

WARTA EKSPOR

INDONESIA FASHION
WEEK 2015
Feb 26th - March 1st
Jakarta Convention Center



Fesyen Muslim Indonesia

Editorial

Dunia fashion (fesyen) berubah sangat cepat. Tak terkecuali busana muslim, khususnya muslimah. Dulu tak banyak pilihan model busana muslimah. Sekarang, busana muslimah malah jadi tren. Belakangan ini, telah banyak sekali media menyajikan beragam informasi menarik seputar dunia fesyen di negara kita.

Perkembangan dunia fesyen mengalami peningkatan yang signifikan di beberapa dekade terakhir. Bahkan Indonesia dicanangkan menjadi kiblat fesyen muslim dunia di tahun 2020. Hal ini diwacanakan oleh *Indonesia Islamic Fashion Consortium (IIFC)*. Ini sangat dimungkinkan mengingat industri busana muslim di Indonesia telah mengalami pertumbuhan sejak 1990-an.

Secara umum, nilai ekspor produk fesyen Indonesia pada 2013 mencapai US\$ 11,78 miliar, bahkan pada periode Januari-Juli 2014 senilai US\$ 8,47 miliar. Berdasarkan data Organisasi Konferensi Islam (OKI), saat ini ekspor fesyen muslim Indonesia berada di peringkat ketiga dengan nilai US\$ 7,18 miliar, setelah Bangladesh senilai US\$ 22 miliar dan Turki senilai US\$ 14 miliar .

Warta Ekspor edisi bulan April 2015 ini mengulas dunia fesyen muslim di Indonesia, peluang maupun tantangan dalam upaya pengembangan fesyen kita di dalam dan di luar negeri.

Selain itu, edisi ini juga menginformasikan kegiatan Direktorat Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional, Kementerian Perdagangan, dalam mendukung pengembangan fesyen muslim Tanah Air, dan kisah sukses pengusaha muslim kita di dunia ekspor.

Semoga informasi yang kami sajikan melalui edisi Warta Ekspor ini dapat bermanfaat. Tak lupa kritik dan saran yang sifatnya membangun sangat kami harapkan.

Tim Editor

Daftar Isi

Ditjen PEN/WRT/31/IV/2015 edisi April



Editorial	2
Daftar Isi	2
Tajuk Utama	3
Hias Rias Indonesia Sebagai Pusat Fesyen Muslim Dunia	
Kisah Sukses	10
Kegiatan Ditjen PEN	14
April	
Sekilas Info	16
Peluang Ekspor Busana Muslim	
Daftar Importir	19

STT: Ditjen PEN/WRT/006/4/2015, **Pelindung/Penasehat:** Nus Nuzulia Ishak, **Pimpinan Umum:** Ari Satria, **Pemimpin Redaksi:** RA. Marlana, **Redaktur Pelaksana:** Sugiarti, **Penulis:** Nuraini, **Desain:** Dewi **Alamat:** Gedung Utama Kementerian Perdagangan Republik Indonesia, Lt3, Jl. MI. Ridwan Rais no. 5, Jakarta 10110 **Telp:** 021-3858171 Ext.37302, **Fax:** 021-23528652, **E-mail:** csc@kemendag.go.id, **Website:** <http://djpen.kemendag.go.id>

Hias Rias Indonesia Sebagai

Pusat Fesyen Muslim Dunia





Perkembangan industri fesyen suatu negara mencerminkan perkembangan kehidupan masyarakatnya, baik ditinjau dari struktur etnik maupun dalam lingkup negara berbudaya dan beragama. Sebagai negara yang penduduknya mayoritas muslim, maka perkembangan tersebut tidak terlepas dari latar belakang keadaan masyarakat Indonesia pada masa lalu.

Fesyen yang dipilih seseorang bisa menunjukkan bagaimana dia memilih gaya hidupnya. Seseorang yang sangat *fashionable*, secara tidak langsung mengkonstruksi dirinya sebagai seseorang dengan gaya hidup modern dan selalu mengikuti tren yang ada. Fesyen sebagai sesuatu yang dikenakan seseorang, khususnya pakaian beserta aksesorinya.

Dunia fesyen Indonesia saat ini mencerminkan gaya hidup masyarakatnya yang sudah sangat modern, mampu mengikuti tren yang ada, dan sangat *fashionable*. Dandanan, gaya dan busana yang digunakan menggambarkan bahwa Indonesia adalah negara muslim.

