

Perhiasan Perak

MEMBEDAH POTENSI Industri Perak Di Indonesia



Editorial

Pada edisi April ini Warta Ekspor mengulas mengenai potensi industri perak di Indonesia yang saat ini banyak terdapat di daerah Yogyakarta, Bali dan Jawa Timur (Bangil). Industri perak di Tanah Air memiliki keuntungan dari sejarah yang panjang dan infrastruktur yang solid bagi penyediaan bahan baku.

Selain itu, dalam edisi ini pun terdapat informasi bahan baku perak, stabilitas harga dan ketersediannya, info produk serta peluang pasar perhiasan perak.

Edisi ini juga memuat informasi mengenai keberhasilan perusahaan yang dapat menembus pasar luar negeri. Dengan keuletan dan kegigihan dalam usahanya, akhirnya dapat menikmati hasil jerih payah yang selama ini dilakukan. Tidak lupa Tim Warta Ekspor DJPEN memberikan informasi mengenai peluang pasar dalam dan luar negeri yang sangat berguna bagi dunia usaha terutama yang memiliki produk unggul.

Direktur Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional
Kementerian Perdagangan Republik Indonesia

Gusmardi Bustami



STT: Ditjen PEN/MJL/28/IV/2012, **Pelindung/Penasehat:** Gusmardi Bustami, **Pimpinan Umum:** Indrasari Wisnu Wardhana, **Pemimpin Redaksi:** RA. Marlana, **Redaktur Pelaksana:** Sugiarti, **Penulis:** Siska Fibriliani S, **Desain:** Karnaen Nafed
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:** p2ie@kemendag.go.id, **Website:** djpen.kemendag.go.id

Daftar Isi

Ditjen PEN/MJL/003/4/2012 Edisi April



Editorial 2

Daftar Isi 2

Tajuk Utama 3
Membedah Potensi Industri Perak di Indonesia

Kisah Sukses 14
Yani Silver Bali

Kegiatan DJPEN April 16

Sekilas Info 18
Hasil Industri dan Kerajinan Penopang utama Ekspor Bali

Daftar Importir 19

MEMBEDAH POTENSI INDUSTRI PERAK DI INDONESIA



Industri Perak

Industri perak di Indonesia memiliki keuntungan dari sejarah yang panjang dan infrastruktur yang solid bagi penyediaan bahan baku. Di masa kolonial Belanda, bahkan Indonesia mencapai masa kejayaan dalam hal kerajinan perak, sehingga di dalamnya terdapat kearifan budaya yang berkembang dari masa ke masa.

Di Indonesia terdapat banyak sentra industri perak, dari Sabang sampai Merouke, antara lain Koto Gadang-Sumatera Barat, Kotagede di D.I Yogyakarta, Bangil di Jawa Timur dan Celuk di Bali. Tiap daerah memiliki keunikan tersendiri. Perhiasan dan kerajinan perak Kotagede, memiliki keunikan dalam motif ukirannya, di antaranya bermotif bunga ataupun daun maupun motif-motif berciri kesultanan Jogja yang memiliki makna filosofis sendiri. Ornamennya juga sangat dipengaruhi oleh motif kain batik. Kebanyakan pengrajin men-

jalankannya secara turun temurun, menggunakan keahlian dan warisan budaya dalam metode, desain dan pembuatannya. Perhiasan perak asal Jogja pun dikenal tetap mem-pertahankan metode tradisional dalam pembuatan, terutama untuk ukiran (*handmade*). Ini menandakan tingginya tingkat keahlian dan ketelitian pengrajin Jogja. Dengan demikian, penentuan harga kerajinan perak yang dihasilkan tidak hanya berdasarkan bobot dan ukurannya, tapi juga dari nilai seni dan tingkat kerumitan pekerjaan. Namun, sifat ukiran yang menggunakan ketrampilan tangan tersebut menyebabkan hasil yang satu dengan yang lainnya tidak akan sama persis, walaupun memiliki model dan bentuk yang sama. Sedikitnya ada empat jenis tipe produk yang beredar, yaitu filifgri (tekstur berlubang), tatak ukir (tekstur menonjol), *casting* (cetak), dan *handmade* (produk seperti kalung dan cincin).





Kerajinan perak Kotagede mencapai puncaknya pada era 1970-1980. Pada periode tersebut, jenis barang berupa kerajinan alat-alat makan telah memenuhi permintaan turis asing, terlebih karena saat itu belum banyak yang menjual kerajinan dan perhiasan perak. Positifnya, kerajinan dari Kotagede ini mempunyai efek pemekaran. Berbagai kabupaten di Jawa Tengah kini juga berkembang menjadi sentra produksi kerajinan perak, salah satunya Wonosari. Jawa Timur juga menjadi salah satu sentra produksi. Bangil dan Gempol yang terbesar, namun tetap didukung beberapa Kabupaten, antara lain Lumajang, Pasuruan dan Mojokerto.

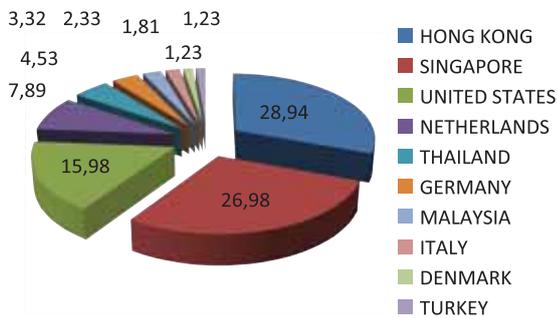
Sentra kerajinan perak di Indonesia lainnya adalah Bali. Kerajinan Bali pun memiliki karakteristik tersendiri. Teknik pembuatan perhiasan Bali umumnya ada empat, yaitu jawan/granulasi, rantai, tenun dan ukiran. Untuk desain, misalnya, tulang naga. Awalnya, kerajinan khas Bali dikenal dengan kerajinan perak bakar, ciri khas pembeda dengan hasil kerajinan dari Jogja. Namun demikian, seiring dengan berjalannya waktu, kerajinan khas Bali lebih mengikuti selera internasional. Saat ini, misalnya, beberapa rancangan pengrajin perak di Bali diinspirasi aliran harajuku yang sedang menjadi tren model di pasar Jepang.

