

Batik Indonesia

Upaya Mengeksiskan Batik Di Kancah Internasional



Perkembangan batik, yang telah diakui oleh UNESCO, telah merambah di seluruh Nusantara dan menjadi karya budaya yang mewakili identitas Indonesia di mata dunia. Dengan adanya pandangan tersebut batik harus dapat dilindungi, dilestarikan, dikembangkan dan dipromosikan.

Beragam kegiatan yang dilakukan dalam menduniakan batik, salah satunya, dengan menyelenggarakan World Batik Summit (WBS). Dalam acara ini, tidak hanya menampilkan kain, tapi juga pengetahuan tentang jenis-jenis kain batik dan sejarahnya, serta beragam produk yang dapat dibatikkan. Berkenaan akan hal tersebut tema edisi yang diangkat pada bulan ini adalah Batik Summit.

Edisi ini juga memuat informasi mengenai keberhasilan perusahaan yang dapat menembus pasar luar negeri. Dengan keuletan dan jatuh bangun dalam memasarkan produknya di mancanegara, akhirnya mereka menikmati hasil jerih payah yang selama ini dialami. Melihat perkembangan tersebut, kami pengelola Warta Ekspor DJPEN tidak lupa memberikan informasi mengenai peluang pasar luar negeri yang sangat berguna bagi dunia usaha terutama yang memiliki produk unggul.

Direktur Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional
Kementerian Perdagangan Republik Indonesia

Gusmardi Bustami



STT: Ditjen PEN/MJL/04/I/2012, **Pelindung/Penasehat:** Gusmardi Bustami, **Pimpinan Umum:** Indrasari Wisnu Wardhana, **Pemimpin Redaksi:** RA. Marlana, **Redaktur Pelaksana:** Sugiarti, **Penulis:** Saraswati Utami, **Desain:** Karnaen Nafed
Alamat: Gedung Utama Kementerian Perdagangan Republik Indonesia, Lt3, Jl. Ml. Ridwan Rais no. 5, Jakarta 10110
Telp: 021-3858171 Ext.37302, **Fax:** 021-23528652, **E-mail:** p2ie@kemendag.go.id, **Website:** djpen.kemendag.go.id

Daftar Isi

Ditjen PEN/MJL/003/1/2012 Edisi Januari



Editorial 2

Daftar Isi 2

Tajuk Utama 3
Batik Summit,
Upaya Mengeksiskan Batik
Di Kancan Internasional

Kisah Sukses 11
PT. Aneka Sandang
Interbuana

**Kegiatan DJPEN
Januari 14**

Sekilas Info 16
Pasar Cokro Kembang
Pasar Percontohan Pertama
2012

Daftar Importir 19

Batik Summit, Upaya Mengeksiskan Batik Di Kancah Internasional



Batik

adalah karya budaya yang mewakili identitas Indonesia di mata dunia. Dalam selembar kain batik terpapar identitas budaya dan sejarah sebuah daerah atau kota. Kain batik yang diidentikkan sebagai kain Nusantara kini berkembang menjadi industri modern. Konsekuensi dari masuknya batik ke dalam industri modern, maka batik dituntut untuk mengikuti perkembangan zaman, sesuai perkembangan mode dan tuntutan pasar. Perkembangan batik yang mengikuti perkembangan zaman dari tahun ke tahun akhirnya menunjukkan dinamika beragam. Batik sebagai produk seni adiluhung, awal kelahirannya banyak diwarnai simbol keraton. Dulu, penggunaannya pun masih terbatas di kalangan keraton. Akan tetapi, seiring dengan pergeseran waktu, batik pun kemudian menjadi komoditas yang diperdagangkan secara luas.

Dewasa ini, penggunaan batik sudah mulai memasyarakat. Batik juga sudah digunakan tidak hanya dalam upacara adat, tapi juga dalam keseharian. Kini, mulai bermunculan baju-baju yang bermotif batik dan banyak sekali tempat khusus yang menjual batik ini, mulai dari batik yang benar-benar sakral dan murni hingga batik modifikasi

yang diaplikasikan dalam pakaian sehari-hari. Dalam perkembangannya, upaya membuat kain Nusantara bisa memenuhi kebutuhan masa kini mengambil beragam bentuk. Bukan hanya ragam hias yang disesuaikan kebutuhan saat ini atau benang kapas diganti sutra untuk mendapatkan kain yang lebih ringan dan lebih mudah disesuaikan untuk berbagai keperluan, melainkan juga cara kain tersebut digunakan, terutama ketika kain tersebut ditujukan untuk busana. Saat ini batik telah menjadi tren baru di tengah masyarakat. Tak hanya sandang yang menggunakan kain batik sebagai bahannya, tapi sarung bantal, *gordyn*, dan seprei pun telah ada yang menggunakan kain batik. Ini adalah awal mula yang baik bagi pelestarian seni batik.

