

WARTA EKSPOR



PENGEMBANGAN DESAIN

trade with
remarkable
Indonesia



Editorial



ituasi ekonomi Indonesia maupun di berbagai belahan dunia lainnya masih terus mengalami pergolakan. Turunnya harga minyak dunia dan sejumlah barang tambang yang selama ini dijagokan sebagai penyokong ekonomi utama, membuat sejumlah industri strategis turut terkena dampak negatif. Namun, berbeda halnya dengan sektor industri kreatif, yang dapat dikatakan hampir tak terpengaruh dengan gejolak ekonomi tersebut.

Salah satu subsektor ekonomi kreatif di Indonesia yang semakin menunjukkan geliatnya adalah desain, baik desain produk maupun desain kemasan. Desain merupakan elemen penting yang mampu memberikan nilai tambah suatu produk, baik dari sisi penampilan maupun fungsi. Dengan desain yang kreatif dan inovatif, suatu produk akan memiliki daya saing yang lebih tinggi di mata konsumen.

Untuk itulah, Kementerian Perdagangan, cq. Direktorat Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional (DJPEN), mendirikan fasilitas berupa *Indonesia Design Development Center* (IDDC). Pada prinsipnya, fasilitas IDDC merupakan wadah bertemunya para desainer dan pelaku usaha yang berorientasi ekspor, untuk kemudian berkolaborasi dalam rangka membuat produk-produk baru dengan sentuhan desain, agar mampu menyesuaikan dengan tren dan selera konsumen di negara yang dipilih sebagai tujuan ekspor.

Berbagai fasilitas tersedia di IDDC, yang dapat dimanfaatkan oleh desainer dan pelaku usaha. Fasilitas dimaksud yaitu Perpustakaan Desain yang menyediakan buku-buku internasional tentang desain dan tren pasar. Ditambah lagi, pengunjung IDDC juga dapat mengakses secara gratis situs *Stylus* yang merupakan sumber informasi terkemuka dan kredibel di bidang desain. Di samping itu, untuk melengkapi pengetahuan tentang tren pasar, IDDC juga menyediakan fasilitas untuk mengakses situs *Euromonitor International*. Fasilitas lainnya adalah klinik desain di mana pelaku usaha bisa berkonsultasi dengan desainer, galeri, serta ruang pertemuan yang dapat dimanfaatkan untuk kegiatan seminar, workshop dan lain-lain.

Melalui buletin *Warta Ekspor* Maret 2016 yang mengulas IDDC, diharapkan para *stakeholders* yang terdiri dari akademisi, pemerintah, pelaku usaha dan masyarakat umum selaku konsumen, dapat memanfaatkan fasilitas yang tersedia secara maksimal. Dengan demikian, misi untuk mendorong peningkatan ekspor nonmigas Indonesia dapat terwujud secara berkelanjutan.

Tim Editor

Daftar Isi

Ditjen PEN/MJL/15/III/2016 edisi Maret



Editorial	2
Daftar Isi	2
Tajuk Utama	3
Indonesia Design Development Center	
Kisah Sukses	10
Kegiatan Ditjen PEN	14
Maret	
Sekilas Info	16
Desain Fesyen Muslim Potensi Cerah	
Daftar Importir	19

INDONESIA DESIGN DEVELOPMENT CENTER

Menurut Philip Kotler, desain didefinisikan sebagai totalitas keistimewaan yang mempengaruhi penampilan dan fungsi suatu produk dari segi kebutuhan konsumen. Hal ini sesuai dengan pernyataan pakar desain lainnya, yaitu William J. Stanton, yang menyebutkan bahwa desain mampu menambah daya penampilan suatu produk. Apabila ditarik benang merahnya, maka dapat dikatakan bahwa tampilan suatu produk akan semakin menarik perhatian apabila dilekatkan rancangan atau desain yang berbeda dari produk serupa lainnya.

Desain serta lain, produk yang berwadat sekaligus berfungsi dari sisi desain, akan memiliki daya saing yang tinggi di kancah perdagangan internasional yang semakin kompetitif.

Berdasarkan fungsi IDDC yang dijabarkan pada skema di atas, maka dapat diambil kesimpulan bahwa pihak pemangku kepentingan (*stakeholders*) yang terkait dengan pengembangan produk di pasar ekspor terdiri dari; (1) pelaku usaha sebagai tokoh yang berperan dalam proses produksi dan pemenuhan; (2) pelaku



Sebagai wadah fasilitas yang didirikan, sarana dan prasarana IDDC terus dikembangkan. T

Tajuk Utama

Selain mengangkat rupa suatu produk, di sisi lain desain juga memainkan peranan penting dalam hal fungsi suatu produk. Stanton mengatakan, pengembangan desain dapat mempermudah operasi suatu produk, sehingga fungsi yang ada dapat dimanfaatkan sebaik-baiknya. Dengan kata lain, desain juga dibuat untuk mengatasi keterbatasan kemampuan manusia.