Berdasarkan data Biro Pusat Statistik (BPS), ekspor perhiasan perak Bali mencapai 78% dari total ekspor perhiasan perak Indonesia pada tahun 2011. Diikuti oleh DKI Jakarta, Jawa Timur dan Yogyakarta dengan masing-masing 19,42%, 2,64% dan 0,02%. Secara kuantitas, ekspor Indonesia menurun di tahun 2011 sebesar 11,67% dari 287 ton menjadi 254 ton. Namun, dari segi nilai, ekspor Indonesia untuk

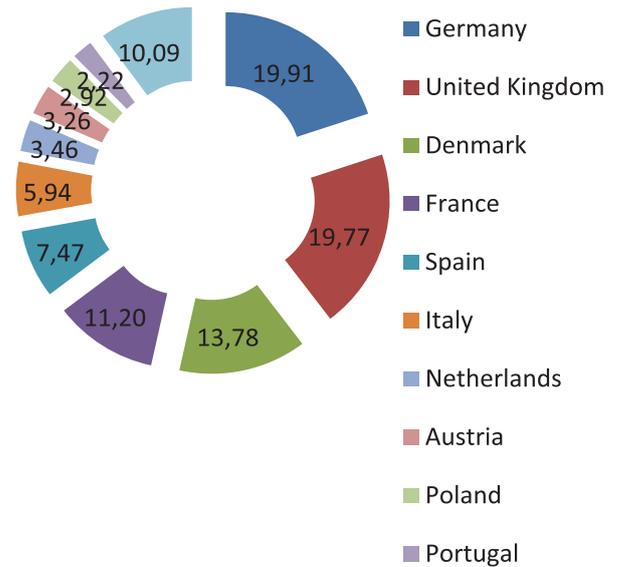
produk ini mencapai US\$ 76,12 juta atau meningkat 12,97%. Dua negara portal perdagangan, yaitu Hong Kong dan Singapura, merupakan negara tujuan ekspor utama bagi produk perhiasan perak asal Indonesia. Tahun 2011, BPS mencatat hampir 56% dari total ekspor perhiasan perak Indonesia ditujukan untuk dua negara tersebut. Nilai ekspor masing-masing yaitu US\$ 22,03 Ribu ke Hong Kong (28,94%) dan US\$ 20,54 ribu ke Singapura (26,98%). Ini memang berbeda dengan proporsi tahun-tahun sebelumnya, di mana Singapura merupakan negara tujuan utama bagi ekspor Indonesia, selain Hong Kong. Secara umum, tren ekspor Indonesia ke Hong Kong memang menunjukkan pertumbuhan positif, yakni rata-rata 29,06% per tahun selama periode 2007-2011, sedangkan ekspor ke Singapura menurun dengan tren minus 2,58% selama periode yang sama. Pergeseran ini sedikit banyak menunjukkan peran Hong Kong sebagai pusat mode perhiasan di Asia. Demikian juga halnya dengan ekspor Indonesia ke Amerika Serikat, sebagai negara pengimpor terbesar dunia untuk perhiasan perak, nilai ekspor Indonesia ke Negeri Paman Sam itu turun 6,19% per tahun, walaupun impor Amerika dari dunia mengalami peningkatan rata-rata 15,05% per tahun selama periode 2007-2011. Akan tetapi, Amerika Serikat menjadi negara tujuan ekspor perhiasan perak ketiga bagi Indonesia. Eropa pun masih menjadi kawasan tujuan ekspor utama. Berbeda dengan Hong Kong dan Singapura yang lebih menjadi portal perdagangan dan transit untuk produk perhiasan perak, Amerika dan Eropa merupakan konsumen terbesar dunia. Secara berurut, negara tujuan utama dalam 10 tujuan ekspor perhiasan perak Indonesia, antara lain, Belanda, Thailand, Jerman, Malaysia, Italia, Denmark dan Turki.

10 Negara Tujuan Ekspor Perhiasan Perak Indonesia, 2011

Sumber : BPS, 2012



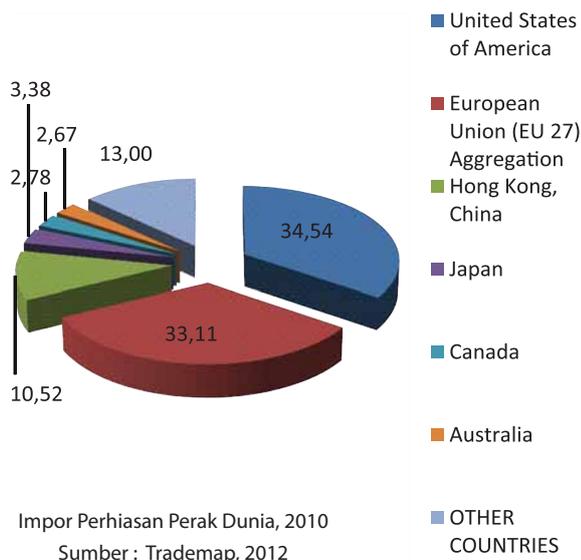
Data ini pun didukung pernyataan Ketua Asosiasi Perak Bali. Melalui situs bisnisbali.com Januari tahun lalu, diungkapkan, produk Bali pun digemari karena, selain memiliki ciri khas tersendiri, juga menggunakan pengerjaan tangan untuk sebagian besar prosesnya, yang menjadi pembeda dengan buatan dari negara lain. Selain itu, beberapa pasar ekspor lainnya yang potensial adalah Jepang, Viet Nam, Malaysia dan Australia.



Impor Perhiasan Perak Dunia oleh Negara EU 27, 2010

Sumber : Trademap, 2012

Peranan pariwisata sangat tinggi dalam memajukan industri berbasis kerajinan UKM, demikian juga sebaliknya. Menparekraf Mari Pangestu, mengungkapkan, jumlah wisatawan mancanegara yang datang ke Indonesia di tahun 2011 meningkat 8,5% dibanding dengan tahun 2010. Selain itu, pengeluaran yang mereka habiskan di Tanah Air juga meningkat dari US\$ 1.085,75 di tahun 2010 menjadi US\$ 1.118, 26 per orang per kunjungan tahun ini. Sayangnya, di tengah potensi yang masih bisa diraih, rupanya di kalangan muda, usaha di bidang pembuatan perhiasan perak tidak sepopuler terdahulu. Penurunan minat generasi muda ini sebenarnya sangat disayangkan. Padahal, industri perak memiliki prospek yang cerah di negara dengan penduduk usia tua yang signifikan seperti Jepang, Korea, Singapura dan China.



