang menegaskan mereka sebagai pemilik unit. kunci pribadi mengkonfirmasi keaslian transaksi mata uang kripto, dompet kripto mengurangi risiko pencurian unit.

Dompet yang digunakan saat pertukaran *cryptocurrency* agak rentan terhadap peretasan. Beberapa kasus sempat terjadi. Dompet dapat disimpan di *cloud*, *hard drive* internal, atau perangkat penyimpanan eksternal. Pencadangan dompet, setidaknya satu cadangan sangat disarankan.

Yang perlu diingat, pencadangan dompet tidak menduplikasi unit *cryptocurrency* yang sebenarnya, melainkan hanya catatan keberadaan dan kepemilikan saat ini. **(Tim)**



LAPORAN UTAMA

Sikap dan Paradigma Regulasi Aset Kripto di Indonesia



Profil
Jerry Sambuaga,
klik di sini.

“Pemanfaatan crypto bukan saja mendorong perdagangan digital yang lebih aman tetapi juga mendorong digitalisasi perdagangan masyarakat.”

Dr. Jerry Sambuaga
Wakil Menteri Perdagangan RI

Aset kripto telah menjadi tema yang cukup hangat selama beberapa tahun ini. Perbincangan mengenai kripto terjadi baik di level masyarakat sebagai pelaku maupun negara sebagai regulator. Pada level pelaku, kripto dianggap merupakan alternatif sebagai penyimpan nilai, alat pembayaran maupun komoditas yang bisa diperdagangkan dan bahkan sarana investasi. Lonjakan nilai yang demikian besar di beberapa aset kripto beberapa tahun ini membuat banyak orang berbondong-bondong membeli, menyimpan dan memperdagangkan kripto. Pada tahun 2020, secara global volume perdagangan kripto sudah mencapai USD 1,49 Miliar dan diproyeksikan mencapai USD 4,94 Miliar pada tahun 2030. Di Indonesia sendiri saat ini sudah ada sekitar 7,9 juta konsumen kripto dengan volume sampai saat ini sudah mencapai RP 578

Bagi negara sebagai regulator sektor ini, kripto telah memberikan tantangan dalam pengaturan sebagaimana diringkas oleh Hossein Nabilou dalam *International Journal of Law and Information Technology*:

“.....The greatest dilemma it poses to the current legal and regulatory systems is that it is hardly possible to regulate a distributed network in a centralized fashion as decentralized permissionless blockchain-based cryptocurrencies are antithetical to the existing centralized structure of monetary and financial regulation.” — (NABILOU, 2019: 27(3), 266-291.)

oleh beberapa hal: (1) keamanan baik bagi pelaku, konsumen maupun negara dan masyarakat itu sendiri; (2) bagaimana kemudian mewujudkan regulasi yang tepat. Dalam hal ini masing-

masing negara punya sikap sendiri. Pada sisi yang pertama, beberapa negara menolak kripto ini. Baru-baru ini China misalnya menyatakan bahwa kripto dan perdagangannya terlarang di China. Alasannya kripto dianggap membahayakan kepentingan negara dan masyarakat. Pada sisi yang lain, menerima kripto dengan terbuka namun melakukan adaptasi maupun modifikasi. Pada sisi ini Ekuador bisa dijadikan contoh. Ekuador mengadopsi kripto bahkan menjadikannya sebagai mata uang (*currency*) dengan menerbitkan kripto versi sendiri.

(Tim)



follow:





SIKAP INDONESIA

Indonesia sendiri mengambil sikap yang cukup tepat dengan mengakomodasi kripto dengan beberapa catatan: **PERTAMA**, kripto diperlakukan sebagai aset dan bukan mata uang. Ini sesuai dengan **UU No.7 tahun 2011 Tentang Mata Uang** yang menegaskan bahwa mata uang resmi yang berlaku di Indonesia adalah Rupiah. Dengan batasan ini maka kripto diperlakukan sebagai komoditi atau aset yang bisa diperdagangkan. **KEDUA**, Indonesia punya ketegasan bahwa perdagangan kripto harus mengikuti kaidah dan patuh terhadap hukum di Indonesia. Artinya, meskipun kripto bersifat desentralistik secara global, namun perdagangan dan segala yang berkaitan dengannya harus tetap terikat pada wilayah yurisdiksi Indonesia mengingat subyek dan obyek yang terlibat di dalamnya tidak bisa dilepaskan dari wilayah hukum Indonesia.

Sikap Pemerintah Indonesia ini punya beberapa latar belakang pemikiran. **PERTAMA**, bahwa kripto adalah fakta baru sebagai alternatif aset komoditi yang tidak bisa dihindari. Kemajuan teknologi memungkinkan terciptanya aset-aset dan metode perdagangan baru yang sifatnya komunal atau bahkan peer to peer. Menolak sepenuhnya kripto justru akan membuat terciptanya pasar-pasar gelap yang tidak tercatat dan tidak termonitor dengan baik. Akibatnya manajemen risikonya menjadi kurang efektif karena kurangnya pengawasan (surveillance) dari negara. Selain itu, menolak

kripto justru akan merugikan karena menutup kemungkinan bagi pengembangan produk dan manfaat kripto itu sendiri. Padahal, teknologi berbasis kripto dan blockchain bisa dimanfaatkan untuk mengembangkan berbagai sektor di Indonesia, baik di sektor riil maupun keuangan.

KEDUA, meskipun bersikap terbuka, tetapi pada saat yang sama menerapkan prinsip kehati-hatian. Pemerintah menyadari sepenuhnya karakter kripto yang desentralistik. Karakter itu memungkinkan terjadi penyalahgunaan aset kripto untuk berbagai modus tindak pidana seperti pendanaan terorisme, pencucian uang, peredaran narkoba dan lain-lain. Juga, Pemerintah berusaha mengantisipasi kripto sebagai alat untuk hal-hal yang mengakibatkan kerugian signifikan bagi perekonomian negara. Karena itu, Pemerintah bersikap dengan berusaha memaksimalkan manfaatnya tetapi pada saat yang sama juga meminimalkan risikonya.

Dengan sikap tersebut, kita sebenarnya juga telah menjalankan visi Presiden Joko Widodo mengenai transformasi ekonomi. Kripto sebagai fakta saat ini dan masa depan ditempatkan sebagai salah satu pendorong dan sarana untuk transformasi tersebut. Pemanfaatan kripto bukan saja mendorong perdagangan digital yang lebih aman tetapi juga mendorong digitalisasi perdagangan masyarakat. Bahkan kripto juga bisa dimanfaatkan secara luas dalam isu-isu sosial seperti penyelamatan lingkungan dan perubahan iklim. Dalam hal perdagangan karbon

yang juga tengah hangat didiskusikan misalnya, kripto bisa menjadi metode alternatif yang efisien dan memudahkan.

Ada beberapa isu sektoral yang terkait dengan kripto mengingat karakter penggunaannya yang luas. Kripto bisa punya dampak baik di sektor perdagangan, keuangan bahkan hingga moneter. Penekanan bahwa kripto adalah komoditi adalah sebuah cara untuk mengurangi kompleksitas regulasi sekaligus mengurangi kemungkinan dampaknya. Karena kripto merupakan komoditi maka *focal institution*nya adalah Kementerian Perdagangan dalam hal ini dilaksanakan oleh **Badan Pengawas Perdagangan Berjangka Komoditi (Bappebti)**. Menyadari adanya irisan-irisan kewenangan dan risiko yang ada dalam industri kripto, Kemendag tentu sangat terbuka dalam koordinasi dan siap bersinergi dengan lembaga maupun kementerian yang lain. **(Tim)**



follow



PANDUAN
PEMBACA:
Klik untuk
informasi

LAPORAN UTAMA

Wow, Milenial Menguasai 60% Aset Kripto

Untuk menyingkap lebih jauh tentang aset kripto, berikut ini wawancara Redaksi INTRA dengan

Kepala **Badan Pengawas Perdagangan Berjangka Komoditi** **INDRASARI WISNU WARDHANA**.

REDAKSI INTRA:

Cryptocurrency yang menjadi pembicaraan global kini sedang trending di kalangan anak muda di Indonesia. Peminat dan pelaku perdagangan crypto makin marak di Indonesia. Mohon tanggapan Bapak.

INDRASARI WISNU WARDHANA (WISNU):

Apa yang Saudara sampaikan itu benar sesuai dengan data yang kami peroleh dari pedagang Fisik Aset Kripto yang terdaftar di Bappebti. Sejak Kemendag/Bappebti mengatur perdagangan Fisik Aset Kripto Tahun 2019, jumlah pelaku/pelanggan terus meningkat dari waktu ke waktu dan sampai dengan bulan September 2021 telah mencapai 8,9 juta orang. Dari jumlah tersebut, pelanggan dari kalangan muda lebih dari 60% dari total seluruh pelanggan Aset Kripto di Indonesia. Dengan demikian mayoritas pelanggan Aset Kripto berasal dari kalangan muda. Adapun Nilai transaksi Aset Kripto sampai dengan bulan September 2021 telah mencapai Rp632,9 T.

REDAKSI INTRA:

Beberapa negara menggunakan crypto sebagai "mata uang" yang dapat digunakan sebagai alat bayar. Bagaimana di Indonesia?

WISNU:

Setiap negara mempunyai kebijakan terkait perdagangan aset kripto. Ada negara yang melarang untuk diperdagangkan, ada yang mengizinkan sebagai alat pembayaran dan ada yang mengatur sebagai komoditi seperti Indonesia. Di Indonesia Aset Kripto dilarang sebagai alat pembayaran sesuai dengan UU Nomor 7 Tahun 2011 tentang Mata Uang. Sebab mata uang yang sah digunakan sebagai alat pembayaran adalah mata uang Rupiah. Aset Kripto Sebagai komoditi diatur dalam **UU No. 10 Tahun 2011** tentang Perubahan atas UU No. 32 Tahun 1997 tentang Perdagangan Berjangka Komoditi Pasal 1 (2), yaitu komoditi adalah semua barang, jasa, hal dan kepentingan lainnya dan setiap derivative dari komoditi yang dapat diperdagangkan dan menjadi subjek kontrak berjangka, kontrak derivatif syariah, dan/atau kontrak derivatif lainnya.

REDAKSI INTRA:

Bagaimana pengawasan perdagangan aset kripto.

WISNU:

Untuk mengawasi transaksi perdagangan Aset Kripto, Bappebti telah menyusun Peraturan Bappebti terkait penyelenggaraan perdagangan Aset Kripto yang di dalamnya memuat norma atau kewajiban yang harus dilaksanakan oleh para Pedagang Aset Kripto.

Pengawasan oleh Regulator dan SRO (Bursa Berjangka dan Kliring Berjangka) kepada Pedagang Aset Kripto dilakukan secara berjenjang. Layer pertama dilakukan oleh Bursa Berjangka dalam rangka pengawasan integritas pasar dan Lembaga Kliring Berjangka dalam rangka pengawasan integritas keuangan dan fungsi penyelesaian dan DvP (*delivery versus Payment*). Layer kedua, Bappebti juga melakukan pengawasan terhadap ekosistem



kelembagaan perdagangan Aset Kripto melalui sistem pengawasan secara real time dan sistem pelaporan (*e-reporting*) sebagaimana yang telah dilakukan untuk kegiatan Perdagangan Berjangka Komoditi. Para Pedagang Aset Kripto

wajib menyampaikan pelaporan secara berkala kepada Bappebti mengenai Laporan Transaksi Harian, Bulanan dan Tahunan serta Laporan Keuangan yang wajib diaudit oleh Akuntan Publik yang menjadi anggota IAI/IAP.

REDAKSI INTRA:

Bappebti mengeluarkan Peraturan Bappebti Nomor 7 Tahun 2020. Mohon penjelasan garis besarnya.

WISNU:

Secara garis besar Peraturan **Bappebti Nomor 7 Tahun 2020** tentang Penetapan Daftar Aset Kripto yang Dapat Diperdagangkan di Pasar Fisik Aset Kripto mengatur tentang 229 Aset Kripto yang bisa ditransaksikan di Indonesia serta Pedagang Aset Kripto hanya diperbolehkan mentransaksikan Jenis Aset Kripto yang sudah ditetapkan oleh Kepala Bappebti. Sebanyak 229 Jenis Aset Kripto ini merupakan Jenis Aset Kripto yang telah sesuai dengan ketentuan pada Pasal 3 ayat (2) Peraturan Bappebti Nomor 5 Tahun 2019 tentang Ketentuan Teknis Penyelenggaraan Pasar Fisik Aset Kripto.

REDAKSI INTRA:

Perdagangan Aset Kripto harus memerlukan bursa komoditi. Mohon penjelasan Bapak.

WISNU:

Pada saat ini persiapan yang dilakukan Bappebti yaitu sedang melakukan proses tahap akhir kepada calon yang mengajukan diri sebagai Bursa Aset Kripto. Apabila semua persyaratan dan tahapan sudah dipenuhi, maka

Bappebti terlebih dahulu akan memberikan Izin Usaha sebagai Bursa Berjangka. Selanjutnya Bappebti akan memberikan persetujuan kepada Bursa Berjangka sebagai Bursa Aset Kripto apabila persyaratan juga dipenuhi. **(Tim)**

Tips Berinvestasi Aman dan Nyaman

Berinvestasi itu penting tapi tetap harus waspada ya..! Nah berikut ini Tips agar masyarakat mencermati semua informasi sebelum memutuskan berinvestasi di Perdagangan Berjangka Komoditi.

Ingat 7 P

- 1 Pelajari Latar Belakang dan Status Hukum Perusahaan Yang Menawarkan Anda Bertransaksi.
 - ✓ Cek di website www.bappebti.go.id;
 - ✓ Cek terdaftar di Bursa Berjangka (PT. Bursa Berjangka Jakarta dan PT. Bursa Komoditi dan Derivatif Indonesia)
 - ✓ Bila masih meragukan jangan segan untuk menghubungi otoritas, tanyakan legalitas, mekanisme transaksi, resiko yang ada
- 2 Pantang Percaya Dengan Janji-janji Keuntungan Yg Tinggi, Indikasi Iming-iming atau menawarkan keuntungan besar = *too good too be true*; "UNTUNG BESAR" = "BUNTUNG BESAR";
- 3 Pelajari Tata Cara Transaksi, (adakah *trading rules*?, apakah menyediakan fasilitas simulasi (demo)?), dan mekanisme Penyelesaian Perselisihan;
- 4 Pelajari Kontrak Berjangka/derivatif yang diperdagangkan.
- 5 Pelajari Wakil Pialang Berjangka yang dapat izin dari Bappebti.
- 6 Pelajari Dokumen-dokumen Perjanjiannya.
- 7 Pelajari Risiko-risiko yang dihadapi.



follow:



PANDUAN PEMBACA:
Klik untuk informasi

www.kemendag.go.id

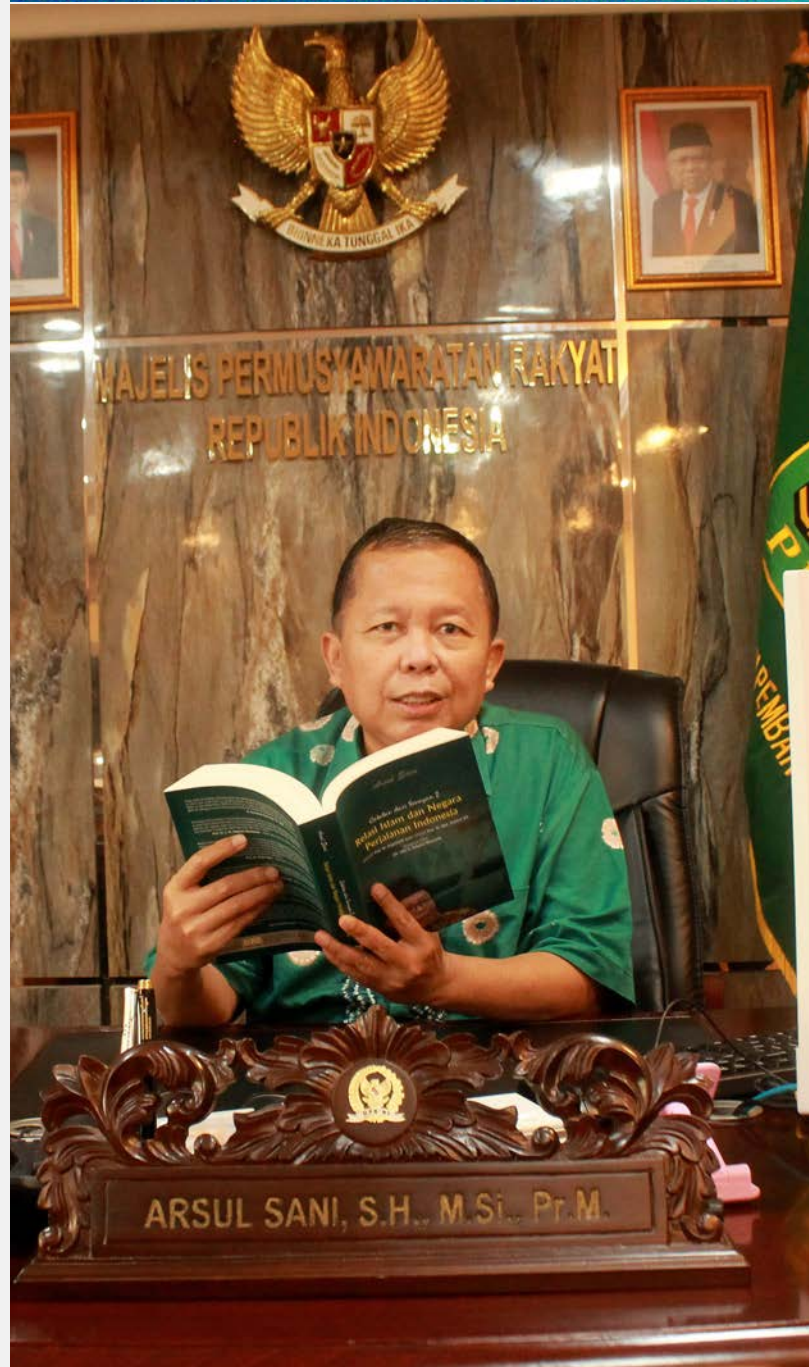
PENULIS:
Tim Humas

FOTOGRAFER:
Tim Humas



Era globalisasi memberikan tantangan terhadap kehidupan bernegara, termasuk dari segi ekonomi. Keterbukaan tidak mungkin dihindarkan karena Indonesia bagian dari masyarakat dunia. Tapi, di sisi lain, globalisasi memberikan ancaman jika tidak disikapi dengan tepat. Nasionalisme menjadi tameng untuk menghalau dampak buruk keterbukaan.

