



PERATURAN MENTERI PERDAGANGAN REPUBLIK INDONESIA
NOMOR 14 TAHUN 2025
TENTANG
TATA CARA PENYELENGGARAAN, KEMUDAHAN, DAN KEIKUTSERTAAN
PADA PROMOSI DAGANG DALAM RANGKA KEGIATAN PENCITRAAN
INDONESIA

DENGAN RAHMAT TUHAN YANG MAHA ESA

MENTERI PERDAGANGAN REPUBLIK INDONESIA,

- Menimbang : bahwa untuk melaksanakan ketentuan Pasal 127 Peraturan Pemerintah Nomor 29 Tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Bidang Perdagangan, perlu menetapkan Peraturan Menteri Perdagangan tentang Tata Cara Penyelenggaraan, Kemudahan, dan Keikutsertaan pada Promosi Dagang dalam rangka Kegiatan Pencitraan Indonesia;
- Mengingat : 1. Pasal 17 ayat (3) Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945;
2. Undang-Undang Nomor 39 Tahun 2008 tentang Kementerian Negara (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2008 Nomor 166, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4916) sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang Nomor 61 Tahun 2024 tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 39 Tahun 2008 tentang Kementerian Negara (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2024 Nomor 225, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 6994);
3. Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2014 Nomor 45, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5512) sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2023 tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2022 tentang Cipta Kerja Menjadi Undang-Undang (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2023 Nomor 41, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 6856);
4. Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2014 Nomor 244, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5587) sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2023

- tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2022 tentang Cipta Kerja Menjadi Undang-Undang (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2023 Nomor 41, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 6856);
5. Peraturan Pemerintah Nomor 29 Tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Bidang Perdagangan (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2021 Nomor 39, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 6641);
 6. Peraturan Presiden Nomor 32 Tahun 2019 tentang Pelaksanaan Kampanye Pencitraan Indonesia (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2019 Nomor 99);
 7. Peraturan Presiden Nomor 168 Tahun 2024 tentang Kementerian Perdagangan (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2024 Nomor 364);
 8. Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 6 Tahun 2025 tentang Organisasi dan Tata Kerja Kementerian Perdagangan (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2025 Nomor 53);

MEMUTUSKAN:

Menetapkan : PERATURAN MENTERI PERDAGANGAN TENTANG TATA CARA PENYELENGGARAAN, KEMUDAHAN, DAN KEIKUTSERTAAN PADA PROMOSI DAGANG DALAM RANGKA KEGIATAN PENCITRAAN INDONESIA.

BAB I
KETENTUAN UMUM

Pasal 1

Dalam Peraturan Menteri ini yang dimaksud dengan:

1. Promosi Dagang adalah kegiatan mempertunjukkan, memperagakan, memperkenalkan, dan/atau menyebarluaskan informasi hasil produksi barang dan/atau jasa untuk menarik minat beli konsumen, baik di dalam negeri maupun di luar negeri, dalam jangka waktu tertentu untuk meningkatkan penjualan, memperluas pasar, dan mencari hubungan dagang.
2. Barang adalah setiap benda, baik berwujud maupun tidak berwujud, baik bergerak maupun tidak bergerak, baik dapat dihabiskan maupun tidak dapat dihabiskan, dan dapat diperdagangkan, dipakai, digunakan, atau dimanfaatkan oleh konsumen atau Pelaku Usaha.
3. Jasa adalah setiap layanan dan unjuk kerja berbentuk pekerjaan atau hasil kerja yang dicapai, yang diperdagangkan oleh satu pihak ke pihak lain dalam masyarakat untuk dimanfaatkan oleh konsumen atau Pelaku Usaha.
4. Pameran Dagang adalah kegiatan yang dilakukan oleh penyelenggara pameran untuk mempertunjukkan, memperagakan, memperkenalkan, dan/atau memberikan contoh Barang/Jasa serta meningkatkan citra produk kepada calon pembeli dan pengunjung pameran baik dari dalam negeri maupun luar negeri dengan tujuan untuk