Impor Perhiasan Perak Dunia, 2010

Sumber : Trademap, 2012





Perkembangan desain juga menjadi poin penting pengembangan industri kerajinan perak di Indonesia, baik untuk dalam maupun luar negeri, karena esensi dari perhiasan perak saat ini bergeser ke arah desain. Harga perak yang dirilis secara internasional bersifat terbuka sehingga setiap pihak yang berkepentingan bisa mengaksesnya. Dengan demikian, pembedanya adalah pengerjaan dan kualitas pengerjaannya.

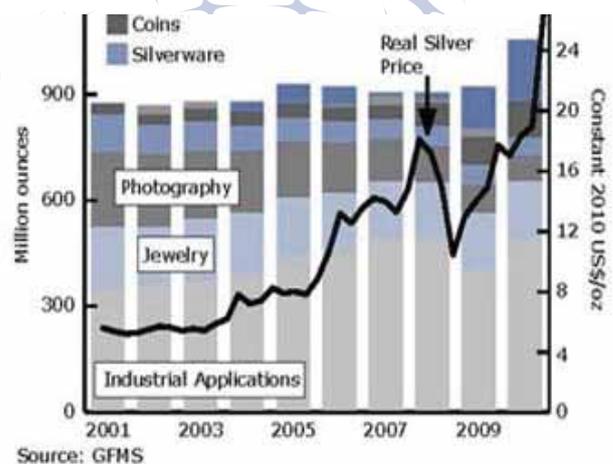
Masalah lainnya adalah HAKI (Hak Kekayaan Intelektual) yang menjadi salah satu sorotan penting. Seperti halnya industri kreatif lainnya, sektor kerajinan perak juga menghadapi masalah pengakuan dan pembajakan. HAKI menjadi penting bagi perlindungan kekayaan budaya, kreativitas dan inovasi itu sendiri.

Untuk itu, paling tidak usaha perlindungan terhadap indikasi geografis perlu dilakukan. Motif-motif Bali yang telah hadir sejak zaman dulu kala misalnya. Motif Jawan Perak yang telah turun temurun diwariskan sebagai ciri khas motif Bali telah disertifikasikan atas nama perusahaan asing sebagai Dot Motif. Untuk itu, jalur hukum perlu dilakukan. Mungkin ini adalah saatnya untuk mengukuhkan kekayaan warisan geografis hingga mendapat satu pengakuan di dunia internasional.

BAHAN BAKU PERAK : STABILITAS HARGA DAN KETERSEDIAANNYA

Bahan baku perak merupakan salah satu poin penting dalam pengembangan industri perak. Berbeda dengan logam emas dan batu mulia, jika dilihat dari penggunaannya, perak memiliki kegunaan yang luas. Menurut Joko Praytno, analis Vibiz Research Center, selain juga merupakan komoditi industri di sektor perhiasan, komunikasi dan kerajinan, perak juga menjadi salah satu komoditi bahan baku penting industri manufaktur. Dengan demikian, sifat pergerakan harga perak tidak sama dengan emas, yang memiliki peran pendamping bagi nilai tukar uang.

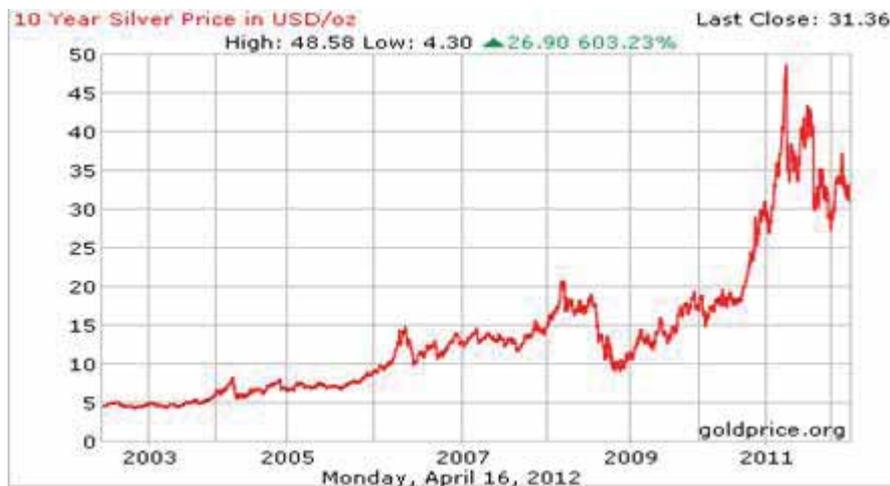
Dolar Amerika yang memiliki pengaruh besar terhadap harga emas, tidak memberikan sentimen negatif yang terlalu besar bagi harga perak, kendati memiliki pergerakan fluktuatif. Intinya, pergerakan harga perak sepenuhnya diliputi oleh sentimen fundamental.



Untuk jangka panjang, kecenderungan pergerakan harga perak yang stabil menjadi salah satu indikator kuat bagi investor memilih perak sebagai alternatif untuk investasi. Kekuatan lain dari perak adalah juga tidak terpengaruh terhadap gangguan musim dan efek spekulasi harga para spekulan. Memang, pergerakan harga sebelumnya tidak terlalu menggembirakan, tapi seiring dengan pergerakan positif pada emas, harga perak juga bergerak naik, hingga akhir Januari 2012. Pergerakan positif perak dipengaruhi oleh sentimen meningkatnya sektor manufaktur di tiga negara besar : China, India dan Amerika Serikat. China dan India merupakan konsumen perak terbesar dunia.

Berdasarkan riset pasar perhiasan perak di Indonesia 2011 oleh Business Wire, Indonesia merupakan salah satu produsen terkemuka untuk perak mentah di dunia. Selain itu, sebagai salah satu negara pengrajin perak Indonesia diperkirakan akan terstimulasi oleh kondisi membaiknya data-data perekonomian AS. Sebagai negara tujuan eksportir, AS memiliki posisi yang penting selain Eropa. Pengrajin di Kotagede, Yogyakarta menyatakan bahwa kondisi fundamental ekonomi global sangatlah menentukan bagi sisi ekspor kerajinan logam dalam negeri.

Lalu bagaimana dengan prospek harga perak



dalam jangka pendek? tren positif diperkirakan akan masih terbentuk meski cenderung terbatas sampai pada level resistant yang logis.

