



KEMENTERIAN PERDAGANGAN
REPUBLIK INDONESIA

DJPEN/MJL/002/02/2011 Edisi Maret

WARTA EKSPOR

EKONOMI KREATIF INDUSTRI MUSIK INDONESIA



Remarkable Indonesia

“Harmony Under One Nation in Remarkable Indonesia”

Tanggal 4 – 6 Maret 2011 merupakan penyelenggaraan ke - 7 Java Jazz Festival (JJF) sejak pertama kali diselenggarakan tahun 2005. Bertempat di Jakarta International Expo (JIExpo) Kemayoran, kegiatan musik tahunan berskala internasional ini didukung oleh lebih dari 1.200 artis lokal maupun mancanegara dan menyuguhkan lebih dari 200 pertunjukan musik berkelas dunia di atas lebih dari 17 panggung dengan menampilkan beberapa musisi dunia seperti Santana, George Benson, dan Corinne Bailey Rae, sedangkan musisi Indonesia yang tampil antara lain Sandhy Sandoro, Fariz RM, dan Pandji Pragiwaksono dan lain-lain.

Kementerian Perdagangan kembali mendukung penyelenggaraan JJF untuk yang ke-4 ini merupakan salah satu bentuk dukungan dan implementasi kolaborasi Pemerintah dengan pihak swasta dalam pengembangan Ekonomi Kreatif di Indonesia, khususnya pada sub sektor musik seperti yang telah diinstruksikan oleh Presiden, serta aplikasi dari Cetak Biru Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia.

Penyelenggaraan ini juga merupakan salah satu bukti wujud profesionalisme pekerja kreatif Indonesia yang telah sukses dilakukan oleh *Java Festival Production* sebagai pihak penyelenggara dan menjadikan ajang ini sebagai salah satu festival musik jazz yang terbaik di dunia, yang mampu menarik perhatian banyak orang, di dalam dan luar negeri.

Direktorat Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional
Kementerian Perdagangan RI

Hesti Indah Kresnarini



EDITORIAL **2**

TAJUK UTAMA **3**

Harmony Under One Nation in Remarkable Indonesia

Itulah Motto Jakarta Jazz Festival tahun ini, dimana motto tersebut secara langsung mempromosikan Indonesia dengan segala potensinya yang luar biasa terutama dibidang musik.

KISAH SUKSES **14**

PT. Kastil Avindo

Tahun 2000 mulai memfokuskan diri dibidang animasi terutama serial film animasi dengan melayani client dari luar negeri seperti Amerika Serikat dan Eropa.

KEGIATAN DITJEN PEN **16**

SEKILAS INFO LUAR NEGERI **18**

Rencana Pembukaan Outlet Sepatu Indonesia Di Singapura

DAFTAR IMPORTIR **19**

STT: Ditjen PEN/MJL/16A/III/2011; **Pelindung/Penasehat:** Hesti Indah Kresnarini **Pimpinan Umum:** Indrasari Wisnu Wardhana **Pemimpin Redaksi:** Sri Maryani, **Redaktur Pelaksana:** Sugiarti, **Penulis:** Karnaen Nafed
Alamat: Gedung Utama Kementerian Perdagangan Republik Indonesia, Lt.3, Jl MI Ridwan Rais no.5, Jakarta 10110;
Telp. 021-3858171 Ext. 37302, **Fax.** 021-23528652 **E-mail:** p2ie@kemendag.go.id; **website:** www.nafed.go.id

Harmony Under One Nation in Remarkable Indonesia

Itulah Motto Jakarta Jazz Festival tahun ini, dimana motto tersebut secara langsung mempromosikan Indonesia dengan segala potensinya yang luar biasa terutama dibidang musik. Hal tersebut selaras dengan upaya pemerintah untuk terus meningkatkan citra positif bangsa sebagai bagian dari "Nation Branding" Indonesia.

Selain itu, penyelenggaraan JJF 2011 merupakan salah satu ajang pembuktian kemampuan musisi Indonesia berkolaborasi dengan musisi internasional. Kenyataan ini membangun rasa cinta dan bangga kita akan musik Indonesia. Sejalan dengan program 100% Cinta Indonesia yang mengapresiasi kecintaan dan kebanggaan kita akan produk anak negeri, maka Kementerian Perdagangan bekerjasama dengan *Java Festival Production* mempersembahkan "The Hall of World Music" dan Paviliun Kementerian Perdagangan.

SEKILAS JAVA JAZZ

Java Jazz Festival (JJF) merupakan kegiatan pagelaran musik tahunan berskala internasional yang diselenggarakan oleh PT. Java Festival Production dan didukung oleh lebih dari 1.200 artis lokal dan internasional. Festival ini tidak hanya menampilkan musik jazz namun juga mengakomodir jalur musik lain seperti soul, R&B, blues, hip-hop, nu jazz, electro, gospel, world music/ethnic, serta fusion.

JJF pertama kali diselenggarakan pada tahun 2005 dengan visi bahwa festival akbar ini menjadi salah satu pentas yang terpenting dalam kalender seni dan kultural Indonesia serta sebagai usaha untuk menorehkan kembali Indonesia di blantika musik dunia. Selama 6 tahun berturut-turut (2005-2010), JJF mengalami peningkatan jumlah pengunjung secara signifikan. Dari jumlah pengunjung sebanyak 57.800 orang di tahun 2005 menjadi 110.300 orang atau hampir dua kali lipat di tahun 2010.