Terkait fungsi, alat transporatasi dapat dijadikan sebagai contoh. Dalam kesehariannya, manusia melakukan

alat transportasi atau kendaraan yang memungkin manusia untuk berpindah tempat sejauh mungkin. Selain itu, beberapa tipe kendaraan juga didesain untuk menampung manusia dalam jumlah yang cukup banyak. Di samping penampilan yang lebih baik dan fungsi yang lebih maksimal, pada tahapan selanjutnya desain juga meningkatkan nilai jual dan pemasaran suatu produk. Desain yang unik dan inovatif dengan sendirinya akan menarik lebih banyak perhatian konsumen, yang berarti daya saing produk menjadi semakin tinggi. Hal inilah



Berjalan untuk jarak tertentu



Bersepeda untuk menempuh jarak yang lebih jauh



Mobil didesain untuk memungkinkan manusia untuk berpindah tempat ke jarak yang sangat jauh



Mini bus yang dirancang untuk memindahkan beberapa orang ke tempat lain dalam waktu yang bersamaan

serangkaian kegiatan yang mengharuskan untuk berpindah tempat, seperti pergi ke sekolah, pergi ke tempat kerja atau pun menuju pusat perbelanjaan. Dalam rangka mendukung aktivitas ini, diciptakanlah

yang pada akhirnya menaikkan harga jual suatu produk. Desain yang juga merupakan bentuk inovasi dan kreativitas, memegang peranan kunci dalam pengembangan produk. Untuk itulah, Kementerian



IDDC yang berlokasi di dalam Gedung Balai Besar Pendidikan dan Pelatihan Ekspor Indonesia (BBPPEI), Slipi - Jakarta Barat

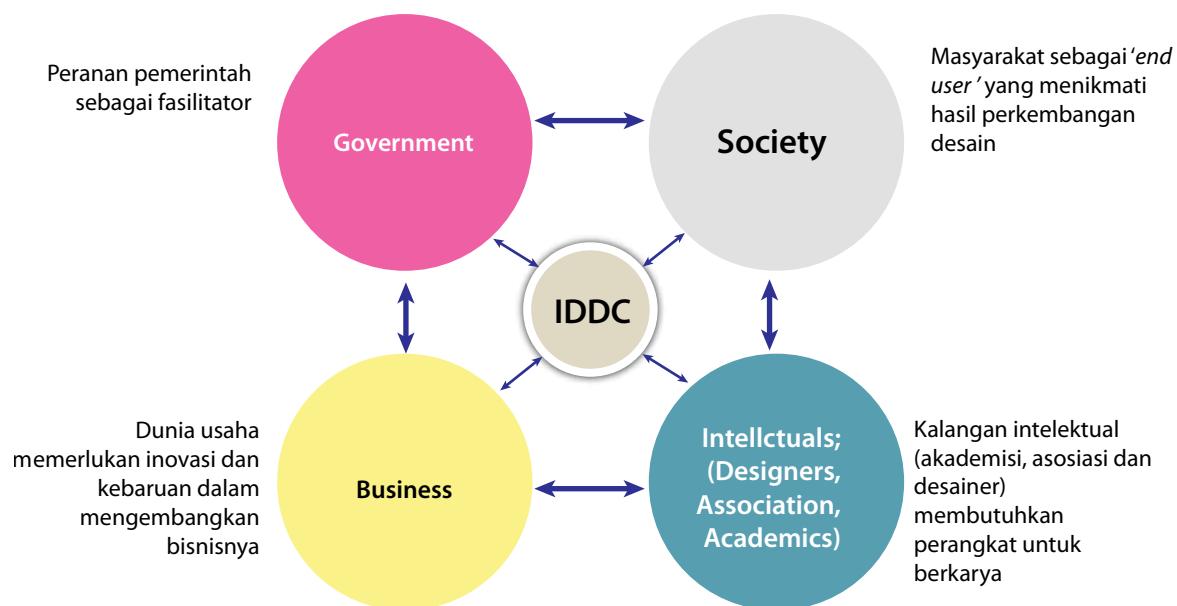
Skema Peran IDDC Dalam Rangka Pengembangan Produk Ekspor



Perdagangan, dalam hal ini Direktorat Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional (DJPEN), mendirikan *Indonesia Design Development Center* (IDDC) sebagai wadah untuk menjembatani kolaborasi antara pelaku

usaha dan para desainer produk. Melalui kolaborasi tersebut, diharapkan produk-produk yang dihasilkan pelaku usaha di Indonesia dapat memenuhi kualifikasi desain berstandar internasional.

