

FASHION



Jakarta Fashion Week
**Mimpi Menjadikan
Jakarta sebagai Pusat Mode Dunia**

Editorial

Kekayaan wastra atau kain tradisional Indonesia yang melimpah ternyata tak disia-siakan oleh desainer fesyen Indonesia. Melalui goresan tangan dan ide kreatif, kain tradisional yang mengandung beragam makna, terwujud dalam rancangan gaun indah dan mempunyai nilai tambah. Jakarta sebagai ibukota negara pun dimanfaatkan sebagai ruang pameran yang mampu menarik konsumen untuk datang.

Berangkat dari perkembangan ini, para pekerja kreatif di industri fesyen tidak hanya puas menjadikan Jakarta sebagai pusat mode bagi konsumen lokal. Dengan berbekal kemampuan dan keyakinan, mereka ingin mewujudkan mimpi Jakarta sebagai salah satu pusat mode dunia. Mimpi ini ingin diwujudkan melalui penyelenggaraan agenda tahunan bernama Jakarta Fashion Week (JFW).

Femina Group, sebagai penggagas dan penyelenggara JFW, menunjukkan komitmennya untuk mewujudkan cita-cita menjadikan Jakarta sebagai salah satu pusat mode dunia, dengan menyusun berbagai strategi yang diterapkan menjelang puncak pagelaran JFW setiap tahunnya. Inilah yang mendorong Direktorat Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional (DJPEN), Kementerian Perdagangan, konsisten mendukung kegiatan JFW sejak pertama kali diadakan tahun 2008. Bahkan, pada penyelenggaraan JFW 2013 tanggal 3-12 November 2012, DJPEN merealisasikan dukungannya lebih jauh melalui kegiatan Buyers' Room yang secara khusus mengundang buyer dari dalam dan luar negeri untuk bisa melihat potensi desainer Indonesia yang diharapkan berujung pada kontrak bisnis jangka panjang. Lebih luas, Warta Ekspor edisi kali ini akan mengulas seputar perkembangan industri fesyen, sebagai penyumbang PDB terbesar di antara 15 subsektor dalam pemetaan Ekonomi Kreatif di Indonesia.

Tim Editor



Daftar Isi

Ditjen PEN/MJL/004/3/2013 Maret



Editorial 2

Daftar Isi 2

Tajuk Utama 3

Jakarta Fashion Week
Mimpi Menjadikan Jakarta
sebagai Pusat Mode Dunia

Kisah Sukses 11

Kegiatan Ditjen PEN 14
Maret

Sekilas Info 17

World Fashion Week 2013
Paris, Perancis

Daftar Importir 19

STT: Ditjen PEN/MJL/15/III/2013, **Pelindung/Penasehat:** Gusmardi Bustami, **Pimpinan Umum:** Indrasari Wisnu Wardhana, **Pemimpin Redaksi:** RA. Marlana, **Redaktur Pelaksana:** Sugiarti, **Penulis:** Roesfitawati, **Desain:** Dewi Alamati: 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



Jakarta Fashion Week

Mimpi Menjadikan Jakarta sebagai Pusat Mode Dunia



Pembukaan JFW 2013 oleh Wagub DKI

Puncak acara tahunan Jakarta Fashion Week (JFW) 2013 akan dihelat pada bulan November 2013. Namun demikian, gemanya sudah mulai terasa di awal tahun 2013. Hal ini dikarenakan Femina Group sebagai pihak penyelenggara, benar-benar berusaha mempersiapkan kegiatan nasional berskala internasional ini dengan baik. Sejumlah pra-kegiatan menjelang acara puncak sudah mulai dilaksanakan.



Karya fesyen desainer Indonesia dengan menggunakan wastra Indonesia

TENTANG “JAKARTA FASHION WEEK”

Jakarta Fashion Week (JFW) 2013 sukses dilaksanakan pada tanggal 3-12 November 2012 di Plaza Senayan, Jakarta. Acara yang secara resmi dibuka oleh Wakil Gubernur DKI Jakarta, Basuki Tjahaya Purnama, ini telah lima kali diselenggarakan oleh Femina Group, merupakan perusahaan yang telah lebih dari 40

tahun bergerak di bidang media, khususnya majalah wanita. Di sisi lain, kesuksesan penyelenggaraan JFW 2013 tidak lepas dari komitmen dan dukungan pemerintah untuk terus mengangkat dan mempromosikan produk fesyen terbaik Indonesia di pasar mancanegara. Pada penyelenggaraannya yang ke-5, JFW 2013 didukung oleh Kementerian Perdagangan, Kementerian Pariwisata dan Ekonomi

Kreatif, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi DKI Jakarta, sejumlah asosiasi mode, dan lain-lain.

Pada penyelenggaraan JFW 2013, tema yang diangkat adalah *“Indonesia Today, The World Tomorrow”*. Tema ini merupakan refleksi dan langkah nyata para pelaku kreatif di industri fesyen untuk mewujudkan Jakarta sebagai salah satu pusat mode dunia, sekaligus sebagai barometer keberhasilan industri fesyen di Indonesia. Keinginan ini berangkat dari kenyataan bahwa Indonesia memiliki potensi fesyen yang sangat besar, tapi belum dimanfaatkan secara optimal. Keragaman wastra Indonesia yang sangat kaya seperti batik, songket, tenun dan ulos dari berbagai daerah di Indonesia, merupakan sumber inspirasi yang takkan pernah habis diolah oleh para desainer Indonesia dalam berkarya.

