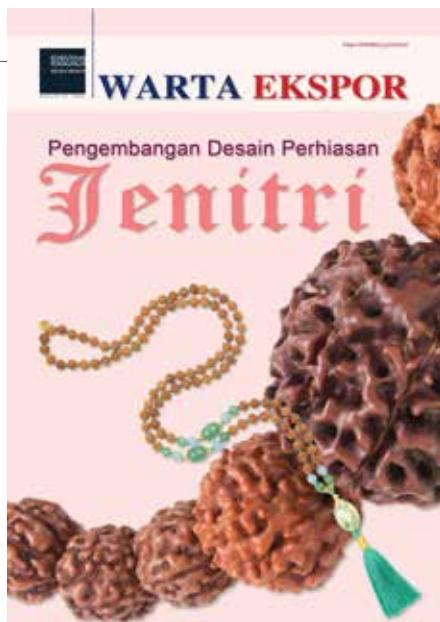


# WARTA EKSPOR

## Pengembangan Desain Perhiasan *Jenitri*





**PEN/MJL/008/4/2017**

Pelindung / Penasehat :  
**Arlinda**

Pemimpin Umum :  
**Tuti Prahastuti**

Pemimpin Redaksi :  
**RA. Marlena**

Redaktur Pelaksana :  
**Sugiarti**

Penulis :  
**Roesfitawati**

Desain :  
**Aditya Irawan**

Alamat :  
**Gedung Utama**  
**Kementerian Perdagangan**  
**Republik Indonesia**  
**Lt. 3, Jl. M. Ridwan Rais No. 5, Jakarta 10110**

Telp :  
**021 - 3858171 Ext. 37302**

Fax :  
**021 - 23528652**

Email :  
**csc@kemendag.go.id**

Website :  
**http://djpen.kemendag.go.id**

# editorial

## Produk Perhiasan Indonesia: Media Promosi Budaya dan Kearifan Lokal Indonesia

Kinerja ekspor produk perhiasan Indonesia menunjukkan lonjakan yang signifikan. Total transaksi yang terbukukan tercatat USD 3,23 miliar (2012) lalu merangkak naik menjadi USD 6,37 miliar (2016). Dengan demikian, pertumbuhan yang terjadi selama lima tahun terakhir adalah 22,71%. Dengan capaian tersebut, perhiasan menjadi salah satu produk eksport unggulan Indonesia yang terutama diminati oleh konsumen di negara Singapura, Swiss, Hong Kong, Jepang dan Amerika Serikat.

Di antara bahan baku atau material perhiasan yang memiliki potensi adalah biji-bijian Jenitri. Daerah di Indonesia yang memiliki sumber daya alam besar untuk bahan baku tersebut adalah Kabupaten Kebumen, di provinsi Jawa Tengah. Setiap malamnya, transaksi yang terjadi disinyalir meraih omzet senilai Rp 1 miliar. Namun sayangnya, mayoritas dari biji-bijian Jenitri tersebut dijual dalam bentuk bahan mentah dan dalam kemasan curah.

Menyikapi hal tersebut di atas, Direktorat Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional (DJPEN) mengangkat topik tersebut dalam Tajuk Utama Warta Ekspor edisi kali ini. Dengan adanya informasi mengenai potensi dan keunggulan biji-bijian Jenitri, diharapkan akan semakin banyak pelaku usaha perhiasan yang tertarik untuk mengembangkan desain produk perhiasan berbahan baku Jenitri, yang memiliki nilai tambah dan berdaya saing tinggi di pasar global.

Di samping biji-bijian Jenitri, Indonesia juga kaya akan material lainnya yang dapat digunakan sebagai material pembuatan produk perhiasan, yaitu emas, perak, tembaga, kuningan, batu alam dan lain sebagainya. Sejumlah pelaku usaha juga memanfaatkan kekayaan budaya dan kearifan lokal Indonesia sebagai sumber inspirasi yang dituangkan menjadi ide desain di dalam produk perhiasan mereka, misalnya wayang, batu alam khas Indonesia, serta kain-kain batik yang diolah menjadi perhiasan.

Sebagai tindak lanjut, DJPEN melaksanakan berbagai program dengan tujuan mendorong kemajuan industri perhiasan, misalnya kegiatan Klinik Produk Ekspor di Provinsi Yogyakarta, yang rencananya akan berlangsung pada tanggal 3-4 Mei 2017. Kegiatan Klinik Produk Ekspor tersebut juga merupakan langkah nyata komitmen DJPEN dalam mengembangkan produk fesyen dan perhiasan, di bawah skema kerjasama *Indonesia-Australia Comprehensive Economic Partnership Agreement* (IA CEPA).

**Tim Editor**



## TAJUK UTAMA 4

### Pengembangan Desain Perhiasan Jenitri

Di antara bahan baku atau material perhiasan yang memiliki potensi adalah biji-bijian Jenitri.

Potensi dan keunggulan biji-bijian Jenitri, diharapkan akan semakin banyak pelaku usaha perhiasan yang tertarik untuk mengembangkan desain produk perhiasan berbahan baku Jenitri, yang memiliki nilai tambah dan berdaya saing tinggi di pasar global.