Stakeholder Indonesia Design Center



Tajuk Utama

Pada tataran implementasi, komoditi yang berhasil merebut pangsa pasar global adalah produk-produk yang diciptakan dengan desain unik, kreatif, inovatif, serta mampu menyesuaikan dengan perubahan tren dan selera pasar dunia. Dengan kata lain, produk yang berkualitas sekaligus memiliki nilai tambah dari sisi desain, akan memiliki daya saing yang tinggi di kancah perdagangan internasional yang semakin kompetitif. Berdasarkan fungsi IDDC yang dijabarkan pada skema di atas, maka dapat diambil kesimpulan bahwa pihak pemangku kepentingan (*stakeholders*) yang terkait

dengan pengembangan produk di pasar ekspor terdiri dari; (1) pelaku usaha sebagai tokoh yang berperan dalam proses produksi dan pemasaran; (2) kalangan akademisi termasuk desainer produk yang merupakan pakar di bidang desain, baik desain produk maupun desain kemasan; (3) pemerintah sebagai fasilitator, dalam hal ini DJPEN sebagai pendiri dan pengelola IDDC; serta (4) masyarakat umum selaku konsumen (*end user*), baik di dalam dan luar negeri, yang menikmati keunggulan dan manfaat dari produk yang didesain secara terpadu.



Kurator asal Amerika Serikat, Jennifer Isaacson, mengadakan pertemuan dengan beberapa desainer Indonesia yang diadakan di IDDC.

Meskipun peluncuran IDDC baru dilaksanakan menjelang akhir semester pertama tahun 2016, tapi kegiatan operasional yang ada telah dijalankan semenjak awal tahun ini. Kegiatan dimaksud, antara lain, Klinik Desain, serta Layanan Informasi dan Perpustakaan Desain, di mana IDDC menyediakan *software* untuk dapat membuka situs desain dan informasi pasar termuka di dunia, yaitu Stylus dan Euromonitor International. Penyediaan fasilitas yang sudah berjalan ini bertujuan untuk menjawab kebutuhan para pelaku usaha akan informasi dan pengetahuan tentang desain produk.

Ke depan, IDDC akan lebih dikembangkan lagi baik dari sisi layanan maupun fasilitas. Di samping Klinik

Desain dan Perpustakaan, IDDC juga menyediakan beberapa fasilitas lainnya seperti seminar atau *workshop* desain, *database* desainer Indonesia, perpustakaan material, galeri pameran, serta *co-work space* yang dapat dimanfaatkan oleh para desainer dan pelaku usaha tanpa dikenakan biaya apa pun.

Sebagai wadah fasilitas yang baru didirikan, sarana dan prasarana IDDC akan terus dikembangkan. Tujuannya, untuk mengakomodir kebutuhan para desainer dan pelaku usaha dalam menghadapi persaingan pasar yang semakin ketat. Untuk itu, DJPEN telah menyusun sejumlah tahapan pengembangan, baik jangka pendek, jangka menengah maupun jangka panjang.



UPAYA PENINGKATAN DAYA SAING PRODUK



Sebagai upaya mendorong kinerja ekspor non migas Indonesia, Kementerian Perdagangan (cq. DJPEN) menjalankan program-program pengembangan desain agar komoditi dalam negeri memiliki nilai tambah dan semakin berdaya saing di pasar internasional. Dengan adanya IDDC, diharapkan dapat menghasilkan *prototype* produk ekspor baru yang sesuai dengan selera konsumen di negara tujuan ekspor. Untuk itu, DJPEN sangat mendukung para desainer dan pelaku usaha yang ingin berkolaborasi dan memanfaatkan seluruh fasilitas yang ada di IDDC.