- memperoleh transaksi dagang secara langsung dan/atau tidak langsung.
5. Misi Dagang adalah kunjungan ke luar negeri dalam rangka pertemuan bisnis untuk memperluas peluang peningkatan ekspor.
 6. Kegiatan Pencitraan Indonesia yang selanjutnya disebut Kegiatan Pencitraan adalah suatu upaya membangun citra positif Indonesia terhadap Barang dan/atau Jasa yang dapat diperdagangkan di dalam dan/atau di luar negeri.
 7. Perwakilan Republik Indonesia di Luar Negeri adalah Perwakilan Diplomatik dan Perwakilan Konsuler Republik Indonesia yang secara resmi mewakili dan memperjuangkan kepentingan bangsa, negara, dan Pemerintah Republik Indonesia secara keseluruhan di negara penerima atau di organisasi internasional.
 8. Pemerintah Daerah adalah kepala daerah sebagai unsur penyelenggara pemerintahan daerah yang memimpin pelaksanaan urusan pemerintahan yang menjadi kewenangan daerah otonom.
 9. Pelaku Usaha adalah setiap orang perseorangan warga negara Indonesia atau badan usaha yang berbentuk badan hukum atau bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan dalam wilayah hukum Negara Kesatuan Republik Indonesia yang melakukan kegiatan usaha di bidang perdagangan.
 10. Penyelenggara Pameran Dagang adalah Pelaku Usaha yang menyelenggarakan kegiatan Pameran Dagang.
 11. Menteri adalah menteri yang menyelenggarakan urusan pemerintahan di bidang perdagangan.
 12. Direktur Jenderal adalah direktur jenderal yang membidangi pengembangan ekspor nasional.

BAB II PROMOSI DAGANG

Bagian Kesatu Umum

Pasal 2

- (1) Kementerian, lembaga pemerintah nonkementerian, dan/atau Pemerintah Daerah berkewajiban untuk memperkenalkan dan memperluas akses pasar bagi Barang dan/atau Jasa produksi dalam negeri sekaligus untuk membangun citra positif Indonesia dengan cara:
 - a. menyelenggarakan Promosi Dagang; dan/atau
 - b. keikutsertaan pada Promosi Dagang.
- (2) Promosi Dagang sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dapat berupa:
 - a. Pameran Dagang di luar negeri; dan
 - b. Misi Dagang.

Pasal 3

- (1) Menteri mengoordinasikan pelaksanaan Promosi Dagang sebagaimana dimaksud dalam Pasal 2 ayat (2).

- (2) Kewenangan pengoordinasian sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilaksanakan oleh Direktur Jenderal.

Bagian Kedua
Pameran Dagang di Luar Negeri

Pasal 4

Pameran Dagang di luar negeri sebagaimana dimaksud dalam Pasal 2 ayat (2) huruf a dapat diselenggarakan dan/atau diikuti oleh kementerian, lembaga pemerintah nonkementerian, dan/atau Pemerintah Daerah.

Pasal 5

- (1) Dalam penyelenggaraan Pameran Dagang di luar negeri sebagaimana dimaksud dalam Pasal 4, kementerian, lembaga pemerintah nonkementerian, dan/atau Pemerintah Daerah mengikutsertakan Pelaku Usaha, koperasi, dan/atau lembaga lain.
- (2) Lembaga lain sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dapat berupa perguruan tinggi, asosiasi, organisasi kemasyarakatan, yayasan, dan badan lainnya.

Bagian Ketiga
Misi Dagang

Pasal 6

- (1) Misi Dagang sebagaimana dimaksud dalam Pasal 2 ayat (2) huruf b dilakukan oleh kementerian, lembaga pemerintah nonkementerian, Pemerintah Daerah, Pelaku Usaha, dan/atau lembaga lain.
- (2) Lembaga lain sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dapat berupa perguruan tinggi, asosiasi, organisasi kemasyarakatan, yayasan, dan badan lainnya.
- (3) Penyelenggaraan Misi Dagang oleh kementerian dan/atau lembaga pemerintah nonkementerian sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilaksanakan oleh Menteri.
- (4) Menteri dapat memberikan mandat penyelenggaraan Misi Dagang sebagaimana dimaksud pada ayat (3) kepada Direktur Jenderal.

BAB III
TATA CARA PENYELENGGARAAN PROMOSI DAGANG

Bagian Kesatu
Penyelenggaraan Pameran Dagang di Luar Negeri

Pasal 7

Dalam penyelenggaraan Pameran Dagang di luar negeri sebagaimana dimaksud dalam Pasal 4, kementerian, lembaga pemerintah nonkementerian, dan/atau Pemerintah Daerah harus bekerja sama dengan Penyelenggara Pameran Dagang dengan memperhatikan ketentuan yang berlaku di negara tempat penyelenggaraan Pameran Dagang.