Penyelenggaraan Java Jazz Festival dari tahun ke tahun menghadirkan makin banyak duta musik dari berbagai negara. Ruang-ruang pertunjukan selain dipenuhi



pengunjung baik dalam maupun luar negeri, atau mereka yang memang tinggal di Indonesia, maupun yang berasal dari Singapura, Malaysia, Amerika, Belanda, Jepang, dan Australia. Pada tahun 2010 tercatat sedikitnya 1.500 artis lokal dan manca negara ikut terlibat pada pagelaran ini.

Artis-artis internasional yang pernah mengisi Java Jazz Festival dari tahun 2005 hingga 2011 antara lain James Brown, Eric Bennet, Angie Stone, Earth, Wind & Fire, Chaka Khan, Jamie Cullum, Sergio Mendes, Bobby Caldwell, Matt Bianco, Omar Sosa, John Scofield, Ron Carter, Sadao Watanabe, Level 42, Kenny "Babyface" Edmonds, Bobby Caldwell, James Ingram, Laura Fygi, Matt Bianco, Swing Out Sister, The Manhattan Transfer, dan ratusan musisi lainnya. Sedangkan artis-artis Indonesia yang pernah tampil di Java Jazz Festival adalah 21st Night, Malique 'n D'Essential, Dwiki Dharmawan, Dewa Budjana, Dian Pramana Poetra, Rieka Roeslan, Andien, Nina Tamam, Glenn Fredly, Sandhy Sondoro, RAN, dan ratusan musisi

ACARA JAVA JAZZ FESTIVAL 2011

Tanggal 4, 5, 6 Maret 2011, festival Java Jazz didukung oleh provider selular GSM AXIS, maka festival ini diberi nama "Axis Jakarta International Java Jazz Festival 2010". Dengan moto "*Harmony Under One Nation in Remarkable Indonesia*", telah menjadi trademark dari event jazz terbesar di Indonesia ini untuk selanjutnya menjadi *the finest, the best and the most fabulous jazz event* di dunia.

Kesuksesan penyelenggaraan JJF kali ini juga mendapat dukungan penuh dari Pemerintah Provinsi DKI Jakarta, Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata, Kementerian Perdagangan, dan kedutaan besar negara-negara sahabat (Austria, Belanda, Selandia Baru, Amerika Serikat, dan Brazil) membuat dunia internasional tanpa ragu mengarahkan perhatiannya pada perhelatan di negara ini.

PENAMPILAN MUSISI LOKAL DAN INTERNASIONAL

JJF 2011 telah menyuguhkan 173 pertunjukkan dan 4 spesial *show* di 16 panggung dan masih ditambah 7 musik klinik dan satu klinik fotografi tersebar di area Jakarta International Expo (Jiexpo) Kemayoran dengan luas 40.000 m². Pagelaran musik internasional tersebut menghadirkan partisipasi 40 band internasional (datang dari 14 negara) menampilkan lebih dari 280 musisi internasional dan 110 band Indonesia dengan sekitar 1.400 musisi lokal.

Beberapa program spesial yang telah ditampilkan adalah proyek-proyek khusus : Fariz RM feat. Barry Likumahuwa & friends dan Erwin Gutawa Big Band; Gigi yang tampil dengan Ron King Big Band; Indonesia Nu Progresif, Tribute to Harry Roesli; Elfa Secioria "Legacy Lives On"; George Benson dan Magenta Orchestra, "Tribute to Nat King Cole"; Ensemble Jazz Angklung oleh Dwiki Dharmawan.





Dari kancah internasional, JJF 2011 telah sukses menampilkan artis-artis yang paling dinanti, yaitu Santana, George Benson, Corrine Bailey Rae, Sandhy Sondoro, dan Fourplay.

di negeri sendiri dengan menyedot banyak penonton dan sambutan yang luar biasa. Contoh diantaranya

PENGUNJUNG JJF 2011

Animo penikmat musik untuk menonton festival java jazz ternyata cukup besar, setidaknya telah dikunjungi 100.000 orang selama tiga hari peggelaran. Pengunjung tersebut tidak hanya berasal dari dalam negeri namun juga berasal dari beberapa Negara seperti Malaysia dan Singapura,

Sebagaimana dari hasil pengamatan pihak Java Festival Production, penonton Java Jazz Festival tahun sebelumnya berasal dari Australia, Selandia Baru, negara-negara di Asia dan Eropa. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat internasional mulai mengenal Jakarta sebagai kota festival musik, dimana Java Jazz Festival 2011 merupakan salah satu festival jazz yang terbesar dan terbaik di dunia.

Hal yang cukup membanggakan adalah meskipun banyak musisi mancanegara yang hadir di perhelatan musik jazz tersebut, ternyata penampilan artis Indonesia justru yang mampu menjadi tuan rumah





adalah: Kahitna, ESQI:EF, GIGI and Ron King Big Band, dan Sandhy Sondoro. Dimana penonton ternyata berduyun-duyun bahkan berdesak-desakan menikmati aksi dan penampilan para musisi Indonesia. Kondisi tersebut merupakan sebuah fenomena yang menakjubkan, ternyata sebagian besar pengunjung yang datang bukan karena faktor musisi mancanegara, tetapi juga musisi lokal. Hal tersebut membuktikan bahwa hasil kreatifitas musisi Indonesia telah mendapatkan apresiasi tinggi dari para pecinta musik, dan sudah saatnya para musisi tersebut mendapat tempat dan porsi yang lebih besar di acara-acara Internasional lainnya yang serupa.