Pertengahan Oktober 2021 ini, tim e-Magz INTRA, mewawancarai Wakil Ketua MPR Arsul Sani, yang baru saja meluncurkan buku "Catatan dari Senayan 2: 'Relasi Islam dan Negara Perjalanan Indonesia'". Pandangan-pandangan Arsul Sani menjadi penting, terutama dikaitkan dengan UMKM yang menjadi penopang ekonomi Indonesia, dapat terlindungi dan tumbuh. Ia juga menyoroti derasnya produk asing yang menjejali pasar Indonesia, yang bila tidak ditangani segera dapat mendominasi pasar lokal. Berikut wawancaranya.



Arsul Sani
Wakil Ketua MPR



Klik menuju
laman
MPR RI.



Profil
Arsul Sani,
klik di sini.

OPINI

“Membangun Nasionalisme Tak Sekadar Diomongkan”

Bagaimana membangun nasionalisme menurut Bapak?

Membangun nasionalisme menurut saya tidak cukup dipidatoken. Artinya, tidak melulu menekankan pada aspek verbal saja tapi membangun nasionalisme itu memang harus dengan perilaku.

Perilaku seperti apa yang dimaksud?

Perilaku yang moderat. Itu yang harus dikedepankan, dalam segala hal. Jadi misalnya, tidak bisa dalam rangka membangun nasionalisme terus kita anti asing apapun lah, termasuk anti produk asing. Jadi nasionalisme itu tidak dengan oral, tapi dengan perilaku. Itu harus tergambar.

Apakah sudah ada contoh yang melakukan seperti itu?

Apa yang dilakukan Pak Jokowi itu sudah bagus semuanya. Dia misalnya, bukan presiden yang senang berpakaian mahal yang mewah. Itu kan sebenarnya bagian dari membangun nasionalisme. Pak Jokowi berpakaian keren sangat formal saat pakai jas, yang berwarna biru itu. Tapi kalau sehari-hari ya, menurut saya

pakaiannya biasa saja. Bagaimanapun contoh seperti ini harus dilakukan terus menerus.

Apakah cukup hanya dari perilaku?

Membangun nasionalisme itu menurut saya harus dengan merangkul. Kalau dengan “memukul” ya, susah ya. Cara-cara “memukul” itu menjadikan kontraproduktif. Orang akan lebih mudah menerima kalau tidak dengan kemarahan. Yang paling penting itu kasih contohlah. Rakyat itu kalau diberikan contoh itu senang. Buktinya yang populer yang begitu itu. Kayak Pak Jokowi. Kayak Ganjar (Gubernur Jawa Tengah Ganjar Pranowo-red) karena dia akan membangun dengan merangkul, dan mulai dari hal-hal yang sederhana.

Di era globalisasi seperti sekarang, bagaimana Bapak melihatnya, jika dikaitkan dengan nasionalisme?

Globalisasi adalah sesuatu yang tidak terhindarkan. Tapi sejak disahkannya atau diratifikasinya WTO agreement tahun 1994, banyak pandangan yang mengatakan bahwa kita ini terlalu cepat untuk merespon globalisasi dalam bentuk liberalisasi perdagangan dan itu terus berlangsung.



follow:



Terutama setelah masa reformasi, pasca amandemen Undang-Undang Dasar RI, itu juga dikritisi oleh banyak pihak, oleh tokoh-tokoh bangsa ini, justru membawa liberalisasi dalam kecepatan yang lebih cepat. Liberalisasi kehidupan perekonomian kita termasuk tentu sektor perdagangan.

Bagaimana Bapak melihat sikap pemerintah?

Tentu pemerintah dalam rangka mendorong pertumbuhan ekonomi perlu pergerakan yang lebih cepat termasuk di sektor konsumsi masyarakat. Maka kemudian mendorong investasi dengan lahirnya banyak *startup*.

Tetapi kritik saya, di satu sisi tidak terhindarkan (mendorong *startup-red*) karena kalau tidak akan diambil oleh negara lain, di sisi lain, kebijakan untuk mendorong atau menyandingkan produk dalam negeri kurang masif. Saya tidak mengatakan tidak ada ya, hanya saja kurang masif. Ini kritik juga terhadap Kementerian Perdagangan dan kementerian terkait lainnya.

Memangnya marketplace di Indonesia berat sebelah, Pak?

Saya sedih. Beberapa *marketplace* itu saya lihat menjajakan barangnya bahkan masih lebih banyak yang impor. Menjajakan barang impor tidak ada masalah kalau industri dalam negeri tidak ada atau jarang.

Tapi, kalau industri di dalam negeri banyak kan harusnya pemerintah dengan kekuasaan yang ada padanya bisa mengatur. Saya tidak ingin mengatakan itu hanya Kementerian Perdagangan, kan sebetulnya bisa mewajibkan dalam bentuk sekian persen. Menurut saya intervensinya sudah harus sampai ke situ. Bahwa sekian *market* yang ada di *marketplace* itu harus menjajakan produk dalam negeri. Saya melihat itu belum ada.

Apakah imbauan seperti ini sudah pernah disuarakan?

Saya sudah bolak-balik mengatakan dari zaman dulu, wajibkan saja. Saya kasih contoh. Dulu waktu saya di Tupperware, hampir semua produknya itu *direct selling*, terutama *multilevel* boleh dibilang mungkin 90% impor.

Kemudian saya akali. Kami melihat ada produsen plastik di dalam negeri yang sanggup memproduksi Tupperware. Dari tujuh pabrik yang dia punya, tiga kami sewa. Konsumen kan tidak tahu itu buatan Amerika atau bukan pokoknya kan merek Tupperware. Kecuali tutupnya, kan harus kedap udara dan kedap air. Kita belum bisa.

Jadi, apa yang dilakukan pemerintah agar rakyat mencintai produk dalam negeri belum cukup?

Kalau kita ingin menumbuhkan cinta terhadap produk dalam negeri maka itu butuh dorongan yang besar tapi mohon maaf tidak cukup presiden bicara.

Kita pakai produk dalam negeri, kemudian kita pakailah di berbagai kesempatan, kita pakailah produk dalam negeri mulai dari baju batik, baju tenun, baju songket dan lain-lain, tapi efeknya hanya hari itu atau minggu itu. Dalam jangka panjang orang sudah lupa lagi. Paling tidak untuk mendorong produk dalam negeri masuk ke sektor perdagangan kecepatannya atau kuantumnya belum sesuai dengan yang kita harapkan.

Konkretnya seperti apa?

Tahap pertama harus ada intervensi yang lebih kuat. Kita katakan kepada *marketplace*, Anda boleh *me-list* ini berapapun, tetapi Anda punya kewajiban ini loh untuk mengatur, sifatnya *mandatory*.

Kalau misalnya ada *trader* di *marketplace* itu menginginkan sekian (jumlah produk impornya-

red), maka harus ada *trader* lain yang asli dalam negeri. Atau, kalau misalnya sudah *full*, kita katakan saja, Anda boleh *listing* di sini tapi Anda juga harus memperbanyak produk dalam negeri.

Saya lihat pertumbuhan di *marketplace* itu lebih cepat dari pertumbuhan produk dalam negeri. Ini kita baru ngomong di *marketplace* saja. Belum misalnya, yang *konvensional store* mulai supermarket, departemen *store* dan lain sebagainya.

Tapi bukankah produk murah menguntungkan konsumen dan pedagang juga?

Kalau kita bicara UMKM *trader* yang terjadi memang banyak UMKM di pasar-pasar itu produknya dari Cina. Baju hanya Rp30.000, tapi nilai tambah untuk ekonomi kita apa? Secara masif yang saya maksud adalah UMKM *producing domestic product* kemudian *marketing domestic product*. Saya melihat harus ada gerakan.

Itukan mekanisme pasar?

Tidak bisa kita hanya dengan menyerahkan mekanisme pasar karena ini alam demokrasi, harus ada kebijakan. Contoh belanja pemerintah itukan besar.

Kita bicara seragam saja lah. Kita *ngomongin* ATK (alat tulis dan kantor-*red*) saja lah. Kita *ngomongin* kertas saja lah. Sudah ada belanja laptop dalam negeri, itu pelaksanaannya bagaimana? Kita kan juga melihat ini produknya menarik untuk dibeli atau tidak.

Maksudnya bagaimana?

Saya pernah pakai satu produk dalam negeri ya memang *ngadat* terus. Maksud saya itu satu hal, tapi kan ada hal lain yang tidak *ngadat* misalnya kertas, pulpen, atau baju seragam tidak ada ada ceritanya *ngadat*.

Poinnya adalah bagaimana menumbuhkan kecintaan terhadap produk dalam negeri itu. Pemerintah harus mulai dulu dalam bentuk *spending*, membeli produk dalam negeri. Jangan rakyat yang disuruh-suruh membeli produk dalam negeri. Bisa *nggak* itu.

Apa susahnyah sih pemerintah itu misalnya mewajibkan Anda jangan memakai sepatu (luar negeri), paling *nggak* di kantor. Bukan berarti tidak boleh pakai produk luar negeri.

Apakah dengan spending pemerintah cukup?

Kalau dari sisi *spending* pemerintah saya rasa cukup untuk mendorong itu. *Spending* pemerintah itu besar. Sektor riil negara ini saja itu masih banyak dipengaruhi oleh belanja pemerintah. Saya tidak mengatakan tidak ada (belanja untuk produk dalam negeri-*red*). Tapi harus makin didorong

Di DPR saja, kenapa sih kalau acara-acara harus memakai PSL (pakaian sipil lengkap-*red*), yang jas. Kenapa tidak kita pakai batik atau pakai songket atau pakai pakaian nasional lainnya. Kalau itu kan pasti produksi ini. Kenapa sih kalau pelantikan di DPR atau rapat paripurna pakai jas. Saya terus terang sering mengkritik ini. Kenapa pakai PSL, yang datang kan kita semua, kecuali kita dalam acara internasional boleh lah.



Buat Arsul Sani, sebagai sebuah program, gerakan bangga produk buatan Indonesia bagus. Tapi, Arsul yang juga pernah menjadi *lawyer* ini, Anda dapat melihat profil lengkapnya

di sini, beranggapan dorongan dalam bentuk kebijakannya belum.



Klik untuk artikel terkait.



follow:



Artinya harus ada kebijakan yang lebih kuat?

Mendorongnya dengan belanja pemerintah, itu agar diwajibkan. Pokoknya item belanja pemerintah itu kita sudah tahu. Kita tidak usah *ngomong* dulu yang elektronik karena yang elektronik kita belum bisa bersaing, tapi yang tidak elektronik lah. Itu Bagaimana caranya supaya kita mendorong itu. Mulailah dari pakaian pegawai, tidak ada cerita sepatu impor meskipun sepatu Cina itu lebih murah.

Apa tidak kena aturan WTO?

Ya, supaya tidak kena aturan itu kita katakan, Anda bukan kita batasi. Misalnya, produk-produk di *marketplace*, kita minta Anda harus sandingkan produk lokal. Kalau kita batasi misalnya sekian ribu saja yang tidak boleh. Tapi ini kan enggak Kita hanya minta perimbangannya itu.

Kalau diwajibkan juga tidak masalah kok orang protes biasa pertama aja. Sama seperti waktu subsidi BBM dicabut. sekarang kan orang sudah terbiasa. Tapi itu kan akan menggerakkan ekonomi dalam negeri.

Nantinya akan ada relokasi pabrik ke sini. Yang dibutuhkan itu relokasi industri. Produksi di dalam negeri yang berarti *multiplayer* efeknya itu ada. Pertama, Komponen dalam negeri yang dipakai. Kedua, tenaga kerja dalam negeri, kemudian juga keuntungannya berputar di sini juga. Daripada impor jadi meskipun dikenakan bea masuk.

Bagaimana untuk UMKM ekspor?

Begini, kita inikan negara dengan penduduk yang demikian besar. Jadi, kalau pasar dalam negerinya sudah dibentengi itu saja sudah baik. Fokusnya itu dulu, sambil terus didorong. UMKM kita itu yang belum disentuh efisiensinya. Sebetulnya, *cost production*-nya murah. Itu yang belum didorong. Sektor makanan, misalnya, itu saya lihat masih jauh dibandingkan dengan Thailand, termasuk makanan siap saji. Harusnya kan itu yang didorong karena kita negara dengan basis pertanian, yang justru kita besar-besaran yang gede-gede.

Optimis UMKM kita akan bangkit?

UMKM menyumbang ke PDB kita cukup besar. Kalau kita mendorong supaya investasi kita tumbuh, maka perlu memberikan berbagai macam kemudahan kepada UMKM. Selama ini bukan tidak ada, tapi kok tidak sama. Contoh saja lah, pencemaran kali Loji di Pekalongan karena industri batik dan pencucian celana jin. Pemerintah menuntut UMKM sadar lingkungan.

Semestinya, pemerintah bisa membuatkan IPAL (Instalasi Pengolahan Air Limbah) sebanyak-banyaknya. Pembuangannya di situ tanpa membebani UMKM. Itu saja sudah sangat membantu, yang ada cuma larangan-larangan. UMKM tidak terlalu butuh permodalan, tetapi *support system, support environment*.

Pelaku UMKM saat bicara ke saya, mengatakan butuh dukungan itu. Susahnya apa pemerintah pusat itu dengan daerah industri maka dibangun sekian IPAL, instalasi pengolahan limbah itu kan bisa jalan, sehingga mereka tidak terbebani dengan *mikirin* itu segala macam. Nah, ini yang kurang diperhatikan.

Sikap UMKM ini bisa menyulitkan pemerintah?

Gini lho. Jika ada UMKM menengah tapi belum ada yang punya NPWP dikejar. Perspektif masyarakat kita, 'gue usaha-usaha sendiri dapat bantuan pemerintah tidak, belum apa-apa sudah dimintai pajak, tanpa mereka mendapatkan manfaat'.

Bukankah manfaat pajak dirasakan dari pembangunan infrastruktur?