Pasal 8

- (1) Dalam melakukan perencanaan penyelenggaraan Pameran Dagang di luar negeri, kementerian, lembaga pemerintah nonkementerian, dan/atau Pemerintah Daerah mempertimbangkan paling sedikit:
 - a. potensi perdagangan dengan negara setempat;
 - b. kesesuaian sektor produk Pameran Dagang dengan prioritas nasional dan/atau potensi daerah;
 - c. kredibilitas Penyelenggara Pameran Dagang; dan
 - d. kebijakan di negara setempat.
- (2) Kementerian, lembaga pemerintah nonkementerian, dan/atau Pemerintah Daerah menyampaikan rencana penyelenggaraan dan laporan penyelenggaraan Pameran Dagang di luar negeri kepada Menteri melalui Direktur Jenderal.
- (3) Penyampaian rencana penyelenggaraan Pameran Dagang di luar negeri sebagaimana dimaksud pada ayat (2) untuk:
 - a. penyelenggaraan selama periode 1 (satu) tahun berikutnya, dilakukan paling lambat tanggal 15 Desember tahun anggaran berjalan; atau
 - b. setiap penyelenggaraan, dilakukan paling lambat 90 (sembilan puluh) hari kalender sebelum tanggal pelaksanaan.
- (4) Rencana penyelenggaraan Pameran Dagang di luar negeri sebagaimana dimaksud pada ayat (2) memuat informasi mengenai:
 - a. waktu penyelenggaraan;
 - b. tempat penyelenggaraan;
 - c. luas lahan tempat penyelenggaraan;
 - d. target jumlah Pelaku Usaha yang memamerkan Barang dan/atau Jasa;
 - e. profil Penyelenggara Pameran Dagang yang bekerja sama dalam penyelenggaraan Pameran Dagang;
 - f. target jumlah pengunjung dan target nilai transaksi; dan
 - g. kegiatan pendukung.
- (5) Laporan penyelenggaraan Pameran Dagang di luar negeri sebagaimana dimaksud pada ayat (2) disampaikan paling lambat 30 (tiga puluh) hari kalender setelah tanggal pelaksanaan.
- (6) Laporan penyelenggaraan Pameran Dagang di luar negeri sebagaimana dimaksud pada ayat (2) paling sedikit memuat informasi mengenai:
 - a. waktu penyelenggaraan;
 - b. tempat penyelenggaraan;
 - c. luas lahan tempat penyelenggaraan;
 - d. jumlah peserta;
 - e. jumlah pengunjung;
 - f. Barang dan/atau Jasa yang dipamerkan;
 - g. kontak dagang;
 - h. capaian nilai transaksi atau potensi nilai transaksi;
 - i. kegiatan pendukung; dan
 - j. evaluasi atas penyelenggaraan Pameran Dagang.
- (7) Penyampaian rencana penyelenggaraan dan laporan penyelenggaraan Pameran Dagang di luar negeri sebagaimana dimaksud pada ayat (2) dilakukan secara

elektronik melalui sistem terpadu berbasis teknologi informasi atau korespondensi.

Pasal 9

- (1) Kementerian, lembaga pemerintah nonkementerian, dan/atau Pemerintah Daerah dapat menyelenggarakan Pameran Dagang di luar negeri dengan luas lahan paling sedikit 3.500 m² (tiga ribu lima ratus meter persegi) yang berlokasi di gedung khusus untuk penyelenggaraan pameran.
- (2) Dalam hal tidak terdapat gedung khusus untuk penyelenggaraan pameran sebagaimana dimaksud pada ayat (1), Pameran Dagang di luar negeri dapat diselenggarakan di tempat lain dengan mempertimbangkan paling sedikit:
 - a. kesesuaian dengan peraturan perundang-undangan di negara setempat;
 - b. kesesuaian dengan sektor produk Pameran Dagang; dan
 - c. aksesibilitas.
- (3) Pemenuhan ketentuan penyelenggaraan Pameran Dagang di luar negeri sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) dapat dilaksanakan oleh kementerian, lembaga pemerintah nonkementerian, dan/atau Pemerintah Daerah secara mandiri atau bersama-sama.