Sejak tanggal 2 Oktober 2009 bertempat di Abu Dhabi, Uni Emirat Arab, UNESCO secara resmi telah menetapkan batik Indonesia sebagai salah satu warisan budaya tak benda (*The Representative List of the Intangible Cultural Heritage of Humanity*). Dengan pengakuan resmi dari badan dunia tersebut kini batik memasuki tahap bagaimana cara untuk melindungi, melestarikan, mengembangkan serta mempromosikan batik Indonesia ke seluruh

penjuru dunia. Salah satu upaya yang dilakukan dalam rangka menduniakan batik adalah dengan melakukan *World Batik Summit* (WBS). Kegiatan ini pertama kali terselenggarakan di Yogyakarta tahun 1997, dan setelah 14 tahun vakum kegiatan ini diselenggarakan kembali pada tahun 2011.

WBS 2011 digelar pada tanggal 28 September-2 Oktober 2011, bertempat di Jakarta Convention Center (JCC). Kegiatan yang mengambil tema "*Indonesia: Global Home of Batik*" ini diselenggarakan dalam rangka memfasilitasi pertukaran pengetahuan dan evaluasi mengenai teknik produksi, ide-ide praktis dan metode pemasaran batik, serta diharapkan dapat membangun antusiasme batik secara internasional. Kegiatan ini juga dirancang untuk menjadi ikon dalam menampilkan beberapa dimensi batik, seni dan kerajinan, teknik dan teknologi, pemasaran dan bisnis ke seluruh dunia.

Penyelenggaraan WBS ini didukung oleh beberapa Kementerian terkait, meliputi Kementerian Perdagangan, Kementerian Perindustrian, Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata,



Kementerian Pendidikan Nasional, Kementerian Luar Negeri, Kementerian Usaha Kecil dan Menengah, Kementerian Badan Usaha Milik Negara dan dikoordinasikan oleh Kementerian Perdagangan. Penyelenggaraan WBS juga didukung oleh Sekretariat Kabinet dan Pemerintah Daerah Khusus Ibukota Jakarta.

WBS 2011 merupakan kegiatan bertaraf Internasional yang diselenggarakan oleh Yayasan Batik Indonesia yang pertama kali dan merupakan sesuatu kegiatan pameran batik tingkat dunia yang diadakan di Indonesia.

Acara WBS 2011 yang dibuka oleh Presiden RI Susilo Bambang Yudhoyono ini menghadirkan dua program utama, yakni *World Batik Conference* dan *World Batik Exhibition*. *World Batik Conference* yang diadakan pada 28-30 September membahas tiga topik utama, yakni; multi-kemitraan: membawa batik untuk dunia; kontribusi batik untuk ekonomi kreatif; batik sebagai warisan budaya: konservasi dan modernisasi. Para pembicara yang mengisi

konferensi berasal dari dalam dan luar negeri. Mereka, antara lain, Carmanita dari Indonesia, Joachim Blank dari Jerman, dan masih banyak lagi. Sedangkan *World Batik Exhibition* diisi oleh pameran koleksi batik Indonesia, pameran perhiasan, *Gallery of Honour and book corner*, dan *a tribute masterpiece* Iwan Tirta.

Pameran batik berskala internasional ini dapat dikatakan luar biasa. Mulai dari pintu masuk pengunjung sudah disuguhi sebuah panggung di mana batik-batik karya Iwan Tirta dipamerkan. Kemudian beragam batik dari seluruh penjuru Indonesia hadir di tiap sudut JCC. Tidak hanya kain saja yang dipamerkan, namun pengunjung juga mendapat pengetahuan tentang jenis-jenis kain batik dan sejarahnya. Seperti di dalam *Gallery of Honour* yang mana diperlihatkan foto-foto para pemimpin negara di dunia yang sedang memakai batik. *Book corner* yang menjual buku-buku tentang batik.