Pada kenyataannya, Indonesia merupakan negara dengan penduduk muslim terbesar dan PDB (Produk Domestik Bruto) tertinggi di antara negara-negara muslim. Meskipun jauh dari negara asal agama Islam, penduduk yang menganut agama Islam di Indonesia sangatlah besar, yaitu sekitar 12,7 persen dari total muslim dunia.

Seiring dengan perjalanan waktu, konsep merias dan mempercantik wajah juga terus berkembang. Tak heran, dalam setiap dasawarsa selalu ada inovasi dalam iklim menghias dan merias diri dalam dunia fesyen, selalu mengikuti tren yang ada. Hal ini juga terjadi di dunia fesyen Indonesia.

Belakangan ini telah banyak sekali media menyajikan beragam informasi menarik seputar dunia fesyen di negara kita. Perkembangan dunia fesyen di Indonesia meningkat pesat dalam beberapa dekade terakhir. Ini didukung oleh berbagai sisi, baik dari sisi *designer* lokal yang semakin mumpuni, tingkat perekonomian yang membaik, sampai sektor ritel yang berkembang secara signifikan.

Kita sangat optimis jika Indonesia dicanangkan menjadi kiblat fesyen muslim dunia di tahun 2020 mendatang. Hal ini diwacanakan oleh *Indonesia Islamic Fashion Consortium (IIFC)*. Tentu ini sangat dimungkinkan mengingat industri busana muslim di Indonesia telah mengalami pertumbuhan signifikan sejak 1990-an.

Beragam faktor membuat fesyen muslim terus berkembang. Terus naiknya permintaan busana muslim, tumbuhnya komunitas-komunitas hijab seperti Hijabers Community, Hijabers Mom, dan lain-lain sampai diselenggarakannya beragam bazar, peragaan busana muslim, kegiatan *hijab class* di kampus, perusahaan, pengajian, ataupun arisan sangat mendukung tumbuhnya bisnis ini di Tanah Air.

Menurut mantan Wakil Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Sapta Nirwandar, Indonesia memiliki potensi sebagai salah satu pusat mode dunia, khususnya untuk busana muslim, karena Indonesia memiliki sumber daya kreatif dan warisan budaya yang melimpah. Di masa depan, Indonesia bisa menjadi sumber inspirasi untuk pengembangan mode dunia.

Akli Djumadie, Direktur Pengelola HijUp.com, juga sependapat bahwa Indonesia memiliki potensi besar di bidang fesyen dan tekstil. Menurut Akli, Indonesia sebagai negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia sejatinya sangat berpotensi menjadi kiblat fesyen muslim dunia. Hal itu tidaklah sulit diwujudkan, mengingat beberapa faktor penunjang seperti tersedianya bahan baku yang melimpah dan iklim kreatif industri fesyen yang sangat kondusif.



Mode **Potensi Kiblat** **Muslim Dunia**

Dunia fesyen berubah sangat cepat. Tak terkecuali busana muslim, khususnya muslimah. Dulu tak banyak pilihan model busana muslimah, tapi sekarang malah menjadi tren. Tak heran, makin banyak muslimah yang menyatakan minat mereka pada dunia mode dengan cara Islam. Mereka bahkan membentuk komunitas di seluruh dunia untuk mengungkapkan dan berbagi minat.

Mereka mencoba menciptakan cara baru dalam menutup aurat. Berani mencampur warna, yang menjadi sebutan busana muslimah tahun ini, yaitu pakaian warna-warni. Selanjutnya, gaun panjang seperti kaftan dan kabaya termasuk paling populer tahun ini.

Fenomena di atas menjadikan Indonesia digadag-gadag sebagai pusat mode busana muslim di masa mendatang. Dunia akan berkiblat ke Jakarta, melirik tren busana muslim yang makin marak ditawarkan.

Pesatnya perkembangan busana muslim di Indonesia, bahkan sudah menjadi industri fesyen terkemuka. Detak pertumbuhan kreativitas tampaknya semakin kencang manakala desainer muda gegap gempita sukses menggebrak mode. Gebrakan tersebut mampu membuat dunia berpaling sehingga mode Tanah Air menjadi sorotan. Mungkinkah mimpi Indonesia menjadi kiblat mode dunia telah di genggam?

Indonesia memang disebut-sebut lebih dari siap menjadi kiblat mode dunia tahun 2020. Pemerintah dan pasar Indonesia sudah *capable* untuk bidang tersebut. Dunia luar tampaknya melihat mode di Indonesia sebagai industri yang mudah untuk diikuti. Sebab, gaya desain yang dipakai cenderung dapat diterima oleh seluruh warga negara muslim.