PARTISIPASI KEMENTERIAN PERDAGANGAN

Pada penyelenggaraan JJF 2011, Kementerian Perdagangan bekerjasama dengan Java Festival Production mempersembahkan "The Hall of World Music" yang bertujuan untuk memberikan kesempatan kepada musisi Indonesia untuk dapat tampil dan membuktikan bahwa musik jazz Indonesia mampu bersanding dengan musik jazz dunia, serta Paviliun Kementerian Perdagangan yang akan menampilkan produk kreatif musik. Selain itu, Kemendag bekerjasama dengan Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual (HKI) juga membuka Klinik Konsultasi HKI.

KONFERENSI PERS

Bertempat di Hotel Borobudur Jakarta, konferensi pers kedua diselenggarakan pada tanggal 2 Maret 2011, di Ruang Timor. Dalam acara tersebut Kementerian Perdagangan yang diwakili oleh Dirjen PEN menyampaikan bahwa ada 3 (tiga) hal yang mendorong Kementerian Perdagangan untuk mendukung Java Jazz Festival; Pertama, penyelenggaraan JJF ini mendukung upaya pengembangan ekonomi kreatif tanah air yang sejalan dengan program pemerintah; Kedua, JJF merupakan ajang yang tepat yang bisa dimanfaatkan untuk kampanye 100% Cinta Indonesia; dan yang Ketiga, JJF terbukti dapat membantu upaya pencitraan Indonesia (*nation branding*) di dunia internasional.



THE HALL OF WORLD MUSIC

Kementerian Perdagangan untuk ke empat kalinya memersempahkan “*Hall of World Music*” yang bertujuan untuk memberikan kesempatan kepada musisi Indonesia untuk dapat tampil dan membuktikan bahwa musik jazz Indonesia mampu bersanding dengan musik jazz dunia.

Hall of World Music tahun ini digelar di Hall B2 Jiexpo, dengan menampilkan 9 pertunjukan musisi dalam dan luar negeri antara lain Minangapentagong Sawahlunto, Dwiki Dharmawan & Angklung Jazz Ensemble, Los Amigos (India), Eastmania feat. Kai Eckhardt, ESQI:EF, David Garfield, Indonesia NuProgressive tribute to Harry Roesli, dan Sandhy Sondoro.

Selama 3 (tiga) hari pertunjukan *Hall of World Music* selalu dipenuhi pengunjung. Minat pengunjung akan musik Jazz sangat luar biasa, setiap penggantian pemain, pengunjung selalu penuh, contoh saat penampilan Dharmawan & Angklung Jazz Ensemble, ESQI:EF, dan NuProgressive tribute to Harry Roesli. Bahkan penampilan Sandhy Sandoro di hari ke-3 penyelenggaraan JJF 2011, hall B2 yang berkapasitas 3.000 orang ini begitu dipadati pengunjung yang ingin menyaksikan aksi panggung musisi tersebut.



KAMPANYE ACI



Dalam rangka sosialisasi dan kampanye Program Aku Cinta Indonesia “100% Cinta Indonesia” pada JJF 2011 telah dilakukan berbagai kegiatan antara lain pemasangan logo 100% Cinta Indonesia di media promosi penyelenggaraan Java Jazz Festival, Pemasangan logo di area penyelenggaraan termasuk di *Hall of World Music* (Hall B2) dan Pavillium Kementerian Perdagangan, pembagian gelang karet 100% Cinta Indonesia kepada pengunjung JJF 2011, sampai dengan menampilkan Sandhy Sandoro sebagai ikon dalam kampanye 100% Cinta Indonesia.

Logo 100% Cinta Indonesia telah dipasang pada hall dan panggung di Hall B2, billboard, giant baliho, print media, X Banner, poster, flyer, press conference backdrop, tiket masuk, dan website resmi Java Jazz Festival (www.javajazzfestival.com).

Tidak hanya pemasangan logo, untuk lebih mensosialisasikan program Aku Cinta Indonesia, di panggung *The Hall of World Music* (Hall B2), pada hari Minggu tanggal 6 Maret 2011 malam hari Sandhy Sandoro tampil dengan aksi panggung yang sangat mewakili kampanye 100% Cinta Indonesia. Penampilannya dengan tema Sandhy Sandoro *Sing Classic Hits*, Sandhy Sandoro membawakan beberapa lagu dan beberapa diantaranya dibawakan sendiri dengan gitar akustiknya. Sebelumnya, Menteri Perdagangan berkesempatan membuka konser tersebut, dengan menyematkan PIN 100% Indonesia kepada Sandhy Sandoro dan pembagian gelang karet 100% Indonesia kepada pengunjung yang dikenakan juga oleh Sandhy Sandoro.

Pada penampilannya di JJF 2011, Sandhy Sandoro yang kembali mengguncang panggung Java Jazz

Festival tahun ini. Penyanyi bersuara berat ini berhasil memukau ratusan penonton sampai akses masuk kedalam ruangan harus diatur bergantian agar tidak terlampau padat di dalam Hall B2.