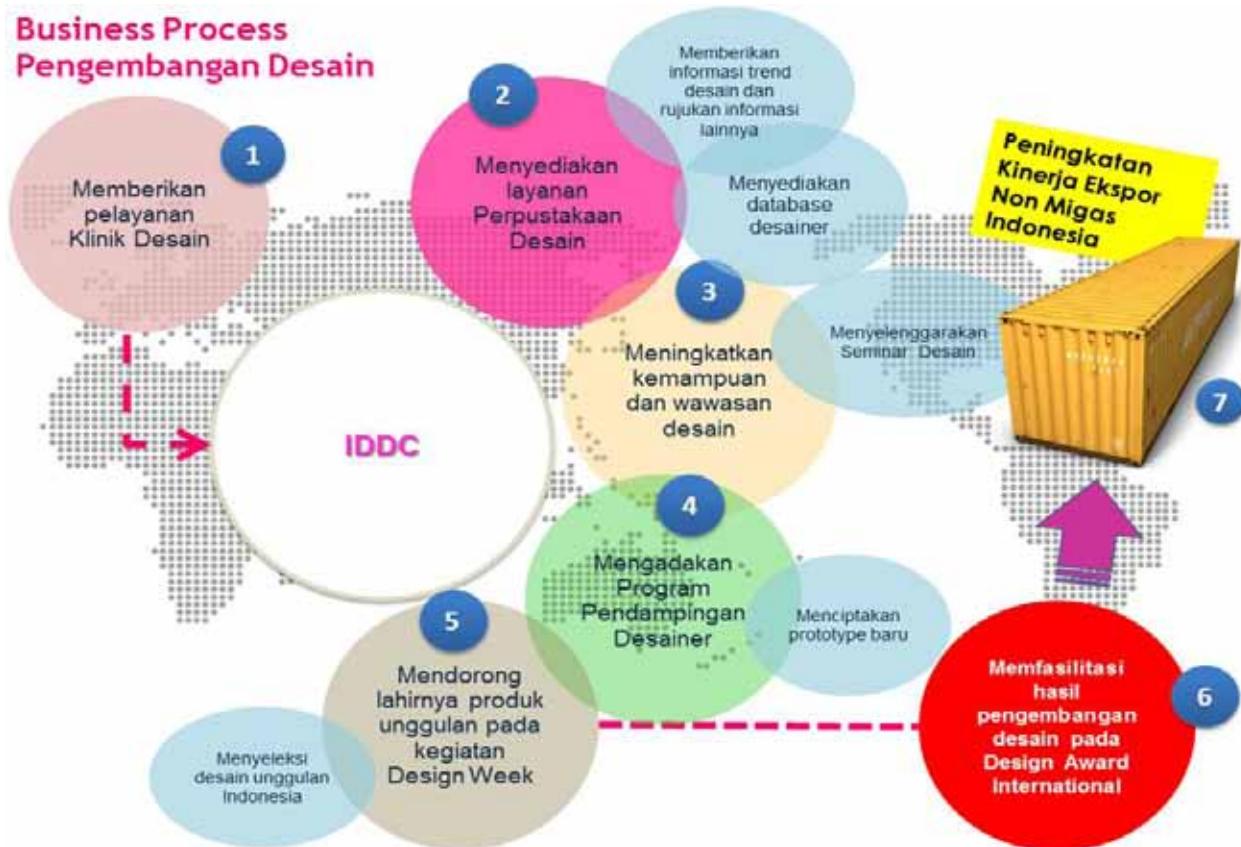
Untuk membuktikan apakah desain yang dihasilkan telah memenuhi selera dan tren pasar dunia, maka DJPEN juga memfasilitasi sejumlah desainer untuk mengikuti berbagai ajang penghargaan di bidang desain yang bertaraf internasional. Melalui keikutsertaan pada ajang-ajang penghargaan tersebut, diharapkan produk-produk Indonesia mendapatkan pengakuan dan legitimasi dari sisi desain. Dengan demikian, maka secara langsung atau tidak langsung Indonesia akan mendapat label sebagai negara dengan potensi desain

yang unggul dan berstandar global. Kompetisi desain internasional tersebut antara lain *Good Design Award* dan *Reddot Award*.

Selain fasilitas, sarana dan prasarana yang telah ada saat ini, DJPEN juga akan membangun laboratorium digital yang dapat digunakan oleh desainer maupun pelaku usaha. Ditambah lagi, IDDC juga akan menyediakan ruangan bagi perwakilan asosiasi terkait. Penyediaan sarana ini bertujuan para desainer dapat membangun jejaring komunikasi yang efektif, serta bertukar pengetahuan dan pengalaman terkait industri desain. Program pengembangan desain yang dijalankan oleh Kementerian Perdagangan juga merupakan implementasi dari amanah Presiden RI Joko Widodo yang tertuang dalam Nawa Cita. Dalam Nawa Cita tersebut, salah satu amanah yang perlu direalisasikan adalah

peningkatan daya saing produk Indonesia di pasar dunia. Salah satu strategi untuk meningkatkan daya saing produk tersebut adalah melalui pengembangan desain.

Selanjutnya, Menteri Perdagangan Thomas Lembong juga terus mengedepankan peningkatan nilai tambah dan daya saing produk melalui aplikasi desain. Selain menyesuaikan dengan permintaan dan kebutuhan pasar, desain yang dibuat juga perlu untuk mengangkat kearifan dan budaya lokal. Dengan demikian, desainer akan mampu menghasilkan suatu desain yang unik bercirikan budaya nasional, namun disuguhkan dalam kemasan modern agar lebih dapat diterima oleh konsumen atau *buyer mancanegara*.



CHARISMA





Desainer Fesyen Lokal dengan Reputasi Internasional

Nama Ali Charisma di kalangan pelaku fesyen sudah tidak asing lagi, baik di dalam maupun luar negeri. Desainer yang bermukim di Bali ini sudah memulai usahanya sejak tahun 1998. Kecintaannya pada dunia fesyen juga diwujudkan melalui keterlibatannya pada beberapa asosiasi terkait. Saat ini, Ali Charisma merupakan Ketua Umum (*National Chairman*) *Indonesia Fashion Chamber* (IFC), merupakan wadah bagi para desainer fesyen di Indonesia.

Bersama dengan sejumlah rekannya yang turut menggawangi, IFC seperti Taruna K. Kusmayadi dan Dina Mididani, Ali Charisma berharap asosiasi ini akan dapat lebih memperluas pasar potensial bagi produk-produk fesyen dalam negeri. Lebih jauh, Ali dan para pendiri IFC lain juga bercita-cita untuk menjadikan Indonesia sebagai salah satu pusat mode dunia, sebagaimana halnya Italia dan Paris.