Warga Timur Tengah maupun Eropa mencari mukena di Indonesia. Bahkan, *blogger* busana muslim asing kebanyakan mencuri ide dari desainer muslim Indonesia. Mengapa? Sebab, desain Indonesia netral. Kalau negara lain, gayanya susah diterima (dengan burka atau yang serba hitam). Namun, untuk mewujudkan ambisi sebagai kiblat busana muslim dunia, perlu dukungan penuh dari semua pihak.

Indonesia sebagai negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia tentu mempunyai nilai ekonomis yang tinggi bagi perkembangan busana muslim. Target untuk menjadi pusat fesyen muslim dunia ditetapkan tidak hanya oleh pengusaha fesyen, tapi juga pemerintah.

Bahkan, tahun 2020 telah ditetapkan sebagai target pencapaian rencana besar tersebut. Direktur Komunikasi

Pemasaran *Indonesia Islamic Fashion Consortium* (IIFC), Eka Rofi Shanty, mengungkapkan bahwa enam dari 10 perempuan Indonesia memakai pakaian muslim, dan itu tidak harus jilbab atau penutup kepala. Inilah yang menjadi fenomena dan potensi pasar yang cemerlang bagi industri fesyen.

Pemerintah Indonesia, melalui Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian, sangat mendukung rencana dan target IIFC tersebut. Deputi Bidang Koordinasi Industri dan Perdagangan, Edy P. Irawady, mengatakan bahwa masyarakat Muslim Indonesia saat ini juga sudah melek fesyen, dan target menjadi kiblat fesyen muslim dunia bukanlah hal yang berlebihan, dan itu harus segera diupayakan (www.metrotvnews.com).

Sebenarnya, bukan tanpa alasan jika IIFC bersama pemerintah dan para pelaku industri mode mamatok target seperti itu. Industri busana muslim di Indonesia telah mengalami pertumbuhan yang signifikan sejak era 1990-an. Rancangannya pun jauh dari kesan kaku dengan adanya implementasi tren terkini dan unsur budaya lokal untuk menciptakan busana syar'i, tapi tetap menarik dikenakan oleh semua kalangan.

Pertumbuhan industri busana muslim di Indonesia juga menarik perhatian dunia. Saat ini Indonesia tercatat memiliki tingkat ekspor busana muslim yang besar ke negara-negara muslim seperti Malaysia, Turki, Brunei Darussalam, Uni Emirat Arab, dan negara-negara lainnya di Timur Tengah. Busana muslim butuh dukungan sistem Islam agar benar-benar bukan sekadar trend, melainkan diikuti kesadaran pemakainya akan ketundukan pada Islam. (Sumber: <http://indonesiafashionweek.com>)

Model hijab di Indonesia sangatlah beragam. Jika dibandingkan hijab Indonesia dengan hijab ala Timur Tengah yang rata-rata berwarna hitam. Atau dengan hijab muslimah Malaysia, Singapura, dan Brunei yang cukup memakai baju kurung dan kerudung. Begitu pula di Eropa yang didominasi oleh celana jeans, blus lengan panjang, dan *scarf*. Di Indonesia, para muslimah tidak hanya memakai model-model itu.

Dewasa ini fesyen muslim terus melakukan transformasi dari gaya konservatif menjadi lebih kontemporer yang berjiwa muda. Hijab yang lebih hidup dan berwarna di Indonesia menunjukkan bahwa budaya Islam di Indonesia terbuka pada modernisasi, toleran, menerima perbedaan, dan cinta keragaman. Pertumbuhan industri hijab dapat menggambarkan karakteristik dan budaya masyarakat Islam Indonesia yang kreatif dan cinta damai di mata dunia.

Banyak rancangan yang jauh dari kesan kaku karena mengikuti tren mode terkini dan unsur budaya lokal. Bukan hanya serba tertutup, garis rancangan busana muslim di Indonesia juga mengedepankan unsur kenyamanan, keanggunan, modis, bahkan menggabungkan unsur etnik. Busana muslim Indonesia memang jauh lebih *fashionable* dibandingkan negara-negara lain yang sudah lebih dulu memopulerkannya. Indonesia bisa menjadi kiblat fesyen muslim dunia karena punya kreativitas luar biasa.

Target untuk menjadikan Indonesia sebagai kiblat busana muslim dunia pada tahun 2020 sangat mungkin tercapai mengingat Indonesia memiliki keunggulan warna-warna busana yang cantik, desain yang unik, serta penggabungan kain-kain tradisional yang dimiliki oleh negara kita. Nah, produk busana muslim yang berkualitas ini tentunya perlu disampaikan dengan baik kepada pasar, baik lokal maupun dunia.