Dari segi ketersediaan, menurut Sistem Integrasi Neraca Lingkungan dan Ekonomi Indonesia 2006-2010 yang diterbitkan BPS, perak memiliki pola perkembangan cadangan yang hampir sama dengan

Di sisi lain, terdapat dukungan penguatan ekonomi amerika serikat. Sentimen positif datang dari naiknya data sektor properti, manufaktur dan data tenaga kerja. Kaitan antara perekonomian AS dengan pergerakan harga perak terkait dengan prospektifnya ekspor barang-barang berbahan baku perak yang mayoritas datang dari Asia, seperti perhiasan, kerajinan logam hingga alat-alat elektronik, hal tersebut sebagaimana dilansir Vibinews. Memang, kondisi ini pun memacu peningkatan harga perak untuk industri kerajinan perak. Namun, di sisi lain, peluang yang ditawarkan industri ini cukup baik, didorong oleh peningkatan permintaan konsumen dunia. Sistem yang berjalan pun layaknya logam mulia lainnya, harga perak dapat dipantau secara internasional, sehingga kesepakatan di antara pembeli dan penjual dari bahan dasar cenderung tidak mengalami masalah.

emas, karena perak merupakan produk sampingan kegiatan penambangan emas. Cadangan akhir perak dalam kurun waktu 2006-2010 mengalami tren yang meningkat dengan peningkatan sebesar 8,23% tiap tahun. Tren tersebut terutama berasal dari peningkatan cadangan perak di tahun 2008 sebesar 73,27% menjadi 26,19 juta kilogram di akhir tahun. Di tahun 2009, turun 48,38%, walaupun kembali meningkat tipis di tahun 2010 sebesar 3,72% menjadi 14,02 juta kilogram. Dari sisi cadangan pun demikian, pada tahun 2008, rasio cadangan terhadap produksi mengalami peningkatan tajam, tapi kembali menurun dengan tajam di tahun berikutnya, dan kembali meningkat di tahun 2010 menjadi 50,3. Seperti halnya yang terjadi pada emas, peningkatan rasio cadangan terhadap produksi perak dikarenakan turunnya produksi perak jauh melebihi turunnya cadangan.

Dengan produksi konstan sebesar 278,78 ribu kilogram, maka cadangan perak yang dikuasai masih dapat dieksploitasi hingga lebih dari 50 tahun lagi. Indonesia sendiri merupakan salah satu produsen perak terbesar dunia yang menyediakan 0,93% dari total produksi perak dunia.

SSS
SILVER

SILVER RING



Sebagai produk sampingan dari penambangan emas, maka daerah penambangan emas pun menjadi sentra produksi perak. Beberapa daerah penghasil tersebut antara lain: Bengkalis (Sumatera), Bolaang Mangondow (Sulawesi Utara); Cikotok (Jawa Barat); Logas (Riau); Meulaboh (Aceh); Rejang Lebong (Bengkulu). Selain itu perak juga terdapat di Lampung, Jambi, Kalimantan Barat, Papua, Kalimantan Timur, Sumatera Utara (Martabe).

No.	COUNTRIES	VOLUME (Mill Ounce)	SHARE (%)
1	Mexico	128,6	17,39
2	Peru	116,1	15,70
3	China	99,2	13,41
4	Australia	59,9	8,10
5	Chile	41	5,54
6	Bolivia	41	5,54
7	United States	38,6	5,22
8	Poland	37,7	5,10
9	Russia	36,8	4,98
10	Argentina	20,6	2,79
11	Canada	18	2,43
12	Kazakhstan	17,6	2,38
13	Turkey	12,3	1,66
14	Morocco	9,7	1,31
15	India	9,7	1,31
16	Sweden	9,2	1,24
17	Indonesia	6,9	0,93
18	Guatemala	6,3	0,85
19	Iran	3,4	0,46
20	South Africa	2,8	0,38
	OTHERS	24,1	3,26
TOTAL		739,5	100





INFO PRODUK

Kegunaan

Perak memiliki daya tarik tersendiri, antara lain, warnanya lebih terang dan harga harganya yang lebih terjangkau. Perak dapat digunakan sebagai perhiasan (produk fesyen) maupun investasi (walalupun tingkat pengembalian jualnya tak setinggi emas). Beberapa peruntukan perak antara lain sebagai berikut:

Kesehatan dan Pengobatan

Konsumsi perak untuk sektor industri mendominasi permintaan bahan baku perak. Sektor industri yang memanfaatkan perak, antara lain, industri kesehatan yang mana perak digunakan sebagai material anti kuman, industri makanan dan minuman, dan tekstil. Juga, digunakan sebagai bahan pendingin udara, alat penjernih air mineral berbahan dasar perak; dan alat pembersih air kolam renang dari perak. Selain itu, perak digunakan untuk tujuan

pengecahan kuman di berbagai bahan lain seperti kayu, plastik, baja dan bahan konstruksi lainnya.

Elektronik

Perangkat elektronik sehari-hari hampir dipastikan menggunakan atau mengandung perak di dalamnya. Perak merupakan bahan lapisan yang berdaya guna, seperti papan sirkuit cetak, karena konduktivitas dan daya tahan yang tinggi. Selain itu, perak juga memiliki daya pantul optik yang baik sehingga banyak juga digunakan untuk pembuatan cermin, pelapisan bahan gelas dan logam lainnya. Dalam dunia fotografi dan perfilman, perak juga masih digunakan. Walaupun teknologi digital semakin berkembang dan populer, perangkat pencitraan audio visual yang menggunakan perak menghasilkan sinar X lebih jelas, sehingga video yang dihasilkan memiliki warna lebih cerah dan jelas.

Perhiasan dan Kerajinan Perak

Perhiasan dan kerajinan dari perak telah menjadi salah satu bentuk hadiah yang digemari sejak lama. Saat ini, perak dengan jenis *sterling silver* (perak 925) merupakan bahan favorit bagi perancang mode perhiasan, karena cukup mudah dibentuk menjadi ukiran dan bentuk-bentuk kreatif dan menarik. Konsumsi perak untuk perhiasan dan kerajinan perak mencapai sepertiga dari permintaan perak dunia. Produsen terbesar perhiasan perak di dunia saat ini antara lain Italia, Thailand, India dan Mexico.