Kalau kita *ngomong* manfaat pasti ada. Anda punya mobil, mobilnya lewat jalan, jalannya dibangun lewat pajak. Tapi kan itu jauh. Coba bayangkan kalau pemerintah itu membangun IPAL sehingga perajin bisa buang limbah, pasti jauh lebih mudah.



Apa masalah lainnya?

Salah satu kelemahan pemerintah kita, dan ini yang sudah kita ketahui, yaitu koordinasi dan sinergitas antar kementerian/lembaga. Misalnya, daerah Pekalongan kan sudah terdata sekian ribu UMKM batik pasti mereka juga sudah ada datanya. Nah, kenapa tidak antarinstansi yang terlibat duduk bareng. Kita kan ingin bayar pajak, sadar pajak. Tapi kan untuk sadar pajak harus kita pancing dulu.

Tapi kalau belum apa-apa petugas pajak keluar-masuk, dan ini untuk alasan mendata NPWP. Habis itu pendekatan hukum karena dianggap mencemari. Ini yang menurut saya harus pendekatan kolaboratif antar KL terkait. Tidak bisa lagi sektoral.

Bapak melihat prospek ekonomi ke depan seperti apa?

Sebetulnya UMKM kita, perekonomian di bawah itu tetap menggeliat, tetap bergerak. Hanya mereka tidak dalam posisi untung, cuma pas-pasan, cukup untuk bertahan saja. Mereka banyak yang *survive*. Itulah menjawab kenapa tidak ada kerusuhan sosial, protes selama pembatasan, anarkis tidak ada. Nah, berkaca dari situ menurut saya ekonomi akan kembali lebih cepat bahkan dibandingkan dengan negara lain satu karena penduduk kita besar. Saya sih punya keyakinan itu.

Tapi, konsumsi masih lemah?

Kebijakan populis pemerintah seperti pemberian bansos itu kan men-*trigger* juga. Paling tidak orang bisa *survive*-lah. Dalam arti tetap bisa hidup walaupun pas-pasan kalau yang saya lihat, kalau saya turun ke dapil (daerah pemilihan-red) ngobrol dengan mereka begitu..

Berarti masyarakat optimis?

Rakyat itu tidak pernah optimis tidak juga pernah pesimis karena mereka punya pengalaman panjang mulai dari krisis 98, tidak mati kok. Bahkan, kita kan 98 tidak ada *riot* (kerusuhan-red) timbul karena ekonomi. Kalau ada, itu karena politik bukan karena krisis. itu kan sebetulnya karena kerjanya orang-orang yang ingin menciptakan momen politik bukan karena rakyat itu lapar.

Jadi ya, tidak bisa mengatakan rakyat itu optimis atau pesimis tapi mereka memiliki daya tahan luar biasa. Ada faktor-faktor yang menurut saya memang sulit dijelaskan secara ilmu ekonomi.

Mengatakan sepi iya, tapi orang tidak ada yang mengatakan gue nggak bisa makan kan? Harus diakui juga dalam keadaan seperti itu kebijakan ekonominya baguslah. Harus diakui kita sudah benar, *on the track*. (Tim)



follow:



PENULIS:
Loren Ipsan
FOTOGRAFER:
Loren Ipsan

WARTA USAHA

KEGIGIHAN SEORANG DIFABEL

Omzet Miliaran dari Limbah Garmen

Irma Suryati & Agus Priyanto

Jakarta menggigil di sepertiga malam, medio 2007. Sekarung bawaan itu diletakkan sekenanya saja oleh kernet bus, sama sekali tidak memedulikan jalanan yang penuh air. Sebagian tempat di terminal itu bahkan ada yang sudah terendam hingga setengah pinggang.

Tanah Abang hari itu belum bersahabat buat **IRMA SURYATI** dan adiknya. Di atas karung yang sudah kuyup, keduanya tertidur kelelahan di emperan toko, menunggu pagi, mengantarkan 5000 keset perca yang dibawanya dari kampung.

Angin yang menemani hujan sejak dini hari, tiba-tiba menyapa Irma pagi itu. Sobekan koran yang terbawa angin menempel di pipi Irma, membangunkannya dari keletihan. Dengan kelopak mata yang masih berat, Irma membaca berita kolom di potongan koran itu. Isinya pengumuman: "Lomba Wirausaha Muda Teladan Tingkat Nasional", diselenggarakan Kementerian Negara Pemuda dan Olahraga.

Informasi berharga itu langsung membuat semangatnya bangkit. Bersama adiknya, Irma bergegas menyerahkan 3000 keset kepada pemesannya. Sebanyak 2000 keset sisanya dibuang karena tidak mungkin dibawa pulang, apalagi dijual karena sudah rusak terkena air. Keduanya lantas naik bus menuju Universitas Indonesia di Depok, bermodalkan Rp150 ribu yang dibawanya.

Sesuai informasi tertera, ia menemui Nining Susilowati di Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia. Nining yang juga kakak kandung Menteri Keuangan Sri Mulyani, merupakan Pembina UKM Center ketika itu. Ia sempat ditolak, tapi Irma terus meyakinkan bahwa dirinya mampu mengikuti lomba itu.



follow:





“Bu, kasih kesempatan saya bisa ikut lomba kayak mahasiswa itu. Saya kepingin, Bu. Kalau saya tidak lolos nggak apa-apa yang penting sudah diikuti,” kata Irma memohon.

Selanjutnya, Nining memberikannya kesempatan mengikuti lomba. Siapa sangka, dari secuil informasi yang menempel di wajah Irma, membawanya seperti sekarang. Lomba yang dimenangi Irma berhasil menyabet gelar juara 1, menyingkirkan ribuan peserta dari seluruh Indonesia.

Keunggulan Irma ada dua, ia mampu menciptakan lapangan kerja bagi difabel dan kreatifitasnya berwawasan lingkungan. Menurut cerita Irma, dalam sebulan ia mampu menyerap 6 ton kain perca. Kalau tidak digunakan, bahan-bahan itu hanya dibakar oleh pabrik.

Sebagai seorang difabel, Irma juga mampu menggerakkan 3000 lebih teman-teman yang senasib dengannya. Mereka tersebar di 5 kabupaten di Jawa Tengah, yaitu Kebumen, Banjarnegara, Purbalingga, Banyumas, dan Cilacap

Sebelum pandemi Covid-19 menghajar Indonesia, Irma mampu mendapatkan order senilai 1,2 miliar per bulan. Pesanan sebanyak itu tidak hanya datang dari dalam negeri, tetapi juga luar negeri seperti Australia, Singapura, Tiongkok, dan Arab Saudi. Untuk pesanan dari Australia, Irma punya cerita sendiri.

Dari keset ke Australia

Sebagai pemenang juara 1 “Lomba Wirausaha Muda Teladan Tingkat Nasional”, selain mendapatkan uang tunai Rp100 juta, Irma juga diberikan hadiah wisata luar negeri yang dapat dipilih.

Negeri Kangguru menjadi tujuan ibu lima anak ini. Alasannya, di saat bersamaan Indonesia sedang menyelenggarakan Festival Indonesia 2008 di Melbourne. Momen inilah yang betul-betul dimanfaatkan Irma untuk mencari buyers baru.

Perempuan kelahiran 1 Januari 1975 itu seperti memang dilahirkan dengan jiwa bisnis yang kuat. Prediksinya terbukti. Lewat pameran yang diikutinya, seseorang menawarkan kerja sama. Tidak tanggung-tanggung, kesepakatan bisnis itu diteken untuk jangka waktu 25 tahun, dengan nilai kontrak sekitar Rp1 miliar setahun.

Jumlah kontrak itu setara dengan 250 ribu keset dan Irma harus mengirimkan pesanan itu bertahap tiga bulan sekali. Tentu saja ini peluang yang segera disambut Irma dan suaminya. Ia lantas menghubungi beberapa mitranya untuk memenuhi permintaan dari Australia itu, mengingat besarnya kebutuhan tenaga penjahit yang mencapai 20 ribu orang.

Irma ingat betul ada tiga model karakter keset yang pertama dipesan dari Australia: Hello Kitty, apel dan mangga. Irma mengaku, model keset yang dikirim itu, semuanya berdasarkan desainnya sendiri, termasuk pilihan warna.

“Inikan limbah pabrik garmen, tidak bisa ditentukan warnanya. Kalau ada permintaan khusus untuk warna harus pakai kain baru, jadi lebih mahal,” terang Irma saat dikunjungi tim e-Magz INTRA di sentra produksinya di desa Karang Sari, Kecamatan Buayan, Kabupaten Kebumen, Jawa Tengah, pertengahan Oktober 2021 ini.



mutiarahandycraft



mutiarahandycraft

Follow

1,714 posts

4,652 followers

2,437 following

mutiarahandycraft

Dihantam pandemi

Sayangnya, pandemi mengubah semuanya. Irma mengaku sejak Covid-19 melanda dunia, pesanan dari Australia disetop semua, termasuk permintaan lokal banyak yang dihentikan. Bisnisnya seketika terjun bebas.

Irma yang bermental baja dan berpikir kreatif, selalu punya jalan. Dua hari sejak pemerintah menetapkan larangan bepergian, ia langsung berpikir untuk membuat masker kain. Dan, BOOM! laku keras.

Melalui IG Story miliknya, Anda dapat melihatnya **di sini**, Irma memasarkan masker buatannya. Dan, pesanan datang saat itu juga. Jumlahnya tidak main-main, sekitar 35 ribu lembar masker. Salah satu daya tariknya adalah harga yang murah, hanya Rp2 ribu per buah.

Semenjak itu, pesanan masker terus berdatangan dari berbagai instansi, kantor swasta, kementerian/ lembaga, DPR dan DPRD, pengusaha, serta tidak sedikit dari partai politik. Beberapa artis selain ikut memesan, ada juga yang rela menjadi endorser secara gratis seperti Bertrand Antony.



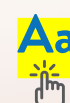
<http://distrocrafterindonesia.blogspot.com/>



blogspot



lokasi
usaha



PANDUAN
PEMBACA:
Klik untuk
informasi



follow:



Sebagian besar pesanan masker yang datang ke Mutiara Handycraft—nama perusahaan milik Irma dan suami—dibagikan sebagai masker bantuan. Bahkan, seorang anggota DPR memesan hingga 2 juta masker sekaligus, sesuai kemampuan kapasitas yang sanggup dipenuhi Irma dalam satu bulan.

“Alhamdulillah. Meski diakui Covid ada dampaknya, tapi masih bisa ditutupi dari penjualan masker. Setahun pandemi, mayoritas produksi kami alihkan untuk membuat masker,” katanya.

Irma saat ini merasa bersyukur, pesanan keset perlahan naik seiring dengan Covid-19 di Indonesia yang mulai melandai. Setidaknya, pesanan mulai ada, meski masih jauh dari masa sebelum pandemi, sekitar Rp200 hingga Rp300 juta per bulan.

Ia pun tetap menyerap produksi keset dari mitra-mitranya, meski diakui penjualannya masih sangat sulit. Hal ini dilakukan semata untuk membantu agar teman-teman difabel tetap berpenghasilan. Keuntungan dari penjualan masker diputar Irma untuk membeli keset dari mitranya. Guna membatasi produksi, ia mengurangi pasokan kain perca.

“Bahan baku saya kurang. Saya bilang ke mereka pasokan perca dari pabrik berkurang,” sambung Irma, yang mengaku biasanya mengirim satu kuintal per mitra dikurangi menjadi setengah kuintal per bulan.

Penghasilan teman-teman difabel menurut Irma terbilang lumayan, mencapai Rp3 juta per bulan. Jumlah ini bisa berbeda-beda di setiap mitra, tergantung jumlah tenaga kerjanya. Setidaknya dari setiap mitra, Irma membeli keset senilai Rp45 juta.



Bermodal kemauan kuat

Irma mengaku senang, saat ini mulai banyak difabel yang mau diajak lebih produktif dengan terlibat dalam bisnis yang dibangunnya. Sejak awal datang ke Kebumen tahun 2005, Irma mengaku masih mendapat pandangan sinis dari masyarakat. Difabel selalu dianggap pengemis. Bahkan, suatu kali ia pernah diberi uang karena dikira peminta-minta.

Makanya, sejak menginjakkan kaki di Kebumen, Irma bertekad menemui Rustriningsih, Bupati Kebumen saat itu. Bermodal tekad kuat, ia menenteng map berisi proposal bertuliskan tangan. Irma meminta bantuan permodalan untuk mengembangkan UMKM setempat dengan melibatkan kaum difabel.

Di hadapan Rustriningsih, ia memberikan ide dan konsep. Irma bilang begini, “Jika saya diberikan modal, kaum difabel di Kebumen tidak ada yang menganggur.”

Dalam proposal yang disodorkan, Irma akan membentuk kelompok-kelompok usaha yang anggotanya diambil dari kaum difabel di 26 kecamatan (sekarang 27 kecamatan), masing-masing 5 orang.

Tentu saja janji itu tidak serta merta dipercaya. Irma butuh 11 kali pertemuan dengan Rustriningsih untuk meyakinkan. Bukan perkara mudah menemui Bupati. Jarak Sruweng, tempat tinggalnya, ke kantor Bupati cukup jauh, dan itu butuh ongkos. Irma terpaksa menjual mesin jahitnya, yang dibawa dari Semarang untuk modal wara-wiri. Dirasa belum cukup meyakinkan Bupati, Irma mendatangkan 300 orang difabel ke pendopo kantor Bupati.

Ide disepakati. Modal pun meluncur dari kantong Sang Bupati. Rustriningsih memberikan Rp5 juta kepada Irma. Tidak semua dibelanjakan modal, Rp2 juta diantaranya untuk kontrak

rumah, dan Rp3 juta untuk membeli 1 truk kain perca. Perlahan, janji Irma terpenuhi.

Semangat yang membentuk Irma bukan instan. Ia telah ditempa berbagai pengalaman hidup. Sejak kecil Irma oleh orang tuanya, Sujarwanto dan Sutyem, sudah dititipkan kepada neneknya yang memilih transmigrasi ke Lampung, meninggalkan kampungnya di Semarang untuk kehidupan lebih baik.

Alasan lumpuhlah yang membuat kedua orang tuanya memilih tidak lagi mengikutsertakan Irma. Ya, Irma sempat dibawa kedua orang tuanya, selama setahun. Hingga suatu ketika, saat Irma berumur tiga tahun, ia terjatuh, dan kemudian lumpuh. Ia didiagnosa mengalami polio.

Hidup dengan nenek membuat Irma mandiri. Ia seorang bocah yang cerdas. Di awal, Irma sempat tidak diizinkan neneknya untuk sekolah karena alasan cacat. Keputusannya masuk Madrasah Ibtidaiyah (MI) di daerah Wahyu Redjo, Kecamatan Pringapus, Kabupaten Semarang, didorong oleh guru MI tersebut yang memintanya masuk sekolah.

“Saya waktu itu sering ngintip anak-anak sekolah. Kalau ada pertanyaan yang tidak bisa dijawab murid, saya yang nyeletuk jawab dari luar kelas,” katanya.

Terbukti, di kelas Irma selalu mendapat ranking 1. Kepercayaan dirinya makin meningkat, berlanjut hingga SMP di Muhammadiyah Pringapus dan SMAN 1 Bergas. Perundungan yang sering didapatnya sama sekali tidak dianggap. Di saat SMA, Irma sudah rajin berjualan kain keliling kampung untuk membiayai sekolahnya. Kemampuannya menjahit juga mulai terasah.

Badai datang

Kesuksesan tidak datang sendirinya. Ada saja cobaan yang harus dihadapi. Lulus SMA, Irma berniat menjadi karyawan. Apa daya, kondisi fisik membuatnya ditolak hingga 15 kali. Meski akhirnya sempat bekerja sebentar, ia memutuskan ke luar dan bertekad mendirikan usaha sendiri bersama suaminya, **AGUS PRIYANTO**.



Bersama sang suami, Irma bahu membahu membangun bisnis. Irma menyiapkan model dan jahitan, Agus membantu memasarkan. Agus yang memiliki keahlian elektro dan otak-atik mesin mengubah sepeda motornya menjadi roda tiga. Berdua menawarkan keset kain perca keluar masuk kampung. Model yang ditawarkan ketika itu hanya bundar dan oval dengan harga Rp1.500 per lembar.