Dampaknya memang kian terlihat. Jika dulu wanita berhijab lebih banyak wanita dewasa, saat ini hijab semakin dikenal dan digemari oleh wanita-wanita muda, bahkan remaja-remaja putri. Tentu, karena promosinya bahwa berhijab pun bisa tetap terlihat modis. Apalagi, mereka dapat berkreasi membentuk variasi hijab yang mereka inginkan.

Rangkaian kegiatan islami sudah mulai ramai dilaksanakan di Indonesia demi memantapkan Indonesia sebagai kiblat fesyen muslim dunia di tahun 2020. Misalnya saja peragaan busana dari desainer Indonesia seperti Anne Rufaidah dan BILQIS by Tuti Adib berkolaborasi dengan Kim Laursen, perancang busana dan konsultan mode asal Paris, yang digelar di Jakarta.

Semakin tampak peluang bagi kita untuk menjadikan negara Indonesia sebagai Kiblat Fesyen Muslim Dunia. Peluang pasar untuk busana muslim Indonesia juga semakin terbuka lebar. Rangkaian kegiatan untuk memamerkan potensi busana muslim Indonesia semakin sering dilaksanakan.

Seperti kegiatan di New York Fashion Week tanggal 14 Februari, ketiga desainer busana Muslim Indonesia, Zaskia Sungkar, Barli Asmara dan Dian Pelangi (ZBD) telah bersama-sama memamerkan rancangan busana muslim. Kegiatan ini tentu saja menjadi peluang bagi Indonesia, banyak negara dapat menjadi pasar Indonesia.

Indonesia cukup mempunyai kesempatan yang besar serta keunggulan untuk masuk ke dunia fesyen muslim

global. Berdasarkan hasil konferensi 2013 di Dubai, ada sekitar 1,6 miliar orang muslim di dunia dan rata-rata kemampuan mereka untuk belanja baju mencapai US\$ 280 miliar.

Asosiasi Perancang Pengusaha Mode Indonesia (APPMI) bermimpi dapat mengembangkan fesyen muslim Indonesia tak hanya di dalam negeri, melainkan juga sampai ke tingkat dunia. APPMI memulai kampanye industri busana muslim dengan target bahwa di tahun 2015 busana muslim Indonesia sudah mampu menembus pasar ASEAN, tahun 2020 mampu menembus pasar Asia, dan 2025 sudah menempuh pasar dunia.

Faktor lain yang bisa mendukung ambisi menembus pasar internasional adalah kerja sama antara perancang dan pihak pendukung, seperti produsen sepatu, aksesoris, dan pengusaha sepatu. Dengan melihat banyaknya *event* dan kolaborasi, banyak pihak optimis Indonesia bisa jadi kiblat busana muslim dunia..





Tantangan Mewujudkan Indonesia sebagai Kiblat Fesyen Muslim



Mimpi menjadikan Indonesia sebagai ikon fesyen muslim dunia bukanlah tanpa tantangan. Euis Saedah, Direktorat Jenderal Industri Kecil Menengah Kementerian Perindustrian, mengungkapkan, "Bukannya tak mungkin Indonesia mampu menjadi pusat mode busana muslim, karena Indonesia memiliki sumber daya yang kompeten, sampai bahan baku fesyen yang unik dan beragam." Indonesia masih memiliki setidaknya lima tantangan dalam mengembangkan industri fesyen, yakni:

1. Bahan baku

Masalah yang sering jadi kendala sampai sekarang ini adalah bahan baku yang masih harus impor. Kain-kain yang biasa digunakan untuk industri fesyen, seperti kain katun dan sutera merupakan dua komoditas yang masih harus diimpor. Salah satu cara yang dilakukan Pemerintah untuk mengatasi masalah ini adalah dengan mendirikan sebuah badan penyangga kestabilan harga bahan baku fesyen melalui BUMN. Namun, sampai saat ini belum efektif untuk mengatasi masalah kenaikan harga dan pasokan kain impor.

2. Teknologi

Sekalipun Indonesia memiliki kekayaan budaya dan juga teknik pembuatan kain yang baik, sayangnya hal ini menjadi salah satu kekurangan jika diproduksi massal. Masyarakat masih banyak yang menggunakan alat tenun ATBM (alat tenun bukan mesin), sehingga produksinya masih sangat terbatas dan proses produksinya lama.