Pasal 10

Dalam menyelenggarakan Pameran Dagang di luar negeri sebagaimana dimaksud dalam Pasal 4, kementerian, lembaga pemerintah nonkementerian, dan/atau Pemerintah Daerah harus mencantumkan paling sedikit simbol/logo citra Indonesia sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Pasal 11

- (1) Kementerian, lembaga pemerintah nonkementerian, dan/atau Pemerintah Daerah melakukan kurasi kepada Pelaku Usaha serta Barang dan/atau Jasa yang akan diikutsertakan pada penyelenggaraan Pameran Dagang di luar negeri sebagaimana dimaksud dalam Pasal 4.
- (2) Kurasi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dapat melibatkan pemangku kepentingan lain.
- (3) Kurasi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilakukan paling sedikit pada:
 - a. akta perusahaan;
 - b. nomor induk berusaha;
 - c. perizinan berusaha;
 - d. nomor pokok wajib pajak;
 - e. kesesuaian Barang dan/atau Jasa dengan sektor produk Pameran Dagang;
 - f. pemenuhan persyaratan teknis Barang dan/atau Jasa sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan di Indonesia atau negara setempat; dan
 - g. kapasitas produksi.

Pasal 12

- (1) Selain berkoordinasi dengan Menteri, kementerian, lembaga pemerintah nonkementerian, dan/atau Pemerintah Daerah berkoordinasi dengan Perwakilan Republik Indonesia di Luar Negeri dalam penyelenggaraan Pameran Dagang di luar negeri.
- (2) Koordinasi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilakukan pada saat persiapan, pelaksanaan, dan pasca pelaksanaan Pameran Dagang di luar negeri.

Bagian Kedua Penyelenggaraan Misi Dagang

Pasal 13

- (1) Penyelenggaraan Misi Dagang sebagaimana dimaksud dalam Pasal 6 dilaksanakan melalui kegiatan paling sedikit berupa:
 - a. forum bisnis; dan
 - b. penjajakan bisnis (*business matching*).
- (2) Forum bisnis sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf a dilakukan dalam bentuk pertemuan bisnis yang melibatkan unsur pemerintah dan pelaku usaha negara setempat.
- (3) Penjajakan bisnis (*business matching*) sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf b dilakukan dalam bentuk pertemuan antara Pelaku Usaha dan pelaku usaha negara setempat untuk mendapatkan kontak dagang.

Pasal 14

- (1) Tempat penyelenggaraan Misi Dagang harus memenuhi paling sedikit kriteria:
 - a. ruangan di dalam gedung yang diperuntukkan khusus untuk kegiatan pertemuan;
 - b. memiliki luasan dan sarana yang dapat mengakomodasi pelaksanaan seluruh rangkaian kegiatan Misi Dagang; dan
 - c. berlokasi di area yang strategis atau berada di pusat bisnis.
- (2) Tempat penyelenggaraan Misi Dagang paling sedikit menampilkan simbol/logo citra Indonesia sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Pasal 15

Dalam melakukan perencanaan penyelenggaraan Misi Dagang sebagaimana dimaksud dalam Pasal 14, kementerian, lembaga pemerintah nonkementerian, dan/atau Pemerintah Daerah mempertimbangkan potensi perdagangan dengan negara tujuan.

Pasal 16

- (1) Dalam hal perencanaan penyelenggaraan Misi Dagang sebagaimana dimaksud dalam Pasal 14, Pemerintah Daerah menyampaikan rencana penyelenggaraan dan laporan penyelenggaraan Misi Dagang kepada Menteri melalui Direktur Jenderal.

- (2) Penyampaian rencana penyelenggaraan Misi Dagang sebagaimana dimaksud pada ayat (1) untuk:
 - a. penyelenggaraan selama periode 1 (satu) tahun berikutnya, dilakukan paling lambat tanggal 15 Desember tahun anggaran berjalan; atau
 - b. setiap penyelenggaraan, dilakukan paling lambat 60 (enam puluh) hari kalender sebelum tanggal pelaksanaan.
- (3) Rencana penyelenggaraan Misi Dagang sebagaimana dimaksud pada ayat (1) memuat informasi mengenai:
 - a. waktu penyelenggaraan;
 - b. tempat penyelenggaraan;
 - c. target peserta; dan
 - d. kegiatan bisnis lain.
- (4) Laporan penyelenggaraan Misi Dagang sebagaimana dimaksud pada ayat (1) disampaikan paling lambat 30 (tiga puluh) hari kalender setelah tanggal pelaksanaan Misi Dagang.
- (5) Laporan penyelenggaraan Misi Dagang sebagaimana dimaksud pada ayat (1) memuat informasi mengenai:
 - a. waktu penyelenggaraan;
 - b. tempat penyelenggaraan;
 - c. jumlah Pelaku Usaha yang diikutsertakan;
 - d. Barang dan/atau Jasa yang diikutsertakan;
 - e. kontak dagang;
 - f. capaian nilai transaksi atau potensi nilai transaksi; dan
 - g. kegiatan bisnis lain.
- (6) Penyampaian rencana penyelenggaraan dan laporan penyelenggaraan Misi Dagang sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilakukan secara elektronik melalui sistem terpadu berbasis teknologi informasi atau korespondensi.