Mercedes Benz

motif batik karya desainer Carmanita.

Di salah satu sudut, pengunjung bisa melihat pameran nominator lomba motif desain batik mahasiswa. Pengunjung juga bisa melihat pengrajin batik sedang mencanting, dan ada juga pengrajin yang sedang membuat wayang. Mereka pun bisa mempraktekkan cara membuat batik. Di tempat itu, dipamerkan juga motor besar bermotif batik bernama "Kyai Perkoso" karya Retro Classic Cycles dan mobil Mercedes Benz motif batik karya desainer Carmanita.



Batik Adisty

Di atas ini beberapa contoh disain dan karya dari Gallery Batik Adisty, basis peciptaan disain adalah dari seni-budaya yang tumbuh di tengah masyarakat Semarang.



Batik Mark Indonesia

Berdasarkan teknik pembuatannya, batik digolongkan menjadi tiga jenis. Pertama, batik tulis, merupakan kain yang dihias dengan ragam dan corak batik dengan menggunakan tangan. Pembuatan batik tulis ini biasanya memakan waktu kurang lebih 2-3 bulan. Kedua, batik cap, yakni kain yang dihias dengan ragam dan corak batik yang dibentuk dengan cap (biasanya cap tersebut terbuat dari plat tembaga). Proses pembuatan batik jenis ini membutuhkan waktu yang relatif singkat jika dibandingkan dengan jenis batik tulis, yakni

kurang lebih selama 2-3 hari. Dan, yang terakhir adalah kombinasi antara batik tulis dan batik cap.

Masyarakat awam memandang batik *printing* yang bermotif batik buatan pabrik juga batik, padahal sebenarnya bukan batik karena tidak melalui proses menulis dengan malam/lilin dan kemudian diwarnai baik memakai pewarna kimia maupun pewarna alam.

Balai Besar Kerajinan dan Batik (BBKB), Kementerian Perindustrian R.I sebagai institusi resmi yang mengelola segala regulasi tentang industri batik memberikan batasan tentang batik untuk melindungi konsumen dari pemalsuan kain batik.

Sesuai SNI (Standar Nasional Indonesia) yang dimaksud batik adalah bahan tekstil hasil pewarnaan secara perintang dengan menggunakan lilin batik sebagai zat perintang, berupa batik tulis, batik cap, dan batik kombinasi tulis & cap. Pernyataan tersebut diperkuat dengan munculnya Batik Mark – Batik Indonesia, yang resmi dikeluarkan oleh BBKB Kemenperin R.I. dengan Hak Cipta Nomor 034100, tanggal 5 Juni 2007.

Batik Mark – Batik Indonesia adalah suatu tanda yang menunjukkan identitas dan ciri batik buatan Indonesia yang terdiri dari tiga jenis yaitu batik tulis, batik cap dan batik kombinasi tulis dan cap.



Batik Adisty



Batik tulis akan mendapatkan label Batik Mark Indonesia dengan warna emas, batik cap mendapatkan Batik Mark Indonesia dengan warna perak, sedangkan batik kombinasi tulis dan cap dengan label warna putih. Sementara Batik *printing* atau sablon/cetak, atau yang di sini disebut dengan kain bermotif batik (bukan batik) tidak akan diberikan label Batik Mark – Batik Indonesia.

Prosedur sertifikasi batik terbilang tidak rumit. Produsen cukup mengirimkan sampel bahan untuk diuji dan diteliti sesuai dengan Standar Nasional Indonesia. Tes yang diujikan, antara lain, lilin yang digunakan, pola atau motif batik, teknik melilin batik, dan kualitas tekstil. Baru kemudian, produsen mengajukan permohonan sertifikasi kepada Balai Batik Indonesia. Hasil sertifikasi akan berlaku selama perusahaan tersebut beroperasi. Batik Mark Indonesia ini memang mudah untuk ditiru, tapi mudah untuk dikenali karena masing-masing memiliki *barcode* sendiri.