3. Sumber daya manusia

Masalah sumber daya manusia (SDM) bukan berarti tidak banyak orang yang berpotensi dan kreatif dalam dunia fesyen, namun ada tantangan yang harus dihadapi, yaitu masih banyak orang yang bergelut di fesyen hanya sekadar hobi atau ikut-ikutan. Menyikapi hal ini, beberapa asosiasi desainer mencoba untuk mengadakan pelatihan yang diselenggarakan oleh pemerintah untuk memajukan industri fesyen.

4. Pemasaran

Sampai saat ini masih banyak IKM (industri kecil menengah) yang terhambat pemasaran produknya. Sekalipun produk yang mereka hasilkan bagus, namun tak ada gunanya jika pemasaran tak memadai. Upaya yang dilakukan pemerintah untuk membantu IKM adalah dengan membantu memasarkan berbagai produknya dengan mengikutsertakan mereka dalam pameran.

5. Modal

Salah satu masalah klasik yang dialami IKM di Indonesia adalah kurangnya modal yang dimiliki. IKM ini cenderung bingung untuk menjamin permodalan mereka karena bunga yang terlalu tinggi dari bank. (Sumber : Kompas Cyber Media)

Dian Pelangi

Menembus

PASAR DUNIA





Dian Pelangi

Dian Pelangi adalah seorang desainer muda, bernama asli; Dian Wahyu Utami. Di usia yang tergolong masih muda, dia mampu menembus pasar dunia. Awalnya Dian sempat minder karena pada waktu lulus SMP dia dipaksa oleh orangtuanya untuk masuk SMK 1 Tata Busana Pekalongan. Seiring dengan berjalannya waktu, ia justru bersyukur bisa bersekolah dan menimba ilmu di SMK. Saat itu, yang membuat minder adalah teman-temannya banyak yang masuk SMA. Hanya dirinya yang masuk ke SMK 1 Tata Busana Pekalongan. Lulus SMK, Dian pelangi diberikan tanggung jawab oleh orang tuanya untuk mengelola Butik 'Dian Pelangi' yang ada di Jakarta. Ketika itu ia baru berumur 16 tahun. Di Jakarta ia makin serius menekuni dunia fesyen, dengan masuk ke sekolah mode ESMOD. Walaupun orang tuanya adalah pemilik Butik "Dian Pelangi", baik yang di Pekalongan dan Jakarta, entrepreneur muda terjun sendiri menjalankan bisnis tersebut, mulai dari desain, promosi hingga pemasaran produknya. Ia meneruskan usaha orang tuanya yang berada di Jakarta.

Wanita kelahiran Palembang, 14 Januari 1991 ini adalah anggota desainer termuda di Asosiasi Perancang Pengusaha Muda Indonesia (APPMI). Ia juga menjabat sebagai desainer utama, pemasaran dan promosi untuk perusahaan *home industry* milik orang tuanya. Dian Pelangi dikenal karena karyanya, rancangan busana muslimnya yang berwarna cerah. Fokus busana yang didesain adalah untuk kaum wanita dengan empat *brand*, yaitu Dian Pelangi, Dian Pelangi Bride, DP By Dian, dan Dian Pelangi Kids.

Pada awal Mei 2009, ia menyelenggarakan *fashion show* di Melbourne, Australia. Di acara tersebut, Dian menampilkan 40 busana. Menurutnya, pada saat *fashion show* tersebut responnya sangat bagus. Liputan mengenai Dian Pelangi dimuat di surat kabar bernama The Edge. Menurutnya, sampai saat ini ada sebuah *outlet* yang menjual rancangan busana Dian Pelangi di Melbourne. Selain *fashion show* di Australia, ia juga mengikuti *fashion show* APPMI yang berjudul "Kembali Fitri" pada bulan Agustus 2009 lalu. Pada Oktober 2009, Dian Pelangi berkesempatan juga mengadakan

pameran di Abu Dhabi, ia diajak oleh Kementerian Perindustrian dan Perdagangan. Dalam Waktu yang hampir berdekatan, ia juga turut berpartisipasi dalam *Jakarta Fashion Week (JFW)* pada November 2009. Saat itu juga, ia mendapat tanggapan positif dan semakin luar biasa apresiasi masyarakat terhadap hasil karya rancangannya.

Busana rancangannya, selain dipamerkan di Tanah Air, juga di manca negara seperti Malaysia, Singapura, Australia, Inggris, dan Uni Arab Emirate. Untuk pasar dalam negeri, koleksinya dapat diperoleh di butik-butik Dian yang tersebar di Jakarta, Palembang, Medan, Pekalongan, Surabaya, Aceh, Makassar, Bandung, Batam, Yogyakarta, Pekanbaru, Balikpapan, dan Malaysia.