PAVILIUN KEMENTERIAN PERDAGANGAN

Paviliun Kementerian Perdagangan menempati area seluas 100 m2 yang mengangkat alat musik tradisional dari Jawa Barat, Angklung dari Saung Angklung Mang Udjo yang juga ikut berpartisipasi di Hall B2 bersama Dwiki Dharmawan dan dari Makassar, Kecapi khas Makassar. Selain itu, ditampilkan juga Gitar produksi Jawa Barat, Genta Guitars yang orientasi produksinya ekspor, Luthier biola Sapto Pranowo dari Jawa Barat, Gitar Batik dari kota Solo yang meraih animo yang besar, dan produk fashion yang mengaplikasikan kampanye 100% Cinta Indonesia seperti t-shirt, topi, dan tas dengan nama Inksomnia. Untuk produk tas kulit, Lumica Leather menghadirkan tas dari bahan kulit eksotis berkualitas tinggi sesuai dengan selera kaum muda. Selain itu, Klinik HKI juga kembali dihadirkan (bekerjasama dengan Ditjen HKI Kemkumham) untuk membantu fasilitasi pendaftaran HKI bagi para pelaku industri kreatif Indonesia.

Produk-produk yang ditampilkan di Paviliun Kementerian Perdagangan banyak menarik minat para pengunjung festival untuk datang, baik sekedar untuk melihat-lihat, mencoba-coba maupun bertransaksi. Tercatat lebih dari 300 orang per hari mengunjungi paviliun ini. Produk seperti Batik Gitar banyak mencuri perhatian beberapa pengunjung asing yang menilai bahwa produk tersebut unik dan layak menjadi komoditas dagang di luar negeri.



Sempat diwawancara oleh majalah lokal Jepang tentang produknya, Batik Gitar juga mendapatkan kesempatan untuk sample order untuk beberapa negara tetangga seperti Malaysia, Singapura dan Australia. Keunikan alat musik Angklung juga banyak mendapatkan pembeli untuk produk-produk set souvenirnya dari wisatawan asing yang datang pada acara tersebut.

Alat musik drum produksi dalam negeri juga tidak kalah menuai prestasi. Drum dengan merek Harry's Drum Craft telah digunakan oleh banyak musisi baik dalam negeri maupun internasional, di antaranya Didi Riyadi (Element), Widi (Malique & D'Essential), Konde (Samson), Aksan Sjaman (Potret), Inisisri (Kantata Takwa), Narello Pettiteri (Luluk & Helsdingen Trio – Netherland), Dion Parson (Herbie Hancock – USA), Laura Fygi Band – USA, Gulli Briem (Mezzoforte – Iceland), Mickey (Native Soul – New Zealand), Carola Grey (Noisy Mama – Germany), dan lainnya.

Selama tiga hari festival berlangsung, Paviliun Kementerian Perdagangan mencatat hasil transaksi yang diperoleh selama pameran berlangsung adalah sebesar Rp. 140.350.000,-, atau meningkat lebih dari 200% persen jika dibandingkan dengan tahun lalu keikutsertaan Kementerian Perdagangan dalam acara ini.

Berikut ini profil para peserta Paviliun Kementerian Perdagangan pada JJF 2011 :

KECAPI MAKASSAR

Alat musik Kecapi dari daerah bugis makassar merupakan alat musik tradisional yang digunakan dalam berbagai acara kebudayaan mengiringi lagu-lagu tradisional dan hingga saat ini masih digunakan dalam mengiringi lagu-lagu tradisional baik dalam satu acara budaya maupun acara lainnya.

Keunikan dari kecapi ini adalah petikannya tidak mempunyai dasar not akan tetapi berdasarkan feeling petikan dapat memainkan berbagai jenis irama dan bisa berimprovisasi dengan peralatan modern lainnya.

Sejalan dengan perkembangannya dunia musik, kecapi bugis makassar berkembang dan diciptakan kecapi yang bisa dimainkan dengan dasar not musik,



untuk itu saat ini kecapi terdiri dari dua macam yakni:

1. Kecapi Klasik, yaitu kecapi yang dimainkan berdasarkan feeling tanpa dasar nada (not), kecapi ini dapat diimprovisasikan dengan berbagai jenis musik, dan yang paling sesuai adalah jenis musik Jazz yang dimainkan dengan menggunakan improvisasi .
2. Kecapi yang didesain dapat dimainkan dengan menggunakan nada (not).

Salah satu usaha kecil yang mencoba berbisnis dengan menjual peralatan tradisional bugis makassar adalah Rumah Kecapi Yusri Yusuf, pengusaha ini menghimpun memanfaatkan tenaga kerja untuk membuat dan menjual peralatan musik tradisional Sulawesi Selatan antara lain Kecapai Klasik dan Kecapi modern, gendang bugis makassar, alat musik gesek.

Pengusaha ini mampu memproduksi kecapi sekitar 30 s/d 35 perbulan dan miniatur kecapi (*handicraft*) 500 buah perbulan.

Dwiki Dharmawan dan kawan-kawan (Krakatau Band) akan menkolaborasi musik jazz dengan musik tradisional Bugis Makassar, hal ini terinspirasi ketika

tampil di Makassar bulan agustus tahun 2010 pada Jazz For Rotherdam yang tampil dengan kolaborasi musik tradisional Bugis Makassar. Obsesinya pertengahan tahun 2011 telah recording jazz ethnic Bugis Makassar. Hasil dari kompilasi musik ini akan di pentaskan di berbagai negara untuk mempromosikan pariwisata sekaligus akan menjual musik jazz ethnic Bugis Makassar

BATIK GUITAR

Perusahaan ini memproduksi bermacam – macam gitar yang dapat dibuat costum mulai dari gitar akustik sampai elektrik yang dapat disesuaikan dengan selera konsumen (*customed guitar / personal guitar*). Ciri khas dari perusahaan ini adalah mungkin satu – satunya yang mengaplikasikan corak batik tulis diatas frame gitar, beragam corak dan tehnik membatik pun sudah dicoba aplikasikan pada gitar keluaran perusahaan ini.