Perlahan, bisnisnya melonjak dan dikenal banyak orang. Booming produksi buataannya mulai terjadi di tahun 1999. Permintaan berdatangan dari pasar lokal, swalayan hingga pesanan luar kota. Ia tidak ingin maju sendiri. Berbagai pelatihan dan motivasi diberikan kepada para penyandang cacat. Mereka banyak dilibatkan dalam produksi.

Tapi tidak ada kesuksesan tanpa tantangan. Tahun 2002, dua kios miliknya di Pasar Karangjati, Semarang, hangus terbakar. Kios yang digunakan untuk servis peralatan elektronik suaminya banyak yang ludes. Belum lagi kerugian omset dari kain perca yang mencapai Rp850 juta. Banyak investor yang meminta uang kembali. Pesanan banyak yang batal, dan semua uang muka minta dikembalikan. Utang menumpuk.

Irma harus merelakan mobil-mobil operasional yang dimiliki dan menjual rumahnya di Semarang untuk melunasi semua utang. Merasa tidak bisa bangkit di tempat yang sama, ia lalu memutuskan

ke Kebumen tahun 2005, tempat kelahiran suaminya. Dari sanalah ia lalu memberanikan diri bertemu dengan bupati Kebumen. Dan, ia mulai bangkit. Semua utang di Semarang lunas tiga tahun kemudian. Kesuksesan di depan mata.

Bisnis berbasis sosial

Irma awalnya membangun usaha kain perca dengan semangat sosial ketimbang bisnis. Namun, disadari, hal itu justru kurang memberikan dampak terlalu besar. Pelan-pelan ia mengubahnya dengan lebih seimbang. Usahanya dikelola secara profesional.

Di bawah payung Mutiara Handycraft setidaknya ada 31 ribu orang yang bekerja untuk memenuhi permintaan pasar. Dari jumlah itu, tidak semuanya difabel, tapi diikuti juga oleh ibu rumah tangga. Meski begitu, Irma secara pribadi menyisihkan 20 persen penghasilan untuk membantu teman-teman difabel yang benar-benar tidak dapat bekerja. Ia juga memberikan beasiswa 20 anak-anak disabilitas, masing-masing Rp300 ribu sampai SMA.

“Meski sekolah gratis, mereka kan tetap membutuhkan biaya untuk keperluan lainnya,” tambah Irma.

Ia mengaku, saat ini sudah banyak orang tua mengizinkan anaknya untuk ikut dibina sebagai bekal kemandirian, mengingat penghasilan yang lumayan. Produktivitas difabel rata-rata mampu 5 keset per hari, baik itu berbentuk karakter maupun konvensional: bulat dan oval. Harga jual masing-masing model itu Rp50 ribu dan Rp5 ribu.

Kisah inspiratif dan prestasi Irma diganjar beragam penghargaan. Setelah memenangi lomba tingkat nasional di tahun 2007, Irma mulai populer dan banyak diundang sebagai narasumber di berbagai daerah. Salah satunya menjadi tamu di acara “Hitam Putih” Trans7.

dan “Kick Andy” Metro TV. Acara yang diasuh Andy Noya ini bahkan Irma diajak roadshow ke 15 tempat untuk membagikan inspirasi.

Kemunculannya di TV secara langsung mendongkrak pemesanan keset perca. Undangan sebagai motivator deras mengalir. Ia berkisah, dalam satu bulan ada 1000 undangan yang memintanya hadir sebagai motivator.

Popularitas Irma membuat pandangan orang terhadap dirinya jauh berbeda. Kini, ada saja orang yang memintanya foto, misalnya di Car Free Day, sambil memamerkan keset hasil produksinya, lalu di posting di media sosial mereka. Ini secara langsung ikut memasarkan produk kesetnya. Bahkan, Irma masuk sebagai tokoh inspirasi dalam pelajaran anak SD kelas 5.

Irma berharap, kelak, dapat membuat yayasan yang lebih mampu memberdayakan dan meningkatkan ekonomi kaum difabel.

“Yayasan ini bukan menampung dana dana bantuan tapi yayasan yang bisa menghasilkan uang sendiri. Saya ingin di setiap Kabupaten itu ada kayak minimarket yang menampung produk dalam negeri khusus difabel,” tutup Irma. **(Tim)**



follow:



Profil
Muhammad Lutfi
klik di sini.

Muhammad Lutfi
Menteri Perdagangan RI

"DENGAN SEJUMLAH STRATEGI YANG TELAH DISIAPKAN, SERTA DENGAN SINERGI DAN KOMITMEN KUAT DARI SELURUH PIHAK TERKAIT, SEMOGA SEKTOR EKONOMI AKAN SEGERA BANGKIT DARI KETERPURUKAN DAN MEMBERI DAMPAK POSITIF KE BERBAGAI SEKTOR LAINNYA."

MENGENAL LEBIH DEKAT

Menegakkan Tiga Mandat Presiden

Situasi ekonomi sedang tidak normal. Pandemi melanda seluruh dunia. Bisnis dan perdagangan seolah berhenti. Banyak negara melakukan *lockdown* atau melakukan pembatasan pergerakan orang.

Pada situasi seperti ini, Presiden Joko Widodo menunjuk Muhammad Lutfi sebagai menteri perdagangan. Presiden optimis, sosok M. Lutfi bisa melakukan berbagai terobosan untuk menghidupkan kembali perdagangan yang lesu akibat pandemi.

Tiga mandat diberikan untuk "melawan" ganasnya dampak ekonomi akibat virus corona. **Mandat Pertama**, Presiden meminta Mendag M. Lutfi menjaga stabilitas harga, terutama inflasi serta meningkatkan daya beli masyarakat.

Mandat Kedua, Presiden meminta Mendag M. Lutfi lebih fokus membantu pelaku usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) dalam menembus pasar ekspor.

Mandat Ketiga, Presiden meminta Mendag M. Lutfi meningkatkan ekspor melalui perjanjian kerja sama perdagangan internasional, salah satunya dengan negara-negara tujuan ekspor nontradisional.

Ketiga mandat ini merupakan tantangan berat bagi Mendag M. Lutfi. Namun bagi pemimpin muda berpengaruh versi *The World Economic Forum's Young Global Leaders* ini, tantangan berat adalah bukti kepercayaan Presiden.

Benar saja setelah dilantik, M. Lutfi seperti kincir angin. Aktivitasnya seolah tak pernah berhenti. Tiga mandat presiden siang malam dipikirkan dan terus-menerus dicari berbagai kebijakan yang bersifat terobosan. Di era pandemi, jika tidak melakukan cara-cara luar biasa, hampir mustahil bisa keluar dari jebakan corona.

Di tengah upaya memperbaiki ekonomi tiba-tiba pandemi makin parah. Upaya



follow:



keluar dari jurang resesi setelah mencatat pertumbuhan minus -5,32 persen pada kuartal II 2020 seperti sia-sia. Pembatasan sosial makin diperketat. Artinya kegiatan ekonomi dan perdagangan makin terjepit. Alhasil pertumbuhan pada kuartal I 2021 masih minus 0,74 persen.

Hampir mustahil menggerakkan ekonomi di tengah pembatasan sosial yang sangat masif. Daya beli masyarakat drop. Pengangguran terjadi di mana-mana akibat banyak perusahaan merumahkan karyawannya. Data Badan Pusat Statistik, Agustus 2021, menunjukkan tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) pada penduduk usia 20-

24 tahun sebesar 17,66%

pada Februari 2021,

meningkat 3,36%

dibandingkan periode yang sama tahun lalu sebesar 14,3%. Usia

25-29, TPT pada

Februari 2021 juga naik

menjadi 9,27% dibandingkan Februari 2020.



Benar saja, M.Lutfi seperti tidak tidur. Sinergi dengan berbagai kementerian dan lembaga serta sektor swasta terus dilakukan. Stabilitas harga dan inflasi terjaga dengan baik. Mesin pertumbuhan mulai dinyalakan. Selain belanja pemerintah, mesin pertumbuhan lainnya seperti konsumsi, ekspor dan investasi terus digenjut.

Hasilnya mengangumkan. Kinerja pertumbuhan ekonomi triwulan II tahun 2021 tumbuh positif 7,07% (yoy). Kontribusi mesin pertumbuhan sangat signifikan: konsumsi rumah tangga 5,93%, investasi 7,54%, ekspor 31,78%, impor 31,22% bahkan sektor manufaktur tumbuh 6,58%.

Suami Bianca Adinegoro ini tak bisa menyembunyikan kegembiraannya setelah berhasil berkontribusi dalam mengentaskan Indonesia dari resesi ekonomi. “Kita harus jaga momentum pertumbuhan ini, pertumbuhan pada kuartal II sangat menggembirakan dibandingkan periode yang sama tahun 2020,” ungkap Mendag M. Lutfi.

Beberapa sektor dicatat sebagai faktor sangat penting dalam capaian ini. Pertumbuhan impor sebesar 31,22% mengindikasikan sektor industri mulai bergeliat dan bangkit. Apalagi pertumbuhan impor itu didominasi impor bahan baku dan bahan penolong yang meroket hingga 90,1%. Pertumbuhan ekspor juga mencatatkan angka signifikan ke beberapa negara rujukan ekspor utama seperti Tiongkok tumbuh 7,9%, Amerika Serikat 12,2%, Singapura 14,3% dan Uni Eropa 13,7%.

Seperti sedang mencetak gol, rekor ekspor pada bulan Agustus 2021 mencetak sejarah sebagai yang tertinggi sepanjang sejarah yaitu mencapai USD 21,4 miliar. “Surplus tertinggi terjadi pada Agustus 2021 lalu

yang mencapai USD 4,7 miliar dengan rekor capaian nilai ekspor tertinggi per bulan dalam sejarah Indonesia yaitu sebesar USD 21,43 miliar. Total ekspor selama periode Januari hingga September 2021 mencapai USD 163,4 miliar,” ujar Mendag M. Lutfi.

Transformasi UMKM

Optimisme terus dibangun. Pertumbuhan ekonomi yang membanggakan harus juga dirasakan oleh usaha mikro kecil dan menengah (UMKM). Sebagai pengemban mandat Presiden untuk membantu agar UMKM tumbuh dan bisa berkontribusi pada kegiatan ekspor, Mendag M. Lutfi melakukan transformasi digital.

Kementerian Perdagangan menargetkan transformasi digital 30 juta UMKM hingga akhir 2023. Proyeksi ini berdasarkan data dari Indonesian E-Commerce Association (idEa) yang menunjukkan hingga pertengahan Agustus 2021 lebih dari 14 juta pelaku UMKM atau sebesar 22 persen dari total UMKM seluruh Indonesia telah bergabung dan menggunakan aplikasi perdagangan elektronik.

Mendag M. Lutfi menegaskan ada dua kunci utama proses transformasi digital UMKM yaitu **kolaborasi** dan **inovasi**. Kolaborasi artinya diperlukan sinergitas antara pemerintah, swasta, asosiasi, dan perbankan untuk membangun potensi ekonomi digital. Tujuannya untuk mewujudkan UMKM nasional yang tangguh,

inovatif, dan berdaya saing di pasar global.

“Inovasi artinya para UMKM Indonesia dituntut mampu beradaptasi dengan segala perubahan kemajuan teknologi digitalisasi dan memiliki kemampuan untuk membaca dan menganalisa tren dan perkembangan pasar dalam negeri dan global. UMKM Indonesia harus bisa secara terus menerus mengembangkan produk dengan keunikan dan keunggulan tersendiri sehingga dapat menciptakan produk yang unik dan berbeda dari produk UMKM negara lain.

Dengan kolaborasi, inovasi, dan keterlibatan aktif seluruh komponen masyarakat, Pemerintah sangat optimis dapat mengoptimalkan pertumbuhan ekonomi digital Indonesia untuk menjadi salah satu penggerak pertumbuhan perekonomian nasional.

Kunci Strategis Perdagangan

Bisa berkontribusi besar agar Indonesia bisa keluar dari jurang resesi ekonomi merupakan hal yang membanggakan. Apa saja kuncinya? Sejak dipercaya Presiden Joko Widodo sebagai Menteri Perdagangan, Mendag M. Lutfi telah merancang strategis khusus.

“Untuk melaksanakan mandat presiden saya akan mendorong iklim usaha yang kondusif dan membantu para pelaku usaha untuk dapat terus bekerja, terutama di tengah kondisi pandemi ini sehingga perekonomian nasional dapat terus bergerak,” kata Mendag M. Lutfi.



follow:



Perdagangan Dalam Negeri

Di sektor perdagangan dalam negeri, Mendag M. Lutfi menargetkan mampu menjaga inflasi di kisaran 3,2% dengan tetap menjaga stabilitas harga pangan. Lima strategi sudah menjadi kuncinya.

Strategi Pertama, memperbaiki tata kelola perdagangan menjadi lebih transparan. Platform platform digital menjadi kunci dalam proses pengurusan perijinan.

Strategi Kedua, memastikan jalur logistik nasional berjalan dengan baik agar Indonesia mendapatkan efisiensi dan kestabilan harga sehingga dapat terjangkau masyarakat.

Strategi Ketiga, memperkuat infrastruktur melalui revitalisasi pasar rakyat pada 2021 sebanyak 119 unit dengan 4 prinsip revitalisasi yaitu fisik, manajemen, ekonomi, dan sosial. **Strategi Keempat** mewujudkan konsumen berdaya dan pelaku usaha bertanggung jawab melalui tertib niaga, mutu, dan ukur, sekaligus pengawasan dan penegakan hukum terhadap barang beredar, jasa, dan pelaku usaha perdagangan.

Strategi Kelima, meningkatkan kualitas produk-produk Indonesia sehingga mampu berkompetisi, diterima, dan menjadi kebanggaan masyarakat Indonesia.

Perdagangan Luar Negeri

Enam strategi perdagangan luar negeri telah disiapkan jauh-jauh hari. **Pertama**, strategi untuk memperkuat penetrasi ke pasar ekspor tradisional. **Strategi Kedua** adalah penyelesaian Perjanjian Perdagangan. Ada 25 perjanjian perdagangan internasional yang harus dibersihkan segera.

Strategi Ketiga, promosi dagang di dalam dan luar negeri, seperti penyelenggaraan Trade Expo Indonesia 2021 dan keikutsertaan pada Expo 2020 Dubai, Uni Emirat Arab. Promosi tak boleh berhenti meski di tengah pandemi di seluruh dunia. **Strategi Keempat** memperkuat misi dagang yang meliputi forum bisnis, business matching, dan dialog bisnis secara hibrida offline dan online dengan memanfaatkan teknologi digital.

Strategi Kelima, memastikan arus barang masuk terutama bahan baku dan penolong, karena barang-barang tersebut yang nantinya akan diproses menjadi barang ekspor. **Strategi Keenam**, Mendag M. Lutfi berjanji memberikan kepastian hukum dan transparansi proses perijinan bagi para eksportir dan importir.

“Dengan sejumlah strategi yang telah disiapkan, serta dengan sinergi dan komitmen kuat dari seluruh pihak terkait, semoga sektor ekonomi akan segera bangkit dari keterpurukan dan memberi dampak positif ke berbagai sektor lainnya,” pesan Mendag M. Lutfi. **(Tim)**



Profil Muhammad Lutfi

Muhammad Lutfi seolah “kembali ke rumah”, setelah Presiden Joko Widodo (Jokowi) menunjuknya menjadi Menteri Perdagangan menggantikan Agus Suparmanto pada perombakan Kabinet Indonesia Maju, 22 Desember 2020 lalu.

Lulusan Purdue University, Indiana, Amerika Serikat ini, sebelumnya dipercaya Presiden Susilo Bambang Yudhoyono menjadi Menteri Perdagangan, menggantikan Gita Wirjawan pada reshuffle Kabinet Indonesia Bersatu Jilid II, Februari 2014.

Sebelum menjadi orang nomor satu di Ridwan Rais, Lutfi yang ketika itu masih berumur 36 tahun, diberi amanah oleh SBY untuk memegang jabatan bergengsi sebagai Kepala Badan Koordinasi Penanaman Modal (BKPM) pada 2005.

Lutfi ketika itu memiliki visi menciptakan iklim investasi yang menarik bagi investor luar negeri. Terbukti, kepala BKPM termuda itu berhasil menempatkan Indonesia sebagai 25 negara teratas tujuan investasi versi ATKearney. Selain itu, Organisasi Kerja Sama Ekonomi dan Pembangunan (OECD) memasukkan Indonesia sebagai negara berkembang terbaik.