Dalam waktu dekat, IFC akan menyelenggarakan *Muslim Fashion Festival*, di mana Kementerian Perdagangan akan, cq. DJPEN, turut berpartisipasi. Dalam ajang berskala nasional ini, partisipasi DJPEN akan diwujudkan dalam bentuk fasilitasi pameran bagi 40 pelaku usaha fesyen yang dipilih melalui proses kurasi. Selain itu, DJPEN juga akan mendirikan zona ikon (*icon pavilion*) yang akan menampilkan produk fesyen muslim terbaik karya desainer-desainer berbakat Indonesia.

Pada kegiatan *Muslim Fashion Festival* bulan Mei 2016 mendatang, sejumlah desainer fesyen internasional juga akan turut ambil bagian. Desainer internasional tersebut antara lain berasal dari Turki, Jepang, Singapura, Malaysia dan Brunei Darussalam. Kehadiran para desainer mancanegara ini juga merupakan salah satu upaya untuk mempromosikan produk-produk fesyen muslim Indonesia ke pasar dunia.





Mimpi Ali Charisma untuk membawa Indonesia ke panggung fesyen dunia bukan tanpa bekal. Desainer yang juga memiliki perhatian untuk mengembangkan kain-kain tradisional Indonesia ini, telah memiliki koneksi dengan sejumlah *buyer* di pasar global. Dengan kerja keras dan dedikasi terhadap perkembangan industri fesyen nasional, busana-busana hasil rancangan Ali Charisma telah berhasil merambah pasar internasional sejak tahun 2004, seperti Italia, Prancis, Inggris, Spanyol, Jerman, Belanda, Yunani, Amerika Serikat, Australia, Kuwait, China, dan Arab Saudi.

Ali Charisma juga kerap berpartisipasi pada berbagai ajang fesyen internasional. Salah satunya adalah *Hong Kong Fashion Week*, yang digelar pada tanggal 14-17 Januari 2008. Pada perhelatan fesyen dunia ini, karyanya desain fesyen Ali Charisma memukau sejumlah *buyer* dari Amerika, Eropa, Timur Tengah dan Asia.

Para pembeli produk fesyen Ali tidak hanya para *agent* atau *trader* yang akan memasarkan kembali busana-busana tersebut kepada pedagang ritel. Di antara mereka juga ada yang merupakan pemilik butik terkenal. Dengan kata lain, desain fesyen karya Ali Charisma berhasil menarget pasar kelas menengah atas di luar negeri.

Yang lebih mengagumkan, Ali Charisma berhasil mengadakan peragaan busana tunggal di ajang bergengsi *Hong Kong Fashion Week* 2009. Dengan menampilkan sekitar 70 koleksinya, Ali Charisma berhasil memukau para pengunjung yang hadir. Dalam kesempatan ini, busana-busana yang diusung dibagi ke dalam dua tema, yaitu *evening wear* dan *cocktail dress*.

Gaun-gaun rancangan Ali Charisma memang lebih banyak menyasar pasar luar negeri. Sebanyak 70% dari hasil produksinya, dipasarkan Ali Charisma untuk memenuhi kebutuhan para pecinta fesyen mancanegara. Sementara itu, 30% lagi didistribusikan ke berbagai daerah di Indonesia. Dengan memperkerjakan lebih dari 100 orang karyawan pada butik yang berlokasi di Bali, pria kelahiran Tulungagung, Jawa Timur, ini juga melayani pembuatan baju berdasarkan pesanan khusus.

Selain pakaian wanita, Ali Charisma juga mendesain produk-produk tas wanita sebagai pelengkap penampilan. Seperti halnya produk pakaian wanita, tas wanita tersebut juga ditujukan untuk segmen pasar wanita urban usia 20 tahun ke atas. Melalui desainnya, Ali Charisma ingin menampilkan sosok wanita yang anggun dan memiliki kepribadian yang mantap.



Grand Launching Indonesia Design Development Center



Digital Lab



Kubikal Asosiasi



Workshop Wood, Fashion, Elektronik



Direktorat Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional (DJPEN) akan segera mengadakan *grand launching* *Indonesia Design Development Center* atau IDDC, yang dijadwalkan pada bulan Mei atau Juni 2016 mendatang. Dalam acara ini, Menteri Perdagangan diagendakan akan hadir untuk membuka secara resmi acara *grand launching* tersebut. DJPEN juga akan turut mengundang sejumlah *stakeholders* terkait yang terdiri dari kalangan akademisi, instansi terkait, serta para pelaku usaha terutama para desainer dan pelaku usaha.