Perusahaan yang berbasis di Solo Jawa Tengah ini mendapat bahan – bahannya dari luar Jawa, sedangkan untuk komponen elektronik dan *hardware* gitar masih menggunakan bahan impor untuk mempertahankan kualitas. Sejumlah musisi



Tajuk Utama

ternama yang pernah memesan gitar batik adalah Apoy dari Band Wali.

ANGKLUNG SAUNG MANG UDJO

Angklung adalah alat musik tradisional Jawa Barat yang terbuat dari bambu. Untuk mendengarkan keindahan suara Angklung, anda hanya tinggal menggoyangkannya saja. Pada tahun 1966, Udjo Ngalagena beserta istrinya Uum Sumiati mendirikan sebuah sanggar kesenian Sunda, yang kita kenal dengan SAU. SAU dibangun di atas sebuah landasan yang kuat dan dedikasi yang tinggi untuk melestarikan kebudayaan dan kesenian Sunda.

Udjo Ngalagena telah mulai memproduksi Angklung dengan tangga nada pentatonik dan diatonik sejak tahun 1961. Dengan pengalaman lebih dari 45 tahun, Saung Angklung Udjo (SAU) hadir sebagai pusat produksi alat musik bambu terbaik di Indonesia. Dengan terus meningkatkan varian dan mutu dari beragam produknya, kini SAU tidak hanya dikenal sebagai tempat produksi alat musik bambu tetapi sebagai pusat kerajinan bambu.



GENTA GUITAR

Genta Gitar yang sudah ada sejak 51 tahun lalu. Pabrik gitar Genta yang berada di Bandung ini sudah memproduksi gitar sejak tahun 1959. Beragam jenis gitar mulai dari gitar ukulele, gitar akustik, gitar akustik listrik, dan gitar listrik. Pemilik pabrik tersebut bernama Ir. Awan Nasution.

Tempat ini menyerap tenaga kerja yang mencapai sembilan puluh orang, tapi untuk yang mengerjakan mentahan-mentahan gitarnya lima puluh sampai enam puluh orang. Bahan yang digunakan sangat kuat, gitar yang terbuat dari kayu mahoni dan rose wood. Tak kalah dengan produk luar, harganya pun beragam, tergantung besar kecilnya gitar, dan model, serta fungsi gitar itu sendiri, mulai dari Rp 700 ribu, sampai lebih dari Rp 5 juta. Hampir semua toko gitar di Indonesia memajang produk buatan Genta Gitar.

Beberapa orang yang pernah memakai dan punya gitar dari karyanya saat ini adalah Sawung Jabo, Virgiawan L., Mukti-Mukti, Micko, Ary Juliyant, Hari Pochang, Susilo Bambang Yudhoyono (sekarang



Presiden RI), Tiwi Sakuhachi, Fery Curtis, Abah Iwan, Nugie, Anton Baret, Marta Topeng dan pasti sudah tidak terhitung.

BIOLA SAPTO PRANOWO

Sukses Sapto lebih hebat sebagai pembuat biola berkualitas konser dan reparator (ahli reparasi) biola-biola bermerek terkenal mulai dari buatan Carletti Carlo (Italia) sampai biola-biola tipe terkenal Stradivari, Guarneri, Guadagnini, Jacobus Steiner, ataupun biola-biola buatan keluarga Klotz dari Jerman.

Membuat biola sejak di SMM (sekolah menengah musik) di Yogyakarta, dengan sering mengutak-atik dan memperbaiki biola-biola milik SMM yang rusak dan umumnya buatan luar negeri, lama-lama Sapto pun "meniru" bikin biola, dengan contoh biola-biola yang direparasinya. Dari kopian biola Strad, sampai biola-biola bagus buatan Belanda milik sekolahnya. tahun 2000, ia bertemu seorang pemain biola berkebangsaan Jerman, Barbara Meyer tinggal di Spanyol, yang kebetulan punya keahlian sebagai

reparator biola dan juga cello, setahun penuh saya belajar sama Barbara, bikin biola dan mereparasi. Ia tertarik sekali dengan biola-biola buatan saya dan membelikan buku-buku tentang pembuatan biola sehingga saya bisa pelajari lebih dalam anatomi tentang biola-biola Amati, Stradivari, Guarneri, Steiner, dan sebagainya.

Masih menggunakan kayu impor untuk memproduksi biolanya, sebuah biola yang dapat memakan waktu 2 sampai 3 bulan untuk pembuatannya dapat dijual hingga 30 juta rupiah saat pagelaran Java Jazz kemarin.

HARRY'S DRUM CRAFT

Produsen drum yang telah berdiri sejak 15 tahun lalu, bangga menggunakan material kayu Indonesia untuk pembuatan drum secara custom, sekaligus menjadi industri drum custom lokal pertama di Indonesia. Mengusung merk Harry's Drum Craft sebagai merk dagang, produknya sudah dipakai oleh banyak musisi seperti Didi Riyadi (Element), Widi dari Malique & D'Essential, Konde dari Samson, Jhon dari White Shoes & the Couples Company, Aksan Syuman dari Potret, band internasional seperti Laura Figy Amerika. Tak hanya itu Harry's Drum Craft juga dipercaya sebagai peralatan pendukung untuk perhelatan musik seperti Java Jazz Festival, konser internasional seperti Avenged Sevenfold, Megadeth, dan Sergio Mendez.