# daftar isi

EDITORIAL

2  
10

KISAH SUKSES

AMALIA JEWELRY  
Menembus Ruang & Waktu

Kegiatan Direktorat Jenderal  
Pengembangan Ekspor  
Nasional (Ditjen PEN),  
Kementerian Perdagangan RI

Klinik Produk Ekspor Perhiasan

SEKILAS INFO

*Indonesia-Australia  
Comprehensive Economic  
Partnership Agreement*

Kementerian Perdagangan  
Fokus Kembangkan Fesyen  
dan Perhiasan

DAFTAR IMPORTIR

18





# tajuk utama

Pengembangan Desain Perhiasan  
*Jenitri*



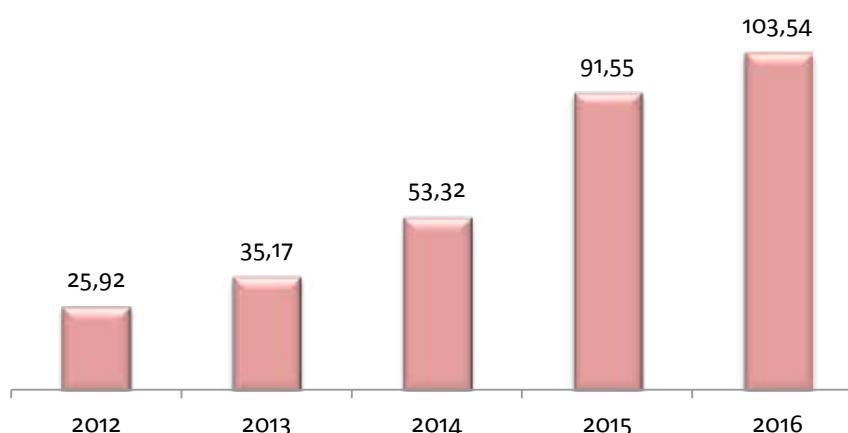
Indonesia adalah salah satu negara penghasil biji-bijian Jenitri terbesar di dunia. Sekitar 70% dari pohon-pohon Jenitri ditemukan di Indonesia. Sementara itu, sebanyak 25% lainnya tumbuh di Nepal dan 5% lagi di India. Di Indonesia, pohon-pohon Jenitri antara lain tumbuh di daerah Pulau Jawa, Sumatera, Kalimantan, Bali, dan Irian. Salah satu daerah yang saat ini sedang mengalami kemajuan pesat terkait hasil alam biji-bijian Jenitri adalah Kebumen, Jawa Tengah.

Biji Jenitri asal Kebumen sangat diminati oleh pembeli dari Cina dan India. Transaksi jual-beli Jenitri umumnya dilakukan di hotel, di mana para turis asing menginap. Para pelaku usaha akan mendatangi hotel-hotel tersebut dan menawarkan biji-bijian Jenitri yang dijual dalam kemasan curah (bulk) dan mentahan. Sehingga, nilai jualnya pun kurang mampu bersaing dengan produk sejenis lainnya. Produk tersebut juga dibawa langsung (hand carry) oleh pembeli dari Cina dan India, dan tidak melalui prosedur ekspor.

Meskipun banyak biji Jenitri yang dibeli dan dibawa oleh buyer secara hand carry, namun data dari Biro Pusat Statistik (BPS) memperlihatkan bahwa data ekspor produk dimaksud tetap menunjukkan peningkatan. Untuk HS 1404909000, nilai ekspor periode 2012-2016 secara berturut-turut adalah USD 25,92 juta (2012), USD 35,17 juta (2013), USD 53,32 juta (2014), USD 91,55 juta (2015), dan USD 103,54 juta (2016).

Selanjutnya, pada periode Januari 2017, nilai ekspor produk ini sudah berada di level USD 10,10 juta yang berarti terjadi peningkatan sebesar 200% lebih apabila dibandingkan dengan pembukuan ekspor di periode yang sama tahun lalu (Januari 2016), yang baru mencetak angka senilai USD 4,36 juta. Negara-negara yang menjadi pasar tujuan ekspor terbesar bagi komoditi ini adalah Jepang (USD 7,50 juta), Thailand (USD 1,20

## Export Value HS 1404909000 (USD million)



juta), Singapura (USD 859 ribu), China (USD 170 ribu), Malaysia (USD 99 ribu), Italia (USD 96 ribu), Jerman (USD 42 ribu), Taiwan (USD 38 ribu), Amerika Serikat (USD 33 ribu), dan Republik Korea (USD 28 ribu).

Sementara itu, untuk HS 7117909000, peningkatan kinerja ekspornya juga memperlihatkan lonjakan berarti dalam rentang waktu 2012-2016, yaitu dari USD 444 ribu menjadi USD 1,55 juta. Lonjakan yang sama juga terlihat dari perbandingan nilai transaksi pada Januari 2016 dan Januari 2017, yaitu dari USD 97 ribu hingga merangkak ke angka USD 223 ribu. Negara-negara yang menjadi pasar terbesar bagi produk ini adalah Yunani (23,19%), Inggris (12,47%), Perancis (11,02%), Spanyol (10,87%), Singapura (9,43%), Kanada (9,18%), Siprus (5,84%), Denmark (3,94%), Fiji (3,47%), dan Chilli (2,54%).

Selain negara-negara tersebut di atas, India juga merupakan negara yang memiliki permintaan cukup besar terhadap biji-bijian Jenitri. Mengingat mayoritas penduduk India beragama Hindu, maka produk hasil alam ini dibuat menjadi salah satu perangkat ibadah yang disebut dengan mala japa atau tasbih. Selain kegunaannya sebagai alat ibadah, masyarakat India juga meyakini bahwa biji Jenitri memiliki khasiat untuk menyembuhkan berbagai macam penyakit. Sehubungan dengan makna religi dan khasiatnya terhadap kesehatan, biji Jenitri memiliki harga jual yang mahal sebagai salah satu produk unggulan.