Pasal 17

- (1) Menteri dan Pemerintah Daerah berkoordinasi dengan Perwakilan Republik Indonesia di Luar Negeri dalam penyelenggaraan Misi Dagang.
- (2) Koordinasi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilakukan pada saat persiapan, pelaksanaan, dan pasca pelaksanaan Misi Dagang.

BAB IV KEMUDAHAN PROMOSI DAGANG

Pasal 18

- (1) Dalam pelaksanaan Promosi Dagang, kementerian, lembaga pemerintah nonkementerian, dan/atau Pemerintah Daerah dapat memberikan kemudahan kepada Pelaku Usaha dan/atau lembaga lain.
- (2) Kemudahan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) berupa:
 - a. penerbitan surat dukungan pelaksanaan kegiatan Promosi Dagang dalam rangka Kegiatan Pencitraan;
 - b. bantuan sarana dan prasarana; dan/atau
 - c. informasi.

Pasal 19

- (1) Bantuan sarana dan prasarana sebagaimana dimaksud dalam Pasal 18 ayat (2) huruf b berupa:
 - a. lahan dan stan Pameran Dagang yang menggunakan desain khusus;
 - b. ruang pertemuan Misi Dagang; dan/atau
 - c. penerjemah.
- (2) Bantuan informasi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 18 ayat (2) huruf c berupa:
 - a. peluang pasar produk ekspor Indonesia; dan/atau
 - b. calon pembeli potensial.

BAB V

KEIKUTSERTAAN PADA PROMOSI DAGANG

Bagian Kesatu

Keikutsertaan pada Pameran Dagang di Luar Negeri

Pasal 20

- (1) Dalam melakukan perencanaan keikutsertaan pada Pameran Dagang di luar negeri sebagaimana dimaksud dalam Pasal 4, kementerian, lembaga pemerintah nonkementerian, dan/atau Pemerintah Daerah paling sedikit mempertimbangkan:
 - a. kredibilitas Penyelenggara Pameran Dagang;
 - b. kesesuaian sektor produk Pameran Dagang dengan prioritas nasional dan/atau potensi daerah;
 - c. capaian penyelenggaraan sebelumnya dan/atau potensi capaian penyelenggaraan Pameran Dagang;
 - d. sarana dan prasarana pendukung Pameran Dagang; dan
 - e. kebijakan di negara setempat.
- (2) Kementerian, lembaga pemerintah nonkementerian, dan/atau Pemerintah Daerah menyampaikan rencana keikutsertaan dan laporan keikutsertaan pada Pameran Dagang di luar negeri kepada Menteri melalui Direktur Jenderal.
- (3) Penyampaian rencana keikutsertaan pada Pameran Dagang di luar negeri sebagaimana dimaksud pada ayat (2) untuk:
 - a. keikutsertaan selama periode 1 (satu) tahun berikutnya, dilakukan paling lambat tanggal 15 Desember tahun anggaran berjalan; atau
 - b. setiap keikutsertaan, dilakukan paling lambat 90 (sembilan puluh) hari kalender sebelum tanggal pelaksanaan.
- (4) Rencana keikutsertaan pada Pameran Dagang di luar negeri sebagaimana dimaksud pada ayat (2) memuat informasi mengenai:
 - a. waktu pelaksanaan;
 - b. tempat pelaksanaan;
 - c. luas lahan stan;
 - d. profil Pelaku Usaha yang diikutsertakan;
 - e. potensi nilai transaksi; dan
 - f. kegiatan bisnis lain.

