



KEMENTERIAN
PERDAGANGAN
REPUBLIK INDONESIA

JURNAL

TRADE EXPO INDONESIA | JUMAT, 20 OKTOBER 2023

EDISI 3



ASEAN
INDONESIA
2023

Laporan Utama

Jakarta Muslim Fashion Week 2024: Jadikan Indonesia Kiblat Fesyen Muslim Dunia



Dinamika dunia fesyen muslim semakin berwarna-warni, tidak lagi dominan dengan warna hitam untuk busana perempuan dan putih untuk busana laki-laki. Perancang busana muslim Indonesia berperan penting dalam memberikan kontribusi terhadap perkembangan fesyen muslim dengan inovasi model, motif, dan warna-warna baru. Bukan hanya di dalam negeri, para perancang busana tersebut juga turut berpartisipasi di pentas dunia, termasuk tampil di Paris Fashion Week sejak tahun 2018. Tak mengherankan, istilah “hijaber” turut mendunia yang mengacu pada pakaian muslimah.

Seiring dinamika perkembangan kebutuhan fesyen akan model dan varian busana muslim di pasar ekspor, Kementerian Perdagangan bersama KADIN Indonesia dan Indonesia Fashion Chamber menggelar Jakarta Muslim Fashion Week di Hall 9 bersebelahan dengan zona Fashion, textile & Accessories TEI 2023 di Hall 8. JMFW berlangsung pada 19–21 Oktober 2023.

Wakil Menteri Perdagangan, Jerry Sambuaga didampingi Wakil Ketua Umum Kadin Perdagangan, Juan Permata Adoe serta Direktur Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional, Didi Sumedi membuka Jakarta Muslim Fashion Week 2024 yang mengusung tema “Discover Indonesian Modest Fashion Excellence” pada Kamis, 19 Oktober 2023.

Dalam sambutannya, Wamendag Jerry Sambuaga mengatakan bahwa dengan adanya Jakarta Muslim Fashion Week, Indonesia akan dapat menjadi kiblat atau trendsetter untuk standar fesyen di dunia Internasional. Wamendag Jerry berharap, Jakarta Muslim Fashion Week bisa mempunyai peran yang strategis di industri fesyen dan merek-merek lokal bisa mendunia.

Lebih lanjut, kegiatan JMFW yang diikuti oleh sebanyak 202 pelaku usaha yang bergerak di bidang modest fashion, aksesoris, dan kosmetik ini menjadi salah satu bentuk komitmen Kemendag untuk mendorong merek fesyen muslim dari seluruh Indonesia bisa menembus pasar ekspor. Selain itu, JMFW kini menjadi ekosistem baru yang melibatkan peran akademisi untuk mengembangkan talenta baru yang kompeten untuk menghasilkan karya sesuai selera pasar.

Diselenggarakan back to back dengan TEI, JMFW menggelar rangkaian kegiatan yang terdiri atas pergelaran busana (fashion show) dan peninjauan kesepakatan dagang (business matching). Kegiatan ini melibatkan lebih dari 200 merek fesyen dan 1.000 koleksi busana persembahan dari Asosiasi Pertekstilan Indonesia (API), Persatuan Perusahaan Kosmetika Indonesia (Perkosmi), Perhimpunan Perusahaan dan Asosiasi Kosmetika (PPAK), serta Indonesian Fashion Chamber (IFC).

Dubes RI Dampingi 173 Buyers Nigeria untuk Negosiasi dan Transaksi

S etahun lalu, tepatnya 26 Oktober 2022, Menteri Perdagangan RI Zulkifli Hasan melakukan pertemuan dengan Menteri Negara Bidang Industri, Perdagangan, dan Investasi Nigeria, Mariam Yalwaji Katagum di Jakarta guna membahas peluang peningkatan kerja sama perdagangan bilateral Indonesia dan Nigeria. Kedua pihak sepakat agar perdagangan bilateral dapat terus ditingkatkan.

Salah satu upaya konkret untuk mendorong peningkatan perdagangan dan investasi ialah melalui Trade Expo Indonesia 2023. Duta Besar RI di Abuja secara khusus mendampingi para buyer asal Nigeria di acara business matching.