## PENINGKATAN DAYA SAING PRODUK BIJI JENITRI

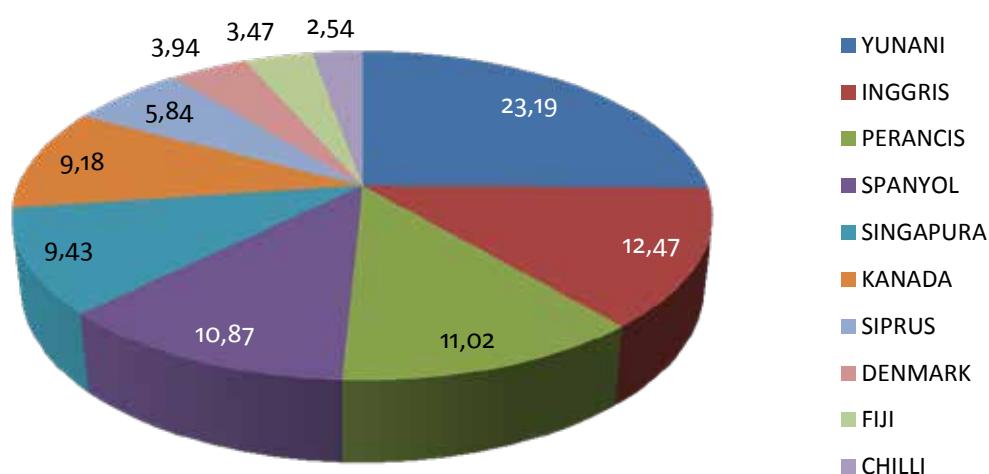
Seiring dengan perkembangan zaman, biji-bijii Jenitri tetap digunakan sebagai peralatan ibadah dan pendukung kesehatan, namun dikemas dengan lebih menarik sesuai dengan tren desain di pasar dunia. Bijibijian Jenitri tersebut diolah menjadi produk-produk perhiasan antara lain berupa cincin dan gelang.

Dalam rangka mendorong pertumbuhan ekspor non migas nasional, Kementerian Perdagangan melakukan berbagai program kerja dalam rangka meningkatkan nilai tambah dan daya saing produk-produk lokal di pasar global. Pada Rapat Kerja Kementerian Perdagangan bulan Februari 2017, Presiden Joko Widodo menyampaikan bahwa kinerja ekspor non migas nasional tahun 2016 berhasil mencetak transaksi senilai USD 131,38 miliar. Kemudian untuk tahun 2017 ini, Presiden RI Joko Widodo menargetkan pertumbuhan ekspor Indonesia akan mencapai 11%.

Beberapa langkah strategis Kementerian Perdagangan yang dilakukan dalam rangka meningkatkan kinerja ekspor Indonesia adalah dengan a) Membuka pasar ekspor non-tradisional seperti Afrika, Amerika Latin, Timur Tengah, Eurasia, serta Asia Selatan; b) Mempertahankan pasar ekspor tradisional; serta c) Diversifikasi produk.

Di samping itu, Kementerian Perdagangan juga memberikan perhatian penuh terhadap upaya peningkatan daya saing produk ekspor, antara lain melalui pemanfaatan IDDC

## Export Value HS 1404909000 (USD million)





(Indonesian Design Development Centre). IDDC adalah wadah kolaborasi bagi para desainer, akademisi, pemerintah maupun masyarakat umum, yang memiliki komitmen untuk mengembangkan nilai tambah produk melalui desain.

Di IDDC, Kementerian Perdagangan menyediakan berbagai layanan informasi dan fasilitas pengembangan desain, yang dapat digunakan oleh para pelaku usaha. Lebih jauh, para pelaku usaha yang datang ke IDDC juga dapat mengadakan konsultasi langsung dengan desainer yang bertugas, terkait metode pengembangan desain terhadap produk yang dimiliki oleh pelaku usaha.

Dengan keberadaan IDDC, diharapkan biji-bijian Jenitri yang dieksport dari Indonesia ke pasar-pasar luar negeri tidak lagi dalam bentuk bahan mentah. Kementerian Perdagangan cq. Direktorat Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional (DJPEN) mendorong para pelaku usaha atau perajin Jenitri untuk dapat mengolah produk biji alam tersebut menjadi

produk bernilai tambah, agar daya saing dan nilai jualnya di pasar global menjadi lebih tinggi. Hal ini telah dilakukan oleh beberapa perajin Jenitri di Kebumen yang membuat produk perhiasan dan kerajinan berbahan baku biji Jenitri.

#### **PROFIL BIJI JENITRI**

Jenitri atau yang dikenal dengan nama "Rudraksha", mempunyai cerita atau legenda yang mengakar di tanah Hindustan, India. Istilah Rudraksha itu sendiri melambangkan Dewa Siwa, di mana Rudra adalah singkatan Dewa Siwa, sementara Aksha melambangkan air mata Siwa. Berdasarkan cerita yang ada, Dewa Siwa merupakan pengguna dan pengagum terbesar Jenitri yang sangat bersemangat. Kemudian para pengikut Dewa Siwa pun mulai menggunakan Jenitri sebagai upaya memperoleh berkat Dewa Siwa, agar terlindung dari kejahatan orang lain serta menjaga dari penderitaan duniaawi dan kesengsaraan.

Sejumlah penelitian juga menjabarkan manfaat biji Jenitri dari sisi kesehatan. Salah satunya adalah penilitian oleh Suhas Roy dari Institut Teknologi India di Banaras, India. Dari hasil pengamatannya, diperoleh informasi bahwa biji Jenitri memiliki sifat elektromagnetik, paramagnetik, dan induktif yang sangat kuat dan mampu mempercepat proses penyembuhan.

Dengan perkembangan ilmu pengetahuan modern, banyak ilmuwan melakukan penelitian untuk mencari bukti yang mendukung kepercayaan kuno tentang pentingnya Jenitri. Sejumlah ilmuwan muncul dengan temuan yang meyakinkan dan mengkonfirmasi kekuatan istimewa dari biji Jenitri. Hampir setiap individu di India dari berbagai kalangan menggunakan Jenitri untuk memperoleh manfaat baik spiritual, fisik maupun materialistik.