- (5) Laporan keikutsertaan pada Pameran Dagang di luar negeri sebagaimana dimaksud pada ayat (2) disampaikan paling lambat 30 (tiga puluh) hari kalender setelah tanggal pelaksanaan.
- (6) Laporan keikutsertaan pada Pameran Dagang di luar negeri sebagaimana dimaksud pada ayat (2) paling sedikit memuat informasi mengenai:
 - a. waktu pelaksanaan;
 - b. tempat pelaksanaan;
 - c. jumlah Pelaku Usaha yang diikutsertakan;
 - d. luas lahan stan;
 - e. produk Barang dan/atau Jasa yang dipamerkan;
 - f. kontak dagang;
 - g. capaian nilai transaksi atau potensi nilai transaksi;
 - h. kegiatan bisnis lain; dan
 - i. evaluasi atas keikutsertaan Pameran Dagang.
- (7) Penyampaian rencana keikutsertaan dan laporan keikutsertaan pada Pameran Dagang di luar negeri sebagaimana dimaksud pada ayat (2) dilakukan secara elektronik melalui sistem terpadu berbasis teknologi informasi atau korespondensi.

Pasal 21

- (1) Keikutsertaan kementerian, lembaga pemerintah nonkementerian, dan/atau Pemerintah Daerah pada Pameran Dagang di luar negeri dilakukan dengan menempati stan dengan luas lahan paling sedikit 36 m² (tiga puluh enam meter persegi).
- (2) Pemenuhan stan dengan luas lahan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dapat dilaksanakan oleh kementerian, lembaga pemerintah nonkementerian, dan/atau Pemerintah Daerah secara mandiri atau bersama-sama.

Pasal 22

- (1) Stan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 21 ayat (1) didesain secara khusus dan paling sedikit mencantumkan simbol/logo citra Indonesia dan identitas visual.
- (2) Simbol/logo citra Indonesia dan identitas visual serta contoh pengaplikasian simbol/logo citra Indonesia dan identitas visual pada desain stan pameran dagang sebagaimana tercantum dalam Lampiran yang merupakan bagian tidak terpisahkan dari Peraturan Menteri ini.

Pasal 23

Pelaku Usaha dan/atau lembaga lain yang ikut serta secara mandiri pada Pameran Dagang di luar negeri paling sedikit mencantumkan simbol/logo citra Indonesia sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Pasal 24

- (1) Kementerian, lembaga pemerintah nonkementerian, dan/atau Pemerintah Daerah melakukan kurasi kepada

Pelaku Usaha serta Barang dan/atau Jasa yang akan diikutsertakan pada Pameran Dagang di luar negeri.

- (2) Kurasi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dapat melibatkan pemangku kepentingan lain.
- (3) Kurasi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilakukan paling sedikit pada:
 - a. akta perusahaan;
 - b. nomor induk berusaha;
 - c. perizinan berusaha;
 - d. nomor pokok wajib pajak;
 - e. kesesuaian Barang dan/atau Jasa dengan sektor produk Pameran Dagang;
 - f. pemenuhan persyaratan teknis Barang dan/atau Jasa sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan di Indonesia atau negara setempat; dan
 - g. kapasitas produksi.

Pasal 25

- (1) Selain berkoordinasi dengan Menteri, kementerian, lembaga pemerintah nonkementerian, dan/atau Pemerintah Daerah berkoordinasi dengan Perwakilan Republik Indonesia di Luar Negeri dalam keikutsertaan Pameran Dagang di luar negeri.
- (2) Koordinasi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilakukan pada saat persiapan, pelaksanaan, dan pasca keikutsertaan Pameran Dagang di luar negeri.

Bagian Kedua

Keikutsertaan pada Misi Dagang

Pasal 26

- (1) Menteri melalui Direktur Jenderal mengoordinasikan pelaksanaan Misi Dagang sebagaimana dimaksud dalam Pasal 6 dengan Perwakilan Republik Indonesia di Luar Negeri.
- (2) Menteri melalui Direktur Jenderal mengirimkan surat pemberitahuan pelaksanaan Misi Dagang kepada kementerian, lembaga pemerintah nonkementerian, Pemerintah Daerah, Pelaku Usaha, dan/atau lembaga lain.
- (3) Kementerian, lembaga pemerintah nonkementerian, Pemerintah Daerah, Pelaku Usaha, dan/atau lembaga lain menyatakan keikutsertaan pada Misi Dagang secara tertulis yang disampaikan kepada Menteri melalui Direktur Jenderal.

BAB VI

KETENTUAN PENUTUP

Pasal 27

Peraturan Menteri ini mulai berlaku pada tanggal diundangkan.

Agar setiap orang mengetahuinya, memerintahkan pengundangan Peraturan Menteri ini dengan penempatannya dalam Berita Negara Republik Indonesia.



