ISSN : 0126-1088
Nomor: 83/September-November 2023

MEDIA INFORMASI & PROMOSI INDUSTRI KECIL, MENENGAH DAN ANEKA

GEMA

Potensi Industri Aneka Nasional

Download Majalah

Scan Disini

GEMA

DITERBITKAN OLEH
Direktorat Jenderal Industri Kecil, Menengah, dan Aneka

PENASEHAT
Ir. Reni Yanita, M.Si

PENGARAH
Riefky Yuswandi, ST, M. Comm
Drs. Yedi Sabaryadi
Ir Ni Nyoman Ambareny, M.Si.
Ir. Dini Hanggandari, MSi

PENANGGUNG JAWAB
Eva Laida, ST, M.Ak

REDAKTUR PELAKSANA
Urwah Wali Aufi, ST

WAKIL REDAKTUR PELAKSANA
Putri Adityowati, S.I.Kom

DEWAN REDAKSI
Dinda Maharani, A.Md.
Mufti Tri Matra, S.Pt.
Astika Kurniawati, S.T
Sekar Aji Pelangi, A.Md.
Muhammad Wendy Dwianzah, SIP
Indah Purwanti, S.T
Rahasih Lupita Maheswari, S.Ds
Alfiyan Darojat S.Komp, M.MT
Rasendriya Indah Palupi, S.Ds

EDITOR
Suprihatno
Iqbal Ibrahim

DESAIN GRAFIS
Mufti Maulana
Rizki Imam Hidayat

DOKUMENTASI
Muhammad Nizar Aziz Gifary, S. Kom,
Abdullah, S.Sos.

DISTRIBUSI
Beklis Sugiarto, SE

MEDIA PARTNER
Alnusakon Era Laju

Salam Redaksi

Potensi Industri Lebih Baik di Tahun 2024

SELAMA 2023 Direktorat Jenderal Industri Kecil, Menengah, dan Aneka (Ditjen IKMA) Kementerian Perindustrian (Kemenperin) sudah menyelesaikan banyak program yang berkesinambungan dengan program di tahun-tahun sebelumnya. Di 2023 ini sudah banyak pelaku usaha industri kecil dan menengah (IKM) mendapat bantuan dan merasakan manfaat secara langsung dari program-program yang digulirkan.

Setelah diterpa badai pandemi selama dua tahun, kini dunia usaha termasuk industri skala kecil dan menengah, memasuki masa normal. IKM sudah menjalankan usaha nya seperti biasa. Bahkan pelaku usaha IKM yang sempat jatuh mulai bangkit dengan segala sisa kemampuan yang dimiliki. Pengalaman yang dimiliki menjadi modal untuk kembali berusaha.

Seperti diungkapkan oleh Menteri Perindustrian Agus Gumiwang Kartasasmita dalam acara Gebyar IKMA 2023 di Jakarta, IKM memegang peran penting dalam penguatan struktur industri dan turut mendorong pertumbuhan perekonomian nasional. Hal ini karena sektor IKM berkontribusi dalam hal penyerapan tenaga kerja, pemerataan kesejahteraan, dan pengentasan kemiskinan.

Menperin juga mengemukakan saat ini populasi IKM berjumlah 4,18 juta unit usaha atau mencapai 99,7% dari total unit usaha industri di Indonesia. Dari sisi penyerapan tenaga kerja ada 12,6 juta orang terlibat di IKM atau 65,67% dari total tenaga kerja industri.

Untuk industri aneka (KBLI 32 –industri pengolahan lainnya) juga menunjukkan kemajuan di era pascapandemi covid-19. Untuk industri aneka KBLI 32 ini terdapat lebih dari 16 jenis industri (yang terdiri atas industri kecil, menengah, dan besar). Untuk industri kecil aneka di 2021 mampu menampung tenaga kerja sebanyak 202.794 orang. Sementara industri besar dan sedang menyerap sebanyak 205.646 orang (data 2020).

Pasar yang besar di dalam dan luar negeri yang terbuka lebar membuat industri aneka memiliki kesempatan untuk terus berkembang. Meskipun untuk pasar ekspor dalam produk tertentu, terjadi persaingan ketat dengan produk asal Tiongkok, diharapkan di 2024 akan lebih baik di tengah kondisi dunia yang sulit diprediksi.

Bagi IKM tentu saja harus tetap optimistis menyongsong 2024. Harapan itu akan selalu ada di tahun-tahun mendatang.

Redaksi menerima tulisan serta foto yang dapat dipublikasikan berkaitan dengan Industri Kecil Menengah dan Aneka. Dengan Maksimal 6000 karakter. Dapat dikirim melalui alamat email : redaksigemaikm@gmail.com (dilengkapi dengan identitas lengkap dan kontak penulis)

4

INFO KEBIJAKAN

Bencoolen Fest 2023 Dorong IKM Bengkulu Semakin Maju

Penguatan IKM daerah membuat produk dalam negeri bisa bersaing dengan produk luar negeri. Peran Kementerian Perindustrian ialah memberikan kesempatan dan memfasilitasi IKM terbaik.

22

INFO UTAMA

Produk Bola Sepak Indonesia Memasuki Pasar Global

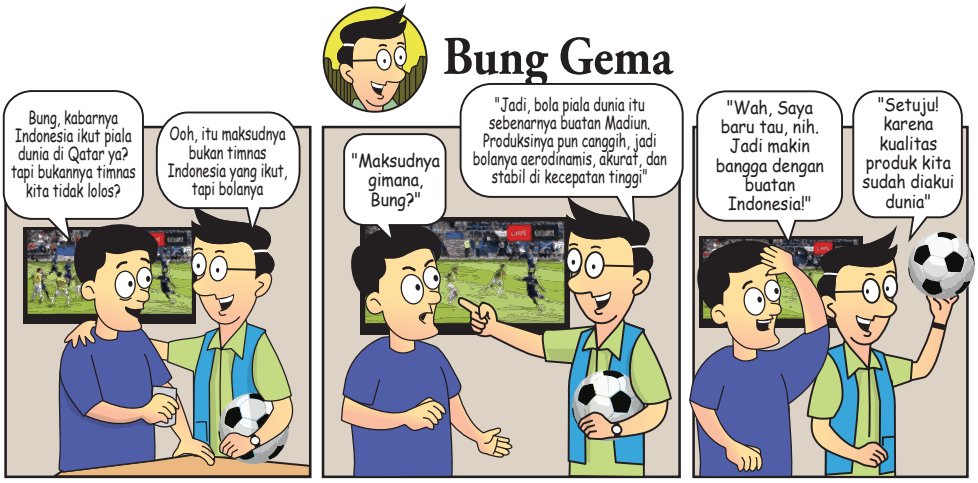
Produk alat-alat olahraga Indonesia punya pangsa pasar yang cerah. Pemenuhan kualitas standar nasional dan internasional bagi produk yang dihasilkan sangat membantu pengembangannya.

42

SENTRA KE SENTRA

Sustainability dalam Industri Kulit di UD Nogosari Leather

Sertifikasi dari lembaga yang kredibel menjadi modal penting bagi sebuah perusahaan untuk menembus pasar internasional.



Indeks

46 PROFIL USAHA

Tepung Serbaguna untuk Gaya Hidup Gluten Free

Loka-Loka menjadi sebuah solusi untuk orang-orang dengan gaya hidup *gluten free*. Mereka tidak perlu lagi repot-repot mencampurkan beberapa bahan olahan saat ingin membuat berbagai makanan.

60 STANDARDISASI & TEKNOLOGI

Menjadi Pelaku Usaha IKM Profesional melalui Inkubator Bisnis

Tantangan terbesar bagi generasi muda usia produktif ialah peluang menjadi wirausahawan. Kesempatan itu bisa datang dari beragam lembaga yang punya program unggulan.

69 PELUANG USAHA

Wangi Minyak Serai yang Menjanjikan

Indonesia sebagai negeri tropis memiliki banyak tanaman yang bisa dieksplorasi dengan nilai manfaat tinggi. Budi daya di sejumlah daerah dan dukungan pemerintah membuat potensi tersebut tergali dengan baik.

76 SERBA SERBI

Teknologi Artificial Intelligence Industri Alas kaki, *An Ally or An Enemy?*

Penting bagi kita memahami kecanggihan dan keterbatasannya untuk memastikan bahwa kita memanfaatkan teknologi AI secara benar dan bertanggung jawab.

Bencoolen Fest 2023 Dorong IKM Bengkulu Semakin Maju

Penguatan IKM daerah membuat produk dalam negeri bisa bersaing dengan produk luar negeri. Peran Kementerian Perindustrian ialah memberikan kesempatan dan memfasilitasi IKM terbaik.

PEMERINTAH terus mengajak masyarakat Indonesia untuk bangga dan cinta produk lokal, yang kini kualitasnya dapat bersaing dengan produk dari luar negeri. Hal itu perlu dilakukan sebagai upaya meningkatkan penggunaan produk dalam negeri.

Melalui Gerakan Nasional Bangga Buatan Indonesia (Gernas BBI) yang diluncurkan oleh Presiden Joko Widodo pada 14 Mei 2020, pemerintah menunjukkan dukungan terhadap industri Indonesia khususnya pelaku industri kecil dan menengah (IKM). Kampanye Gernas BBI tidak hanya ditujukan kepada masyarakat umum, melainkan juga mendorong kementerian/lembaga, pemerintah daerah serta BUMN dan BUMD untuk dapat belanja produk dalam negeri dan UMKM.

Hal itu semakin diperkuat melalui Instruksi Presiden Nomor 2 Tahun 2022 tentang Percepatan Peningkatan Penggunaan Produk Dalam Negeri dan Produk Usaha Mikro, Usaha Kecil, dan Koperasi dalam

● Dirjen IKMA dan Gubernur Provinsi Bengkulu dalam Acara Bencoolen Fest 2023.

DOK. KEMENPERIN

rangka Menyukseskan Gerakan Nasional Bangga Buatan Indonesia pada Pelaksanaan Pengadaan Barang/Jasa Pemerintah.

Pada penyelenggaraan Gernas BBI 2023, pencapaian tidak hanya diukur dari jumlah IKM/UMKM yang *onboarding* dan belanja produk dalam negeri, namun juga turut menyelaraskan dengan Gerakan Nasional Bangga Berwisata Indonesia (BBWI) yang bertujuan meningkatkan jumlah kunjungan pariwisata ke berbagai destinasi wisata di tanah air. Pemerintah daerah juga memiliki peran utama sebagai *campaign manager*.

Tahun ini Kementerian Perindustrian dan Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Bengkulu berperan sebagai *co-Campaign Manager* pada penyelenggaraan BBI dan BBWI di Provinsi Bengkulu. Rangkaian Gernas BBI 2023 dilaksanakan oleh pemerintah daerah bekerja sama dengan *top brands*, BUMN, BUMD, serta *stakeholder* lainnya.

BBI dan BBWI Bengkulu 2023 mengangkat tema *Mela Belanjo Kek Bejalan Ke Bengkulu* yang memiliki makna 'Ayo Berbelanja dan Berkunjung ke Bengkulu', sementara untuk Gernas BBWI mengangkat tema 'Bulan Olahraga'.

Rangkaian Kampanye Gernas BBI/BBWI Bengkulu berlangsung selama lima bulan yang diawali dengan *kick off* Kampanye Gernas BBI/BBWI pada 27 Juli 2023 bertepatan dengan malam penutupan Festival Tabot Bengkulu.

Dalam Gernas BBI Bengkulu juga dilaksanakan proses pembinaan berupa pendampingan dan fasilitasi kepada 30 IKM terpilih. Mereka selanjutnya dinilai untuk mendapatkan lima IKM *champion* yang akan diumumkan pada Harvesting Gernas BBI Bengkulu pada 18 November 2023 di Balai Raya Semarak, Kota Bengkulu.

Momentum pemulihan ekonomi

Menteri Perindustrian, Agus Gumiwang Kartasasmita, menyampaikan dalam sambutannya bahwa pertumbuhan ekonomi Indonesia pada Triwulan III - 2023 tumbuh positif 4,94% secara *year-on-year* dengan produk domestrik bruto (PDB) sektor industri pengolahan nonmigas tumbuh sebesar 5,20%, dan merupakan sektor dengan kontribusi terbesar pada perekonomian yakni 18,75%.

"Industri pengolahan juga masih berperan signifikan dalam ekspor nasional, dengan nilai ekspor produk industri pengolahan non migas pada bulan Januari hingga September 2023 mencapai US$139,04 miliar yang berkontribusi sebesar 72,31% dari total nilai ekspor nasional," ungkapnya.

"Melihat kondisi ekonomi Indonesia yang kian membaik, kita semua optimis dengan terus menggemanya Gernas BBI/BBWI, maka para pelaku industri di Indonesia bisa mendapatkan manfaat yang besar dari tingginya animo masyarakat yang membeli produk dalam negeri, terutama produk IKM," terang Menteri Agus Gumiwang.

Menperin turut mengungkapkan bahwa Kementerian Perindustrian sebagai *co-Campaign Manager* dalam gelaran BBI/BBWI Bengkulu 2023, mendukung dari sisi peningkatan daya saing produk dan kualitas SDM IKM Bengkulu. Dukungan itu melalui berbagai fasilitasi dan pendampingan yaitu penguasaan teknologi *e-business* melalui program *e-Smart* IKM, *onboarding* ke dalam *e*-katalog LKPP, edukasi dan konsultasi usaha, literasi digital, webinar, pendaftaran merek IKM, pendampingan sertifikasi Tingkat Komponen Dalam Negeri (TKDN) untuk Industri Kecil, desain kemasan dan cetak kemasan, serta publikasi dan promosi di media sosial.

Maksimalkan potensi IKM lokal

Sebanyak 30 IKM terbaik Provinsi Bengkulu yang telah lolos seleksi dan mendapatkan pembinaan, kemudian dinilai dan dihasilkan lima IKM *champion* dengan total penjualan terbanyak selama diadakannya Gernas BBI/BBWI Bengkulu 2023. Total penjualan 30 IKM secara *online* dan *offline* sejak 1 September 2023 - 11 November 2023 tercatat sebesar Rp11,72 miliar.

Pendataan omset dilakukan dengan mendata total transaksi para IKM yang dilakukan secara *online* maupun *offline*. Tercatat rata-rata omset bulanan *offline* selama pendampingan mencapai angka Rp5,12 miliar dengan peningkatan sebesar 62,06% dan rata-rata omset bulanan *online* selama pendampingan sebesar Rp85,3 Juta dengan peningkatan sebesar 235,97%. Rata-rata omset bulanan total selama pendampingan mencapai nilai Rp5,2 miliar dengan peningkatan rata–rata bulanan sebesar 63,44%.

Hal itu mengindikasikan bahwa dengan dukungan internet dan teknologi dalam aspek pemasaran produk IKM, terbukti nyata dapat meningkatkan akses pasar para pelaku IKM.

Menperin turut menyampaikan, "Kementerian Perindustrian berkomitmen untuk melakukan pendampingan kepada IKM Bengkulu yang terpilih ini dan kami terus mengajak seluruh masyarakat untuk bangga dan membeli produk dalam negeri, termasuk produk kreasi IKM Bengkulu."

Sinergi lintas kementerian dan lembaga

Menperin turut menyampaikan apresiasi kepada seluruh pihak yang telah bersinergi dalam pelaksanaan Gerakan Nasional BBI/BBWI Bengkulu 2023. "Kami sampaikan terima kasih dan apresiasi yang sebesar-besarnya kepada Kementerian Koordinator Bidang Kemaritiman dan Investasi, Pemerintah Provinsi Bengkulu serta Bank Indonesia atas kesempatan yang diberikan kepada Kementerian Perindustrian untuk turut mensukseskan rangkaian kegiatan Gernas BBI/BBWI di Provinsi Bengkulu Tahun 2023. Kami juga menyampaikan terima kasih kepada Bank Indonesia serta seluruh pendukung Gernas BBI/BBWI Bengkulu Tahun 2023 atas kerja sama yang baik selama kegiatan ini."

Direktur Jenderal Industri Kecil, Menengah dan Aneka, Reni Yanita juga menyampaikan, "nantinya para IKM yang telah mendapatkan pendampingan ini akan terus dibina dan dikembangkan baik oleh pemerintah daerah, Bank Indonesia maupun Kementerian Perindustrian, agar dapat terus maju dan berinovasi membawa dampak positif bagi perkembangan IKM dan ekonomi daerah Provinsi Bengkulu."

DOK. KEMENPERIN

● **Pengumuman Lima IKM Champion BBI Bengkulu.**

Sebanyak 5 (lima) IKM *champion* telah dipilih dan diumumkan pada Harvesting atau acara puncak yang bertepatan dengan perayaan Hari Ulang Tahun ke-55 Provinsi Bengkulu. Lima IKM *champion* ini merupakan IKM yang memiliki peningkatan omset melalui pasar *online* dan *offline*, serta IKM yang memiliki kedisiplinan selama mengikuti proses pendampingan.

Lima IKM Champion BBI Bengkulu 2023

Dalam kesempatan yang sama, telah diberikan penghargaan kepada lima IKM terbaik (*champion*) asal Bengkulu yang berhak diikutsertakan dalam Anugerah BBI Nasional. Lima IKM *champion* tersebut adalah Matahari Handycraft, Geomax Coffee Industry, CV Anugerah Alam Indonesia, Putri Bengkulu, dan Oase Gallery.

"Saya berharap lima IKM *champion* terpilih dapat menjadi contoh dan inspirasi bagi para IKM lainnya untuk mengembangkan potensi, hingga bersemangat untuk terus membangun dan memperkuat ekosistem bisnis IKM di Provinsi Bengkulu," ungkap Dirjen IKMA.

Adapun lima IKM *champion* tersebut meliputi produk–produk keberagaman khas Bengkulu, dari hasil kreativitas IKM lokal yang terdiri dari kerajinan batu alam, biji dan bubuk kopi, jamu dan herbal, sirup kalamansi, serta batik Besurek Bengkulu.

Peringkat 1 - Matahari Handycraft

Champion pertama diboyong oleh IKM Matahari Handycraft dari Kota Bengkulu. Industri rumahan milik Lidya yang berdiri sejak 2015 ini memproduksi perhiasan menggunakan bahan baku tembaga dan batu alam khususnya batu dari Bengkulu.

Matahari Handycraft memiliki desain inovatif dan cantik yang digemari banyak kalangan. Pengiriman produk dari Matahari handycraft sudah menjangkau ke seluruh Indonesia melalui *marketplace*, dan akan melebarkan sayapnya untuk terus menciptakan lapangan kerja bagi para perempuan di Kota Bengkulu.

Peringkat 2 – Geomax Coffee Industry

IKM Geomax Coffee Industry yang berlokasi di Kota Bengkulu terpilih menjadi peringkat kedua pada IKM *champion*. Usaha yang dimiliki Yose Andriman ini, merupakan salah satu pelaku usaha yang memproduksi kopi bubuk robusta dan arabika dari petani kopi di pegunungan Bengkulu yang memiliki kualitas tinggi.

Diproses dari biji kopi pilihan dengan tenaga terampil dan peralatan terbaik sehingga menghasilkan aroma dan rasa kopi yang optimal dan berciri khas kopi otentik dari Bengkulu.

Peringkat 3 – CV Anugerah Alam Indonesia

Disusul CV Anugerah Alam Indonesia sebagai peringkat ketiga, didirikan oleh Suwanto pada 2016 di Kota Bengkulu. Sebagai produsen produk obat herbal yang fokus melayani bisnis secara B *to* B, CV Anugerah Alam Indonesia telah menggunakan teknologi modern dan terstandarisasi sehingga menciptakan produk berkualitas dan berdaya saing global.

Peringkat 4 – Putri Bengkulu

Peringkat keempat diduduki Putri Bengkulu dari Kabupaten Bengkulu Tengah, yang merupakan penghasil sirup jeruk kalamansi khas Bengkulu. Usaha yang didirikan oleh Emi Yati dari 2001 ini tidak hanya sekadar menyajikan sirup jeruk, melainkan juga turut memberdayakan kaum ibu yang ada di lingkungan sekitar untuk lebih produktif.

Peringkat 5 – Oase Gallery

Peringkat kelima diraih oleh Oase Gallery yang didirikan pada 2008 oleh Fitria Gustina. Berawal dari niat dan tekad untuk melestarikan kain batik Besurek, kini Oase Gallery berhasil memperkenalkan hingga ke kancah Internasional.

Ciri khas dari Oase Gallery yang berlokasi di Kota Bengkulu ini adalah penggunaan pewarna alam melalui proses pewarnaan batik, sehingga memberikan kesan lembut, elegan dan eksklusif. **(Urwah Wali Aufi)**

Apresiasi Kemenperin atas Peran IKM melalui Gebyar IKMA 2023

Komitmen yang diperlihatkan pemerintah untuk mendukung IKM dilakukan melalui beragam program. Namun tetap diperlukan sinergi antar *stakeholder* lainnya.

PEMERINTAH pusat dan daerah terus berkomitmen untuk mendukung penumbuhan dan pengembangan pelaku industri kecil dan menengah (IKM) di tanah air, melalui berbagai program dan kegiatan strategis.

Pemberdayaan IKM juga turut didukung oleh berbagai *stakeholder* lainnya seperti BUMN, BUMD, sektor swasta, akademisi, dan asosiasi, yang bertujuan agar dapat meningkatkan peran IKM dalam memacu perekonomian nasional.

"IKM memegang peran penting dalam penguatan struktur industri dan turut mendorong pertumbuhan perekonomian nasional. Hal ini karena sektor IKM berkontribusi dalam hal penyerapan tenaga kerja, pemerataan kesejahteraan dan pengentasan kemiskinan," ungkap Menteri Perindustrian Agus Gumiwang Kartasasmita pada acara Gebyar IKMA 2023 di Jakarta, Kamis (14/12).

Menperin mengemukakan, saat ini populasi IKM berjumlah 4,19 juta unit usaha atau mendominasi hingga 99,7% dari total unit usaha industri di Indonesia. Selain itu, IKM telah menyerap tenaga kerja sebanyak 12,67 juta orang atau menyumbang 65,52% dari total tenaga kerja industri. "Bahkan turut andil sebesar 21,44% dari total nilai *output* industri," sebutnya.

Oleh karena itu, Kementerian Perindustrian memberikan apresiasi kepada pelaku IKM melalui gelaran Gebyar IKMA 2023. Dalam kegiatan ini, diselenggarakan penganugerahan penghargaan atas sejumlah kompetisi di bidang IKM, di antaranya pemberian penghargaan kepada pemenang kompetisi *Indonesia Food Innovation* (IFI), *Indonesia Fashion and Craft Awards* (IFCA), dan *Startupforindustry*.

Lokal, mengglobal, dan berkelanjutan

Mengusung tema *Innovate Locally, Thrive Globally: Building Sustainable Ecosystem through Small and Medium Industries*, Gebyar IKMA 2023 merupakan komitmen dan langkah nyata Direktorat Jenderal Industri Kecil, Menengah, dan Aneka (IKMA) Kemenperin

● Penganugerahan Penghargaan Gebyar IKMA 2023.

DOK. KEMENPERIN

dalam mendorong penciptaan dan penguatan IKM yang tidak hanya inovatif, namun juga ramah lingkungan dan memenuhi prinsip *sustainability*, serta mendorong iklim usaha yang kondusif.

"Tentunya sasaran tersebut akan memperkokoh ekosistem pengembangan IKM sehingga terbentuk hubungan keterkaitan yang saling menguatkan dan menguntungkan. Guna meraih peluang-peluang baru di tengah persaingan pasar yang kian sengit saat ini, sebagai dampak dari pesatnya kemajuan teknologi dan dinamika global," papar Menteri Agus.

Pada kesempatan yang sama, Menperin turut mengingatkan bahwa Indonesia sedang mengalami bonus demografi yang akan mencapai puncaknya di 2030-an dengan 68% penduduk Indonesia adalah penduduk usia produktif. "Bonus demografi ini apabila dapat dimanfaatkan secara optimal dapat mendorong pertumbuhan ekonomi Indonesia ke tingkat yang lebih tinggi," ujarnya.

Menperin juga menambahkan bahwa pihaknya terus mendorong peran serta dari berbagai pihak dan para pemangku kepentingan, untuk bersama-sama melakukan berbagai kegiatan pembinaan, penguatan, dan pemberdayaan IKM. Karena akan memberikan efek domino yang positif dalam mengerek pertumbuhan ekonomi nasional.

"Pemberian penghargaan pada perhelatan Gebyar IKMA 2023 ini diharapkan memberikan optimisme bagi para IKM, bahwa mereka memiliki potensi untuk tumbuh dan mampu menjawab tuntutan pasar," tegasnya.

Pelaksanaan acara Gebyar IKMA 2023 juga bertujuan untuk menyebarkan informasi tentang upaya yang dilakukan oleh Kemenperin untuk mendorong perkembangan IKM yang inovatif, inklusif, dan adaptif sehingga mampu menjawab perubahan yang terjadi di masyarakat.

"Saya mengajak seluruh aspek masyarakat, asosiasi, komunitas, kementerian/lembaga, dan peran swasta untuk bersama-sama berkolaborasi mendukung IKM Indonesia untuk maju dan berkembang memasuki pasar global, sehingga IKM Indonesia mampu mendukung ekosistem dan pembangunan berkelanjutan," imbuhnya.

Apresiasi IKM inovatif dan berprestasi

Direktur Jenderal IKMA Reni Yanita menyampaikan, pelaksanaan Gebyar IKMA 2023 diharapkan pula bisa memberikan energi baru bagi pelaku IKM, untuk selalu menjaga dan meningkatkan konsistensi dalam menghasilkan produk dalam negeri yang berkualitas, inovatif, dan berdaya saing, baik di pasar nasional maupun global.

Dirjen IKMA memaparkan, sebanyak tiga program pembinaan IKM dengan bentuk kompetisi yang pengumuman serta penganugerahan penghargaannya dilaksanakan pada puncak acara Gebyar IKMA 2023 yaitu:

Indonesia Food Innovation **(IFI)**

Merupakan program bagi IKM makanan dan minuman yang mana para IKM akan mendapatkan bimbingan dan pendampingan dalam melakukan inovasi. Hal itu bertujuan agar mereka mampu menjawab tantangan ketahanan pangan dan gizi yang lebih baik, serta mempromosikan pertanian berkelanjutan.

Penghargaan IFI ditujukan bagi IKM pangan terpilih yang mempunyai inovasi produk atau proses dan berbahan baku utama sumber daya lokal, agar siap menjadi industri pangan yang *marketable, profitable*, dan *sustainable*. Terdapat dua kategori IFI, yaitu *intermediate product* dan *end product*.

● Menteri Perindustrian Agus Gumiwang Kartasasmita meninjau pameran Gebyar IKMA 2023.

Daftar Pemenang Kompetisi Ditjen IKMA pada Acara Penganugerahan Penghargaan Gebyar IKMA 2023

Peraih Penghargaan Indonesia Food Innovation (IFI) Tahun 2023

Kategori Intermediate Product:

Peringkat I: PT Rasaprima Sukses Makmur
- Merek: Seriboe Rempah Nusantara
- Produk: Bumbu Masak Instan
- Hadiah uang pembinaan Rp40.000.000.

Peringkat II: Boga Utama
- Merek: Boga Utama
- Produk: Tepung Bumbu Ayam Goreng
- Hadiah uang pembinaan Rp25.000.000.

Peringkat III: PT Bali Internusa Gelatonesia
- Merek: Frutta Gelato
- Produk: Gelato
- Hadiah uang pembinaan Rp15.000.000.

Kategori End Product:

Peringkat I: PT Banua Tani Makmur Indonesia
- Merek: Tambiyaku
- Produk: Olahan Sorgum
- Hadiah uang pembinaan Rp40.000.000.

Peringkat II: PT Gadih Minang Anugerah
- Merek: Rendang Gadih
- Produk: Bumbu Rendang Instan
- Hadiah uang pembinaan Rp25.000.000.

Peringkat III: PT Citra Kencana Cemerlang
- Merek: Havilla Tea
- Produk: Teh Artisan Premium
- Hadiah uang pembinaan Rp15.000.000.

Peraih Penghargaan Indonesia Fashion And Craft Awards (IFCA) Tahun 2023

Kategory Fesyen:

Peringkat I: Ahmad Helmi Imaduddin
- Judul Karya: Ngajaga Project
- Hadiah uang pembinaan Rp30.000.000.

Peringkat II: Muhammad Ali Azhar
- Judul Karya: Prasejarah
- Hadiah uang pembinaan Rp20.000.000.

Peringkat III: Putu Ayu Adiyanti
- Judul Karya : Asih Asuh
- Hadiah uang pembinaan Rp15.000.000.

Kategori Kriya:

Peringkat I: Heri Supriyanto
Judul Karya: Rinjing Bowl
Hadiah uang pembinaan Rp30.000.000.

Peringkat II: Hari Kurniawan
- Judul Karya: Alir Alur
- Hadiah uang pembinaan Rp20.000.000.

Peringkat III: Vincentius Aldi Masella
- Judul Karya: Apollo Table Lamp
- Hadiah uang pembinaan Rp15.000.000.

Peraih Penghargaan StartupforIndustry 2023

Juara 1: PT Lectro Energi Semesta
- Matador Lectro
- Hadiah uang pembinaan Rp26.000.000.

Juara 2: PT Trimitra Nusantara Sakti
- Trinusa
- Hadiah uang pembinaan Rp22.000.000.

Juara 3: PT Dieng Cyber Indonesia
- Dieng Cyber
- Hadiah uang pembinaan Rp17.000.000.

Runner up 1: CV. Elfor Cipta Teknologi
- Elfor Cipta Teknologi
- Hadiah uang pembinaan Rp10.000.000.

Runner up 2: PT Temukan Ruang Kreasi
- Digitalisasi UMKM
- Hadiah uang pembinaan Rp10.000.000.