Selain itu, negara Indonesia yang luas dan jumlah penduduk yang besar merupakan pasar potensial dan modal yang besar bagi pengembangan industri fesyen di Indonesia. Untuk itulah, visi penyelenggaraan JFW tidak hanya ingin menjadi kegiatan berskala nasional, namun hingga kancah internasional. Besarnya kegiatan ini juga ditunjukkan dengan keterlibatan seratus lebih desainer dan seniman Indonesia dalam penyelenggaraan JFW 2013. Kemeriahan acara puncak JFW 2013 juga semakin semarak dengan jumlah pengunjung yang melebihi target. Selama penyelenggaraannya, JFW

2013 berhasil menyedot pengunjung sebanyak 34.090, yang berarti melebihi 13,6% dari target semula sebanyak 3.000 orang. Di bandingkan dengan JFW 2012, jumlah pengunjung JFW 2013 juga memperlihatkan peningkatan sebesar 17%. Pengunjung yang datang pun tidak hanya berasal dari Indonesia, tapi juga dari luar negeri, termasuk para *buyers*. Ditambah lagi, pengunjung *website* JFW 2013 juga cukup signifikan yang mencapai 186.587 orang. Itu berarti, masyarakat internasional sudah mengenal dan mengakui keberadaan fesyen Indonesia.

AKARA // ALBERT YANUAR // ALLEIRA BATIK BY MANDA RAHARDJO // AMELIA SMITH // ANGGI // ANONYMOUS // ANNE AVANTIE // APPMI (ADHY & ALIE, AFIF SYAKUR, AGNES BUDHISURYA, ANASTASIA, ANWAR DANI, DEFRIKO AUDY, DENNIS SAROTTA, ELOK REGE MAPIO, FOMALIHUT ZAMEL, GRACE FENNY, HANNIE HANANTO, HARTONO GAN, HENGKY KAWILARANG, HERMAN NUARY, IDA ROYANI, IVA LATIVA, JENY TJAHYAWATI, LIA AFIF, LISA REZA, MANGALA IDDI CHANDRA, MARGA ALAM, MERRY PRAMONO, MISAN, NAJUA YANTI, NIETA HIDAYANI, NUNIEK MAWARDI, OKI WONG, RUOY LIEM, TUTY ADIB, WINGNYO RAHADI) // ARDISTIA // ARINTA ASTI TIARA // AUGUSTE SOESASTRO // AVRIDYA KEUMALA // BARLI ASMARA // BATIK CHIC // BENTEN (CECILIA YUDA & LISA DARYONO) // BILLY WONG BINUS INTERNATIONAL // BRETEL // CHRISTINA // CIEL // CITA CINTA CHANGE-LEBRATION // CINANTYA // CITA TENUN INDONESIA // CLEO FASHION AWARDS (ERIDANI, FREL, IDENTITE, MILCAH, MORE & MORE, OLIVE WORKROBE, SIKRA MAHTO, SISCA TJONG, SOEP SHOP) // CONTEMPO // COTTON INK // CYNTHIA TAN DANIEL FRADLEY // DEWI FASHION KNIGHTS (DEDEN SISWANTO, GHEA PANGGABEAN, OSCAR LAHALATA, PRIYO OKTAVIANO, SAPTO DJOJOKARTIKO) DHANU DIAN PELANGI // DIRM // ELVY // ESMOD JAKARTA (MARIA Y, FARADINA, QONITA G, ANNA SMITH, PRISKA H, KHANAAN) // FENNY // FIFIN // FRIEDRICH HERMAN FRISKA // GRAZIA GLITZ AND GLAM (ASMIRANDAH, DIMAS BECK, IWET RAMADHAN, LUNA MAYA, MARISSA NASUTION) // HANAN // HIAN TIEN // HOSS INTROPIA // IKAT INDONESIA BY DIDIE MAULANA // IPMI (ADRIANTO HALIM, ARI SEPUTRA, CARMANITA, CHOSY LATU, DENNY WIRAWAN, ERA SOEKAMTO, KANAYA TABITHA, LILIANA LIM, SYAHREZA MUSLIM, TUTY CHOLID, VALENTINO NAPITULU, YONGKY BUDISUTISNA) IRNA MUTIARA // ISIS // ITANG YUNAZ // IVAN GUNAWAN // IWAN AMIR // JASMIN TEAS // JEFRI TAN // JESSY // KLETING TITIS WIGATI LASALLE COLLEGE INTERNATIONAL JAKARTA (ARTINIE, KLAUS, ERWIN, JIL, NINE T2, PIPPA) // LC FOUNDATION BY PURANA BATIK // LEE COOPER // LENNY AGUSTIN LEVY // LIE SANG BONG // LPM GRADUATES SHOW (BILLY TJONG, MUSA WIDYATMODJO, POPO RICKKY, STEPHANUS HAMY, TARUNA K. KUSMAYADI, VINORA NG) // LULU LUTFI LABIBI // MAJOR MINOR // MARTIN // MATAHARI // MAY & JUNE // MONIKA JUFRI // MYPHOSIS // NADIA UMAMMI NIKICIO // NING HERDININGSIH // NISA // OBIN // OSCAR LAHALATA // PAYAPA // PARANG KENCANA // PAUL DIREK // PAULA MELIANA FOR EVA BUN QORINA // RAFFLES INSTITUTE OF HIGHER EDUCATION - JAKARTA (FELICIA RAINA, GRACE SOENJAYA, JESSICA TJIPTONING, RUMAWISARI DEWI, PEGGY HARTANTO, SRI LUKITO) // RIDYA // RINDANG // RONALD V. GAGHANA // RUMAH BETAWI // RUSLY TJOHNARDI // SATCAS // SEBASTIAN GUNAWAN SISCHAET DETTA // SITI HAIDA // SOKO WIJANTO // SOPHIE PARIS // STANDARD DENIM // TED BAKER // THREELOGY (RESTU ANGGRAINI, RIA MIRANDA & NONI ZAKIYAH) // TONOT THE LABEL // TRES BELLE (CHAMA SJAHIR) // U ROCK // VICKIE SCHOFIELD // YOGI PRATAMA // YOSAFAT DWI KURNIAWAN

