

Sinergi Kemendag dan Pelaku Usaha Perkuat UKM Indonesia untuk Ekspor

 Realitarakyat.com – Kementerian Perdagangan (Kemendag) dan para pelaku usaha bersinergi untuk memperkuat pelaku usaha kecil dan menengah (UKM) di Indonesia agar bisa melakukan ekspor dan berjaya di pasar global.

Direktur Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional (Dirjen PEN) Kemendag, Kasan menyatakan bahwa dengan demikian, UKM dapat memberikan kontribusi yang semakin besar bagi peningkatan neraca perdagangan Indonesia. Sinergi para pelaku usaha untuk memajukan dan memperkuat UKM mengemuka pada diskusi panel secara virtual.

“Melalui diskusi ini diharapkan seluruh peserta diskusi dapat mendapatkan pengalaman dari keberhasilan para pembicara atau hal bermanfaat lainnya yang berkaitan dengan upaya meningkatkan ekspor nasional,” kata Kasan dalam siaran pers Kemendag, Minggu (7/3/2021).

Kasan menyampaikan sejumlah hal penting yang mengemuka dalam diskusi panel tersebut, antara lain pentingnya penetrasi ke pasar nontradisional, segmentasi produk premium, pemahaman terhadap karakter pasar, pemanfaatan platform digital, diversifikasi produk, pemahaman persyaratan di negara tujuan ekspor dan potensi ekspor di negara lain, serta dukungan dari perwakilan perdagangan.

Diskusi panel ini menghadirkan sejumlah narasumber, yaitu Founder Javara, Helianti Hilman; CEO Madame Gie, Teddy Kastowo Tjhim; CEO PT Ori Ginalnest Indonesia, Rusianah; CEO PT Kekean Primanda Indonesia, A. Nurhasim Hamada; Direktur PT Alam Sari Interbuana; Sigit Ismaryanto; serta Ketua Komite Tetap Pengembangan Ekspor, Handito Joewono.

Menurut Helianti Hilman, pelaku usaha harus selalu melakukan ekspansi ke pasar baru. Tujuannya yaitu mencari pasar ekspor yang masih jauh dari kompetisi. Terlebih, pasar-pasar konvensional seperti Amerika Serikat cenderung sudah padat.

“Pasar konvensional semakin tidak dilirik oleh kompetitor, sedangkan pasar baru akan menjadi semakin menarik karena pasarnya masih belum kompetitif,” ujarnya.

Helianti juga menjelaskan, Javara melakukan ekspor produk organik produk ke Afrika Selatan dan Ekuador. Javara memfokuskan penjualan produk organiknya di pasar premium. Di samping itu, Javara juga memiliki cara untuk memangkas ongkos ekspor melalui perdagangan langsung (direct trade), sehingga harga produk organik dapat terjual dengan harga yang tidak terlalu mahal.

Menurut Helianti, beberapa hal yang harus diperhatikan antara lain menyesuaikan

produk dengan pasar tujuan ekspor, memiliki strategi pemasaran yang tepat, memiliki rekan kerja yang kredibel untuk menekan risiko, serta melakukan riset pasar dan memahami rantai pasar.

“Dengan menggunakan direct trade, buyer juga dapat mendapatkan harga beli yang lebih murah sehingga menguntungkan kedua belah pihak,” tuturnya.

Kemudian Teddy Kastowo Tjhim menjelaskan mengenai produk kosmetik bermerek Madame Gie. Penjualan produknya memanfaatkan kemajuan dunia digital. Produk-produk Madame Gie juga terjual laris di pasaran dengan melakukan promosi melalui media sosial. Teddy menyampaikan, di tengah pandemi Covid-19, Madame Gie melakukan pertumbuhan dan improvisasi dengan memproduksi masker.

“Pandemi Covid-19 ini juga membuat kami tidak bisa mengikuti pameran berskala internasional. Untuk itu, kami memanfaatkan lokapasar (marketplace) untuk dapat menjual produk kami ke luar negeri,” tambahnya.

Sementara Rusianah menjelaskan tentang ekspor sarang burung walet yang bermanfaat untuk kesehatan tubuh manusia. Industri sarang burung walet ini juga menyerap banyak tenaga kerja karena pembuatannya hingga saat ini belum bisa digantikan dengan teknologi.

“Selain banyak mempekerjakan masyarakat, orientasi sarang burung walet juga sangat diminati di dunia internasional, khususnya Tiongkok. Untuk itu, diharapkan pemerintah akan terus membantu kemajuan ekspor sarang burung walet,” imbuhnya.

Sementara itu, Nurhasim dan Sigit menyampaikan apresiasinya kepada Kemendag karena telah membantu kedua perusahaannya untuk dapat tembus di pasar internasional.

“Kesuksesan ini merupakan bukti nyata bahwa Kemendag selalu hadir membantu UKM di Indonesia,” kata Nurhasim.

Menutup diskusi panel, Handito menyampaikan terdapat lima pilar utama strategi akselerasi peningkatan ekspor Indonesia, yaitu penambahan jumlah eksportir, diversifikasi produk ekspor, pengembangan pasar ekspor, peningkatan harga ekspor, dan pengembangan ekosistem ekspor.

Saat menutup diskusi panel Kasan menegaskan sejumlah hal yang perlu dilakukan untuk mencapai tujuan penguatan UKM.

“Penguatan UKM dapat tercapai jika semua pihak turut berpartisipasi dalam pemberdayaan UKM; melakukan kolaborasi, kemitraan, dan mengedepankan azas keberlanjutan; serta semangat untuk terus memajukan UKM dari seluruh Indonesia

agar dapat berjaya menjadi pemain global,” pungkas Kasan.

Dalam kesempatan terpisah, Menteri Perdagangan (Mendag) ,Muhammad Lutfi menyatakan bahwa pihaknya berkomitmen membantu para pelaku UKM untuk melakukan ekspor dan meningkatkan daya saingnya. Kemendag juga siap mendukung pelaku UKM melalui perwakilan perdagangan di luar negeri serta dengan membuka akses pasar di negara-negara nontradisional. Hal ini sejalan dengan arahan Presiden Joko Widodo saat memberikan arahan pada Pembukaan Raker Kemendag, Kamis (4/3) di Istana Negara, Jakarta. (rsa)