Dibuat secara costum, semua drummer yang menginginkan selera pribadinya sendiri pada drum miliknya akan menyukai untuk membuat drum kit yang ideal di Harry's Drum Craft. Karena saat ini pemain drum membutuhkan set drum yang mempunyai kualitas suara bagus, handal, kuat, dan yang paling penting dapat di buat sesuai dengan gaya musik pemainnya, Harry's Drum Craft memiliki ini semua, bahkan lebih dari itu, dimensi dan penyempurnaan dari lapisan drum, kayu, ketebalannya, kedalamannya, dan kaki-kakinya dapat di pilih secara individual. Beragam finishing kayu yang unik dapat dipilih.

INKSOMNIA STREETWEAR

Sejak 1980-an, T-shirt telah berkembang sebagai bentuk ekspresi pribadi. T-shirt dengan slogan tebal sangat populer di Inggris pada 1980-an. T-shirt dengan metode cetak screen telah menjadi bentuk standar pemasaran untuk produk konsumen besar, seperti Coca-Cola dan Mickey Mouse, sejak tahun 1970. Sejak tahun 1990, telah menjadi praktek umum bagi perusahaan – perusahaan dari semua ukuran untuk memproduksi T-shirt dengan logo



perusahaan mereka atau pesan sebagai bagian dari kampanye iklan mereka secara keseluruhan. Sejak akhir tahun 1980-an dan terutama 1990-an, T-shirt dengan logo desainer nama terkemuka telah menjadi populer, terutama dengan remaja dan dewasa muda.

Di balik kemajuan dalam dunia T-Shirt, disayangkan kemajuan dari masyarakat kita dalam membuat desain T-Shirt yang inovatif dan kreatif sangat lambat. Dalam dunia desain tidak ada yang namanya desain yang buruk, tetapi sangat mudah ditemukan plagiat dalam desain T-Shirt.

Perusahaan Inksomnia yang mulai diwacanakan sejak tahun 2001 baru dapat direalisasikan pada tahun 2003. Tujuan didirikan Inksomnia adalah untuk memberi pengetahuan dan pendidikan pada khalayak ramai mengenai kualitas T-Shirt, termasuk dari segi desain serta untuk menciptakan kebudayaan baru bagi generasi muda yang kreatif, aktif dan menyenangkan dengan motto "Daydreamer, Nightrunner." Inksomnia membuat sesuatu yang baru dan menyegarkan tanpa berusaha meniru atau mengikuti desain dari merk clothing lainnya yang menjadi mainstream. Inksomnia yang mendesain T-Shirt secara inovatif telah menjadi trendsetter, karena konsep dari Inksomnia adalah ilustrasi. Pada partisipasi JJF 2011, Inksomnia memasarkan T-Shirt spesial desain yang hanya dijual pada event ini, serta desain lainnya yang mengaplikasikan apresiasi kepada musisi lokal.

KLINIK KONSULTASI HAKI

Bekerjasama dengan Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual (Ditjen HKI) – Kementerian Hukum dan HAM, Paviliun Kementerian Perdagangan juga membuka klinik konsultasi HKI guna memfasilitasi musisi Indonesia yang produknya tidak memiliki label dan memberikan bantuan dalam hal pendaftaran HKI (hak cipta lagu) dan produk-produk industri kreatif. Selama 3 hari pelaksanaan Java Jazz Festival 2011, tercatat sebanyak lebih kurang 55 orang pengunjung telah datang ke klinik HKI dan berkonsultasi dengan para petugas dari Ditjen HKI.



KEGIATAN LAINNYA

Selain menampilkan produk-produk industri kreatif dan klinik konsultasi HKI, Paviliun Kementerian Perdagangan juga memberikan ruang kepada para peserta Paviliun Kemendag untuk mempertunjukkan kepiawaian mereka dalam memainkan alat musik. Atraksi ini mengundang perhatian para pengunjung Java jazz Festival untuk datang ke Paviliun Kemendag. Tidak sedikit di antara mereka yang ingin mencoba beberapa alat musik di Paviliun Kemendag yang tergolong cukup unik.

PT. KASTIL AVINDO



Berdiri tahun 1997 sebagai perusahaan production house fokus di corporate communication dengan nama PT. KASTIL AVINDO yang beralamat di Jl. Pasar Baru Timur no. 7A, Jakarta Pusat.

Tahun 2000 mulai memfokuskan diri dibidang animasi terutama serial film animasi dengan melayani client dari luar negeri seperti Amerika Serikat dan Eropa.

Tahun 2008 mulai mengembangkan IP (intellectual property)/brand sendiri (100%) untuk pasar lokal maupun ekspor, produknya antara lain : Kabayan LipLap, Punokawan, Boni, Koky & Toky dan lainnya. Tahun 2009 kami mulai mengembangkan brand ke produk digital lainnya (mobile, RBT, RT, dan lain-lain), merchandise, publikasi (komik, buku cerita) dan lainnya.

Keunggulan Produk

1. Quality : Keunggulan produk adalah salah satunya produk ini sudah terbukti diterima kualitasnya di pasar internasional, sehingga pada saat memproduksi untuk pasar lokal kualitas pun menjadi fokus perhatian untuk memuaskan keinginan pasar.