Dian membawa angin segar nan penuh warna ke panggung busana muslim di Indonesia maupun mancanegara. Ia terinspirasi pelangi yang begitu kaya warna dan selalu berusaha menggali kekayaan budaya Indonesia, mulai dari *tie dye* yang cerah, songket yang indah, sampai batik yang mewah.

Setelah diwawancarai oleh CNN tahun 2010, popularitas Dian melejit dan langsung menjadi salah satu tokoh paling berpengaruh dan diikuti di dunia mode Indonesia. Menyadari pengaruhnya yang sudah sangat luas, ia menerbitkan sebuah buku yang berisi kumpulan '*street style*' para muslimah yang ditemuinya di negara-negara yang ia kunjungi.

Pada akhir 2011, Dian Pelangi diundang ke Paris untuk mengikuti *The International Fair of Muslim World* di Le Bourget, dan memastikan jejaknya sebagai salah seorang desainer muda Indonesia yang patut diperhitungkan.

Dian Pelangi menggelar *fashion show* karyanya di New York, Sabtu (14/2/2015) malam atau Minggu (15/2/2015), pagi waktu Indonesia. Sebelum menggelar peragaan busana, Dian terlebih dahulu bertemu dengan para model di Amerika Serikat yang akan mengenakan busananya dan karya dua rekannya, Barli Asmara dan Zaskia Sungkar.



Ajang IFW 2015



Kementerian Perdagangan (Kemendag) telah berpartisipasi di ajang Indonesia Fashion Week (IFW) 2015 yang digelar 26 Februari – 1 Maret 2015 pada zona khusus produk fesyen muslim.

Direktur Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional (Dirjen PEN) Kemendag Nus Nuzulia Ishak, saat membuka acara *talkshow* dan *workshop* “Indonesia Moslem Fashion for International Market” di Auditorium Kementerian Perdagangan, di Jakarta, Rabu (29/10), mengemukakan, partisipasi itu merupakan langkah awal Kemendag mengimplementasikan dukungan dalam pengembangan fesyen muslim Tanah Air menuju pasar global.

Sebagai bentuk dukungan kepada industri fesyen Indonesia, Kemendag telah melakukan program pengembangan fesyen yang diarahkan pada penciptaan nilai tambah produk melalui peningkatan kualitas dan desain produk fesyen (*design dispatch services*, pengembangan merek, pendaftaran hak kekayaan intelektual); peningkatan *capacity building* melalui *workshop* desain, serta peningkatan jejaring bisnis berkelanjutan bagi pelaku fesyen dengan para *buyer*, baik di dalam maupun luar negeri. IFW sejak diselenggarakan pertama kali pada tahun 2012, menyediakan zona pameran khusus untuk karya fesyen muslim, termasuk memberikan edukasi dan pelatihan kepada pelaku industri ini untuk memperkuat pondasi bisnis retailnya. Dari rangkaian program pembinaan tersebut diharapkan akan lebih banyak lagi desainer Indonesia, khususnya fesyen muslim yang dikenal dan mampu menembus pasar internasional.

“Terkait dengan pelaksanaan kegiatan IFW 2015, Kemendag juga membantu menginformasikan kepada *buyers* potensial melalui perwakilan perdagangan di luar negeri, sehingga dapat membuka peluang pasar bagi produk-produk fesyen Indonesia, termasuk produk fesyen muslim,” Nus menambahkan.

IFW 2015 merupakan salah satu perhelatan mode terbesar di Indonesia, yang diselenggarakan APPMI dan PT Kerabat Dyan Utama (Radyatama). Kali ini merupakan yang ke-4 Kementerian Perdagangan memberikan dukungan penuh terhadap penyelenggaraan IFW. Penyelenggaraan tahun ini mengangkat tema “*Fashionable People, Sustainable Planet*” yang menekankan industri fesyen dapat selaras dengan upaya penyelamatan lingkungan hidup.

Fesyen Indonesia memiliki potensi besar untuk terus dikembangkan agar Indonesia menjadi pusat mode di kawasan regional, bahkan di tingkat global. Peluang pasarnya semakin besar karena meningkatnya jumlah masyarakat kelas menengah Indonesia dalam beberapa tahun terakhir. Hal itu dapat menjadi salah satu faktor meningkatnya konsumsi masyarakat terhadap fesyen. Masyarakat kelas menengah pun sudah mulai menjadikan fesyen berkualitas dan bermerek tertentu sebagai kebutuhan.