IDDC menempati gedung Balai Besar Pendidikan dan Pelatihan Ekspor Indonesia (BBPPEI), yang beralamat di Jalan Letjen. S. Parman No.112, Slipi - Jakarta Barat. Saat ini, ruangan yang telah beroperasi berada di lantai satu. Secara berkesinambungan, DJPEN juga sedang merenovasi ruangan lain yang berada di Gedung BBPPEI lantai tiga, sebagai perluasan dari IDDC. Dengan semakin luasnya area IDDC, diharapkan akan semakin banyak fasilitasi yang dapat disediakan demi memenuhi kebutuhan para desainer dan pelaku usaha.

Pendirian dan peresmian IDDC merupakan inisiatif baru pada program kerja DJPEN tahun 2016. Kehadiran IDDC menunjukkan besarnya perhatian Kementerian Perdagangan terhadap perkembangan desain, sebagai wujud upaya penciptaan produk-produk ekspor yang memiliki nilai tambah dan berdaya saing tinggi di pasar global. Pada muaranya, IDDC diharapkan dapat

bersinergi dengan misi untuk meningkatkan kinerja ekspor nonmigas Indonesia, sekaligus meraih visi dalam membawa Indonesia sebagai negara yang layak diperhitungkan di dunia internasional berkat potensi desain yang dimiliki anak bangsa.

Target utama konsumen IDDC adalah para desainer dan pelaku usaha yang berorientasi ekspor. Dengan adanya IDDC, kedua *stakeholders* tersebut dapat bertemu di dalam suatu wadah yang dilengkapi dengan berbagai fasilitas terkait pengembangan desain dan informasi pasar ekspor. Dalam rangka meningkatkan pengetahuan dan pemahaman kedua belah pihak, IDDC menyediakan fasilitas untuk dapat mengakses situs *Stylus* dan *Euromonitor International*. Situs tersebut merupakan sumber informasi kredibel mengenai perkembangan tren desain internasional dan informasi pasar global. Lebih jauh, sebagai upaya mengangkat potensi desain tanah air, DJPEN juga akan memfasilitasi beberapa desainer untuk mengikuti sejumlah ajang penghargaan desain internasional, seperti Reddot dan G-Mark. Melalui penghargaan tersebut, dengan sendirinya produk Indonesia telah diakui memiliki kualitas tinggi baik dari sisi desain, fungsi maupun bahan baku yang digunakan. Sehingga, produk-produk ekspor Indonesia akan semakin mudah diterima oleh konsumen dunia. Secara simultan, pengakuan desain kualitas internasional tersebut dapat mendorong kinerja ekspor nasional.

Desain Fesyen Muslim Potensi Cerah





Direktorat Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional (DJPEN), Kementerian Perdagangan, berkomitmen untuk mendorong kemajuan ekonomi kreatif di Indonesia. Salah satu subsektor yang masih menjadi fokus pengembangan produk adalah fesyen. Indonesia merupakan negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia. Berdasarkan data *Central Intelligence Agency* (CIA) yang diperbarui per tanggal 12 Januari 2016, total populasi di Indonesia adalah sebanyak 255.993.674 penduduk, di mana 87,2% atau 223.226.483 orang beragama Islam. Berdasarkan angka ini, maka dapat terlihat bahwa Indonesia menyediakan potensi sekaligus pasar yang besar bagi produk fesyen muslim.

Faktor lain yang turut mendukung pertumbuhan industri fesyen muslim di Indonesia adalah timbulnya komunitas-komunitas muslim atau hijab di Indonesia, misalnya Hijabers Community yang terbentuk sejak tahun 2010. Hingga tahun 2015, Hijabers Community telah memiliki cabang di beberapa daerah, di antaranya di Yogyakarta, Bandung dan Padang. Kemudian tahun 2011, desainer Monika Jufry mendirikan Hijabers Mom. Jika Hijabers Community menargetkan para gadis muslimah muda sebagai anggotanya, maka Hijabers Mom dibentuk untuk mewadahi wanita muslimah yang telah menikah atau berkeluarga.

Sebagai wujud nyata dalam mengembangkan potensi fesyen dalam negeri, tahun ini DJPEN akan mendukung dan berpartisipasi pada penyelenggaraan *Muslim Fashion Festival*. Kegiatan yang diinisiasi oleh *Indonesia Fashion Chamber* (IFC) ini diadakan pada tanggal 25-29 Mei 2016, bertempat di Plaza Selatan dan Tenggara, Senayan – Jakarta. Dengan mengusung tema "Screenshot The Look", diharapkan produk-produk fesyen muslim karya desainer Indonesia akan semakin diterima oleh pasar domestik dan internasional.

Pada implementasinya, dukungan Kementerian Perdagangan tersebut akan diwujudkan berupa pemberian fasilitasi stan pameran bagi 40 pelaku usaha fesyen terpilih. Untuk itu, dalam rangka memilih UKM

fesyen yang layak mendapatkan fasilitasi dimaksud, terlebih dahulu akan diadakan proses seleksi dan kurasi. Melalui proses kurasi, desain produk fesyen muslim yang berhak mengikuti pameran pada stan yang disediakan oleh Kementerian Perdagangan, telah sesuai dengan target pasar yang akan dituju.