Daftar nama desainer dan seniman yang berpartisipasi dalam JFW 2013

MENGAPA FESYEN ?

Sebagai salah satu produsen tekstil terbesar di dunia, maka dapat dikatakan bahwa Indonesia juga memiliki potensi untuk menjadi salah satu pusat mode dan industri fesyen di dunia. Yang perlu dilakukan kemudian adalah penerapan strategi promosi

dan pemasaran yang tidak hanya menjadikan Indonesia sebagai negara pembuat produk tekstil. Lebih dari itu, bagaimana menjadikan produk tekstil tersebut sebagai salah satu ikon yang mengingatkan konsumen asing sebagai salah satu identitas bangsa Indonesia. Ini sejalan dengan program *Nation Branding* di Kementerian



Client Gathering JIFW 2013

Perdagangan yang bertujuan untuk meningkatkan citra positif bangsa melalui pengembangan produk dalam negeri yang dikaitkan dengan desain, gaya dan tren terkini yang mampu bersaing di pasar internasional.

Dengan demikian, JFW 2013 juga menjadi media untuk memfasilitasi para desainer Indonesia agar dapat menampilkan inovasi dan hasil kreativitasnya di Indonesia dan di berbagai negara lain. Dengan hadirnya para pemangku kepentingan di industri fesyen dari Asia, perusahaan multinasional, pers dan perusahaan industri mode dunia, diharapkan ekspor Indonesia untuk produk kreatif fesyen akan terus mendapat peluang ekspor di pasar global. Di sinilah peran Kementerian Perdagangan, khususnya

Direktorat Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional (DJPEN), untuk mendukung kegiatan JFW sebagai salah satu upaya mendorong peningkatan ekspor Indonesia untuk produk fesyen dan berbagai pelengkapannya seperti perhiasan.

Fesyen merupakan salah satu dari 15 subsektor dalam pemetaan ekonomi kreatif di Indonesia. Lebih dari itu, subsektor fesyen merupakan salah satu dari tiga subsektor, selain *handicraft* dan kuliner, yang memberikan kontribusi terbesar terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) di kategori industri kreatif. Kontribusi subsektor fesyen tahun 2012 terhadap PDB mencapai Rp 164 triliun, paling tinggi dibandingkan 14 subsektor lainnya. Selain itu, hingga tahun 2012, subsektor ini juga mampu menyerap tenaga kerja sebanyak 3,8 juta orang.

Sejak tahun 2009 hingga 2011, ekspor produk fesyen terus menunjukkan peningkatan dari tahun ke tahun, yaitu berturut-turut sebesar US\$ 8,8 triliun, US\$ 10,7 triliun dan US\$ 13,9 triliun. Hingga November 2012, ekspor produk fesyen sudah mencapai US\$ 12,7 triliun, yang berarti terjadi peningkatan sebesar 0,5% dibanding bulan yang sama tahun sebelumnya yang sebesar US\$ 12,8 triliun. Selama tahun 2012, negara tujuan ekspor terbesar untuk produk fesyen Indonesia adalah Amerika Serikat, Singapura, Jerman, Hongkong dan Australia.



PRA-KEGIATAN JFW 2013:

Kerjasama dengan Pelaku Kreatif Fesyen Mancanegara

Sebagaimana telah disebutkan bahwa JFW 2013 yang digelar pada tanggal 3-12 November 2012 di Plaza Senayan, Jakarta, merupakan acara puncak untuk mewujudkan visi Jakarta sebagai salah satu pusat mode dunia. Jauh sebelum acara puncak tersebut, panitia telah menyusun berbagai pra-kegiatan sejak awal tahun dengan melibatkan berbagai pihak yang terlibat dalam industri fesyen, baik dari dalam negeri maupun mancanegara. Pra-kegiatan tersebut antara lain *JFW Fashion Forward*, *workshop*, kompetisi dan pemberian penghargaan.