Walaupun Batik Mark Indonesia sudah dicanangkan sejak tahun 2007, banyak masyarakat pembatik ataupun masyarakat pencinta batik tidak mengetahui hal itu karena sosialisasinya sangat kurang. Di antara ratusan industri kecil menengah batik di Yogyakarta, hanya sekitar 20 saja yang telah terdaftar merek dagangnya. Kementerian Perindustrian mencatat bahwa di seluruh Indonesia hanya ada 72 pemegang merek sah batik yang tersebar di Jawa dan Madura (data 2011).

Dengan adanya Batik Mark Indonesia, konsumen telah diberikan jaminan terhadap kualitas batik. Akan tetapi, agar dapat terus berkembang dibutuhkan juga inovasi motif, pengembangan teknologi, pengembangan pendidikan membatik pada generasi muda dan adanya *copyright* motif.

Pesona Batik Papua



Sejak UNESCO (*United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization*) menetapkan batik sebagai salah satu warisan budaya milik Indonesia pada 2 Oktober 2009 silam, ketenaran seni melukis dengan canting itu kian bertambah. Selama ini banyak yang mengira wilayah sekitar Solo dan Yogyakarta saja yang menjadi sentra batik lokal di Tanah Air. Belum banyak yang tahu bahwa Papua juga memiliki perajin batik yang tak kalah daya kreativitasnya. Lalu, seperti apakah motif serta potensi bisnis batik Papua ini?



Peninggalan arkeologi yang tersebar di kawasan Papua cukup beragam dan lengkap karena mewakili beberapa kurun waktu sejarah peradaban manusia. Bukti nyatanya bisa dijumpai dalam bentuk lukisan-lukisan dinding gua yang ada di area Kabupaten Biak dan Jayapura. Lukisan dinding itu ditaksir oleh para ilmuwan berasal dari zaman 40.000 hingga 30.000 tahun Sebelum Masehi. Peninggalan yang sarat akan nilai sejarah ini kemudian menjadi sumber inspirasi para perajin Papua untuk menghasilkan karya seni bertema etnik.

Tak hanya lukisan dinding, bukti sejarah lain, seperti fosil, artefak dan benda purbakala memengaruhi kreativitas seniman Papua dalam menciptakan cenderamata khas daerah paling timur Indonesia itu. Hal ini terukir jelas pada patung atau pahatan suku asli Papua. Setelah melewati beberapa modifikasi, motif atau corak hiasan kuno tersebut akhirnya dijadikan motif dalam batik Papua.

Bila dibandingkan dengan batik dari wilayah Pulau Jawa, batik Papua mempunyai corak yang cukup mencolok. Batik Papua pada umumnya berwarna cenderung lebih gelap dengan motif yang kebanyakan berpola patung. Lambang-lambang yang dikeramatkan dan ukiran khas Papua juga menjadi ciri khas batik asal daerah berpanorama indah tersebut.

Salah satu batik Papua yang dikenal masyarakat luas adalah batik motif asmat yaitu simbol patung-

patung kayu suku Asmat. Batik ini mempunyai ciri-ciri yang sangat khas, antara lain, warnanya lebih cokelat dengan campuran warna tanah dan terakota (merah kecokelat-cokelatan). Soal pemilihan motif batik Papua banyak menggunakan simbol-simbol keramat dan ukiran khas Papua. Cecak atau buaya adalah salah satunya, selain tentu lingkaran-lingkaran besar. Kini desain batik terbaru Papua's Kamoro dan suku Amukme baru saja dirilis oleh desainer asli Papua dan pengusaha Jimi Hendrick Afaar. Bahan yang digunakan bermacam-macam, disesuaikan dengan permintaan pasar.

Sebenarnya masih banyak motif batik Papua lain yang dapat ditemui di pasaran contohnya motif burung cendrawasih, motif kamoro (atau simbol patung berdiri), motif sentani dengan ciri gambar alur batang kayu yang melingkar-lingkar dengan jenis warna hanya satu atau dua warna dan ada pula motif yang divariasikan dengan sentuhan garis-garis emas dan dijuluki batik prada.

Keunikan motif batik Papua membuatnya dilirik banyak orang, mulai dari konsumen lokal hingga internasional. Hal itu dinilai wajar sebab batik Papua tak hanya melambangkan budaya masyarakat sekitar saja tapi juga menorehkan unsur sejarah dan arkeolog di dalamnya. Karenanya, batik khas daerah paling timur Indonesia ini layak dilestarikan dan dibimbing untuk bisa bersaing dengan aset nasional lainnya.