Dalam kesempatan tersebut, Dubes RI di Abuja, Usra Hendra Harahap mengatakan bahwa dari wilayahnya, sudah ada 173 orang yang hadir di Trade Expo Indonesia 2023 yang turut berperan mendorong peningkatan perdagangan bilateral.

“Supaya bisnis kita dengan negara-negara sahabat lebih meningkat dari tahun kemarin dan neraca perdagangannya juga meningkat melebihi target yang ditetapkan pemerintah, saya mendukung kegiatan ini. Kami memang garda terdepan di Afrika untuk mengirim buyer berbisnis di Indonesia,” ungkap dubes dengan wilayah akreditasi Nigeria, Ghana, Burkina Faso, Gabon, Kamerun, Kongo, dan Liberia.

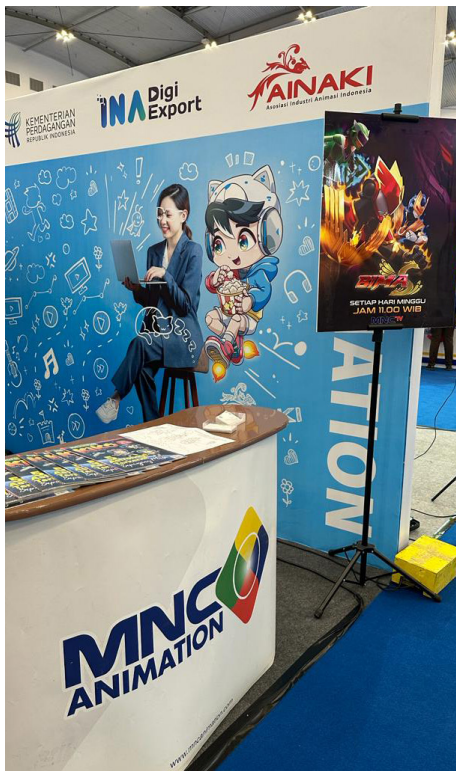
Para buyer asal Nigeria dan Ghana yang diboyong Dubes Usra Hendra Harahap mencatat transaksi potensial sekitar USD 12, 530 juta dan angka tersebut masih bisa bertambah. Salah seorang buyer Nigeria, Danjumah Ibrahim dari Noble Head Trading menyatakan bahwa dirinya bersama buyer dari Nigeria dan Ghana tertarik untuk datang langsung berkunjung ke TEI 2023 karena lebih menguntungkan dari segi kualitas dan harga.

“Kami sebagai buyer sangat memperhitungkan kelayakan harga (price-wise) terhadap kualitas produk. Dengan datang langsung ke Trade Expo Indonesia, kami lebih beruntung karena tidak memerlukan keterlibatan perantara atau makelar dan kami tidak perlu membayar komisi jasa perantara. Kami dapat langsung bernegosiasi dan bertransaksi dengan eksportir Indonesia,” ungkap Danjumah Ibrahim.

Menurut dubes, para buyer dari Nigeria rata-rata membeli produk yang memang menjadi tren kebutuhan di pasar Nigeria, seperti perabotan dapur berbahan plastik, makanan laut, makanan beku, alat pemadam kebakaran, dan perlengkapan pembersih mobil. Sementara itu buyer Ghana rata-rata membeli minyak makan, CPO, kabel listrik, garmen, tekstil, bumbu, sabun, dan deterjen.

Negara-negara Afrika dengan total penduduk sekitar 2 miliar jiwa merupakan pasar non-tradisional yang sangat potensial dapat terus dieksplorasi untuk pengembangan ekspor Indonesia. Nigeria menjadi pintu masuk strategis pengembangan ekspor Indonesia ke kawasan benua Afrika.

Industri ACG Sebagai Sumber Ekonomi Baru



Dengan penduduk 278,69 juta jiwa di pertengahan 2023 (data BPS 2023), Indonesia menjadi pasar video gim terbesar di Asia Tenggara. Laporan Peta Ekosistem Industri Gim Indonesia dari Kementerian Komunikasi dan Informatika bersama Asosiasi Game Indonesia (AGI) menyebutkan jumlah pengguna video gim di Indonesia mencapai 170 juta dan potensi nilai pasarnya USD 1 miliar.