Secara ilmiah, pohon Jenitri dikenal dengan *Elaeocarpus ganitrus Roxb*, yaitu pohon cemara besar berdaun lebar, yang tumbuh



## Kesamaan pada struktur bagian dalam

3 Mukhi dari Jawa



7 Mukhi dari Jawa



14 Mukhi dari Jawa



di daerah mulai dari Genetik Plain ke kaki pegunungan Himalaya dan wilayah tengah Nepal. Batang utama pohon Jenitri berbentuk silinder dan memiliki bagian yang melingkar. Pohon Jenitri memiliki kulit putih keabu-abuan dan bertekstur kasar dengan lentisel vertikal kecil dan alur-alur horizontal sempit. Cabang-cabangnya menyebar ke segala arah. Daunnya terlihat bersinar hijau dari luar dan kusam seperti kulit dari dalam. Memiliki bunga yang berbentuk bulat telur, kerucut dan memanjang, sekitar 1 sampai 2 cm. Buahnya bulat dan berbiji memiliki tampilan luar yang gemuk dan berwarna hijau muda.

Untuk menguji keaslian biji Jenitri, terdapat empat metode yang dapat digunakan, yaitu:

### (1) Uji Potong

Sebuah metode pembuktian secara total adalah dengan memotong biji Jenitri secara horizontal, di mana akan ditemukan jumlah kompartemen yang sama seperti jumlah baris yang ada. Namun kekurangan dari metode ini adalah dapat menyebabkan biji menjadi hancur.

### (2) Uji Sifat

Pengujian yang lain adalah dengan mencari tahu apakah biji Jenitri menunjukkan sifat seperti induktansi, kapasitansi, konduksi arus listrik, dan lain sebagainya.

### (3) Uji Koin Tembaga

Metode ini menjelaskan bahwa jika biji Jenitri yang diletakkan di antara dua koin tembaga, maka biji tersebut akan sedikit berputar. Hal ini disebabkan sifat fisik dan magnetik dari Biji Jenitri. Hanya saja, tes

Keaslian Jenitri memiliki kriteria sebagai berikut:

Kriteria	Deskripsi
Lubang Alami	Memiliki lubang alami yang merupakan rongga di tengah biji, yang dapat dengan mudah dibersihkan secara manual tanpa perlu pengeboran.
Jumlah biji	Memiliki jumlah biji yang sama dengan garis mukhi. Jadi 2 mukhi akan memiliki 2 biji, 8 mukhi akan memiliki 8 biji, 14 mukhi akan memiliki 14 biji dan seterusnya.
Rangkaian mukhi	Menghasilkan rangkaian mukhi yang lengkap dari 1 sampai 21 mukhi, Ganesh, Gauri Shankar, Savar, Trijuti.

ini membutuhkan keahlian tingkat tinggi dari orang yang meneliti atau menguji.

#### (4) Uji Penglihatan

Faset (mukhis) pada Jenitri palsu tidak akan sama dengan yang terdapat pada Jenitri asli. Pada Jenitri asli, faset atau mukhis berarti garis dalam yang bergerak dari bagian atas ke bagian bawah Jenitri. Garis dalam atau faset dapat dilihat dengan bantuan kaca pembesar.

Biji Jenitri ditutupi oleh kulit luar yang berwarna biru dan keras, serta terdapat tuberkulum di dalamnya. Biji Jenitri mengandung 50,031%

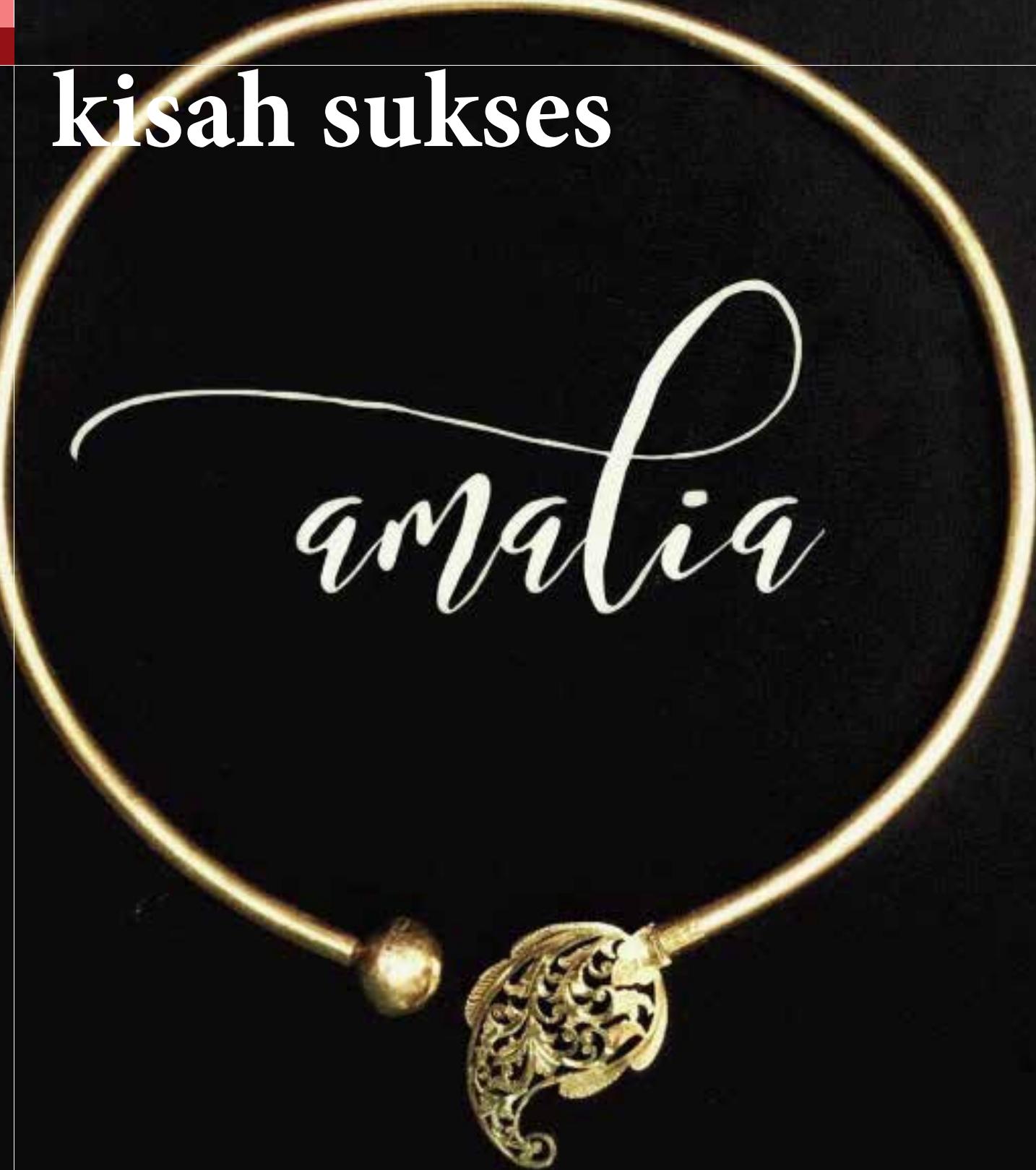
karbon, 0,95% nitrogen, 17,897% hidrogen dan 30,53% oksigen. Dibutuhkan 15 sampai 16 tahun bagi Jenitri untuk tumbuh dan menghasilkan buah. Setelah dipanen, biji Jenitri disimpan dalam air selama beberapa hari, kemudian diambil dan dikelupas bagian lembut dari buahnya.