Berbagai Fashion Show dalam JFW 2013

JFW FASHION FORWARD

Sebagai penyelenggara, Femina Group memiliki visi untuk membawa fesyen Indonesia ke pasar internasional. Karena itu, JFW bukan sekadar ajang pameran dan peragaan busana semata. Dalam rangka mewujudkan visi tersebut, JFW 2013 bekerja

sama dengan *British Council* dan *Center for FashionEnterprise* (CEF) di Inggris mengadakan suatu kegiatan yang diberi nama "*JFW Fashion Forward*". Dalam kegiatan ini, Femina Group menyeleksi delapan desainer terbaik Indonesia dari

berbagai kategori pakaian untuk diikuti sertakan dalam rangkaian program seminar. Kedelapan desainer tersebut adalah Label Cotton Ink, Major Minor, serta Bretzel untuk kategori *Quirky Ready-to-wear*. Sementara, dari kategori *High-End Luxury Fashion* ada Albert Yanuar, Yosafat Dwi Kurniawan, Barli Asmara dan Jeffry Tan. Terakhir adalah Dian Pelangi yang masuk ke dalam kategori *Moslem Wear*.

Agenda kegiatan *JFW Fashion Forward* dimulai sejak bulan Januari 2012, dengan mengadakan proses seleksi terhadap desainer-desainer terbaik

Indonesia yang akan diikutsertakan dalam kegiatan ini. Desainer terpilih mengikuti seminar dengan arahan beberapa instruktur yang diundang langsung dari luar negeri. Pada puncak pagelaran

JFW 2013 di Plaza Senayan, seluruh desainer terpilih tersebut menampilkan rancangan hasil karya mereka.



Barli Asmara



Albert Yanuar



Major Minor



Yosafat Dwi Kurniawan



Jeffry



Bretzelby Imelda Kartini



Dian Pelangi



Cotton Ink

Desainer peserta JFW Fashion Forward

WORKSHOP

Selain kegiatan pameran yang memperlihatkan karya-karya desainer fesyen Indonesia, serangkaian kegiatan *workshop* juga menjadi salah satu agenda utama menjelang acara puncak JFW 2013. Berbagai kegiatan *workshop* yang diadakan,

yang berisi pemahaman mengenai perkembangan merek dan tren mode yang akan terjadi di seluruh dunia di sepanjang tahun. Dengan demikian, diharapkan para pelaku industri fesyen dapat memperoleh gambaran yang jelas mengenai tujuan mereka berpartisipasi dalam ajang JFW 2013.

pada intinya bertujuan untuk menyampaikan informasi kepada para pelaku di industri fesyen mengenai perkembangan seputar industri mode di Indonesia dan dunia. Selain itu, akan dipaparkan pula informasi





Suasana kegiatan workshop pertama



Suasana kegiatan workshop ketiga

Untuk memberikan informasi yang akurat, *workshop* JFW menampilkan pembicara yang merupakan pakar di industri fesyen. *Workshop* JFW 2013 diadakan dalam tiga sesi. *Workshop* diadakan di Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif dengan tema ***“Fashion Bootcamp: A Path to Fashion Business Success”***. *Workshop* yang dilaksanakan pada hari Kamis tanggal 31 Mei 2012 ini menampilkan pembicara Sanjeev Davidson, Toby Meadows, Wendy Malem dan Angela Quaintrell dari CFE, London.

Selain itu, terdapat dua *workshop* lagi yang diadakan di Kementerian Perdagangan. Yang

pertama adalah *workshop* ***“From Ready To Wear To Luxury Industry In Asia”***. Dalam *workshop* yang diadakan pada hari Kamis tanggal 12 April 2013, pakar industri fesyen yang tampil sebagai pembicara adalah Fabio Ciquera dari Istituto Marangoni. Lalu, *workshop* lainnya menampilkan Laila Safira (Pemimpin Redaksi CLEO Indonesia), MS Siregar (BRI), Taruna Kusmayadi, Anne Avanti dan Raiki dari perwakilan desainer, Christian Kurnia (Direktur *Merchandising & Marketing* PT Matahari Departement Store Tbk.) dengan tema: ***“All About Retail Fashion”***, digelar pada hari Rabu tanggal 19 September 2012.

KONFERENSI PERS

Sebagai salah satu kegiatan promosi dalam rangka menyebarluaskan informasi tentang kegiatan JFW 2013, pihak penyelenggara mengadakan sebanyak enam kali konferensi pers. Rangkaian kegiatan konferensi pers ini menunjukkan bahwa pelaksanaan JFW 2013 tidak semata-mata hasil kerja keras para praktisi di bidang industri fesyen, tetapi merupakan hasil kerjasama dengan pihak pemerintah, termasuk Direktorat Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional, Kementerian Perdagangan, yang memiliki tanggung jawab untuk terus mendorong aktivitas ekspor Indonesia.



BUYERS' ROOM: Dukungan Nyata Kementerian Perdagangan Menghadirkan Buyer Potensial

Salah satu agenda utama dalam penyelenggaraan JFW ke-5 adalah kegiatan *Buyers' Room* yang terselenggara berkat dukungan penuh dari DJPEN, Kementerian Perdagangan. Keberadaan *Buyers' Room* merupakan salah satu implementasi untuk mewujudkan visi globalisasi talenta para desainer lokal Indonesia.