Apresiasi 1 (Most Inspiring):
PT Pipeline Marketing Teknologi
- SolopreneursAI
- Hadiah uang pembinaan Rp5.000.000.

Apresiasi 2 (Most Impactful):
PT Layanan Berbasis Awan
- Labelin.co
- Hadiah uang pembinaan Rp5.000.000.

Apresiasi 3 (Rising Star):
PT Solusi Kerah Byru
- Byru
- Hadiah uang pembinaan Rp5.000.000.

***Indonesia Fashion and Craft Awards* (IFCA)**
Merupakan program kompetisi bagi desainer muda Indonesia yang mendorong para desainer untuk memiliki produk inovatif yang berdampak, terutama terhadap pemulihan ekonomi pasca-pandemi dan diharapkan akan semakin banyak desainer memiliki visi *sustainability*.

Tema yang diusung pada 2023 ini adalah *Neighborhood Spirit*; yang mengajak desainer muda untuk dapat berkolaborasi dengan komunitas pelaku IKM di lingkungan sekitar, dalam menciptakan desain yang inovatif dan berdampak untuk mewujudkan industri yang inklusif dan berkelanjutan. Adapun kompetisi IFCA dibagi menjadi kategori fesyen dan kriya.

Startupforindustry
Merupakan program yang mendorong generasi muda untuk menjadikan teknologi sebagai penyedia solusi bagi industri. Startupforindustry berperan sebagai *ecosystem builder* untuk menghubungkan *startup* sebagai penyedia teknologi dengan industri, masyarakat, investor, akselerator/inkubator dan juga global market.

Dengan demikian, pemanfaatan teknologi menjadi semakin inklusif, berdampak nyata terhadap perbaikan masyarakat. Pada akhirnya dapat mendukung capaian *Making Indonesia 4.0*.

Selain menetapkan lima *startup* terbaik dengan solusi yang paling berdampak pada industri, juga diberikan apresiasi kepada *Rising Star of Startupforindustry 2023, Most Professional Startup*, dan *Most Inspiring Startup*.

Reni menyampaikan, selain penganugerahan penghargaan IFI, IFCA dan Startupforindustry, dalam acara Gebyar IKMA 2023 ini juga dilaksanakan penyerahan secara langsung kepada IKM penerima fasilitasi dari Ditjen IKMA dalam rangka kegiatan bimbingan, pendampingan, dan sertifikasi HACCP kepada IKM makanan dan minuman.

Kemudian bimbingan, pendampingan dan sertifikasi SPPT SNI Garam Konsumsi Beryodium, mainan anak, dan pakaian bayi. Ada pula bimbingan, pendampingan, dan sertifikasi Cara Pembuatan Kosmetik yang Baik (CPKB).

Selain itu, fasilitasi bimbingan teknis dan sertifikasi Tingkat Komponen Dalam Negeri (TKDN) untuk industri kecil, fasilitasi restrukturisasi mesin dan peralatan produksi IKM, fasilitasi desain kemasan dan merek, serta fasilitasi pendaftaran perlindungan kekayaan intelektual.

Dalam rangkaian Gebyar IKMA 2023, Ditjen IKMA turut memfasilitasi pameran yang diikuti oleh 113 IKM binaan terdiri atas para finalis kompetisi 2023, alumni peserta kompetisi IFI, IFCA, Startupforindustry, *Creative Business Incubator*, serta IKM unggulan sektor *home decoration* berbasis logam di Mosaic Walk dan Food Society lantai dasar Mal Kota Kasablanka pada 12-17 Desember 2023. **(Urwah Wali Aufi)**

Peserta Creative Business Incubator Siap Naik Kelas

Pendampingan terhadap para pelaku bisnis menjadikan mereka semakin mantap menjalankan usaha. Kombinasi teori dan praktik dari pakar diharapkan mampu membantu pencapaian target.

PADA 8 Desember 2023, Direktorat Jenderal Industri Kecil, Menengah, dan Aneka (Ditjen IKMA) Kementerian Perindustrian RI bersama dengan Bali Creative Industry Center (BCIC) menggelar acara *graduation* untuk peserta program *Creative Business Incubator* (CBI) 2023. Acara yang digelar di gedung BCIC di Denpasar, Bali, ini merupakan acara penutup rangkaian program CBI 2023.

CBI merupakan salah satu program unggulan dari BCIC yang rutin dilaksanakan setiap tahunnya. Pada intinya, program CBI merupakan program akselerasi berbentuk inkubasi khusus bagi pelaku industri kecil dan menengah (IKM) bidang fesyen dan kriya, untuk meningkatkan kemampuan pengelolaan dan kapasitas bisnis agar dapat naik kelas (*scaling up*).

Syarat peserta CBI antara lain adalah WNI berusia maksimal 35 tahun, berpendidikan minimal Diploma III, memiliki keterampilan desain atau latar belakang pendidikan desain, dan telah menjalankan bisnis dibidang kriya/fesyen minimal satu tahun.

● Dirjen IKMA, Reni Yanita (keenam dari kanan), berfoto bersama peserta sesi kelas luring CBI 2023.

FOTO-FOTO DOK.KEMENPERIN/WENDY

● **(Dari bagian kiri) Plt. Direktur IAIKMKSK, Ni Nyoman Ambareny dan Dirjen IKMA, Reni Yanita melihat pameran produk peserta CBI 2023.**

Program CBI dilakukan secara bauran (daring dan luring) dibagi menjadi dua tahap yang dilaksanakan selama dua tahun, yaitu sesi kelas (*camp/classical*) pada tahun pertama dan sesi pendampingan (*coaching*) pada tahun kedua.

Pada sesi kelas, peserta akan mendapatkan materi manajemen bisnis yang disampaikan dengan kombinasi antara teori, praktik, dan tugas lapangan oleh akademisi profesional dan praktisi fesyen dan kriya yang berpengalaman.

Adapun materi manajemen bisnis yang disampaikan meliputi strategi bisnis, *branding* dan *Customer Relationship Management* (CRM), manajemen produksi, manajemen SDM, keuangan, dan perencanaan bisnis. Sesi kelas diakhiri dengan tahap *business pitching* di depan para investor dan pemangku kepentingan.

Sedangkan untuk sesi pendampingan, peserta akan dibina agar dapat membuat target bisnis, langkah-langkah pencapaiannya, dan mengatasi kendala yang muncul selama pencapaian target.

Sejak diluncurkan di 2018, para alumni CBI berhasil meningkatkan kapasitas produksi, menambah tenaga kerja, meningkatkan omset, dan juga naik kelas, baik dari skala mikro ke skala kecil, maupun dari skala kecil menjadi skala menengah.

Kemudian, para alumni juga mencetak berbagai prestasi seperti berpartisipasi dalam pameran luar negeri, memberdayakan komunitas perajin lokal, memenangkan penghargaan, mendapatkan investor, maupun ekspansi bisnis.

Pada 2023, program CBI diikuti oleh 60 peserta sesi kelas, yang nantinya akan mengikuti sesi pendampingan di 2024 dan 25 peserta sesi pendampingan yang telah mengikuti sesi kelas pada 2022. Sesi kelas berlangsung selama satu bulan dari 2 November 2023 hingga 5 Desember 2023.

Kemudian dilanjutkan dengan sesi *business pitching* pada 7 Desember 2023. Sesi pendampingan berlangsung dari Maret-November 2023. Kedua sesi tersebut ditutup dengan acara *graduation* yang dilaksanakan pada 8 Desember 2023.

Acara *graduation* CBI 2023 dilakukan secara bauran dan dihadiri Dirjen Industri Kecil, Menengah, dan Aneka, Reni Yanita, Plt. Direktur Industri Aneka dan IKM Kimia, Sandang, dan Kerajinan, Ni Nyoman Ambareny, Pembina Industri Ahli Utama, Dody Widodo dan Gati Wibawaningsih, keluarga besar CBI 2023 dan BCIC, serta tamu undangan lainnya.

Acara juga dimeriahkan dengan penghargaan peserta terbaik, pertunjukan *stand-up comedy, fashion show*, dan juga pameran mini yang menampilkan produk-produk fesyen dan kriya dari para peserta.

Pesan Dirjen IKMA

Dalam sambutannya Dirjen IKMA, Reni Yanita, menyampaikan apresiasi kepada seluruh pihak yang membantu kelancaran pelaksanaan CBI 2023 dan memaparkan betapa Indonesia merupakan negara yang kuat. Terbukti dari pertumbuhan ekonomi yang masih positif dengan angka 4,94% walaupun sepanjang tahun diterpa berbagai kesulitan seperti ancaman resesi, inflasi, maupun ketegangan geopolitik.

Reni pun meyakinkan para hadirin bahwa iklim industri di Indonesia, terutama industri kreatif bidang fesyen dan kriya, tergolong baik. Pada Triwulan III 2023 ini nilai tambah industri kreatif men-

Peserta Terbaik CBI 2023

Sesi	Nama	Jenama
Kelas (luring)	Finda Ayu	XOXO Bali
Kelas (daring)	Aprilia Pujianti	Apparelclothes.id
Pendampingan	Dewi Ratna Purwanti	Diarra X Kampoeng Radjoet

capai Rp1,05 Triliun, dengan kinerja ekspor industri fesyen mencapai US$9,88 miliar dan industri kriya mencapai US$6,26 miliar, menunjukkan prospek industri kreatif di Indonesia ke depannya akan semakin besar.

Dalam mengikuti program CBI 2023, para peserta bekerja keras dan melakukan berbagai pengorbanan, seperti berpisah dengan keluarga maupun kolega. “Para peserta, baik yang telah melalui sesi kelas maupun sesi pendampingan, patut diapresiasi karena telah mendedikasikan waktu dan energi mereka dalam waktu yang tidak sebentar,” puji Reni.

Program CBI memakan waktu satu bulan untuk sesi kelas, sembilan bulan untuk sesi pendampingan, dan mengharuskan para peserta untuk fokus secara intensif. Reni yakin pengorbanan ini tidak akan sia-sia, karena ilmu yang didapatkan para peserta akan sangat berguna untuk membantu kelancaran bisnis agar dapat naik kelas.

Reni berpesan kepada para peserta agar tidak hanya menerapkan ilmu yang didapat, namun juga menjaga jaringan informasi dan komunikasi antarpeserta dan narasumber, serta menjadi teladan/pionir bagi pelaku industri fesyen dan kriya.

Reni juga menganjurkan para peserta mengajak pelaku IKM kriya dan fesyen lainnya untuk turut berpartisipasi dalam program CBI maupun program BCIC lainnya. “Pada dasarnya setiap daerah memiliki potensi dan kreativitas khas masing-masing yang perlu diberdayakan,” ungkapnya.

● Salah Satu Produk Batik Peserta CBI 2023.

Peserta sesi kelas CBI 2023 terdiri dari 17 Provinsi dan 47 kabupaten/kota yang tidak hanya berasal dari Pulau Jawa, namun juga Sumatera, Bali, Sulawesi, hingga Papua.

Kesan mentor dan peserta

Perwakilan dari tim mentor CBI 2023, M Setyawan Kusmulyono dari Universitas Prasetiya Mulya, memaparkan hasil dari sesi *coaching* CBI 2023. Menurutnya, ada beberapa permasalahan bisnis yang dialami oleh peserta *coaching*, di antaranya visi misi, model bisnis, dan strategi yang masih kurang tajam; *branding* dan strategi pemasaran yang masih kurang relevan; kurang menyadari kekuatan bisnis yang dimiliki; serta pertimbangan untuk mengubah porsi gaji *founder* sesuai dengan beban dan tanggung jawab.

Selama *coaching* CBI 2023 ada empat IKM yang mengalami kenaikan omset 70%-500%, yaitu Diarra X Kampoeng Radjoet, Kotooclothes, PT Arzitex Global Manufaktur, dan CV Intan Natural Stone.

Para peserta CBI 2023 pun menyampaikan kesan dan pesan selama menjalani CBI 2023. Diwakili oleh Aditya Damar, *founder* Batik Banava, dan Roni Akbar dari Arrastyle.id, para peserta menyatakan bahwa mereka sangat puas dengan ilmu yang mereka dapatkan selama menjalani CBI 2023.

Ajang tersebut membuat banyak kenangan bersama dengan peserta lain maupun para mentor dan pelaksana program. Mereka juga terkesan dengan kesungguhan dari para pelaksana program dan tim mentor dalam melakukan pembinaan.

Damar mengatakan, “Konsep acaranya pecah banget, sih. Jadi kita di sini dikasih ilmu yang menurut saya konsepnya sudah sangat bagus, komprehensif, dan akhirnya bisa kita terapkan di bisnis masing-masing”.

“Kita jadi bisa kenal dengan teman-teman dari seluruh daerah di Indonesia, dan mereka itu saling *sharing* bisnis, mau saling belajar, tanpa takut ada rasa akan menjadi pesaing,” lanjutnya.

Roni pun menyatakan pendapat senada. “Saya menemukan *insight* baru mengenai strategi dan *impact* sosial yang bisa kami jalankan pada bisnis kami masing-masing.”

Baik Damar dan Roni mengharapkan agar program CBI dapat terus berlanjut, ditingkatkan kualitasnya, dan dijaga totalitasnya. CBI diharapkan dapat menjangkau lebih banyak lagi pelaku IKM fesyen dan kriya di seluruh penjuru Indonesia, demi pemerataan pengembangan industri kreatif fesyen dan kriya.

Oleh karena itulah berbagai upaya sosialisasi telah dilakukan Ditjen IKMA dan BCIC. Di antaranya mengadakan program *creative talk* yang pada 2023 telah dilaksanakan di Malang, Yogyakarta, dan Bandung. Ke depannya, *creative talk* direncanakan akan dilaksanakan di daerah-daerah lainnya. Informasi lengkap mengenai program CBI dan program BCIC lainnya dapat diperoleh melalui website *https://bcic-ikm.net* dan akun Instagram *@bcicofficial*. **(Wendy)**

Kementerian Perindustrian Dorong Perluasan Akses Pasar IKM Perhiasan

Pasar yang masih harus terus digarap ialah perhiasan. Kemampuan IKM binaan Kementerian Perindustrian harus terus diasah untuk memasuki ceruk pasar dalam dan luar negeri.

FOTO-FOTO DOK.KEMENPERIN/WENDY

INDUSTRI perhiasan merupakan salah satu sektor andalan yang memberikan kontribusi terhadap perekonomian nasional Indonesia, melalui capaian nilai ekspornya. Hal ini dikarenakan produk perhiasan dalam negeri dinilai mampu berdaya saing global dan memiliki nilai tambah tinggi.

Berdasarkan data Pusat Data Industri Kementerian Perindustrian, nilai ekspor perhiasan dan barang berharga pada periode Januari-November 2023 tercatat sebesar USD5,1 miliar, dengan nilai impor senilai USD153,47 juta, sehingga neraca perdagangan untuk komoditi perhiasan dan barang berharga masih surplus sekitar USD4,9 miliar.

Adapun negara utama tujuan ekspor perhiasan dari Indonesia antara lain Singapura, Amerika Serikat, Swiss, Jordania, dan Uni Emirat Arab (*trademap.org*, 2022). Selain itu *market share* ekspor perhiasan dan barang berharga Indonesia ke dunia pada 2022 sebesar 1,6% dan menempati urutan ke 17 dari seluruh negara eksportir produk perhiasan dan barang berharga.

Market share ini naik dari tahun sebelumnya yang hanya mencapai 1,2%. Hal ini menunjukkan bahwa industri perhiasan Indonesia masih memiliki peluang untuk terus tumbuh dan berkembang dalam meningkatkan pangsa pasarnya.

Di era globalisasi dan perkembangan teknologi serta persaingan yang semakin ketat, Kementerian Perindustrian saat ini tengah fokus memacu kinerja industri tidak terkecuali sektor industri perhiasan. Terlebih itu yang sampai sekarang tetap menjadi andalan karena memiliki nilai tambah dan daya saing tinggi.

Peranan ekspor sebagai salah satu sumber utama penerimaan negara sangat penting untuk menunjang kelangsungan pembangunan perekonomian nasional. Oleh karena itu, keberhasilan dalam meningkatkan ekspor akan sangat berkontribusi terhadap pertumbuhan perekonomian nasional. Keberhasilan untuk meraih penerimaan dari sektor ekspor selama ini tidak terlepas dari kinerja dan peranan ekspor produk perhiasan.

Perluas akses pasar

Kementerian Perindustrian terus mendorong penguatan *branding* produk perhiasan Indonesia agar lebih berdaya saing di tingkat global.

Hal ini sejalan dengan fokus pemerintah untuk meningkatkan nilai ekspor industri perhiasan dari tahun ke tahunnya.

Dalam rangka mendukung program pemerintah tersebut, Asosiasi Pengusaha Emas Permata Indonesia (APEPI) menggagas acara pameran Surabaya International Jewelery Fair (SIJF) 2023 yang secara rutin diadakan setiap tahunnya. Pameran kali ini diselenggarakan di Ballroom Shangri-La Hotel Surabaya pada 28 September-1 Oktober 2023 dengan mengangkat tema *The ICONIC Jewellery Fair in Eastern Indonesia*.

Direktorat Jenderal Industri Kecil, Menengah, dan Aneka (Ditjen IKMA) Kementerian Perindustrian dalam kesempatan ini memfasilitasi 20 pelaku industri perhiasan, khususnya yang berskala industri kecil dan menengah (IKM). Mereka difasilitasi untuk berpartisipasi dan diharapkan memperluas akses pasar industri perhiasan dalam negeri, serta mampu menembus pasar ekspor.

SIJF ini merupakan salah satu pameran perhiasan terbesar di Indonesia, yang bertujuan sebagai ajang promosi dan temu bisnis bagi para pelaku usaha di sektor industri perhiasan. Pameran ini juga diharapkan dapat menjadi salah satu upaya dalam memajukan industri perhiasan baik industri kecil, menengah, dan besar di Indonesia agar dapat tumbuh bersama untuk meningkatkan pangsa pasar dalam negeri dan pasar ekspor.

Hal itu merupakan peluang bagi industri perhiasan Indonesia untuk bersinar, tidak hanya di tingkat nasional tetapi juga di tingkat global. Adapun 20 IKM yang memperoleh fasilitasi dari Kemenperin dalam acara pameran SIJF 2023 ini telah melalui rangkaian proses seleksi dan kurasi oleh tim kurator.

Produk-produk IKM yang ditampilkan dalam pameran ini beragam seperti perhiasan berbahan baku emas dan perak, batu mulia, mutiara, dan kuningan. Para IKM memiliki kreativitas dalam mengolah bahan-bahan baku tersebut menjadi kalung, anting, gelang, bros, dan aksesoris lainnya yang menyesuaikan dengan permintaan konsumen.

IKM perhiasan dari berbagai daerah di Indonesia memiliki keahlian dalam hal menghasilkan produk yang unik. Seperti IKM perhiasan batu mulia dari Kalimantan Selatan dan giok Aceh yang turut serta dalam acara pameran SIJF 2023 ini.

Menurut Direktur Jenderal IKMA Reni Yanita, "Indonesia juga mengolah lagi, meningkatkan nilai tambah batuan-batuan untuk jadi perhiasan. Maka perlu ditingkatkan bahan baku industri perhiasan, itu tujuannya (kegiatan ini). Kalau potensi kita ekspor dalam bentuk bahan baku, gak diolah, kita cuma jadi konsumen."

Ekspor industri perhiasan di Indonesia terus meningkat dan bisa tumbuh berkembang baik skala kecil maupun besar. Faktor pendorong pertumbuhan industri perhiasan antara lain karena pengembangan desain bagi pelaku industri, melalui sejumlah program pemberdayaan IKM dari Direktorat Industri Aneka dan IKM Kimia, Sandang, dan Kerajinan Kemenperin selaku pembina industri perhiasan melalui pelatihan teknis, bantuan mesin peralatan untuk IKM.

FOTO-FOTO DOK.KEMENPERIN/WENDY

● **Dirjen IKMA meninjau *booth* pameran perhiasan IKM binaan Ditjen IKMA.**

Ajang temu bisnis

Pameran SIJF 2023 diikuti oleh berbagai industri perhiasan mulai dari IKM, industri besar, hingga industri mesin, dan perangkat industri perhiasan. Ketua Pelaksana SIJF 2023, Iskandar Husein, mengatakan ajang ini merupakan satu-satunya pameran di Indonesia bagian barat.

Pameran diikuti oleh berbagai bidang usaha perhiasan dari dalam dan luar negeri, seperti pabrik perhiasan, distributor perhiasan, toko perhiasan, mekanika permesinan dan kemasan perhiasan serta desainer dan pengrajin.

"Pameran perhiasan ini memiliki peran penting dalam upaya pengembangan investasi di industri kreatif dan perdagangan perhiasan, serta pembukaan lapangan kerja di Indonesia," ungkap Iskandar.

Pameran diikuti lebih dari 117 peserta yang di antaranya 67 peserta swasta, 10 peserta mesin dan perangkat industri perhiasan, dan 40 pengrajin IKM yang merupakan mitra-binaan Kementerian

● Aneka ragam produk kreasi industri prehiasan.

Perindustrian, Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Jawa Timur.

Iskandar berharap agar pameran dapat meningkatkan kesejahteraan pengrajin perhiasan kreatif, sekaligus membuka peluang usaha para pelaku bisnis UKM untuk memasarkan produk-produk kreatif mereka.

Di samping itu, para konsumen juga dapat memilih produk-produk perhiasan beragam yang berkualitas dengan harga bersaing dalam rangka menjaga pertumbuhan ekonomi. Ajang ini menjadi promosi bersama untuk mengedukasi masyarakat pencinta perhiasan dan pengrajin perhiasan sebagai tuan rumah di Indonesia. **(Indah Purwanti, dikutip dari berbagai sumber)**

Daftar IKM Peserta Fasilitasi Pameran SIJF 2023

No	Nama IKM	Produk	Daerah	Keterangan
1	Ellyhan Jewelry	Perhiasan handmade berbahan mutiara dan batu alam material perak	DKI Jakarta	IG @ellyhanjewelry
2	Koto Pulao Nusantara	Gemstone silver rings, Stone earrings, Gemstone bracelet	DKI Jakarta	IG @MagicalHealingStone
3	Ashoff Jade SA	Giok Aceh	DKI Jakarta	IG @asshof.jade.sa
4	Angga Silver	Kalung, Gelang, cincin, Bros	DI Yogyakarta	IG @Silver_filigri
5	Umi Silver	Gelang, anting, giwang, bros, kalung, cincin	DI Yogyakarta	Uminurhasanah486@gmail.com
6	Lolo Silver	Emas dan Perak	Bali	IG @lolosilver
7	Kahyangan Jewelry	Perhiasan Emas dan Perak	Bali	IG @kahyanganjewelry
8	Sri Intan Silver	Cincin ,gelang , bros, anting , kalung (asesoris bernuansa etnik Bali)	Bali	IG @Sri_intansilver
9	Kiki Gerssom	Fashion jewellery: necklace, bracelet, clutch	Jawa Timur	IG @kikigerssom
10	Nikita Etnik	Kalung & Bros, Batu pinggiran tembaga bakar, Gelang Batu	Jawa Timur	IG @NikitaEtnik
11	CV Infinity Multicorp (Artistica Jewelry)	Perhiasan Perak & Kuningan	Jawa Timur	www.artisticaindo.com
12	CV Dientje Permata	Perhiasan perak, batu-batuan, embroidery	Jawa Timur	IG @dientjewellery
13	Monliesmade	Head piece, handmade accesories	Jawa Timur	IG @monliesmade
14	Alfen Mutiara Lombok	Aksesoris Mutiara Lombok	NTB	IG @Alfenhartana
15	CV Pandora Mutiara	Perhiasan & Aksesoris Mutiara Asli dengan bahan kuningan, perak, dan emas berupa gelang cincin anting/giwang liontin kalung & bros	NTB	www.lilara.co.id
16	Maza Handcrafted Pearl and Jewelry	Kalung,gelang,cincin,bros,asesoris	NTB	IG @mazapearljewelry
17	Ragenda Mop	Kalung,gelang ,cincin,liontin ,bros	NTB	IG @Arar_ragendamopjewelry
18	Karya Permata	Batu permata dan berlian putih sama berlian hitam	Kalimantan Selatan	m.bahwares25@gmail.com
19	Qnaparin Diamond	Gelang, Cincin, giwang/anting, kalung	Kalimantan Selatan	IG @Qnaparin_diamond
20	NAFA	Ring, Earing, Bracelet, Pendant	Kalimantan Selatan	IG @Nafa_giftofborneo

Kolaborasi IKM Logam dalam Rantai Pasok Industri Besar

Strategi kemitraan merupakan salah satu upaya yang paling efektif untuk membangun IKM yang mandiri karena dalam kemitraan, banyak peluang positif bagi IKM mulai dari kepastian pasar, pasokan bahan baku hingga perbaikan manajemen IKM itu sendiri.

SEJAK 2018 Kementerian Perindustrian melalui Direktorat Jenderal Industri Kecil, Menengah, dan Aneka (IKMA) telah memfasilitasi kemitraan untuk IKM khususnya IKM logam dan mesin. Sebanyak 18 IKM telah menjalin kemitraan dengan 11 industri besar baik BUMN maupun swasta dengan berbagai ruang lingkup, yaitu penyediaan alat perkakas pertanian dan perkebunan, penyediaan produk *casting pump*, penyediaan komponen alat kesehatan, penyediaan bahan baku, penyediaan komponen alat berat serta penyediaan jasa repair dan *part mechanical*.

Pertengahan 2023 Ditjen IKMA berhasil menyelenggarakan kemitraan berjudul Temu Bisnis Dalam Rangka Fasilitasi Kemitraan IKM Logam Dengan Industri Besar di Solo Raya yang merupakan

● Pembukaan kegiatan fasilitasi kemitraan IKM logam dengan industri besar di Solo Raya.

FOTO-FOTO DOK.KEMENPERIN/SEKAR AJI PELANGI

● **Peninjauan pameran produk IKM peserta temu bisnis.**

● **Penandatanganan MoU Pengembangan Supply Chain Komponen Mesin CNC dan Roasting Kopi antara PT. YPTI dan PT. Indotech Trimitra Abadi.**

tindak lanjut dari nota kesepahaman antara Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menegah (Kemenkop UKM), Kementerian Perindustrian, dan Kementerian BUMN tentang Kemitraan Koperasi, UMKM/IKM dalam Rantai Pasok BUMN yang ditandatangani pada 3 September 2021. Tentunya, kegiatan ini didasari dengan prinsip hubungan bersinergi yang saling membutuhkan dan menguntungkan.

Sebanyak 44 peserta dari 22 IKM logam di Solo Raya antusias mengikuti temu bisnis tersebut. Keseluruhan IKM yang mengikuti temu bisnis bergerak di bidang industri fabrikasi *mechanical part, sparepart, precision part, mould, dies, pattern* automasi dan permesinan.

Peran penting industri besar

Di samping itu, kehadiran narasumber tidak kalah menarik yang melibatkan beberapa industri besar baik perusahaan BUMN hingga swasta, di antaranya PT Toyota Motor Manufacturing Indonesia (TMMIN), PT Yogya Presisi Teknikatama Industri (YPTI), ATMI Group, PT Perkebunan Nusantara (PTPN) III, PT Pupuk Indonesia, PT Indospring Tbk, PT Indoprima Gemilang Engineering, dan CV Julang Marching Pratama.

Industri besar sebagai narasumber memiliki peran yang sangat penting guna menunjukkan perkembangan industri manufaktur, syarat dan prosedur kemitraan, hingga peluang masuknya IKM kedalam rantai pasok Industri Besar tersebut.

"Melalui kesempatan kali ini saya berharap menjadi saat yang tepat bagi IKM untuk mengetahui kebutuhan, persyaratan standar serta prosedur *procurement* perusahaan BUMN sehingga kemudian dapat menjadi bagian dari rantai pasok BUMN," ucap Dirjen IKMA, Reni Yanita, di Surakarta, Jawa Tengah (5/7).

Sebelum dilaksanakan temu bisnis, dilakukan kunjungan oleh perusahaan BUMN dan industri aneka keempat lokasi, yaitu CV Kurnia Teknik, PT Sinergi Solo Sejahtera, CV Sidodadi Mandiri, dan Politeknik ATMI Surakarta. Kunjungan itu bertujuan agar para industri besar dapat melihat langsung potensi yang dimiliki oleh IKM di Solo Raya.

"Kunjungan industri dilakukan sebelum diadakannya temu bisnis agar perusahaan industri besar, baik perusahaan BUMN maupun swasta, dapat melihat langsung potensi dari IKM di Solo Raya ini," tegas Reni.

Direktur IKM Logam, Mesin, Elektronika dan Alat Angkut Dini Hanggandari berharap fasilitasi kemitraan IKM dengan industri besar dapat mendongkrak kontribusi IKM dalam proses pengadaan industri besar. "Agar pengadaaan barang dan jasa nantinya didominasi oleh produk-produk dalam negeri, bahkan dapat menggantikan produk impor," ujarnya.

Dalam kesempatan yang sama, tim Ditjen IKMA turut menyaksikan penandatanganan nota kesepahaman antara PT YPTI dengan PT Indotech Trimitra Abadi dalam rangka pengembangan *supply chain* komponen mesin CNC dan *roasting* kopi.

"Untuk mendukung keberhasilan kemitraan IKM dengan industri besar, memang memerlukan kemauan yang kuat dari semua pihak dan *stakeholder* terkait untuk bersama-sama mendorong IKM yang memiliki potensi untuk dikembangkan," papar Dini. **(Sekar Aji Pelangi)**

Memaksimalkan Potensi Industri Ponpes dan Santripreneur

Pondok pesantren yang tersebar di seluruh provinsi memiliki potensi tumbuhnya pelaku-pelaku wirausaha. Para santri bukan cuma dididik agama saja melainkan juga bagaimana menjadi seorang entrepreneur.