Pada setiap biji Jenitri, terdapat garis vertikal di sepanjang permukaannya yang disebut dengan mukhi atau celah-celah atau alur-alur pada permukaan. Biji Jenitri dengan satu garis vertikal disebut dengan Jenitri mukhi satu. Jenitri dengan dua baris artinya Jenitri dua mukhi dan seterusnya.

Jenitri terdiri dari 1 hingga 21 mukhis, tapi yang banyak ditemukan adalah Jenitri yang terdiri dari 1 sampai 14 mukhis. Saat ini, Jenitri dengan jumlah mukhis 22 atau lebih juga mulai banyak ditemukan namun dalam jumlah terbatas. Di samping itu, diperlukan tahapan penelitian yang lebih jauh karena belum adanya referensi mengenai Jenitri jenis ini di dalam teks-teks kuno. Di sisi lain, Jenitri bermuka lima dapat ditemukan dengan mudah dan berlimpah. Harganya pun bervariasi tergantung pada ketersediaan dan kapasitas produksi Jenitri.



# kisah sukses



amalia

## Menembus Ruang dan Waktu

Amalia Jewelry didirikan pada tahun 1996. Lokasi unit usaha yang dipimpin oleh Muhammad Azis Bakhtiar ini berada di Pasar Triwindu Kios nomor 20, Jalan Diponegoro – Solo. Awalnya, Amalia bergerak di bidang industri kerajinan secara umum. Namun sejak tahun 2009, Muhammad Azis Bakhtiar mulai memfokuskan bisnisnya pada produk-produk perhiasan. Selain produk baru, Amalia Jewelry juga melakukan spesialisasi dalam mereproduksi perhiasan-perhiasan kuno.

Bahan baku yang digunakan oleh Amalia Jewelry berasal dari berbagai daerah di Indonesia, seperti perak, kuningan, manik-manik, tembaga, dan alpaka. Bahan-bahan material tersebut diolah dengan teknik filligree (krawangan) dan tatah, hingga mencapai kapasitas produksi 500-1000 buah per bulan untuk produk medium. Sementara itu, untuk perhiasan premium, kapasitas produksi sebulan tercatat 50-80 produk.

## Misi

- Menjadi trend setter produk perhiasan di Indonesia
- Membentuk semangat nasionalisme serta kebanggaan memakai produk lokal dan berciri khas Indonesia

## Visi

- Menjadi sumber edukasi terpercaya oleh para pemain pasar lain di sektor industri perhiasan
- Memperluas jejaring bisnis baik di pasar domestik maupun internasional
- Konsistensi terhadap segmentasi pasar perhiasan