Jenis-jenis Perak Untuk Perhiasan

Jenis-jenis Perak

Sebagai bahan dasar perhiasan, perak harus memiliki kadar tertentu. Kadar ini menentukan seberapa murninya kandungan perak di dalam perhiasan. Jika kadar perak terlalu banyak, perhiasan akan mudah berubah bentuk karena terlalu lunak, sedangkan bila kadar perak kurang atau kadar bahan campuran terlalu tinggi, perak akan semakin mudah teroksidasi dan berubah warna menjadi kusam. Beberapa contoh perak yang digunakan dalam pembuatan perhiasan perak antara lain sebagai berikut:

Sterling Silver

Jenis ini merupakan yang paling umum digunakan untuk pembuatan kerajinan dan perhiasan, dan juga telah ditetapkan sebagai standar perak internasional. Di Indonesia perak jenis ini sering juga disebut sebagai perak 925 karena perak murni yang terkandung dalam *sterling silver* sebesar 92,5%. Umumnya 7,5% lainnya adalah campuran tembaga. *Sterling silver* ini memiliki keunggulan beratnya yang ringan dan mudah dibentuk. Namun demikian, secara nilai, sterling silver tidak seberharga seperti perak murni (kadar 99,9%).

Silvadium

Salah satu contoh paduan perak dengan logam lain adalah silvadium. Logam ini mengandung emas dan palladium (salah satu bagian dari kelompok logam platinum). Campuran perak menyebabkan warna silvadium lebih terang dari emas atau platinum, mirip dengan warna emas putih berkarat 14 dan memiliki tingkat kekerasan yang lebih dari sterling silver. Keunggulannya adalah lebih tahan dari efek pemudaran/oksidasi. Campuran perak juga menyebabkan nilai logam ini lebih murah dari emas putih dan platinum. Logam ini pertama kali diperkenalkan oleh United Precious Metal Refining, USA.

Argentium

Logam campuran ini memiliki kandungan 970 kadar perak murni. Dibanding dengan sterling silver, logam ini memiliki kilau yang lebih putih, penampilannya seperti emas putih, tapi harganya jauh lebih murah. Secara teknik, logam ini dapat dipanaskan hingga hampir dua kali lipat tahan suhu panas dari logam sterling silver biasa. Jenis logam perak ini diperkenalkan pada tahun 2009, dipatenkan dan menjadi merek dagang dari Argentinum Silver Company.

Tren perhiasan dalam negeri di tahun mendatang diperkirakan masih sama dengan tahun sebelumnya. Penggemar perhiasan perak masih menggandrungi jenis sterling silver atau yang kadang disebut dengan perak 925. Secara umum desain yang digemari adalah yang menonjol (besar). Berbagai media internasional menerbitkan prediksinya akan beberapa model perhiasan yang sedang populer di tahun 2011. Seperti dilansir dari Fimela, variasi tren tahun ini tersedia dari klasik hingga etnik dan eksotik. Berikut ulasan beberapa inspirasi perhiasan yang menjadi tren di tahun ini:

TREN PERHIASAN PERAK

Mode Etnik/Tribal

Motif etnik tribal atau etnik memang sedang marak, terbukti di berbagai panggung *runway* musim semi 2012. Kata etnik sendiri memiliki interpretasi yang beraneka ragam. Berbagai merek dan desainer ternama dunia berlomba-lomba membuat kreasi etnik. Salah satu perancang mode dan desain ternama di dunia, Michael Kors menginterpretasikan mode ini dengan penggunaan berbagai aksesoris binatang pada kalung buatannya. Marni, salah satu *brand* dari Italia membuat kesan modern pada interpretasi model etnik dengan menggunakan bebatuan dan rumbai. Sedangkan Mawi, *brand* perhiasan mewah, menampilkan kalung tribal dengan bebatuan warna-warni dengan kesan glamor.

Warna Pastel

Jika pada tahun 2010, tren warna tabrakan menjadi sangat populer, giliran di tahun 2010 warna pastel dan lembut yang menjadi favorit sebagai pilihan warna aksesoris. Berbagai aksesoris dan perhiasan dari kalung, gelang dan anting hasil karya merek internasional (Marni, Fenton, Tom Binns hingga Aurlie Bidermann) menampilkan padupadan warna pastel yang lembut sehingga menimbulkan kesan tampilan lebih manis. Selain itu, warna ini tergolong aman untuk digunakan dalam berbagai acara, termasuk dipadupadankan dengan pakaian kerja.



Mode Panjang Menjuntai

Selain kalung dan gelang yang panjang menjuntai, tren anting panjang juga mendominasi panggung *runway* musim semi 2012. Anting mode ini memiliki bentuk yang panjang dan membesar pada bagian bawah, penampakannya seperti lampu rias, sehingga disebut sebagai *chandelier earrings*. Mode yang sedang populer ini merupakan pilihan tepat untuk tampil klasik sekaligus glamor. Contoh produk yang dikeluarkan mengikuti model ini antara lain Prada dan Oscar de La Renta. Merek terkenal ini mengeluarkan *chandelier earrings* dengan bentuk bunga berkesan elegan. Marni menampilkan kesan etnikinya dengan bahan dari kayu dan tali kulit. Anting Kara Ross memadukan batuan berwarna pink sehingga kesan femininnya sangat kental.



Besar dan Menonjol

Tren lainnya di tahun 2012 adalah mode besar dan menonjol. Tren ini juga diterapkan untuk gelang sehingga menghasilkan kesan menonjol atau bertumpuk. Dengan tambahan tren tersebut pada gelang, penampilan yang sederhana menjadi lebih trendi dan 'berisi'. Beberapa produk yang ditampilkan dengan kesan ini, antara lain, gelang asimetris karya Balenciaga, gaya *art deco* dari Fendi, dan aksesoris rantai pada gelang Balmain dan Guiseppe Zanotti.

Choker (Kalung Pendek)

Choker kembali muncul kembali dengan nuansa yang berbeda. Berbagai *brand* internasional, antara lain, Lanvin, Oscar de la Renta, Fallon dan Aurlie Bidermann turut memopulerkannya kembali lewat karya-karya mereka. Kali ini, choker ditambahkan dengan berbagai aksesoris bebatuan warna yang cantik sehingga memiliki kesan feminin dan bersahabat. Di segmen cincin perkawinan, terjadi peningkatan permintaan. Banyak juga generasi muda yang mulai lebih tertarik membeli cincin perkawinan dari perak dibanding emas. Beberapa alasannya, antara lain, karena harga yang relatif lebih murah, tidak mudah rusak, warnanya yang lebih mengkilap dan putih, dan terlihat indah bertaburkan berlian.