FOTO-FOTO DOK. KEMENPERIN

● Acara Puncak Program Santripreneur 2023 di Pondok Pesantren Darussyifa Al-Fitroh Kab. Sukabumi.

PENUMBUHAN pelaku industri atau wirausaha baru (WUB) dapat memberikan dampak positif yang berantai pada roda perekonomian masyarakat. Selain memaksimalkan potensi komoditas produk di daerah, penumbuhan WUB juga dapat dilakukan dengan memperhatikan potensi ekosistem industri dan pasar yang telah terbentuk.

Kementerian Perindustrian melalui Direktorat Jenderal Industri Kecil, Menengah, dan Aneka (Ditjen IKMA) mendorong ekosistem pondok pesantren sebagai peluang untuk menumbuhkan para pelaku WUB. Hal itu dilakukan dengan memanfaatkan sumber daya yang dimiliki melalui Program Santripreneur.

Santripreneur memberikan berbagai macam bentuk fasilitasi mulai dari kegiatan bimbingan teknis produksi hingga fasilitasi mesin/peralatan produksi. Adapun bidang industri pembinaan Program Santripreneur meliputi 11 bidang pembinaan di antaranya konveksi, olahan pangan, olahan minuman, pendampingan Sertifikat SNI Garam Beryodium, *paving block*, pengelasan, *body care*, perbengkelan roda dua, pupuk organik cair, alas kaki, dan daur ulang sampah.

Program yang telah dilaksanakan sejak 2013 tersebut, telah membina sebanyak 10.924 santri dari 101 pondok pesantren di berbagai wilayah di Indonesia. Pada 2023, Program Santripreneur dilaksanakan di beberapa pondok pesantren di berbagai wilayah di Indonesia.

Mengusung tema *Santri Berindustri Jayakan Negeri*, acara puncak seremonial program *Santripreneur* diselenggarakan secara *hybrid* pada 23 November 2023, di Pondok Pesantren Darussyifa Al Fitroh, Kabupaten Sukabumi, Jawa Barat.

Perluasan lapangan kerja

Menteri Perindustrian, Agus Gumiwang Kartasasmita, menyampaikan apresiasi kepada pimpinan dan pengasuh enam pondok pesantren atas peran sertanya mendorong pertumbuhan wirausaha IKM di lingkungan pondok pesantren. “Saya juga sangat mendukung peran para santri dalam menciptakan kemandirian pondok pesantren dan pemberdayaan ekonomi masyarakat sekitar,” ungkap Menperin.

Menperin menambahkan, “Dalam rangka mendorong penciptaan dan perluasan lapangan kerja, dipandang perlu untuk meningkatkan jumlah pelaku wirausaha yang melibatkan kolaborasi antar *stakeholder* seperti pemerintah pusat, pemerintah daerah, akademisi, dan *stakeholder* lainnya seperti pondok pesantren dalam rangka menumbuhkan jiwa kewirausahaan di kalangan para santri dan generasi muda.”

Direktur Jenderal Industri Kecil, Menengah dan Aneka, Reni Yanita, mengatakan, “Sejak tahun 2012 hingga tahun 2035, Indonesia diperkirakan memasuki masa bonus demografi dengan periode puncak antara tahun 2020 hingga 2030.”

Jumlah penduduk usia produktif yang besar menyediakan sumber tenaga kerja, pelaku usaha, dan konsumen potensial yang sangat berperan dalam percepatan pembangunan.”

● **Produk unggulan karya Pondok Pesantren Darussyifa Al-Fitroh.**

“Bonus demografi harus dikelola dengan baik, sehingga untuk mengurangi kesenjangan kompetensi yang dimiliki oleh calon tenaga kerja dengan kebutuhan industri. Kementerian Perindustrian memiliki program pendidikan vokasi dan diklat 3 in 1 yang dapat diakses oleh para angkatan kerja. Kurikulum yang diberikan pada kedua program tersebut telah disesuaikan dengan kebutuhan industri,” lanjutnya.

Peran strategis

Reni mengungkapkan bahwa berdasarkan data Kementerian Agama sampai dengan Semester II 2023 jumlah pondok pesantren di Indonesia diperkirakan mencapai 39.167 di seluruh provinsi, dengan

total jumlah santri sekitar 4.847.197 orang. Jawa Barat merupakan provinsi dengan jumlah pesantren terbanyak di Indonesia dengan total 12.121 pesantren. Jawa Timur menyusul dengan 6.745 pesantren, dan Jawa Tengah dengan 5.084 pesantren.

“Dengan jumlah pondok pesantren dan santri yang cukup besar, pondok pesantren memiliki potensi yang strategis untuk mendukung pembangunan ekonomi nasional serta berperan strategis dalam mendukung pertumbuhan industri manufaktur di Indonesia”, tambahnya.

Program Santripreneur memiliki kurikulum kejuruan atau kewirausahaan. Adapun jenis kegiatannya antara lain bimbingan teknis produksi, fasilitasi mesin/peralatan, serta materi kewirausahaan dan digital marketing, yang diberikan sesuai dengan potensi dan kebutuhan masing-masing pondok pesantren.

“Melalui Program Santripreneur ini, pondok pesantren dapat turut berkontribusi lebih besar terhadap pembangunan ekonomi daerah dan nasional. Saya juga mendorong para santri yang sedang bergabung dalam Program Santripreneur untuk menjadi santri milenial, yaitu santri yang mampu berproduksi dengan baik serta menguasai perkembangan teknologi digital dalam menjalankan unit usaha industrinya, atau yang ingin saya sebut dengan istilah ‘Santri Milenial 4.0’,” ungkap Reni.

Program Santripreneur 2023 dilaksanakan di enam pondok pesantren, yaitu Darussyifa Al-Fitroh di Kabupaten Sukabumi, Al Qodiriyah di Kabupaten Magelang, Al Muwazanah di Kabupaten Kediri, Darul Huda di Kabupaten Blitar, Bustanul Ulum di Kabupaten Bondowoso, dan Nurul Jadid di Kabupaten Situbondo.

Fasilitasi yang diberikan kepada enam pondok pesantren tersebut selain bimbingan teknis wirausaha baru, juga fasilitasi mesin/peralatan produksi, seperti Darussyifa Al-Fitroh yang mendapatkan fasilitasi mesin/peralatan produksi pengolahan limbah ternak menjadi biogas dan pupuk organik.

Kemudian Al Muwazanah dan Bustanul Ulum mendapatkan fasilitasi mesin/peralatan *roasting* dan *grinding* kopi, serta Darul Huda, Nurul Jadid, dan Al Qodiriyah diberikan fasilitasi mesin/peralatan *all in one PC* untuk penguatan hasil desain produk di pondok pesantren.

Adapun alur proses fasilitasi Program Santripreneur adalah sebagai berikut:
- Pengajuan langsung ke Kementerian Perindustrian maupun pengajuan melalui Dinas Perindustrian Daerah dengan menyertakan surat dan proposal.
- Seleksi dan kurasi berkas oleh Kementerian Perindustrian.
- Survei dan pemetaan kebutuhan pembinaan sesuai dengan kondisi dan potensi pondok pesantren.
- Pondok Pesantren yang terpilih akan mendapatkan fasilitasi berupa bimbingan teknis, bantuan mesin/peralatan, *workshop* pemasaran *online*, serta fasilitasi lainnya seperti Sertifikasi SNI Wajib. **(Urwah Wali Aufi)**

DOK. KEMENPERIN

● **Dirjen IKMA bersama para Santri.**

Kementerian Perindustrian
REPUBLIK INDONESIA

MAKING INDONESIA 4.0

PROGRAM PENUMBUHAN WIRAUSAHA BARU DI PONDOK PESANTREN

Tujuan:

Penumbuhan dan Pengembangan Unit Industri dan Wirausaha Industri Baru di Pondok Pesantren

Manfaat:

01 Santri terampil berwirausaha

02 Kapasitas Produksi Meningkat dapat memenuhi kebutuhan internal dan eksternal pesantren

03 Jejaring Pasar Luas

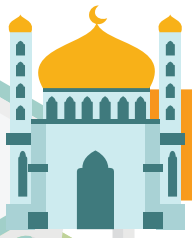
04 Meningkatnya Jumlah Wirausaha - Santri Berindustri dari Pondok Pesantren

11 Bidang Pembinaan:

* Pembinaan yang telah dilakukan periode 2013-2023

Penumbuhan Wirausaha Baru di Lingkungan Pondok Pesantren

10.924 Santri



101 Pondok Pesantren

Total santri yang dibina sejak 2013-2023

● Bola sepak dalam kemasan siap ekspor.

FOTO- FOTO DOK. KEMENPERIN/LUSIANA

Produk Bola Sepak Indonesia Tembus Pasar Global

Produk alat-alat olahraga Indonesia punya pangsa pasar yang cerah. Pemenuhan kualitas standar nasional dan internasional bagi produk yang dihasilkan sangat membantu pengembangannya.

DUKUNGAN pelaku industri aneka khususnya produk bola sepak berkualitas sesuai Standar Nasional Indonesia (SNI) maupun standar internasional, sangat dibutuhkan. Hal ini untuk mendukung perkembangan olahraga sepak bola di Indonesia.

Produk bola sepak yang dihasilkan tentulah bisa digunakan para pesepak bola dari tingkat pemula hingga profesional. Salah satu perusahaan yang sudah berkontribusi menghasilkan bola sepak sesuai standar untuk memenuhi pasar dalam negeri dan luar negeri (ekspor) adalah PT Kones Taeya Industry.

Perusahaan yang dipimpin Miss Seong Mi Choi ini didirikan Mr Chang Keel Sung pada 1992. Awal mula berdiri perusahaan sudah mempekerjakan 241 tenaga kerja dengan kapasitas produksi terpasang per tahun adalah 800 ribu bola.

Setelah berjalan beberapa tahun beroperasi realisasi produksi terus bertambah seiring meningkatnya permintaan pasar. Produk bola yang dihasilkan dari awal pembuatannya, 90% ditujukan untuk memenuhi pasar ekspor ke Venezuela, Panama, dan Peru. Bisa dipahami negara-negara itu masyarakatnya sangat antusias dengan sepak bola.

Sedangkan untuk memenuhi pasar lokal hanya 10% dari kapasitas produksi yang dihasilkan. Produk bola menggunakan bahan baku *bladder* dan *synthetic leather polyester vinyl chloride* (PVC) dari Korea sebesar 30%. Sementara 70% menggunakan bahan baku pendukung lainnya dari dalam negeri seperti bahan-bahan kimia dan bahan penunjang produksi lainnya, untuk menghasilkan bola sepak dan bola futsal.

Pembuatan bola sepak dan bola futsal dilakukan secara manual menggunakan mesin peralatan untuk mencampur bahan kimia yang digunakan untuk pelapisan (*mixing machine*). Kemudian mesin peralatan untuk merekatkan pelapisan dengan larutan kimia (*winding machine*).

Mesin peralatan pemotong bahan PVC (*cutting machine*) untuk memotong pola sesuai ukuran bidang bola sepak atau bola futsal. Selanjutnya mesin penempelan bahan PVC (*lamination machine*) untuk menyambungkan pola membentuk bola sepak atau bola futsal. Adapun mesin peralatan yang digunakan dalam proses produksi masih diimpor dari Korea.

Dampak pandemi

Sebelum pandemi COVID-19 realisasi produksi terus mengalami peningkatan kapasitas produk dari tahun ke tahun, mencapai 14-15 kontainer yang berisi 16 ribu bola per kontainer. Tenaga kerja dalam negeri yang terlibat mencapai 300 orang untuk pembuatan bola sepak (50%) dan bola futsal (50%).

Namun kehadiran pandemi membuat permintaan pasar ekspor anjlok, menjadi 5-6 kontainer (96 ribu) bola per tahunnya. Kondisi ini tak pelak berpengaruh terhadap penyerapan tenaga kerja dari sebelumnya 300 orang menjadi hanya 69 orang saja.

Saat ini pemilik PT Kones Taeya Industry masih tetap dari Korea. Ia dibantu 9 staf manajemen pengelolaan usaha yang terdiri dari 3 orang dari Korea dan 1 direktur asal Indonesia beserta 6 staf lokal yang bertugas membantu dalam bidang keuangan, legalitas, *exim, maintenance*, desain, dan gudang.

Dalam manajemen pengeloaan usaha PT Kones Taeya Industry menerapkan sistem manajemen internal, yang pemberlakuannya mengikuti aturan kepemilikan perusahaan (jajaran direksi). Namun

● **Proses seleksi komponen bola sepak sesuai ukuran stadar.**

dalam legalitas hukumnya perusahaan tetap mengikuti peraturan perundang-undangan yang berlaku di Indonesia seperti perpanjangan perizinan usaha, pembayaran pajak, perizinan ekspor, dll.

Sejak berdirinya dari 1992 PT Kones Taeya tentu telah memberikan kontribusi terhadap perolehan devisa negara dari produk ekspor yang dihasilkannya, perolehan pembayaran pajak, dan membantu penyerapan tenaga kerja. Tentu hal ini berdampak langsung terhadap pergerakan peningkatan perkonomi daerah dan perekonomian nasional.

Untuk mendorong peningkatan industri skala menengah menuju industri skala besar, dibutuhkan keterlibatan industri menengah/industri besar dalam membantu industri kecil, menengah, dan aneka. Hal ini berperan serta dalam meningkatkan kapasitas produk yang berorientasi ekspor.

Kolaborasi pembuatan produk untuk memenuhi permintaan pasar global yang lebih luas di berbagai negara di dunia, jelas sangat dibutuhkan. Saat ini dengan adanya kompetisi sepak bola tingkat dunia yang semakin meluas, telah membuka peluang besar bagi perusahaan mempromosikan produknya.

Produk bola sepak dan bola futsal siap ekspor

Ketika Indonesia menjadi tuan rumah Piala Dunia U-17, hal tersebut memberikan peluang besar bagi produk bola sepak. Terlebih ada 24 negara yang tampil yaitu Indonesia, Inggris, Prancis, Jerman, Polandia, Spanyol, Selandia Baru, Kaledonia Baru, Venezuela, Ekuador, Brasil, Argentina, Amerika Serikat, Panama, Meksiko, Kanada, Senegal, Maroko, Mali, Burkina Faso, Uzbekistan, Korea Selatan, Jepang, dan Iran.

Bagi negara produsen alat-alat olahraga seperti Indonesia, hal itu membuka kesempatan besar meningkatkan kualitas dan kapasitas produk bola sepak atau bola futsal. Tentunya yang ditujukan untuk menembus pasar ekspor.

Selain itu generasi muda saat ini semakin banyak yang tertarik berolahraga melalui permainan sepak bola. Di masa mendatang dibutuhkan komitmen perusahaan produsen alat olahraga khususnya bola sepak untuk memperluas pangsa pasarnya, dengan mengikuti kegiatan promosi dalam pameran langsung maupun dalam promosi digital.

Selain itu dibutuhkan kolaborasi pengembangan usaha dengan produsen lainnya untuk bisa saling berbagi informasi tentang peluang pasar global di tingkat dunia. Hal itu tak lepas dari menempatkan tenaga-tenaga profesional dalam bidang promosi dan pemasaran.

Merekalah yang secara aktif mempromosikan produk untuk mencari dan memperluas jangkauan peluang pasar di berbagai negara. Kementerian Perindustrian dan instansi terkait lainnya sangat mendukung pengembangan dunia usaha, termasuk industri alat olahraga seperti bola sepak dan bola futsal.

Langkah yang dilakukan ialah dengan fasilitasi kemudahan–kemudahan bagi kelancaran dan berkembangnya perusahaan dalam negeri. Hal itu dilakukan agar industri dapat meningkatkan kualitas dan kapasitas produk sesuai standar dalam negeri maupun ekspor. **(Lusiana Mohi)**

Products

Molded Soccer Balls

Hand-Sewn Soccer Balls

Molded Low Bounced Soccer Balls

Molded Basket Balls

Molded Volley Balls

Molded Hand Balls

Mini Balls

Promotional Balls

PT Kones Taeya Industry
Jln Raya Setu,
Kampung Rawa Banteng
Desa Mekarwangi, Cikarang Barat,
Kabupaten Bekasi
Jawa Barat 17530
email: taeyain@gmail.com
Telp 021-8251133, 8251135, 8251136

Alat Permainan Edukatif Mencerdaskan Anak

PT Guru selalu berinovasi untuk menyediakan media pembelajaran bagi anak-anak usia dini, anak-anak berkebutuhan khusus, dan difabel.

MENUKIL dari buku Panduan, Pemilihan, Pembuatan dan Pemanfaatan APE Secara Mandiri dari Direktorat Jenderal Pendidikan Anak Usia Dini, Pendidikan Dasar dan Pendidikan Menengah Kemendikbudristek, APE adalah alat main yang dirancang untuk anak-anak. Tujuannya untuk menstimulasi berbagai aspek perkembangan anak dalam proses pembelajaran baik dilaksanakan di rumah maupun di sekolah.

Alat Permainan Edukatif (APE) dan cara pembelajarannya merupakan komponen yang sangat berpengaruh secara langsung terhadap pencapaian bermain (belajar) anak. APE dapat menarik perhatian, minat dan motivasi anak untuk mengikuti kegiatan belajar.

PT Guru Mainan Edukatif merupakan suatu perusahaan yang bergerak di bidang industri mainan anak yang bersifat edukatif. Perusahaan yang dipimpin oleh Tri Yuliati Retnaningtyas yang biasa disapa Yuli ini didirikan pada tahun 2006. Sebelumnya Yuli bekerja di kantor konsultan dan kemudian bersama temannya mendirikan perusahaan PT Guru yang bergerak dalam industri mainan anak khusus untuk pendidikan.

Awalnya, PT Guru hanya berproduksi untuk memenuhi pengadaan mainan anak tingkat taman kanak-kanak dan sekolah dasar di Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, Riset dan Teknologi. Seiring berjalannya waktu, PT Guru mulai mengembangkan diri untuk memenuhi pengadaan mainan anak tingkat pendidikan usia dini (PAUD) dan anak-anak berkebutuhan khusus.

Dalam memenuhi ketersediaan mainan anak-anak tersebut, Yuli berkonsultasi dengan tenaga ahli yang memahami bentuk dan jenis mainan apa saja yang dibutuhkan anak-anak PAUD dan yang berkebutuhan khusus. Di samping itu, Yuli juga mendapatkan referensi dari katalog, brosur, ketika dirinya berkunjung ke luar negeri dan ketika mengikuti pameran-pameran di Luar negeri seperti di Tiongkok dan negara-negara lain.

FOTO- FOTO PT GURU MAINAN EDUKATIF

● **Mainan jam produksi PT Guru Mainan Edukatif.**

PT Guru juga menjadi penyedia langsung untuk Pusat Layanan Autis (PLA) yang ada di Jakarta, khususnya ke Rumah Sakit seperti Rumah Sakit Fatmawati. PT Guru pun menjadi penyedia peralatan terapis untuk pusat layanan anak autis milik swasta di Pusat Terapis Pela 9, Jakarta, dan beberapa cabangnya seperti Bintaro.

Untuk memenuhi permintaan dari daerah, PT Guru bekerja sama dengan tiga distributor besar yaitu Intan Pariwara, Warna Khatulistiwa dan Gakura. Permintaan daerah untuk peralatan mainan edukatif cukup besar terutama buat PAUD. Jenis mainan yang dibutuhkan sesuai dengan permintaan, biasanya tiap-tiap daerah memiliki jenis dan spesifikasi yang berbeda sesuai keinginan.

Kategori dan jenis

Alat permainan edukatif yang diproduksi PT Guru ada sekitar 23 kategori dan 600 jenis. Kategori tersebut sebagai berikut:

■ Alat berkebutuhan khusus ada 29 jenis di antaranya;
peta timbul Indonesia, bola dunia, *digital talking book*, penutup mata, abacus lokal, *speech trainer*, *hearing aid*, *push-button aluminum cruthes*, kertas braille.

■ Bermain peran ada sekitar enam jenis, yaitu panggung boneka, papan pakaian 9 Miniatur pakaian, boneka jari (orang/profesi/binatang), boneka tangan binatang, boneka tangan orang (keluarga/profesi), boneka tangan pupet.

■ Bola ada sekitar 11 jenis, yaitu *gym ball*, taktil tangan, *sport ball*, *reflex ball*, bola volley, bola lompat, bola besar, bola bergerigi, bola bentuk hewan, bola bentuk kacang, aku ball.

■ *Bulding Blok* ada sekitar enam jenis, yakni balok berongga natural, *building blok* 128 natural, *building blok* 128 warna, *building blok* warna 52 kecil, *building* 32 natural.

■ Goemetri ada sekitar 27 jenis, di antaranya lotto warna, *sorting box B, sorting box A,* pegs, pasak berjenjang slinder, geometri 3D, Hanoi Seglenam, pasak lingkaran, pasak geometri.

■ Jam ada tiga jenis, yaitu jam disiplin waktu, jam warna, jam natural.

■ Kartu edukasi ada 38 jenis di antaranya kartu edukasi gradasi tinggi rendah, kartu edukasi tubuhku, kartu edukasi rumahku, kartu edukasi suara apa ini, kartu edukasi *lotto board*, kartu edukasi.

Selain itu, huruf dan angka ada 20 jenis, di antaranya sempoa, abacus, balok susun angka, pola buah, *puzzle* huruf dan angka dalam *frame*, papan huruf dan angka, papan berhitung, pohon abjad dan angka, *puzzle* pohon angka, *puzzle* pohon abjad, memancing huruf dan angka,

■ Kereta ada enam jenis, yakni Kereta huruf, kereta angka, kereta putar, kereta (susun, siklus, balok).

■ Mainan kayu ada 219 jenis, antara lain miniatur (bunga, daun, binatang), tiruan buah dan sayuran, buah potong, bermain lalu lintas, peternakan, berbagai miniatur, lempar gelang A dan B, papan geometri 4 bentuk, berbagai macam *puzzle* kendaraan, dan lain-lain.

■ Market ibadah ada empat jenis, yaitu tata cara sholat, rumah ibadah 3 D, puzzle pohon dan huruf hijaiyah.

■ *Maze* ada empat jenis, yaitu *maze ball* gambar, *maze ball* geometri, *maze ball* kartu, *maze ball*.

■ Menali ada 12 jenis, antara lain menjahit baju dan celana, menjahit sepatu kecil, menjahit sepatu besar, menjahit huruf, *box meonce* 100 pcs, *meronce* huruf.

● **Yuli pimpinan PT Guru Mainan Edukatif.**

FOTO- FOTO DOK KEMENPERIN/ELLY MUTHIA

● **Beberapa contoh produk mainan edukatif.**

■ Miniatur ada 34 jenis, di antaranya miniatur (buah,sayur dan binatang), miniatur kendaraan, kotak bercerita, balok profesi, bowling, pola buah, dan lain-lain.
■ Nonkayu ada 63 jenis, diantaranya kartu edukasi, bola, boneka tangan, *ark oral sensory probe*, *ark grabber* XT, *multiactive stone, Circular balancing board*, dan lain lain.
■ Penjas adaptif ada lima jenis, yaitu *wall bars*, *walking parallel bar*, *vestibular board*, *straight staircase*, papan titian.
■ Pukul Palu ada tiga jenis, yakni pukul palu geometri, pukul palu besar, pukul palu kecil.
■ *Puzzle* ada 99 jenis, di antaranya *puzzle* huruf dan angka, *puzzle* geometri, *puzzle* orang, rumah, *puzzle* pemandangan, *puzzle* makanan sehat, *puzzle* profesi, *puzzle* sayuran, *puzzle* rumah ibadah, *puzzle* metamorfosis kupu-kupu, *puzzle* binatang laut, *puzzle* binatang, *puzzle* kendaraan.
■ Terapi ada 41 jenis, antara lain *duck call whistle*, *gym ball*, *tongue depressor*, taktil kaki, *straw pack*, *rapper snapper*, *steto, star right*, *seesaw*, sepeda keseimbangan, *pedal roller*, *parasut fun*, dan *blue chewi tube*.
■ *Wire game* ada enam jenis, yaitu *wire game* pemadam, *wire game* jerapah, *wire game* sedang, *wire game* meja, *wire game* 4 kawat, *wire game* kecil.

Berkualitas dan ber SNI

PT Guru yang dikomandani Ibu Yuli memproduksi alat mainan edukatif yang berkualitas dan sudah mendapatkan SNI pada 2014. PT Guru selalu berinovasi untuk menyediakan media pembelajaran bagi anak-anak usia dini, anak-anak berkebutuhan khusus dan difabel.

Tidak hanya menyuplai alat-alat edukasi ke sekolah-sekolah, sekolah luar biasa (SLB), rumah sakit, dan pusat terapi di beberapa provinsi di Indonesia, mereka juga menyediakan alat terapi/edukasi serta memberikan informasi dan edukasi kepada pengguna alat terapi melalui tenaga terapis yang berpengalaman dan kompeten. **(Elly Muthia)**

● **Belajar dan bermain bersama.**

PT. Guru Mainan Edukatif
Kp Kalisuren RT02/003
Desa Kalisuren, Kecamatan Tajur Halang
Bogor, Jawa Barat
pemasaran@guru.co.id
(021) 7304633

CV Wardhana Persembahkan Alat Peraga Berkualitas

Alat peraga pendidikan dibutuhkan agar siswa lebih cepat menangkap pelajaran. Di setiap jenjang pendidikan dibutuhkan alat peraga yang berkualitas.

● Hj. Rahmi (dua dari kanan) serta staf CV. Wardhana memperlihatkan produk alat peraga pendidikan.

FOTO-FOTO DOK.KEMENPERIN/JAY

KALAU melihat kondisi yang ada masih banyak sekolah yang belum memiliki alat peraga dalam proses belajar mengajarnya. Kondisi itulah yang dimanfaatkan CV Wardhana untuk memenuhi ceruk pasar. Usaha yang ditekuni sejak lama seperti ternyata mampu bertahan hingga kini.

Mungkin kita masih ingat saat di taman kanak-kanak (TK) mainan yang sering diperkenalkan adalah balok kayu, yang disusun menjadi rumah-rumahan. Di tingkat yang lebih tinggi, guru biologi menerangkan anatomi manusia atau kerangka manusia dibantu dengan alat menyerupai tengkorak. Murid-murid bisa langsung mencerna seperti apa organ tubuh yang dimiliki manusia.

Balok maupun tengkorak atau kerangka manusia ini biasa disebut alat peraga pendidikan. Terbuat dari bahan kayu, plastik atau bahan lainnya yang tidak membahayakan bagi murid maupun guru.

Salah satu fungsi alat peraga pendidikan itu adalah membantu guru dan dan terutama murid untuk memudahkan penyampaian informasi. Atau dengan kalimat lain fungsi alat peraga dalam pendidikan adalah memperjelas keabstrakan konsep, agar siswa atau murid lebih mudah menangkap apa yang dijelaskan oleh guru.

Alat peraga pendidikan biasanya dibuat oleh industri atau pelaku usaha yang sudah memiliki pengalaman di bidangmya. Tak sembarang pihak bisa memproduksi alat peraga pendidikan karena terkait dengan banyak hal, mulai bahan, proses pengerjaan, hingga produk jadi.

Syarat yang ditetapkan pemerintah sangat ketat karena pengguna alat peraga pendidikan selain guru adalah siswa sekolah yang mayoritas masih anak-anak. Bahkan anak pra-sekolah yang belum masuk TK, perlu pengawasan ketat dari guru dalam penggunaan alat peraga seperti balok.

Industri atau pelaku usaha yang berpengalaman membuat alat peraga pendidikan salah satunya adalah CV Wardhana. Perusahaan ini sudah berkiprah selama 20 tahun. Sebuah pengalaman panjang bagi mereka sehingga mengerti detail terkait alat peraga pendidikan.

Saat ini CV Wardhana dinakhodai HM Reza Pahlewi, SE sebagai Direktur Utama dan Dra Hj Rahmi Aprilawati, MM sebagai Wakil Direktur. Perusahaan ini berdiri pada 10 Januari 2003.

Usaha ini sebenarnya sudah dirintis oleh H Noor Fakih, ayahanda Hj Rahmi sejak 1983 dengan bendera CV Anutapura. Setelah berpisah dengan mitra lama muncul nama baru yaitu CV Wardhana. Sejak 2003 Reza yang merupakan adik dari Rahmi mendapat kesempatan melanjutkan usaha ini. Kedua adik kakak ini mendapatkan ilmu langsung dari H Noor Fakih dan dipersiapkan untuk membesarkan usaha yang telah dirintisnya.

Semua jenjang pendidikan

CV Wardhana (selanjutnya disebut Wardhana) mengkhususkan dalam memproduksi alat peraga pendidikan dari PAUD, TK, SD,

● Dra. Hj. Rahmi Aprilawati, MM., pendiri CV Wardhana.

SMP, SMA, dan SMK. Beberapa produk yang dihasilkan antara lain; APE (alat permainan edukatif), alat peraga IPBA (ilmu pengetahuan bumi dan antariksa), alat peraga IPA (ilmu pengetahuan alam), alat peraga IPS (ilmu pengetahuan sosial), SEQIP (*science education quality improvement*), laboratorium multimedia, alat olahraga, dan alat kesenian.

Sejak awal, menurut Hj Rahmi, sudah memproduksi alat peraga pendidikan dari tingkat PAUD atau TK hingga SMA dan SMK. "Namun (sekarang) item-nya berbeda," kata lulusan fisika IKIP Surabaya (sekarang Unesa atau Universitas Negeri Surabaya). Artinya, lini produk yang dihasilkan makin beragam, karena hampir semua mata pelajaran di setiap jenjang pendidikan dilengkapi dengan alat peraga.

