

Mendag Janjikan Dukungan agar Produk Indonesia Bisa Tembus ASEAN

国产品必将打入东盟市场



Jakarta, **Harian Nusanantara-** Menteri Perdagangan Muhammad Lutfi mengatakan, dirinya siap memberi dukungan penuh agar produk-produk Indonesia bisa menguasai pasar ASEAN.

Hal itu disampaikannya setelah sosialisasi Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 70 Tahun 2013 tentang Pedoman Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern.

"Saya mau jadi tim kapten. Bukan hanya menguasai pasar dalam negeri, sekarang kita mesti serbu pasar ASEAN," kata Menteri Perdagangan (Mendag) Muhammad Lutfi di Balai Sudirman, Jakarta, Rabu (19/3/2014).

Menurut Mendag, ada hambatan dalam masuknya produk-produk Indonesia ke negara-negara ASEAN. Salah satunya adalah penamaan merek dagang produk Indonesia yang tidak menggunakan bahasa Inggris.

"Barang-barang kita bisa bersaing di luar negeri, seperti Tolak Angin. Cuma, bahasanya (branding) pakai bahasa Indonesia. Kedua, siapa yang bisa mengalahkan kopi Kapal Api. Kopinya wangi, tapi namanya kapal api. Ini kan

susah. Apalagi bentuknya retro," katanya.

Lutfi menceritakan pengalamannya saat menjadi duta besar Indonesia untuk Jepang. Di Jepang, pemerintah sangat membantu perusahaan lokal agar produknya mampu menembus pasar internasional.

"Ini pengalaman saya, kaya Jepang itu produk-produk yang laku di Jepang itu diinternasionalkan dengan bantuan kementerian perdagangannya," tandasnya.

Atas pengalamannya itu, Lutfi mengatakan bahwa Kemendag akan membantu masalah tersebut dengan penyuluhan maupun memberikan dana. Tujuannya, dengan bantuan itu, produk-produk dalam negeri bisa mudah masuk ke negara-negara Asean dan mampu bersaing dengan produk luar negeri. (Kompas.com)

(罗盘报雅加达讯) 贸易部长穆罕默德·卢特菲表示, 将全力支持国产品控制东盟市场。

关于传统市场、购物中心及现代商店管理与发展指导方针2013年第70号贸易部长条例社会化活动结束之后他如此表示。

贸易部长穆罕默德·卢特菲周三在雅加达苏迪曼大厅说: "我想成为工作队队长, 不仅控制国内市场, 我们也必须进军东盟市场。"

贸易部长表示, 国产品打入东盟国家有困难, 其一我国产品商标不使用英语。

他说: "我国产品有能力在国外竞争, 诸如'祛风散' (Tolak Angin), 只是商标使用的是印尼语。还有, 又有谁能够击败'火船咖啡'。咖啡芬芳, 但叫做'火船'。这就难了。更何况包装旧式。"

他讲述出任驻日本大使的经验。在日本, 政府大力协助国内公司把产品打入国际市场。

他说: "这是我的经验, 在国内畅销的产品经过贸易部的努力走向国际。"

他指出, 根据经验贸易部将进行辅导, 提供资金, 协助国产品打入东盟市场, 足以与别国产品竞争。(刚毅)

ADB: Pertumbuhan Obligasi Indonesia Tertinggi di Asia 亚行: 印尼债券增长在东亚最快速

Jakarta, **Harian Nusanantara-** Bank Pembangunan Asia (ADB) menyebutkan pasar obligasi Indonesia mencatat pertumbuhan tertinggi di kawasan Asia Timur selama 2013 yaitu 20,1 persen dibanding 2012 atau senilai 108 miliar dolar AS.

"Pasar obligasi Indonesia tumbuh 6,8 persen pada kuartal empat 2013, dan tumbuh 20,1 persen dibandingkan tahun lalu menjadi 108 miliar dolar AS," ujar Kepala Kantor Integrasi Ekonomi Regional ADB, Iwan Jaya Azis dalam pemaparan laporan pasar obligasi terbaru di Jakarta, Kamis.

Iwan menjelaskan obligasi Pemerintah Indonesia tumbuh 7,9 persen dalam triwulan IV tahun 2013 dan tumbuh 20,9 persen dibandingkan tahun 2012, menjadi 90 miliar dolar AS. Sedangkan obligasi korporasi tumbuh 1,5 persen pada triwulan IV tahun 2013 dan tumbuh 16,4 persen dibandingkan tahun 2012 menjadi 18 miliar dolar AS.