Total desainer yang dipilih oleh tim kurasi JFW berjumlah 23 perusahaan. Mereka, antara lain, Deden Siswanto dan Ali Charisma dari APPMI; Antyk Butyk dan Frej untuk kategori aksesoris; Harper & Smith yang memproduksi tas; La Spina dan Public Affair untuk kategori sepatu; Canvas Living untuk kategori produk *lifestyle*; serta Toton, Hunting Fields, Klé, Friedrich Herman, (X)S.M.L, Ardistia New York dan ISIS untuk kategori individual. Sementara itu, para desainer yang mengikuti program *Fashion*

Forward pun ikut mengisi *Buyers' Room*, yaitu; Albert Yanuar, Barli Asmara, Bretzel by Imelda Kartini, Cotton Ink (Carline Darjanto dan Ria Sarwono), Dian Pelangi, Jeffry Tan, Major Minor (Ari Seputra, Sari Seputra, Ambar Pratiwi, Inneke Margarethe), dan Yosafat Dwi Kurniawan.

Selama dua hari, *Buyers' Room* dihadiri oleh *buyer* dan *retailer* ternama. *Buyer* dari Indonesia yang turut berpartisipasi adalah Galleries Lafayette, Gilang Cipta Persada, Metro Department Store, Mitra Adi Perkasa, Sarinah Department Store, dan Zalora Indonesia. Sementara, *buyer* mancanegara yang telah berkunjung ke *Buyer's Room* adalah Gnossem, Harvey Nichols, Inverted Edge, Isetan Singapore, Korean Department Store Association, Lambert and Associates, Rainbow Wave, ShinSegye, dan Toscani.



Ardistia Dwiasri:

Desainer Indonesia Sukses Berkarier di New York

ardistia
new york

Salah satu desainer yang turut berpartisipasi dalam acara JFW 2013 adalah Ardistia Dwiasri, yang memulai kariernya di industri fesyen dengan menjadi perancang lepas di Gap dan Ann Taylor, dan pernah menjadi desainer teknis di Tommy Hilfiger. Ardistia juga pernah magang di Diane von Furstenber. Hingga akhirnya tahun 2006, ia membuka butik miliknya sendiri di New York, Amerika Serikat, dengan label Ardistia New York. Kemudian tahun 2007, Ardistia meluncurkan koleksi *Spring Summer* yang menjadi penanda eksistensinya yang pertama sebagai seorang fesyen desainer. Lebih jauh, Ardistia juga telah berhasil membuka cabang butiknya di benua Eropa dan Asia. Bukti eksistensi Ardistia juga terlihat melalui beberapa liputan mengenai karyanya yang dimuat di media terkenal seperti majalah Vogue, Elle, Harper's Bazaar, Lucky, WWD, New York Times, Zink, Daily Candy, Cosmopolitan dan style.com.



Pengakuan eksistensi Ardistia juga ditunjukkan melalui berbagai penghargaan yang diperolehnya, antara lain, sebagai nominator *ready-to-wear* dari *Gen Art Styles* New York, pemenang penghargaan *Fashion Award* dari *Biore/Gen Art* dan diprofilkan di WWD untuk judul "*New Designer to Watch*", di mana



Koleksi Ardistia Dwiasri



Foto Profil Ardistia Dwiasri

ketiganya terjadi di tahun 2007. Tahun 2009, Ardistia menerima *Honorable Mention* oleh *London International Creative Competition*. Selain itu, tahun 2010 juga menjadi tahun eksistensi bagi Ardistia yang memenangkan kontes "*Are You Runway Ready*" dalam lomba busana oleh *Women's Mafia* dan menjadi finalis *Gen's Art "Plastics Make It Impossible"* di New York. Sementara, yang baru saja terjadi di 2012 adalah ditunjuknya Ardistia oleh *World Fashion Organisation*, sebagai perwakilan resmi Indonesia dalam kegiatan *World Fashion Week International*.

Ardistia, kini berusia 34 tahun, awalnya menempuh pendidikan S1 teknik industri dan S2 bidang

studi manufaktur di Northeastern University, Massachusetts, Amerika Serikat. Akan tetapi, hasratnya di bidang fesyen dan kemampuannya menggambar sketsa yang sudah terlihat sejak kecil, mendorongnya untuk bersekolah kembali di Parsons School of Design, New York. Namun, menurut Ardistia, bekal pendidikan di bidang teknik industri bukannya tidak terpakai sama sekali. Kemampuan menganalisa dan mengatasi masalah yang diajarkan di jurusan teknik industri menjadikannya lebih teliti dalam membuat pola sebagaimana mendesain konstruksi. Di samping itu,





Koleksi rancangan Ardisting



Ardisting pada JFW 2013

karena terbiasa berpikir rumit selama bersekolah di jurusan teknik, Ardisting pun merasa kini lebih pandai dalam hal kalkulasi dan membuat rencana bisnis.