Di samping penyediaan stan pameran, Kementerian Perdagangan juga membangun zona ikon (*icon pavilion*) dengan desain khusus. Zona ikon akan menampilkan produk-produk fesyen muslim pilihan, yang menonjolkan keunggulan potensi desain muslim Indonesia. Bangunan zona ikon juga dirancang khusus, yang berbeda dengan desain *booth standar* di area pameran, agar dapat menarik perhatian pengunjung sebanyak-banyaknya.

Sebelum acara puncak, DJPEN juga akan mengadakan jumpa pers *Muslim Fashion Festival* sebagai *pre-event*. Kegiatan yang akan mengundang sejumlah wartawan ini direncanakan akan digelar pada tanggal 19 Mei 2016, bertempat di kantor Kementerian Perdagangan, Jakarta. Acara jumpa pers ini juga sekaligus untuk menunjukkan apresiasi kepada pelaku usaha fesyen muslim yang terlibat, atas dedikasinya yang telah berhasil menghasilkan karya-karya kreatif bermutu tinggi.

Sehubungan dengan implementasi Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) yang telah dimulai sejak bulan Desember 2015 lalu, saat ini produk-produk fesyen muslim Indonesia akan lebih memfokuskan diri untuk menarget pasar ASEAN, dan menjadikan beberapa negara di kawasan ini (Malaysia, Singapura dan Brunei Darussala) ini sebagai *hub* produk fesyen muslim Indonesia. Dengan terbentuknya hub tersebut, diharapkan produk-produk fesyen muslim Indonesia akan semakin dikenal luas di mata konsumen dunia.

Penetapan ASEAN sebagai peluang pasar yang utama didasarkan pada pertimbangan jarak yang lebih dekat dengan Indonesia, sehingga biaya distribusi yang dikeluarkan lebih murah dan waktu pengiriman barang pun relatif lebih pendek. Selain itu, ketiga negara dimaksud juga merupakan negara-negara dengan kinerja perdagangan internasional yang cukup baik, termasuk untuk produk fesyen. Malaysia, misalnya, telah memiliki pagelaran fesyen muslim internasional yang disebut dengan *Islamic Fashion Festival*, yang diselenggarakan setiap tahun di Kuala Lumpur. Oleh karena itu, dengan masuknya produk-produk fesyen muslim Indonesia ke pasar Malaysia, maka para desainer fesyen muslim juga berpeluang besar untuk berpartisipasi pada festival dimaksud.

Launching Fesyen Muslim

Dukungan DJPEN terhadap perkembangan fesyen muslim nasional sudah dimulai sejak tahun 2014. Hal tersebut terlihat melalui penyelenggaraan kegiatan "Launching Fesyen Muslim", yang berlangsung pada tanggal 29 Oktober 2014, bertempat di Auditorium Kementerian Perdagangan, Jakarta. Kegiatan ini sekaligus *pre-event* dari ajang *Indonesia Fashion Week* (IFW) yang ke-4.

Acara *launching* diresmikan oleh Direktur Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional, Nus Nuzulia Ishak, dan turut dihadiri oleh para pelaku usaha dan asosiasi terkait seperti Asosiasi Perancang Pengusaha Mode Indonesia (APPMI) dan *Indonesia Islamic Fashion Consortium* (IIFC). Dari kalangan dunia usaha, terdapat Rita Zulkaidarati (*Brand Manager PT. Delami*) dan Alphonz Wijaya (Asosiasi Pengelola Pusat Belanja Indonesia).



DAFTAR

IMPORTIR

COACH INC

I Coach Way Jacksonville Fl 32218-8794
Florida, USA -
Tel : (904) 741 0353
Fax : (904) 741 5601
Website : <http://www.coach.com>
Produk : Other Womens or Girls Garments

COSTCO WHOLESALE CORP

999 Lake Dr. Ste 200 Issaquah
Washington, USA - 98027-75
Tel : (425) 313 8100
Fax : (425) 313 8103
Email : jmatthews@costco.com
Website : <http://www.costco.com>
Produk : Other Womens or Girls Garments

LA FAMILIA ARTESANA S.L.

Los Tejares S/N, Barcelona, Spain
Tel : 34953320207
Fax : 34953320695
Email : familiaartesana@airtel.net
Produk : Handicrafts; Gift and Craft

OLIVCO

"Mebel" Trading Complex "Stroim Dom",
Yaroslavskoye Shosse 118, Moscow Region,
Mytischee, Moscow, Russia
Tel : 8 (495) 7455313
Fax : 8 (495) 7455313
Email : info@olivco.ru
Website : <http://www.olivco.ru>
Produk : Garden Furniture

TARGET CORP

7000 Target Pkwy NMinneapolis
NMinneapolis, USA - MN.55445
Tel : (612) 304 6073
Fax : (612) 304 5660
Website : <http://www.target.com>
Produk : Other Womens or Girls Garments