PT Aneka Sandang Interbuana (ASI)



PT Aneka Sandang Interbuana (ASI) adalah sebuah perusahaan manufaktur yang bergerak dalam bidang usaha ekspor produk kain batik dan pakaian jadi. Perusahaan yang berlokasi di Jln. Meliwis No. 9 RT 04/ RW04 Kerten, Surakarta - Jawa Tengah ini pada awal berdirinya belum memiliki pabrik sendiri, sehingga dalam mengerjakan produknya mereka mengadakan kontrak dengan perusahaan garmen lain, di antaranya PT Kalista Indoputra, PT APAC Centre, Nikita Garment dan CV Prima.

Dalam perkembangannya, ASI memutuskan untuk memiliki pabrik sendiri. Tahun 1999, ASI telah mempunyai pabrik sendiri yang terletak di daerah Pajang, Surakarta. Dengan adanya pabrik tersebut, perusahaan ini dapat melakukan proses produksi.

Meskipun telah melakukan proses produksinya, ternyata masih mengadakan kontrak dengan perusahaan garment lain, di samping berkerjasama dengan para pengrajin batik (*supplier*) di lingkungan perusahaan.

ASI memproduksi kain melalui 2 cara: memproduksi sendiri dan *outsourcing*, yang mana sejak 2007, produksi sendiri telah mencapai 40%.

No	Cara Memproduksi	2005	2006	2007	2008	2009
1	Sendiri (%)	25	35	40	40	40
2	Outsourcing (%)	75	65	60	60	60

Sementara itu, bahan baku yang digunakannya untuk proses produksinya 100% merupakan bahan baku lokal (dalam negeri).

ASI memproduksi sesuai dengan pesanan dari pelanggannya yang telah menentukan sampel/desain yang mereka kirimkan. Berdasarkan pesanan, proses pembelian bahan baku dan aksesoriesnya dilakukan, selanjutnya proses produksi dilakukan. Pelanggan ASI tersebar di benua Amerika, Eropa dan Asia.

Seiring dengan perkembangan perusahaan, ASI pun mendirikan pabrik baru di bulan Juni 2005 yang berlokasi di daerah Manang KM 1, Baki, Grogol, Sukoharjo. Pabrik yang baru tersebut diberi nama PT Vinsa Mandiri Utama, merupakan anak perusahaan ASI yang bergerak di bidang garmen yang produknya juga dieskpor.

Inovasi dan Originalitas Dalam Menyatukan Konsep Tradisional dan Modern

Dari awal berdirinya, perusahaan ini berada di tengah-tengah masyarakat yang mayoritas pekerjaannya adalah pengrajin batik, baik sebagai tenaga kerja maupun sebagai pemilik yang memproduksi kain batik motif/corak kuno (tradisional).

Para pengrajin tersebut sangat paham akan teknik, desain maupun corak yang modern, sehingga menghasilkan produk yang mempunyai filosofi yang cukup tinggi dan mampu bersaing di pasar global. Tidak berhenti sampai pada inovasi desain maupun corak saja, ASI juga mengembangkan inovasi cara pengemasan produk yang diinginkan pasar.

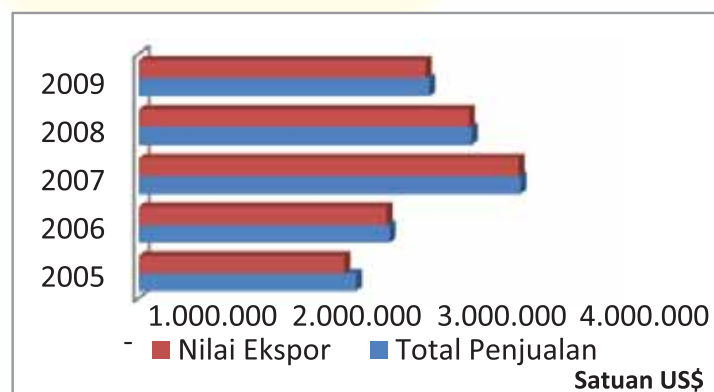
Tidak sekadar dalam bentuk kain jadi (*roll*) maupun garmen, tapi juga berinovasi dalam bentuk potongan kain yang sudah dalam bentuk set warna/desain yang dapat digunakan oleh konsumen sebagai bahan *quilting* dan lain-lain.