### Produk kalung dengan tema Wayang hasil karya Amalia Jewelry

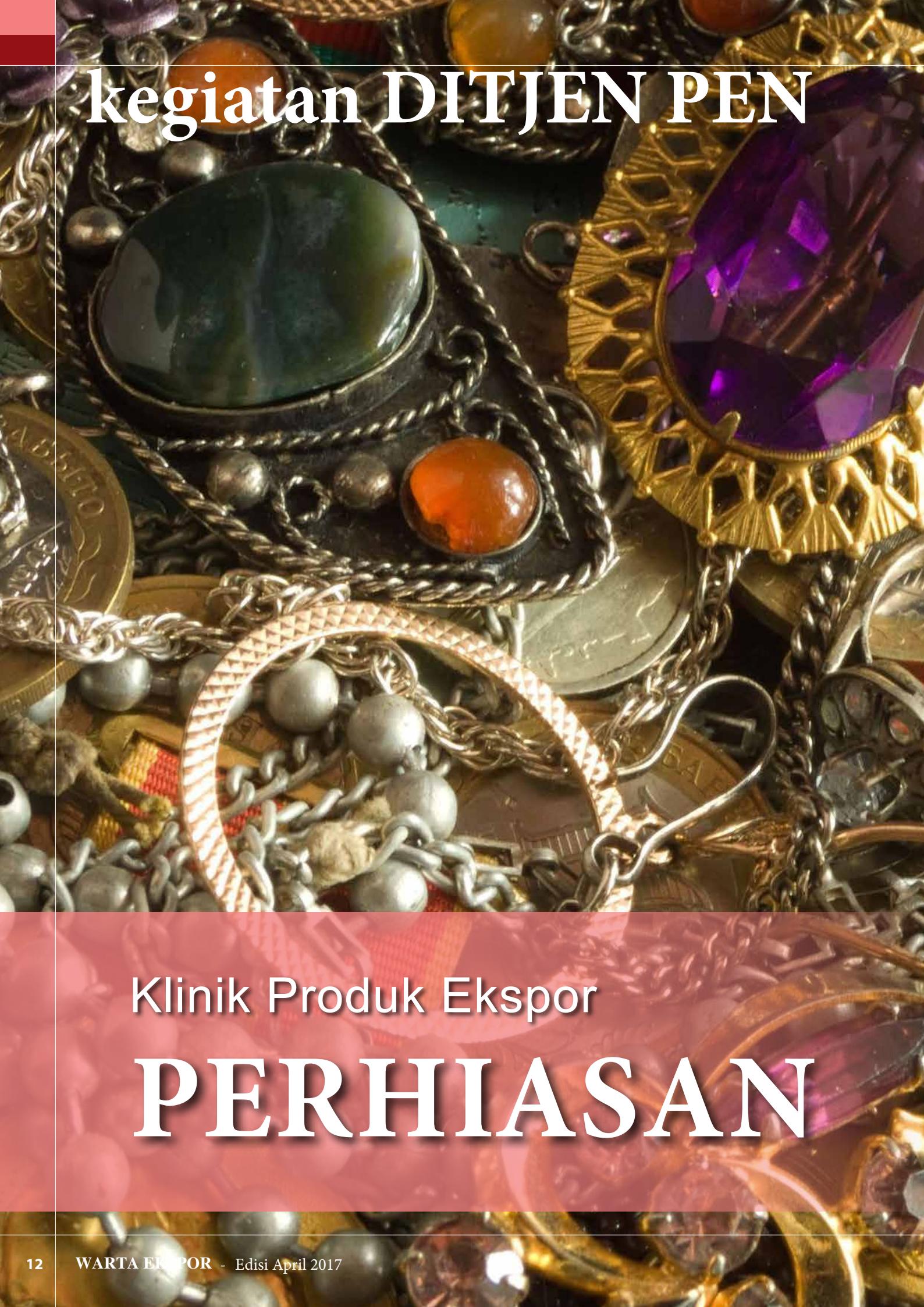
Perhiasan dengan label Amalia Jewelry telah dipamerkan diberbagai ajang bertaraf internasional, baik di dalam maupun luar negeri. pameran tersebut antara lain Inacraft - Jakarta, Indonesian Trade & Tourism Promotion (ITTP) – Kamboja, Incoming Buying Mission – Malaysia International Halal Showcase (IBM – MIHAS) – Kuala Lumpur, Indonesia Fashion Week (IFW) – Jakarta, Tokyo Gift Show – Jepang, Pasar Malam Indonesia Belanda – Den Haag, BIFF & BIL – Bangkok, serta Trade Expo Indonesia (TEI) di Jakarta.

Terkait dengan pameran Inacraft yang merupakan salah satu pameran produk-produk kerajinan terbesar di kawasan Asia Tenggara, Muhammad Azis Bakhtiar menjadi salah satu orang di balik layar kesuksesan ajang bertaraf internasional ini. Posisinya sebagai Sekretaris ASEPHI (Asosiasi Eksportir dan Produsen Handicraft Indonesia) BPD Jawa Tengah, menempatkan dirinya sebagai salah satu orang yang berperan penting dalam agenda tahunan di Jakarta tersebut.

Muhammad Azis Bakhtiar juga merupakan salah satu pelaku usaha perhiasan asal Indonesia yang lolos seleksi oleh Australia Awards Indonesia, untuk mengikuti kursus singkat *“International Business Readiness – Jewellery Design”*, pada tanggal 17 Februari hingga 5 Maret 2017, yang berlangsung di Australia, tepatnya di kota Brisbane dan Sydney.

Selama kursus singkat yang berlangsung sekitar dua minggu tersebut, pimpinan Amalia Jewelry ini memiliki visi untuk mengangkat seni dan budaya Indonesia melalui produk-produk perhiasan yang dihasilkan. Untuk itu, salah satu contoh produk perhiasan yang dibawa dan dipamerkan pada saat kunjungan ke Artisan Gallery adalah kalung dengan liontin wayang kulit.





kegiatan DITJEN PEN

Klinik Produk Ekspor

# PERHIASAN



Sebagai upaya mendorong pertumbuhan ekspor produk perhiasan Indonesia, Direktorat Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional cq. Direktorat Pengembangan Produk Ekspor akan menyelenggarakan kegiatan Klinik Produk Ekspor di provinsi D.I Yogyakarta pada tanggal 2-5 Mei 2017. Kegiatan dimaksud terdiri dari beberapa agenda yang meliputi seminar, business matching dan kunjungan ke beberapa pelaku usaha perhiasan di Yogyakarta.

Sebagai kegiatan pertama, akan digelar seminar dengan tema "Peluang Ekspor Produk Perhiasan Indonesia di Pasar Global". Narasumber yang akan hadir pada seminar dimaksud adalah Direktur Pengembangan Produk Ekspor – Kementerian Perdagangan RI, Kepala Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Yogyakarta, *Manager Trade Finance Officer* PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. kantor cabang D.I. Yogyakarta, *Chief Financial Officer (CFO)* PT. Lazada Indonesia, dan Desainer sekaligus Pimpinan Perusahaan Litany Jewelry.

Masing-masing narasumber akan menyampaikan presentasi sesuai dengan sektor usaha yang ditangani. Misalnya narasumber dari PT. Bank Negara Indonesia akan memaparkan skema pembiayaan yang disediakan bagi pelaku usaha perhiasan di daerah D.I. Yogyakarta, dalam rangka mengembangkan usaha ke pasar internasional. Sementara itu, narasumber dari PT. Lazada Indonesia akan menyampaikan presentasi mengenai prosedur dan persyaratan bagi pelaku usaha yang ingin mempromosikan dan memasarkan produk mereka melalui situs Lazada Indonesia, yang merupakan salah satu *online marketplace* terbesar di Indonesia.