Persyaratan lengkap

"Kelebihannya kita membuat alat peraga sesuai sebagai spesifikasi dari Kemendikbudristek, (seperti) sudah punya SNI, TKDN (Tingkat Kandungan Dalam Negeri), dan (persyaratan lain)," ungkap Hj Rahmi, yang memiliki cita-cita menciptakan generasi cerdas lewat alat peraga.

Spesifikasi ini menunjukkan semua produk yang dihasilkan oleh Wardhana memenuhi persyaratan kualitas. Dengan begitu mampu berkompetensi di Kemendikbudristek maupun di tingkat provinsi, kota dan kabupaten di seluruh Indonesia.

● **Beberapa contoh produk mainan edukatif.**

Wardhana, seperti dikatakan Manajer Marketing Khairul Hidayat yang mendampingi Hj Rahmi, sangat mementingkan kualitas produk sesuai spesifikasi yang dibutuhkan bagi produk-produk alat peraga. Selain dari mendapatkan legalitas dari Kementerian Pendidikan Nasional (sekarang Kemendikbudristek), Dirjen HKI Merk, PPPPTK, ISO 9001:2008, ISO 14001:2004, OHSAS 18001;2007, BSNP, BPMP, dan lembaga akademis lainnya.

"Saat ini ada 28 produk yang sudah TKDN," kata Khairul. Apalagi dari sisi pemilihan materialnya dipilih yang tidak berbahaya. Untuk menjaga kualitas yang baik, yang pertama dilakukan adalah pemilihan material. Dengan bahan yang hampir semua menggunakan produk dalam negeri, sehingga produk-produk yang dihasilkan termasuk kategori PDN atau produk dalam negeri.

Berbagai sertifikasi yang diperoleh serta pengakuan dari instansi pemerintah maupun swasta diikuti dengan proses produksi yang mendukung kualitas produk yang dihasilkan.

Akurasi produk

Bila dulu lebih banyak mengunakan proses manual untuk menghasilkan suatu produk alat peraga pendidikan, kini Wardhana sudah menggunakan mesin-mesin modern. Sebut saja mesin *printing*, mesin potong kayu, CNC (*computer numerical control*) yang digunakan untuk memotong benda tertentu sesuai ukuran dengan akurasi yang tepat.

Untuk sebuah paket alat peraga pendidikan yang sama (jenisnya), tidak akan ada produk yang berbeda (melenceng) dari sisi ukuran. Sebab bila antara satu produk yang sama ada sedikit berbeda, akan terlihat serta bakal menyulitkan dalam pengemasan (*packing*).

Adanya berbagai mesin yang sudah terkomputerisasi (*computerized*) inilah makin membuat produk-produk Wardhana unggul. Meskipun demikian, masih ada sekitar 20% pekerjaan yang masih menggunakan tangan manusia atau manual.

Berbagai produk yang dihasilkan Wardhana yang berkualitas ini didukung pula oleh riset pengembangan yang berorientasi pada kebutuhan siswa, berdasarkan kurikulum merdeka yang saat ini digunakan.

Untuk itu Hj Rahmi dan manajemen Wardhana bekerja sama dengan para ahli dari berbagai perguruan tinggi. Mereka adalah dosen yang sudah berpengalaman dalam pendidikan dan kurikulum dari UNESA, UPI Bandung, dan UGM. Walhasil, produk-produk Wardhana selain memiliki berkualitas bagus dan berstandar nasional juga mampu beradaptasi dengan kurikulum merdeka.

Untuk pemasaran produk Wardhana ada di www.wardhana.co.id, ruang pamer di Jln Kalibutuh 58-62 Surabaya, Jawa Timur serta berbagai *marketplace*. Untuk menjangkau pelanggan dari pemerintah (kementerian maupun dinas pendidikan di seluruh Indonesia), produk Wardhana sudah masuk ke e-katalog maupun SIPLah (Sistem Informasi Pengadaan Sekolah), yang merupakan platform untuk mempermudah proses pengadaan barang dan jasa oleh satuan pendidikan.

Beragam produk

Produk Wardhana terbagi dalam beberapa kelompok, seperti Wardhana Toys yang ditujukan sebagai alat permainan edukatif (APE) PAUD dan TK. Produk-produk ini yang sudah melalui serangkaian riset, pengawasan terhadap kualitas bahan baku serta pengajuan

keamanan bagi anak-anak. Selain memperoleh sertifikasi anti-toxic juga SNI, dan standar manajemen mutu (ISO).

Di kelompok ini ada alat peraga seperti peraga mengenal benda di sekitar, *puzzle* hewan, tanaman, maket kebun binatang, peraga memahami bahasa, angka, hingga hijaiyah. Selain itu ada peraga menggunakan anggota tubuh pengembangan motorik kasar dan halus seperti *puzzle* anggota tubuh, balok, dan bangunan.

Di kelompok lain ada alat peraga pendidikan tingkat SD atau MI (madrasah ibtidaiyah). Berbagai alat peraga untuk menunjang pelajaran seperti kit matematika, kit tematik, pendidikan dan jasmani, seni budaya, IPS, bahasa, dan IPA.

Di jenjang yang lebih tinggi yaitu SMP, SMA, SMK, dan sederajat sudah tidak sederhana lagi. Dengan tetap mengedepankan kualitas dan disesuaikan dengan kurikulum yang berlaku (kurikulum merdeka), puluhan alat peraga dapat dimanfaatkan oleh siswa jenjang menengah ini.

Selain kit matematika juga ada kit fisika seperti panas dan hidrostatika, listrik dan magnet, mekanika optika, paket bologi, dan paket kimia.

Selanjutnya ada kelompok Wardhana Sport yang khusus menyediakan peralatan olahraga. Peralatan olahraga merupakan kebutuhan bagi siswa di semua jenjang. Semua produk olahraga sudah mendapat sertifikat SNI dan standar manajemen mutu (ISO).

Di kelompok ini Wardhana menyediakan peralatan untuk bulutangkis seperti net atau jaring, raket, dan *shutlecock*. Juga peralatan untuk tenis meja, peralatan senam, atletik, hingga berbagai macam olahraga yang menggunakan bola seperti sepak bola, basket, voli, futsal, hingga penjas (pendidikan jasmani).

Produk alat peraga pendidikan yang dapat dikatakan terintegrasi ini, digunakan oleh semua jenjang pendidikan di hampir seluruh provinsi di Indonesia.

Bahkan, seperti diungkapkan oleh Khairul, dari pusatnya di Surabaya pernah mengirim ke berbagai kabupaten di Papua. Jarak yang jauh dan waktu tempuh yang lama tidak masalah karena pengiriman menggunakan perusahaan ekspedisi yang sudah teruji dan terpercaya.

Training center

Selain didukung dan bekerja sama dengan berbagai perguruan tinggi, Wardhana juga memilki fasilitas *training center* yang dapat digunakan oleh para guru, siswa, ataupun mahasiswa yang bermaksud memperdalam pendidikan dengan bantuan alat peraga. Bertempat di lantai dua kantor Wardhana, *training center* ini mampu menampung hingga 100 orang.

Pelatihan dengan jumlah banyak biasanya dilaksanakan dalam beberapa *shift*. Seperti diungkapkan Hj Rahmi, di *training center* ini pernah melakukan kegiatan pelatihan bagi 900 guru PAUD dan TK. Mereka adalah guru-guru sekolah PAUD dan TK yang mendapat bantuan dari pemerintah.

Untuk mahasiswa, manajemen Wardhana hanya mengutip bayaran Rp50 ribu yang dikembalikan kepada peserta berupa makanan kecil dan makan siang. Adanya *training center* yang dapat dimanfatkan oleh guru, mahasiswa maupun siswa, dapat menjembatani sekolah-sekolah yang belum memiliki alat peraga pendidikan memadai.

Di sisi lain Wardhana juga tak hanya menghasilkan alat peraga pendidikan. Bekerja sama dengan berbagai instansi termasuk perguruan tinggi, Wardhana dipercaya untuk membuat ruang *day care* (atau dikenal pula sebagai tempat penitipan anak) yang diperuntukkan bagi anak-anak pra-sekolah.

Awalnya dipercaya oleh Dinas Pendidikan Kota Surabaya membuat semacam percontohan ruang *day care* yang dapat dijadikan contoh bagi sekolah PAUD maupun TK di Surabaya. Selain itu juga membuat untuk UNESA, dan dipercaya Fisipol UGM membuat *day care* untuk anak-anak dosen. Kepercayaan kepada Wardhana tersebut menjadi pengembangan usaha yang akan dilakukan di kemudian hari.

Sebagai perusahaan yang memiliki tanggung jawab terhadap peningkatan kualitas, Wardhana juga tak lupa membantu sekolah-sekolah yang tidak mampu menyediakan alat peraga pendidikan. Melalui program *corporate social responsibility* (CSR/tanggung jawab sosial perusahaan), Wardhana sering menyumbangkan alat peraga pendidikan untuk sekolah yang umumnya belum tersentuh bantuan pemerintah. Biasanya menyasar sekolah swasta yang terbatas secara finansial.

Wardhana memiliki 80 karyawan dengan 25 di antaranya karyawan tetap. Personel terbanyak ada di bagian produksi yang langsung membuat produk. “Akhir tahun bisa tambah sekitar 40 orang yang bekerja selama dua atau tiga bulan,” jelas Hj Rahmi.

Seperti usaha lainnya, Wardhana juga pernah mengalami masa sulit, yaitu saat pandemi covid-19 melanda dunia. Di tengah kondisi seperti ini manajemen Wardhana tak melakukan pengurangan karyawan. Hingga kini pun hampir seluruh karyawan masih setia bekerja.

Petuah ayahanda, pendiri usaha ini, agar memperhatikan karyawan terus dipegang oleh Hj Rahmi. Tak heran dari hari ke hari Wardhana terus menunjukkan eksistensi dan kemajuan usahanya. **(Jay)**

CV Wardhana
Jln Kalibutuh 58-62 Surabaya,
Jawa Timur
www.wardhana.co.id

Pancal Bike, Sepeda Kayu Bermutu Terus Melaju

Pengusaha tangguh ialah pengusaha yang menjadikan kegagalan dalam uji lab produk yang dihasilkan sebagai koreksi. Terbukti dari kegagalan itu akhirnya bisa berbuah manis.

FOTO- FOTO DOK. KEMENPERIN/WENDY

● **Salah Satu Model Sepeda Keseimbangan Pancal Bike.**

BISNIS yang memproduksi sepeda kayu tidaklah umum ditemui, apalagi yang ditujukan untuk anak-anak. Segmen pasar inilah yang dituju oleh jenama Pancal Bike Craft.

Tim Direktorat Jenderal Industri Kecil, Menengah, dan Aneka (Ditjen IKMA) Kementerian Perindustrian berkesempatan untuk mengunjungi Pancal Bike dan bertemu dengan sang *co-founder*, Sri Ratna Sari, yang memandu selama kunjungan dan berbagi pengalamannya selama menjalankan bisnisnya.

Pancal Bike Craft merupakan jenama IKM yang fokus pada produksi mainan anak-anak berupa sepeda keseimbangan (*balance bike*) yang terbuat dari kayu untuk anak-anak berusia 1,5-6 tahun. Pancal Bike didirikan pada 2020 di Bantul, Yogyakarta, oleh Nugroho Sigit Riyadi, yang merupakan suami dari Sri Ratna Sari dan juga perajin utama pada Pancal Bike.

Ide untuk membuat sepeda keseimbangan bermula ketika pada 2020, Nugroho yang saat itu bekerja sebagai karyawan toko perak di Kotagede terimbas oleh pandemi dan banyak menghabiskan waktu di rumah. Suatu hari ia melihat anak-anak yang balapan sepeda keseimbangan, namun sepeda yang digunakan terbuat dari besi.

Saat itulah tercetus ide untuk membuat sepeda serupa dengan menggunakan limbah kayu yang ada di rumah. Hasil karyanya kemudian diunggah ke media sosial. Melihat minat yang tinggi dari masyarakat, Nugroho dan Ratna pun memutuskan untuk menekuni usaha tersebut. Mereka merasa produknya memiliki potensi, karena pada masa tersebut belum ada sepeda keseimbangan anak-anak yang ramah lingkungan dan harga yang terjangkau.

Produk sepeda Pancal Bike terbuat dari kayu jati Belanda, yang didapatkan melalui mitra pemasok sesama IKM di sekitar Yogyakarta. Jenis kayu ini dipilih karena persediannya yang melimpah, harganya terjangkau, lunak, elastis, ringan, dan kuat menahan beban hingga 25 kg. Hal itu cocok untuk menjadi bahan baku sepeda mainan anak-anak.

Sebagaimana sepeda keseimbangan lainnya, sepeda Pancal Bike tidak memiliki pedal untuk dikayuh dan dijalankan dengan menapakkan kaki. Gerakan ini dalam bahasa Jawa disebut dengan *pancal*, dan menjadi asal-usul jenama IKM ini, karena menggambarkan bagaimana produk Pancal Bike digunakan.

Sepeda keseimbangan juga dinilai berguna untuk tumbuh kembang anak, karena dapat membantu melatih keseimbangan badan, melatih fokus, konsentrasi, mengasah kemampuan motorik, serta kepercayaan diri. "Di zaman sekarang ini ketika anak-anak semakin sering menggunakan *gadget, balance bike* ini bisa jadi kegiatan alternatif untuk mengalihkan perhatian mereka," ujar Ratna.

Mendapatkan SNI

Sebagai produsen mainan anak, Ratna dan Nugroho paham bahwa produk Pancal Bike wajib untuk memiliki sertifikasi SNI (Standar Nasional Indonesia). "Saya mendapatkan SNI ini perjuangan betul," kenang Ratna. "Saya sudah menjalani dua kali uji lab dari BBKB (Balai Besar Kerajinan dan Batik Yogyakarta), tapi gagal terus. Alhamdulillah, untuk yang ketiga kalinya yang dari Ditjen IKMA, saya berhasil lolos," tambahnya.

Pancal Bike Craft mendapatkan sertifikasi SNI melalui program pendampingan fasilitasi SNI Mainan Anak yang digagas oleh Ditjen IKMA 2022. Sertifikasi tersebut didapatkan dengan penuh perjuangan. "Saya dari (kegagalan) uji lab tersebut juga terus belajar dan terus memperbaiki produk agar bisa memenuhi standar," ujar Ratna.

Beberapa perubahan yang dilakukan antara lain penghalusan tepi dan ujung produk agar tidak tajam, memberikan penutup pada baut-baut penyambung kayu sepeda, dan tidak lagi menggunakan pegangan (*handle*/*grip*) dari plastik, melainkan mengukir pola ulir pada setang kayu.

"Ini *grip*-nya sekarang kami ganti pakai pola ulir di setang kayunya. Sebelumnya *grip* ini sempat tidak lolos karena masih mengandung zat pertalat," kenang Ratna. Tidak hanya itu, Ratna dan Nugroho pun beralih menggunakan cat berbasis air dari yang sebelumnya masih menggunakan cat minyak.

Selama fasilitasi di 2022, Ratna mendapatkan pendampingan secara daring oleh tim Ditjen IKMA. "Waktu itu petugas laboratoriumnya datang ke rumah produksi kami dan melakukan sampling secara acak," ujar Ratna.

Dalam menghadapi uji lab tersebut, Ratna mengaku telah mempersiapkan diri dengan baik. Ia terus memperbaiki produknya agar sesuai dengan ketentuan SNI, berbekal pengalaman dan pengetahuan yang didapatkannya ketika mengikuti uji lab sebelumnya.

Akhirnya, Pancal Bike Craft pun dinyatakan memenuhi standar kualitas SNI dan menjadi jenama sepeda kayu mainan anak pertama yang berani 'keluar' dan mendapatkan sertifikasi SNI.

Melaju kencang

Lulus sertifikasi SNI menjadi sebuah kebanggaan tersendiri bagi Ratna dan Nugroho karena membawa dampak yang signifikan bagi kelangsungan usaha Pancal Bike Craft. Ratna merasakan bahwa sejak mendapatkan SNI, kepercayaan konsumen terhadap

● **Nugroho (sebelah kanan), founder Pancal Bike Craft, di Bengkel Produksi.**

produknya semakin meningkat dan berpengaruh pada peningkatan penjualan juga.

Ratna yang aktif dalam mengikuti berbagai aktivitas pengembangan usaha seperti program-program inkubasi, manajemen bisnis, pengelolaan media sosial, dan juga pameran pun memberikan *multiplier effect* pada peningkatan kapasitas bisnis Pancal Bike.

"Tiap ikut pameran, itu sertifikat SNI selalu saya bawa dan tampilkan di *booth*," tandas Ratna. Menurutnya, SNI ampuh menarik minat konsumen untuk membeli produk Pancal Bike. Tidak jarang seluruh produk yang dibawa ke pameran terjual habis.

"Bahkan tiap pameran membawa sekitar 10 sampai 15 sepeda dan sering habis terjual semua," tukasnya. Efek penjualan tidak hanya terasa saat pameran, namun juga terbawa setelah pameran berakhir. Ratna mengungkapkan sebagian besar konsumen akhirnya mengikuti kanal media sosial Pancal Bike dan kemudian melakukan pemesanan.

Pada 2023 Pancal Bike memenangkan *Inacraft Awards*, yaitu sebuah penghargaan yang diberikan pada peserta pameran Inacraft atas inovasi produk kerajinan. Pancal Bike memenangkan penghargaan Inacraft karena berhasil membuat *balance bike* berbahan kayu, sekaligus menjadi produsen sepada kayu pertama yang mendapatkan SNI.

Hal itu merupakan sebuah capaian yang tidak disangka oleh Nugroho maupun Ratna. Terlebih bila mengingat saat itu merupakan pertama kalinya Pancal Bike berpartisipasi dalam pameran Inacraft.

Dari sisi pemasaran, Ratna aktif dalam pengelolaan media sosial, terutama *Instagram* dan *TikTok*. Menurutnya, transaksi sebagian besar didapatkan melalui audiens pada kedua media sosial tersebut. Akun Pancal Bike pun kerap menjadi trending dalam fitur FYP (*For Your Page*) *TikTok* dan membuat kontennya menjadi viral.

Di media sosial, Ratna membagikan konten seputar produk Pancal Bike, mulai dari promosi produk, *behind the scenes* cara pembuatan sepeda, dan juga informasi edukasi seputar kegunaan sepeda keseimbangan untuk anak-anak.

Ratna tidak khawatir untuk membagikan konten seputar produksi Pancal Bike. Ia percaya diri bahwa produk Pancal Bike memiliki ciri khas yang membuatnya unggul.

"Iya, saya tidak takut karena sebenarnya pembuatan sepeda kayu ini mudah, siapa saja bisa membuatnya," ujarnya. "Kita punya ciri khas sendiri yang saya yakin konsumen pasti tahu, dan sulit ditiru oleh kompetitor."

Produk Pancal Bike mendapatkan testimoni baik dari para konsumen. Beberapa hal yang disukai antara lain konsep yang unik, harga yang terjangkau, kualitas yang baik, dan juga disukai oleh anak-anak. Ratna juga menceritakan bagaimana konsumen menyukai pengemasan produk yang dilakukannya.

"Untuk pengemasan, bentuk sepedanya memang dalam keadaan terbongkar (*disassembled*), karena bakal makan tempat dan ongkos kirim (ongkir)nya mahal kalau dikirim dalam bentuk utuh," ungkapnya. "Begitu barang sampai, konsumen nanti merakit sendiri. Saya juga menyertakan tutorial cara merakitnya. Alhamdulillah, mereka merasa prosesnya mudah."

Saat ini, Pancal Bike memiliki berbagai *reseller* dengan sistem *dropship* seperti di Jawa Barat dan Jakarta. Ke depannya Pancal Bike ingin memperluas distribusi produknya ke *outdoor playground* dan pusat perbelanjaan, seperti mal.

● **Kumpulan Rangka Kayu Sepeda.**

Produk sepedanya pun sudah bisa menerima pesanan *custom*. Beberapa jenis *custom* yang dilayani seperti grafir nama, pewarnaan, dan juga penambahan aksesoris lainnya seperti keranjang, tambahan roda, *grip* berbahan karet, bel, serta *stand* penopang sepeda.

Ratna dan Nugroho merasa bersyukur berhasil mendapatkan kesempatan pendampingan sertifikasi SNI. Menurut mereka, program ini sangat bermanfaat bagi pelaku IKM untuk meningkatkan daya saing. "Bisa lulus SNI itu sebuah capaian tersendiri bagi saya yang pelaku bisnis kecil ini. Apalagi biaya SNI itu tidak murah, jadi dapat fasilitasi gratis itu kami benar-benar terbantu," imbuh Ratna.

Mengingat manfaat yang mereka dapatkan, Ratna dan Nugroho ingin program fasilitasi SNI Mainan Anak dari Ditjen IKMA terus dilanjutkan. Mereka pun menganjurkan agar pelaku IKM lain memanfaatkan fasilitasi tersebut untuk meningkatkan daya saing bisnis mereka. **(Wendy)**

Inovasi CV Putra Putri Hasilkan Mainan Anak

Pemutusan hubungan kerja tak serta merta menjadi kiamat bagi mereka yang kreatif. Pasar mainan edukatif ternyata memberi peluang besar dan bahkan terus berkembang.

INDONESIA merupakan pasar yang sangat besar bagi berbagai jenis produk mainan anak. Mulai dari mainan yang dimainkan untuk menjadi hiburan seperti mainan plastik, kendaraan, *die-ecast*, boneka, mainan diperkecil (*scaled*) hingga yang bersifat edukatif untuk mendorong tumbuh kembang anak.

Selain memiliki potensi pasar yang besar, Indonesia juga memiliki pelaku industri mainan anak yang terus menempa diri bersaing dengan berbagai jenis mainan dari luar negeri.

CV Putra Putri merupakan salah satu pelaku industri kecil menengah (IKM) mainan anak, yang terus berinovasi dan mengembangkan diri untuk memberikan manfaat kepada anak-anak di Indonesia melalui produk mainan anak edukatif. Tim *Gema* berkesempatan untuk mengunjungi rumah produksi dari CV Putra Putri yang memiliki *brand* mainan Papoe.

Siswati, salah satu pendiri perusahaan tersebut mengungkapkan, perusahaan tersebut didirikan bersama keempat rekannya pada 15 Desember 2005. “Saya bersama *lead founder* kami almarhum bapak M Taufik, Sunarsih, Tutik Ermawati, dan Endah Sarifa berinisiatif untuk mendirikan perusahaan ini. Setelah sebelumnya kami menghadapi pemutusan hubungan kerja dari perusahaan tempat kami bekerja, yang juga bergerak di bidang mainan ekspor, karena

● **Produk unggulan Alat Peraga Edukatif CV Putra Putri.**

FOTO-FOTO DOC. KEMENPERIN

pemilik perusahaan tersebut meninggal dunia dan mengalami kebangkrutan," kenang Siswati.

"Saat itu usia kami bukan lagi usia yang ideal untuk melamar pekerjaan ke perusahaan baru, kami mencoba untuk membangun bisnis bersama dengan berbekal wawasan dan pengalaman di tempat bekerja sebelumnya," tambah Siswati lagi.

Bangkit dari Keterpurukan

"Sebelum perusahaan tempat kami bekerja mengalami kebangkrutan, kami ditugaskan untuk menangani pasar mainan lokal yang salah satunya melalui pengadaan pemerintah berupa produk mainan edukasi bagi anak-anak khususnya bagi penyelenggara Pendidikan Anak Usia Dini (PAUD), sehingga kami menyadari bahwa ada potensi di segmen tersebut yang bisa kami coba kembangkan dan sebetulnya, produk yang kami produksi merupakan alat peraga yang diperuntukan bagi pembelajaran anak di usia dini, namun saat ini juga dikenal sebagai mainan edukatif", jelasnya.

CV Putra Putri awalnya didirikan sebagai perusahaan yang bergerak di bidang perdagangan, sehingga Siswati hanya menjual berbagai produk mainan anak yang dia beli dari berbagai produsen maupun perajin. "Hingga bulan Juni 2007, kami memutuskan untuk membuka lini produksi, dikarenakan kami menerima pesanan yang sangat besar dari salah satu produsen susu formula multinasional, yang hendak membuat mainan puzzle untuk memperkenalkan produknya", terangnya.

"Setelah itu, sejak tahun 2007 hingga 2015 kami berfokus pada produksi alat peraga edukatif, dan saat tahun 2015 dimana permintaan mainan edukatif menurun, kami bergegas untuk dapat berinovasi untuk turut dapat memproduksi mainan murni, porsinya pun hanya sekitar 20 persen dari total produksi kami", ungkap Siswati yang mengaku dirinya bersama rekan-rekannya bertekad untuk selalu memiliki rencana alternatif dalam menjalankan bisnis.

Semangat belajar dan berinovasi

Salah satu faktor yang mendorong CV Putra Putri dapat terus berkembang adalah dikarenakan getolnya Siswati dan rekan-rekannya untuk memperluas jejaring, khususnya yang masih berhubungan dengan bidang pendidikan anak usia dini. Dirinya mengaku sering berkonsultasi dengan pakar psikologi, pakar tumbuh kembang anak, maupun menghadiri acara-acara yang diselenggarakan berbagai universitas. "Pada suatu waktu, kami bertemu dengan salah satu dokter tumbuh kembang anak yang memberikan saran bagi kami untuk memproduksi alat deteksi dini tumbuh kembang anak dikarenakan adanya *concern* dari pemerintah dalam mendorong tumbuh kembang anak-anak pada masa itu", ungkap Siswati.

Siswati dan rekan-rekannya mulai melakukan riset dengan mempelajari produk-produk deteksi tumbuh kembang anak yang diproduksi oleh *brand* luar negeri. Setelah dilakukan riset dan perbandingan, dirinya mulai mengembangkan produknya sendiri dengan tambahan berbagai inovasi maupun pengurangan fitur, yang disesuaikan dengan kemampuan produksinya maupun menyesuaikan dengan kebutuhan pasar Indonesia. "Kami juga turut berkonsultasi dengan beberapa dokter spesialis anak dari Universitas Airlangga dalam mengembangkan produk yang akhirnya diberi nama Seleksi Intervensi Deteksi Dini Tumbuh Kembang Anak tersebut", tambahnya.

Pengembangan bisnis yang semakin matang

Saat masa awal berdirinya CV Putra Putri, jumlah karyawan yang dipekerjakan hanya sebanyak tujuh orang pegawai termasuk Siswati dan rekan-rekannya. "Saat ini kami memiliki 60 orang pegawai yang

● Pendiri CV. Putra Putri, Siswati, Sunarsih, Tutik Ermawati, Endah Sarifa, dan Alm. M. Taufik

FOTO- FOTO DOK. KEMENPERIN/URWAH

● **Pengembangan bisnis hasilkan diversifikasi produk berkualitas.**

tersebar di bagian produksi, administrasi, hingga pergudangan, yang mayoritas merupakan bekas karyawan di perusahaan kami bekerja", ungkapnya.

Rentang harga dari produk mainan Papoe, berkisar antara belasan ribu hingga jutaan Rupiah. Adapun perbedaan harga bergantung pada kuantitas mainan yang dibuat. "Produk kami yang memiliki rentang harga tinggi, merupakan produk yang terdiri dari balok-balok kayu dengan jumlah besar", terang Siswati.

Untuk bahan baku, CV Putra Putri mendapatkan pasokan bahan baku dari daerah Jepara. Meskipun demikian, pada awalnya CV Putra Putri menggunakan kayu-kayu sisa produksi yang dimanfaatkan sebagai bahan baku. Namun dikarenakan permintaan yang semakin meningkat, dipilihkan kayu potongan utuh sebagai bahan bakunya. "Pada saat permintaan sedang tinggi, kami bisa menghabiskan sampai dengan 100 meter kubik kayu", ungkap Siswati.

Siswati menyampaikan bahwa pangsa pasarnya tersebar dari berbagai wilayah di Indonesia melalui berbagai pengadaan barang dari Pemerintah baik pusat maupun daerah. Adapun pangsa pasar luar negeri yang telah dijamah adalah negara Swiss. "Kami mendapatkan pesanan ekspor untuk produk souvenir natal pada tahun 2014, dimana rekan kami sesama anggota Asosiasi Pengusaha Mainan Indonesia (APMI), menawarkan kepada kami peluang kerjasama dengan rekanan di Swiss dan sampai saat ini kerjasama tersebut masih terus berjalan meskipun jumlahnya tidak terlalu besar", katanya.

Adapun di pasar lokal, CV Putra Putri berfokus pada penjualan melalui website toyspapoe.com dan e-katalog.lkpp.go.id. CV Putra Putri melalui brand Papoe, juga telah memiliki berbagai sertifikat seperti SNI Mainan Anak, Sertifikat Tingkat Komponen Dalam Negeri (TKDN), hingga ISO. "Kami juga pernah mendapatkan Fasilitasi SNI Mainan Anak, namun saat ini kami selalu melakukan sertifikasi secara mandiri, kami juga pernah mendapatkan fasilitasi TKDN dari Kemenperin", tambah Siswati.

Siswati mengatakan, "berbagai fasilitasi mulai dari sertifikasi hingga fasilitasi partisipasi pameran di dalam dan di luar negeri yang diberikan pemerintah, sangat membantu kami dalam mempelajari regulasi yang berlaku serta mengembangkan jejaring bisnis, khususnya pada bidang industri kami ini".

Kedepannya, CV Putra Putri mulai menjajaki rencana untuk meningkatkan fokus promosi bisnis secara retail online melalui website maupun marketplace, agar dapat menjaring cakupan konsumen yang lebih besar. Hal ini dikarenakan CV Putra Putri harus memiliki solusi dalam menyikapi momen saat belanja pengadaan pemerintah sedang tidak tinggi.

"Saat ini kami sudah berjualan melalui *marketplace* Blibli dengan menggunakan fasilitas Sistem Pengadaan Sekolah (SIPLah) yang merupakan platform pengadaan dari Kemendikbudristek", ungkapnya.