Pakaian rancangan Ardisting pun mendapat pengaruh dari desain arsitektur modern. Ciri khasnya adalah *chic*, *timeless* dan modern yang diperuntukan bagi wanita pintar dan canggih, serta mencintai fesyen. Konsumen rancangan Ardisting juga berasal dari kalangan Hollywood seperti Anya Rozova (*Runner-up America's Next Top Model*) dan Johanna Cox (pemenang *Stylista TV Show* sekaligus Editor Junior majalah *Elle*).

Trik sukses Ardisting adalah dengan mengetahui dan memahami selera pasar terlebih dahulu, baru kemudian mulai mendesain pakaian yang sedang tren saat itu. Karena, bagaimanapun, industri fesyen global bukan semata-mata tergantung idealisme sang desainer, tapi lebih merupakan sebuah bagian dari kebutuhan industri dan tren. Selain itu, secara global, desainer juga dituntut untuk mampu menjaga kualitas dengan menyodorkan pakaian dari bahan yang nyaman dan dengan harga terjangkau. Khususnya masyarakat Amerika yang menjadi konsumen utama produk karyanya, Ardisting mendesain pakaian dengan model yang

everlasting atau tidak termakan zaman, serta bisa dipakai di berbagai kesempatan.

Rahasia sukses lain yang dibagikan Ardisting adalah, seorang desainer yang profesional juga harus bisa memahami cara kerja industri ini. Industri fesyen adalah industri yang berubah secara cepat mengikuti keinginan konsumen. Dengan demikian, desainer pun dituntut untuk bekerja secara cepat menghasilkan karya-karya baru yang kreatif dan inovatif. Karena itu, desainer profesional tidak bisa hanya mengandalkan *mood* semata dan berkarya hanya saat inspirasi atau ide datang pada dirinya.

Agar produk fesyen laku di pasaran, seorang desainer juga harus menentukan target pasarnya secara jelas. Ini penting untuk melihat gaya berbusana dan gaya hidup mereka, termasuk anggaran yang disediakan untuk berbelanja pakaian. Jika membidik pasar remaja, maka tidak mungkin seorang desainer memproduksi pakaian yang bergaya anak-anak, atau pun resmi yang lebih tepat bagi para pekerja profesional di kantor. Selain itu, anggaran belanja mereka juga turut menentukan. Untuk pasar kaum profesional level A, maka seorang desainer boleh saja menghargai karyanya dengan harga mahal yang hampir tidak mungkin dicapai oleh pasar remaja.

Program kerja untuk mendukung **INDUSTRI FESYEN 2013**



Partisipasi DJPEN di berbagai pameran luar negeri

Direktorat Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional (DJPEN), Kementerian Perdagangan, berkomitmen untuk berupaya mengembangkan industri kreatif di Indonesia, termasuk fesyen. Karena itu, sejumlah kegiatan telah diagendakan tahun 2013 dalam rangka kegiatan promosi dan peningkatan ekspor produk fesyen Indonesia ke pasar global. Dengan persiapan yang memadai, diharapkan hasil yang dicapai dapat sesuai target dan mampu memenuhi kebutuhan para *stakeholders*, khususnya eksportir lokal dan importir mancanegara. Terkait dengan upaya peningkatan ekspor untuk produk kreatif fesyen, Direktorat Pengembangan Produk Ekspor (P2E) di DJPEN, Kementerian Perdagangan, telah merancang empat program kerja yang terdiri dari penyediaan informasi untuk *buyers*, pengembangan produk, pengembangan promosi produk dan pengembangan sumber daya manusia (SDM).

Penyediaan informasi untuk *buyer* merupakan salah satu kegiatan yang rutin dilaksanakan setiap tahunnya. Media informasi yang

didistribusikan kepada para calon *buyer* di luar negeri berupa profil produk dan katalog produk. Penerbitan kedua materi publikasi ini bertujuan untuk menginformasikan kepada para *buyer* mengenai komoditi ekspor Indonesia yang dinilai unggul, memenuhi standar kualitas internasional, serta memiliki nilai tambah. Selain itu, *buyer* juga bisa memperoleh informasi mengenai eksportir Indonesia yang memproduksi komoditi tersebut, serta informasi mengenai lokasi pabrik dan nomor kontak yang dibutuhkan. Dengan demikian, peran DJPEN dalam hal ini adalah sebagai fasilitator yang berupaya menghubungkan antara eksportir dan *buyer*, dengan memenuhi kebutuhan informasi *buyer* akan produk-produk unggulan Indonesia.

Dari sisi produk, Direktorat P2E juga berupaya

mendorong para eksportir untuk terus berinovasi dalam rangka menciptakan produk yang lebih baik dan mempunyai nilai tambah. Seiring dengan tren dan selera pasar yang terus berubah, para eksportir dituntut untuk semakin kreatif menghasilkan



Contoh Profil Produk tahun 2012

produk yang berbeda dari yang sudah ada di pasar. Khusus untuk produk fesyen, di mana kenyamanan berpakaian menjadi salah satu yang diperhatikan konsumen, maka para desainer diharapkan mampu merancang pakaian dan aksesoris pelengkap yang tidak hanya mengikuti tren global, tapi juga sesuai dengan kondisi pasar tujuan seperti cuaca di negara setempat. Dengan kemampuan pengusaha perancang Indonesia yang memadai, mimpi untuk menjadikan Jakarta sebagai salah satu pusat mode dunia bukan tidak mungkin akan terwujud.