Pendapatan dari game mobile Indonesia 2021 mencapai USD 755,5 juta dan gim PC sebesar USD 318,8 juta atau masih jauh dari nilai potensi pasar Indonesia. Pasar besar tersebut masih didominasi gim dari mancanegara, sehingga terbentang tantangan sekaligus peluang besar bagi para pelaku industri Animation, Comic and Game (ACG) Indonesia. Untuk subsektor industri animasi, termasuk di dalamnya animasi berbasis hasil karya komik berseri, yang diperlukan adalah hak kekayaan intelektual (IP) agar bisa mendatangkan pendapatan jutaan dolar. Namun, investasi IP tersebut terbilang besar menurut estimasi Asosiasi Industri Animasi Indonesia (AINAKI), yaitu mencapai

USD 3,5 juta untuk satu seri film. “Ada 3 isu utama dalam pengembangan industri ACG, yaitu kualitas SDM, kemitraan atau kolaborasi, dan regulasi,” ungkap Regional Publishing Manager Asosiasi Game Indonesia (AGI), Ardhan Fadhlurrahman.

Ardhan menjelaskan bahwa laju perkembangan ACG cukup pesat berkat skilling up yang cukup dari SDM-nya. “Kita cukup memimpin di bidang IT Development untuk pasar B2B (Business to Business). Namun, dalam hal outsourcing, kita mulai disusul oleh Vietnam. Skilling up ini juga dibutuhkan untuk menangani proyek-proyek yang lebih besar,” tambah Ardhan.

Untuk dapat menangani proyek besar, tentu tidak dapat dilakukan hanya oleh komunitas content creator maupun game developer saja. Oleh karena itu, diperlukan kolaborasi dengan pihak-pihak terkait dan regulasi yang tepat. Ditegaskan oleh Ketua Asosiasi Industri Kreatif Cipta Karsa Adikarya (CAKRA) Ivan Chen, “Peraturan perundang-undangan kita perlu diperbarui agar lebih mendorong perkembangan industri ACG. Hal ini mengindikasikan perlunya perubahan dalam pendekatan regulasi terhadap industri ACG supaya perkembangannya lebih baik.”

“Sebagai contoh, UU No. 5 Tahun 2017 tentang Kemajuan Kebudayaan hanya menjelaskan terkait strategi pengembangan budaya, seperti animasi dan musik, tetapi gim tidak ada. Hal ini dapat menjadi kendala dalam perkembangan industri gim,” tambah Ivan.

Berdasarkan data dari CAKRA, saat ini, industri gim di dunia transaksinya mencapai USD 248 miliar, empat kali lipat lebih dari industri film Hollywood dan animasi. Begitu besarnya nilai transaksi menjadikan gim tidak hanya sebuah produk ekspor komersial, tetapi juga produk ekspor kultural. Industri gim ini

sudah menjadi industri konten terbesar di dunia, sehingga Indonesia diharapkan dapat mengembangkan industri ACG sebagai sumber ekspor.

Dari sisi industri animasi, Sekjen AINAKI, Eka Chandra mengungkapkan, “untuk industri animasi, proses produksi IP-nya belum maksimal, sehingga perlu pengembangan lebih lanjut.” Proses produksi IP belum maksimal karena diperlukan dukungan modal finansial untuk membiayai rangkaian proses visual dan audio berbasis program aplikasi digital dari gambar mati ke gambar hidup.

“Dari animasi, sejauh ini proses produksinya masih cukup berat karena sumber kita masih lebih rendah daripada negara ASEAN lainnya. Misalnya jika dibandingkan dengan Malaysia yang berhasil memproduksi IP serial film animasi Upin-Ipin yang cukup populer di Indonesia. Produksi IP masih belum bisa maksimal karena investasi besar, sehingga yang mampu hanya beberapa perusahaan, seperti MD Pictures, MBC Animation, dan Falcon Pictures,” ungkap Eka.

Melalui pembahasan isu-isu yang terdapat di industri ACG, terlihat bahwa Indonesia memiliki potensi besar untuk berkembang lebih lanjut dengan didukung oleh kualitas SDM, regulasi yang mendukung, serta pengembangan IP. Terkait pengembangan potensi ini, telah dilaksanakan serangkaian kegiatan, seperti seminar ACG dan merchandising. Hal tersebut diwujudkan melalui kerja sama dengan mitra korporasi pendukung yang membiayai produksi merchandise karakter atau figur komik lokal yang cukup legendaris, seperti Gundala Putra Petir dalam bentuk merchandise T-Shirt dengan visual Gundala dan materi merchandise lainnya sebagai sarana penunjang promosi produk dan jasa komersial.