Siswati mengaku, CV Putra Putri pernah bekerja sama dengan toko retail offline besar dengan sistem kerjasama titip jual, namun yang menarik adalah, produknya langsung ditiru oleh produsen mainan lainnya. "Belajar dari pengalaman tersebut, kami bertekad untuk terus berinovasi dan mengembangkan produk kami agar dapat terus bertahan dan bersaing di pasar", tutupnya. **(Urwah Wali Aufi)**

CV Putra Putri (Brand Papoe)
Jombang, Jawa Timur
toyspapoe.com
cvpapoe@gmail.com
0321-854349

Industri Aneka Memberi Peran Lebih Luas bagi Perempuan

Kesetaraan gender memegang peran penting dalam suatu industri. Perempuan harus dilibatkan dalam pengambilan keputusan.

FOTO- FOTO DOK. KEMENPERIN/RAHASIH LUPITA MAHESWARI

● Ibu-ibu griya srikandi sedang membuat tas.

PEMBERDAYAAN perempuan memiliki dampak positif yang signifikan pada berbagai sektor, termasuk industri kerajinan. Penerapan sektor industri formal skala besar didominasi laki-laki dan dianggap lebih *skillfull*.

Padahal *stereotype* perempuan biasa melakukan pekerjaan domestik ternyata cukup adaptif di kondisi yang tidak terprediksi. Karena bagaimanapun *stereotype* ini dapat bervariasi dan tidak selalu mencerminkan realitas semua individu.

Wabah pandemi covid-19 mengajarkan kita sebagai manusia untuk bisa terus beradaptasi dengan keadaan yang semakin tidak pasti. Pandemi membuka mata bahwa *skill* perempuan cukup adaptif dan *resilience*.

Pemutusan kerja pada pelaku industri formal yang didominasi pada tenaga laki-laki, *skill* domestik menjadi peluang ekonomi karena memberikan *demand* yang pas dari industri informal seperti industri kreatif, jasa, hingga jenis industri yang baru muncul ketika pandemi.

Tidak terlibat

Beberapa *social projek* yang dilakukan oleh komunitas atau *platform* sosial saat pandemi, mendapati pekerja perempuan yang aktif berupaya terus berdaya seperti pada pembuatan masker, penyedia jasa makanan/minuman dan pendukung lainnya, serta pelaku aktif yang memanfaatkan media sosial (*content creator, influencer*, KOL).

Penelitian McKinsey (2019) yang dilakukan di 15 negara dan mencakup 1.000 perusahaan menunjukkan bahwa pada 2019 persentase perempuan yang hadir di tim eksekutif hanya 15% (2017 persentasenya 14%). Faktanya, di seluruh perusahaan yang disurvei, lebih dari sepertiga tim eksekutif tidak melibatkan perempuan.

Di Indonesia, data penyerapan industri pada 17 sektor lapangan usaha pada data Kementerian Ketenagakerjaan, 13 sektor industri pengolahan didominasi oleh laki-laki dan ada 4 sektor industri seperti penyediaan akomodasi dan makan minum, jasa pendidikan, jasa kesehatan dan kegiatan sosial, dan jasa lainnya yang didominasi oleh perempuan.

Terdapat 16 *goals* dari 17 *goals* SDGs dan 91 dari 169 target terkait dengan kesetaraan gender, hak asasi perempuan, dan anak perempuan. Hal ini menggambarkan peran aktif perempuan dalam Agenda 2030 Pembangunan Berkelanjutan. Gagasan perempuan lebih resiliensi dan melihat ruang perempuan dalam industri, memperluas implikasi kebijakan industri terhadap perempuan.

Melibatkan perempuan secara aktif dalam kegiatan ekonomi memiliki dampak positif yang signifikan pada produktivitas, kreativitas, dan keberlanjutan industri. Ketika perempuan diberdayakan dan terlibat dalam proses produksi dan pengambilan keputusan, mereka membawa berbagai perspektif dan ide-ide baru yang memperkaya lingkungan kerja.

Keterlibatan perempuan secara merata dalam kegiatan ekonomi dapat menciptakan dampak positif pada keberlanjutan industri.

● **Produk anyaman dari bambu kreasi dari Felaocha.**

Karena mereka dapat membawa nilai-nilai sosial dan lingkungan yang berkontribusi pada strategi bisnis yang berkelanjutan.

Oleh karena itu, menggencarkan partisipasi perempuan dalam berbagai sektor ekonomi bukan hanya menjadi kewajiban moral, melainkan juga merupakan investasi cerdas untuk mencapai perkembangan ekonomi yang berkelanjutan dan inklusif.

Pemberdayaan perempuan di Probolinggo

Di Probolinggo, Jawa Timur ada perempuan inspiratif terkait pemberdayaan perempuan di daerahnya. Katarina Suhendar Triningrum sejak 2013 aktif menggerakkan masyarakat dalam pengelolaan bank sampah di daerahnya.

Melihat nilai ekonomi yang lebih besar pada 2015 ia menginisiasi Griya Srikandi Kota Probolinggo yang aktif dalam pengelolaan sampah dan pemberdayaan perempuan. Griya Srikandi aktif dalam proses 3R (*reduce, reuse, recycle*), dan mengantar daerah tersebut menjadi desa mandiri dalam pengelolaan sampahnya.

Sejak 2017 Griya Srikandi telah mendapat pendampingan dari Balai Pemberdayaan Industri Persepatuan Indonesia (BPIPI). Dengan begitu, bisa mengembangkan jenis produk, meningkatkan kompetensi teknis, dan memperluas pasarnya.

Dari pembuatan produk *recycle* menjadi beberapa produk tas dan sepatu, hingga bagaimana mengatasi permasalah mesin dengan pendampingan teknis mekanik mesin jahit. Hal ini mendukung kelompok ini lebih berdaya dan mandiri.

Perluasan pasar dilakukan dengan koneksi yang didapatkan antarpelaku industri, melalui sebuah wadah pendampingan yang diikuti oleh pelaku industri dari berbagai daerah di Indonesia. Selain itu platform Indonesia Footwear Network (IFN) menjadi salah satu upaya BPIPI menjejaringkan antar-IKM di Indonesia dari hulu ke hilir.

Griya Srikandi mendapat *support* dari pemerintah sehingga bisa memenuhi kebutuhan dan terus mengembangkan sayapnya. Bergabungnya Griya Srikandi pada E-Katalog yang dikembangkan oleh Lembaga Kebijakan Pengadaan Barang/Jasa Pemerintah Pemerintah (LKPP) menjadi salah satu peluang mereka mendapatkan pesanan. Aktivasi pada media sosial masih menjadi tantangan pada industri ini karena menyesuaikan kapasitas sumber daya manusia yang dimiliki.

Hingga saat ini, terdapat 4-10 ibu rumah tangga yang terlibat aktif dalam perjalanan Griya Srikandi. Meskipun mayoritas dilakukan oleh perempuan, peran laki-laki tetap dibutuhkan dalam pelaksanaannya. Kurang lebih ada dua laki-laki yang rutin membantu dalam prosesnya.

Peralatan yang dimiliki sudah cukup mumpuni, lebih dari lima mesin jahit membantu produksi harian. Sumber daya manusia yang terlibat, peralatan yang ada, serta peluang dekat dengan lokasi pariwisata seperti Bromo dan Semeru, memberikan peluang besar dalam industri ini.

Contohnya pada *supply* sandal hotel di penginapan atau hotel di daerah Probolinggo rata-rata masih dari luar daerah tersebut. Produksi sandal hotel menjadi pilihan pengembangan berikutnya, dengan kolaborasi komunitas, pemerintah daerah, BPIPI, harapannya bisa meningkatkan kapasitas Griya Srikandi.

Terlepas dari kelompok usaha, salah satu perempuan berdaya yang terlibat di Griya Srikandi, Eni, memiliki merek sendiri yaitu Felaocha. Ia bergerak dalam bidang kerajinan dan pengelolaan sampah dengan *custom product*.

Berbagai hal telah diproduksi seperti kostum untuk karnaval, tas, sepatu, dan barang kerajinan lainnya. Eni dan suaminya bisa hidup dan berdaya lewat Felaocha. Sehingga kelompok usaha bersama tidak membatasi tiap individu berkreasi, justru bisa saling mendukung dan menguatkan.

Tantangan peran perempuan dalam IKM aneka

Dalam menjalankan bisnisnya perempuan sering dihadapkan hambatan dan tantangan yang dapat mempengaruhi bisnisnya, antara lain; diskriminasi dan stereotipe yang masih menjadi tantangan pada sosio-kultural masyarakat Indonesia.

Kemudian persepsi tradisional terkait peran gender kadang-kadang dapat membatasi kemajuan perempuan dalam mencapai posisi kepemimpinan atau pekerjaan teknis. Ada tuntutan keseimbangan kerja dan kehidupan pribadi.

Seperti pada contoh sebelumnya oleh Rina dan Eni. Mereka dihadapkan pada tantangan utama pada manajemen waktu untuk mencapai keseimbangan antara pekerjaan dan tanggung jawab keluarga. Perlu dukungan dari *support system* seperti keluarga yang saling memahami dalam keseimbangan tersebut.

Tantangan pendidikan, keterampilan, dan jaringan. Keterbatasan pendidikan, serta keterampilan menjadi masalah general, terutama

● **Produk hasil recycle Felaocha.**

FOTO- FOTO DOK. KEMENPERIN/RAHASIH LUPITA MAHESWARI

● **Pemda, BPIPI, dan tim Griya Srikandi.**

untuk perempuan di daerah. Perlu jembatan/fasilitator terhadap profesional dan *mentorship* untuk perempuan mendapatkan dukungan dan bimbingan yang dapat membantu perempuan mengatasi berbagai hambatan.

Ketidakamanan dalam lingkungan kerja. Hubungan perempuan dengan dunia luar memberi beberapa perempuan pengalaman yang merasa tidak aman di tempat kerja, terutama terkait pelecehan seksual atau intimidasi. Hal ini dapat menjadi penghalang bagi mereka untuk terlibat sepenuhnya dalam aktivitas industri.

Kurangnya pengakuan terhadap pekerjaan tak terbayar. Pekerjaan domestik biasanya menjadi contoh pekerjaan yang tak terbayar di rumah tangga, seperti pekerjaan rumah tangga dan perawatan anak, seringkali tidak diakui dengan baik atau dihargai secara ekonomi.

Tantangan-tantangan tersebut secara tidak langsung saling berkaitan, sehingga dalam penyelesaiannya perlu kesadaran dan kebijakan struktural yang mengatur. Langkah-langkah seperti penerapan kebijakan yang mendukung kesetaraan gender, perubahan budaya di tempat kerja, promosi keseimbangan kerja dan kehidupan pribadi, serta upaya untuk meningkatkan akses perempuan ke pendidikan dan pelatihan yang relevan. Perlu melibatkan perempuan dalam pengambilan keputusan, dan menciptakan lingkungan kerja yang inklusif juga krusial untuk mengatasi berbagai hambatan yang masih ada.

Gagasan kebijakan dalam resiliensi

Rekomendasi implikasi kebijakan terhadap pekerja perempuan dapat sangat bervariasi tergantung pada jenis kebijakan yang diadopsi. Untuk meningkatkan resiliensi perempuan dalam industri, pemberdayaannya dapat mencakup berbagai aspek yang mendukung kesetaraan gender, kesejahteraan perempuan, dan peningkatan partisipasi mereka di berbagai sektor industri.

Contohnya pada pemberdayaan ekonomi bisa diusahakan dalam kredit usaha, pelatihan kewirausahaan dan keterampilan dan peningkatan akses pasar. Keseimbangan kerja dan kehidupan bisa didukung dengan fasilitas serta kebijakan yang mendukung fleksibilitas perempuan dalam bekerja.

Peningkatan kesadaran terkait kesetaraan gender dan penghapusan diskriminasi pada seluruh lapisan masyarakat, bisa mendukung keseimbangan tersebut.

Kebijakan kesetaraan di sektor pendidikan yang menerapkan kebijakan yang mendukung kesetaraan gender di sektor pendidikan, termasuk penghapusan stereotipe gender dalam kurikulum dan peningkatan akses perempuan ke pendidikan tinggi.

Pendidikan formal dan nonformal untuk *skill* domestik yang bisa mendukung perempuan memberikan sumber penghasilan. Kebijakan yang tidak membatasi ruang bagi perempuan yang sehari-hari di rumah, dari rumah mereka bisa produktif, berpenghasilan dan berkarir.

Pemberdayaan perempuan bukan hanya suatu kewajiban moral, tetapi juga merupakan strategi cerdas dalam memajukan industri. Dengan menciptakan lingkungan yang mendukung keberagaman dan kesetaraan gender, industri dapat memanfaatkan potensi penuh dari seluruh anggotanya dan mencapai keberlanjutan jangka panjang. **(Rahasih Lupita Maheswari)**

Sustainability dalam Industri Kulit di UD Nogosari Leather

Sertifikasi dari lembaga yang kredibel menjadi modal penting bagi sebuah perusahaan untuk menembus pasar internasional.

INDUSTRI kulit sering kali dikaitkan dengan tantangan keberlanjutan. Namun UD Nogosari Leather dari Kabupaten Lumajang, Jawa Timur berhasil menerobos batas dengan mencapai sertifikasi dari Leather Working Group (LWG).

LWG adalah sebuah organisasi independen dari Swiss yang didirikan 2005, dengan tujuan untuk mempromosikan praktik-praktik terbaik dalam industri kulit yang berkelanjutan. Grup ini terdiri dari berbagai pemangku kepentingan termasuk produsen kulit, merek-merek fesyen, dan organisasi non-pemerintah.

LWG mengembangkan standar dan protokol evaluasi untuk menilai keberlanjutan produksi kulit. Evaluasi ini mencakup berbagai aspek, seperti manajemen limbah, pengelolaan air, dan perlindungan lingkungan.

Perusahaan yang mematuhi standar LWG dapat memperoleh sertifikasi yang menunjukkan komitmen mereka terhadap praktik-praktik berkelanjutan dalam industri kulit. Dengan begitu sertifikasi LWG dapat memberikan kepercayaan kepada konsumen bahwa produk kulit berasal dari sumber yang berkelanjutan, dan memenuhi standar tertentu dalam hal keberlanjutan lingkungan.

● Layout bahan baku kulit siap olah.

FOTO-FOTO:DOK.KEMENPERIN/RAHASIH LUPITA MAHESWARI

● Area seleksi dan penyimpanan pickled.

● **Pengecekan *wet blue*.**

Banyak merek dan produsen terkemuka di industri kulit telah bergabung dengan LWG untuk memajukan praktik-praktik berkelanjutan dalam rantai pasokan kulit.

Dari Indonesia sudah ada 17 industri kulit yang telah mendapatkan sertifikasi dengan berbagai kategori. Artikel ini akan menelaah bagaimana proses Nogosari Leather menjalankan praktik berkelanjutan, dan pengaruhnya untuk bisnis kulit ke depannya.

UD Nogosari Leather terletak Kabupaten Lumajang adalah perusahaan keluarga yang berdiri sejak 1952. Kemudian fokus bergerak di bidang kulit mentah sampai setengah jadi mulai dari kulit kambing, domba, dan sapi di tahun 2010.

Berjalan baik

Direktur UD Nogosari Leather, Gahtan Thariq, menuturkan bahwa usaha ini berawal dari maklon di Pasuruan, Jawa Timur yang kemudian berkembang menjadi pelopor pedagang kulit *pickled*. Industri kulit setengah jadi mulai marak bermula dari banyaknya kulit mentah yang tidak laku di pasar. Dengan begitu perlu ada proses lanjutan yaitu penggaraman agar kulit mentah tidak rusak.

Sejak saat itu mulai muncul industri yang mengolah kulit menjadi setengah jadi. Kulit setengah jadi menghasilkan *pickled* dan *wet blue. Pickled* merupakan kulit setengah jadi dari kulit domba (kulit kecil) yang peruntukannya biasa untuk *gloves* (sarung tangan) dan *wet blue* adalah kulit setengah jadi yang berasal dari kulit sapi/lembu yang biasa digunakan untuk sepatu.

Industri sarung tangan di Indonesia cukup berjalan dengan baik karena kualitas bahan baku (kulit domba dan kambing) memiliki kelebihan yang tidak dimiliki oleh kulit dari luar Indonesia; di antaranya tekstur yang halus, lemas, ketebalan yang *suitable* (cocok) untuk sarung tangan.

Fondasi pabrik sarung tangan di Indonesia cukup kuat, seperti PT Adira Semesta Industri di Bandung, Jawa Barat dan PT ASA di Yogyakarta. Signifikansi perkembangannya juga dipengaruhi dari permintaan industri sarung tangan yang cenderung minim penolakan, sehingga industri ini terus berjalan.

Profit yang dihasilkan dari industri sarung tangan tidak sebesar industri lain seperti sepatu atau produk kulit lainnya. Tetapi yang perlu diperhatikan ialah volume permintaan industri ini cukup besar, dan pemanfaatan sumber daya manusia (padat karya) yang tinggi menjadikan industri ini bisa berdampak pada perputaran ekonomi yang sehat.

Berbanding terbalik untuk pabrik kulit sapi yang kebanyakan peruntukannya untuk sepatu. Potensi penduduk Indonesia sebagai peringkat empat populasi terbesar di dunia, serta pada data *World Footwear Yearbook 2023*, Indonesia menempati lima besar dunia dalam hal kuantitas produksi, konsumsi, dan ekspor.

Namun hal itu tidak lantas menjadikan Indonesia sebagai produsen kulit yang cukup bersaing di dunia, seperti pada negara lima besar lainnya (China, India, Vietnam, Indonesia, Brazil). Padahal potensi hewan ternak seperti sapi, domba, dan kambing, cukup besar.

Dilema kampanye produk lokal

Kehadiran kulit finish impor di Indonesia, menyebabkan mandeknya sebagian pabrik kulit di Indonesia. Penggalakan untuk produksi dan

FOTO-FOTO:DOK.KEMENPERIN/RAHASIH LUPITA MAHESWARI

● **Bersama Gahtan Thoriq, Direktur UD Nogosari Leather.**

konsumsi IKM lokal tidak berbanding lurus dengan penggunaan rantai pasok lokal.

Sebagai gambaran, Gahtan menjelaskan jaringan rantai pasok industri kulit Indonesia cukup panjang seperti pada pengolahan bahan kulit mentah. UD Nogosari Leather mendapatkan pasokan dari seluruh Indonesia.

Kulit mentah tersebut masuk ke pabrik awal dengan di dalamnya ada pengepul kecil, pengepul besar, orang bagian kimia, bagian penggaraman, bagian pengapuran, hingga proses *finish*, kemudian berakhir pada pabrik produk jadi. Pada rantai pasok ini industri pengolahan kulit memainkan peran penting dalam pemberdayaan masyarakat lokal.

Kampanye penggalakan industri kecil menengah (IKM) lokal, tapi berujung pada penggunaan kulit *finish* dari luar menyebabkan terputusnya rantai pasok di dalam negeri. Banyak pihak yang akhirnya kehilangan peran dan pabrik banyak yang tutup akibat dari orderan ke industri kulit lokal berkurang. Karena kebanyakan industri pengolahan (produk) lebih memilih kulit *finish* impor.

Hal ini tentunya bukan tanpa dasar, terkadang harga kulit *finish* impor cenderung lebih kompetitif dibanding dengan kulit lokal. Dari segi kualitas ada permainan dari masing-masing pihak (lokal dan impor).

Industri sepatu cenderung memilih harga murah dari material impor dengan kualitas rendah, dibanding harga tinggi kualitas terbaik kulit lokal. Meskipun industri di Indonesia membuat dengan kualitas rendah dan harga yang bersaing, ada pengaruh faktor sosio-kultural seperti pada proses order dan pembayaran yang membuat kedua industri kurang bisa berkolaborasi dengan baik.

Hal itu tentu menjadi tantangan bagi pelaku industri kulit dan barang jadi kulit di Indonesia serta pemerintah sebagai pengatur regulasi dan kebijakan.

Tantangan industri kulit di Indonesia

Selain terputusnya rantai pasok pada industri pengolahan kulit menjadi barang jadi kulit, tantangan industri kulit di Indonesia juga ada pada regulasi ekspor-impor. Selain itu saat ini kulit sebagai barang konsumsi (makanan) juga menjadi tantangan tersendiri. Kurangnya situasi kompetitif antar-industri kulit Indonesia dan industri impor menjadi hal yang timpang.

Kebijakan harga impor kulit mentah dianggap jadi salah satu masalah yang diterima industri kulit. Harga kulit mentah dalam Indonesia yang sudah cukup tinggi, begitu juga harga kulit mentah dari luar yang cukup tinggi karena pajaknya.

Di sisi lain, kulit *finish*, kulit *split* kering impor bisa masuk dengan mudah dengan harga yang kompetitif. Dengan demikian industri kulit Indonesia sulit untuk bersaing dalam hal kulit *finish*.

Industri makanan saat ini juga sangat berpengaruh untuk mencari *profit margin* tipis. *Profit* tersebut diambil dari cecek atau kerupuk kulit yang diambil dari bahan baku pembuatan kulit samak. Namun banyaknya bahan kerupuk kulit dari luar yang bisa masuk dengan mudah ke Indonesia dengan harga murah dan kualitas lebih baik, membuat negara sulit untuk berbisnis di dalamnya.

Kebijakan ekspor kulit yang dipersulit karena harapan pemerintah dalam pengolahan dari hulu ke hilir bisa dilakukan di Indonesia, menjadi kendala. Hal ini dikarenakan penyerapan material kulit se-

bagai rantai pasok utama masih sangat minim. Selain itu perjanjian kinerja antar-industri lokal (industri kulit, sepatu, produk kulit, dan lain-lain) terdapat tantangan tersendiri.

Nilai investasi pertumbuhan industri kulit dan produk dari kulit alas kaki pada kuartal tiga di 2023, menurut IndoAnalisis, untuk PMDN (penanaman modal dalam negeri) naik secara signifikan mencapai lebih dari 50% dari tahun sebelumnya hingga Rp1173,55 miliar. Investasi PMA (penanaman modal asing) mencapai US$574,25 juta .

Seharusnya hal itu menjadi potensi yang bisa dimaksimalkan bagi industri kulit di Indonesia, untuk memperkuat manajemen dan kemampuan bersaing di pasar lokal maupun global. Salah satu upayanya yaitu dengan Leather Working Group (LWG).

Sertifikasi LWG langkah menuju keberlanjutan

Pada 23 Oktober 2023 UD Nogosari Leather berhasil mendapatkan sertifikat LWG pada rating *silver* untuk kategori G - *Raw hide/ skin to pickled/pre-tanned material*. Hal ini dianggap menjadi sebuah langkah signifikan dalam mendukung keberlanjutan dalam industri kulit.

Sertifikasi tersebut menandakan komitmen perusahaan untuk mematuhi standar keberlanjutan tertinggi dalam manajemen limbah, penggunaan air, dan praktik lingkungan lainnya.

Cara ini bisa menjadi alternatif untuk mendapatkan perhatian dari *buyer* karena persaingan yang sangat tinggi. LWG menuntut rantai pasok paling bawah menggunakan pabrik yang telah diverifikasi dengan tingkat *tracking* yang jelas; mulai dari asal pengambilan bahan baku sesuai dengan sistem di negara masing-masing serta rating yang hendak dicapai (*gold, bronze*, atau *silver*).

Untuk pengambilan bahan mentah dari bawah tidak harus bersertifikasi LWG tetapi harus ada kejelasan area, penilaian kesehatan yang sesuai, proses pengolahan limbah, keselamatan kerja, dan lain-lain. Selain hal yang berkaitan dengan bahan baku, industri yang bersertifikasi LWG dituntut untuk sosial audit dalam ruang kerja karyawan dan kegiatan sosial lingkungannya.

Hal itu dilakukan UD Nogosari Leather karena adanya permintaan *buyer* yang memilki *requirement* terkait LWG. Jika tidak mencapai tersebut rantai pasok tidak akan berjalan.

Dengan adanya sertifikasi LWG dapat meyakinkan kepada khalayak bahwa perusahaan ini *trusted* dengan manajerial yang lebih kredibel, sehingga membuka kerja sama lebih luas lagi. Selain dari sistem manajerialnya, komunitas atau perusahaan yang tergabung pada LWG mendapat *privilege* koneksi terutama untuk pabrik yang berhubungan dengan pabrik luar negeri.

Secara holistik LWG mengusahakan dalam ekosistem *closed-loop-cycle* untuk menjaga *sustainability* pada rantai pasoknya. UD Nogosari Leather telah menunjukkan komitmen untuk menggunakan kulit yang berasal dari berbagai pemasok yang dikelola secara berkelanjutan. Selain itu mengusahakan bahan baku berkualitas dari dalam negeri, dan membuka peluang jejaring dengan berbagai lini bisnis yang berkaitan.

Perjalanan mereka menuju keberlanjutan dan bagaimana perusahaan ini menjadi contoh nyata, bahwa etika dapat bersatu dalam dunia kulit yang berkelanjutan. **(Rahasih Lupita Maheswari)**

● **Mesin Pengolahan Nogosari Leather.**

Tepung Serbaguna untuk Gaya Hidup *Gluten Free*

Lokalloka menjadi sebuah solusi untuk orang-orang dengan gaya hidup *gluten free*. Mereka tidak perlu lagi repot-repot mencampurkan beberapa bahan olahan saat ingin membuat berbagai makanan.

FOTO-FOTO LOKALLOKA

● Marina Noor Prathivi founder tepung Lokalloka.

lokalloka

DENGAN *background* teknologi pangan plus keinginan terpendam sejak duduk di bangku kuliah, seorang wanita bernama Marina Noor Prahtivi bertekad mempunyai ruang tersendiri untuk eksplor dan berkreasi dalam menciptakan resep-resep berbasis tepung lokal. Melalui serangkaian proses berpikir serta riset yang mendalam, hadirlah jenama bernama Lokalloka, tepung serbaguna dengan bahan baku lokal untuk berbagai jenis olahan yang sudah memiliki uji *gluten free*.

Berawal dari keresahan untuk mencari pengganti tepung terigu sebagai bahan baku olahan namun memiliki rasa tetap enak, mendorong Marina menggali pangan lokal lebih dalam serta mengenali makanan-makanan di Indonesia. “Saya selalu *stuck* saat ingin membuat mi dengan menggunakan mocaf dan hasilnya selalu gagal. Saya bikin roti pakai tepung talas atau tepung pisang pun hasilnya malah kaya batu. Karena ternyata tepung itu cuma bisa digunakan untuk bikin olahan *cake* aja, sementara untuk olahan lain itu sulit untuk diaplikasikan,” ucap Marina saat ditemui tim redaksi.

Saat Covid-19 melanda pada 2020 dan pekerjaan yang sebelumnya di-*handle* olehnya harus terhenti karena modal belum tercukupi, Marina berkreasi. Saat-saat yang tak mengenakkan itu dijadikan momen bagi Marina untuk riset kembali dan mencari tahu lebih lanjut apa alasan di balik ‘kenapa resepnya tidak berkembang?’.

Percobaan penggabungan berbagai tepung pun dilakukan, seperti tepung mocaf, tepung beras, tepung sagu aren dari Papua, dan juga tepung maizena. Semuanya kemudian di-*mix* menggunakan formulasi tertentu sehingga nantinya satu tepung bisa digunakan untuk berbagai jenis olahan seperti roti, pizza, donat, kue soes, cookies dan juga aneka gorengan.

Dari kombinasi beberapa jenis tepung tersebut lalu dicari formula yang paling tepat dan sesuai. Hingga kemudian Lokalloka hadir dengan konsep *gluten free* yang berasal dari pangan lokal namun memiliki fungsi yang sama seperti halnya terigu.

Super praktis dan Simpel

Tidak tanggung-tanggung Lokalloka berkomitmen untuk memastikan produknya *gluten free* dengan melakukan uji internal dan meminimalisir adanya kontaminasi dari *gluten*. Caranya, Maria merancang dapur tersendiri yang digunakan hanya untuk atau khusus *gluten free* sehingga tepung terigu lainnya dan alat-alat yang digunakan bebas dari *gluten*.

Dalam hal ini, keberadaan Lokalloka menjadi sebuah solusi untuk orang-orang dengan gaya hidup *gluten free*. Mereka tidak perlu lagi repot-repot mencampurkan beberapa bahan olahan saat ingin membuat berbagai makanan. Kalau umumnya resep membuat roti *gluten free* harus terlebih dahulu mencampurkan beberapa jenis tepung lalu setelah itu di-*blend*, hal ini tidak berlaku saat menggunakan tepung Lokalloka yang sudah menjadi satu campuran pre-mix dan bisa digunakan untuk membuat berbagai jenis makanan.

● **Variasi produk Lokalloka.**

Apapun Olahannya **Lokalloka Solusinya**

yuk makan enak
lebih sehat tanpa terigu
lokalloka.com

Selain itu, beberapa merk tepung *gluten free* lainnya memiliki jenis-jenis tepung tersendiri untuk pembuatan *cake*, cookies dan gorengan. ''Kenapa harus pakai tepung berbeda-beda, kalau kita bisa pakai tepung yang serbaguna. Karenanya itu menjadi dorongan bagi kami di Lokalloka untuk mengembangkan resep aneka olahan," ucap Marina.

Akhirnya, tepung Lokalloka ini bisa digunakan untuk membuat mi, roti tawar, roti manis, donat, gorengan, ataupun *shortcrust pastry* seperti pie, kue soes, *churros*, *cake* dan juga *cookies*. Selain proses pembuatan olahan makanan bisa menjadi lebih praktis dan mudah, Lokalloka memiliki keistimewaan tidak meninggalkan sisa rasa (*aftertaste*) dan warna yang kurang menyenangkan.