Ditetapkan di Jakarta
pada tanggal 8 Mei 2025

MENTERI PERDAGANGAN REPUBLIK INDONESIA,

☐

BUDI SANTOSO

Diundangkan di Jakarta
pada tanggal ☐

DIREKTUR JENDERAL
PERATURAN PERUNDANG-UNDANGAN
KEMENTERIAN HUKUM REPUBLIK INDONESIA,

☐

DHAHANA PUTRA

BERITA NEGARA REPUBLIK INDONESIA TAHUN 2025 NOMOR ☐

LAMPIRAN
PERATURAN MENTERI PERDAGANGAN REPUBLIK INDONESIA
NOMOR 14 TAHUN 2025
TENTANG
TATA CARA PENYELENGGARAAN, KEMUDAHAN, DAN
KEIKUTSERTAAN PADA PROMOSI DAGANG DALAM RANGKA
KEGIATAN PENCITRAAN INDONESIA

DESAIN SIMBOL/LOGO CITRA INDONESIA DAN IDENTITAS VISUAL
PADA STAN PAMERAN DAGANG DI LUAR NEGERI

I. Simbol/Logo Citra Indonesia



Logo berbentuk burung terinspirasi dari Garuda Pancasila sebagai lambang negara Republik Indonesia. Lima warna pada bentuk burung dari logo citra melambangkan lima sila Pancasila sebagai ideologi dasar negara dan mewakili keragaman Indonesia, baik dalam hal suku bangsa, budaya maupun kekayaan alam.

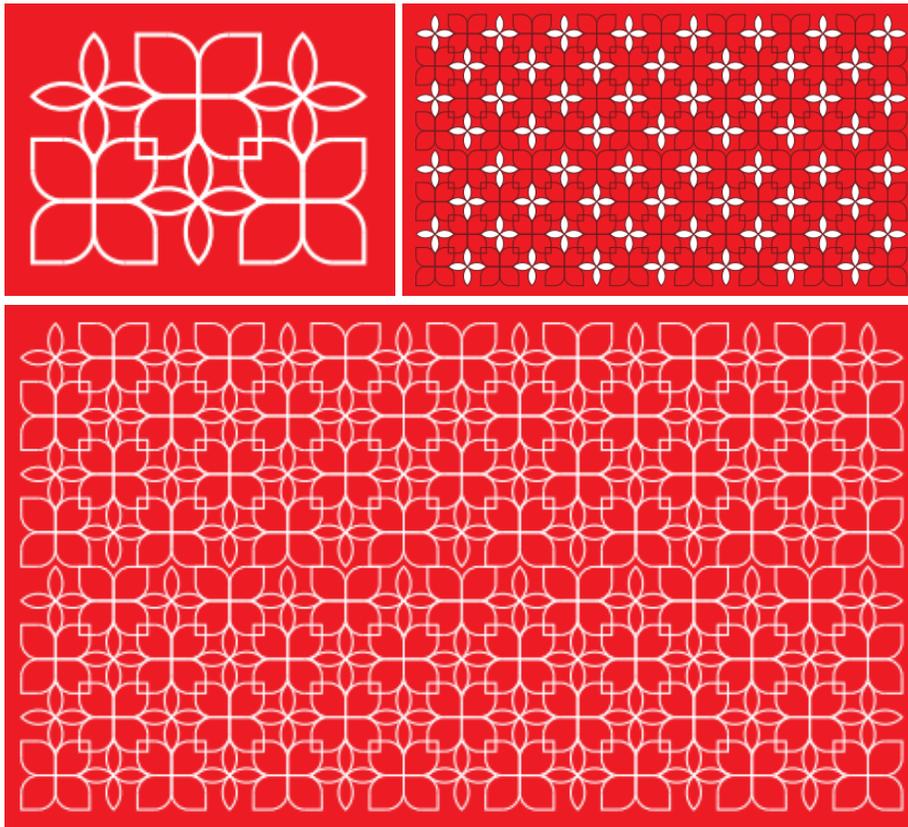
II. Identitas Visual

a. Identifikasi Negara Indonesia

indonesia

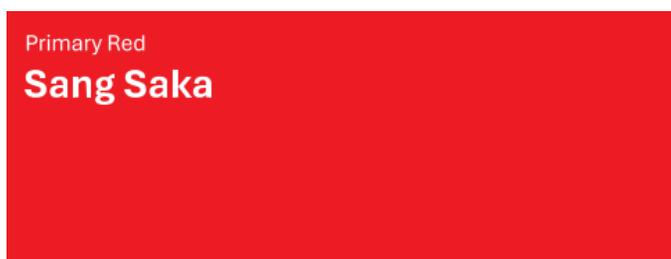
Tulisan Indonesia memberikan identifikasi yang cepat dan tepat bagi para pengunjung Pameran Dagang terhadap representasi negara Indonesia. Hal ini mempermudah pengunjung dalam mengenali paviliun Indonesia.