Untuk itulah, tahun 2013, berbagai program kerja seperti *rebranding*, fasilitas pendaftaran Hak Kekayaan Intelektual (HKI) dan adaptasi produk merupakan kegiatan dalam program kerja pengembangan produk. *Rebranding* merupakan kegiatan penting untuk menciptakan produk yang mampu membawa identitas dan ciri khas Indonesia yang terefleksi melalui produk. Kemudian, identitas dan ciri khas tersebut perlu dipatenkan dari segi HKI agar tetap menjadi milik bangsa Indonesia. Terakhir



Kegiatan Adaptasi Produk di Sukoharjo tahun 2012

adalah kegiatan adaptasi produk yang merupakan rangkaian seminar, pelatihan maupun kunjungan perusahaan, bertujuan memberikan informasi kepada eksportir mengenai produk yang sedang tren dan menjadi selera konsumen global. Melalui tiga kegiatan ini, kemampuan eksportir Indonesia dalam berkompetisi di pasar internasional akan meningkat.

Setelah produk siap diekspor, maka langkah selanjutnya adalah kegiatan promosi. Pada Direktorat P2E, kegiatan promosi yang dilaksanakan berupa pameran, misi dagang, penerimaan misi pembelian dan kampanye *Nation Branding*. Empat kegiatan tersebut memperlihatkan bahwa kegiatan promosi diselenggarakan di dalam maupun luar negeri. Pada dasarnya, kegiatan promosi yang ada berupaya untuk memasarkan produk pilihan yang memiliki ciri khas dan nilai tambah, termasuk produk fesyen yang mampu mengangkat kekayaan kain tradisional Indonesia seperti batik, tenun dan songket.



Menteri Perdagangan, Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, Menteri Perindustrian dan Ketua APPMI dalam acara IFW 2013

Beberapa pameran dalam negeri yang didukung oleh DJPEN, Kementerian Perdagangan, adalah *Indonesia Fashion Week* (IFW) yang diselenggarakan



Menteri Perdagangan dalam kegiatan di BBPPEI

oleh Asosiasi Perancang Pengusaha Mode Indonesia (APPMI) pada tanggal 14-17 Februari 2013; Gelar Batik Nusantara yang diselenggarakan oleh Yayasan Batik Indonesia pada tanggal 17-21 Juli 2013; dan *Jakarta Fashion Week* (JFW) yang diselenggarakan oleh Femina Group pada bulan November 2013. Sementara itu, *APLF Fashion Access* yang diadakan di Hong Kong pada tanggal 25-27 September 2013 merupakan salah satu kegiatan pameran luar negeri di mana DJPEN turut berpartisipasi.

Ketiga program kerja yang telah disebutkan di atas tentunya memerlukan profesionalitas dan komitmen dari pihak-pihak yang terlibat di dalamnya, termasuk para eksportir. Produk yang bagus tidak akan laku di pasaran jika tidak ditangani oleh orang yang kompeten dalam kegiatan perdagangan internasional. Untuk itulah, DJPEN juga memanfaatkan salah satu unit kerjanya, Balai Besar Pendidikan dan Pelatihan Ekspor Indonesia (BBPPEI) dalam program kerja yang keempat, yaitu pengembangan SDM. Unit ini berperan dalam peningkatan kompetensi SDM di industri fesyen yang telah siap ekspor.



WORLD FASHION WEEK 2013

Paris, Perancis

Bulan November 2013, sebanyak 36 negara, termasuk Indonesia, akan berpartisipasi dalam suatu kegiatan fesyen internasional yang dinamakan *World Fashion Week (WFW)* di kota Paris, Prancis. Yang perlu ditekankan adalah bahwa kegiatan ini bukan sekadar ajang untuk memamerkan dan memperagakan hasil karya-karya fesyen para desainer dari berbagai negara. Namun, lebih dari itu, WFW 2103 bertujuan untuk meningkatkan perdamaian dunia dengan mempertemukan para pelaku kreatif dari berbagai bangsa, dan menonjolkan bahwa ragam keunikan dari lima benua yang tercermin dalam suatu produk fesyen mampu bersatu dalam satu wadah dan menghasilkan paduan yang indah. WFW 2013 mengangkat tema **“We Can End Poverty 2015”**, yang merefleksikan pesan bahwa industri fesyen diharapkan mampu membuka lapangan kerja secara lebih luas, yang selanjutnya dapat meningkatkan taraf hidup manusia di berbagai negara. Pada esensinya, WFW 2103 merupakan perayaan akan perbedaan budaya antar negara, demi terwujudnya pembangunan sosial melalui perkembangan industri fesyen global yang berkelanjutan.





Argentina, Australia, Austria,
Belgia, Brazili, Kanada, Cina, Kroasia,
Denmark, Inggris, Etopia, Perancis, Jerman, Yunani,
India, Irlandia, Italia, Jepang, Kenya, Libanon, Meksiko,
Belanda, Nigeria, Portugal, Rusia, Skotlandia, Serbia, Singapura,
Afrika Selatan, Korea Selatan, Spanyol, Swedia, Swis, Thailand,
Turki, Amerika Serikat, Pakistan, Persatuan Emirat Arab,
Kamerun, Ghana, Pantai Gading dan Filipina.