Dua perancang Indonesia, Elizabeth Wahyu dan Rinaldi Yunardy, yang berkolaborasi dengan Thomas Sabo, perancang perhiasan asal Jerman, mengeluarkan desain terbaru yang diyakini menjadi tren sepanjang tahun 2012. Tema yang diangkat adalah "*one world*" (satu dunia). Maknanya yang dibawa ke dalam desain perhiasan adalah inspirasi dari banyak negara, antara lain, China, Jepang, Amerika Serikat, India dan beberapa negara di Eropa disatukan menjadi sebuah perhiasan bernuansa satu. Thomas Sabo mengeluarkan desain terbarunya untuk perhiasan perak yang bertajuk "*Glam and Soul*" yang terinspirasi dari musik jazz dengan kesan sederhana dan mewah. Hasilnya adalah perhiasan perak 925 karat (*sterling silver*) didominasi warna perak dan hitam hingga berkesan modis dan mewah. Beberapa lini yang umum ditawarkan dalam kategori produk perhiasan antara lain : *gift collection, wedding ring, party collection, glamour collection, business woman collection, dan men's ring.*

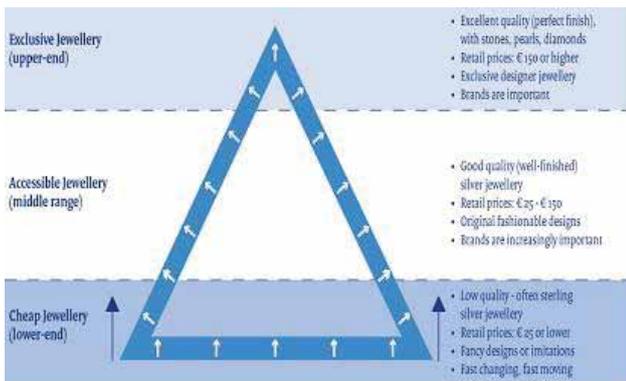
Tren perhiasan, sebagaimana tren fashion lainnya akan terus berganti. Merupakan suatu keunggulan tersendiri bagi eksportir dan produsen Indonesia untuk mengetahui desain yang laku di pasaran internasional. Salah satu cara yang ampuh untuk mengetahui gambaran selera pasar adalah melalui pameran internasional.



PELUANG PASAR PERHIASAN PERAK

Pasar dan Segmentasi

Secara segmentasi, perhiasan yang beredar di Eropa paling banyak di *middle range* atau kelas menengah dengan harga retail berkisar antara € 25 - € 150. Berbagai merek di kelas ini, seperti Pilgrim, Dyrberg Kern, Thomas Sabo, Daniel Hetcher, St. Oliver, Breil or Pandora, termasuk juga Guess, Diesel, Replay, Esprit, Elle dan Miss Sixty.

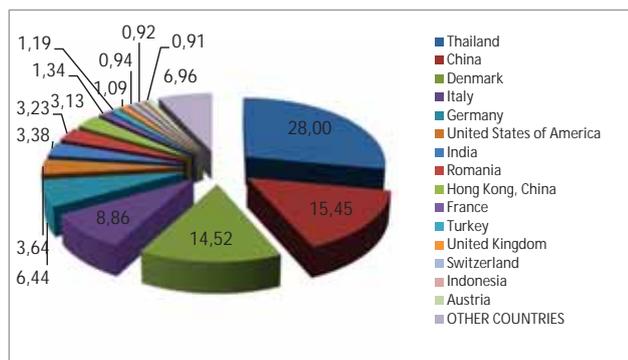


Segmentasi Pasar Perhiasan Perak di EU Berdasarkan Kualitas dan Harga, 2011

Sumber : Price Development For Silver Jewellery, 2011

Di masa mendatang, perhiasan dengan jenis ini diperkirakan mengalami peningkatan.

Tingkat teratas adalah perhiasan mewah dan eksklusif, yaitu perak bertabur berlian dan batu berharga lainnya dan mutiara. Nama desainer terkenal mengangkat harga produk di kelas ini hingga lebih dari € 150, bahkan lebih dari € 500. Mereknya, antara lain, Cartier, Gem Kingdom, Tiffany, Marni atau merek fesyen seperti Gucci, Yves St. Laurent, Emporio Armani, dan Hugo Boss. Umumnya, perhiasan eksklusif dan mewah ditujukan untuk



. Negara Pemasok Perhiasan Perak ke EU, 2011
Sumber : Trademap, 2012

pemakaian spesial di lini perhiasan *party and glamour collection*. Sementara itu, dari negara berkembang, produk perhiasan perak bergerak di kelas *lower-end*. Umumnya harga retail lebih rendah dari € 25, bersifat produksi massal dan banyak diimpor dari negara berkembang, terutama Thailand, China, India dan dari Indonesia. Umumnya, perhiasan perak jenis ini terbuat dari *sterling silver* atau padanan perak lainnya tanpa *hallmark* standar desimalnya. Desain banyak dipengaruhi oleh fesyen mode eksentrik atau bahkan tiruan desain mewah kelas atas. Produk dari negara berkembang ini banyak diminati di Eropa bagian timur.

Peluang dari segi segmentasi jenis kelamin adalah wanita. Lebih dari setengah, proporsi nilai penjualan perhiasan adalah untuk segmen wanita. Berdasarkan Eurostat, selama tahun 2005-2010 komposisi wanita bekerja di EU 27 meningkat dari 56,3% menjadi 58,2%. Namun demikian tidak menutup juga peluang di segmen remaja dan laki-laki. Untuk segmen remaja, usia 13-19 tahun cenderung memiliki pengetahuan tinggi tentang merek dan memiliki keinginan untuk tetap mengikuti tren. Remaja di barat dan utara EU memiliki lebih banyak uang untuk membeli kebutuhan mereka, termasuk perhiasan. Mereka juga memiliki kecenderungan untuk membeli secara impulsif. Jenis yang paling disukai adalah perhiasan untuk tindik, dan perhiasan yang dapat didesain sendiri. Sedangkan untuk laki-laki, memiliki peluang yang baik terutama di kalangan pria muda di Spanyol, Italia, Perancis, Inggris, Yunani, Jerman, Belanda, negara Skandinavia, serta beberapa negara di timur Eropa.

Tren Harga

Harga produk impor dari negara berkembang di Eropa memiliki rata-rata € 0,91 di tahun 2010, tumbuh dengan rata-rata 16,7% per tahun selama periode 2006-2010. Hal ini terutama dipengaruhi kenaikan harga perak dunia.

Dibandingkan negara berkembang lainnya, Vietnam mengekspor perhiasan perak cukup tinggi harganya. Thailand dan Mauritius juga tergolong demikian, sedangkan harga produk perhiasan perak dari India dan Meksiko tergolong yang terendah.