2. Sincerity & Hospitality : karena produk kami amat bergantung pada "jasa & layanan" maka ketulusan (sincerity) dan keramahan (hospitality) dalam melayani merupakan keunggulan kami dibanding pesaing-pesaing dari negara lain.
3. Local Brainware : 100% karyawan kami adalah lokal. Talenta artistik kami juga 100% lokal. Ini memberikan competitive advantage (keunggulan) berupa cost effectiveness.
4. Pengalaman & Penghargaan :
 - 3 MURI
 - *Enterprise 50* dari *Accenture* : Avigra (#11), Castle (#22)
 - American
 - *Houseton Film Festival* (empat tahun berturut2): (Bronze, Gold, Gold and Platinum).
 - *Spain Children Festival (Best Children Animated TV show)*.

Serta banyak lagi prestasi yang telah dicapai oleh Kastil Avindo dalam menghadapi persaingan global.



Ide menciptakan Produk/Jasa yang dihasilkan adalah akibat dari minimnya tontonan yang baik dan bermutu untuk anak-anak Indonesia, maka lahirnya karya-karya berkualitas ini berdasarkan dari :

- Ideologi : Selalu ingin menciptakan tontonan dengan konten digital bermutu untuk anak-anak diseluruh dunia.
- Buku, referensi, DVD dan internet.
- Kerjasama dengan produser luar negeri.
- Internet Source : minimnya materi tontonan yang baik dan bermutu untuk anak-anak, sehingga tidak ada lagi pilihan lain. Kadangkala tontonan yang ditayangkan tidak layak untuk anak-anak.

Memfaatkan Kreatifitas Lokal (Local Content) 100% bisa didapatkan di Indonesia. Anak-anak bangsa

memiliki kreatifitas tinggi dalam menyajikan cerita, sampai dengan pembuatan animasi sampai pengisian suara. Semangat belajar dari perkembangan trend internasional terus dipacu, sehingga dapat bersaing dengan produk impor.

Inovasi dan originalitas dalam menyajikan konsep tradisional dan modern merupakan kerja team kreatif sendiri, hak cipta dimiliki oleh perusahaan atau konsorsium co-production sendiri. Kecuali untuk pesanan dari pihak luar, kerja kreatif dari tim mengikuti apa yang dibutuhkan oleh pelanggan. Perusahaan dapat dijadikan tempat praktek kerja atau magang oleh lembaga pendidikan yang ingin meningkatkan kualitas anak didik mereka.

Pengembangan Jiwa Kewirausahaan/ *Entrepreneurship* terus dilakukan kepada segenap SDM dibawah naungan perusahaan. Mencari terobosan untuk bekerjasama dengan pihak lain atau joint venture baik lokal maupun luar negeri, sehingga dapat mengembangkan perusahaan ke arah yang lebih baik dan berkualitas.

Negara-negara tujuan ekspor antara lain : Amerika Serikat, Uni Eropa (Spanyol, Belanda), Korea Selatan, Taiwan, France, India. Namun produk-produk perusahaan ini juga ditayangkan di Timur Tengah, negara Uni Eropa lainnya (German, England, Italy dan lainnya) serta Amerika Selata (Brazil, Costa Rica, dan Portugal).



Evaluasi Tentang Layanan Informasi Ekspor DJPEN



Dalam edisi ini kegiatan DJPEN yang akan diinformasi adalah yang berkaitan dengan evaluasi tentang Layanan Informasi Ekspor DJPEN. Kegiatan ini dilatarbelakangi bahwa Pengembangan Ekspor non migas merupakan suatu kegiatan strategis dalam Rencana Nasional Jangka Menengah saat ini. Ekspor diharapkan menjadi mesin pertumbuhan ekonomi Indonesia dan kebijakan promosi ekspor yang bertujuan memperkuat daya saing ekspor Indonesia.

Untuk mendukung agar tugas DJPEN lebih efektif dan dapat memperkuat daya saing ekspor maka diperlukan data untuk menilai kekuatan dan kelemahan kebijakan dan strategi yang



dijalankan DJPEN. Data tersebut diperoleh melalui survey yang dilakukan oleh JICA dan konsultan lokal.

Sedangkan maksud dan tujuan kegiatan ini adalah untuk mengumpulkan informasi dari para responden, sejauh mana kesan yang timbul terhadap keberadaan DJPEN. Berdasarkan data yang dikumpulkan dan dianalisa segi kekuatan dan kelemahan yang ada pada DJPEN, kemudian ditentukan langkah-langkah perbaikannya, sehingga tercipta tata kelola yang efektif bagi perkembangan DJPEN khususnya dan perkembangan ekspor pada umumnya.

Survey ditarget 650 responden eksportir yang terdiri dari 550 responden menggunakan kuesioner dan 100 responden termasuk asosiasi menggunakan wawancara langsung.

Hasil yang dicapai dalam kegiatan survey ini mendapatkan respon yang positif terhadap beberapa kegiatan DJPEN. Respon tersebut dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Rata-rata responden baik dari kalangan Industri

Kecil, Industri Menengah maupun Industri Besar memahami terhadap semua layanan yang diberikan DJPEN. Namun pemahaman ditingkat masyarakat terhadap keberadaan DJPEN perlu ditingkatkan, bisa melalui sosialisasi, pendekatan pada Asosiasi dan Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi dan UKM serta lembaga swadaya masyarakat lainnya.

2. Rata-rata tingkat kepuasan responden terhadap semua layanan informasi yang diberikan DJPEN dalam rangka pengembangan ekspor sudah lebih dari 50%, namun angka ini masih perlu ditingkatkan dengan meningkatkan kualitas seluruh layanan informasi ekspor.