Dunia fesyen Indonesia memberi peningkatan nilai ekspor yang membanggakan. Data Ditjen PEN Kemendag menyebutkan nilai ekspor produk fesyen Indonesia pada 2013 mencapai US\$ 11,78 miliar. Nilainya, pada periode Januari – Juli 2014 sebesar US\$ 8,47 miliar, naik 17,30 persen dibandingkan nilai ekspor periode yang sama pada 2013. Sementara itu, tren ekspor produk fesyen selama 2009 – 2013 bertumbuh positif sebesar 10,59 persen.

Melihat potensi tersebut, maka produk fesyen muslim Indonesia yang ditampilkan pada zona khusus IFW 2015 diharapkan menjadi *highlight* yang menunjukkan inovasi serta mengangkat keragaman budaya lokal dengan citra global sebagai inspirasi fesyen muslim internasional.

Melalui IFW, para pelaku fesyen Indonesia diharapkan dapat melihat perkembangan arah mode agar dapat terus mengembangkan kreativitas dalam penciptaan produk yang berdaya saing tinggi.





Peluang Ekspor Busana Muslim

Beberapa waktu lalu Menteri Koperasi dan UKM Indonesia, Anak Agung Gusti Ngurah Puspayoga, melemparkan wacana atau impiannya untuk menjadikan Indonesia sebagai raja ekspor pakaian muslim.

Peluang ekspor busana muslim sangat menjanjikan karena pasarnya cukup luas. Misalnya Timur Tengah, adalah salah satu pasar non tradisional yang bisa dimanfaatkan untuk melakukan ekspansi produk asal Indonesia. Usaha Kecil Menengah (UKM) Indonesia mempunyai peluang masuk ke pasar Timur Tengah melalui Dubai, Uni Emirat Arab. Produk asal Indonesia seperti busana muslim menjadi produk yang sangat potensial dan bisa diterima di negeri Timur Tengah.

Busana muslim memang komoditi paling potensial untuk memasuki pasar internasional, mengingat tak banyak pemain dari negara lain. Dengan begitu, Indonesia punya potensi besar sebagai *trendsetter* atau acuan bagi industri fesyen muslim secara global. Mengacu pada kondisi tersebut, Indonesia dicanangkan sebagai pusat fesyen muslim Asia di tahun 2018 dan pusat fesyen muslim dunia di tahun 2020.

Perkembangan industri mode di Indonesia tak lepas dari sektor busana muslim yang melaju pesat. Secara umum, nilai ekspornya tahun 2013 mencapai USD 11,78 miliar, bahkan pada periode Januari-Juli 2014 senilai USD 8,47 miliar. Berdasarkan data Organisasi Konferensi Islam

(OKI), saat ini ekspor fesyen muslim Indonesia berada di peringkat ketiga dengan nilai US\$ 7,18 miliar, setelah Bangladesh (US\$22 miliar) dan Turki (US\$14 miliar) .

Pada periode Januari-Juli 2014, lima negara utama tujuan ekspor produk fesyen adalah Amerika Serikat dengan nilai ekspor USD 2,98 miliar, Jepang senilai USD 530 juta, Afrika Selatan USD 526 juta, Jerman USD 501 juta, dan Uni Emirat Arab USD 416 juta. Khusus fesyen muslim, saat ini memiliki *target market* yang potensial di lima negara utama, yaitu Saudi Arabia, Pakistan, Uni Emirat Arab, negara-negara di Eropa Selatan seperti Kazakhstan, negara-negara Islam di Eropa Timur dan Asia Selatan. Meski potensi ekspor begitu besar, para desainer diharapkan tetap menggarap pasar lokal untuk menghadapi serbuan produk asing.

Di samping merupakan negara dengan penduduk muslim terbesar dan PDB tertinggi di antara negara-negara mayoritas muslim, Indonesia juga menunjukkan antusiasme yang jauh lebih tinggi terhadap busana muslim dibanding negara lain. Dari total pencarian “muslim fesyen” di Google, 77%-nya ternyata berasal dari Indonesia. Kemudian, 16%-nya dari Malaysia, dan 2% dari Inggris serta India.

Industri busana muslim Indonesia pun mendapat dukungan dari pemerintah, di antaranya melalui Kementerian Perdagangan, instansi ini mendorong Indonesia menjadi pusat fesyen muslim dunia. Salah satunya adalah diluncurkannya fesyen muslim pada

ajang *Indonesia Fashion Week (IFW) 2015* yang digelar selama empat hari, tepatnya pada 26 Februari hingga 1 Maret 2015 di Jakarta Convention Center (JCC) Senayan, Jakarta.