Di masa mendatang, peluang untuk impor produk perhiasan emas dan berlian akan mengalami penurunan karena tingginya harga, sedangkan perhiasan perak maupun perhiasan emas dengan karat rendah diperkirakan meningkat karena lebih terjangkau.

Yani Silver

quality silver jewelry



Yani Silver Bali (YS)

Yani Silver Bali merupakan salah satu pelopor usaha kerajinan perak di Desa Celuk, Bali. Didirikan tahun 1987, perusahaan ini awalnya bergerak di bidang kerajinan emas. Karena karena harga emas yang terus melonjak naik, Drs. I Ketut Wijana (Alm) dan istrinya Dra. Ni Wayan Yani sebagai pemilik, memutuskan untuk beralih ke kerajinan perak. Secara teknis hal ini tak sulit, karena basic skill yang dibutuhkan relatif sama.

Saat pertama berdiri hanya ada dua orang pekerja yang terlibat. Namun, seiring dengan permintaan yang meningkat, usaha pun semakin berkembang hingga YS mempekerjakan 70 orang tenaga kerja. Nyatanya, usaha ini tak lepas dari masa pasang dan surut. Pada tahun 1999, akibat hantaman krisis, YS pun mulai mengalami masa suram. Selama periode 2000-2007 pesanan hanya cukup menutupi *biaya overhead*. Dapat dikatakan, perusahaan ini mati suri. Keadaan memprihatinkan ini tak luput dari perhatian I Kadek Wijayanegara, M.M, anak Ni Wayan Yani. Melalui usahanya mengambil alih dan merevitalisasi perusahaan keluarga ini, YS mulai menggeliat kembali.

I Kadek sangat menyadari bahwa promosi merupakan hal penting dalam pengembangan usaha. Pertama kalinya YS berkesempatan promosi secara internasional adalah di Spanyol. Saat itu,

memang hanya produk seadanya yang dibawa. Semenjak itu pula, sampai tahun 2008, YS juga berusaha meraih pasar dalam negeri melalui berbagai pameran. I Kadek yang saat itu sedang menempuh gelar master di salah satu perguruan tinggi di Jakarta tidak begitu saja melewatkan kesempatan mempromosikan produk YS di Ibukota dan melakukan pendekatan ke berbagai instansi terkait bidang kerajinan perak.

Setelah dua hingga tiga tahun tahun kenyang dengan pengalaman promosi di dalam negeri, barulah I Kadek merasa siap membawa YS untuk memasuki level internasional dengan promosi di luar negeri. Tahun 2008 ia mengarungi sembilan negara berbeda untuk mewujudkan harapannya. Tahun 2009, akhirnya usaha I Kadek berbuah manis. Produk YS sangat digemari di Inggris.

YS pun mulai melakukan berbagai penyesuaian terhadap proses produksi dan pemasaran. Untuk produk murni *handmade*, perusahaan ini dapat menyelesaikan 100 buah dalam waktu seminggu untuk satu jenis desain. Memang, produk dengan *handmade* memiliki nilai jual yang lebih tinggi daripada hasil produksi mesin *casting*. Namun demikian, produksi yang awalnya murni *handmade* saat ini mulai dikombinasikan dengan penggunaan mesin *casting*, khususnya bila pesanan sangat banyak. Hasilnya, dalam waktu sebulan, produk yang dihasilkan menjadi sepuluh kali lipat. Akan tetapi, *finishing* tetap berbasis *handmade*. Kesadaran akan

pentingnya ketepatan waktu merupakan salah satu yang melatar belakangi usaha I Kadek untuk menjawab tantangan usaha. Saat ini YS mampu memproduksi 5000 hingga 8000 *pieces* untuk setiap bulannya.

Selain itu, desain pun memiliki peranan yang sangat penting. Walau sudah berhasil menembus pasar Eropa, keberagaman selera pasar Eropa sangat diperhatikan YS. Perusahaan ini tak hanya memasarkan perhiasan perak, tapi juga dikombinasikan dengan material lain, hingga menyesuaikan



Kegiatan DJPEN

April 2012

Selama bulan April 2012, kegiatan Ditjen PEN secara umum mencakup, antara lain, sosialisasi hasil *product intelligence* alas kaki yang dilakukan tahun 2011 di Vietnam sebagai negara pesaing utama Indonesia di pasar ekspor. Kemudian, berpartisipasi pada kegiatan "*Strengthening International Market Linkage ASEPHI Technical Preparation INACRAFT with Swiss Import Promotion Programme*" yang merupakan bagian dari program *Swiss Import Promotion Programme (SIPPO)* di Indonesia yang dipersiapkan sebagai materi pembekalan bagi para anggota ASEPHI yang akan mengikuti pameran Inacraft di Jakarta, partisipasi pada Pertemuan Tahunan ke-25 *Asian Trade Promotion Forum (ATPF)*; Diseminasi Kerjasama Pengembangan Ekspor di bidang "*Social Compliance*";



Kegiatan

Sementara itu, kegiatan besar tahunan Ditjen PEN di bulan April ini adalah partisipasinya dalam pameran INACRAFT 2012 yang berlangsung pada 25-29 April 2012, yang mengangkat tema "*From Smart Village to Global Market*". Dalam pameran INACRAFT 2012 ini diikuti oleh 1.800 perusahaan yang menempati 1.237 stand, dengan produk yang ditampilkan, antara lain, *gift & housewares, toys & games, miscellaneous craft, fashion, embroidery, batik, perhiasan, dan aksesoris*. Partisipasi yang diberikan Kementerian Perdagangan c.q. Ditjen PEN merupakan salah satu bagian dari komitmen pemerintah untuk mendukung perkembangan industri kerajinan yang termasuk dalam kelompok industri kreatif. Ditjen PEN memfasilitasi sebanyak 24 perusahaan binaan untuk menempati areal pameran seluas 189 m² di Assembly Hall 3 JCC. Selama penyelenggaraan pameran, paviliun Ditjen PEN yang bertema "*Trade with Remarkable Indonesia*" dikunjungi oleh pengunjung domestik maupun mancanegara, seperti dari Amerika, Belanda, China, Jepang, Jerman, Korea Selatan, Malaysia, New Zealand, , Pakistan, Singapura, Sudan, Taiwan, dan *United Kingdom* (UK). Beberapa buyers asal New Zealand, Malaysia, dan UK berencana mengunjungi perusahaan Batik Merdeka, Fargio Shoe, serta Yumeku Art Indonesia yang menghasilkan kerajinan dari pelepah pisang. Dari 5 (lima) hari penyelenggaraan pameran, peserta yang difasilitasi oleh Ditjen PEN memperoleh nilai transaksi sementara sebesar Rp. 1.238.017.000 (satu miliar dua ratus tiga puluh delapan juta tujuh belas ribu rupiah), atau menunjukkan peningkatan sebesar 10,49% dibandingkan tahun sebelumnya.