Di sisi lain, desainer sekaligus pimpinan perusahaan Litany Jewelry akan mengangkat topik terkait tren desain produk perhiasan di pasar dunia. Dalam presentasinya, akan dijabarkan pula mengenai strategi pemasaran produk perhiasan melalui sosial media. Sedangkan narasumber dari Kementerian Perdagangan RI dan Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi D.I. Yogyakarta dijadwalkan akan menyampaikan sambutan serta memaparkan beberapa program di instansi masing-masing, yang bertujuan untuk mendukung pertumbuhan sektor industri perhiasan, khususnya pada skala kecil dan menengah.

Acara seminar akan mengundang sekitar 80 perajin perhiasan dari berbagai daerah di provinsi D.I. Yogyakarta. Usai seminar, acara akan dilanjutkan dengan agenda *business matching* antara narasumber dengan pelaku usaha. Pada sesi ini, diharapkan akan terjadi kerjasama yang terbangun antara pelaku usaha dengan PT. Lazada Indonesia serta dengan PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk.

Kegiatan Klinik Produk Ekspor di Yogyakarta yang mengangkat perhiasan sebagai fokus produk ini juga merupakan salah satu upaya Direktorat Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional, Kementerian Perdagangan, dalam merealisasikan Early Outcomes di bawah skema *Indonesia-Australia Comprehensive Economic Partnership Agreement* (IA CEPA), yang rencananya akan ditandatangani oleh kedua negara pada bulan Agustus 2017.

# sekilas info





# ***Indonesia-Australia*** ***Comprehensive Economic*** ***Partnership Agreement***

Kementerian Perdagangan  
Fokus Kembangkan Fesyen dan  
Perhiasan



**Ketua Kelompok Perunding Indonesia untuk IA-CEPA (Bpk. Dedy Saleh) berjabat tangan dengan Ketua Delegasi Australia (Ms. Trudy Witbreuk), pada perundingan IA CEPA putaran ke-6 tanggal 20-24 Februari 2017, di Sydney, Australia**

Australia merupakan negara tetangga Indonesia dengan jarak geografis yang cukup dekat. Oleh karena itu, Australia merupakan salah satu rekan dagang utama bagi perdagangan internasional Indonesia. Dengan jarak yang relatif tidak terlalu jauh, maka jalur distribusi yang ditempuh oleh para eksportir dalam negeri menjadi lebih efisien baik dari segi waktu maupun pembiayaan.

Potensi ekspor yang disediakan oleh pasar Australia juga cukup besar, mengingat GDP per kapita negara ini yang tinggi, yaitu senilai USD 48.800 (2016) sebagaimana data dari CIA *World Fact Book* 2016. Selain itu, besarnya jumlah Diaspora Indonesia yang bermukim di Australia, baik untuk bekerja atau pun menempuh pendidikan, menjadikan peluang pasar bagi produk-produk asli Indonesia semakin terbuka. Nilai ekspor non migas Indonesia ke Australia di sepanjang tahun 2016 mencapai USD 2,66 miliar. Sementara itu, hingga Februari 2017, kinerja ekspor non migas sudah terbukukan di angka USD 292,3 juta.

Sebaliknya, Indonesia juga merupakan pasar besar bagi Australia, berkat potensi sumber daya alam dan sumber daya manusia yang unggul. Maka, menimbang potensi kedua negara yang dapat disinergikan, saat ini sedang berlangsung proses persiapan penandatanganan kerjasama

Indonesia-Australia *Comprehensive Economic Partnership Agreement* (IA CEPA).

Skema kerjasama IA CEPA diinisiasi sejak bulan Maret 2016, melalui pertemuan antara Menteri Perdagangan dari kedua negara. Isu utama yang diangkat melalui skema IA-CEPA adalah *Trade in Goods*, *Trade in Services* dan *Investment* yang pembahasannya dilakukan melalui *Negotiating Groups*.

Berdasarkan kesepakatan, perjanjian IA CEPA akan ditandatangani pada bulan Agustus 2017. Selama kurun waktu 18 bulan tersebut, dijadwalkan beberapa kali perundingan antara kedua negara dalam rangka penyusunan dan finalisasi *Memorandum of Understanding* (MoU) antara Indonesia dan Australia, termasuk di dalamnya berisi cakupan sektor-sektor industri yang akan dikembangkan.

Terdapat sejumlah Kementerian/Lembaga yang terlibat dalam proses perundingan IA CEPA, di mana setiap Kementerian/Lembaga mendapat tanggung jawab untuk mengembangkan dua sektor industri. Untuk itu, masing-masing Tim Perundingan setuju untuk menyusun *Early Outcomes* dari seluruh sektor. *Early Outcomes* tersebut diharapkan sudah terealisasi pada saat penandatanganan IA CEPAN bulan Agustus 2017.



Para peserta kursus singkat "International Business Readiness - Jewellery Design"

Terkait dengan *Early Outcomes* dimaksud, Kementerian Perdagangan menjadi *focal point* terhadap pengembangan sektor fesyen dan perhiasan. Kedua sektor dimaksud merupakan produk-produk ekspor unggulan Indonesia. Selain pertumbuhan industri di dalam negeri yang semakin menggeliat, kinerja ekspor kedua produk tersebut juga terus menunjukkan peningkatan.

Untuk produk fesyen, nilai ekspor selama lima tahun terakhir meningkat dari USD 11,28 miliar (2012) menjadi USD 16,21 miliar (2016). Negara-negara yang menjadi pasar tujuan ekspor terbesar bagi produk fesyen dari dalam negeri adalah Amerika Serikat (31,12%); Swiss (31,12%); Singapura (6,60%); Jepang (6,46%); Jerman (4,99%); Hong Kong (3,70%); China (3,65%); Belgia (3,22%); Republik Korea (3,01%); dan Inggris (2,68%).