POLORALPH LAUREN CORP

650 Madison Avenue Fl 6, New York, USA
Tel : (212) 318 7000
Fax : (212) 318 7179
Website : <http://www.polo.com>
Produk : Other Womens or Girls Garments

VISION PACIFIC LTD

Room 1202 Golden Star Building 20 Lockhart Road,
Lockhart, Hong Kong -
Tel : (852) 2866 6011
Fax : (852) 2866 1766
Website : <http://www.visionpacific.com>
Produk : Batik; Gift and Craft; Bamboo Handicraft;
Candle Holder of Iron/Steel

WISTERIA

PO Box 7877 Dallas, TX 75209
Dallas, USA - TX 75209
Tel : 214-358-9887
Fax : 214-358-2953
Email : hudson@wisteria.com
Website : <http://www.wisteria.com>
Produk : Wooden Furniture: Handicrafts

SHRI RAM SONS WAX (P) LTD

101 A, Rohit House, 3, Tolstoy Marg, Barakhamba
Road, Connaught Place India
Tel : (091) 11-23942451, 23927312
Fax : (091) 11-23927312
Email : mail@ramindia.com
Website : www.ramwax.com
Produk : Candle Nut, Plastic Products, Rubber
Product, Spices, Textile & Garment,
Knitted or crocheted, Textile & Garment,
Not Knitted or Crocheted, Waxes

PAYAL INTERNATIONAL LTD

645-646, Udog Vihar, Phase-V, Gurgaon India
Tel : (091) 124-4001375, 4001376, 4001377
Email : payal@nde.vsnl.net.in
Website : www.payalinternational.com
Produk : Garments Made Up of Fabrics

ZARA TEXTIL

Avenida Tambore 301 Brazil
Tel : 55-11-4178-0696
Fax : 55-11-4178-3616
Email : import@zara.com.br
Produk : Garments Made Up of Fabrics

TF IND E COMERCIO DE MODAS LTDA

Rua dr.joao bautista de lacerda, 444/468
Brazil
Tel : (55) 11 - 6602 3000/3150
Fax : (55) 11 - 6602 3100/55 64
8112-2604/ 55 64 3455-46
Website : www.triton.com.br
Produk : Garments Made Up of Fabrics

MM EXPORTS PVT LTD

" SIYAT HOUSE" 961, Poonamallee High Road,
Chennai India
Tel : (091) 44-43444666
Fax : (091) 44-26430087-89, 43444888-999
Email : mutha@mrexports.com
Website : www.mrexports.com
Produk : Articles of Apparel of Leather, Other
Medical Instruments & Appliances, Textile &
Garment, Knitted or crocheted, Textile &
Garment, Not Knitted or Crocheted

LOJAS RENNER S.A

Av. Assis Brasil, 944 Passo D'Areia Brazil
Tel : 55 51 2121-7187
Fax : 55 51 3361-7101
Email : rnachtigall@lojasrenner.com.br
Website : www.lojasrenner.com.br
Produk : Garments Made Up of Fabrics

CUDO CO LTD

9TH Fl Eun kwang, 48-5 Chongmu-ro 2 GA, Jung-Gu,
Seoul-100-861 Korea Korea, South
Tel : 8227527845
Fax : 8227527849
Email : douglas@cudo-korea.com
Produk : Textile & Garment, knitted or crocheted,
Textile & Garment, Not Knitted or
Crocheted

KG FASHION

2F, Jung Woo B/D, 19, Seolleung-ro 112-gil,
Gangnam-gu, Seoul, Korea (zip 135-867)
Korea, South
Tel : 8225462536
Fax : 8225462551
Email : nancykim@kgfashion.com
Produk : Textile & Garment, knitted or crocheted,
Textile & Garment, Not Knitted or
Crocheted

MODE TRICOTS

B/84, Sanjay 5, Mittal Estate, Marol,
Mumbai-400059 India
Tel : (91-22) 26243624, 65045504
Fax : (91-22) 26243624
Email : modetricots@vsnl.com
Website : www.modetricots.com
Produk : Garments Made Up of Fabrics, Garments,
Made Up Knitted/Crocheted Fabrics

TRADE EXPO 31st indonesia

12-16 October 2016
Jakarta, Indonesia



Product & Services



Organized by:

The Ministry of Trade of The Republic of Indonesia
Directorate General of National Export Development



Phone : +6221-3510-347/2352-8645

Fax : +6221-2352-8645

Email : tradexpoindonesia@kemendag.go.id
www.tradexpoindonesia.com

DJPEN - Direktorat Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional
Kementerian Perdagangan

Jl. M. I. Ridwan Rais No. 5, Gedung Utama Lantai 3
Jakarta Pusat, Indonesia 10110

(62-21) 3858171

(62-21) 23528652

djpen.kemendag.go.id
csc@kemendag.go.id

[CSC Kemendag](#)

[@csckemendag](#)



Membership Services

<http://djpen.kemendag.go.id/membership>



Join Us