

Produk Indonesia Ikut Dalam Festival Belanja Online Di Tiongkok

2018-10-15 11:06:09

<http://indonesian.cri.cn/20181015/95b15c3e-7f32-ed7a-74a7-e882660cf5a0.html>

Pertemuan Steering Committee E-Commerce Indonesia dengan Jack Ma, selaku Penasehat E-Commerce Indonesia dan team di sela-sela World Bank dan IMF Annual Meeting di Bali telah menyepakati keikutsertaan lima produk Indonesia dalam "Festival 11.11 Singles Day" —Festival Belanja Online terbesar di Tiongkok — yaitu Mooi Luwat, Biskuit Richeese, Kerupuk Udang, Indomie Goreng dan Sarang Burung Walet.

Hadir dalam pertemuan yang dipimpin oleh Menko Perekonomian adalah Menteri Perindustrian, Menteri Komunikasi dan Informatika, Ketua Dewan Komisaris OJK, Kepala Badan Ekonomi Kreatif, Deputy Gubernur BI, para Pejabat Kemenko Perekonomian dan Dubes RI Beijing. Pertemuan juga membahas tindak lanjut hasil pertemuan Presiden RI dengan Jack Ma dan pertemuan dengan SC E-Commerce Indonesia di Bogor dan Jakarta awal September 2018. Pertemuan juga melibatkan Ketua Kadin dan Pengurus Kadin.

Pemilihan kelima produk tersebut terkait kesiapan stok 1 juta paket saat pelaksanaan festival, telah teregistrasi di platform Alibaba (khususnya Tmall) serta telah memiliki dukungan supply chain yang baik untukantisipasi terjadinya peningkatan permintaan ekspor yang signifikan. Selain itu, produk-produk tersebut sudah ada dan siap dijual di Tiongkok yang diharapkan dapat memberikan multiplier effects ke brand produk Indonesia lainnya di segmen tersebut

Kelima produk itu akan dipromosikan dalam T-Mall Global Indonesia Country Pavilion yang segera diluncurkan dalam waktu dekat, bersamaan dengan dimulainya rangkaian Festival 11.11 Singles Day. Hal ini merupakan awal dari kerja sama yang saling menguntungkan di masa yang akan datang. Kedepan, produk-produk andalan lainnya sudah mulai dipromosikan di Indonesia Pavilion.

Serangkaian kegiatan promosi untuk produk Indonesia di Pavillion tersebut akan dilakukan oleh Alibaba Group bekerja sama dengan KBRI Beijing, Indonesia Chamber of Commerce in China (INACHAM) dan para pemangku kepentingan terkait lainnya khususnya KADIN. Selain menjadi platform untuk promosi berbagai produk ekspor Indonesia di Tiongkok, Country Pavilion ini juga akan berisi konten promosi budaya dan pariwisata Indonesia kepada konsumen Tiongkok.

Festival 11.11 Singles Day Alibaba Group berhasil mencatat rekor penjualan sebesar RMB 162 miliar (sekitar \$25.3 miliar) pada tahun 2017. Pada tahun ini, selain partisipasi produk Indonesia pada Festival 11.11 Singles Day, Indonesia juga akan menjadi Country

of Honor dalam pameran China International Import Expo (CIIE) Shanghai bulan November mendatang.