b. Elemen Visual Pola Puspa Bangsa



Puspa Bangsa, sebagai simbol pertumbuhan dan ekspansi, mencerminkan visi Indonesia untuk memperluas pasar global melalui perdagangan dan investasi. Pola ini mencerminkan harmoni antara tradisi dan modernitas, yang sejalan dengan posisi Indonesia sebagai negara yang kaya akan budaya dan inovatif dalam segala bidang.

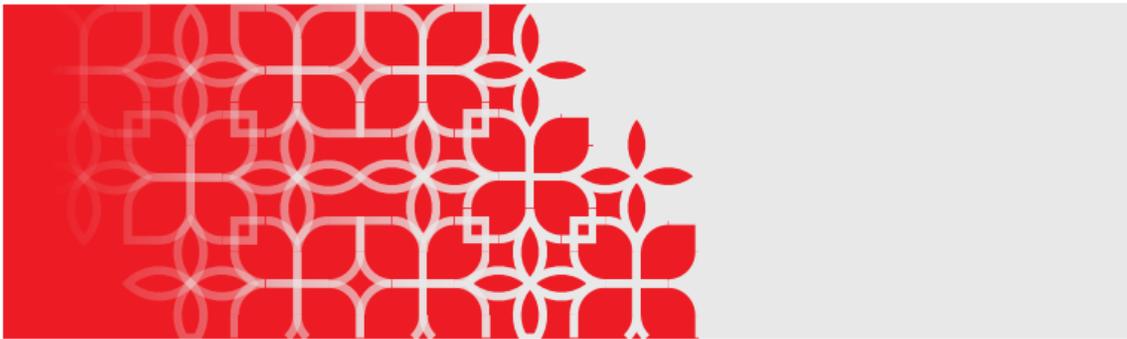
c. Elemen Visual Identitas Warna



Primary White
Nusantara Suci

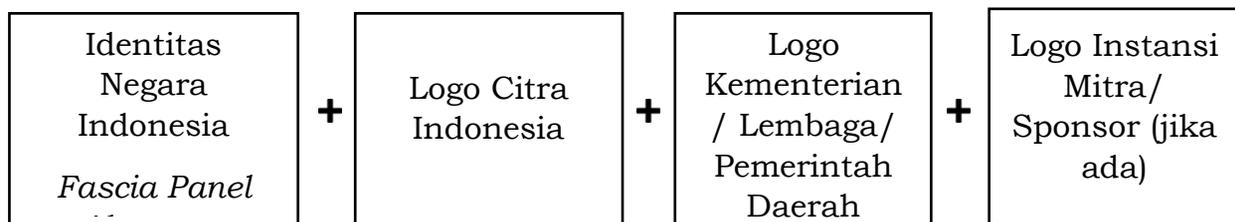
Warna merah dan warna putih merupakan simbol dari warna bendera negara Republik Indonesia. Kontras warna yang kuat antara warna merah dan warna putih membuat identitas negara menjadi lebih mudah untuk dikenali dan diingat.

d. Elemen Visual *Fascia Panel* (Papan Fasia) Alun Nusantara (Aluntara)



Alun berarti gerakan yang harmonis dan mengalir, mencerminkan motif floral Puspa Bangsa dengan transisi yang lembut dan dinamis. Desain ini merepresentasikan perjalanan Indonesia dalam membangun daya saing internasional. Transisi elemen visual dan kombinasi warna merah dan putih tidak hanya bersifat estetis, tetapi juga melambangkan perjalanan Indonesia, keterhubungan, serta pertumbuhan di tingkat global.

III. Konfigurasi Simbol/Logo Citra Indonesia dan Identitas Visual Utama



Contoh Pengaplikasian:

a. Tanpa ada logo instansi mitra atau sponsor



b. Dengan logo instansi mitra dan/atau sponsor



IV. Contoh Pengaplikasian Simbol/Logo Citra Indonesia dan Identitas Visual Pada Stan Pameran Dagang di Luar Negeri

a. Standing Tower



b. Stan Pameran











MENTERI PERDAGANGAN REPUBLIK INDONESIA,

ttd.

BUDI SANTOSO