Penetrasi ke Pasar Ekspor

Sebagai perusahaan yang produknya berorientasi ekspor, ASI telah memasuki pasar sejumlah negara besar (tahun 2009) sebagai berikut:

No	Negara	Komposisi (%)	Produk
1	Amerika Serikat	88.45	Batik Fabric in roll Handicraft with Batik Fabric Header with Batik Fabric
2	Singapura	9.75	Batik Fabric
3	Kanada	1.02	Batik Fabric in roll
4	Australia	0.41	Batik Fabric in roll
5	Spanyol	0.37	Batik Fabric in roll

Sementara itu, nilai ekspornya tercatat sebagai berikut:



Faktor Pendukung dan Penghambat Ekspor

Dalam menjalankan kegiatan ekspor, ASI didukung oleh banyaknya usaha industri rumah tangga di lingkungan sekitar perusahaan yang kooperatif, sehingga dapat dibina untuk menghasilkan produk yang sesuai dengan pasar, adanya dukungan dari instansi terkait (Disperindag, pihak perbankan, dan lain lain), serta tersedianya bahan baku dan bahan penolong yang masih mudah diperoleh di dalam negeri.

Selain faktor pendukung, ASI juga dihadapkan dengan faktor penghambat usaha ekspor, di antaranya adalah cuaca yang berubah-ubah, penurunan kualitas obat batik, harga yang selalu naik turun, *over supply* (penjual lebih banyak daripada pembeli), serta adanya permintaan desain khusus dengan warna menggunakan teknologi komputer yang mana setelah diterapkan dalam proses batik *handmade*, hasil perwarnaannya sedikit berbeda.



Guna mendukung terlaksananya visi dan misi Kementerian Perdagangan Republik Indonesia, selama bulan Januari 2012 Direktorat Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional telah melakukan berbagai kegiatan yang berkaitan dengan ruang lingkup tugas dan fungsinya.



Kegiatan DJPEN Januari 2012

Kegiatan

Kinerja Direktorat Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional dalam meningkatkan pengembangan ekspor dicapai melalui kegiatan yang meliputi peningkatan diversifikasi produk ekspor dan ekonomi kreatif, peningkatan kerjasama pengembangan ekspor, peningkatan pengembangan promosi

dan pencitraan Indonesia, peningkatan pelayanan hubungan dagang dan informasi ekspor, serta pengembangan SDM melalui pendidikan dan latihan (diklat) ekspor.

Kinerja Ditjen PEN dalam mendukung program pengembangan ekspor nasional sepanjang bulan Januari 2012 guna pencapaian peningkatan diversifikasi produk ekspor dan ekonomi kreatif, antara lain, meliputi: kebijakan rotan, persiapan kegiatan “Indonesia-India CEO Forum 2012”, persiapan pelaksanaan Konvensi Pekan Produk Kreatif Indonesia (PPKI) 2012 dan penerimaan misi pembelian Kreyenhop & Kluge GmbH & Co.KG, Hamburg–Jerman.

Adapun peningkatan kerjasama pengembangan ekspor dilakukan melalui kegiatan, antara lain, pertemuan dengan pengusaha Nigeria dan KBRI Nigeria, persiapan pelaksanaan misi dagang ke Peru, Chile, Brazil, dan persiapan pelaksanaan misi dagang ke Afrika Selatan.

Sementara itu, untuk meningkatkan pengembangan promosi dan pencitraan Indonesia, di Januari 2012 dilakukan persiapan partisipasi pada kegiatan pameran “*Lifestyle Vietnam International Trade Fair*” di Vietnam.

Sedangkan peningkatan pelayanan hubungan dagang dan informasi ekspor dilakukan melalui pelayanan informasi *inquiry*, yang mana pada Januari ini telah diterima sebanyak 26 *inquiry*. Selain itu, pada pelayanan *Buyer Reception Desk* (BRD) sepanjang bulan Januari yang juga

telah menerima 1 (satu) kunjungan dan dilakukan permintaan dagang atau informasi oleh pengusaha dari luar negeri yang berasal dari Amerika. Selain dua sarana tadi, pelayanan informasi dilakukan juga melalui perpustakaan ekspor yang dimiliki oleh Ditjen PEN yang pada Januari ini telah memberikan pelayanan kepada 91 orang yang membutuhkan informasi tentang ekspor dan lain-lain.