"Pada akhir kuartal IV tahun 2013, pasar obligasi Indonesia mencatatkan pertumbuhan tercepat kedua di kawasan negara berkembang Asia Timur, atau hanya kalah dari Vietnam," katanya.

Iwan mengatakan pertumbuhan obligasi pemerintah di Indonesia terutama didukung oleh obligasi pemerintah pusat, yang terdiri atas surat perbendaharaan negara dan obligasi yang dikeluarkan Kementerian Keuangan serta Sertifikat Bank Indonesia.

Sedangkan dari sektor

korporasi, ia menambahkan, pertumbuhan obligasi Indonesia didukung oleh kenaikan obligasi korporasi konvensional, obligasi subordinasi maupun obligasi sukuk ijarah.

"Namun dari segi ukuran obligasi, size Indonesia berada di urutan ketujuh atau hanya lebih tinggi dari Filipina dan Vietnam, karena pasar obligasi China masih unggul, dan menguasai 60 persen pasar obligasi Asia Timur," kata Iwan.

Pada akhir 2013, ADB mencatat negara berkembang di kawasan Asia Timur memiliki 7,4 triliun dolar AS dalam bentuk obligasi, lebih tinggi 2,4 persen dibandingkan akhir September 2013 dan 11,7 persen lebih tinggi dibandingkan akhir 2012.

Saat ini juga sedang terjadi fenomena beberapa perusahaan seperti usaha properti di China yang mengambil keuntungan dari kuatnya permintaan untuk meluncurkan obligasi berdenominasi dolar AS, meskipun pemerintah masih cenderung menerbitkan surat utang berdenominasi mata uang lokal.

Tahun 2012, kawasan Asia Timur membukukan rekor dengan menjual 141,5 miliar dolar AS obligasi berdenominasi dolar AS, Yen dan Euro. Dari jumlah tersebut, sebanyak 128,4 miliar dolar AS dikeluarkan berbagai perusahaan yang berasal dari kawasan ini.

Sementara, terjadinya depresiasi mata uang lokal berarti terjadi biaya utang lebih tinggi di saat kondisi ekonomi domestik melemah. Nilai penerbitan obligasi korporasi berdenominasi mata uang lokal mencapai 765 miliar dolar AS pada 2013. (Antaraneews.com)

(安打拉社雅加达讯) 亚洲开发银行(亚行)表示, 印尼债券市场在东亚区增长最快速, 2013年达成交易1080亿美元, 比2012年增长20.1%。

亚行区域经济一体化办公室



主任伊万(Iwan Jaya Azis)周四在雅加达近期债券市场报导发布会上说: "印尼债券市场在2013年第四季度增长了6.8%, 同比增长20.1%, 达1080亿美元。"

伊万指出, 印尼政府债券在2013年第四季度增长了7.9%, 比2012年增长20.9%, 达900亿美元。而企业债券在2013年第四季度增长1.5%, 比2012年增长16.4%, 达180亿美元。

他说: "在2013年第四季度末, 印尼债券市场成为东亚区第二快速增长的发展中国家, 或仅次于越南。"

伊万说, 在印尼政府债券的增长, 主要是中央政府债券, 包括由财政部发行的国库券和债券和印尼央借款证。

他又说, 印尼企业债券的增长, 主要是常规企业债券、次级债券和伊斯兰债券增长所致。

伊万说: "但是, 就债券的规模而言, 我国仅排名第七, 只高于菲律宾和越南, 因为中国的债券市场仍然占优势, 并控制60%东亚债券市场。"

亚行指出, 在2013年底, 东亚发展中国家持有的债券值7.4万亿美元, 比2013年9月底增长2.4%, 比2012年底增长11.7%。

目前的情形是, 由于需求特大, 有几家中国房地产公司从中获利, 推出了以美元计价的债券, 虽然政府仍然倾向于发行以本国货币计价的债券。

在2012年, 东亚地区创下纪录, 发行以美元、日元和欧元计价的债券值1415亿美元。其中1284亿美元由该地区各公司所发行的。

同时, 本国货币贬值意味着, 在国内经济状况削弱的情况下, 发行债务费用更高。在2013年, 以当地货币计价, 发行的公司债券价值达7650亿美元。(HV)

Toko Ritel Modern Wajib Jual 80 Persen Produk Lokal pada 2016 2016年现代零售店须出售八成本地产品

Jakarta, **Harian Nusanantara-** Pemerintah mewajibkan toko ritel modern memasarkan 80 persen dagangannya berupa produk dalam negeri, sebagaimana tertuang dalam Peraturan Menteri Perdagangan No 70 Tahun 2013 Tentang Pedoman Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern.