Seperti halnya ketika ingin membuat cake menggunakan tepung pisang, saat membuat cake vanilla, warna yang dihasilkan tidak bisa berwarna putih tapi akan berwarna sedikit keruh karena aslinya tepung pisang sudah berwarna kecoklatan. Atau, saat ingin membuat cake menggunakan tepung mocaf akan ada *aftertaste* yang tertinggal dan saat dimakan pun rasa serat nya terasa. Sehingga saat diolah akan menjadi padat dengan aroma yang kurang menyenangkan dan warnanya yang tidak cantik. "Kita berusaha untuk menghilangkan itu semua. Jadi kita berpikir bagaimana caranya bisa membuat olahan *gluten free* apa saja yang memiliki rasa tetap enak seperti terigu.''

Meskipun begitu, karena Lokalloka ini *gluten free* secara *handling* pun tidak semudah saat menggunakan tepung terigu. Sehingga, harus terlebih dahulu mengetahui cara penggunaannya.

Marina menyediakan video tutorial bagaimana cara membuat olahan makanan menggunakan tepung Lokalloka dan *e-book* berisikan resep-resep dan bisa diakses secara langsung melalui *website* dari Lokalloka

Inovasi tanpa batas

Lahir di 2020 menjadikan Lokalloka memiliki ambisi untuk terus berinovasi dalam melakukan pengembangan produk. Pada usianya yang waktu itu masih berumur 6 bulan, Lokalloka terpilih menjadi salah satu peserta yang mengikuti pembinaan (*food camp*) pada kegiatan *Indonesia Food Innovation* (IFI) yang diselenggarakan oleh Kementerian Perindustrian Republik Indonesia. Lokalloka terpilih karena inovasinya dalam membuat satu tepung serbaguna *gluten free* yang memiliki rasa sama seperti halnya menggunakan tepung terigu.

Menjelang tahun kedua Lokalloka berdiri, di 2021 akhir, setelah melalui pengembangan resep, akhirnya Miendful hadir sebagai jawaban untuk mereka yang *gluten free* namun masih suka khawatir saat ingin mengkonsumsi mi instan. Miendful dibuat dari karbohidrat kompleks dengan bumbu tanpa pengawet dan MSG dan menariknya bisa dikonsumsi mulai dari umur satu tahun.

Tidak puas hanya sampai di situ, Lokalloka pun membuat tepung premix gorengan. Untuk mengembangkannya tepung Lokalloka cukup ditambahkan rempah-rempah *powder*, setelah itu diaduk-aduk dan tambahkan air sesuai takaran. Tepung ini pun bisa digunakan untuk membuat tempe goreng, mendoan, ayam krispi, pisang goreng, dan tepung donat.

Tepung premix ini juga bisa menjadi alternatif solusi untuk membuat camilan bekal praktis untuk anak dengan cara yang mudah. Saat ini produk Lokalloka dapat ditemui di *marketplace* seperti *Shopee* dan *Tokopedia, Website Official* (*https://lokalloka.com/*), *Instagram* (*@tepung.lokalloka*) dan juga *Facebook*.

Marina memiliki inovasi selanjutnya untuk Lokalloka bisa dikreasikan menjadi apa pun, tepung premix pizza ini bisa menjadi pilihan praktis dalam membuat masakan serta sebagai momen memasak dan berkreasi bersama dengan anak. **(Dinda Maharani)**

Kementerian Perindustrian
REPUBLIK INDONESIA

bpipi

BANGGA BUATAN INDONESIA

#Semuanya AdaDisini

#INDONESIA MELANGKAH

SALAM SEPATU
SEMANGAT . CEPAT . JITU

Balai Pemberdayaan Industri Persepatuan Indonesia

Melakukan pendampingan, pengembangan desain dan pelayanan konsultasi di bidang persepatuan.

TUGAS DAN FUNGSI BPIPI

- Pengembangan Produk
- Industri 4.0
- Hubungan Kemitraan
- Kreativitas
- Peningkatan Kapasitas Kelembagaan
- Bantuan Informasi, Promosi dan Pemasaran
- Penumbuhan dan Pengembangan Wirausaha

LAYANAN BPIPI

- Pendampingan IKM Alas Kaki
- Lab Uji
- IFCC
- LSP
- IFN
- Peta Potensi IKM Alas Kaki
- Data Industri
- Bank Desain
- Supporting Layanan (Klinik kemasan, HKI)

EKOSISTEM

- Jasa
- Brand Lokal
- Desain
- Bahan Baku
- Asosiasi Komunitas
- Manufaktur
- Akademisi
- Mesin dan Peralatan

Kontribusi

1. Nilai Tambah Industri Lokal
2. Kesempatan Kerja IKM Alas Kaki

Peran BPIPI

1. Pengembangan Produk,
2. Kreativitas,
3. Dukungan Penguatan Kapasitas Kelembagaan IKM Alas Kaki

- Kolaborasi & Penguatan Kemitraan,
- Penguatan Ekosistem Industri
- IKM Potensi Ekspor

Komplek Pasar Wisata, Tanggulangin, Kedensari, Sidoarjo, Kabupaten Sidoarjo, Jawa Timur 61272, Indonesia

(031) 885-5149
(031) 885-6150
(0811-333-6682)

info@bpipi.id

BPIPI Kemenperin

bpipi.kemenperin.go.id

@balaipersepatuan.ri

Kue Sapik Makin Eksis di Tangan Bu Fat

Kue sapik yang merupakan makanan tradisional dan biasanya muncul di hari-hari tertentu seperti lebaran, pesta perkawinan, berkat tangan Hj Fatmawati tersedia setiap saat.

● Owner Kue Sapik Bu Fat, Hj.Fatmawati.

FOTO-FOTO DOK. KEMENPERIN/ELLY MUTHIA

● **Kue Sapik buatan ibu Fat.**

KUE sapik merupakan jajanan atau camilan khas tradisional dari Sumatra Barat yang dibentuk dengan cara dilipat lalu dijepit. Kadang kala kue ini tidak dilipat tetapi digulung seperti semprong dan dikenal juga dengan sebutan kue semprong.

Kue semprong sendiri banyak ditemukan diberbagai daerah di Indonesia dengan penyebutan yang berbeda-beda dan memiliki keunikannya masing-masing. Di masyarakat Sunda, kue semprong dikenal dengan sebutan dampit, di Lamongan dengan nama japit gulung, Sumatra Barat dengan sebutan kue sapik, dan di Sumatra Selatan dengan nama juwada gulung.

Adapun di Bojonegoro dengan nama gapit kluntung, Aceh dengan sebutan kue seupet, Mandar dengan nama kasippi, Gorontalo menyebut curuti, Minahasa dengan sebutan kue gulung, Blitar menyebut opak gambir dan Meranti dengan sebutan kue napal.

Negara tetangga, Malaysia, yang memang merupakan negara serumpun dengan Indonesia juga memiliki kue semprong dengan sebutan kuih sampit atau *love letter*.

Sementara di Brunei Darussalam dikenal dengan sebutan kuih sapit, namun karena pengaruh Belanda kue ini berbahan dasar terigu, tidak seperti kue sapik atau semprong yang berbahan dasar tepung beras.

Awalnya pada 1990 ketika Hj Fatmawati atau lebih dikenal dengan panggilan Bu Fat menikah dan diboyong suaminya yang seorang PNS merantau ke Kota Padang. Fatmawati merasa bingung karena menganggur di rumah tidak ada pekerjaan, apalagi dia hanya lulusan SMA. Apalagi memang waktu di daerah asalnya, Payakumbuh, Bu Fat terbiasa membantu orang tuanya membuat kue.

Maka untuk menghilangkan rasa jenuh, dirinya mencoba memulai usaha dengan membuat kue basah seperti putu ayu dan harum manis yang dititipkan ke toko-toko kue yang ada di Kota Padang seperti Toko Ida, Toko On, dan Toko Ayu. Kue sapik yang dibuat orang tuanya di kampung pun ikut dititipkan bersamaan dengan kue basah buatannya sendiri.

Ternyata permintaan untuk kue sapik semakin meningkat. Saat itu Bu Fat belum membuat sendiri kue sapik, tetapi masih mendapat pasokan dari orang tuanya di kampung. Usaha kue basah dan kue sapik makin berkembang. Hampir semua toko kue di Kota Padang dapat ditemukan kue putu ayu dan kue harum manis buatan Bu Fat.

Berkembang di Jambi

Karena tuntutan pekerjaan apalagi suami bu Fat seorang PNS abdi negara yang harus bersedia ditempatkan di seluruh Indonesia, maka pada 1996 Bu Fat sekeluarga pindah ke Jambi. Ketika di Jambi, Fatmawati tetap melanjutkan usahanya seperti di Padang yaitu membuat kue basah putu ayu dan harum manis. Namun kue sapik yang merupakan amanah orang tua dan memang masih buatan orang tua di kampung Payakumbuh masih tetap dibawa untuk dititipkan mengikuti kue basah buatan Fatmawati.

Usaha di Jambi terus berkembang hingga memiliki tenaga kerja mencapai 6 orang. Hampir semua toko kue di Kota Jambi, Kuala Tungkal, Kerinci dan lain-lain ditemukan kue putu ayu, harum manis, dan kue sapik Bu Fat. Demi kelancaran usahanya, Bu Fat kemudian mengajak kakak dan adiknya dari kampung untuk membantu usahanya di Jambi.

Mengingat suami Bu Fat, Mirwan, adalah seorang PNS, maka hal yang tidak dapat dihindari adalah dipindah ke daerah lain setiap

saat. Pada 2002, dia pun kembali ditugaskan ke Padang. Tentu saja sebagai istri yang taat, Bu Fat harus mengikuti ke mana pun sang suami bertugas. Akhirnya usaha yang sudah berkembang di kota Jambi harus ditinggalkan dan dilanjutkan oleh kedua saudara Bu Fat.

Kue Sapik Bu Fat

Kasus lama terulang lagi seperti awal 1990 ketika Bu Fat baru pindah ke Kota Padang. Kalau mau bikin kue basah seperti putu ayu dan harum manis, dia harus mencari lagi pelanggan baru karena sudah lama meninggalkan kota itu dan pindah ke Jambi. Akhirnya, dia memutuskan membuat kue sapik meneruskan usaha orang tuanya yang memang sudah ditekuninya sejak masih remaja di kampung halamannya, Payakumbuh.

Tepatnya pada 2002 Bu Fat mulai konsen membuat kue sapik yang pada saat itu pemasarannya ditujukan ke Kota Jambi mengingat pelanggan yang memang sudah ada. Untuk Kota Padang, dia mulai menjajaki kembali pelanggannya dulu ketika dirinya belum pindah ke Jambi. Dulu, jualan utamanya adalah kue basah, tapi sekarang hanya kue sapik buatan sendiri.

Kue sapik yang merupakan makanan tradisional dan biasanya muncul di hari-hari tertentu seperti lebaran, pesta perkawinan, di tangan Hj Fatmawati semakin eksis dan tersedia setiap saat.

Pemasarannya pun tidak hanya di Kota Padang, Jambi, dan sekitarnya tapi juga semakin luas sampai ke Provinsi Riau mulai dari Pekanbaru, Dumai, Duri, serta Lampung, Bengkulu, Sungai Penuh, dan sekitarnya. Ditambah lagi dengan adanya pemasaran seara *online*, membuat kue sapik Bu Fat semakin dikenal hingga seluruh Indonesia.

Saat ini Bu Fat tidak hanya memproduksi kue sapik yang merupakan produk utama, tapi sudah mengembangkan produk hingga beberapa varian. Sebut saja sagun bakar, rakik kacang, rakik maco, kacang berbalut, arai pinang, keripik singkong, keripik kentang, keripik ubi, keripik balado, dan lain-lain. Jumlah karyawannya saat ini 20 orang.

Kunci Sukses

1. Konsisten
Sejak mulai berdiri hingga sekarang, Bu Fat tetap konsisten dengan kualitas produknya dan tidak pernah mengurangi sedikit pun. Dia selalu memegang nasihat taci cina yang pernah dikenalnya di Jambi tempat dirinya menitipkan kue basah dan kue sapik. Beliau mengingatkan apabila usahanya sudah berhasil jangan pernah mengurangi kualitas, karena apabila dilakukan maka sama dengan membunuh diri sendiri. Pelanggan akan pergi.

2. Menjaga hubungan baik dengan Pekerja
Bu Fat juga selalu menekankan kepada pekerjanya agar bersikap jujur dan disiplin. Dia pun memberikan *reward* kepada pekerja yang dapat mengerjakan lebih dari target yang ditentukan. Pola kerjanya, satu orang dalam sehari mengerjakan tiga adonan atau sama dengan menghasilkan 120 bungkus kue sapik. Jam kerjanya mulai pukul 08.00 hingga 17.00 WIB.

FOTO KEMENPERIN/ELLY MUTHIA

● **Pekerja sedang memproduksi kue sapik.**

Bu Fat memberikan uang lembur bagi pekerja yang bekerja melebihi jam kerja yang telah dijadwalkan, karena adanya penambahan permintaan. Lalu, pekerja atau karyawan dianggap sudah seperti keluarga. Mereka rata-rata bekerja sudah lebih dari lima tahun, bahkan ada yang sudah menjadi karyawan selama 14 tahun.

Bu Fat menyediakan pula tempat usahanya sebagai tempat pelatihan karyawan-karyawan perkantoran yang akan memasuki masa pensiun. PT Telkom dari Sumatra Utara kurang lebih tiga tahun berturut-turut membawa pegawai yang memasuki masa purna bakti untuk pelatihan di Pondok Kue Sapik Bu Fat. Begitu juga dengan Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Bukitinggi membawa IKM binaanya, khusus WUB (Wira Usaha Baru) berkunjung dan melakukan studi banding ke Pondok Kue Sapik Bu Fat.

Selama menjalankan usahanya, Hj Fatmawati tidak pernah melakukan pemutusan hubungan kerja (PHK) karyawannya. Meski ada sesuatu yang salah, karyawan ditekankan untuk sadar diri dan biasanya saling mengingatkan di antara mereka. **(Elly Muthia)**

Pondok Kue Sapik Bu Fat
Komplek Pondok Pinang Blok K No 10, Kelurahan Lubuk Buaya, Kecamatan Koto Tangah, Kota Padang, Sumatra Barat, 25173

Desain Eksklusif Tas Milinge

Produk yang *fashionable* tentu akan terus dicari pecintanya untuk memadupadankan dengan penampilan. Salah satu pelengkapnya ialah tas yang nyaman disandang.

● Tirta Atma, seri 13 khayangan.

FOTO-FOTO DOK. MILINGE

PASAR tas kulit masih terbuka lebar. Bersaing dengan tas kulit impor yang memiliki jenama ternama, tas kulit buatan perajin asal Surakarta mampu menarik pembeli dari kalangan tertentu. Tas akan menarik konsumen bila enak dilihat sekaligus enak dipakai.

Penampilan seseorang akan lebih menarik bila pakaian atau busana berpadu dengan tas yang juga serasi. Para pecinta fesyen, baik pria maupun wanita, sudah paham tas yang akan dikenakan pada momen atau acara tertentu disandingkan dengan busana yang dikenakan.

● Tirta Wangi, bunga yang memberi keharuman.

● Alana Kekalih, saling asah, asih, dan asuh.

Berbagai jenis tas bisa didapati di *outlet* yang ada di toko, mal, atau toko *online*. Pilihan tergantung konsumen sesuai isi kantong yang akan dikeluarkan. Bagi kelompok tertentu merek atau *jenama* sangat menentukan. Tak heran kalau ada konsumen yang harus menggunakan merek dari luar negeri meskipun harganya mahal.

Sementara ada juga yang tak begitu peduli dengan merek asalkan cocok dan enak dipakai. Kita bisa mencari dan membeli tas buatan lokal dengan mudah lewat marketing *online* (internet). Setelah menemukan yang dicari, tinggal pilih barang, bayar, kemudian menunggu sehari atau dua hari pesanan tas yang diiinginkan datang ke rumah.

Memicu ide

Namun, kenyataannya tidak semua produk yang ditawarkan memberikan kepuasan dari sisi kualitas. Tas dengan bahan baju dari kulit sapi, misalnya, akan banyak ditemui di hampir setiap kota atau daerah-daerah yang banyak dikunjungi wisatawan. Inilah yang diamati oleh Endro Pranowo, banyak tas kulit khas daerah tertentu yang menarik namun saat dipakai justru kurang enak. Misalnya kulitnya keras atau kaku yang kadangkala saat dipakai malah membuat sakit di pundak.

Kondisi seperti itulah yang memunculkan ide membuat tas yang kemudian diberi nama Milinge yang diambil dari kata 'miling' atau peduli (terhadap budaya sekeliling). Pada 2012 Endro memulai membuat tas kulit dengan konsep yang berbeda dengan produk sejenis.

"Kita berharap menjadi produk *private fashion*, tidak sama dengan produk yang lain. Satu tas bisa bentuknya sama tapi tema utamanya beda," kata Endro.

Intinya produk Milinge yang dibuat tanpa mesin (*handmade*) tidak ada kembarannya. Setiap produk yang dibuat akan ada perbedaan dari berbagai sisi seperti warna, corak, atau desain. Meskipun begitu Endro masih menerima permintaan khusus (*tailor made*).

"Poinnya pada bahan baku. Kita punya bahan baku yang luar biasa (banyak)," jelas Endro. Kulit sapi sebagai bahan baku utama bisa diperoleh dari Yogyakarta, Solo, Semarang, dan juga sebagian Jawa Timur. Pilihan pemasok kulit tersedia di berbagai tempat. Hanya saja saat pandemi covid-19 beberapa pabrik penyamakan kulit tak melakukan produksi lagi.

Adanya beberapa rekanan bahan baku untuk kulit sapi (bahan baku utama) ini terkait dengan pesanan yang diinginkan Endro. Ada pabrik yang bisa menghasilkan produk dari kulit yang lebih lunak atau lebih *soft*. Bahan-bahan kulit yang menjadi tas itu ada yang diproses di lokasi *workshop*, ada juga yang yang dipesan secara khusus di pabrik penyamakan kulit.

Di lokasi *workshop* di Karangasem, Solo (sebelumnya Endro di Yogyakarta) yang didukung oleh tujuh tenaga kerja menghasilkan

● **Arunika, hidup yang selalu berkembang.**

berbagai macam tas. Bila konsumen memilih tas untuk kepentingan formal, Milinge menyediakan dengan sejumlah produk yang berbeda satu sama lain. Begitu pula bisa mencari tas untuk santai berbagai pilihan sudah tersedia.

Untuk penjualan, Endro masih mengandalkan online seperti *Instagram*. "Penjualan retail mereka melihat di medsos," kata Endro. Upaya ini membuahkan hasil dengan banyaknya pesanan dari berbagai kota di Indonesia. Bahkan sudah ada pelanggan dari Belanda dan Kanada yang memesan tas Milinge.

Endro mengaku sekarang ini tas yang dibuatnya sekitar 50 sampai 100 buah per bulannya. "Naik turunlah. Kita stok (juga) supaya tidak habis," ungkapnya.

Apresiasi Kemenperin

Endro meyakini produk Milinge ini memiliki diferensiasi yang membedakan dengan produk tas sejenis. Pertama, bahan kulit yang dikembangkan. Artinya kulit diolah sedemikian rupa baik di pabrik maupun dikerjakan di *workshop*-nya. Kedua, Milinge memiliki banyak pola dari ukir atau *painting*.

Selanjutnya produk yang dihasilkan memiliki beragam pilihan, dari kasual sampai formal. Endro menyebut Milinge adalah *art fashion* bukan sekadar fesyen, bila dilihat dari motif yang dikembangkan pada setiap tas yang dibuat.

Ia bersyukur produknya diapresiasi oleh Kementerian Perindustrian (Kemenperin) dengan diikutsertakan ke pameran Kriyanusa 2023 di JCC. "Langsung dikontak pihak Kementerian Perindustrian," tutur Endro yang sempat terpengaruh oleh adanya pandemi COVID-19. Namun produksi tidak berhenti meskipun lebih sedikit. Yang jelas penjualan masih ada meskipun menurun.

Kini Endro sudah mulai 'lari-lari kecil'. Lepas dari tekanan eksternal untuk terus menata usahanya guna mencapai tujuan yang

● **Alama Merak, mengasihi sesama saling peduli.**

ingin dicapai. Apalagi sekarang konsumen atau pelanggan Milinge kebanyakan ibu-ibu mapan yang mampu mengeluarkan uang satu juta hingga tiga juta rupiah untuk satu tas Milinge. Menurutnya kebanyakan usia pelanggan antara 30-65 tahun. "(Mereka) sudah bisa *nyari* duit sendiri," katanya berseloroh.

Satu yang masih dalam perencanaan adalah keinginan membuka *show room* paling tidak di tiga provinsi yaitu Jakarta, Bali, dan di luar Jawa (masih belum diputuskan lokasinya apakah di Sumatera, Kalimantan, atau di Sulawesi).

Kini, Endro sedang berupaya untuk memperbaiki serta memfokuskan ke penjualan produk dengan melebarkan pasar, antara lain dengan marketing *online*. **(Jay)**

Endro Pranowo (Milinge Bags)

Jln Tanjung Raya No. 50,
Kelurahan Karangasem
Kecamatan Laweyan,
Surakarta, Jawa Tengah

Men's Republic Melangkah dengan Gaya, Kualitas, dan Prestasi

Perjalanan inspiratif Yasa Singgih, pendiri Men's Republic menyusuri jejak *brand* sepatu lokal yang kian berkilau.

DALAM dunia alas kaki, siapa yang tidak mengenal Yasa Singgih. Pemuda yang lahir di Bekasi, 25 April 1995 ini merupakan keluarga yang besar dari industri alas kaki. Sebagai generasi kedua dari keluarga yang besar di industri alas kaki, Yasa dikenal sebagai pekerja keras yang sangat ingin mandiri di usia muda.

Segala upaya pernah dilakukan Yasa Singgih untuk hidup lebih mandiri. Pernah mencoba peruntungannya di dunia MC (*master of ceremony*) hingga berjualan kaos dan bangkrut beberapa kali, tidak membuatnya patah semangat. Di umur 19 tahun, Yasa kembali mencoba peruntungannya dalam bisnis *fashion* melalui jenama Men's Republic. Belajar dari pengalamannya, Men's Republic dikemas lebih matang dari bisnis sebelumnya.

FOTO-FOTO DOK. REPUBLIC = MEN'S REPUBLIC

Merek Men's Republic secara bertahap dan pasti berhasil membangun bisnis *fashion* di Indonesia. Dengan mengembangan produk-produk *fashion* dari sepatu, baju, hingga sandal, merek ini sangat popular di awal 2010-an.

Yasa juga telah mendapatkan beberapa penghargaan skala nasional hingga internasional atas semua yang ia lakukan dalam dunia bisnis di Indonesia. Yasa berhasil menjadi juara di ajang Wirausaha Muda Mandiri Nasional kategori Mahasiswa Kreatif pada 2015, tokoh Nyata Film Dokumenter Pemimpin Muda Bisnis dari Kementerian Pemuda dan Olahraga Republik Indonesia pada 2015, *Marketeers Youth of The Year in* 2016 oleh Mark Plus.

Yang paling membanggakan, namanya masuk 30 Under 30 *Young Leaders & Entrepreneurs in Asia* versi Forbes 2017. Sebab perjuangannya menjadi pengusaha di usia muda sangat menginspirasi. Yasa Singgih juga mengeluarkan buku berjudul *Never Too Young to Become a Billionaire* yang berisi berbagai pengalaman kesuksesan serta tips dan strategi bisnis yang ia buat.

Namun tidak hanya sampai di situ saja pengalaman dari Yasa Singgih. Men's Republic yang sudah berada di puncak kejayaan harus tutup karena masalah manajemen. Bukan Yasa Singgih kalau tetap diam merenungi perjalanan bisnisnya. Dengan visi bisnis dan perjuangan pantang menyerah lahir kembali Republic sebagai simbol semangat dari lahirnya perjuangan seorang pemuda yang ingin mandiri.

● Produk Men's Republic.

Sosok di balik sukses

Republic bukanlah sembarang *brand* sepatu lokal di Indonesia. Sebaliknya, ini adalah perjalanan panjang yang dimulai dari 2006 dengan pendirian Men's Republic oleh Marga Singgih, ayah dari sosok di balik kejayaan sepatu ini, Yasa Singgih. Awalnya, Men's Republic merintis karirnya dengan menghadirkan pakaian dalam pria yang dikelola oleh sang ayah.

Berbekal pengalaman, pada 2011, Yasa Singgih kembali memulai perjalanannya membawa *brand* ini ke arah yang baru. Fokus awal masih pada pakaian, namun kali ini dengan penekanan khusus pada penjualan pakaian dari Tanah Abang, salah satu pusat perdagangan terbesar di Jakarta. Pada 2014, Men's Republic mengubah fokusnya sepenuhnya menjadi sepatu. Inilah awal dari perjalanan yang akan membawa mereka mencapai puncak kejayaan.

Tahun 2020 menjadi titik balik penting bagi jenama ini. Dalam upaya untuk menghadirkan identitas yang lebih kuat dan universal, Men's Republic melakukan *rebranding* menjadi Republic. Keputusan ini bukan hanya sekadar perubahan nama, tetapi juga manifestasi dari visi yang lebih besar untuk menjadi pemimpin dalam industri sepatu lokal.

● Yasa Paramita Singgih pendiri Men's Republic.

Republic bukan hanya dikenal di Tanah Air. Prestasi mereka telah merambah dunia internasional, dengan masuknya Republic dalam daftar Forbes 30 Under 30 Asia pada kategori *retail & e-commerce* pada tahun tertentu. Ini bukan hanya pengakuan bagi Republic sebagai pemain yang serius dalam industri, melainkan juga menjadi motivasi untuk terus memberikan yang terbaik.

Dalam perjalanannya, Republic membuktikan bahwa kualitas, desain, dan kenyamanan bukan hanya kata-kata kosong. Setiap koleksi yang dirilis mencerminkan dedikasi untuk memberikan produk terbaik kepada pelanggan. Rentang harga yang terjangkau menjadi nilai tambah, memastikan bahwa sepatu berkualitas tinggi dapat dinikmati oleh semua kalangan.

Namun, Republic tidak hanya tentang produk. Ini adalah cerita tentang kesuksesan, perubahan, dan inovasi. Tagline *Walk Your Way* bukan hanya sebatas kata-kata, tetapi puncak dari filosofi yang menggambarkan tekad untuk mendukung setiap langkah dalam perjalanan hidup. Dengan setiap detik yang berlalu, Republic terus melangkah maju, membawa kebanggaan sebagai jenama sepatu lokal yang mendunia. **(Alfiyan Darojat)**

Ada Cerita Dalam Secangkir Teh

Menikmati teh bukan sekadar sebagai pengisi waktu di pagi atau sore hari. Penggunaan bahan berkualitas ternyata memberi dampak bagi petani dan juga perkebunan teh.

FOTO-FOTO INSTAGRAM SILA ARTISAN TEA

TEH tergolong dalam kelompok minuman penyegar yang secara spesifik memiliki kandungan zat antioksidan polifenol, yang berguna dalam menetralkan racun radikal bebas di dalam darah. Selain itu senyawa Theanin di dalamnya dapat menenangkan pikiran dan membantu fokus.

Teh juga merupakan salah satu komoditi yang menggerakkan ekonomi di Indonesia selain minyak dan gas. Seiring dengan perkembangan gaya hidup milenial dan Gen Z sekarang, makin banyak pelaku industri kecil yang memproduksi dan mengemas teh sebagai produk unggulan. Bahkan kini banyak dicari sebagai bahan utama minuman.

Sebuah tren baru di industri teh Indonesia yang muncul dari industri pembuatan teh skala IKM, yakni hadirnya teh yang tidak hanya terpaku dalam pengolahan rasa saja. Ada kualitas dari daun teh yang digunakan dalam secangkir teh. Industri kekinian yang tengah digandrungi beberapa IKM menyebutnya dengan sebutan 'teh artisan'

Teh artisan seringkali secara kurang tepat dipersepsi sebagai teh yang diolah dari bunga. Itu karena bahan dasarnya yang tidak hanya berupa teh, tetapi bunga kering dan tanaman herbal kering lainnya.

Namun sesungguhnya yang dimaksud dengan teh artisan adalah teh yang dibuat oleh seseorang yang memang ahli. Dibuat menurut budaya dan tradisi yang membutuhkan pengetahuan dan keahlian keterampilan dalam memproses teh itu sendiri. Dengan begitu teh yang dihasilkan memiliki keunikan dalam aroma, rasa, dan manfaat kesehatan bagi yang meminumnya.

Sila merupakan salah satu merek teh yang memiliki konsep *artisan tea* yang berfokus pada kualitas bahan, rasa, manfaat, dan aroma yang menjadi ciri khas dalam setiap produk. Teh yang dibuat juga tidak sembarang menggunakan bahan. Beberapa bahan yang digunakan, menyesuaikan cerita yang akan dikemas dalam satu kemasan produk. Salah satu contoh produk Sila Artisan Tea bernama Abhinaya, memiliki aroma kayu manis yang lembut, dipadukan dengan wangi cengkeh yang khas, serta lemon yang segar.

Teh Abhinaya (yang artinya harapan untuk kesembuhan) lahir pada saat pandemi COVID-19. Racikan ini pada awalnya didonasikan kepada para dokter dan petugas medis di beberapa rumah sakit dan Pusat Karantina Covid di Bogor dan Jakarta.

Value dari sebuah teh

Redha Taufik Ardias, *founder* dari Sila Artisan Tea sekaligus Ketua Umum Asosiasi Artisan Teh Indonesia (ARTI) menceritakan pada mulanya konsep *artisan tea* lahir dari pengalamannya saat dia masih menjabat sebagai *brand manager* di perusahaan industri teh Indonesia.