Untuk pengembangan SDM melalui Diklat Ekspor, telah dilakukan beberapa program pelatihan baik di pusat maupun daerah, penerimaan calon pengajar BBPPEI dan kerjasama dengan pihak terkait.

Juga, dibahas mengenai kendala-kendala yang dihadapi pada Kegiatan Penerimaan Misi Pembelian Kreyenhop & Kluge GmbH & Co.KG, Hamburg–Jerman.

PASAR COKRO KEMBANG, PASAR PERCONTOHAN PERTAMA 2012

Klaten, 20 Januari 2012 – Menteri Perdagangan RI, Gita Wirjawan, meresmikan Pasar Cokro Kembang di Desa Dalem, Kecamatan Tulung, Kabupaten Klaten, Provinsi Jawa Tengah. Pasar ini sekaligus merupakan pasar percontohan pertama di Indonesia. Menteri Perdagangan Gita Wirjawan

mengatakan bahwa program pasar percontohan ini diharapkan dapat menciptakan pasar yang lebih bersih, nyaman, segar, aman, jujur, higienis dan ramah lingkungan, serta sesuai dengan sosial budaya setempat. “Kami akan melakukan pendampingan secara berkesinambungan kepada para pedagang



dan pengelola pasar sehingga pengetahuan dan kemampuan para pelaku pasar dalam mengelola pasar dapat meningkat,” ujarnya saat peresmian pasar tersebut.

Pasar Cokro Kembang merupakan salah satu pusat distribusi barang, khususnya bahan kebutuhan pokok masyarakat Jawa Tengah. Mendag mengatakan, “Pasar Cokro Kembang jelas memegang peranan penting bagi kesejahteraan masyarakat Jawa Tengah, terutama dalam memenuhi kebutuhan pokok masyarakat dengan harga yang terjangkau.” Ia berharap, dengan dibukanya pasar ini, kegiatan perdagangan dapat dilakukan dengan lebih lancar dan efisien, sehingga mampu menjaga kestabilan harga kebutuhan pokok di Jawa Tengah. Pada kesempatan yang sama, Bupati Klaten Sunarno mengatakan, dengan berdirinya Pasar Cokro Kembang sebagai pasar percontohan ini akan menjadi motivasi pertumbuhan perekonomian rakyat di wilayah Kabupaten Klaten. “Pasar Cokro Kembang berada pada daerah yang strategis, di mana lokasinya berdekatan dengan kawasan wisata terbesar di Klaten, seperti Obyek Mata Air Cokro (Omac) dan pemancingan Janti. Dengan demikian sehingga konsep pasar tradisional pariwisata akan tercapai,” ujar Bupati. Di sela acara tersebut, Gubernur Jawa Tengah Bibit Waluyo juga menyerahkan piala kepada para pemenang lomba pasar tradisional terbaik se-Provinsi Jawa Tengah tahun 2011. Adapun pemenangnya masing-masing diraih oleh Pasar Gede dari Kota Surakarta sebagai pemenang pertama. Kemudian, Pasar Kebonpolo dari Kota Magelang berada di peringkat kedua dan Pasar Jatingaleh dari kota Semarang di peringkat ketiga.

Tahun 2012 Kementerian Perdagangan mengalokasikan anggaran APBN sebesar Rp 400 miliar untuk 53 kabupaten/kota di seluruh Indonesia. Dana tersebut digunakan untuk merevitalisasi 79 pasar, 20 di antaranya pasar percontohan. Selain pasar Cokro Kembang, pasar-



pasar lain yang menjadi pasar percontohan adalah Pasar Pangururan (Kab. Samosir, Sumatera Utara); Pasar Lambocca (Kabupaten Bantaeng, Sulawesi Selatan); Pasar Pattalassang (Kabupaten Takalar, Sulawesi Selatan); Pasar Minulyo (Kabupaten Pacitan, Jawa Timur); Pasar Panorama (Kota Bengkulu, Bengkulu); Pasar Agung (Kota Denpasar, Bali); Pasar Kewapante (Kabupaten Sikka, NTT); dan Pasar Skow (Kabupaten Jayapura, Papua).