Produk Halal Unilever Indonesia Mendunia



Salah satu peserta pameran Trade Expo Indonesia (TEI) 2023 yang namanya sudah sering didengar masyarakat luas yaitu Unilever. Perusahaan ini hadir di Hall 2 Indonesia Convention Exhibition (ICE) BSD City, Tangerang, dengan menghadirkan ragam produk konsumen. Di penghujung tahun ini, Unilever Indonesia yang genap berusia 90 tahun memantapkan diri sebagai salah satu produsen Fast Moving Consumer Goods (FMCG) terkemuka di Indonesia. Perusahaan ini senantiasa menemani keseharian masyarakat melalui beragam produknya, seperti pasta gigi, sabun, sampo, dan sabun cuci bubuk dan cair. Perusahaan ini memiliki lebih dari 40 merek serta 9 pabrik yang bertempat di kawasan industri Jababeka, Cikarang, dan Rungkut, Surabaya. Satu hal yang menjadi poin penting dalam kesuksesannya di Indonesia yaitu jaminan halal untuk seluruh pabrik serta produknya melalui sertifikasi halal dari Majelis Ulama Indonesia (MUI).

Jaminan dan sertifikasi halal Unilever yang diperjuangkan berhasil dimiliki selaras dengan prinsip bisnis yang menjadi fondasi bangunan bisnis raksasanya. Unilever adalah perusahaan yang dibangun atas dasar tujuan mulia (purpose). Unilever berharap, ragam produk halal tersebut menginspirasi masyarakat untuk mengambil tindakan kecil yang halal dan mulia dalam kehidupan berkelanjutan.

Sejak 2010, Unilever Indonesia memperkuat komitmen keberlanjutan yang tercantum pada strategi Unilever Sustainable Living Plan (USLP) yang sepenuhnya selaras dan memiliki sinergi dengan prinsip halal. Konsep halal makin mendunia karena memiliki etika dan nilai-nilai universal lintas sosial, budaya, dan agama. Alhasil, konsep halal tak hanya terkait produk makanan dan minuman halal, melainkan telah meluas ke lintas sektoral, mulai dari perbankan,

keuangan, kosmetik, serta pariwisata yang biasanya lebih banyak menggunakan terminologi syariah.

Unilever membuktikan bahwa implementasi konsep halal memberikan manfaat signifikan bagi masyarakat serta lingkungan, menumbuhkan bisnis yang berkelanjutan yang berlandaskan pada tujuan mulia (purpose-led) dan relevan, serta mampu bersaing di masa depan (future-fit). Strategi ini dinamakan The Unilever Compass. Pihaknya memiliki tiga kepercayaan bahwa merek dengan tujuan mulia akan bertumbuh (brand with purpose grow), perusahaan dengan tujuan mulia akan bertahan (company with purpose last), dan individu dengan tujuan mulia akan berkembang (people with purpose thrive).

Tumbuh besar di Indonesia sebagai negara berpenduduk Muslim terbesar di dunia, Unilever Indonesia ingin memastikan bahwa produk-produknya tidak hanya berkualitas, tetapi juga memberikan rasa aman dan nyaman bagi seluruh konsumen Indonesia yang mayoritas beragama Islam. Hal ini diwujudkan dengan pengaplikasian sistem jaminan halal ke semua produk dan pabriknya di Indonesia.

Unilever merupakan produsen barang konsumen pertama yang pabriknya mendapatkan sertifikasi halal MUI pada tahun 1994. Hingga saat itu secara bertahap, Unilever menerapkan sistem jaminan halal ke pabrik-pabriknya. Untuk mendapatkan Sistem Jaminan Halal dari LPPOM MUI, dibutuhkan prosedur panjang dan kompleks yang harus dipenuhi oleh sebuah perusahaan, termasuk Unilever Indonesia. Lebih jauh, dibutuhkan komitmen jangka panjang untuk memenuhi segala prosedur dan persyaratan yang ketat.

QANANZ Wakili Transformasi Fesyen Muslimah di Panggung JMFOW 2024

Dunia fesyen muslimah kini telah mengalami transformasi yang besar. Tidak lagi terbatas pada pilihan pakaian yang sederhana, fesyen muslimah kini berkembang menjadi arena kreatif yang memukau.