Pada saat itu, dia ditugaskan untuk menciptakan teh rasa baru yang unik dengan harga jual lebih baik dari teh biasa yang ada di pasaran. Tercetuslah ide untuk menggunakan teh yang murah lalu menambahkan pewangi dan perasa buatan. Dengan begitu dapat menghasilkan keuntungan maksimal bagi perusahaan.

Namun, setelah mendalami industri teh dan melihat langsung kondisi kebun serta para petani teh, akhirnya Redha menyadari bahwa model bisnis yang demikian ini justru membuat para petani kebun teh merugi. Bahkan kebun-kebun teh menjadi rusak.

Pekebun hanya dibayar dengan upah yang sangat rendah. Selain itu nilai komoditas teh tidak sebanding dengan level komoditas kopi. Bahkan di pasaran, teh dihargai jauh lebih murah dibandingkan kopi sehingga perkebunan teh tidak mampu melahirkan inovasi yang cukup untuk dapat bersaing.

Hal itulah yang membuat Redha memiliki keinginan baru untuk berkontribusi dalam misi mensejahterakan para petani kebun teh,

dengan mengangkat *value* dari teh itu sendiri. Strategi pengembangan nilai dari sebuah teh ini, yang menjadi inovasi pengembangan teh terbaru di Indonesia.

Inovasi yang dikembangkan

Cara yang digunakan Redha untuk mengunggulkan *value* dari Sila Artisan Tea dengan melakukan inovasi baru; peningkatan mutu teh, serta peningkatan *attractiveness* atau daya tarik dari produk teh.

Inovasi melalui peningkatan mutu, diwujudkan melalui peningkatan mutu petik serta pengolahan, dan komitmen untuk menggunakan bahan yang 100% alami dalam setiap racikannya. Dalam proses pembuatan teh artisan, juga tidak dilakukan sembarangan.

Setiap bahan yang digunakan harus secara ilmiah atau setidaknya secara empiris aman untuk dikonsumsi. Takaran kandungan bahan tertentu harus diperhatikan jumlah penggunaan, dan efek silang ketika mereka dicampurkan. Selain itu, untuk meracik produk teh artisan juga perlu diperhatikan bahwa teh (*camellia sinensis*) sebagai *base* harus dominan terkandung dalam racikan, yaitu minimal 50% dari total bahan.

Sedangkan daya tarik Sila Artisan Tea dilakukan melalui edukasi mengenai teh berkualitas, pengemasan, penyajian, dan *branding* produk, serta promosi dengan tujuan agar masyarakat Indonesia memiliki wawasan dan kesadaran mengenai teh artisan. Mayoritas masyarakat masih belum mengetahui tentang jenis teh bagus yang mereka konsumsi. Hal ini mendorong Redha untuk dapat terus mengembangkan potensi dari nilai teh kepada masyarakat umum.

Agar teh ini dapat menjangkau pasaran umum, Redha menjelaskan bahwa produk Sila Artisan Tea terbagi menjadi dua kategori. Pertama, disebut sebagai *The Finest Series* dengan bahan kualitas terbaik, ditargetkan untuk masyarakat menengah ke atas.

The Finest Series menggunakan bahan berkualitas super premium (*specialty*) dengan beragam manfaat yang baik untuk kesehatan tubuh. Salah satu produknya bernama *Gamboeng Heritage* menggunakan daun pohon yang telah berumur lebih dari 100 tahun. Pohon ini hanya menghasilkan 5 kilogram daun teh dalam waktu sebulan saja. Kategori ini dibandrol dengan harga Rp150 ribu sampai Rp200 ribu per kaleng isi 60 gram.

Kategori kedua disebut sebagai *Daily Gourmet* yang diperuntukkan untuk masyarakat umum. Cocok dijadikan sebagai minuman sepanjang hari, baik dinikmati hangat maupun sebagai bahan *tea mocktail*. Kategori teh ini dijual lebih terjangkau dibandingkan dengan *The Finest Series*, namun pastinya tetap menggunakan teh kualitas premium. Seri *Daily Gourmet* dibanderol dengan harga mulai dari Rp100 ribu hingga Rp125 ribu per 125 gram.

Dengan menggunakan bahan berkualitas, dipastikan Sila Artisan Tea menghasilkan produk teh yang lebih unggul dari yang lain. Melalui pengembangan mutu dan strategi promosi diharapkan dapat menjangkau seluruh kalangan pasar.

Tidak hanya menjadikan Sila Artisan Tea tersebut menjadi produk yang eksklusif, tetapi bagaimana masyarakat dapat menikmati teh 'bagus'. "Kita ingin rakyat Indonesia menikmati teh bagus ini," ungkap Redha. "*Good people, good leaf, good life*."

Harapan ke depan

Harapan pertama dalam lima tahun ke depan adalah membuka galeri teh di 10 kota besar sekaligus sebagai titik distributor. Sila Artisan Tea telah menjalin kerja sama dengan distributor di beberapa tempat seperti Medan, Makassar, Bali, Surabaya, Jakarta, dan lain sebagainya.

Galeri teh yang dimaksud adalah Rumah Teh Indonesia seperti yang terletak di Bogor. Konsep rumah yang *homey* dan dipenuhi dengan deretan inovasi produk Sila Artisan Tea yang dipajang di ruang utama. Harapan kedua adalah memiliki laman sendiri untuk memperkuat *branding* Sila Artisan Tea. Tujuan ini, untuk memudahkan masyarakat luas agar dapat mengakses katalog produk Sila Artisan Tea.

Harapan ketiga, memperbanyak kolaborasi dengan komunitas yang memiliki gagasan yang sama dengan Sila Artisan Tea. Tidak hanya sekadar mencari untung, melainkan turut serta dalam membangun ekosistem industri yang memberikan dampak positif bagi sosial dan kelestarian alam, serta dapat berkelanjutan. Harapan terakhir, memiliki platform edukasi teh sendiri bersama ARTI agar masyarakat dapat mengakses pengetahuan seputar teh.

"Kita sedang kerja sama juga dengan MLS (*Management Learning System)* untuk mengembangkan platform ini," ungkap Redha.

Dengan harapan mulia itu, dan dengan mengusung merek Sila Artisan Tea, Redha berharap dapat membagikan banyak hal positif mengenai teh artisan kepada masyarakat, dan semoga Sila mampu dicintai dan dibanggakan sebagai wajah baru teh Indonesia. **(Rasendriya)**

Tantangan terbesar bagi generasi muda usia produktif ialah peluang menjadi wirausahawan. Kesempatan itu bisa datang dari beragam lembaga yang punya program unggulan.

Inkubator Bisnis Lahirkan Pelaku IKM Profesional

Di tengah situasi kesempatan kerja yang semakin berkurang karena dampak ekonomi global, membuat sebagian perusahaan harus mengurangi tenaga kerja. Hal itu terpaksa dilakukan agar dapat bertahan menjalankan usaha.

Kondisi tersebut tentu mengurangi kesempatan kerja bagi generasi muda usia produktif, terutama bagi lulusan perguruan tinggi yang belum memiliki pengalaman kerja sesuai dalam bidang ilmu yang diembannya. Banyak yang memasuki dunia kerja hanya untuk memenuhi kebutuhan ekonomi keluarga yang semakin menghimpit dan tidak bisa ditunda.

Situasi seperti itulah yang membuat para pencari kerja, mau tidak mau harus berpikir keras untuk mencari kegiatan yang bisa memenuhi kebutuhan pokok keluarga. Masih ada peluang kegiatan usaha jangka pendek, yaitu dengan menjadi *reseller* produk-produk kebutuhan keluarga dengan menjual kembali produk-produk melalui jaringan *online* sekaligus dengan jasa pengirimannya.

Konsep wirausahawan

Jika berminat menjadi pelaku usaha industri kecil dan menengah (IKM) yang profesional, terutama bagi lulusan perguruan tinggi dapat melakukan kegiatan usaha melalui inkubator bisnis. Dalam beberapa tahun terakhir, semakin banyak konsep dan program inkubasi yang ditawarkan kepada calon wirausahawan.

Inkubasi ini ditawarkan kepada mereka yang memiliki ide bisnis dengan memanfaatkan bahan baku potensial di daerahnya, terutama bagi usaha rintisan (*startup*). Usaha rintisan yang dapat menghasilkan produk akhir yang dibutuhkan masyarakat, meski hanya menggunakan teknologi sederhana, manual, semi mekanis maupun teknologi modern.

Dalam merintis usaha baru dibutuhkan niat kuat dan etos kerja yang tinggi, tekun, tangguh, siap menghadapi segala rintangan dan tantangan dalam dunia usaha, yang perubahannya sangat dinamis dan kompetitif.

Bagi para pemula yang ingin menjadi pelaku usaha IKM profesional melalui inkubator bisnis, sebaiknya banyak mencari informasi tentang tawaran dari BUMN, perusahaan swasta yang memiliki program di antaranya tanggung jawab sosial perusahaan (*corporate social responsibility*).

Sebelumnya harus mengetahui lebih dahulu apa yang dimaksud dengan inkubator bisnis, apa fungsi dan tujuan inkubator bisnis, hingga siapa saja yang menjadi inkubator bisnis.

Inkubator bisnis adalah program yang dijalankan oleh organisasi atau lembaga tertentu atau perusahaan dari berbagai sektor, dengan tujuan memberikan *treatment* bagi pelaku usaha pemula, yang khusus didesain membina perusahaan dalam mempercepat pengembangan usahanya.

Keberhasilan mempercepat pengembangan usaha dilakukan melalui program yang didukung oleh kemitraan dan elemen-elemen bisnis lainnya, mencakup permodalan, fasilitas kerja, pelatihan manajemen pengelolaan usaha, dan bimbingan teknis.

Fungsi utama dari inkubator bisnis

1. Memberikan akses pengetahuan dan bantuan permodalan
2. Memperluas jaringan bisnis usaha rintisan
3. Melakukan pengembangan strategi pemasaran
4. Mentoring dan pelatihan bisnis dari tenaga ahli
5. Pengenalan etika bisnis
6. Pengelolaan manajemen investasi
7. Informasi bisnis secara umum

Tujuan inkubator bisnis

1. Membuka peluang pengembangan potensi usaha industri kecil dan menengah
2. Komersialisasi usaha kecil dan hasil riset
3. Menopang pendanaan bagi usaha rintisan

Siapa saja yang dapat menjadi inkubator bisnis?

1. Perguruan tinggi

Kemendikbudristek memberikan dukungan melalui pendirian inkubator bisnis teknologi di beberapa perguruan tinggi dalam menyongsong Indonesia 4.0. Salah satu inkubator bisnis teknologi Universitas Teuku Umar, Institut Pertanian Bogor yang dikenal dengan nama *Incubie*.

2. Lembaga

Salah satu lembaga inkubator bisnis dilakukan bursa saham Indonesia adalah Indonesia *Stock Exchange* (IDX) sejak 2017.

3. Swasta dan perguruan tinggi

Inkubator bisnis yang dilakukan melalui kolaborasi antara Kompas Gramedia Group dan Universitas Multimedia Nusantara dalam mengembangkan inkubator bisnis SkyStar Ventures.

4. Perbankan

Salah satu dari Mandiri Inkubator Bisnis yang dibentuk oleh Bank Mandiri untuk mendukung ekosistem kewirausahaan di Indonesia. Program dilakukan selama 6 bulan bagi para pelaku usaha IKM pemula untuk penguatan dasar-dasar manajemen bisnis, kombinasi *workshop* dan praktik langsung dengan kurikulum terstruktur dan akses ke jaringan Bank Mandiri serta tempat kerja.

Mekanisme pelaksanaan inkubator bisnis dilakukan melalui sistem kerja yang terdiri dari:

1. Pra-Inkubasi

Pelaku usaha akan melalui tahapan awal perekrutan dan seleksi yang disebut calon *tenant*, kemudian dilanjutkan dengan pendalaman teori dan simulasi usaha.

2. Inkubasi

Calon *tenant* yang sudah memenuhi syarat menjadi *tenant* inkubasi akan mendapatkan pendampingan teknologi produksi dan pengelolaan, manajemen, fasilitas pembiayaan.

3. Pascainkubasi

Tenant sudah dianggap berkembang dan dapat berdiri sendiri. Meski begitu, inkubator bisnis masih memberikan bantuan solusi dan bimbingan bagi *tenant* yang ingin berkonsultasi untuk permasalahan yang dihadapi dalam pengembangan usaha yang dijalankannya.

Bagi generasi muda usia produktif dan memiliki ide bisnis untuk menjadi pelaku usaha IKM profesional bisa memanfaatkan peluang ini. Terlebih bila memanfaatkan potensi sumber bahan baku di daerahnya, berpeluang besar mendapatkan kesempatan mengikuti program inkubator bisnis yang ditawarkan oleh lembaga, swasta, perbankan, maupun instansi pemerintah.

Kelak lembaga-lembaga tersebut akan memberikan pendampingan, bimbingan dan fasilitas lainnya untuk mendukung pertumbuhan dan pengembangan usaha yang akan dijalankan maupun usaha yang sudah berjalan. **(Lusiana Mohi, dari berbagai sumber)**

Saatnya IKM Ubah Mindset dan Promosi Digital

IKM *online* terbukti lebih mampu bersaing secara global, bahkan memiliki potensi pendapatan 6% pelanggan mancanegara ketimbang IKM *offline*.

TANTANGAN utama yang dihadapi oleh industri kecil, menengah, dan aneka di Indonesia adalah riset pasar termasuk di dalamnya model promosi, peluang pasar, pesaing, barang subtitusi dan komplementer atas produk–produk usaha, selera konsumen, tren pasar dan faktor eksternal yang lainya.

Survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) 2023, mengungkapkan pengguna internet di Indonesia sebanyak 215 juta dengan peningkatan penetrasi sebesar 78,19%.

Dalam survei APJII penetrasi dan perilaku internet di 2023 menunjukkan alasan utama menggunakan internet adalah mengakses media sosial, mengakses informasi dan melakukan transaksi daring.

Ini membuktikan bahwa perilaku masyarakat di Indonesia sudah sangat familiar dengan media digital bahkan menjadi platform utama berbisnis.

Dengan digitalisasi seluruh informasi akan dikemas sedemikian rupa sehingga seluruh produk yang ditawarkan oleh industri kecil

menegah (IKM) akan lebih mudah diakses. Teknologi digital akan mengubah cara melakukan bisnis karena menawarkan peluang sekaligus tantangan baru. Seluruh mata rantai pasokan (*supply chain*) diubah dengan menggunakan teknologi digital dengan harapan lebih kompetitif dalam melakukan bisnis.

Benefit yang ditawarkan dengan transformasi digital sangatlah besar. Data APJII 2023 menunjukkan sebaran sektor industri yang menggunakan internet semakin meningkat. Untuk industri skala kecil terdapat 34,7%, industri skala menengah sebesar 22,2% dan industri skala besar sebesar 3,7% yang sudah menggunakan internet.

Dari data tersebut menunjukkan bahwa kesiapan SDM industri di Indonesia sudah cukup baik, hal ini ditunjukkan dengan data bahwa 66,4% IKM sudah memiliki SDM yang mengelola internet dan media sosial.

Perubahan pola pikir

Beberapa pelaku bisnis yang sudah berjalan memiliki kendala dalam hal marketing digital yang sudah mereka jalankan. Salah satu hasil identifikasi penggunaan marketing digital adalah IKM belum melakukan perubahan pola pikir. Teknologi digital merupakan hal penting dan bersifat horisontal sehingga membutuhkan pola pikir yang berbeda dengan media konvensional yang bersifat satu arah.

Mengubah pola pikir terutama pelaku IKM memang tidak mudah dan tidak serta merta menjamin akan keberhasilan memasarkan produk secara digital.

Minimal dengan perubahan pola pikir, implementasi digital marketing lebih mudah untuk diwujudkan khususnya dalam hal penetrasi pasar.

Pola pikir sangat penting, sebab akan menentukan arah bisnis ke depannya. Pola pikir yang dinamis akan mengawal perubahan strategi bisnis yang akan dilakukan. Namun tidak dipungkiri bahwa resistensi pemanfaatan teknologi digital masih menjadi tantangan bersama dan tidak semudah membalik telapak tangan, begitu *on* maka profit langsung datang.

Semua melalui proses yang panjang. Hanya manusia yang mau belajar dan mengubah pola pikir setiap saat yang akan bertahan dalam metode ini.

Dalam teknologi digital, proses penciptaan merek bagi pelaku IKM jauh lebih mudah, apabila mereka mengubah *mindset*/pola pikir dari *vertical branding* menuju *horizontal branding*.

Vertical branding dibangun dengan menggunakan cara konvensional seperti iklan, sedangkan *horizontal branding* fokus kepada interaksi dan memberikan pengalaman baru kepada pelanggan melalui *platform* jejaring sosial dan digital lainnya.

Promosi digital

Definisi umum pemasaran digital adalah suatu upaya untuk mempromosikan sebuah merek dengan menggunakan media digital yang dapat menjangkau konsumen tepat waktu, sesuai kebutuhan pribadi, dan relevan. Tipe pemasaran digital mencakup banyak teknik dan praktik yang terkandung dalam kategori pemasaran internet.

Pemasaran digital merupakan istilah untuk pemasaran bertarget, terukur, dan interaktif mulai dari produk atau jasa yang menggunakan teknologi digital untuk mencapai, merubah dan mengarah ke pelanggan serta mempertahankan mereka.

Tujuan utamanya adalah untuk mempromosikan merek, membangun preferensi dan meningkatkan penjualan melalui berbagai pemasaran digital. Hal ini diwujudkan oleh berbagai pilihan layanan, produk yang menggunakan internet sebagai media promosi inti, selain *handphone*, TV dan radio.

Dari data yang ada kita bisa pelajari bahwa semakin banyak IKM yang menggunakan media sosial sebagai *platform* penjualan dan promosinya sebesar 82,84%.

Termasuk data APJJI 2013, yang menunjukkan bahwa di setiap sektor industri dari mikro, kecil, menengah hingga besar semakin sadar bahwa media sosial mempunyai peran penting dalam proses penjualan dan promosi.

Akses teknologi digital terkadang dianggap sulit bagi kalangan tertentu sehingga memerlukan edukasi yang lebih keras agar semua IKM mampu mengadopsi teknologi digital dalam proses pemasaran. Hal ini menandakan bahwa Indonesia berada posisi yang tepat untuk memanfaatkan kemajuan akses digital dan ketersediaan perlengkapan digital baru. Peningkatan bisnis *offline* menjadi bisnis *online* yang lanjutan (*advanced*) merupakan cara yang paling ampuh dalam meningkatkan promosi untuk IKM.

Berdasarkan data dari *Deloitte Access Economics* bahwa bisnis *online* lanjutan 17 kali lebih mampu untuk membuat perubahan besar dalam cara mereka melakukan bisnis dibandingkan bisnis *offline*. IKM yang memanfaatkan *online* terbukti lebih mampu bersaing secara global. Bahkan IKM yang mempunyai kemampuan *online* dasar memiliki potensi pendapatan sebesar 6% pelanggan mancanegara jika dibandingkan dengan IKM *offline*.

Penguatan teknologi digital dalam promosi akan memainkan peran penting dalam mengatasi tantangan–tantangan yang dihadapi oleh IKM. Banyaknya IKM yang memanfaatkan *broadband* dan *smartphone* untuk menjangkau konsumen dan meningkatkan efisiensi operasi, akan menghasilkan pertumbuhan pendapatan, meningkatkan lapangan pekerjaan, inovasi serta memiliki daya saing yang lebih baik. **(Alfiyan Darojat)**

Kementerian Perindustrian
REPUBLIK INDONESIA

BANGGA BUATAN INDONESIA

MAKING INDONESIA 4.0

e-smart INDUSTRI KECIL DAN MENENGAH
KEMENTERIAN PERINDUSTRIAN

Smart Sentra

Cara Praktis Pengembangan Wirausaha IKM

- E-learning ilmu wirausaha
- Layanan Kemitraan
- Sumber Informasi Kewirausahaan
- Profil/Katalog IKM dan Sentra

Akses ilmu wirausaha, mentor ahli, program pengembangan, peluang kemitraan dan pemasaran, semuanya ada di Smart Sentra!

Yuk join sekarang!

smartsentra.kemenperin.go.id

FOTO-FOTO DOK. KEMENPERIN

● Proses pengemasan minyak goreng kelapa BACO pada IKM Kulaku di Banyuasin.

Pemanfaatan Teknologi Meningkatkan Daya Saing di Pasar Global

Pelaku usaha tak boleh hanya mengandalkan keberuntungan ketika menjalankan bisnis. Dukungan teknologi kekinian memberi manfaat besar untuk pengembangan pasar.

PASAR global menuntut kreativitas dan inovasi pelaku usaha. Hal ini diperlukan karena persaingan usaha semakin tinggi untuk menghasilkan produk berkualitas dan berdaya saing tinggi.

Dalam konteks itulah peran teknologi sangat dibutuhkan pelaku usaha industri kecil dan menengah (IKM). Mereka harus akrab dengan teknologi informasi, teknologi material, teknologi pengepakan (*packaging*), hingga teknologi pencetakan (*labeling*).

Teknologi produksi

Memiliki kemampuan untuk menghasilkan produk berkualitas dengan harga bersaing, baik untuk pasar domestik maupun kebutuhan pasar global.

Teknologi informasi

Menjadi sarana menyebarluaskan informasi dan promosi, yang mudah diakses secara cepat untuk bermitra bisnis langsung antara konsumen dan produsen.

Teknologi material

Diawali dengan seleksi potensi keberadaan bahan baku yang berkualitas, dan secara konsisten dapat memenuhi kebutuhan produk akhir yang akan dihasilkan.

Teknologi pengepakan (*packaging*)

Untuk memasuki jangkauan pasar global, teknologi pengepakan produk sangat dibutuhkan sebagai jaminan. Hal itu dibutuhkan jika produk yang didistribusikan baik dalam negeri maupun ke berbagai negara, akan sampai kepada konsumen/pelanggan sesuai kualitas yang sudah disepakati antara produsen dan konsumen baik dari batas waktu pendistribusian, jumlah, warna, dan bentuk produk.

Saat ini pengguna produk dari berbagai negara di pasar global memiliki kriteria dan persyaratan yang berbeda-beda. Hal itu sesuai dengan lingkungan, cuaca, iklim pada negara yang akan dituju, sehingga pelaku usaha IKM diharapkan memiliki referensi yang memadai tentang informasi konsumen yang berkaitan dengan hal tersebut.

Selera konsumen dari berbagai negara yang berbeda-beda antara generasi muda dan generasi sebelumnya. Fakta itu merupakan tantangan bagi pelaku usaha IKM untuk berusaha mengikuti perubahan-perubahan selera konsumen yang sangat dinamis. Tujuannya agar menghasilkan produk sesuai kebutuhan pangsa pasarnya.

Untuk memenuhi kebutuhan konsumen tersebut memerlukan konsekuensi sebagai berikut:

- Perubahan cita rasa, selera dan nilai-nilai lain yang sesuai kebutuhkan konsumen
- Perubahan persyaratan-persyaratan konsumen yang sangat dinamis
- Perubahan kebutuhan konsumen berdasarkan keinginan sesaat
- Perubahan sistem transportasi pengiriman hasil produksi yang memiliki banyak pilihan cepat dan hemat
- Perubahan peraturan-peraturan baru yang berkaitan dengan aspek kesehatan, keselamatan, dan dampak lingkungan
- Memiliki legalitas, sertifikat yang menjadi jaminan kualitas berbagai jenis produk yang dipasarkan.

Perubahan-perubahaan yang sangat dinamis yang terjadi dalam perdagangan pasar global, harus diantisipasi dan diperhatikan

● **Mesin pengolahan porang di PT Hayumi Agro di Gresik**

pelaku usaha IKM. Hal itu perlu dilakukan agar mampu berkompetisi dengan sesama pelaku usaha sejenis, baik dalam negeri maupun luar negeri.

Dengan mengikuti perubahan–perubahan dan persyaratan-persyaratan tersebut, pelaku usaha IKM akan mudah mendapatkan tingkat kepercayaan konsumen untuk memasuki pasar yang lebih luas.

Saat ini banyak produk yang berpeluang besar dan memiliki daya saing tinggi di pasar global. Selain produk–produk dari industri besar juga produk–produk yang menggambarkan ciri khas Indonesia seperti produk pakaian jadi (*fashion*) yang bernuansa etnis berbahan tenun, batik, produk kerajinan anyaman dari rotan, bambu, ukiran kayu, bambu dll.

Potensi bahan baku yang cukup banyak dan mudah didapat tersebar luas di perdesaan. Jika dikelola dan dimanfaatkan dengan baik, sangat memberikan peluang usaha bagi tenaga kerja dari generasi muda yang kreatif dan berjiwa wirausaha.

Para generasi muda ini bisa memanfaatkan potensi sumber bahan baku yang ada di daerahnya, untuk menghasilkan produk akhir bernilai tambah dan berdaya saing. Untuk tahap awal dalam menghasilkan produk cukup dengan menggunakan peralatan–peralatan sederhana.

Kelak seiring perjalanan waktu dalam melakukan proses produksi, akan dilakukan penyempurnaan dengan menggunakan perpaduan antara teknologi masinal dan keterampilan tenaga kerja. Dari situ akan menghasilkan produk-produk yang lebih berkualitas, berdaya guna dan berhasil guna.

Perkembangan teknologi yang begitu pesat saat ini, tidak selamanya mengurangi pemanfaatan tenaga kerja manusia. Untuk produk-produk kerajinan yang sebagian besar tersebar di berbagai daerah, masih sangat membutuhkan keterampilan tenaga kerja secara manual.

Yang perlu diperhatikan bagi pelaku usaha IKM adalah komitmen dan konsistensi. Langkah itu dengan memanfaatkan bahan baku yang dimiliki untuk menghasilkan produk akhir berupa kerajinan anyaman, ukiran dengan berbagai jenis bahan baku sesuai potensi daerah masing-masing.

Untuk menghasilkan produk-produk ini harus memiliki kualifikasi, menggambarkan ciri khas tertentu, dan memiliki keunikan. Selain itu memiliki nilai seni yang bisa mengundang minat konsumen tertentu, yang tidak dimiliki oleh negara-negara lain seperti *good design, good price, good services*, dan *good image*.

Dengan demikian ada jaminan produk yang dihasilkan memiliki daya saing tinggi di pasar global. Diharapkan generasi muda yang masuk kategori usia produktif bisa memanfaatkan kesempatan seluas-luasnya menjadi wirausaha baru.

Mereka harus berani berkarya, memulai dan mencoba menghasilkan produk akhir yang memiliki nilai tambah untuk meningkatkan ekonomi. Hasilnya tidak hanya untuk memenuhi kebutuhan pribadi tapi juga bisa membuka penyerapan tenaga kerja bagi orang-orang di sekelilingnya. Pada akhirnya hal ini tentu bisa mendorong meningkatkan pertumbuhan ekonomi daerah, dan mendukung perkembangan ekonomi nasional. **(Lusiana Mohi, dari berbagai sumber)**

Wangi Minyak Serai yang Menjanjikan

Indonesia sebagai negeri tropis memiliki banyak tanaman yang bisa dieksplorasi dengan nilai manfaat tinggi. Budi daya di sejumlah daerah dan dukungan pemerintah membuat potensi tersebut tergali dengan baik.

TANAMAN serai menurut literatur berasal dari Sri Lanka. Tumbuhan tropis ini dapat ditanam pada berbagai kondisi tanah di daerah tropis yang lembab, cukup sinar matahari, dan memiliki curah hujan relatif tinggi.

Pada umumnya serai ditanam untuk menghasilkan minyak atsiri secara komersial maupun untuk kebutuhan sebagai perasa atau rempah ratus. Minyak serai memiliki nama lain *Java citronella oil*, mempunyai banyak manfaat sebagai bahan baku industri seperti pembuat sabun, parfum, kosmetik, antiseptik, aromaterapi, dan juga dapat digunakan sebagi bahan aktif pestisida nabati.

Di Indonesia penyebutan tanaman serai berbeda-beda di setiap daerah. Di Jawa mengenal serai dengan sebutan sereh atau sere, di Sumatera lebih dikenal dengan sebutan serai, sorai atau sanger-sange.

Sedangkan di Kalimantan menyebutnya dengan nama belangkak, senggalau atau salai. Nusa Tenggara mengenal serai dengan sebutan see, nau sina atau bu muke, Sulawesi menyebutnya dengan nama tonti atau sare, sementara Maluku mengenal serai dengan sebutan hisa atau isa.

Serai wangi dan serai dapur

Sekilas serai kelihatannya sama, ternyata serai terdiri dari dua jenis yaitu serai wangi dan serai dapur. Orang awam mungkin akan sulit membedakannya. Namun bila dicermati perbedaan itu dapat dilihat dari bentuk batangnya.

Serai wangi memiliki pangkal batang yang lebih kecil dan berwarna merah keunguan. Sementara serai dapur memiliki pangkal batang yang lebih besar serta berwarna hijau dan putih.

Bentuk daun serai wangi lebih panjang mencapai 90 cm sampai 100 cm, sehingga daun yang panjang tersebut melengkung menyentuh tanah. Serai dapur memiliki ukuran daun yang lebih pendek hanya sekitar 60 cm.

DOK.KEMENPERIN/ELLY MUTHIA

Dari segi aroma, serai wangi menyebarkan aroma yang lebih tajam, sementara serai dapur memiliki aroma yang tidak terlalu tajam tetapi cenderung segar.

Perbedaan aroma ini disebabkan kandungan yang dimiliki masing-masing serai, dimana serai wangi memiliki kandungan *citronella oil*, yang bersifat antiseptik, antijamur, dan antimikroba. Sedangkan serai dapur mengandung sitral yang dapat memberikan aroma harum pada masakan. Namun kedua jenis serai tersebut dapat dibuat minyak atsiri dengan penggunaan yang berbeda sesuai kebutuhan yang diperlukan.