Sementara itu, untuk produk perhiasan Indonesia paling banyak diekspor ke Singapura (USD 270,62 juta); Swiss (USD 255,43 juta); Hong Kong (USD 113,63 juta); Jepang (USD 45,24 juta); Amerika Serikat (USD 20,34 juta); Uni Emirat Arab (USD 8,14 juta); Inggris (USD 5,39 juta); Australia (USD 3,16 juta); Thailand (USD 2,68 juta); dan Italia (USD 1,32 juta). Total transaksi yang terbukukan tercatat USD 3,23 miliar (2012) lalu melonjak menjadi USD 6,37 miliar (2016). Dengan demikian, pertumbuhan yang terjadi selama lima tahun terakhir adalah 22,71%.

#### International Business Readiness - Jewellery Design

Sebagai implementasi nyata kerjasama antara Indonesia dengan Australia dalam rangka pengembangan industri perhiasan, Kementerian Perdagangan cq. Direktorat Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional berpartisipasi pada kursus singkat dengan topik "*International Business Readiness - Jewellery Design*", yang diselenggarakan pada tanggal 17 Februari - 5 Maret 2017 di Australia, yaitu di kota Brisbane dan Sydney.

Sebanyak 21 pelaku usaha perhiasan dari berbagai daerah di Indonesia mengikuti program ini. Di samping itu, terdapat empat perwakilan dari Kementerian/Lembaga yang turut ambil bagian, yaitu dari Kementerian Perdagangan serta Kementerian Koperasi dan UKM. Program ini semakin terlihat efektifitasnya terhadap capaian *Early Outcomes* dengan kehadiran perwakilan Kamar Dagang dan Industri (KADIN) Indonesia, Asosiasi Ekspor dan Produsen Handicrafts Indonesia (Asephi), dan akademisi dari Universitas Islam Indonesia (UII) Yogyakarta.

# daftar importir

## 1. M/s. RUDRASHA-SHAKTI

Plot # 116, Mhada, Sardar Vallabh Bhai Patel Nagar, Versova, After 4 Bunglow Tel Exchange, Andheri (W), Mumbai – 400 053, Maharashtra – INDIA

Phone : +91-22-26373582  
Mobile : +91-9373106326  
Fax : +91-22-26373582

## 2. M/s. RUDRA CENTRE

Shop No. 9, Emerald Complex, Near Imax Adlabs, Bhakti Park, Anik Wadala Link Road, Wadala €, Mumbai – 400 037, Maharashtra – INDIA

Phone : +91-22-24046611  
Mobile : +91-9819119909  
Fax : +91-22-66978581

## 3. M/s. M.a. HADI & Co.

Mr. Mohamed Mobin 18, Muthial Chetty Street, Purasawalkam, Chennai -- 600 007, Tamil Nadu - INDIA

Phone : +91-44-26401449  
Fax : +91-44-26401449

## 4. M/s. DOCTOR

Dr. Nitin Kaura 33 Sec. 9, Pocket 1, DDA Flats, Dwarka, Delhi – INDIA

Phone : +91-11-25086054

## 5. M/s. NAVAL RATAN EMPORIUM

Mr. Pramod Goel Shop No. 11, Niranjani Akhara Road, Near-Safe Parking, Haridwar – 249 401, Uttarakhand – INDIA

Phone : +91-1334-228279

## 6. M/s. CREATIVE ZONE

Dr. Laxmi 188a, Ranisatinagar Ajmer Road, Jaipur – 302 020, Rajasthan – INDIA

Phone : +91-141-2811390

## 7. M/s. DIVYA ASHIRWAAD SANSTHAAN

Mr. Kunal Tiwary Lane Number 4 Ekta Vihar, Sahstradhara Road, Dehradun, Uttarakhand – INDIA

Phone : +91-135-6505560

## 8. M/s. JENITRI POINT

Mr. Samta Puri B-5, 2nd Floor, Lajpat Nagar – II, New Delhi – 110 024, INDIA

## 9. M/s. JENITRI WORLD

Mrs. Neena Gupta Natural Heights, Block 4, 137, Phase-2, Flat No. 4d, VIP Road, Kolkata – 700 052 , West Bengal – India.



“Indonesia adalah salah satu negara penghasil biji-bijian Jenitri terbesar di dunia.

Sekitar 70% dari pohon-pohon Jenitri ditemukan di Indonesia.

Di Indonesia, pohon-pohon Jenitri antara lain tumbuh di daerah Pulau Jawa, Sumatera, Kalimantan, Bali, dan Irian.

Salah satu daerah yang saat ini sedang mengalami kemajuan pesat terkait hasil alam biji-bijian Jenitri adalah Kebumen, Jawa Tengah.

Meskipun banyak biji Jenitri yang dibeli dan dibawa oleh buyer secara hand carry, namun data dari Biro Pusat Statistik (BPS) memperlihatkan bahwa data ekspor produk dimaksud tetap menunjukkan peningkatan.”



# TRADE EXPO Indonesia

## 32nd

11 - 15  
October 2017

Hall 1-10,  
Indonesia Convention  
Exhibition (ICE),  
BSD City -  
Banten

Manufactured  
Goods and Services



Knock Down House  
and Garden Furniture



Fashion, Lifestyle and  
Creatives Products



Food and  
Beverages



Premium SME's  
Products



P  
r  
o  
d  
u  
c  
t  
s  
&  
S



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

tradeexpoindonesia@kemendag.go.id  
www.tradeexpoindonesia.com

DJPEN - Direktorat Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional  
Kementerian Perdagangan

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

Telp. : (62-21) 3858171  
Fax. : (62-21) 23528652

www. djpen.kemendag.go.id

CSC@kemendag.go.id

CSC Kemendag

@csckemendag