Menteri Pariwisata dan Industri Kreatif periode 2011-2014 Mari Elka Pangestu mengatakan, pemasaran melalui situs di internet telah berperan meningkatkan kemajuan busana muslim, dan berkontribusi dalam menjadikan Indonesia sebagai *Moslem Fashion Capital* (Pusat Busana Muslim Dunia) di tahun 2020. Industri fesyen merupakan industri kreatif dengan kontribusi terhadap PDB yang pada tahun lalu berada di urutan dua yakni sebesar 28% atau senilai Rp 164 triliun dengan penyerapan tenaga kerja sebanyak 32% atau 3,8 juta orang.

Kebutuhan masyarakat Indonesia terhadap Busana Muslim sangat tinggi. Berdasarkan laporan *State of the Global Islamic Economy Report 2015* yang ditulis oleh Thomson Reuters dan Dinard Standard, Indonesia berada di urutan ketiga daftar konsumsi terbesar di dunia untuk Mode Hijab/Fesyen Hijab. Dua negara di atasnya adalah Turki (peringkat pertama) dan Uni Emirat Arab (peringkat kedua).

Tentunya, kita semua berharap, semoga desainer Indonesia yang punya nama besar di negeri sendiri mampu menjalankan bisnis ini dan bisa membawa nama Indonesia ke dunia fesyen internasional. Dan, akhirnya nama Indonesia menjadi terkenal karena industri kreatif, fesyen hijab yang sangat layak tampil di pasar dunia.



DAFTAR

IMPORTIR

WANDA VISTA ENTERPRISES

No. 5 Jalan Vista Kirana 1A, Vista Kirana, Amer
Kerah Malaysia
Telp : +6017 6889860
Email : fmabooa@gmail.com
Website : www.wandahijab.com
Produk : *Women/Girls Dresses*

SIGMA SOURCING LTD

Po Box 9402 Saif Zon
Telp : +971 6 5572644
Fax : +971 6 5572769
Email : sigma@emirates.net.ae
Produk : *Women/Girl Garment*

JIZAN EXHIBITION TEXTILE & GARMENT

Po Box 22657 Jeddah 21416 KSA
Saudi Arabia
Telp : (966-2) 648 0019
Fax : (966-2) 6479257
Email : Jiznex@yahoo.com
Produk : *Other Womens or Girl Garment*

SHABIR HUSSAIN

Po Box 16771 Jeddah 21474
Saudi Arabia
Telp : (966-2) 2873576
Fax : (966-2)2873576
Email : malikhussain6@hotmail.com
Produk : *Other Womens or Girls Garment*

METALICUS

11 Hardner Road, Mt Waverley
Australia
Telp : (03) 99025329
Email : prabhu@metalicus.com
Website : www.metalicus.com
Produk : *Other Garments, Knitted/Crochted*

FLAXFIELD PTY LTD

Po. Box 2090 Clovelly, Sidney Nsw 2031
Australia
Tel : 61 410865 665
Fax : 61 410 865 665
Email : lititia@flaxfieldlinen.com
Produk : *Textile & Garment, Not Knitted or Crocheted*

ACTION MAILE

64 route Nationale 5940 inchy
France
Telp : 03 27851012
Fax : 03 27858403
Email : contact@actionmaille.com
Website : www.actionmaille.com
Produk : *Textile & Garment, Knitted or crocheted*

THE NATURAL CARPET COMPAY

2014 Lincoln Blvd United Kingdom
Telp : (310) 6006423
Fax : (310) 6641421
Email : nm@natutalcarpetcompany.com
Website : www.naturalcarpetcompany.com
Produk : *Textile & Garment, Knitted or Crocheted*

TRADE X PO 30th Indonesia

Product & Services



21-25 October 2015

Jakarta International Expo
Kemayoran - Jakarta

Organized by:

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



Phone : +6221-3510-347/2352-8645

Fax : +6221-2352-8645

Email : tradexpoindonesia@kemendag.go.id

www.tradexpoindonesia.com

DJPEN - Direktorat Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional
Kementerian Perdagangan
Jl. M. I. Ridwan Rais No. 5, Gedung Utama Lantai 3
Jakarta Pusat, Indonesia 10110

(62-21) 3858171

(62-21) 23528652

djpen.kemendag.go.id

csc@kemendag.go.id

CSC Kemendag

@cscKemendag



Membership Services

<http://djpen.kemendag.go.id/membership>



Join Us