Selain pameran, ASEPHI selaku penyelenggara juga memberikan apresiasi atas karya anak bangsa di bidang produk kerajinan berupa penghargaan INACRAFT Award.

Penganugerahan INACRAFT Award dilaksanakan pada hari Sabtu, 28 April 2012. Pada kesempatan tersebut, Menteri Perdagangan yang diwakili oleh Dirjen PEN memberikan sambutan dan penghargaan bagi pemenang terbaik INACRAFT Award 2012. Pada kesempatan ini, perusahaan binaan dari Ditjen PEN juga mendapatkan piagam penghargaan INACRAFT Award 2012.

Selain itu, juga telah dilaksanakan Misi Dagang dan Investasi ke Afrika Selatan; Partisipasi pada *The 5th Thailand Autoparts & Accessories 2012*; partisipasi pada Pameran *Lifestyle Vietnam 2012*; pelayanan informasi melalui *Inquiry*; penerimaan kunjungan (BRD); dan perpustakaan ekspor; serta peningkatan SDM melalui beberapa program Diklat.

Dengan demikian, sepanjang bulan April 2012, selain beberapa aktivitas promosi dan misi dagang, kegiatan Ditjen PEN banyak menunjukkan aktivitas persiapan, pembahasan dan pengembangan kerjasama bagi pelaksanaan kegiatan untuk bulan-bulan berikutnya, yang tidak lain bertujuan supaya berkinerja lebih baik sesuai dengan tugas dan fungsinya, serta secara tidak langsung memajukan Kementerian Perdagangan.

Ditjen PEN menyadari bahwa dalam pelaksanaan sejumlah kegiatan pada bulan April 2012 ini masih menemui beberapa kendala yang diharapkan pada pelaksanaan kegiatan selanjutnya nanti dapat dilakukan berbagai perbaikan dan pembaharuan sehingga semua kegiatan di tahun 2012 ini dapat berjalan secara lebih efektif dan efisien serta mencapai tujuan yang telah direncanakan dengan optimal.

DJPEN



Hasil Industri dan Kerajinan Penopang utama **Ekspor Bali**

Bali selain dikenal sebagai daerah pariwisata yang menjadi perhatian utama para pelancong baik dari mancanegara maupun dari dalam negeri, juga sebagai penghasil komoditas untuk di ekspor. Komoditi yang banyak dijumpai di Bali adalah hasil kerajinan seperti kerajinan bambu, kerajinan kayu, furnitur, maupun kulit. Ekspor Bali tahun 2012 untuk bulan Januari mencapai USD 34,7 juta yang di sumbang oleh hasil industri, hasil kerajinan, hasil perkebunan, dan hasil perikanan.

Ekspor untuk hasil kerajinan dari bali untuk bulan Januari 2012 berdasarkan data SKA yang diterbitkan oleh dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Bali, serta Dinas Perindagkop Kabupaten Gianyar mencapai USD 11,8 juta. Penyumbang terbesar untuk produk kerajinan adalah kerajinan kayu, kerajinan furnitur, kerajinan perak, kerajinan kulit, serta kerajinan dari Bambu dengan nilai ekspornya secara urutan sebesar USD 4,4 juta, USD, 1,8 juta, USD 1,5 juta, USD 1 juta, USD 606 ribu.

Selain hasil kerajinan, sektor industri menyumbang 39,73% total ekspor Bali bulan Januari 2012 dengan penyumbang terbesarnya dari tekstil dan produk tekstil. Dari sektor perkebunan, kopi masih menjadi satu-satunya produk yang ekspor dari Bali dengan nilai USD 8 ribu, sedangkan dari sektor hasil pertanian dari data yang dipetik dari laporan Dinas Perikanan dan Kelautan Provinsi Bali, Ikan tuna masih menjadi komoditi utama untuk diekspor diikuti oleh buah-buahan, dan jenis ikan lainnya. Total ekspor produk hasil pertanian dari Bali di Januari 2012 sebesar USD 8,5 juta atau 24,69 persen dari total ekspor produk Bali pada Januari 2012. (Sumber: Dinas Perindag Prov Bali)



BUSINESS ONE GLOBAL TRADE CENTER

2nd Floor, 48-3#, Zhuhai Free Trade Zone,
Zhuhai, Guangdong, China
Phone : +86-756-8991618
Fax : +86-756-8991618
Email : bliang@b1gtc.com
Website : www.b1gtc.com
Contact Person : Bill Liang
Product : Food & Beverage & Health
supplements, Fashions products, Consumer
Electronics, Gifts and Toys and Stationery,
Cosmetics and Beauty, Home Decor and
Housewares

BODUM SINGAPORE PTE. LTD.

80 Raffles Place
UOB Plaza 1
Level 35 & 36
048624 Singapore
Phone : +65 6248 4807
Fax : +65 6248 4501
Email : Jacob.Futtrup@bodum.com
Website : www.bodum.com
Contact Person : Jacob Futtrup
Product : Kitchen and House wares products

MIKE CRAVENMEDICAL LTD.

Petunia House
Plaxton Bridge Road
Woodmansey
Beverley
East Yorkshire
HU17 0RT England & Wales 04714876
Phone : +44 (0) 1482 620676
Fax : +44 (0) 1482 873079
Email : mcmedical@mcmedical.karoo.co.uk
Website : www.mcmedical.co.uk
Contact Person : Mike Craven
Product : Medical Shop

TRADELINK COMMERCIAL ESTABLISHMENT INC.

974 Blizzard Road, Mississauga
ON. L5V 1T1, Canada.
Phone : 416-844-1758
Fax : +44 (0) 1482 873079
Email : alsalamm@rogers.com
Website : -
Contact Person : Shabbir Malik
Product : The Car Tire Manufacturers

S&B FOODS INC.

38-8 Miyamoto-cho, Itabashi-ku
Tokyo 174-8651 JAPAN
Phone : +81-3-3558-9799
Fax : +81-3-3558-6076
Email : tatsuhiko_yoshida@sbfoods.co.jp
Website : -
Contact Person : Tatsuhiko Yoshida
Product : Pepper

See you at...

27th



T R A D E X P O Indonesia

THE 27th TRADE EXPO INDONESIA

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

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