Seiring dengan berkembangnya dunia fesyen yang makin variatif, fesyen muslimah ini telah menyebar ke seluruh dunia. Dalam beberapa tahun terakhir, peragaan busana muslim menjadi bagian penting dalam kalender fesyen di berbagai negara. Salah satu yang ada di Indonesia yaitu ajang Jakarta Muslim Fashion Week (JMFOW).



QANANZ sebagai salah satu merek yang bergerak di industri busana muslimah tentunya tidak ketinggalan untuk menjadi ikon Pembukaan JMFOW 2024 pada rangkaian Trade Expo Indonesia (TEI) ke-38. Berdiri pada tahun 2011, QANANZ hingga kini terus memasarkan produknya dan memperluas jangkauan pasar untuk bisa menjadi merek yang mendunia.

Produk-produk yang dihadirkan QANANZ mulai dari dress, tunik, hingga kerudung. QANANZ berfokus untuk terus menghadirkan busana dengan bahan yang berkualitas, sehingga nyaman untuk dipakai para pelanggan.

Kehadirannya dalam ajang JMFOW di TEI cukup menarik perhatian. QANANZ memamerkan koleksi-koleksinya yang bertemakan Art Deco atau gaya vintage tahun 1920-an, tetapi didesain kembali sehingga tetap modis dan elegan di era sekarang.

Perjalanan QANANZ dalam mencapai kesuksesan ini tidak hanya berfokus pada koleksi produk-produknya saja, tetapi juga pada strategi pemasaran yang cerdas. Melalui media sosial, kemitraan dengan reseller, QANANZ berhasil memperluas cakupannya di seluruh Indonesia. Lebih dari itu, mereka telah menatap rencana jangkauan pasar internasional dengan kerja sama yang erat dengan Kementerian Perdagangan, salah satunya melalui partisipasi mereka dalam ajang JMFOW.

Jadwal Acara

Jumat, 20 Oktober 2023

ALL DAY

Business Counseling

RUANG GARUDA 5A, 5B, 6A, 6B, dan 7A, ICE BSD

09.00 - 11.30

**Seminar Internasional
"Pengenalan National
Single Window"** oleh

**Lembaga National Single
Window (LNSW)**

RUANG NUSANTARA 1A, ICE
BSD

09.30 - 11.30

**Seminar Internasional
"Jepang Butuh Tenaga
Kerja, Tangkap Peluang
Ekspornya"** oleh ITPC

Osaka

RUANG GARUDA 7B, ICE BSD

09.30 - 11.30

**Seminar Internasional
"Kiat-kiat Bisnis Restoran
di Australia"** oleh Atdag
Canberra

RUANG GARUDA 3, ICE BSD

10.00 - 15.00

"One on one Consultation:

**Design for Logo and
Packaging with IDDC**

Designer" oleh Direktorat
**Pengembangan Ekspor
Produk Primer**

RUANG CENDANA 1, ICE BSD

14.00 - 16.00

**Seminar Sertifikasi
HACCP "Urgensi Food
Safety System in Food
Business Operator**

**dalam Memenuhi
Tantangan Pasar
Global"** oleh Direktorat

**Pengembangan Ekspor
Produk Primer**

RUANG GARUDA 8B

Galeri





PELAKSANA:



ENGINE SYSTEM :



STRATEGIC PARTNER:



OFFICIAL DIGITAL SIGNATURE & TAX REPORTING PARTNER:



EVENT PARTNER:



BANK PARTNER:



DIKUNG OLEH:



MEDIA PARTER:



TIM REDAKSI JURNAL TEI:

Penanggung Jawab:

- Miftah Farid
(Direktur Pengembangan Ekspor
Jasa dan Produk Kreatif)
- Rivai Abbas
(Plt. Kepala Biro Humas)

Penyunting:

- David Marpaung
- Isventina
- Muflichah Tri Hayu Widhawaty
- Fatih Wicaksono
- Rizki Septiawan
- Donatus Yehuda Wirokusumo

Pimpinan Redaksi:

- Abu Amar
- Rina Indriyana

Kesekretariatan:

- Sudaryo
- Fibri Purwandari
- Hendri Gunawan
- Dendri Gunadi