



BERITA PERDAGANGAN

Berita Perdagangan bersumber dari artikel dan liputan dari dalam Depdag atau dari luar Depdag, berbagai tulisan di berbagai media lokal dan asing, kawat berita dari berbagai Perwakilan RI di luar negeri, dan informasi dari instansi/dinas perdagangan di daerah. Materi disunting dan diolah kembali oleh *Staf Komunikasi Pimpinan* pada *Pusat Humas Departemen Perdagangan*.

The 2nd Little Indonesia in Japan: **Produk Indonesia Tersuguh di Negeri Matahari Terbit**

Tokyo, 1 September 2009 — Indonesia melalui KBRI Tokyo telah menggelar kembali pameran produk dan promosi seni-budaya Indonesia melalui sebuah perhelatan bertajuk *The 2nd Little Indonesia in Japan 2009*. Pameran ini adalah kelanjutan dari acara bertajuk serupa tahun lalu di Shinjuku Park Tower dalam rangka 50 Tahun hubungan Diplomatik Indonesia-Jepang. Kali ini acara berlangsung di ASEAN-Japan Hall, ASEAN-Japan Center Building, Onarimon, Tokyo, pada 25-27 Agustus 2009.

Batik Milik Indonesia menjadi sub-tema pameran tahun ini. Sub-tema tersebut diusung dalam rangka memberi gambaran lebih mendalam tentang keanekaragaman batik di Indonesia. Demi menguatkan kesan batik, dipamerkan pula koleksi batik pilihan dari Keraton Ndalem Kilen, Kasultanan Yogyakarta. Tak ketinggalan ditampilkan pula peragaan pembuatan batik tulis, tatah, sungging wayang kulit, dan pembuatan tenun-batik-ulang oleh para perajin dari Yogyakarta. Tarian tradisional dari *TEMBI Dance Company Yogyakarta* pun ikut meramaikan, ditambah pentas angklung pimpinan Niiya Takae, serta pentas wayang kulit singkat dengan *special effect* karya Ki Matsumoto dari Tokyo.

Pameran dibuka secara resmi oleh Wakil Kepala Perwakilan RI di Tokyo. Sebelumnya, wakil ASEAN-Japan Center menyampaikan sambutan dan ucapan terima kasih atas kesediaan kedutaan Indonesia memanfaatkan gedung pameran *ASEAN-Japan Hall*. Penting dicatat, kedutaan Indonesia adalah yang pertama kali menggunakan gedung tersebut sebagai *single country activity*.

The 2nd Little Indonesia in Japan memamerkan produk kerajinan pilihan, produk spa, dan makanan Indonesia, yang didatangkan langsung dari Indonesia ataupun yang berada atau memiliki perwakilan di Jepang. *Layout* penempatan produk dan konstruksi pameran disusun sedemikian rupa sehingga menampilkan suasana Indonesia yang *homy* dan *friendly*. Kesan ini diperkuat dengan aneka asesoris khas, di antaranya payung Bali dan sudut-sudut bangku yang langsung berhadapan dengan para pendemo kerajinan.

Pameran ini relatif berhasil mengangkat perhatian masyarakat Jepang terhadap produk kerajinan. Selama tiga hari pameran tercatat jumlah pengunjung sebanyak 1.843 orang, atau rata-rata lebih dari 600 orang setiap hari. Angka ini adalah rekor pengunjung tertinggi di ASEAN-Japan Center. Kendati pameran ini tidak ditujukan untuk melahirkan transaksi secara langsung, tercatat transaksi eceran mencapai

nilai 1,62 juta Yen atau senilai Rp. 162 juta. Transaksi ini berasal dari berbagai produk kerajinan.

Dihasilkan pula sejumlah kesepakatan jangka panjang, di antaranya: (1) Runa Jewelry: kerjasama pemasaran dengan jaringan ritel Mitsukoshi, Nihonbashi, tahun 2010; (2) kerjasama produksi-pemasaran antara Rumah Kapas dengan penenun terkenal dari Saitama (Fusami Ito); (3) teh *rosella* akan diimpor oleh Nanyang Co. Ltd.; dan (4) Minat Bali Spa Tokyo menjadi agen bagi produk spa dari Purbasari.

Satu di antara sekian hasil kerajinan yang menarik minat pembeli adalah *obi-tenun-batik-ulang* hasil kreasi Rumah Kapas. Menggunakan teknik *double-weaving*, kain tenun ditulisi motif batik dengan dua kali penenunan. Ini menghasikan *obi* yang kuat dengan gambar atau motif yang utuh. Karenanya penenun dari Saitama menyarankan Rumah Kapas untuk memproduksi *obi-tenun-batik* yang *high-fashion* dengan harga jual tinggi. (*doy*)

(Sumber: KBRI Tokyo)

—Pusat Hubungan Masyarakat, Departemen Perdagangan—
—021-23528400, pusathumas@depdag.go.id—