"Komposisi ini penting untuk memberikan akses dan tempat bagi produk dalam negeri yang berkualitas tinggi," ujar Menteri Perdagangan Muhammad Luthfi dalam pembukaan Sosialisasi Permendag No 70 Tahun 2013 di Balai Sudirman, Jakarta, Rabu (19/3/2014).

Realisasi kewajiban memasarkan produk dalam negeri sebesar 80 persen tersebut baru berlaku pada 12 Juni 2016 mendatang. Lutfi berharap, Permendag itu bisa meningkatkan kepentingan semua pihak. Termasuk didalamnya pedagang dan distributor.

"Sosialisasi Permendag No 70 Tahun 2013 ini mudah-mudahan bisa meningkatkan urgensi semua pihak. Kuncinya promosi dan sinergi antara para pedagang dan distributor, khususnya para pemilik pasar modern, dan produsen dalam negeri," katanya.

Sebelumnya, Asosiasi Pengusaha Pemasok Pasar Modern Indonesia (AP3MI) dan Asosiasi Pengusaha Ritel Indonesia (APRINDO), mengadakan acara Sosialisasi Permendag No 70 Tahun 2013 di Balai Sudirman, Jakarta, Rabu (19/3/2014).

Sosialisasi tersebut merupakan bagian kerja sama antara pemerintah dan pelaku usaha untuk menginformasikan peraturan baru tentang penataan dan pembinaan pasar tradisional, pusat perbelanjaan dan toko modern. (KOMPAS.com)

(罗盘报雅加达讯) 基于2013年第70号贸易部长条例, 关于安排与辅导传统市场、购物中心和现代商店的指导原则条例, 政府质令现代零售店推销80%的本地产品。

贸易部长卢特菲19日在雅加达苏迪曼大厅, 为2013年第70号贸易部长条例进行社会化时说: "这个组合成分是很重要的, 为高品质的国内产品提供销售便利管道。"

销售八成国内产品的义务才将于2016年6月12日实行。卢特菲希望, 贸易部可以提高各方的利益, 包括商人和分销商在内。其关键是商人与分销商之间进行协同和推销, 尤其是现代市场业主和国内生产商。

有关社会化工作由印尼现代市场供应商协会(AP3MI)和印尼零售商协会(ARPINDO)联合举办, 是政府与企业之间合作的一部分, 以宣传有关安排与辅导传统市场、购物中心和现代商店的新条例。(HS)

Alfamart Buka 50 Gerai di Manila Tahun Ini

Alfamart今年在马尼拉开设50分店

Jakarta, **Harian Nusanantara-** PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk (AMRT) siap ekspansi ke Filipina dengan membuka 50 gerai Alfamart di Manila. Ekspansi ini akan dimulai paruh kedua 2014.

"Ekspansi Alfamart ke Filipina jadi. Semester II kita buka. Kita bangun 50 gerai tahap pertama di tahun ini saja," ungkap Direktur Utama Sumber Alfaria Pujianto saat ditemui di Gedung Surdirman Jakarta Pusat, Rabu (19/03/2014).

Ia menjelaskan, Filipina menjadi negara pertama tempat ekspansi Alfamart. Konsep Alfamart di Filipina nanti hampir sama dengan di Indonesia yaitu berbentuk minimarket tetapi dengan sedikit perubahan.

"Konsepnya minimarket tetapi ada sedikit perubahan," imbuh pria yang juga menjabat sebagai Ketua Asosiasi Pengusaha Ritel Indonesia (Aprindo) ini.

Diharapkan Pujianto, Alfamart di kota Manila akan menjadi ajang memperkenalkan makanan dan produk Indonesia. Pujianto sendiri percaya diri Alfamart akan besar di Filipina karena tidak ada saingan.