Sejalan dengan tema yang mendukung salah satu tujuan dalam *Millennium Development Goals* (MDGs), kegiatan WFW 2013 juga didukung oleh lembaga internasional Persatuan Bangsa-Bangsa (PBB) di bawah bendera *United Nations (UN) Global Compact*. Lembaga ini memiliki program untuk bekerja sama dengan berbagai perusahaan multinasional yang menerapkan prinsip-prinsip universal, sebagaimana terdapat dalam MDGs dari PBB yang salah satunya adalah memberantas kemiskinan. Untuk itulah, *UN Global Impact* memiliki misi untuk terlibat secara aktif dalam berbagai kegiatan bisnis global yang berpotensi untuk memajukan kesejahteraan dunia.

WORLD FASHION FORUM

Salah satu kegiatan dalam WFW 2013 adalah seminar yang dinamakan *World Fashion Forum* dengan tema

"The Contribution of the World Fashion Week 2013 to the Poverty Eradication, Social Business, Corporate and Environmental Responsibility". Seminar ini bertujuan untuk menganalisa kontribusi industri fesyen terhadap pemberantasan kemiskinan; membahas pengaruh perkembangan industri fesyen terhadap bidang kemanusiaan seperti hak asasi manusia dan kebebasan; mencapai kesepakatan antara berbagai pihak yang terlibat seperti akademisi praktisi, akademisi maupun pemerintah untuk bersama-sama menjalankan proyek pemberantasan kemiskinan melalui ajang WFW 2014; dan memperkenalkan WFW dalam konsep akademis kepada kaum profesional. Mendorong semangat wirausaha serta meningkatkan peran dan kekuatan wanita dalam industri global merupakan visi lain yang ingin dicapai dalam kegiatan ini.



SOHO " BRASS

Le Grand Ecran, Avenue Andre Roussin, Spain
 Tel : 33-4 8867 0001
 Fax : 33-4 8867 0006
 Email : nasser.g@gropupe-gs.fr
 Product :
Sign-plates, Name-plates, Address-plates, etc of Base Metal

JAN COHRS REPRESENTACIONES

Zapiola 3535 – 112, Argentina
 Tel : 54-11-47021059
 Fax : 54-11-47012322
 Website : <http://www.jancohrs.com/>
 Product :
Chemical Products, Sign-plates, Name-plates, Address-plates, etc of Base Metal

ZEIDAT CO.

Po. Box 59, Egypt
 Tel : (20) 2-271 3987
 Fax : (20) 2-272 8667
 Product :
Sports Footwear, Womens/Girls Dresses, Knitted/Crocheted

BRISTOL-MYERS SQUIBB B.V.

Vijzelmolenlaan 9 PB 514 3447 GX, Netherlands
 Tel : +31 34857 42 22
 Fax : +31 34857 42 22
 Product :
Adhesive Dressings And Other Articl Es Having An Adhesive Layer

PHILLIPS VAN HEUSEN CORP

1001 Frontier Rd 100, Bridgewater, USA
 Tel : 908 685 0050
 Fax : 908 704 8045
 Website : www.pvh.com
 Product :
Mens/Boys Bathrobes, Dress Gown, Knitted/Crocheted

MAJOR METALS LTD

12, Khetan Bhavan, 198 Jamshedji Tata road, Churchgate, India
 Tel : (91-22) 30222333
 Fax : (91-22) 30222444
 Email : metals@glberlia.com
 Product :
Sign-plates, Name-plates, Address-plates, etc of Base Metal

CAROL LILY

22 Loyang Valley # 0501 Loyag Valley, Singapore
 Tel : 065-545-3996
 Product :
Womens/Girls Dresses, Knitted/Crocheted

PHARMACOSMOS A/S

Roervangsvej 30, 4300, Denmark
 Tel : 4559485959
 Fax : 4559485960
 Website : <http://www.pharmacosmos.com>
 Product :
Adhesive Dressings And Other Articl Es Having An Adhesive Layer

28th



T R A D E X P O Indonesia

Exhibition | **Business Forum** | Business Matching

16-20 October 2013
Jakarta, Indonesia

Organized by
The Ministry of Trade of the Republic of Indonesia
Directorate General of National Export Development



Phone : +6221-2352-8644
Fax : +6221-2352-8645
Email : tradexpoindonesia@kemendag.go.id
www.tradexpoindonesia.com

Featuring Quality and Competitive Products

Agricultural Products
Coffe & Cocoa
Fisheries
Rubber & Rubber Products
Automotive & Components
Building Materials
Electricity & Electronics
Food & Beverages
Footware
Furniture
Glassware
Handicrafts
Household Goods
Jewelry & Accessories
Leather & Leather Products
Services
Textile & Textile Products

DGNED - Directorate General of National Export Development

Jl. M.I. Ridwan Rais No.5
Main Building 3rd floor
Jakarta 10110, Indonesia
Phone : +6221-385-8171
Fax : +6221-235-2865-2
Email : p2ie@kemendag.go.id