Kesuksesannya di BKPM membawanya ke Jepang. SBY mendapuk lelaki kelahiran Jakarta, 16 Agustus 1969 ini, sebagai Duta Besar di Negeri Sakura dan Federasi Mikronesia pada 2010.

Dalam tugasnya saat ini, Lutfi diminta Presiden Jokowi menjaga kestabilan harga, membantu Usaha Kecil, Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) domestik untuk menembus ekspor, dan memperluas pasar ekspor ke sejumlah negara nontradisional.

Kepiawaian Lutfi memimpin sudah terasah ketika ia memegang sejumlah



@MendagLutfi



@MendagLutfi

perusahaan yang dibangun bersama sejumlah rekan-rekannya. Hingga kemudian, ia dipercaya sebagai Ketua Himpunan Pengusaha Muda Indonesia untuk Jakarta (HIPMI JAYA) pada periode 1998-2001.

Kesuksesannya memimpin HIPMI di Jakarta berbuah capaian yang lebih tinggi lagi. Ia lantas dipercaya menjadi Ketua Umum HIPMI untuk periode 2001-2004. Dari sinilah putra keturunan Minangkabau, Sumatera Barat (ayah) dan Kebumen, Jawa Tengah (ibu) itu, kemudian masuk birokrasi sebagai kepala BKPM termuda.

Ditunjuknya Lutfi sebagai Mendag kali ini bukanlah momen pertama masuknya pemegang penghargaan Young Global Leader (2008) di birokrasi era Jokowi.

Setelah tidak lagi menjabat sebagai Mendag (Oktober 2014), Lutfi kembali bergelut sebagai profesional. Pengalaman dan keahliannya yang bejibun, membuat Jokowi tertarik dan memintanya menjadi Duta Besar untuk Amerika Serikat pada September 2020.

Hanya tiga bulan di Negeri Paman Sam, penerima Penghargaan Mahaputera Adipradana ini, diminta pulang dan memimpin Kementerian Perdagangan. **(Tim)**



PANDUAN
PEMBACA:
Klik untuk
informasi



follow:



www.kemendag.go.id

TOKOH & PERISTIWA (1)

“Omzet Malah Naik di Masa Pandemi”

Ida Habibah, Pedagang Sayur di Pasar Beringharjo, Yogyakarta



Kondisi terdesak sering kali membuat orang kreatif. **IDA HABIBAH** salah satunya. Sejak pandemi Covid-19 melanda Indonesia, ia putar otak mencari cara supaya dagangan sayur mayurnya di kios lantai 2, **Pasar Beringharjo, Yogyakarta**, bisa tetap laku.

Ida ingat betul, ketika awal pandemi terjadi di akhir 2019, orang-orang mulai banyak yang takut ke luar rumah. Pasar menjadi sepi. Ibu-ibu takut berbelanja. Namun, justru kesempatan ini dianggap peluang oleh Ida. Ia tetap berjualan melayani pembeli. Cuma caranya berbeda.

“Saya *marketing*-nya lewat ibu-ibu arisan, ibu-ibu TK yang mengantarkan anaknya sekolah. Saya jemput bola, dengan *free ongkir*,” katanya.



follow:



Dari cara seperti itu, dagangannya bisa berputar, bahkan omzetnya naik cukup tinggi. Ida mengaku, di saat itu, banyak pedagang yang tidak berani buka kios, sehingga banyak konsumen yang memesan sayuran kepadanya.

Bahkan, beberapa teman Ida, membantu memasarkan dagangannya. Ida mengirimkan beberapa foto, lalu teman-temannya mengunggah di media sosialnya masing-masing. Mereka mendapatkan selisih harga dari yang ditawarkan kepada pembeli.

“Terus terang, pendapatan saya di awal-awal pandemi bisa dibilang lumayan lah karena pesanan saya banyak justru dengan cara menawarkan seperti itu,” terang dia.

Seiring berjalannya waktu dan orang mulai terbiasa belanja *online*, maka di awal tahun 2020, Ida mulai membuka toko di *marketplace*, seperti di *titipku*, *beringharjo.co.id*, *goshop* dan *tokopedia*. Nama tokonya, “toko sayur bu ida”.

Penjualan *online* melalui *marketplace*, diakui ida sangat membantu. Konsumen juga senang. Sebab, beberapa kali ada *cashback* hingga Rp10 ribu setiap pembelian minimal Rp20 ribu. Maka tidak heran, komposisi omzet dari *online* dan belanja tatap muka mencapai 70:30. Karenanya, Ida yang sudah 13 tahun berdagang di tempat itu mengaku dampak pandemi sangat kecil.

“Kalaupun ada penurunan, itu hanya di awal-awal diterapkannya PPKM,” tandasnya.



“*Alhamdulillah* kita dikasih kemudahan oleh pemerintah. Kemudahannya, kita boleh buka kios meskipun hanya sampai jam dua siang.”

Kondisi saat ini, menurut Ida, mulai berimbang 50:50 untuk belanja tatap muka dan *online*, bersamaan dengan di longgarkannya kegiatan masyarakat, termasuk kegiatan di pasar.

“*Alhamdulillah* kita dikasih kemudahan oleh pemerintah. Kemudahannya, kita boleh buka kios meskipun hanya sampai jam dua siang,” katanya.

Meski tatap muka, dari pengakuan Ida, masyarakat justru antusias membayar dengan nontunai, menggunakan dompet digital. Pembayaran dilakukan lewat QR melalui *gopay*, *ovo*, atau *link*. Cara ini disenangi pembeli karena lebih aman, tidak ada uang lusuh, dan tidak ada kembalian.

gopay

ovo

Link Aja!

Perempuan asal Surabaya ini mengaku senang, karena kondisi mulai membaik. Setidaknya, penjualan sudah mendekati 80% dari kondisi normal sebelum pandemi. Dibukanya resto dan hotel sangat membantu omzet harian Ida.



Jika sebelum pandemi ia bisa menerima pesanan dari hotel atau resto sedikitnya Rp1 juta per hari/hotel, saat ini sudah mencapai Rp800 ribu per hari/hotel. Situasi ini diyakini akan terus membaik, bersamaan dengan kasus Covid-19 yang terus melandai. Yang jelas, ia sendiri dalam kondisi siap menerima order apapun dari pembeli, yang sekarang masih banyak via *online*.

“Pesanan apa pun saya layani. Kalau tidak ada di tempat saya, saya bisa menghubungi teman-teman untuk memenuhinya. Jadi kita saling bantu,” tandasnya.

Selama masa pandemi, ia juga mengaku dapat pesanan dari LSM yang ingin mendonasikan bantuan ke masyarakat. Pesanan berupa paket sayur. Biasanya sayur lodeh, sayur asem atau sop-sopan dengan harga variatif antara Rp5 ribu hingga Rp8 ribu. Jumlah itu sudah berisi sayuran lengkap berserta bumbu dan penyedap, cukuplah untuk 4 orang anggota keluarga.

Meski keuntungan dari paket bantuan ini kecil, Ida mengaku senang dan tetap melayani. “Ini bagian dari sodakoh saya,” tutur Ida. **(Tim)**



follow:



TOKOH & PERISTIWA (2)

“Pandemi Diterima *dengan* Ikhlas Sambil Tetap Berusaha”

Endang, Pedagang Bumbu di Pasar Beringharjo, Yogyakarta



Banyak pedagang mengeluh pandemi Covid-19 telah memporandakan kehidupan ekonomi. **ENDANG** (55 tahun) tentu bagian dari yang merasakan dampaknya. Ia kehilangan 50% omzet dagangannya selama pandemi.

Tapi bedanya, Endang sama sekali tidak mengeluh. Ia menerima ini dengan ikhlas, sambil tetap berusaha.

Sejak setahun ini, dibantu anak laki-laki bungsunya, Endang membuka penjualan online, baik melalui media sosial seperti Instagram maupun marketplace seperti di beringharjo.co.id ataupun [tokopedia](https://tokopedia.com).



follow:



Si bungsu yang sudah disiapkan Endang untuk menjadi generasi ketiga penerus neneknya, Bu Harto, penjual aneka bumbu di kiosnya lantai 2, **Pasar Beringharjo, Yogyakarta**, menyiapkan lapak virtual di akun IG **Pawon Boemboe**. Jika tertarik, Anda dapat intip IG-nya **di sini**.

Dari penjualan secara online, ia mengaku penjualannya bisa terdongkrak 15 persen. Meski begitu, pembelian tatap muka masih 70 persen dibandingkan 30 persen yang melalui online.

“Alhamdulillah banyak itu dari online, kan saya memasukkan di Instagram,” katanya.

Jumlah pesanan dari online, bisa dibilang lumayan,

bahkan ada yang mencapai 20 kg. Tetapi, pemesanan kecil pun Endang tetap melayani.

“Kita tidak menolak berapa pun permintaan pembeli. Saya jualan di sini dari sedikit sampai seperti ini saya tidak pernah nolak siapapun. Membeli berapapun,” katanya.

Barangkali pelayanan seperti inilah

yang membuat Endang bisa bertahan sejak terjun langsung berjualan pada 1990.

Kepiawaiannya berdagang diwariskan dari ibunya yang sudah mulai membuka kios bumbu sejak tahun 1960 di pasar Beringharjo. Saat ini, Endang telah menyiapkan anaknya sebagai penerus generasi ketiga.

“Ia sudah mau berdagang. Sebelumnya dia bekerja di salah satu bank di Jakarta,” kata Endang.

Ketelatenan dan kesabaran sikap Endang teruji saat pandemi. Meski penjualannya merosot jauh, ia tetap merasa bersyukur. Ia sama sekali tidak stres menghadapi situasi.

“Alhamdulillah kita kan dari awal sudah menghadapi kayak gitu. Kita harus menerima, tutur Endang.

Namun begitu, ia punya strategi. Berdasarkan pengalaman berdagang 31 tahun, Endang sudah dapat memprediksi berapa kira-kira penjualan per harinya. Dari sanalah dia menentukan stoknya.

“Saya kalau ambil dagangan itu kalau pas sepi kita harus tahu kebutuhan sehari itu ada berapa. Jadi stok terbatas, jangan sampai menumpuk,” terang dia.

Endang menyebut, stok dagangannya paling lama dua hari. Bahkan,



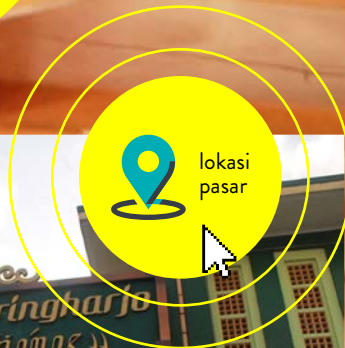
sering kali malah satu haru sudah habis.

Ia mengatakan, untuk bawang merah stok mencapai 1 ton dan habis dalam dua hari. Sedangkan untuk bawang putih 300 kg langsung habis.

Meningkatnya pembelian ini, diakui Endang tidak lepas dari pelonggaran kegiatan masyarakat. Dampaknya, banyak resto dan hotel yang mulai buka lagi.

Ia berharap situasi terus membaik dan penjualan bisa kembali normal.

“Alhamdulillah. Inshaallah semoga semua bisa berjalan seperti semula,” Endang optimis. **(Tim)**



follow:



Pandemi Covid-19 membuat perekonomian porak poranda. Banyak negara bahkan mengalami pertumbuhan minus. Di dalam negeri berbagai upaya dilakukan untuk menekan penyebaran virus ini sekaligus menjaga agar perekonomian tetap hidup.

Kepala **Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta** ARIS RIYANTA menjawab sejumlah pertanyaan berikut ini.

REDAKSI INTRA: Bagaimana kondisi pedagang di Yogyakarta selama Pandemi Covid?

ARIS RIYANTA (AR): Di pasar tradisional pedagang tetap berjalan seperti biasa dengan pembatasan jumlah pengunjung dan jam operasional. Omzet pedagang pasar tradisional sampai saat ini belum bisa pulih, yang disebabkan berkurangnya pengunjung

pasar rakyat. Penurunan omzet kurang lebih 50%

Sedangkan di pasar modern, swalayan tetap berjalan seperti biasa dengan jam operasional dan jumlah pengunjung yang dibatasi. Jumlah pedagang di pasar modern sektor sandang mengalami penurunan sekitar 75%

Untuk pedagang di tempat pariwisata, selama pandemi covid tempat pariwisata banyak yang tutup, sehingga tidak ada kegiatan bagi pedagang di tempat pariwisata. Kemudian di tempat pariwisata juga diadakan proyek padat karya dengan memperbaiki fasilitas pemasangan fasilitas tempat cuci tangan (*wastafel*) dan sarana lainnya.

Tempat hiburan seperti bioskop, karaoke, *playground* anak-anak, *fashion*, dan lain-lain ditutup sementara.

REDAKSI INTRA: Apa langkah-langkah yang dilakukan Pemprov DIY untuk membantu para pedagang selama Pandemi Covid?

ARIS RIYANTO (AR): Ada cukup banyak yang dilakukan pemerintah provinsi di antaranya bantuan masker dan hand *sanitizer*, kerja sama dengan Gojek dan Program Sibakul yaitu cara penjualan *online* dengan bebas biaya ongkir.

REDAKSI INTRA: Program vaksinasi untuk pedagang seperti apa di Yogyakarta.

ARIS RIYANTO (AR): Program vaksinasi bagi pedagang di kota Yogyakarta sudah terlaksana 100% sedangkan di seluruh kabupaten di DIY kurang lebih 80%

REDAKSI INTRA: Rencana penggunaan Aplikasi Peduli Lindungi di pasar?

ARIS RIYANTO (AR): Penggunaan Aplikasi Peduli Lindungi dilakukan di beberapa pasar modern di DIY. Sedangkan untuk Pasar Tradisional baru dalam pemetaan.

REDAKSI INTRA: Bagaimana indikator pemulihan ekonomi di Yogyakarta selama ini?

ARIS RIYANTO (AR): Pemulihan ekonomi di DIY memang sudah mulai tampak. Sejumlah indikator antara lain ditandai dengan stabilnya harga bahan pokok, terjadi kenaikan inflasi, tersedianya stok bahan pokok terjaga, dibuka tempat wisata, mulai bergulirnya kembali aktivitas **HOREKA** (hotel, Restoran dan Katering).

REDAKSI INTRA: Apa saja yang sudah dilakukan Pemprov untuk memulihkan ekonomi di Yogyakarta?

ARIS RIYANTO (AR): Setelah level PPKM turun, Pemprov mulai membuka tempat-tempat wisata di Yogyakarta, Penggunaan Aplikasi Peduli Lindungi di berbagai tempat, memberikan bantuan subsidi untuk PKL dan UMKM, meningkatkan pelaku UKM dan Para Pedagang dengan menggunakan penjualan Online dan anak umur di bawah 12 tahun diperbolehkan masuk fasilitas umum seperti mall dan lainnya. **(Tim)**

TOKOH & PERISTIWA (3)

“Mencoba Bangkit dari Deraan Pandemi”

Aris Riyanto, Kepala Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Yogyakarta



follow:





Spirit Beringharjo di Masa Pandemi



Namanya **RUBIYEM** (70). Biasa dipanggil Mbah Yem. Siang itu ia tampak sedang duduk-duduk melepas penat bersama beberapa temannya di lorong parkir pasar Beringharjo, Yogya. Wajahnya sudah keriput. Juga lengan dan jemari tangannya. Ia memakai kaos warna kuning, memakai selendang garis-garis biru dan kain jarik.

“Monggo Nak,” ia menyapa redaksi INTRA yang sedang berjalan menuju kantor Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Yogyakarta.

Suasana cair seketika. Senyum Mbah Yem memecahkan keheningan. “Kulo buruh gendong wonten pasar meriki,” Mbah Yem membuka percakapan.

Mbah Yem sudah lebih dari 45 tahun menjadi buruh gendong di pasar legendaris yang berlokasi di kawasan Malioboro ini. Nenek dua anak dan tiga cucu ini harus berangkat pagi-pagi dari Kulon Progo dan baru kembali lagi setelah sore. Jika bernasib baik, sehari ia bisa membawa pulang Rp50.000.



“Buruh gendong namung gangsal ewu (jasa buruh gendong hanya Rp5.000 sekali angkut),” tutur Mbah Yem.

