



BERITA NEGARA REPUBLIK INDONESIA

No.716, 2018

KEMENDAG. Pedoman Penyusunan dan Mekanisme Pelaporan Perwakilan Perdagangan di LN. Pencabutan.

PERATURAN MENTERI PERDAGANGAN REPUBLIK INDONESIA
NOMOR 63 TAHUN 2018
TENTANG
PEDOMAN PENYUSUNAN DAN MEKANISME PELAPORAN
PERWAKILAN PERDAGANGAN DI LUAR NEGERI

DENGAN RAHMAT TUHAN YANG MAHA ESA

MENTERI PERDAGANGAN REPUBLIK INDONESIA,

- Menimbang : a. bahwa untuk meningkatkan kinerja dan mewujudkan siklus manajemen dan sistem pelaporan yang teratur untuk pencapaian sasaran pembangunan perdagangan melalui pelaksanaan tugas dan fungsi unit kerja Perwakilan Perdagangan di Luar Negeri, perlu mengatur kembali pedoman penyusunan dan mekanisme pelaporan Perwakilan Perdagangan di Luar Negeri;
- b. bahwa berdasarkan pertimbangan sebagaimana dimaksud dalam huruf a, perlu menetapkan Peraturan Menteri Perdagangan tentang Pedoman Penyusunan dan Mekanisme Pelaporan Perwakilan Perdagangan di Luar Negeri;
- Mengingat : 1. Undang-Undang Nomor 39 Tahun 2008 tentang Kementerian Negara (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2008 Nomor 166, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4916);

2. Peraturan Presiden Nomor 7 Tahun 2015 tentang Organisasi Kementerian Negara (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2015 Nomor 8);
3. Peraturan Presiden Nomor 48 Tahun 2015 tentang Kementerian Perdagangan (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2015 Nomor 90);
4. Keputusan Presiden Nomor 48 Tahun 1994 tentang Kantor Dagang dan Ekonomi Indonesia di Taipei;
5. Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 09/M-DAG/PER/3/2010 tentang Organisasi dan Tata Kerja Atase Perdagangan pada Perwakilan Republik Indonesia di Luar Negeri (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2010 Nomor 211);
6. Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 10/M-DAG/PER/3/2010 tentang Uraian Tugas Pusat Promosi Perdagangan Indonesia (*Indonesian Trade Promotion Center*) di Luar Negeri (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2010 Nomor 212) sebagaimana telah diubah dengan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 13.1/M-DAG/PER/3/2010 tentang Perubahan atas Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 10/M-DAG/PER/3/2010 tentang Uraian Tugas Pusat Promosi Perdagangan Indonesia (*Indonesian Trade Promotion Center*) di Luar Negeri;
7. Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 08/M-DAG/PER/2/2016 tentang Organisasi dan Tata Kerja Kementerian Perdagangan (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2016 Nomor 202);
8. Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 71/M-DAG/PER/10/2016 tentang Pembinaan dan Pengembangan Perwakilan Perdagangan di Luar Negeri (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2016 Nomor 1581);

MEMUTUSKAN:

Menetapkan : PERATURAN MENTERI PERDAGANGAN TENTANG PEDOMAN PENYUSUNAN DAN MEKANISME PELAPORAN PERWAKILAN PERDAGANGAN DI LUAR NEGERI.

Pasal 1

Perwakilan Perdagangan di Luar Negeri terdiri atas:

- a. Duta Besar Republik Indonesia untuk *World Trade Organization* (WTO) pada Kantor Perutusan Tetap Republik Indonesia di Jenewa, Swiss;
- b. Kantor Dagang dan Ekonomi Indonesia (KDEI) di Taipei;
- c. Atase Perdagangan;
- d. Konsul Perdagangan; dan
- e. *Indonesian Trade Promotion Center* (ITPC).

Pasal 2

- (1) Perwakilan Perdagangan di Luar Negeri menyampaikan laporan capaian kinerja kepada Menteri Perdagangan melalui Sekretaris Jenderal.
- (2) Penyampaian laporan capaian kinerja sebagaimana dimaksud pada ayat (1) melalui Sistem Informasi Kinerja Perwakilan Perdagangan di Luar Negeri secara *online* yang dikelola oleh Pusat Data dan Sistem Informasi.
- (3) Laporan capaian kinerja sebagaimana dimaksud pada ayat (2) disampaikan setiap triwulan.