Kementerian Perdagangan terlebih dahulu melakukan kunjungan ke lapangan dan uji kelayakan sebelum memilih pasar percontohan. Komitmen Pemerintah Daerah juga menjadi salah satu kriteria penilaian penting dalam memilih pasar tersebut. Kegiatan pembangunan/revitalisasi pasar tradisional yang dilakukan Kementerian Perdagangan merupakan upaya Pemerintah untuk meningkatkan fungsi pasar dalam mendorong berkembangnya kegiatan perekonomian masyarakat. Menurut Mendag, pasar harus dapat memenuhi fungsi strategisnya, antara lain, memberikan kontribusi bagi pertumbuhan ekonomi, menciptakan lapangan tenaga kerja dan kesejahteraan masyarakat, memberdayakan Usaha Kecil dan Menengah (UKM), meningkatkan pendapatan asli daerah (PAD), menjadi indikator kestabilan harga dan inflasi nasional, serta penguatan nilai sosial budaya Indonesia.



Mengenai Pasar Percontohan Cokro Kembang

Pasar dengan luas lahan 8.928 m² dan luas bangunan 3000 m² setiap pasaran legi mampu menarik sekitar 750 orang pengunjung dengan transaksi atau omzet penjualan 150 juta per hari pasaran dan setiap pasaran pon sekitar 1.000 orang dengan omzet Rp 200 juta per hari pasaran. Pasar ini memiliki fasilitas penunjang yang terdiri dari kantor pengelola, mushola, toilet, pos jaga, *water treatment* dan area parkir.

Pasar Cokro Kembang merupakan pasar percontohan pertama yang telah menyelesaikan pembangunan fisik mencapai 100% dengan realisasi keuangan mencapai 97,63%. Berdiri sejak tahun 1960, Pasar Cokro Kembang saat ini dijadikan sebagai pasar percontohan bagi daerah lain. Menurut data Dinas Perindag Provinsi Jawa Tengah, pedagang di pasar Cokro Kembang berjumlah 542 pedagang meliputi pedagang konveksi (40 orang), kerajinan pecah belah (22 orang), kelontongan/bumbu (42 orang), klitikan (20 orang), sayur mayur/buah (36 orang), jajanan pasar (24 orang), daging/ikan/ayam potong (16 orang), pedagang los khusus (73 orang), dan pedagang adegan (157 orang).

TECHCLIMAX CORP.

2F No. 34, San Kwang St.
San Chung District,
New Taipei City,
Taiwan 24161
Phone : +886-2-29713088

Fax : -

Email : pt.oyummy@gmail.com

Website : -

Contact Person : Emily Lin

Product : Confectionery and Foodstuff

BigT International Investment and Trading Industry Jsc.

Represent Technostar GmbH - Germany
Room 601, Noza Buiding - 243A,
Cau Giay str, Cau Giay Dist, Ha Noi, Viet Nam

Phone : +84-473025579/-437678838

Fax : +84-473025580

Email : -

Website : www.bigt.com.vn

Contact Person : -

Product : Paper

EMV CONSULT LTD.

16 "Lidice" Street, Bl.261, office 2
Sofia 1111, Bulgaria
Phone : 00359 2/971 35 22, 971 45 62

Fax : 00359 2/971 32 45

Email : office@emvconsult.net

Website : www.emvconsult.net

Contact Person : Stoyan Mishev

Product : Jatropha/ Rapeseed oil

EXCAVATORS LTD.

Rocester, Staffordshire, England. ST14
5JP Registered No. 561597 England
Phone : 01889 598422

Fax : -

Email : david.ANSELL@jcb.com

Website : -

Contact Person : David Ansell

Product : Parts of the machine

TIRE WORLD & AUTO SERVICE

13510 West Belfort * Sugar Land Texas,
77478

Phone : 713-219-9472

Fax : 713-784-8433

Email : stevetiresworld@yahoo.com

Website : -

Contact Person : Steve Anderson

Product : Car tires

See you at...

27th



T R A D E X P O Indonesia

THE 27th TRADE EXPO INDONESIA

Exhibition • Trade Expo Forum • Product Presentation
• Networking Reception • Indonesian Iconic Pavilion

October 17-21, 2012
Jakarta International Expo
Kemayoran-Jakarta, Indonesia