Sejak Pandemi, Pemkot Yogya meminta Mbah Yem istirahat di rumah. Untuk itu, Pemkot menawarkan dana Rp1,5 juta. Tawaran ini tak diterimanya. Mbah Yem mengaku jika berada di rumah, ia justru sering sakit-sakitan. “Kalau di pasar bisa bertemu teman-temannya,” katanya dalam bahasa Jawa halus.

Di masa pandemi, meski usianya rentan, ia tak pernah terserang virus mematikan itu. Setiap pagi Mbah Yem tetap saja berangkat ke pasar dan bekerja sebagai buruh gendong. “Sakitnya namung pegel-pegel. Mangke ngenum jamu sampun sehat maleh (kalau sakit cuma pegal-pegal dan akan sehat lagi jika minum jamu),” akunya.

Mbah Yem dikenal sosok pekerja keras, ulet, pantang menyerah. Spirit Beringharjo yang bekerja sepenuh hati dan ikhlas berbagi.

Pengelola Pasar menjadikan sosok Mbah Yem sebagai maskot beringharjo.co.id. Wajahnya muncul dengan tagline “**Le, Aku Butuh Koe.**”

Sebuah LSM membentuk perkumpulan Sentong Endong Endong untuk membantu, melindungi dan memfasilitasi Mbah Yem dan rekan-rekannya. Perkumpulan ini berkomitmen tidak akan menambah anggota lagi.

Pemkot Yogya menerapkan vaksinasi massal seluruh pedagang. Termasuk Mbah Yem dan rekan kerjanya. “Vaksinasi sudah terealisasi 100% termasuk Mbah Yem dan seluruh rekan kerjanya. Kami menjaga pasar tetap sesuai protokol kesehatan,” ujar Kepala Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Yogya **YUNianto DWI SUTONO**. [Tim]



Berhenti Ngojek, Pindah Berjualan Ronde

ANDI (30) duduk termenung di sebilah bangku kecil panjang di trotoar Malioboro-Yogyakarta. Wajahnya ditekek. Malam semakin larut. Belum terlihat pembeli mampir ke lapaknya.

Ia baru bergegas ketika tim redaksi INTRA memesan tiga porsi ronde. Lelaki dua anak ini segera berdiri, mengambil mangkok dan mengisinya dengan berbagai cemilan khas. Dibantu saudaranya yang baru pulang dari Jakarta, Andi tampak sumringah.

“Alhamdulillah, tiga minggu ini pendapatan sedikit lumayan. Lampu jalanan di Malioboro ini juga mulai terang. Pengunjung mulai ramai,” tutur Andi optimis kehidupan Malioboro akan segera pulih dari deraan pandemi.

Malam itu, Malioboro masih euforia merayakan hari jadi Kota Yogya yang ke-265. Banyak warga kota yang memenuhi Malioboro untuk sekadar menikmati suasana malam, mencicipi jajanan di gerobak angkringan atau sekadar jeprat-jepret dan memanjakan foto diri di sosial media.

Presiden Joko Widodo juga sempat ke Malioboro. Duduk di bangku panjang kecil di trotoar pejalan kaki, sambil

mengobarkan kata semangat untuk pedagang kaki lima.

“Ini Mas. Selamat menikmati wedang ronde khas Malioboro,” ujar Andi tersenyum. Tiga mangkok wedang ronde diletakkan di meja saji. Tak berpikir lama, di tengah malam yang semakin dingin, semangkok wedang ronde ini pun ludes dalam sekejap saja. Segeerrr...!

Andi adalah korban pandemi. Ketika biras carkna mengamuk, pemerintah mulai melakukan pembatasan sosial. Warga dilarang bepergian. Kampanye lebih baik di rumah digemakan di mana-mana. Pegawai perkantoran disarankan *work from home*.

“Sebagai driver Gojek, pembatasan sosial membuat saya tak bisa berbuat banyak. Akhirnya nganggur di rumah, “tuturnya. Isteri dan anaknya tak bisa diajak kompromi. Apalagi sang mertua sedang sakit. Penghasilan harian harus didapatkannya. Ia pun memutuskan berjualan wedang ronde. Dengan gerobak dorongnya ia berkeliling kota Yogya. Pindah dari satu lokasi ke lokasi berikutnya.

Penghasilan tak juga merambat naik. Beban hidup makin tinggi. Ide berikutnya muncul seketika. Ia buka aplikasi GoFood. Benar saja. Berjualan online memberi sedikit ganjalan kehidupan. Ia mendapatkan cukup banyak order dari aplikasi ini. Wajahnya sudah mulai bersinar.

“Kiriman ke anak isteri mulai lancar. Kebetulan anak dn isteei tinggal di Cilacap menemani orang tuanya yang sedang sakit,” imbuh Andi.

Kini Andi mangkal di Jalan Malioboro. Jika malam toba, ia berjualan wedang ronde. Jika pagi, lapak itu digunakan ibunya berjualan kuliner.

Untuk bertahan hidup, Andi memberi contoh nyata. Di tengah pandemi, ia terus berusaha. Pantang menyerah. Tak bisa offline ya online. Tak ada lapak ya keliling. Kesempatan tak datang dua tiga kali. Andi kini bisa berjualan lebih tenang setelah lampu jalanan di Malioboro dinyalakan dan wisatawan domestik mulai berdatangan. (Tim)



follow:



PENULIS:

Tim Humas

FOTOGRAFER:

Tim Humas



ETALASE PERISTIWA



Kunjungi Prancis, Menteri Perdagangan Hadiri Pertemuan OECD hingga WTO

Pertemuan Tahunan Tingkat Menteri Negara-Negara OECD (Organization for Economic Cooperation and Development), yang digelar di Paris, Prancis, Selasa (5/10) dihadiri Menteri Perdagangan **MUHAMMAD LUTFI**. Di sela-sela pertemuan OECD tersebut Mendag Lutfi juga berpartisipasi pada Pertemuan Informal Tingkat Menteri WTO yang pertama kali diadakan secara luring pada masa pandemi, pertemuan ini diselenggarakan oleh Menteri Perdagangan, Investasi, dan Pariwisata Australia, Daniel Thomas Tehan ini dihadiri oleh 23 menteri dan perwakilan negara kunci WTO.

Pertemuan ini ditujukan untuk membangun konsensus guna menghasilkan kesepakatan yang konkret pada Konferensi Tingkat Menteri (KTM) WTO

ke-12 mendatang serta memajukan agenda reformasi WTO. Menteri Dan Tehan memimpin diskusi yang dibagi menjadi 4 pembahasan, yaitu perdagangan dan kesehatan; subsidi perikanan; pertanian; dan reformasi WTO. Pada kesempatan ini, Mendag Lutfi menyatakan siap berperan lebih untuk membantu kesuksesan KTM WTO mendatang dan bersedia melakukan pertemuan koordinasi tingkat menteri dalam waktu dekat untuk menjembatani kepentingan negara berkembang, khususnya agar mencapai konsensus atas isu-isu tertentu.

Pada kunjungan kerja di Prancis, Mendag Lutfi melakukan pertemuan bilateral dengan Menteri Perdagangan dan Integrasi Kazakhstan, **BAKHYT SULTANOV**. Selain itu Mendag Lutfi juga mengadakan pertemuan dengan Menteri Industri, Perdagangan, dan Pariwisata Spanyol, **MARIA REYES MAROTO**, pertemuan bilateral dengan Menteri Perdagangan Luar Negeri dan Daya Saing Ekonomi Prancis, **FRANCK RIESTER**, pertemuan bilateral dengan Head of United States Trade Representative (USTR), Duta Besar **KATHERINE TAI**. **(Tim)**



Klik Sumber Artikel

KEMENDAG RAIH “BADAN PUBLIK INFORMATIF” TAHUN 2021



Kementerian Perdagangan berhasil meraih anugerah “Badan Publik Informatif” tahun 2021. Sekretaris Jenderal Kementerian Perdagangan Suhanto menerima penganugerahan tertinggi di bidang pelayanan informasi publik ini secara daring dengan disaksikan Wakil Presiden **MA'RUF AMIN**. Kementerian Perdagangan merupakan satu dari 83 badan publik yang diberi penghargaan dari total 337 badan publik yang dinilai.

Penghargaan diberikan dalam acara Anugerah Keterbukaan Informasi Publik Tahun 2021 oleh **Komisi**

Informasi Pusat (KIP) secara daring, hari ini, Selasa (26/10)

Sekjen Kemendag **SUHANTO** menyambut baik capaian ini. Dari hasil monitoring dan evaluasi KIP, Kementerian Perdagangan meraih nilai 93,07 sehingga memenuhi kualifikasi sebagai Badan Publik Informatif di tahun 2021. Capaian ini meningkat dibandingkan tahun 2020 yang pada saat itu Kementerian Perdagangan meraih predikat “Menuju Informatif” dengan nilai 89,3.

“Saya mengapresiasi seluruh jajaran Kementerian Perdagangan

yang telah mewujudkan pentingnya keterbukaan informasi publik dan tata kelola pemerintah yang lebih bersih, transparan, efektif dan efisien, akuntabel, serta terpercaya,” jelas Suhanto.

Predikat “Informatif” ini, lanjut Suhanto, membuktikan upaya dan komitmen Kementerian Perdagangan untuk menjadi Badan Publik yang informatif serta memberikan informasi yang cepat dan tepat bagi masyarakat. Termasuk para pelaku usaha dan para pemangku kepentingan lainnya, sekalipun di tengah pandemi Covid-19 yang membatasi mobilitas masyarakat.

“Kementerian Perdagangan akan terus



menjaga kepercayaan masyarakat dan para pemangku kepentingan terkait dengan terus melakukan berbagai inovasi untuk memberi kemudahan bagi masyarakat mendapatkan informasi di sektor perdagangan,” tegas Suhanto.

Tekad yang sama juga disampaikan Kepala Biro Hubungan Masyarakat **ANI MULYATI**. “Kami akan menjaga dan bahkan terus meningkatkan capaian ini di masa mendatang. Kami juga menerima kritik, saran, dan masukan yang bersifat membangun demi perbaikan ke depan,” ujar Ani.

Ani menjelaskan, sejumlah inovasi yang sudah dilakukan Kementerian Perdagangan di antaranya layanan perizinan secara daring melalui aplikasi **INATRADE** yang terintegrasi dengan **INSW** dan kolaborasi dengan kementerian/lembaga terkait. Selain itu, penerapan tanda tangan digital (*digital signature*) untuk perizinan yang bekerja sama dengan BSSN sejak tahun 2018. Pelaku usaha juga diberikan akses untuk melakukan penelusuran terhadap proses perizinan tersebut, sehingga pada pelaksanaannya perizinan di Kemendag dilakukan secara transparan.

Inovasi terbaru yang dilakukan Kemendag, lanjut Ani, yaitu konsultasi virtual melalui aplikasi Zoom serta pengembangan layanan *chatbot* “**Avida**” atau Asisten Virtual Dagang. *Chatbot* menggunakan teknologi kecerdasan buatan (*artificial intelligence*) untuk menjawab pertanyaan umum seputar Kementerian Perdagangan.

“Inovasi ini dilakukan karena pada 2021 Kemendag menerima sebanyak 38.231 permohonan informasi. Angka ini naik signifikan 1.506 persen dibandingkan tahun 2020 yang sebanyak 2.539 permohonan informasi,” ungkap Ani.

Kementerian Perdagangan, khususnya Biro Hubungan Masyarakat akan terus memperkuat dan mengembangkan inovasi bidang informasi publik. “Pelayanan publik kami harapkan akan terus meningkat dan membantu seluruh masyarakat Indonesia dalam menjalankan bisnisnya yang nantinya juga akan meningkatkan perekonomian Indonesia,” pungkas Ani. **(Tim)**



PAVILIUN INDONESIA PADA EXPO 2020 DUBAI JATI DIRI BANGSA



Paviliun Indonesia di Expo Duvai 2021 resmi dibuka Menteri Perdagangan Muhammad Lutfi dan Minister of State for Foreign Trade Uni Arab Emirates (UAE), **THANI BIN AHMED AL ZEYUDDI**, Jumat (1/10).

Mendag mengungkapkan, Paviliun Indonesia pada Expo 2020 Dubai dapat menjadi salah satu ajang untuk menunjukkan keanekaragaman budaya dan kuliner kepada dunia, serta menjadi peluang untuk berdagang dan berinvestasi. Expo 2020 Dubai akan dilaksanakan pada 1 Oktober 2021–31 Maret 2022.

Paviliun Indonesia yang mengusung tema

“*Creating The Future, From Indonesia to The World*” mengajak kita bersama-sama dalam berkontribusi secara global demi menciptakan masa depan yang lebih baik. Paviliun Indonesia menampilkan konsep zona waktu “*Connecting Yesterday, Today, and Tomorrow*”.

Selama berlangsungnya Expo 2020 Dubai, Paviliun Indonesia akan menghadirkan 26 tema mingguan dan lebih dari 75 forum bisnis dalam format hibrida siap diselenggarakan. Kegiatan tersebut juga didukung oleh 22 kementerian/lembaga, pemerintah daerah, dan mitra perusahaan. **(Tim)**



follow:



PANDUAN
PEMBACA:
Klik untuk
informasi

www.kemendag.go.id

PENULIS:
Tim Humas

FOTOGRAFER:
Tim Humas



ETALASE PERISTIWA

Tiga Poin Penting Kerja Sama Investasi RI dan Australia

Pada Rabu (29/9) Menteri Perdagangan **MUHAMMAD LUTFI** menerima kunjungan Menteri Perdagangan, Pariwisata dan Investasi Australia **DANIEL THOMAS TEHAN**, di Kantor Kementerian Perdagangan, Jakarta. Pertemuan tersebut sangat strategis karena Indonesia adalah negara pertama dan satu-satunya di Asia Tenggara yang dikunjungi dalam rangka perjalanan dinas Menteri Tehan ke luar negeri.

Pertemuan itu membuat Indonesia dan Australia sepakat untuk meningkatkan implementasi **Indonesia-Australia Comprehensive Economic Partnership (IA-CEPA)**, khususnya pada sektor pendidikan, agribisnis, makanan dan minuman, kesehatan serta energi. "Tujuan utama kunjungan adalah

Klik Sumber Artikel



YouTube



untuk mempererat hubungan kerja sama ekonomi Indonesia dan Australia terutama dalam hal perdagangan dan investasi, baik secara G to G maupun B to B," ujar Mendag Lutfi.

Agenda para Mendag dilanjut dengan penyelenggaraan CEO Roundtable ke-1 sebagai tindak lanjut Joint Statement Presiden Joko Widodo dan Perdana Menteri Scott Morrison pada 10 Februari 2021 di Canberra. Terakhir adalah pertemuan dengan Menteri Koordinator bidang Kemaritiman dan Investasi.

Tiga poin penting pertemuan Mendag Lutfi dan Menteri Tehan terkait kerja sama antara lain:

- 1 Kedua negara bersepakat untuk meningkatkan perdagangan dan investasi melalui IA-CEPA, serta forum perjanjian regional seperti AANZFTA dan RCEP serta isu dalam forum-forum internasional seperti di G20, APEC dan WTO.
- 2 CEO Roundtable ke-1, Indonesia-Australia berkomitmen pada pemanfaatan peluang kerja sama sektor pendidikan, agribisnis, makanan dan minuman, kesehatan serta energi.
- 3 Kedua Menteri akan menghadiri forum tingkat menteri OECD dan WTO informal ministerial meeting di Paris, serta G20 trade and investment meeting di Sorrento, Italia **(Tim)**

TEI ke-36 Digital Edition Bidik Nilai Transaksi Capai USD 1,5 Miliar

Kementerian Perdagangan meluncurkan **Trade Expo Indonesia (TEI) ke-36 Digital Edition** bertema 'Reviving Global Trade' secara hibrida, Senin (27/9). Pameran berskala internasional ini dijadwalkan berlangsung selama 14 hari pada 21 Oktober—4 November 2021 secara daring dan showcase produk akan digelar hingga 20 Desember 2021.

Menteri Perdagangan Muhammad Lutfi saat peluncuran TEI ke-36 yang didampingi Direktur Utama PT BNI Tbk, **ROYKE TUMILAAH** dan Direktur Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional, **DIDI SUMEDI** menjelaskan, pameran yang dikemas secara digital ini merupakan salah satu upaya dan bukti komitmen Kemendag menghidupkan kembali perdagangan global. Selain itu, pameran ini juga menjadi terobosan bagi pelaku usaha Indonesia untuk memanfaatkan peluang agar tidak kehilangan momentum percepatan pemulihan ekonomi yang terdampak pandemi Covid-19.