3. Semua kelompok responden (Industri Kecil, Industri Menengah dan Industri Besar) serta lembaga lainnya menganggap semua layanan yang diberikan DJPEN sangat penting dalam pengembangan ekspor, sehingga seluruh layanan perlu tetap dilaksanakan, terutama untuk Industri Kecil.



RENCANA PEMBUKAAN OUTLET SEPATU INDONESIA DI SINGAPURA

Dalam rangka mewujudkan rencana pembukaan outlet sepatu made in Indonesia di Singapura, APRISINDO (Asosiasi Persepatuan Indonesia) saat ini sedang mendata anggotanya yang berminat bergabung. Diupayakan tanggal 11 April 2011, daftar perusahaan dan produknya sudah lengkap terdata. Kementerian Perdagangan dan KBRI Singapura sangat mendukung upaya ini mengingat potensi domestik Singapura maupun daya tariknya dalam mendatangkan wisatawan asing untuk berbelanja di Singapura. Di sisi lain, sepatu merupakan salah satu produk kreatif fashion yang memacu pertumbuhan ekspor Indonesia.



Dukungan diberikan antara lain dengan fasilitasi dari Atdag Kuala Lumpur untuk menyelenggarakan pertemuan antara APRISINDO serta pihak KBRI Singapura. Dalam waktu dekat, rencana ini diharapkan akan terealisasi dengan baik. Jadi, kita tunggu pembukaan outlet tersebut, siapa tahu bisa memancing pembukaan outlet lain sekaligus memperkenalkan *brand* Indonesia.(sf)



Daftar Importir



PARS ELECTRODEMFG CO

No. 29 1st Floor Molaei St Vali Asr Ave, Tehran, Iran
 Phone : (98-21) 88890689
 Fax : (98-21) 88908767
 Email : parselectro@hotmail.com
 Website : www.parselectro.com
 Contact Person : A. Nekoofar, Mr.
 Product : Flanges of Stainless Steel.

PARS NAVARD COMPUTER

Unit 2 No. 156 Molasadra Ave, Tehran Iran
 Phone : (98-21) 88065170
 Fax : (98-21) 88065180
 Email : info@parsnavard.com
 Website : www.parsnavard.com
 Contact Person : M.Shakerin, Mr.
 Product : Automotive Batteries.

PARS LOGIC

No. 13 Shahid Mokhtari St 17 Shahrivar St. Shad Abad, Tehran, Iran
 Phone : (98-21) 66829498-9
 Fax : (98-21) 66811837
 Email : info@parslogic.ir
 Website : www.parslogic.ir
 Contact Person : S.Yousefpour, Mr.
 Product : Slide fasteners.

PARS NICKEL CO

No. 82 Khajeh Abdollah Ansari St Shariati Ave, Tehran, Iran
 Phone : (98-21) 22841025
 Fax : (98-21) 22846805
 Email : parsnickel@parsnickel.com
 Website : www.parsnickel.com
 Contact Person : K.Hamidi Jahromi, Mr.
 Product : Gloves of Leather Specially Design For Use In Sports.

PAND INDUSTRIES

No. 5 Sahand St Beheshti Ave, Tehran Iran
 Phone : (98-21) 88762387
 Fax : (98-21) 88769694
 Email : info@pandco.com
 Contact Person : Sharif, Mr.
 Product : Electric Lighting or Signalling Equip.; Parts.

PARNYAN CONTROL TAJHIZ

First Floor No. 80 , 9th Alley, Sabounchi St Beheshti Ave, Tehran, Iran
 Phone : (98-21) 88517368-9, 88535206-7
 Fax : (98-21) 88530488
 Email : info@parnyan.net
 Website : www.parnyan.net
 Contact Person : D.Khaghani Azar, Mr.
 Product : Radio Remote Control Apparatus.

PARDAZESH TAMKAR ENG CO

1st Floor No. 40 Nader Alley Tohid St Tohid Sq, Tehran, Iran
 Phone : *98-21) 66566781
 Fax : (98-21) 66439052
 Email : office@pztk.com
 Website : www.pztk.com
 Contact Person : M.Rokhzan, Mr.
 Product : Other Printed Design, Automotive Lamp.

PARS COMPRESSOR MFG & IND CO

No. 2 Setareh Alley North Karegar Ave. Opp Laleh Park, Tehran, Iran
 Phone : (98-21) 66940623-5
 Fax : (98-21) 66940621-2
 Email : info@parscomp.com
 Website : www.parscomp.com
 Contact Person : A.Zarin Mehr, Mr.
 Product : Mining Product.

PARS LASER INDUSTRY CO

South Pooyandegan St Khomein Industrial Town 7th Arak Rd, Khomein, Iran
 Phone : (98-865) 2373266-2373239
 Fax : (98-865) 2373267
 Email : info@parslaser.ir
 Website : www.parslaser.ir
 Contact Person : A.R.Fallah, Mr.
 Product : Coated Electrodes of Base Metal, for Electric Arc-welding.

PANJEREH JAHAN EMROOZ

Unit 6 No. 81 Mani Alley, 7 Tir Sq, Tehran Iran
 Phone : (8-21) 88309312-11
 Fax : (98-21) 88309154
 Email : panjereh.d@gmail.com
 Contact Person : M.Alian Nejadi, Mr.
 Product : Doors, Windows & Their Frames Thresholds for Doors of Aluminium.



See you at...



T R A D E X P O Indonesia

THE 26th TRADE EXPO INDONESIA

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

October 19 - 23, 2011

**Jakarta International Expo
Kemayoran-Jakarta, Indonesia**