Membuat minyak serai secara manual

Tidak selamanya membuat minyak serai harus disuling dengan menggunakan alat penyulingan yang disebut destilator yang harganya cukup mahal. Ada juga cara membuat minyak serai secara manual tanpa perlu menggunakan alat penyulingan tersebut.

Dengan membuat minyak serai sendiri secara manual, dapat menghasilkan minyak serai yang lebih terjamin 100% asli tanpa campuran zat kimia apapun.

Bahan dan alat

Ambil beberapa batang serai tergantung kebutuhan. Siapkan alat tumbuk atau blender, wadah *stainless* atau aluminium, dan panci untuk mengukus. Sebelum diproses, batang serai terlebih dahulu dibersihkan dari tanah, debu maupun kotoran lainnya lalu dicuci dengan air mengalir. Setelah dibersihkan dan dicuci lalu batang serai dipotong kecil-kecil lalu ditumbuk atau diblender.

Pengukusan Serai

Serai yang sudah ditumbuk dan dihaluskan, lalu dikukus dengan menggunakan wadah yang bagian bawahnya tertutup rapat dan tidak berlobang sama sekali. Panci yang digunakan untuk mengukus tidak boleh yang tertutup. Tujuannya agar air uap tidak jatuh dan membasahi batang serai yang dikukus tersebut.

Jika terlalu basah dan kadar air terlalu banyak, proses pemisahan antara minyak dan air akan memakan waktu cukup lama. Proses pengukusan memakan waktu kurang lebih 1 jam, hingga serai yang sudah ditumbuk atau dihaluskan tersebut terlihat layu dan berwarna lebih kecoklatan. Tujuannya agar menghasilkan minyak yang lebih murni dengan kadar air lebih sedikit.

Penyaringan dan pemerasan

Setelah dikukus kurang lebih selama 1 jam dan serai halus sudah terlihat layu dan berwarna kecoklatan, lalu diangkat kemudian didinginkan. Setelah dingin lalu disaring menggunakan kain saring yang bersih.

● **Serai wangi pangkal batangnya lebih kecil dan berwarna lebih merah , dan aromanya lebih tajam.**

● **Serai dapur pangkal batang nya lebih besar, berwarna putih kehijauan dan aromanya tidak terlalu tajam.**

DOK. FREEPIK

Dari hasil saringan tersebut diperoleh minyak yang masih tercampur air dengan kadar persentase minyak 90% dan kadar air 10%. Untuk memisahkan minyak dan air, hasil saringan disimpan dalam wadah kaca seperti gelas dan didiamkan selama beberapa jam.

Setelah itu akan terlihat pemisahan antara air dan minyak dengan sendirinya, yang mana air berada di posisi bawah dan minyak di bagian atas.

Membuat minyak serai dengan metode destilasi ala rumahan
Membuat minyak serai dengan proses penyulingan merupakan cara mengekstraksi minyak atsiri yang terdapat pada tanaman atau pohon serai. Alat penyulingan sangat sederhana dan dapat dibuat sendiri.

Bahan dan peralatan

Ambil serai sesuai kebutuhan, air, dan es batu. Peralatan terdiri dari pisau, talenan, panci, baskom ukuran sedang, selang kecil dan panjang, botol.

Proses pembuatan

Setelah serai dibersihkan kemudian dipotong-potong sepanjang 5 cm. Supaya lebih tahan lama, serai yang sudah dipotong lalu dijemur selama 3-4 jam.

Kemudian kukus serai di dalam panci yang tutupnya sudah dilobangi sebesar diameter selang. Pastikan panci sudah tertutup rapat agar tidak ada uap serai yang terbuang sia-sia, dan tutup panci yang dilobangi sudah dimasukan selang.

Siapkan baskom yang sudah dilobangi kiri kanannya sebesar diameter selang. Isi baskom dengan es batu yang sudah disiapkan. Selang dari tutup panci yang lagi mengukus serai, masukan ke lobang kanan baskom dan keluar di ujung kiri baskom.

Siapkan botol kaca lalu masukan selang yang dari baskom ke botol kaca tersebut. Beberapa saat kemudian, minyak serai akan menetes dengan sendirinya ke botol kaca yang sudah disiapkan.

Peluang usaha

Indonesia sebagai negara beriklim tropis sangat mudah ditanami dengan tanaman tropis seperti serai wangi maupun serai dapur. Hampir seluruh daerah terdapat tanaman ini. Beberapa daerah telah menjadi sentra pengembangan serai wangi seperti Jawa Barat, Banten, Jawa Tengah, DI Yogyakarta, Jawa Timur, Lampung, Sumatera Barat, Sumatera Selatan, Aceh, Jambi, Kalimantan Timur, NTT, dan lain-lain.

Di Sumatera Barat, Sumatera Selatan, dan Lampung telah mengembangkan rumah industri serai wangi yang menghasilkan produk sabun cuci tangan, sabun mandi, minyak telon dan kebutuhan rumah tangga lainnya.

Minyak serai selain bermanfaat juga merupakan peluang usaha yang sangat menjanjikan. Bahkan saat ini Indonesia merupakan pemasok minyak serai wangi kedua setelah Tiongkok.

Proses pembuatannya yang relatif mudah sudah membuat banyak orang mencoba peruntungan di bidang usaha minyak serai ini. **(Elly Muthia, dari berbagai sumber)**

Potensi Besar Kerajinan Daun Pandan Laut

Dari tanaman liar yang banyak di tepi laut diolah menjadi kerajinan tangan unik bernilai tinggi. Berbagai produk kerajinan ini sudah sampai ke Singapura dan Malaysia.

ANEKA tumbuhan bagian dari keanekaragaman hayati negeri indah bernama Indonesia tersebar di setiap lokasi. Di daratan, gunung, hingga pantai dan lautnya menjadi kekayaan yang tak ternilai.

Pemanfaatan kekayaan ini dapat memberikan manfaat bagi masyarakat banyak jika pengeloaannya benar dengan berorientasi bagi kesejahteraan. Namun tak bisa dipungkiri perluasan pasar membutuhkan sentuhan teknologi.

Salah satu keragaman yang ada di Indonesia adalah tanaman pandan laut. Mendengar nama pandan laut mungkin tak banyak yang tahu tanaman yang hidup di pinggir laut ini. Pandan laut ternyata merupakan bahan baku yang dapat dimanfaatkan untuk menjadi kerajinan seperti anyaman.

Pandan laut ternyata sudah puluhan tahun diolah menjadi aneka kerajinan seperti lembaran tikar. Masyarakat pesisir akrab dengan tanaman endemik ini memanfaatkan buah, barang, hingga daun.

Buahnya dapat dijadikan bahan parfum dan karangan bunga. Sedangkan batangnya dapat digunakan untuk konstruksi rumah, serta daunnya untuk pembuatan tikar, kerajinan, dan atap rumah.

FOTO-FOTO DOK. FOTO KEMENPERIN/JAY

● **Beberapa contoh tas yang terbuat dari daun pandan laut yang sudah menjadi barang siap jual.**

Salah seorang yang memanfaatkan daun pandan laut sebagai anyaman adalah Eva Harlia dari Desa Pantai Cermin Kanan, Kecamatan Pantai Cermin, Kabupaten Serdang Bedagai, Sumatera Utara. Eva Harlia sebagai penduduk asli Desa Pantai Cermin Kanan tak lepas dari kebiasaan suku Melayu di sana, yang sejak lama mengembangkan anyaman tikar pandan.

Pemberdayaan perempuan

Tak hanya anyaman tradisional seperti tikar pandan saja, sejak 2010 secara serius mengembangkan usaha pembuatan kerajinan berbahan daun pandan laut. "Mengusung *brand* Menday berdasarkan filosofis dari arti Menday itu sendiri, yaitu dalam bahasa Melayu kuno berarti baik, bagus, cantik, dan akan bermakna positif apabila dipadankan dengan kata lainnya," jelas Eva.

"Menday memproduksi aneka produk seperti lembaran tikar,aneka produk turunan dari lembaran tikar yaitu aneka tas, dompet, sandal, aneka boks (seperti tempat tisu), dan suvenir lainnya," kata Eva yang juga mendirikan Menday Gallery sebagai *workshop* dan galeri produk yang dihasilkannya.

Untuk harga jual produk Eva mematok harga Rp5 ribu hingga Rp250 ribu untuk produk suvenir. Sedangkan tikar berkisar Rp100 ribu sampai Rp5 juta. Harga ini sepadan dengan upaya yang dilakukan oleh tim dari Menday karena proses pembuatan yang tidak sederhana.

Menday Gallery merupakan usaha yang bergerak berbasis pemberdayaan perempuan. Seluruh kegiatan usaha dikerjakan tangan-tangan terampil perempuan pesisir. Pekerjaan menganyam merupakan salah satu pendapatan penyokong ekonomi keluarga, dan juga merupakan usaha yang berkesinambungan.

Bahan baku melimpah

Untuk bahan baku, Eva tak kesulitan mendapatkan daun pandan laut karena melimpah di desanya. Termasuk juga untuk sumber daya manusia (yang didominasi oleh kaum perempuan) terampil dalam pengerjaan produk anyaman berasal dari desa yang sama. "Ini merupakan alasan utama terbentuknya Menday," ungkap Eva yang mengaku bermodalkan Rp500 ribu saat memulai usaha.

Setelah bergelut dengan usaha kerajinan pandan laut selama sekitar 13 tahun, produk-produk merek Menday sudah bisa diperoleh di beberapa kota seperti Jakarta, kota-kota di Sulawesi, dan terutama di Sumatera Utara seperti Medan.

Tak hanya dalam negeri, produk-produk Menday juga sudah beberapa kali mendapat pesanan dari Singapura terutama untuk sandal anyaman. Sementara tikar pandan Menday banyak diminati konsumen dari Malaysia.

Saat ini Eva menghadapi pesaing yang sulit dikalahkan, terutama untuk anyaman tikar pandan. "Tikar pabrikan yang harga jualnya lebih rendah dari harga yang ditawarkan," jelas Eva.

Pengolahannya tikar pandan laut lebih lama karena dianyam manual tanpa mesin, sedangkan tikar pabrikan biasanya terbuat dari plastik. Tikar plastik akan berakhir menjadi limbah bila tidak terpakai lagi. Untuk jenis ini konsumen masih melihat harga yang lebih murah.

Eva bersyukur karena pemerintah mendukung penuh usaha yang digelutinya. “Baik dalam perizinan, kemudahan promosi produk maupun pembinaan lainnya demi peningkatan usaha kami ini,” pungkasnya.

Bahkan dukungan itu diperoleh dari pemerintahan desa, kecamatan, kabupaten, provinsi, bahkan tingkat kementerian. Berbagai dinas terkait (dinas perindustrian, koperasi dan UKM, dinas pemberdayaan perempuan, dinas pariwisata) di Kabupaten Serdang Bedagai yang menaungi usaha kerajinan pandan daun sangat mendukung usaha kerajinan asli daerah ini.

Eva mengaku meskipun sumber daya manusia tak pernah kekurangan namun masih perlu ditingkatkan keterampilannya. Di samping itu, kendala lain adalah perlunya meningkatkan pengetahuan tentang teknologi informasi.

Hal itu, menurut Eva, terkait dengan pemasaran penjualan produk yang dianggap kurang maksimal. Pengetahuan dan keterampilan terkait internet marketing dibutuhkan di masa sekarang yang sudah serba digital.

Eva mempekerjakan 35 orang, yang terdiri dari tenaga pemanenan daun pandan, pembersihan daun pandan, pengolahan daun pandan, pewarnaan daun pandan, penganyaman daun pandan, hingga pembuatan produk jadi sampai pemasaran.

Saat ini, pembuatan kerajinan pandan laut milik Eva sudah kembali normal setelah pandemi COVID-19 yang sangat mempengaruhi jalannya usaha selama sekitar dua tahun. Omzet yang diraih tahun ini antara Rp50 juta sampai Rp60 juta per bulan. Melihat prospek yang menjanjikan Eva berharap dapat merambah pasar global serta perluasan pasar produk anyaman. **(Jay)**

Bahan Melimpah dari Tepi Laut

TANAMAN pandan laut atau *Pandanus tectorius* yaitu sejenis pohon pandan dengan ukuran besar yang sering tumbuh dan mudah dijumpai di tepi pantai. Terlebih pada tepi pantai yang berpasir dan berkarang, tanaman ini akan lebih mudah ditemui.

Pandan laut ini memiliki nama lain yang berbeda sesuai daerahnya, seperti pandan pasir atau pandan pundak duri. Pandan laut termasuk dalam famili *Pandanaceae*, merupakan salah satu sumber daya yang dipergunakan secara luas untuk produksi tenun, makanan, dan obat-obatan.

Bisa juga dipergunakan untuk membuat kerajinan atau ornamen, dan bahan pewarna alami. Biji dan buahnya dapat dimakan mentah atau dimasak. Daunnya dapat digunakan sebagai penyedap masakan.

Asal mula tanaman ini dari Australia Timur dan Kepulauan Pasifik. Karena Indonesia merupakan negara kepulauan, pandan laut juga banyak dijumpai di daerah pesisir. Pandan Laut beradaptasi dengan baik di daerah pesisir dengan cahaya matahari penuh.

Pohon atau perdu yang tumbuh tegak ini selalu tumbuh dengan warna hijau. Tanaman ini bahkan bisa mempunyai tinggi yang cukup menjulang, yaitu hingga mencapai 15 meter.

Pohon pandan liar ini memiliki percabangan *dikotomus* (bercabang dua berulang-ulang), *trikotomus* (bercabang tiga berulang-ulang), hingga berbentuk percabangan yang tak beraturan. Tanaman ini juga memiliki akar tunggang yang banyak dan tebal. Bahkan beberapa juga muncul dari batang bagian bawah.

Pandan laut juga memiliki daun yang bentuknya menyerupai pedang, ukurannya juga cukup besar. Bahkan rata-rata bisa mencapai panjang 1 m sampai 2 m dengan lebar daun mencapai 1 cm hingga 7 cm. Pada bagian ujung ranting, biasanya ditemui susunan baris daun yang spiral.

Daun yang berukuran panjang sekaligus lebar inilah yang dimanfaatkan dan diolah menjadi kerajinan. Daun pandan liar biasa ditumbuhi duri di sekelilingnya dengan panjang 3 mm sampai 5 mm.

Adanya duri pada daun itu bukanlah suatu hambatan. Karena sebelum diolah, bagian duri dari daun ini akan dibersihkan dan dihilangkan terlebih dahulu.

Untuk memanfaatkan dan mengolah pandan laut sebagai kerajinan tidaklah sesualit yang dibayangkan. Langkah pertama adalah membuang duri yang menempel pada daun pandan. Kemudian, daun direbus minimal selama 30 menit dengan tujuan untuk menghilangkan getah yang ada.

Setelah itu daun pandan dikeringkan di tempat teduh tanpa terkena sinar matahari langsung. Penjemuran sebaiknya dilakukan di tempat yang sejuk agar daun pandan lebih awet dan lebih kuat.

Paling tidak selama sehari atau tergantung cuaca daun pandan dijemur. Setelah daun pandan kering, pengolahan bisa dilakukan sesuai keinginan. Seperti kebanyakan perajin, daun pandan ini diolah dengan cara dianyam dan dibentuk sesuai dengan pola produk. Daun pandan bisa dibentuk menjadi aneka kerajinan seperti, tas, keranjang, dompet, topi, tikar, hingga tempat tisu. **(Jay dari berbagai sumber)**

Kementerian Perindustrian
REPUBLIK INDONESIA

MAKING INDONESIA 4.0

e-smart
INDUSTRI KECIL DAN MENENGAH
KEMENTERIAN PERINDUSTRIAN

E-Smart IKM adalah sistem database IKM yang tersaji dalam profil industri, sentra, dan produk yang diintegrasikan dengan marketplace yang telah ada.

Tahapan Pelaksanaan e - Smart IKM

Rekrutmen

Sesuai dengan komoditas yang dicakup dalam program e-Smart IKM

Seleksi / Kurasi Awal

- Sesuai kriteria
- Dilaksanakan oleh Tim Dinas, Pejabat Fungsional Penyuluh Perindustrian

Pelaku IKM Go Digital

- Minimum 50 IKM*
- Dilaksanakan tim Marketplace, Tim Dinas

*Disesuaikan dengan daerah pelaksanaan

Pendampingan dan Asistensi

- Dilaksanakan oleh Tim Dinas, Tim Market Place, dan Tenaga Ahli

e-smart
INDUSTRI KECIL DAN MENENGAH
KEMENTERIAN PERINDUSTRIAN

Mau bergabung di Program e-Smart IKM ?

Teknologi Artificial Intelligence Industri Alas Kaki, An Ally or An Enemy?

Penting bagi kita memahami kecanggihan dan keterbatasannya untuk memastikan bahwa kita memanfaatkan teknologi AI secara benar dan bertanggung jawab.

TEKNOLOGI adalah bagian penting dari kehidupan sehari-hari. Sebagian besar dari kita tidak bisa berpartisipasi secara efektif dalam aktivitas industrialisasi tanpa hal itu.

Kita mungkin merasa tersesat jika salah menaruh ponsel, lupa *password* email dan pin. Kesulitan teknis acap kali mengganggu dan dapat menimbulkan stres dalam banyak situasi. Namun teknologi juga dapat mendorong, produktivitas, kreativitas dan menambah kepuasan dalam kehidupan pribadi kita dalam cara kita bergaul dengan orang yang kita cintai, teman, dan lainnya.

Perkembangan teknologi *artificial intelligence* atau lebih dikenal dengan AI berdampak signifikan dalam berbagai sektor industri. Meskipun bukan teknologi baru, AI mengalami lompatan besar di tahun 2010-an sampai sekarang.

Dengan berkembangnya *neural network* dan *deep learning* yang cukup pesat hingga implementasi pada teknologi pengenalan gambar, wajah, mobil otonom, dan berbagai aplikasi lainnya.

Istilah AI diperkenalkan pertama kali pada konferensi Dartmouth pada 1956. Dengan berkembangnya siklus riset AI yang pasang surut, proses pengembangan AI adalah siklus berkelanjutan yang melibatkan riset, pengembangan model, pelatihan, evaluasi, dan penerapan. Dalam setiap tahap, kolaborasi antara peneliti, insinyur AI, dan ilmuwan data sangat penting untuk menghasilkan teknologi AI yang lebih maju.

Teknologi AI telah memiliki dampak yang signifikan dalam berbagai industri, termasuk industri alas kaki. Di masa depan, teknologi AI berpotensi mengubah cara sepatu dirancang, diproduksi, dan dijual, serta memberikan pengalaman yang lebih personal dan disesuaikan bagi konsumen.

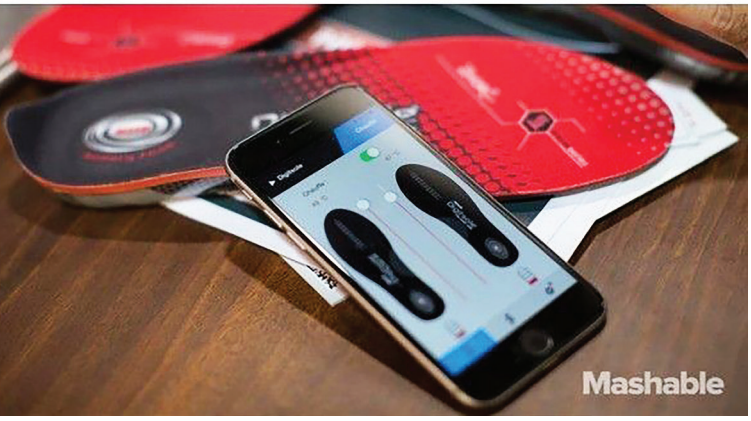
Teknologi AI dalam industri sepatu dapat dianggap sebagai sekutu (*ally*) yang memberikan banyak manfaat, tetapi juga dapat menjadi musuh (*enemy*) jika tidak dikelola dengan baik. Dari kedua perspektif tersebut dapat diambil beberapa poin menarik bagaimana teknologi AI ini disikapi oleh industri alas kaki.

Pasti ada pro dan kontra terhadap perkembangan teknologi. Teknologi dapat membantu sekaligus menghambat produktivitas kita. Teknologi dapat meningkatkan produktivitas, meningkatkan efisiensi, dan intensitas komunikasi. Teknologi juga dapat menjadi gangguan besar dan membuang-buang waktu.

Sebagai Ally

Dalam perspektif *ally*, inovasi dan desain yang dikemas dengan teknologi AI dapat membantu perancang sepatu dalam menghasilkan desain yang inovatif dan unik. Dengan analisis data besar (*big data*) dan algoritma pembelajaran mesin, AI dapat menganalisis tren dan preferensi konsumen untuk menghasilkan desain yang menarik dan relevan.

Kebutuhan personalisasi layanan dan produk semakin membutuhkan teknologi AI yang memungkinkan kustomisasi sepatu yang lebih tinggi. Dengan memanfaatkan data konsumen, AI dapat merekomendasikan sepatu yang sesuai dengan preferensi, ukuran, dan gaya hidup individu. Ini memberikan pengalaman belanja yang lebih khusus dan memuaskan bagi konsumen.



Benefit berikutnya adalah efisiensi produksi. Dengan otomatisasi dan robotika yang dikendalikan oleh AI, proses produksi sepatu dapat ditingkatkan secara efisiensi. AI dapat membantu mengurangi kesalahan, memperbaiki penggunaan bahan, dan mempercepat waktu produksi.

AI juga bisa digunakan sebagai alat bantu analisis pasar. AI dapat pula menganalisis data pasar, perilaku konsumen, dan tren mode untuk membantu merek sepatu dalam mengambil keputusan strategis yang lebih baik. Analisis ini membantu dalam pengembangan produk yang lebih sesuai dengan kebutuhan pasar.

Sebagai enemy

Kemudian bagaimana perspektif AI dalam konteks ancaman?. Salah satunya adalah penggantian pekerja manusia. Implementasi AI dalam produksi sepatu dapat menggantikan pekerja manusia dalam beberapa tahap produksi. Ini dapat menyebabkan hilangnya lapangan kerja dan dampak negatif sosial lainnya.

Ke depan jika perkembangan teknologi semakin matang, maka ketergantungan pada teknologi akan terjadi. Jika merek-merek sepatu terlalu bergantung pada teknologi AI, mereka mungkin kehilangan kreativitas dan aspek sentuhan manusiawi dalam desain dan proses produksi. Terlalu mengandalkan teknologi AI juga dapat menyebabkan kerentanan jika terjadi gangguan atau kegagalan sistem.

Kekhawatiran selanjutnya adalah privasi pengguna teknologi. Penggunaan AI dalam personalisasi sepatu membutuhkan pengumpulan data konsumen yang detail. Hal ini dapat menimbulkan kekhawatiran privasi dan penggunaan data yang tidak etis jika tidak diatur dengan baik. Maka, diperlukan strategi mengelola teknologi dengan baik termasuk di sektor industri sepatu.

Teknologi AI memang *smart*, dan banyak di antara kita yang resah dengan perkembangannya. Banyak studi dan penelitian tentang 'ancaman' AI, yang dikatakan akan mampu menggantikan SDM di masa depan. Laporan Goldman Sachs pada Maret 2023 memperkirakan sekitar 300 juta pekerjaan dapat dipengaruhi oleh AI, artinya 18% pekerjaan secara global dapat diotomatisasi. Laporan tersebut dikuatkan hasil penelitian dari University of Pennsylvania dan OpenAI yang melaporkan bahwa para profesional adalah yang paling terpengaruh oleh otomatisasi AI.

Menteri Keuangan Sri Mulyani Indrawati menyatakan bahwa terdapat beberapa hal yang tak mungkin bisa digantikan oleh AI, yaitu empati, kreativitas, pemikiran kritis, dan kemampuan analisis serta memahami konteks terhadap persoalan yang kompleks. Saat ini dan di masa depan, kita harus tetap mengasah *knowledge* dan meningkatkan kompetensi untuk dapat menjadi SDM yang unggul di Revolusi Industri 4.0 saat ini.

Insole Dengan Teknologi Nirkabel

Kesimpulannya, teknologi AI dalam industri sepatu dapat menjadi sekutu atau musuh tergantung pada bagaimana teknologi tersebut dikelola. Dengan penerapan yang bijaksana, teknologi AI dapat memberikan manfaat yang besar, seperti inovasi, personalisasi, dan efisiensi produksi. Namun, perlu diingat untuk mempertimbangkan dampak sosial, kreativitas manusia, dan perlindungan privasi dalam mengadopsi teknologi AI dalam industri sepatu.

Ekosistem AI telah merevolusi berbagai sektor industri dan mempunyai potensi mengubah banyak hal di masa mendatang. Oleh karena itu, penting bagi kita memahami kecanggihan dan keterbatasannya untuk memastikan bahwa kita memanfaatkan teknologi AI secara benar dan bertanggung jawab.

Ekosistem AI akan terus berkembang, sehingga penting bagi kita terus mengembangkan strategi dalam mengadopsi di kehidupan kita sehari-hari, agar mampu memaksimalkan manfaat AI untuk kehidupan yang lebih aman, nyaman, tanpa khawatir akan tergantikan oleh AI. **(Alfiyan Darojat)**

Kementerian Perindustrian
REPUBLIK INDONESIA

Klinik desain merek kemas

Manfaatkan fasilitasi dari Ditjen IKMA

Buka situsnya dan *Download* aplikasinya sekarang juga !

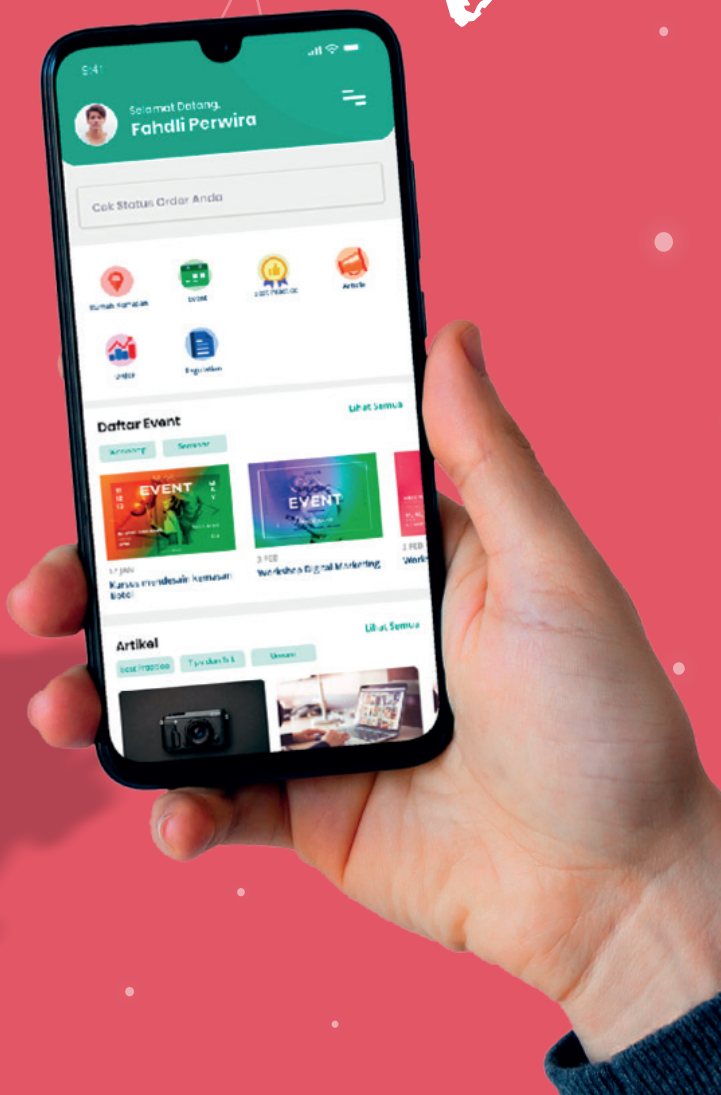
e-klinikdesainmerekemas.kemenperin.go.id

Klinik desain merek kemas

KLINIK DESAIN MEREK KEMAS
KEMENTERIAN PERINDUSTRIAN

Direktorat Jenderal
Industri Kecil,Menengah dan Aneka
Jl. Gatot Subroto Kav. 52-53
Jakarta 12950 - Indonesia
Telp. 021 - 5255509 ext. 2361
021 - 5251556
Faxs. 021 - 5255351
0823-1290-1430

Scan me



GET IT ON Google Play

G20 INDONESIA 2022

Kementerian Perindustrian REPUBLIK INDONESIA

MAKING INDONESIA 4.0

e smart INDUSTRI KECIL DAN MENENGAH KEMENTERIAN PERINDUSTRIAN

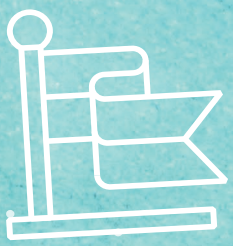
Indikasi Geografis

Hak Kekayaan Intelektual

Hak Cipta

Konsultasi

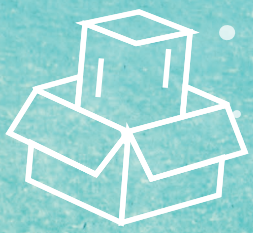
Advokasi



Merek

Paten

Klinik KI-IKMA



Desain Industri

Klinik Kekayaan Intelektual Ditjen IKMA

Direktorat Jenderal
Industri Kecil, Menengah dan Aneka
Kementerian Perindustrian RI

Gedung Kementerian Perindustrian Lt. 15
Jln. Jend. Gatot Subroto Kav. 52-53
Jakarta Selatan - Indonesia

Telp : (021) - 5255509 ext. 2168

klinik.hkiikm@gmail.com

www.klinikki.kemenperin.go.id