Penyelenggaraan TEI kali ini, kata Mendag, diharapkan mampu mendatangkan *buyer* potensial secara virtual sebanyak mungkin

untuk bertransaksi dengan para eksportir Indonesia. TEI tahun ini ditargetkan dapat mencapai nilai transaksi dagang sebesar USD 1,5 miliar dan diikuti oleh 1.000 perusahaan serta dihadiri 500 ribu pengunjung. "Tahun lalu nilai transaksi TEI mencapai 1,3 miliar dolar AS. Saya yakin tahun ini bisa mencapai 1,5 miliar dolar AS," kata Mendag

TEI Digital Edition bertujuan menciptakan wahana promosi dan transaksi dagang secara daring yang efektif dan efisien, memperkuat kemitraan dan mempertahankan keberlanjutan bisnis dengan para *buyer*, memperluas penetrasi ke pasar baru, membangun citra positif, serta meningkatkan daya saing akan ragam produk dan jasa Indonesia di pasar internasional. TEI 2021 akan menyajikan konsep katalog digital yang memberikan keleluasaan bagi peserta maupun pengunjung untuk menampilkan dan mengeksplorasi informasi berbagai produk unggulan Indonesia. **(Tim)**



follow:



www.kemendag.go.id

ETALASE PERISTIWA

Uji Coba Aplikasi PeduliLindungi di Pasar Rakyat



Menteri Perdagangan Muhammad Lutfi meninjau pelaksanaan uji coba penerapan protokol kesehatan melalui aplikasi PeduliLindungi di **Pasar Modern 8 Alam Sutera**, Tangerang Selatan, Banten., Kamis (30/9). Dalam kunjungannya, Mendag turut didampingi Wakil Walikota Tangsel Pilar **SAGA ICHSAN**, Direktur Jenderal Perdagangan Dalam Negeri Kemendag, **OKE NURWAN**, Plt. Direktur Jenderal Kesehatan Masyarakat Kementerian Kesehatan **KARTINI RUSTANDI**, serta Ketua Umum Asosiasi Pengelola Pasar Indonesia (Asparindo) **JOKO SETIYANTO**.

Mendag mengatakan bahwa penerapan protokol kesehatan menggunakan aplikasi PeduliLindungi sangat penting agar kegiatan ekonomi dapat tetap berjalan meskipun pandemi Covid-19 belum berakhir. "Kami akan mendorong pedagang pasar rakyat memanfaatkan digitalisasi guna meningkatkan pendapatan," jelas Mendag seraya menambahkan penggunaan aplikasi PeduliLindungi mulai akan diterapkan penggunaannya di 14 pasar rakyat di DKI Jakarta, Jawa Barat, dan Jawa Tengah.

"Dengan penerapan aplikasi PeduliLindungi serta vaksinasi para pedagang dan pengelola pasar yang optimal, diharapkan dapat meningkatkan kepercayaan dan keamanan bagi konsumen agar dapat kembali berbelanja di pasar rakyat, meningkatkan omzet para pedagang, dan memutus mata rantai pandemi," ungkap Mendag. **(Tim)**

Meneguhkan Protokol Kesehatan di Sektor Perdagangan

Momentum pertumbuhan ekonomi harus terus dijaga agar Indonesia berhasil keluar dari resesi ekonomi dan terus tumbuh menjadi bangsa tangguh. Kementerian Perdagangan terus berkomitmen menjaga momentum ini dengan berbagai kebijakan. Salah satu upayanya dengan memastikan pusat perbelanjaan mematuhi protokol kesehatan dan penggunaan aplikasi peduli lindungi.

Sesuai **Instruksi Menteri Dalam Negeri Nomor 47 Tahun 2021** tentang Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat Level 4, Level 3, Level 2, dan Level 1 Corona Virus Disease 2019 di Wilayah Jawa dan Bali, semua Pusat Perbelanjaan/Mall/Pusat Perdagangan di wilayah PPKM level 3 dan level 2 di Jawa dan Bali wajib menggunakan aplikasi PeduliLindungi dan menerapkan protokol kesehatan yang diatur oleh Kementerian Perdagangan dan Kementerian Kesehatan.

Kriteria pemberlakuan

LEVEL 1 DAN 2 JAWA & BALI

- ✓ Beroperasi sesuai ketentuan yang selama ini telah berjalan, dengan tambahan kewajiban menggunakan aplikasi **PeduliLindungi** terhadap semua pengunjung dan pegawai.
- ✓ Anak-anak **usia <12 (dua belas) tahun** diperbolehkan masuk Pusat Perbelanjaan/ Mall/Pusat Perdagangan dengan syarat didampingi orang tua.

LEVEL 3 JAWA & BALI

Waktu Buka
Pusat Perbelanjaan
Pukul 10.00-21.00



Dine-in kapasitas maksimal:
50%



Satu meja maksimal:
2 orang



Waktu makan maksimal:
60 menit



Jam operasional waktu setempat:
maks. pkl 21.00



Wajib menggunakan aplikasi **PeduliLindungi** untuk melakukan skrining terhadap semua pengunjung dan pegawai.



Protokol masuk ke pusat perbelanjaan



PEMERIKSAAN WAJIB VAKSINASI COVID-19 (PERHATIAN KHUSUS)



Petugas pemeriksa di setiap akses masuk dan keluar orang.



QR-code PeduliLindungi di setiap akses masuk dan keluar orang.

PROSEDUR PELAKSANAAN PEMERIKSAAN

ORANG YANG AKAN MASUK KE PUSAT PERBELANJAAN

- Sudah divaksinasi (minimal vaksin pertama). Sertifikat Vaksin harus tertera dalam akun **PeduliLindungi**.
- Bagi yang belum/tidak bisa divaksin karena alasan kesehatan (dibuktikan dengan surat keterangan dokter), atau penyintas COVID-19 (dibuktikan dengan **PCR** Positif terakhir) wajib menunjukkan bukti tes **Antigen** hasil negatif (maks 1x24 jam) atau bukti tes RT-PCR hasil negatif (maks 2x24 jam) beserta KTP. Bukti tes Antigen/ RT-PCR harus tertera dalam akun PeduliLindungi.
- Bagi pegawai yang belum mendapatkan vaksin diperkenankan bekerja dan memasuki Pusat Perbelanjaan dengan melakukan PCR/antigen secara berkala yang ditanggung biayanya oleh perusahaan.
- Melakukan **check-in** dengan cara scan QR-code yang berada di akses masuk Pusat Perbelanjaan dan memperlihatkan hasil scan kepada petugas pemeriksa.
- Jika notifikasi hasil scan QR-code berwarna "kuning" maka harus menunjukkan Sertifikat Vaksin atau hasil tes Antigen atau hasil tes RT-PCR yang tertera dalam akun PeduliLindungi dan Kartu Tanda Penduduk (KTP) kepada petugas pemeriksa yang berada di akses masuk ke Pusat Perbelanjaan.

PETUGAS PEMERIKSA DI AKSES MASUK ORANG KE PUSAT PERBELANJAAN

- Petugas pemeriksa hasil scan QR-CODE
- Hijau:** sudah vaksin 2 kali, diperbolehkan untuk melanjutkan pemeriksaan Protokol Kesehatan selanjutnya.
- Kuning:** baru vaksin 1 kali atau penyintas Covid-19 <3 bulan, dilakukan pemeriksaan lanjutan sesuai dengan prosedur*) di bawah ini.
- Merah:** belum vaksin, tidak diperbolehkan untuk masuk ke Pusat Perbelanjaan.
- Hitam:** Positif Covid-19 atau kontak erat kasus Covid-19, tidak diperbolehkan untuk masuk ke Pusat Perbelanjaan. Berkoordinasi dengan Dinas Kesehatan setempat untuk dibawa ke tempat isolasi Covid-19
- Petugas pemeriksa kesesuaian data dalam Sertifikat Vaksin atau hasil tes Antigen atau hasil tes RT-PCR yang tertera dalam akun PeduliLindungi dengan data dalam KTP*).
- Data sesuai:** diperbolehkan untuk melanjutkan pemeriksaan Protokol Kesehatan selanjutnya.
- Data tidak sesuai:** tidak diperbolehkan untuk masuk ke Pusat Perbelanjaan



follow:



Menteri Perdagangan Muhammad Lutfi menyebut, surplus neraca perdagangan Agustus 2021 yang mencapai USD4,74 miliar adalah capaian tertinggi sejak surplus 16 bulan terakhir. surplus tersebut ditopang dengan nilai ekspor bulanan yang mencapai USD21,42 miliar.

“Ini (ekspor Agustus) juga merupakan rekor tertinggi selama ini,” kata Mendag Lutfi dalam konferensi pers Kinerja Perdagangan Agustus 2021, Jumat (17/9).

Mendag menjelaskan, capaian ekspor Agustus 2021 ditopang oleh peningkatan produk manufaktur dan komoditas utama, tren peningkatan harga komoditas, dan peningkatan impor negara mitra dagang.

“Peningkatan ekspor produk manufaktur antara lain

ditunjukkan oleh pertumbuhan ekspor bulanan dari produk kertas (HS48) sebesar 19,61 persen. Produk Kimia (HS 38) sebesar 17,10 persen dan kendaraan bermotor (HS 87) sebesar 16,16 persen,” ujarnya.

Sementara ekspor komoditas utama Indonesia antara lain bersumber dari CPO (HS 15) sebesar 61,60 persen, produk timah (HS 80) sebesar 56,29 persen, dan bijih logam (HS 26) sebesar 40,99 persen.

Selain itu, kata Mendag,

magnitude penguatan ekspor komoditas semakin besar sejalan dengan tren harga komoditas yang tumbuh sangat baik pada Agustus 2021, seperti CPO naik 55,8 persen YoY dan timah naik 72,7 persen. Dari sisi *demand*, terjadi peningkatan impor di negara mitra dagang Indonesia pada Agustus 2021, antara lain China yang impornya tumbuh 33,1 persen, India impornya tumbuh 51,5 persen yoy, dan Vietnam tumbuh 21,0 persen YoY.

Mendag menyimpulkan keseluruhan ekspor dan impor periode Januari-Agustus 2021 yang tumbuh signifikan

mendukung target pertumbuhan ekonomi Indonesia tahun 2021.

“Pada periode Januari-Agustus 2021, ekspor dan impor Indonesia sama-sama mencatatkan pertumbuhan signifikan, masing-masing sebesar 37,7 persen YoY dan 33,36 persen YoY,” kata Mendag.

Di sisi lain, penguatan ekspor dan impor merupakan salah satu indikasi penting pemulihan

perdagangan seiring dengan pengendalian pandemi covid-19 dan program vaksinasi massal di Indonesia. Dari sisi *demand*, terjadi peningkatan impor di negara mitra dagang Indonesia pada Agustus 2021, antara lain China yang impornya tumbuh 33,1 persen, India impornya tumbuh 51,5 persen yoy, dan Vietnam tumbuh 21,0 persen YoY.

Mendag menyimpulkan keseluruhan ekspor dan impor periode Januari-Agustus 2021 yang tumbuh signifikan mendukung target pertumbuhan ekonomi Indonesia tahun 2021.

“Pada periode Januari-Agustus 2021, ekspor dan impor Indonesia sama-sama mencatatkan pertumbuhan signifikan, masing-masing sebesar 37,7 persen YoY dan 33,36 persen YoY,” kata Mendag.

Di sisi lain, penguatan ekspor dan impor merupakan salah satu indikasi penting pemulihan perdagangan seiring dengan pengendalian pandemi covid-19 dan program vaksinasi massal di Indonesia. **(Tim)**

ETALASE

Neraca Perdagangan RI Selalu Surplus di 2021



follow:



PENULIS:
Tim Humas
FOTOGRAFER:
Tim Humas

Kemendag Peduli Pencegahan Covid-19.

KOLOM PEDULI



Kementerian Perdagangan melalui “Kemendag Peduli” kembali turun ke lapangan menyerahkan bantuan. **Kali ini, bantuan yang dikumpulkan dari pegawai Kemendag berupa telur ayam.** Inti dari penyaluran ini adalah membantu meningkatkan imun nakes dan masyarakat yang masih terpapar Covid-19 di tujuh kabupaten/kota yaitu Kota Bogor, Kabupaten Bogor, Kota Bekasi, Kabupaten Bekasi, Kota Depok, Kota Tangerang Selatan, dan Kota Tangerang. Total, Kemendag menyalurkan 21 ton telur di tujuh kabupaten/kota tersebut, baru-baru ini.

Sebelumnya bantuan sosial serupa juga pernah diberikan kepada masyarakat terdampak wabah Covid-19 di Indonesia yakni berupa uang tunai, APD, masker medis, hand gloves, face shield, cover shoes, hand sanitizer, suplemen mie instan beras, dan minyak goreng.

Wakil Menteri Perdagangan **JERRY SAMBUAGA** menyerahkan bantuan Kemendag Peduli untuk wilayah Tangerang Selatan di Kantor Walikota Tangerang Selatan. Bantuan sosial tersebut diterima langsung oleh Walikota Tangerang Selatan Benyamin Davnie.



Courtesy by CNN Indonesia



Pada sambutannya Wamen mengatakan, bantuan ini bertujuan untuk meringankan beban tenaga kesehatan dan masyarakat yang masih berjuang melawan Covid-19. Diharapkan sedikit bantuan yang diberikan dapat meringankan beban masyarakat terdampak.

“Untuk mendukung tenaga medis dan kesehatan di garis depan ini, kami menyampaikan rasa terima kasih yang tak terhingga dan berkomitmen untuk terus memperkuat tim kesehatan Indonesia dengan bantuan APD dan alat kesehatan, serta bantuan sembako, serta sejumlah uang.

Mudah-mudahan ini semua dapat membantu perjuangan para tenaga medis/kesehatan di Kota Tangerang Selatan,” ujar Wamen beserta Direktur Jenderal Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga (PKTN) **VERI ANGGRIANO**.



Koordinasi

Sekjen Kemendag **SUHANTO** menambahkan pandemi Covid-19 telah berdampak pada seluruh aspek kehidupan di Indonesia, terutama kesehatan dan ekonomi. Diperlukan koordinasi dan kolaborasi yang kuat dari Pemerintah Pusat dan Daerah agar masyarakat dapat mengatasi pandemi ini dan kembali bangkit serta melangkah maju.

“Pemerintah mengambil langkah-langkah yang diperlukan guna mencegah penyebaran pandemi yang lebih luas lagi. Kemendag bersama seluruh lapisan masyarakat memastikan turut andil dalam perjuangan ini,” tandas Suhanto saat memberikan bantuan di Kota Tangeang.

Sementara itu, Walikota Tangerang Selatan **BENYAMIN DAVNIE** dan Wakil Walikota Tangerang, Sachrudin menjelaskan bantuan yang diterima dari Kementerian Perdagangan ini akan segera disalurkan kepada masyarakat yang membutuhkan. Bantuan akan disalurkan langsung ke sejumlah rumah sakit tempat pasien Covid-19 dan warga yang sedang isolasi mandiri

“Kami mengucapkan terima kasih atas inisiatif dari jajaran keluarga besar Kementerian Perdagangan atas pemberian bantuan ini,” ujar mereka. (TIM)

Peduli Masyarakat Terdampak Pandemi Covid-19, Kemendag Galang Dana Menyalurkan Bantuan Telur Serentak di 7 Daerah

“Kemendag Peduli ini adalah program yang dilaksanakan oleh Kementerian Perdagangan. Ini merupakan salah satu wujud dari misi kemanusiaan dari Kementerian Perdagangan”

Pandemi Covid-19 telah berlangsung di Indonesia sejak pertama kali diumumkan pemerintah pada Maret 2020. Lebih dari setahun terjadi, kasus Covid-19 harian melonjak pada rentang Juni hingga Juli 2021. Kondisi tersebut lantas membuat pemerintah berupaya membuat kebijakan. Salah satunya Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM).