"Minimarket di sana nggak ada jadi kita harus banggalah merah putih sudah ke sana. Bisa kita berpikir bagaimana menjual kue khas Indonesia seperti cookies dan terus bolu," cetusnya. (Detik.com)

(点滴网雅加达讯) Sumber Alfaria Trijaya公司准备扩展业务至菲律宾, 于今年下半年在马尼拉开设50家Alfamart迷你超市。

公司总经理普吉延多19日在雅加达苏迪曼大厦说, 菲律宾成为Alfamart发展业务的第一个国家。于初步阶段, 公司将在今年下

半年开设50家商店。"Alfamart在菲律宾的发展概念几乎与印尼相同, 即使用迷你超市的形式, 但有一点变化。"

也是印尼零售业协会(Aprindo)主席的普吉延多希望, 在马尼拉的Alfamart迷你超市, 将成为推介我国的食品和产品的场所。他深信Alfamart将在菲律宾发扬光大, 因为没有竞争。

他说: "在该处没有迷你超市, 所以我们应该为进军该国市场自豪。我们可以想像如何在该处出售印尼传统糕点, 如饼干、蛋糕等。"(HS)

HSBC: Tekstil Bakal Jadi Primadona Ekspor Indonesia

纺织品将成为印尼主要出口商品

Jakarta, **Harian Nusanantara-** Terlepas dari mineral, ke depan Indonesia akan memiliki primadona ekspor di masa mendatang. Volume ekspor tekstil dan garmen Indonesia akan terus tumbuh dalam tahun-tahun ke depan.

Head of Global Trade and Receivable Finance HSBC Indonesia Nirmala Salli mengatakan, dalam kurun 2 hingga 3 tahun belakangan pasar AS cenderung mengalami penurunan. Ini menyebabkan volume ekspor tekstil Indonesia ke Negeri Paman Sam itu pun ikut turun.

"Saat ini terjadi perbaikan di pasar global, khususnya di AS dan Inggris. Kalau mereka pulih, maka pasar ekspor Indonesia akan lebih banyak ke high value added. Berdasarkan survei Oxford Economics, ke depan tekstil dan chemical akan kuasai pasar ekspor Indonesia. Itu yang akan jadi produk unggulan Indonesia di masa mendatang," kata Nirmala di Jakarta, Kamis (20/3/2014).

Tujuan ekspor Indonesia ke depan akan cenderung ke China dan India. Besarnya jumlah penduduk merupakan potensi tersendiri bagi masa depan ekspor barang-barang Indonesia.

"Negara tujuan kita dulu banyak ke Jepang. Nanti ke depan China dan India akan jadi tujuan utama ekspor Indonesia. Akan sangat membantu karena mereka negara terpadat dunia, akan berapa banyak market yang tersedia," ujar Nirmala.

Adapun dari sisi impor, ke depan Indonesia masih akan tetap fokus mengimpor mesin-mesin, khususnya mesin-mesin industri. Nirmala menyebut 25 persen dari total impor Indonesia masih terfokus di mesin-mesin, terkait fokus pembangunan infrastruktur.

"Impor lebih ke industrial machinery dan high tech products. Kita lebih banyak mengimpor high tech products, seperti gadget, flat TV, komputer, dan laptop. Ke depan masih akan impor," ujarnya. (Kompas.com)

(罗盘报雅加达讯) 在矿物之外, 印尼未来将拥有主要出口商品。在未来几年内印尼纺织品及成衣出口量将持续增长。

印尼汇丰银行全球贸易和应收账款主任妮尔玛拉·萨莉表示, 最近2、3年美国市场趋于下降。这导致印尼向美国纺织品出口量减低。

妮尔玛拉周四在雅加达说: "目前全球市场, 特别是英国和英国正在回升, 若恢复了, 印尼的出口商品具有高附加值。根据牛津经济研究院调查结果显示, 在未来纺织品和化工品将掌握印尼的出口市场, 将是印尼的优势产品。"

在未来印尼的出口将转向中国和印度。人口众多是未来印尼商品出口的特有潜力。

她说: "以前我们大量向日本出口, 往后中国和印尼将成为我国主要的出口目的地。因为两国的人口众多, 该有多大市场。"

在进口方面, 往后我国仍然以工业机械进口为主。她指出, 印尼25%进口商品是机械, 关系到基础设施建设。

她说: "进口更着重工业机械和高科技产品。我们进口更多的高科技产品, 如小工具、平板电视、电脑和笔记本电脑。在未来仍然需要进口。"(刚毅)