Pasal 3

- (1) Capaian kinerja sebagaimana dimaksud dalam Pasal 2 disusun berdasarkan sasaran kegiatan Perwakilan Perdagangan di Luar Negeri.
- (2) Sasaran kegiatan Perwakilan Perdagangan di Luar Negeri sebagaimana dimaksud dalam Pasal 1 huruf a, huruf c, huruf d, dan huruf e, sebagai berikut:
 - a. melakukan analisis intelijen bisnis terhadap kompetitor, kebijakan ekonomi, dan perdagangan di negara akreditasi;

- b. menetapkan 10 (sepuluh) produk andalan dilengkapi masing-masing 10 (sepuluh) pembeli potensial (*potential buyer*) dan 10 (sepuluh) penjual potensial (*potential seller*);
 - c. mempertahankan dan meningkatkan pangsa pasar 10 (sepuluh) produk andalan;
 - d. meningkatkan dan menjangkau produk yang baru;
 - e. memasarkan produk *high end* yang unik dan produk kreatif;
 - f. laporan penanganan produk yang mengalami hambatan perdagangan;
 - g. melaksanakan promosi;
 - h. berperan aktif dalam proses perundingan perdagangan internasional;
 - i. menyusun informasi intelijen terkait strategi pesaing yang dapat ditindaklanjuti oleh penjual (*seller*) di Indonesia; dan
 - j. mengoptimalkan pemanfaatan hasil perjanjian perdagangan atau skema kerja sama perdagangan.
- (3) Sasaran kegiatan Kantor Dagang dan Ekonomi Indonesia (KDEI) di Taipei sebagaimana dimaksud dalam Pasal 1 huruf b, sebagai berikut:
- a. menetapkan capaian kinerja bidang perdagangan;
 - b. menetapkan rencana investasi Taiwan ke Indonesia;
 - c. menetapkan kontribusi ekspor produk industri;
 - d. menetapkan jumlah kunjungan wisatawan Taiwan ke Indonesia;
 - e. menetapkan pelayanan fasilitasi pendidikan dan kegiatan pariwisata/budaya;
 - f. melakukan perlindungan, penempatan, dan pembinaan Pekerja Migran Indonesia di Taiwan;
 - g. melakukan pelayanan keimigrasian; dan
 - h. melakukan pelayanan administrasi dan konsuleran.

Pasal 4

- (1) Untuk mengukur keberhasilan sasaran kegiatan Perwakilan Perdagangan di Luar Negeri, ditetapkan indikator kinerja.
- (2) Indikator kinerja Perwakilan Perdagangan di Luar Negeri sebagaimana dimaksud dalam Pasal 1 huruf a, huruf c, huruf d, dan huruf e, sebagai berikut:
 - a. melakukan analisis intelijen bisnis terhadap kompetitor, kebijakan ekonomi, dan perdagangan di negara akreditasi dengan indikator kinerja jumlah laporan analisis intelijen bisnis;
 - b. menetapkan 10 (sepuluh) produk andalan dilengkapi masing-masing 10 (sepuluh) pembeli potensial (*potential buyer*) dan 10 (sepuluh) penjual potensial (*potential seller*) dengan indikator kinerja nilai ekspor 10 (sepuluh) komoditi;
 - c. mempertahankan dan meningkatkan pangsa pasar 10 (sepuluh) produk andalan dengan indikator kinerja pangsa pasar 10 (sepuluh) produk andalan;
 - d. meningkatkan dan menjangkau produk yang baru dengan indikator kinerja jumlah produk baru dan nilai transaksi;
 - e. memasarkan produk *high end* yang unik dan produk kreatif dengan indikator kinerja jumlah produk dan nilai transaksi;
 - f. laporan penanganan produk yang mengalami hambatan perdagangan dengan indikator kinerja jumlah laporan penanganan produk atau isu perdagangan yang menghambat perdagangan;
 - g. melaksanakan promosi yang sesuai dengan indikator kinerja:
 1. *permanent display/House of Indonesia/Restaurant/Café*;
 2. nilai transaksi misi pembelian;
 3. fasilitasi misi pembelian;
 4. jumlah produk *digital promotion*;
 5. nilai transaksi *Trade Expo Indonesia*; dan/atau