7 Daerah



21 Ton Telur Menyalurkan 21 ton telur di tujuh kabupaten/kota



Info kegiatan, klik di sini.



follow:



www.kemendag.go.id



KEMENTERIAN
PERDAGANGAN
REPUBLIK INDONESIA
MINISTRY OF TRADE

**ITPC
& Atdag**

Perwakilan Perdagangan di Luar Negeri



follow:



DEDED MUHAMMAD FAJAR SHIDDIG
Atase Perdagangan Kuala Lumpur

Atase Perdagangan RI di Kuala Lumpur membuka pintu bagi para pelaku usaha Tanah Air yang hendak mengeksport produknya ke Malaysia. Tak tanggung-tanggung, pihaknya akan membantu para eksportir mulai dari pencarian informasi hingga pemasaran produk secara gratis.

Deden mengatakan, keunggulan dari memasarkan produk ke Malaysia, lantaran pasar UMKM di Malaysia sangat terbuka. Sebab dari total penduduk Malaysia yang berjumlah 32,7 juta orang, tiga juta di dalamnya adalah pendatang yang di dominasi oleh orang Indonesia.

“Nanti akan kami bantu mulai dari mencari informasi pasarnya, sistem berbayarnya seperti apa, persyaratan produknya seperti apa. Selain itu, pihak Atase juga akan membantu mempromosikan produk tersebut kepada calon pembeli secara langsung. Semua pelayanan kami gratis,” ujarnya.

Dalam memasarkan produk mamin ke Malaysia, ada hal yang perlu diperhatikan, kata Deden, produk harus memiliki kualitas yang bagus, memiliki sertifikasi halal, dan sudah terdaftar di Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM).

HUSODO KUNCORO
Kepala ITPC Mexico City

Indonesia berhasil meraup potensi transaksi hingga USD 70 ribu dengan kontak buyer potensial sekitar 40 perusahaan di Pameran ABASTUR. Salah satu produk yang menjadi primadona adalah produk-produk yang terbuat dari batu alam asal Sukabumi, Jawa Barat. Pameran ABASTUR merupakan pameran terbesar di Selatan Amerika untuk produk di sektor hotel, restoran, kedai kopi, dan katering.

“Stan Indonesia berhasil menarik minat pengunjung karena menampilkan produk dekorasi rumah yang terbuat dari bahan alam seperti batu alam olahan dan rotan. Produk dari Sukabumi Stone, khususnya wastafel yang terbuat dari batu alam menjadi primadona. Jenis produk dari Sukabumi Stone lainnya yang diminati pengunjung yaitu bak mandi yang juga terbuat dari batu alam dan kayu,” kata Husodo.

Selain itu ITPC Mexico City membuka kedai kopi (Indonesian Coffee Shop). Kedai kopi ini diharapkan bisa menjadi ajang promosi berbagai produk unggulan Indonesia lainnya. Indonesian Coffee Shop dibuka untuk mempromosikan dan memperkenalkan varian kopi Nusantara.

WIJAYANTO
Atase Perdagangan Amerika Serikat

Atdag Wijayanto memberi kabar gembira dimana paviliun Indonesia di Specialty Coffee Expo (SCE) 2021 seduhan kopi Indonesia kembali memikat pecinta kopi di Amerika Serikat (AS). Pada pameran kopi terbesar di AS ini, kopi Indonesia berhasil meraup potensi transaksi sebesar USD 7,15 juta.

“Pameran SCE 2021 kali ini telah berhasil mencatatkan potensi transaksi kurang lebih senilai USD 7,15 juta. Ini membuktikan bahwa produk *specialty coffee* Indonesia mampu bersaing di pasar dan diminati konsumen AS,” ucap Wijayanto.



SILVI CHARLOTE SUMANTI
Atase Perdagangan Roma

Indonesia kembali memikat pasar internasional dengan produk andalannya. Indonesia berhasil meraup potensi transaksi sekitar Rp2,6 miliar dengan jumlah kontak buyer potensial mencapai 50 perusahaan di pameran produk kerajinan dan dekorasi rumah HOMI 2021, di Milan, Italia.

“Dalam pameran ini Indonesia menampilkan ukiran kayu dan batu, dekorasi rumah, aromaterapi seperti resin dan lilin, serta kerajinan dari bambu dan rotan. Dengan memiliki kualitas yang baik, produk-produk tersebut berhasil menarik perhatian dan minat buyer yang hadir,” jelas Silvi.

HOMI merupakan pameran internasional di bidang kerajinan dan dekorasi rumah di Italia yang melibatkan seluruh pihak terkait, mulai dari produsen hingga pelaku distribusi. Pada penyelenggaraannya kali ini, HOMI 2021 menampilkan 300 peserta yang berasal dari 22 negara.

NURLISA ARFANI
Atase Perdagangan Berlin

Produk kreatif Indonesia semakin diakui dunia. Dalam ajang pameran gim terbesar di dunia yaitu Gamescom Global 2021 di Berlin, Jerman, produk kreatif Indonesia meraup potensi transaksi sebesar USD 13 juta yang berasal dari 28 peserta/studio.

“Produk kreatif Indonesia semakin dilirik banyak peminat. Melalui pameran ini, diharapkan produk kreatif Indonesia dapat meningkatkan transaksi ekonomi di pasar global. Pemerintah Indonesia akan terus mendukung promosi gim lokal ke berbagai pameran, di antaranya pameran gim terbesar di dunia saat ini,” ujar Nurlisa.



SABBAT CHRISTIAN JANNES
Atase Perdagangan Den Haag

Atase Perdagangan Indonesia di Den Haag melirik produk kopi sebagai sasaran promosi ke pasar Belanda dan Eropa. Atdag mempromosikan 36 varietas kopi khas produk 22 petani dari berbagai daerah di Indonesia dalam gelaran Indonesia Coffee Cupping (ICC) 2021.

Sabbat Christian Jannes mengungkapkan, kopi Indonesia memiliki potensi yang besar di pasar Belanda dan Eropa. Belanda, dengan penduduk sekitar 17 juta jiwa, merupakan salah satu negara konsumen kopi yang cukup besar. Pada 2020, sebagian besar peminum kopi di Belanda mengonsumsi 4 sampai 6 cangkir kopi per hari.

“Kopi merupakan salah satu komoditas penting Indonesia yang diekspor ke Belanda dan Eropa. Meski ada pandemi, ekspor kopi kita ke Belanda masih terus meningkat. Buyers kopi skala besar seperti Daarnhouwer, Starbucks, Douwe Egberts, dan banyak lainnya telah mengambil biji kopi dari Indonesia,” kata Sabbat.

M RIVAI ABBAS
Kepala ITPC Jeddah

ITPC Jeddah terus melakukan promosi produk Indonesia secara intensif kepada para pelaku usaha maupun masyarakat Arab Saudi. Selain itu, ITPC Jeddah juga memfasilitasi pelaku usaha Indonesia yang akan melakukan ekspor ke Arab Saudi.

“Kami bersyukur dapat membantu memfasilitasi ekspor komoditas pinang PT Best Star Indonesia ke pasar Arab Saudi. Kami melihat adanya potensi pasar Arab Saudi yang membutuhkan sekitar 20—25 kontainer buah pinang setiap bulan. Kami berharap nantinya akan lebih banyak lagi komoditas pinang Indonesia yang masuk ke Arab Saudi,” kata Rivai.



Kementerian Perdagangan (Kemendag) mempertajam berbagai strategi untuk mempercepat pemulihan ekonomi nasional di tengah kontraksi ekonomi akibat pandemi Covid-19. Penguatan ekspor menjadi salah satu strateginya. Untuk itu sejumlah strategi disusun, agar ekspor berbagai produk asal Indonesia ke mancanegara dapat meningkat dan kinerja perdagangan semakin baik. Untuk mendukung terobosan itu Kemendag mengerahkan para perwakilan perdagangan di luar negeri, yaitu para Atase Perdagangan (Atdag) dan Indonesian Trade Promotion Center (ITPC) untuk penyediaan informasi pasar, memfasilitasi kerja sama perdagangan, promosi, upaya penetrasi pasar, dan intelijen bisnis. Info apa saja dari para perwakilan perdagangan di luar negeri, berikut pemberitaannya:

HENDRO JONATHAN
Kepala ITPC Lagos

ITPC Lagos bekerja sama dengan Kedutaan Besar Republik Indonesia (KBRI) Abuja mengikuti pameran makanan dan minuman (mamin) terbesar di Afrika Barat. ITPC memfasilitasi para pelaku usaha Indonesia untuk berpartisipasi di pameran Food and Beverages West Africa (F&B WA).

“Fasilitasi ini diberikan mengingat besarnya peluang ekspor produk mamin olahan Indonesia ke Nigeria. Kebutuhan masyarakat Nigeria terhadap mamin olahan terus meningkat. Untuk itu, promosi perlu dilakukan secara terus-menerus agar pelaku usaha Indonesia dapat memanfaatkan peluang yang menjanjikan di Nigeria,” ujar Hendro.

Selain itu, produk alas kaki yang dihasilkan pelaku usaha kecil menengah (UKM) Indonesia berpeluang masuk ke pasar Nigeria. Produk alas kaki Indonesia cukup diminati karena berkualitas tinggi. Para eksportir Indonesia diharapkan mampu memproduksi produk sesuai dengan model yang diminati oleh pasar Nigeria.

BAYU NUGROHO
Kepala ITPC Los Angeles

Furnitur kontemporer dan rotan Indonesia sukses memikat pasar Amerika Serikat di Las Vegas Summer Market 2021 dan berhasil meraup potensi transaksi sekitar Rp20 miliar selama lima hari penyelenggaraannya pada 22-26 Agustus 2021 di Las Vegas, AS. Keikutsertaan Indonesia pada pameran tersebut merupakan hasil kolaborasi ITPC Los Angeles dengan ITPC Chicago melalui Paviliun Indonesia.

“Partisipasi Indonesia ini dilatarbelakangi oleh kenaikan permintaan mebel di AS pada masa pemulihan pandemi Covid-19. Pameran yang menitikberatkan promosi pada produk rotan, kayu jati, dan furnitur kontemporer ini juga menjadi cara untuk mempromosikan produk furnitur Indonesia di pasar AS,” jelas Bayu Nugroho.

ROBBY HANDOKO
Kepala ITPC Vancouver

Koleksi batik karya desainer Indonesia melenggang di peragaan busana di Kanada yang digelar Indonesian Trade Promotion Center (ITPC) dan Konsulat Jenderal Republik Indonesia (KJRI) Vancouver, Kanada. Sedikitnya 12 koleksi terpilih batik karya desainer Indonesia Entin Gartini, diaspora Indonesia dari Montreal, Kanada tampil dalam perhelatan ini.

Peragaan Busana “Trunk Show” merupakan acara puncak dari rangkaian acara Indonesian Trade Show 2021 yang mengangkat tema “A Flavorful Journey to Indonesia, Discover Indonesian Diversity and Heritage”.

“Peragaan busana ini bertujuan untuk memperkenalkan serta membangun citra positif Indonesia dan produk Indonesia di pasar Kanada. Program promosi ini memanfaatkan momentum dibolehkannya pertemuan tanpa pembatasan jumlah peserta di Kanada,” ujar Robby Handoko. (TIM)



follow:



CONCLUDED / IMPLEMENTED

1. **Indonesia-Japan EPA**
Signed: 2007. Implemented: 2006
(General Review UEPA)
Concluded: 21 June 2019
Current Status: Negotiation for Protocol to Amend UEPA
Target of Conclusion: 2021
2. **Indonesia-Pakistan PTA**
Signed: 2012. Implemented: 2013
(Protocol to Amend IPPTAJ)
Signed: 27 January 2018. Implemented: 1 March 2019
3. **Indonesia-Palestine Trade Facilitation for Certain Products**
MoU signed: 12 December 2017.
Implemented: 21 February 2019
4. **Indonesia-Chile CEPATrade in Goods)**
Signed: 14 December 2017. Implemented: 10 August 2019
Current Status: Preparatory meeting for To negotiation (March 2021)
5. **Indonesia-Australia CEPA**
Signed: 4 March 2019. Implementation: 5 July 2020
6. **Indonesia-EFTA CEPA**
Signed: 16 December 2016 Ratified: 7 Mei 2021
Target of implementation: 2021
7. **Indonesia Mozambique PTA**
Signed: 27 August 2015. Current Status: ratification process
Target of implementation: 2021
8. **ASEAN-Australia New Zealand FTA (AANZFTA)**
Signed: 26 August 2014.
Implemented: 1 March 2019 (1st Protocol to Amend)
9. **ASEAN-India Free Trade Area (AIFTA)**
Signed: October 2003. Implemented: January 2010
10. **ASIAN Agreement on Medical Device Directive**
Signed: 21 November 2014. Implemented: 12 November 2018
11. **ASEAN-Korea FTA (AKFTA)**
Signed: 22 November 2015.
Implemented: 12 November 2018 (3rd Protocol Amend TIG
12. **ASEAN-China FTA (ACFTA)**
Signed: 12 November 2017. Implemented: 1 August 2019 (Upgrading Protocol ACFTA)
13. **ASEAN-Hong Kong, China FTA & Investment Agreement**
Signed: 12 November 2017. Implemented: 4 July 2020
14. **ASEAN Framework Agreement on Services (AFAS)**
Signed: 11 November 2018, ratification process
(10th Packages of Commitments)
15. **ASEAN Agreement on E-Commerce**
Signed: 22 January 2019, ratification process
16. **ASEAN Trade in Goods Agreement (ATIGA)**
Signed: 26 February 2009. Implemented: 14 June 2010
First Protocol to Amend ATIGA to allow ASEAN Wide Self Certification (AWSC) Scheme
Signed: 22 January 2019. Implemented: 20 September 2020
17. **ASEAN-Japan Comprehensive Economic Partnership**
Signed: 2 March 2019, ratification process (A)
Investment Services & MNP Agreement)
18. **ASEAN Comprehensive Investment Agreement (ACIA)**
Signed: 23 April 2019, ratification process
(4th Protocol Amend)
19. **ASEAN Trade in Services Agreement (ATISA)**
Signed: 23 April 2019, ratification process
20. **ASEAN Protocol on Enhanced Dispute Settlement Mechanism (EDSM)**
Signed: 20 December 2019, ratification process
21. **Trade Facilitation Agreement (TFA)**
Concluded: 7 December 2013.
Implemented: 22 November 2017
22. **Regional Comprehensive Economic Partnership (RCEP)**
Signed: 15 November 2020, ratification process
23. **Indonesia Korea Comprehensive Economic Partnership Agreement (IKCEPA)**
Signed: 18 December 2020, ratification process

ON GOING

1. **Indonesia European Union CEPA**
Started: 2017. Current Status: 10 Round February 2027)
Target of Conclusion: 2021
2. **Indonesia Turkey CEPA**
Started: 2018; Current Status: Interseasonal CN Meeting August 2020
Target of Conclusion: 2021
3. **Indonesia Pakistan TIGA**
Started: 2019. Current Status: 2nd Round (April 2021)
Target of Conclusion: 2022
4. **Indonesia-Bangladesh PTA**
Started: 2018; Current Status 3rd Round (October 2019)
Target of Conclusion: 2021
5. **Indonesia-Tunisia PTA**
Started: 2019. Current Status: Interseasonal Meeting March 2021)
Target of Conclusion 2021
6. **Indonesia Iran PTA**
Started: 2018; Current Status: Interseasonal Meeting (Apr 2019)
Target of Conclusions 2021
7. **Indonesia Mauritius PTA**
Negotiation Started: 2019. Current Status: 1st Round (August 2019)
8. **Indonesia-Morocco PTA**
Current Status: Launch of Negotiations (June 2018)
9. **Indonesia-UAE CEPA**
Current Status: 1 Round of Negotiation (September 2021)
10. **Indonesia-Canada CEPA**
Current Status: Launch of Negotiation (June 2021)
11. **Review ASEAN-India FTA (AIFTA)**
Signed: 2009. Current Status: on-going review
12. **Review ASEAN-Australia New Zealand FTA**
Signed: 2009. Target of Conclusion: 2023
13. **General Review ASEAN Trade in Goods Agreement (GR ATIGA)**
Started: 2020, Target of Conclusion: 2023

TRADE-PEDIA

Indonesia Trade Negotiations Agenda on Going

Source: MoT (September 2021)



follow:



www.kemendag.go.id



EXPO 2020
DUBAI UAE

READY TO EXPO 2020

www.expo2021dubai.com

1 October 2021–31 March 2022



Saksikan video:

