

MEDIA INFORMASI & PROMOSI INDUSTRI KECIL, MENENGAH DAN ANEKA

Nomor: 70/July-September 2020

GEMMA

16

MENDORONG MINAT
KONSUMEN BANGGA
BUATAN INDONESIA

28

BANGGA
KOPI INDONESIA

61

TEKNOLOGI
PENGAWETAN
BUAH

Download Majalah



Scan Disini

Gerakan Nasional
#BanggaBuatanIndonesia

GEMA

DITERBITKAN OLEH

Direktorat Jenderal Industri Kecil, Menengah, dan Aneka

PENASEHAT

Gati Wibawaningsih, S.Teks, MA ;

PENGARAH

Agus Tavip Riyadi, SH, M. Si.,
Ir. Sri Yuniarti, M.Si.,
Ir. E. Ratna Utarianingrum, M.Si.,
Ir. Endang Suwartini, M.Sc

PENANGGUNG JAWAB

Eva Laida, ST, M.Ak

PEMIMPIN REDAKSI

Drs. Bambang Irianto, MM, Dipl. Des.,

REDAKTUR PELAKSANA

Lusi Marta Sari SE, M.Ak

WAKIL REDAKTUR PELAKSANA

Dyah Septiani, A.Md.

DEWAN REDAKSI

Angga Walesa Yudha, SE.,
Agung Anggriana, S.H, M.H.,
Lia Puji Lestari, S.Sos.,
Dra. Elly Muthia.,
Dra. Lusiana Mohi, MM.,
Ratih Pratiwi, S.TP, M.Si, M.Econ.,
Urwah Wali Aufi, S. T.,
Martini,
Abdullah, S.Sos.,
Dhiki Aditya, S.Ds.

EDITOR

Kohar Mardiansyah

DESAIN GRAFIS

Irfan Firmansyah

DOKUMENTASI

Maulana Riyaldi, S.Kom,
Abdullah, S. Kom

DISTRIBUSI

Slamet Tugiman, Beklis Sugiarto

MEDIA PARTNER

Nijuu

Salam **Redaksi**

BANGGA

“Cintailah produk-produk Indonesia”. Sebuah kalimat yang pernah ramai terdengar sejak beberapa tahun lalu. Kini, kalimat atau slogan itu makin bermakna di saat negara kita dan hampir di seluruh dunia terkena pandemi Covid-19. Dampaknya ke berbagai sektor termasuk ekonomi. Harus diakui pula bahwa pandemi Covid-19 ini berimbas kepada para pelaku industri kecil dan menengah (IKM). Dalam sebuah webinar, Direktur Jenderal Industri Kecil, Menengah dan Aneka Gati Wibawaningsih menyatakan, IKM banyak yang terkena dampak pandemi antara lain; permintaan menurun yang berakibat kepada kapasitas produksi serta gaji pegawai juga akses terhadap bahan baku yang bermasalah, yang tentu saja diakibatkan berkurang atau tidak adanya pemasukan.

Masalah-masalah tersebut telah diantisipasi oleh pemerintah. Selain dimudahkannya permodalan untuk usaha, juga membuka akses kemudahan bahan baku. Dari sisi pemasaran, para pelaku IKM ini, diberi kesempatan luas untuk memasarkan produknya melalui berbagai media yang juga didukung oleh pemerintah. Salah satunya melalui internet.

Bahkan, Ditjen IKMA sudah jauh-jauh hari mempersiapkan agar pelaku usaha IKM bersinergi dengan *marketplace* agar produknya diujakan untuk meraih pasar, baik dari dalam maupun luar negeri. Melalui program *e-Smart*, sampai saat ini sudah lebih dari 10 ribu IKM memperoleh pelatihan.

Sementara itu, Pemerintah Republik Indonesia juga mendukung produk-produk IKM melalui Gerakan Nasional #BanggaBuatanIndonesia. Presiden H. Joko Widodo atau Jokowi sendiri yang langsung meresmikan gerakan ini melalui konferensi *virtual* dari Istana Merdeka, Jakarta pada 14 Mei 2020. Dalam pesannya, Presiden Jokowi menekankan serta mendorong agar masyarakat ikut membeli produk-produk karya anak bangsa selama pandemi Covid-19. “Kita berupaya keras agar pandemi ini cepat berlalu, kita harus saling mendukung, saling menjaga sesama jangan sampai terpapar dan saling membantu agar ekonomi kita tidak terkapar,” kata Jokowi. Presiden mengatakan, di saat pandemi ini, kita harus mampu bertumpu pada kekuatan kita dan berdiri di atas kaki sendiri. Kita juga harus mampu menyelesaikan masalah dan tantangan kita sendiri. “Kita harus melihat lagi apa yang menjadi kekuatan dan apa yang menjadi kelemahan kita. Yang kurang, yang lemah, tentu saja harus segera kita perbaiki dan yang menjadi kekuatan harus kita manfaatkan,” kata Presiden. Gerakan ini ditindaklanjuti di tingkat kementerian dan pemerintah daerah agar selalu memomorsatukan produk-produk lokal pada saat belanja barang dan kegiatan. Namun, tak kalah penting dukungan dari seluruh rakyat Indonesia agar selalu mengkonsumsi produk lokal. Bangga dengan produk lokal jangan hanya slogan tapi harus direalisasikan secara nyata. Gerakan Nasional #BanggaBuatanIndonesia harus memberikan dampak positif terhadap pelaku usaha IKM. Itu yang kita harapkan.

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)

Index

04

INFO KEBIJAKAN

Dukungan Penuh bagi IKM #BanggaBuatanIndonesia

Tekanan berat karena pandemi Covid-19, bukan disikapi dengan santai namun dengan kerja keras. Kementerian Perindustrian berupaya agar IKM terus melakukan produksi dengan sejumlah kebijakan strategis. Untuk mendukung semua itu, masyarakat dihimbau mengkonsumsi produk dalam negeri, terutama produk-produk IKM. Presiden Jokowi mendukung penuh melalui sebuah gerakan nasional.

52 PROFIL USAHA

Melambung dengan Pelampung Pancing

Tak semua pelaku IKM terkena imbas pandemi Covid-19. Salah satu yang tetap eksis adalah industri kecil pelampung pancing. Meskipun tak tersentuh bantuan, usaha yang dijalankan oleh Amang Abdurrahman mampu bertahan 12 tahun.

61 STANDARISASI & TEKNOLOGI

Teknologi Pengawetan Buah-Buahan Skala IKM

Indonesia yang kaya dengan keragaman buah-buahan dari berbagai jenis yang tersebar di seluruh wilayah nusantara dan hampir tidak mengenal perubahan pergantian musim, sepanjang tahun tetap memberikan limpahan buah-buahan, Sehingga dapat dijadikan alternatif peluang usaha sebagai bahan baku Industri Kecil dan Menengah.

INFO UTAMA

Mendorong Minat Konsumen #BanggaBuatanIndonesia

Adanya Gerakan Nasional #BanggaBuatanIndonesia memberi harapan dan angin segar bagi bertumbuhnya IKM yang ada. Namun tentunya, konsumen tetaplah raja yang menentukan produk mana yang sesuai kebutuhan di samping memiliki persyaratan kemasan yang aman dan menarik, terjangkau dan yang lebih penting lagi ada jaminan kualitas produknya.

16

SENTRA KE SENTRA

Sentra Logam Cibatuan Siap Menghadapi Serbuan Produk Impor

Sebagai penghasil golok, sentra logam Cibatuan masih diperhitungkan keberadaannya. Produknya sudah dikenal hingga mancanegara. Namun adanya produk impor yang membanjiri pasar mengharuskan perajin Cibatuan berbenah.

42



Bung Gema

Semangat dan Sukses pak sudah menjadi bagian dari gerakan Nasional #BanggaBuatanIndonesia ya..

Sudah dong Bung, produk kami malah dapat promosi di Marketplace bertajuk #SemuanyaAdaDisini, sehingga lebih banyak lagi dikenal masyarakat dan dapat pendampingan dari Ditjen IKMA

Ayoo jangan sia-siakan kesempatan, tunjukkan kemampuan IKM membuat produk berkualitas sesuai kebutuhan masyarakat Indonesia



Siap Bung akan kami tingkatkan terus kualitas produk sehingga masyarakat semakin "Bangga Buatan Indonesia"

70 PELUANG USAHA

Kerajinan "Kriya Daun 9996" Tembus Pasar Eropa

Saat ini Indonesia sedang menggalakkan penggunaan produk dalam negeri dalam upaya menggerakkan ekonomi nasional, melalui Gerakan Nasional #BanggaBuatanIndonesia.

77 SERBA SERBI

Data Itu Mahal

Selain itu BPS menyebutkan dalam akun resmi twitter mereka pada tanggal 8 Januari 2020, "Membangun itu mahal, tetapi tanpa data yang benar, pembangunan akan jadi jauh lebih mahal".



• Dok. Kemenperin

• Sepatu brand lokal yang tak kalah saing dengan sepatu dari brand luar.

#BanggaBuatanIndonesia Dukungan Penuh bagi IKM

Tekanan berat karena pandemi Covid-19 bukan disikapi dengan santai namun dengan kerja keras. Kementerian Perindustrian berupaya agar IKM terus melakukan produksi dengan sejumlah kebijakan strategis. Untuk mendukung semua itu, masyarakat harus mengkonsumsi produk dalam negeri, terutama produk-produk IKM. Presiden Jokowi mendukung penuh melalui sebuah gerakan nasional.

Pandemi Covid-19 yang melanda Indonesia dan di berbagai belahan dunia masih belum menunjukkan tanda-tanda berakhir. Berbagai upaya untuk melumpuhkan virus Corona ini dilakukan, seperti mematuhi protokol kesehatan, tes rapid maupun *swab*, hingga uji coba vaksin yang telah dilakukan di berbagai negara. Indonesia juga melakukan semua itu dan dapat dikatakan berjalan sesuai arahan dari tim kesehatan dan pemerintah. Satu hal yang sudah dan sedang dilakukan oleh Pemerintah Indonesia adalah menjaga kegiatan ekonomi di masyarakat agar tak banyak mengalami gangguan.

Harus diakui pula bahwa pandemi Covid-19 ini berimbas kepada para pelaku industri kecil dan menengah. Banyak pelaku usaha IKM yang kesulitan memasarkan produk karena konsumen berkurang, ada pula yang merumahkan pegawai karena tak mampu memberikan gaji, sampai menutup usaha.

Berbagai persoalan yang dihadapi oleh IKM ini sudah diidentifikasi oleh Direktorat Jenderal Industri Kecil, Menengah dan Aneka (Ditjen IKMA), tentu dengan mengupayakan solusi bagi mereka. Solusi atau jalan keluar ini sudah dipikirkan sejak wabah Covid-19 masuk ke Indonesia. Untuk IKM, Ditjen IKMA, Kemenperin menyiapkan berbagai skema bantuan agar dampak virus Covid-19 terhadap terhadap IKM bisa diperkecil. Ditjen IKMA sendiri melakukan berbagai langkah strategis

agar IKM tetap eksis di tengah pandemi yang masih belum menurun. Antara lain adalah pelatihan dan seminar *online*, penumbuhan wirausaha baru (WUB) pasca bencana Covid-19, dan restrukturisasi mesin atau peralatan IKM.

Khusus untuk pelatihan *online*, Ditjen IKMA sudah melakukan jauh sebelum pandemi melanda melalui program *e-Smart*. Sampai saat ini sudah lebih dari 10 ribu IKM memperoleh pelatihan *e-Smart*. Program ini mempersiapkan pelaku usaha IKM bersinergi dengan *marketplace* agar produknya dijual, untuk meraih pasar baik dari dalam maupun luar negeri. Melalui program ini pula IKM tercatat dalam basis data IKM nasional (katalog *online*) yang tersaji dalam bentuk profil industri, sentra, yang telah ada dengan tujuan untuk semakin meningkatkan akses pasar IKM melalui *internet marketing*. Selain terhubung dengan *marketplace* juga sosial media lainnya dan Whatsapp pelaku IKM.

Sedangkan untuk program penumbuhan dan pengembangan wirausaha baru yang terdampak Covid-19 melalui dekonsentrasi, Ditjen IKM sudah melakukan 158 kegiatan dengan jumlah peserta 4.264 orang. Mereka melakukan kegiatan usaha di bidang makanan minuman, masker, fesyen, *face shield* dan APD, *hand sanitizer*, tempat cuci tangan, dan industri lainnya,



Gerakan Nasional #BanggaBuatanIndonesia

• Presiden Joko Widodo membuka Peresmian Gerakan Nasional Bangga Buatan Indonesia
• Foto Istimewa

Melihat kondisi IKM dan industri secara keseluruhan di Indonesia serta berbagai upaya yang dijalankan agar IKM eksis dalam berusaha, Pemerintah Republik Indonesia kemudian menggenapkan dukungan dengan meresmikan Gerakan Nasional #BanggaBuatanIndonesia. Acara ini langsung digelar secara telekonferensi dari Istana Merdeka oleh Presiden H. Joko Widodo (Jokowi) pada 14 Mei 2020.

“Saya bersyukur negara dan bangsa kita memiliki banyak kekuatan, karya-karya hebat, dan produk-produk berkualitas yang lahir dari tangan saudara-saudara kita yang memiliki talenta hebat. Pandemi tidak menghalangi kita untuk berkreasi. Keterbatasan justru mendorong kita untuk bertransformasi, menggali potensi diri, dan menciptakan peluang-peluang,” ungkap Presiden Jokowi, mengajak masyarakat untuk bangga menggunakan produk-produk Indonesia.

Presiden juga menekankan agar di saat pandemi ini, kita harus mampu bertumpu pada kekuatan kita dan berdiri di atas kaki sendiri. Kita (rakyat Indonesia) juga harus mampu menyelesaikan masalah dan tantangan kita sendiri, tambahannya.

“Kita harus melihat lagi apa yang menjadi kekuatan dan apa yang menjadi kelemahan kita. Yang kurang, yang lemah, tentu saja harus kita segera perbaiki dan yang menjadi kekuatan harus kita manfaatkan,” kata Presiden Jokowi.

Tujuan gerakan Nasional #BanggaBuatanIndonesia ini adalah:

- 1 **Mempercepat perputaran siklus ekonomi lokal, memperbaiki daya beli masyarakat, dan mendorong kebangkitan ekonomi pasca pandemi.**
- 2 **Memperkuat kelangsungan usaha dan pemasaran UMKM secara lebih cepat dan luas.**
- 3 **Menumbuhkan rasa bangga dan pro produk lokal bagi konsumen Indonesia.**
- 4 **Mendorong national branding produk lokal unggulan, melalui kurasi UMKM top brand yang bangkit dan tumbuh, sehingga menciptakan industri baru dan mendorong pertumbuhan ekonomi.**

Sejak dicanangkan Gerakan Nasional #BanggaBuatanIndonesia, sudah banyak IKM yang terlibat dalam gerakan ini. Jumlah IKM yang *onboarding* secara digital selama periode 14 Mei-30 september 2020 tercatat 2.481.170.

Apa yang dicanangkan oleh Presiden Jokowi ini merupakan upaya konkrit untuk membantu para pelaku IKM. Tak hanya bantuan yang telah diberikan melalui Kemenperin, tapi juga imbauan agar produk-produk lokal menjadi pilihan utama dibeli oleh rakyat Indonesia.

Seperti dikutip dari akun Instagram Kementerian Perindustrian, ada tiga alasan, paling tidak, bagi warga Indonesia mengapa harus membeli dan mengonsumsi produk lokal.

Pertama, rasa bangga karena turut membantu perekonomian dalam negeri.

Kedua, mengurangi pengangguran. Hal ini dikarenakan semakin banyak tenaga kerja yang memproduksi produk tersebut.

Ketiga, turut membantu meningkatkan pendapatan negara.

Saat ini, tak ada lagi alasan bagi orang Indonesia untuk tidak membeli produk buatan karya anak bangsa. Dari sisi kualitas bisa disejajarkan dengan produk buatan luar. Jenis dan produk lokal pun sangat beragam, bahkan kalau mau dirinci, terlihat Indonesia itu kaya akan produk asli dalam negeri.

Selanjutnya kembali ke diri kita apakah gerakan #BanggaBuatanIndonesia ini akan bergulir terus, sampai pandemi ini berakhir atau sebaliknya berhenti di tengah jalan. Tentunya dibutuhkan dukungan nyata dari seluruh rakyat Indonesia untuk menyukseskan gerakan ini. Menghadapi dampak pandemi bila dilakukan bersama-sama akan terasa ringan. Mari, seluruh rakyat Indonesia, kita bergandeng tangan. **(Jay)**



• Kerennya Sepatu Buatan Indonesia

• Doc. Kemenperin

#BanggaBuatanIndonesia Full Support for Small to Medium Industries



• Small to Medium Industries's products • Doc. Kemenperin

The severe pressure due to the Covid-19 Pandemic is not treated casually but with hard work. The Ministry of Industry strives to ensure that Small to Medium Industries continue to produce with a number of strategic policies. In order to support all of that matters, people must consume domestic products, especially that produced by Small to Medium Industries. President Jokowi fully supports through a national movement.

Covid-19 Pandemic that has hit Indonesia and other countries are still not showing any sign that it will be ending soon. There are multiple efforts to defeat the coronavirus, such as compliance with the health protocols, rapid tests as well as *swab* tests, and vaccine trials that are performed in various countries. Indonesia does all of that as well, and it can be seen that it works well based on the guidance of the health team and the government. One other thing that has been and is being done by the Government of Indonesia is maintaining economic activities in society so that there are not many disturbances.

We must accept that the Covid-19 pandemic affects small and medium-sized players in the industry. There are a lot of business that have trouble marketing their products because of low demand, some of them even laid off their workers because they cannot afford to offer wages until they closed their business.

Numerous challenges that small to medium industries have faced been identified by Directorate General of Small, Medium and Miscellaneous Industries (Ditjen IKMA) by finding solutions for them. This solution has been considered since the first Covid-19 outbreak reached Indonesia. Ditjen IKMA, Ministry of Industry is planning various different assistance activity in order to minimize the effect of the Covid-19 on Small to Medium Industries.

Ditjen IKMA itself performs many strategic moves to maintain the existence of Small to Medium Industries in the midst of a pandemic that has not decreased. Such as *online marketplace* and webinars, new entrepreneurial growth after the Covid-19, and also restructuring the machine or equipment that belong to Small to Medium Industry.

Especially for *online marketplace*, Ditjen IKMA has been implementing the *e-Smart* program long before the

pandemic struck. Until now, more than 10 thousand Small to Medium Industries have participated in the *e-Smart* program. This program prepares Small to Medium Industries to synergize with the *marketplace* in order to sell their products and reach the domestic and international markets. Through this program, Small to Medium Industries is also registered in the *national Small to Medium Industry* database (*online catalog*) that is presented in the form of industrial profiles, centres, which have existed to improve access to the IKM market through *internet marketing*. It is connected the *marketplace* as well as other social media and Whatsapp Small to Medium Industries.

As for the new entrepreneurial growth and development program affected by Covid-19 through deconcentration, Ditjen IKMA has conducted 158 activities with a total of 4.264 participants. They implemented business activities in the field of food beverages, masks, fashion, face *shield* and PPE, *hand sanitizer*, and other industries.

National Movement

Based on the situation of Small to Medium Industries, Industry as a whole in Indonesia, as well as the various efforts made to ensure the existence of Small to Medium Industries, The Government of the Republic of Indonesia then fulfilled its support by inaugurating the *national movement* #BanggaBuatanIndonesia. This *event* was directly held teleconference from Istana Merdeka by President H. Joko Widodo (Jokowi) on May 14, 2020.

“I am grateful that our country and nation has great power, great works, quality products that were made by Indonesian people who have such a great talents. This pandemic is not going to *prevent* us to be creative. Instead, these limitations will encourage us to transform, explore our potential, and create our opportunities,” Said President Jokowi while inviting the citizens to be proud to consume Indonesian products.

The President also underlined that during this pandemic, we must be able to rely on our own strength and stand on our own feet. We (the Indonesian people) need to be able to solve our own problems and challenges. “We need to know what our strengths and weaknesses are. Of course, we need to resolve our weaknesses immediately and take the advantages of our strengths.” President Jokowi said.

The goal of the *national movement* #BanggaBuatanIndonesia are to:

- 1 Accelerate the local business cycle, improve the purchasing power, and encourage the economic revival after this pandemic.
- 2 Strengthen the continuity of business and marketing of MSMEs more quickly and widely.
- 3 Foster a sense of pride and pro-local products for consumers in Indonesia.
- 4 Encourage national branding of superior local products, through the curation of top brand MSMEs that rise and grow, thus creating new industries and pushes the economic growth.

Since the launch of the *national movement* #BanggaBuatanIndonesia There have been many Small to Medium industries involved. The number of IKM digitally *onboarding* during May 14-September 30, 2020 was recorded at 2,481,170.

What president Jokowi proclaimed is a concrete effort to help Small to Medium Industries. Not only the assistance that has been given through the Ministry of Industry but also the appeal that local products become the main choice purchased by Indonesian people.

As quoted from the Instagram account of the Ministry of Industry, there are at least three reasons why Indonesians should buy and consume local products.

First, the pride of participating in helping the domestic economy.

Second, to reduce unemployment number. It is because more workers are needed to produce the products

Third, to help increase the state revenue.

Nowadays, there are no more reasons for Indonesians to refuse to buy products made by Indonesian people. In terms of quality, it can be aligned with products that were made abroad. Domestic products are very diverse, even if we want to be detailed, it shows that Indonesians are rich in domestic products.

Furthermore, it is based on us whether the #BanggaBuatanIndonesia Movement will continue to roll until this pandemic ends otherwise stops at any time. Surely, Indonesian real support is needed in order to succeed this movement. Facing this pandemic will be easier if we do it together. Come, all Indonesian we hold hands. **(Jay)**



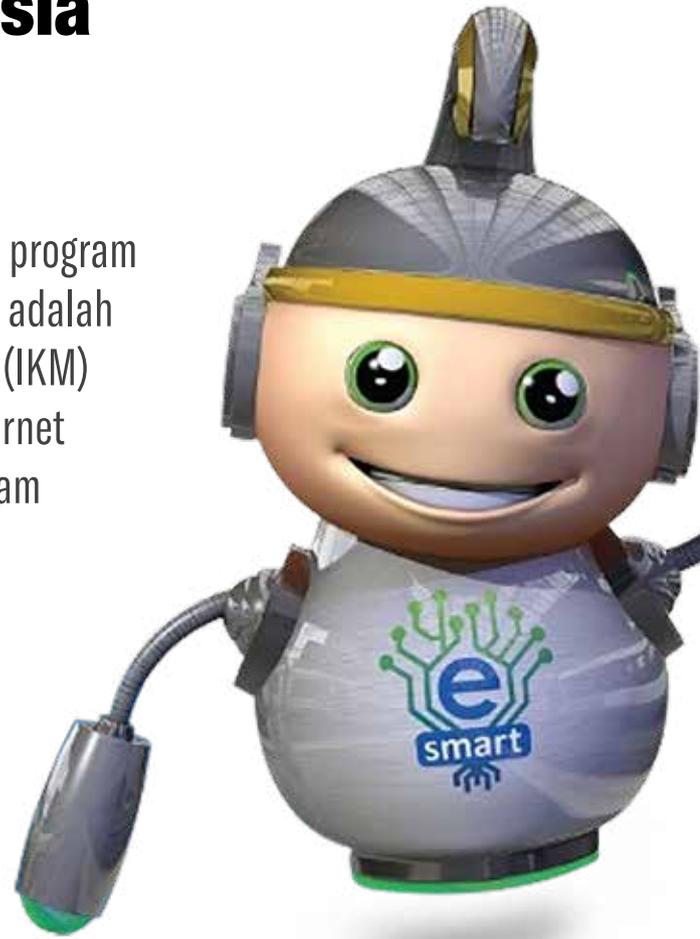
Bangga Buatan Indonesia lewat e-Smart IKM

Dalam menghadapi era Industri 4.0, salah satu program prioritas pemerintah pada Making Indonesia 4.0 adalah memberdayakan industri kecil dan menengah (IKM) melalui teknologi digital, salah satunya internet marketing yang diimplementasikan dalam program e-Smart IKM.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Deloitte Access Economics, pemanfaatan teknologi digital seperti media sosial, *internet broadband*, dan *e-Commerce* membuka peluang bagi para pelaku IKM untuk berkembang. Pemanfaatan teknologi digital memberikan keuntungan terhadap kenaikan pendapatan hingga 80%. Bank Indonesia mencatat bahwa pada bulan Maret 2020, transaksi pembelian lewat *e-Commerce* meningkat 18,1% menjadi 98,3 juta transaksi dan total nilai transaksinya meningkat 9,9% menjadi Rp 20,7 triliun.

Oleh karena itu, sejak tahun 2017, Kementerian Perindustrian melalui Ditjen Industri Kecil, Menengah dan Aneka berupaya melakukan edukasi dan pembinaan terhadap IKM untuk masuk dalam *e-Commerce* melalui program *e-Smart* IKM. Melalui program ini, Kemenperin berupaya membekali IKM dengan kemampuan pemanfaatan teknologi digital, manajemen keuangan yang baik, serta produk yang memenuhi standar agar tidak tertinggal dari pesaing-pesaingnya.

E-Smart IKM merupakan sistem basis data pelaku IKM yang tersaji dalam profil industri, sentra, dan produk yang diintegrasikan dengan *marketplace* yang telah ada. Tujuan dari *e-Smart* ini adalah meningkatkan akses pasar pelaku IKM melalui *internet marketing*, meningkatkan kemampuan IKM dalam akses bahan baku dan teknologi, serta memberikan panduan bagi pengambil kebijakan dalam fungsi program pembinaan IKM yang lebih terintegrasi dan tepat sasaran. Dalam perjalanannya, program *e-Smart* IKM ini telah melibatkan ekosistem *e-Commerce*, perbankan, serta fintech



• Doc. Kemenperin

serta telah bekerja sama dengan *marketplace* yang ada di Indonesia dan aplikasi ojek *online*.

Melalui berbagai kerja sama yang telah dilakukan, diharapkan akan terjadi sinergi dalam pengembangan dan pembinaan Industri Kecil dan Menengah yang mengarah pada *one stop solution* bagi IKM.

Industri manufaktur merupakan salah satu sektor di tanah air yang terdampak pandemi Covid-19. Selama ini, sektor industri menunjukkan kemampuannya menghasilkan berbagai produk yang dibutuhkan oleh masyarakat. Untuk itu, pemerintah mengajak semua pihak memprioritaskan produk dalam negeri dalam belanja kebutuhannya. Industri dalam negeri mampu bersaing dengan produk-produk impor. Namun demikian, sektor industri membutuhkan kepercayaan tinggi dari masyarakat agar dapat terus berproduksi. Hal ini sejalan dengan yang disampaikan Presiden Joko Widodo saat peluncuran Gerakan Nasional Bangga Buatan Indonesia (Gernas BBI).

● Skema e-Smart IKM



● Alur Proses



Melalui *e-Smart IKM*, Kementerian Perindustrian memberikan fasilitasi perluasan akses pasar kepada IKM melalui media digital dengan mendorong produk-produk IKM terlibat dalam Gerakan Nasional Bangga Buatan Indonesia (Gernas BBI) untuk menunjukkan kemampuan industri nasional Indonesia dalam memenuhi semua kebutuhan masyarakat Indonesia dengan tema kampanye #SemuanyaAdaDisini.

IKM yang menjadi bagian kampanye #SemuanyaAdaDisini dan mengikuti program *e-Smart IKM* akan memperoleh pelatihan, pendampingan, dan fasilitasi untuk meningkatkan cakupan pemasarannya secara *online*. IKM memperoleh benefit berupa pembinaan yang berkesinambungan, juga setelah #SemuanyaAdaDisini selesai.

Selain itu, IKM yang mengikuti program ini, akan mendapatkan juga fasilitas *capacity building* dalam periode pra dan pasca *On Boarding* di media pemasaran *online*, serta mendapatkan pendampingan selama masa berlaku program. Manfaat lain yang di dapat, antara lain fasilitasi terkait hak kekayaan

intelektual (pendaftaran merek), desain kemasan, *branding* material, sertifikasi halal dan SNI, akses KUR, serta restrukturisasi mesin dan peralatan. Selain itu, akan difasilitasi pembuatan aset digital berupa akun *marketplace*, media sosial dan website serta berkesempatan untuk menembus pasar luar negeri melalui berbagai program pendampingan.

Kemenperin juga berupaya membangun jejaring antara pelaku IKM sebagai bagian dari supply chain dengan industri besar. Dengan mendekatkan IKM pada industri berskala besar, akan memberikan peluang bagi IKM untuk makin berkembang dan berkontribusi sebagai rantai pasok industri dalam negeri.

Antusiasme IKM untuk mengikuti program *e-Smart IKM* tahun 2020 yang disnergikan dalam Gernas BBI cukup besar. Sejak pendaftaran dibuka pada 5 Juni 2020 hingga 1 September 2020 sudah ada sebanyak 3.956 IKM yang mendaftar. Sebanyak 2.014 IKM dari total 3.956 pendaftar tersebut telah dikurasi untuk ditindaklanjuti pembinaannya. (Dyah Septiani)

Kerjasama Indonesia - Korea Selatan untuk Pengembangan IKM Otomotif

Indonesia saat ini sudah mulai bergerak dari ekonomi berbasis komoditas menjadi manufaktur bernilai tambah tinggi. Tidak ayal, Indonesia termasuk salah satu pemain penting dalam sektor industri.



• Direktur IKM Logam, Mesin, Elektronika dan Alat Angkut saat membuka INNOBIZ.

• Doc. Kemenperin

Pemerintah Indonesia melihat kerja sama dengan Korea Selatan (Korsel) dapat menggenjot industri nasional. Sejak tahun 2016, Kementerian Perindustrian (Kemenperin) dan Korsel telah aktif berkolaborasi. Hubungan kerja sama Indonesia melalui Kemenperin dengan Korsel secara umum sangat baik. Penguatan kerja sama kedua negara tidak hanya di sektor baja dan kimia, tetapi juga akan menyasar ke sektor otomotif.

Kerja sama otomotif kedua negara diharapkan dapat membuka kesempatan bagi penyedia komponen otomotif. Kebutuhan komponen kendaraan yang cukup banyak tentunya akan berdampak pada penguatan industri kecil menengah (IKM) komponen otomotif di Indonesia.

Pemerintah Korea Selatan melalui *Innovation Business Association* (INNOBIZ) berupaya membidik dan merancang kerja sama dengan pelaku IKM komponen otomotif di Indonesia. INNOBIZ merupakan asosiasi perusahaan IKM di Korea Selatan yang berdiri sejak tahun 2002. Organisasi ini memiliki anggota sebanyak 18.300 perusahaan yang telah diberikan sertifikasi dan 13.500 perusahaan dalam proses pengajuan sertifikasi.



IKM otomotif yang tergabung dalam INNOBIZ adalah sebanyak 40 persen dari total keseluruhan anggotanya. Selain itu, INNOBIZ juga mengeluarkan sertifikasi untuk meningkatkan kualitas dan daya saing IKM di pasar global.

Pada tanggal 4-6 Februari 2020 yang lalu, Indonesia menghadiri undangan INNOBIZ pada acara “Korea – Indonesia Auto Parts Future Innovation Technology Cooperation Conference” di Seoul, Korea Selatan. Tujuan kegiatan ini adalah untuk memberikan gambaran kebijakan, strategi *market entry*, lingkungan industri dan investasi, *success examples* Indonesia kepada perusahaan yang tergabung dalam INNOBIZ dalam melihat peluang usaha serta memperbesar potensi terjalannya kerja sama dan kemitraan yang saling menguntungkan kedua negara tersebut. Rangkaian kegiatan ini meliputi konferensi dan *government meeting*, serta kunjungan perusahaan.

Konferensi “Korea-Indonesia Auto Parts Future-Leading Technology” diselenggarakan di Samjung Hotel, Seoul. Acara dibuka dengan sambutan oleh pihak INNOBIZ. Inti acara di

isi dengan pemaparan oleh K/L dan Asosiasi perwakilan dari Indonesia, yaitu Kementerian Perindustrian (Kemenperin), Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (KUKM), Perkumpulan Industri Kecil Menengah Komponen Otomotif (PIKKO), Asosiasi Pengusaha Indonesia (APINDO), dan Kamar Dagang dan Industri Indonesia (KADIN Indonesia). Kemudian acara dilanjutkan dengan paparan oleh perwakilan IKM dari Korea Selatan.

INNOBIZ juga mengajak perwakilan Indonesia untuk meninjau langsung ke perusahaan berbasis teknologi yang berkaitan dengan peluang kerja sama IKM otomotif. Perusahaan yang dikunjungi adalah Hyundai Motorstudio Goyang, Telstar-Hommel Corporation, dan Korea Automobile Manufacturers Association (KAMA).

Kegiatan ini telah menjadi titik terang dalam IKM otomotif Indonesia, sehingga diharapkan akan adanya kerja sama lanjutan yang menguntungkan kedua belah pihak. (Ciska Farida A. dan Aulia Atrani)



Tingkatkan Daya Saing, Kemenperin Fasilitas Mesin/Peralatan IKM TPT

Kementerian Perindustrian melalui Direktorat Jenderal Industri Kecil, Menengah dan Aneka terus berupaya meningkatkan daya saing Industri Kecil dan Menengah (IKM) guna merespon kondisi persaingan global saat ini yang semakin terbuka, sehingga industri dituntut untuk dapat meningkatkan daya saingnya, baik melalui peningkatan kualitas ataupun standar produk yang dipersyaratkan oleh buyers dengan didukung sistem manajemen produksi yang efisien.

Hal ini diwujudkan oleh Ditjen IKMA melalui program bantuan Serah Terima Fasilitas Mesin/Peralatan UPT Tekstil Majalaya yang dilaksanakan pada tanggal 24 September 2020. Direktur Jenderal IKMA Gati Wibawaningsih yang hadir dalam acara ini menjelaskan, tujuan pelaksanaan kegiatan ini adalah untuk meningkatkan pelayanan UPT Tekstil Majalaya dengan memberikan fasilitas mesin/peralatan yang dibutuhkan oleh IKM TPT Majalaya. "Kegiatan ini juga agar dapat membantu meningkatkan daya saing IKM TPT yang ada di Majalaya dan sekitarnya," ungkapnya.

Dirjen IKMA menyampaikan, sektor Industri Tekstil dan Produk Tekstil (TPT) sangat penting dalam perekonomian nasional sebagai penyerap tenaga kerja dan penghasil devisa sehingga sektor ini masih menjadi andalan pemerintah di sektor manufaktur. Berdasarkan data Pusdatin Kemenperin, kinerja ekspor industri TPT sepanjang tahun 2019 mencapai angka US\$ 12,89 miliar dan pada periode Januari-Juli tahun 2020 telah mencapai angka US\$ 6,15 miliar.

Saat industri TPT dalam negeri terus memperjuangkan keberlangsungan bisnisnya di tengah pandemi Covid-19. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS), pada triwulan kedua tahun 2020 subsektor industri TPT memberikan kontribusi terhadap PDB sektor industri pengolahan non-migas sebesar 6,93 persen. Sedangkan kontribusi PDB yang digabungkan dengan keseluruhan sektor ekonomi lainnya, subsektor industri TPT menempati urutan keempat sebagai

subsektor industri pengolahan non-migas penyumbang PDB nasional terbesar dengan angka 1,24 persen.

Namun yang saat ini menjadi perhatian, menurut Gati adalah pertumbuhan industri TPT pada triwulan kedua tahun 2020 yang mengalami penurunan hingga berada pada angka minus 14,23 persen. Pada periode tersebut, Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) telah berdampak pada penutupan sejumlah toko tekstil di Jakarta dan daerah lainnya. "Produksi pabrik pun mengalami penurunan seiring dengan berkurangnya permintaan," ungkapnya.

Oleh karena itu Gati menjelaskan pihaknya terus memberikan pendampingan kepada para pelaku industri TPT khususnya yang masih berskala IKM untuk terus dapat bertahan di era pandemi dan adaptasi kebiasaan baru saat ini. "Kami selaku pembina IKM di Kementerian Perindustrian telah melaksanakan berbagai kegiatan dan fasilitasi agar para IKM tersebut mampu bertahan di masa sekarang. Berbagai kegiatan yang telah dilaksanakan diantaranya adalah Penumbuhan Wirausaha Baru, Fasilitas Mesin dan Peralatan, Bimbingan Teknis serta Pendampingan dan *Workshop Online*," terangnya.

Adapun fasilitas mesin/peralatan yang diserahkan adalah berupa *High Speed Assembly Winder Machine*, *Short Fiber Two-For-One Twister*, *Twist Tester Electric Machine*. "Semoga dengan diberikannya mesin/peralatan ini dapat meningkatkan layanan UPT terhadap IKM TPT di Majalaya," tambah Gati (**Rivan Malik**)



• Dirjen IKMA beserta jajaran melakukan serah terima Fasilitas Mesin/Peralatan IKM TPT. • Doc. Kemenperin



• Batik dari IKM Nganjuk.

• Foto: Istimewa

Kemenperin Pacu IKM Batik Nganjuk

Tantangan terbesar di masa pandemik Covid-19 adalah menjaga keberlangsungan usaha industri. Oleh karena itu Direktorat Jenderal Industri Kecil, Menengah, dan Aneka Kementerian Perindustrian terus berupaya menjaga eksistensi para pelaku usaha IKM agar tetap bertahan di masa pandemik. Salah satunya melalui kegiatan bimbingan teknis manajemen dan penggunaan zat warna pada IKM Batik yang digelar bekerja sama dengan Yayasan Batik Indonesia di Kabupaten Nganjuk selama empat hari mulai tanggal 21 s.d 24 September 2020 di Frontone Hotel, Kabupaten Nganjuk.

Direktur Jenderal Industri Kecil, Menengah, dan Aneka Gati Wibawaningsih dalam sambutannya menyampaikan bimtek ini dilaksanakan sebagai upaya untuk menjaga eksistensi para pelaku IKM Batik di Kabupaten Nganjuk. “Fasilitasi bimtek ini sebagai bentuk dukungan Pemerintah dalam rangkaian kegiatan memperingati Hari Batik Nasional 2 Oktober 2020, yang akan diperingati kurang dari sebulan lagi. Bersama YBI semoga batik tetap lestari,” ungkap Gati.

Dirjen IKMA menjelaskan, industri batik merupakan sektor industri yang tergabung dalam sektor industri tekstil dan produk tekstil. “Kinerja ekspor batik dan produk batik berdasarkan data dari BPS pada tahun 2019 adalah sebesar US\$ 54,36 juta. Sedangkan pada periode Januari s.d. Juli 2020 adalah sebesar US\$ 21,54 juta. Hal ini tentunya menunjukkan potensi industri batik yang sangat luar biasa diterima di pasar mancanegara,” terang Gati.

Dalam kegiatan bimtek ini ada sebanyak 25 peserta mewakili IKM Batik Kabupaten Nganjuk melakukan rapid test sebelum bimbingan teknis berlangsung. Penyediaan fasilitas pengecekan suhu, penyediaan *hand sanitizer*, penggunaan masker, pemakaian *face shield* hingga penerapan *social distancing* menjadi komitmen penyelenggara guna mematuhi protokol kesehatan Covid-19 saat melaksanakan bimbingan teknis.

Di masa adaptasi kebiasaan baru, Gati menerangkan, kondisi pasar dan kebutuhan masyarakat saat ini telah berubah sehingga diperlukan adaptasi oleh para pelaku IKM Batik untuk dapat menciptakan peluang baru serta menghasilkan inovasi produk yang dapat diterima oleh pasar. Saat ini IKM dituntut untuk memacu daya juang untuk mengubah model bisnis dan keluar dari zona nyaman.

Dirjen IKMA juga menjelaskan pihaknya menghimbau kepada para pelaku industri khususnya para pelaku industri berskala kecil dan menengah untuk melakukan optimalisasi penjualan secara *online* agar mampu menjangkau pasar yang lebih luas, mengubah kebiasaan dari pasar offline ke pasar *online*. “Dengan diadakan bimbingan teknis manajemen dan penggunaan zat warna pada IKM Batik di Kabupaten Nganjuk, diharapkan kedepan saat era adaptasi kebiasaan baru para pelaku IKM dapat terpacu untuk memanfaatkan *platform* digital sebagai media pemasaran,” ungkapnya.

Selain peningkatan kemampuan dan pengetahuan mengenai penggunaan zat warna IKM Batik Kabupaten Nganjuk, Ditjen IKMA juga memberikan bantuan fasilitas alat sebanyak 9 jenis



• Proses membatik pada IKM nganjuk

• Foto: Istimewa

alat produksi diantaranya kompor batik, selang, regulator, wajan, canting, Bleber, tabung, gawangan, ember dan timbangan. “Dengan demikian dukungan Pemerintah Pusat, bukan hanya menambah kapasitas produksi saja, akan tetapi memberikan peningkatan kapasitas SDM khususnya dalam pengembangan Sentra IKM Batik Kabupaten Nganjuk,” jelas Gati.

Pada kesempatan yang sama Ketua umum Yayasan Batik Indonesia, Yanti Airlangga, yang juga hadir secara *virtual* menyampaikan harapannya kepada IKM Batik Kabupaten Nganjuk agar dapat memanfaatkan *platform* digital dan memperkaya khasanah mengenai penggunaan zat warna pada batik. “Diharapkan roda ekonomi IKM Batik Kabupaten Nganjuk pun dapat terpacu dan menjangkau pasar *online*, sehingga batik tetap lestari pada era digital ini,” ungkapnya.

Masa adaptasi baru mempunyai tantangan tersendiri bagi para IKM untuk dapat terus optimis mengembangkan usahanya. Hal tersebut akan lebih mudah dihadapi dengan semangat kolektifitas antara Pemerintah, IKM dan pemerhati dalam hal ini Yayasan Batik Indonesia (YBI). “Mari bersama kita ciptakan inovasi di tengah adaptasi baru. Tidak hanya untuk mempertahankan usaha, akan tetapi optimis untuk bersama mengembangkan IKM Batik khususnya di Kabupaten Nganjuk.” pungkask Gati. **(Rivan Malik)**

Mendorong Minat Konsumen #BanggaBuatanIndonesia

Dalam kondisi situasi saat ini, di mana semua masyarakat sangat khawatir dengan mewabahnya pandemi virus Covid-19 yang menerjang lebih dari separuh Negara di dunia, tidak terkecuali Indonesia juga ikut mengalami. Tidak hanya dampak ancaman kesehatan yang ditimbulkan namun juga dampak ekonomi sehingga banyak perusahaan yang melakukan pemutusan hubungan kerja dan berujung resesi di sejumlah negara yang selama ini menjadi pemasok produk dari Indonesia.

Perekonomian Indonesia saat ini masih berjalan, meski mengalami penurunan di beberapa sektor industri besar seperti; industri otomotif, industri elektronik. Pada semester awal masa pandemic, perekonomian Indonesia masih bisa bertahan, salah satunya karena peranan pelaku usaha IKM terutama pada sektor Industri Pangan dan Industri Sandang yang berkaitan dengan pakaian dan alat pelindung diri. Pengalaman krisis ekonomi tahun 98, Industri Kecil dan Menengah (IKM) termasuk industri yang tahan krisis, sehingga saat ini masih banyak pelaku usaha IKM yang berjalan dengan berbagai cara yang kreatif dan dukungan pemerintah pusat maupun pemerintah daerah dalam memberikan dukungan baik dari segi permodalan, pendampingan dan bahkan bantuan subsidi alat produksi bagi IKM yang masih eksis menerima permintaan konsumen dalam negeri untuk alat pelindung diri, masker, pakaian kesehatan,dll.

Meski sebagian besar masyarakat saat ini lebih memprioritaskan untuk menjaga kesehatan dengan melakukan pembelian produk-produk yang terkait langsung dengan pemeliharaan kesehatan, namun kebutuhan produk IKM Pangan tetap masih diminati seperti ; *Snack* dari berbagai jenis, minuman untuk stamina dan menjaga imun tubuh. Kebijakan PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar), *physical distancing*, *work from home* memaksa pelaku usaha IKM untuk lebih kreatif menghasilkan produk yang sesuai dengan kebutuhan dan minat konsumen.

Untuk mendukung kelancaran pemasaran produk, pelaku usaha IKM sudah banyak yang menggunakan sarana penjualan *online* baik melalui fasilitas *E-Smart* dari DJIKMA maupun pemasaran melalui komunitas dari WA, Instagram, Facebook dan *marketplace* lainnya. Dengan pemanfaatan teknologi internet yang saat ini berkembang sangat pesat, telah banyak memberikan kontribusi bagi Pemasaran produk-produk IKM, yang bisa diakses dengan cepat juga memperluas jaringan pasar, tidak hanya pasar lokal tapi juga bisa memasuki pasar regional antar daerah yang secara langsung membantu kelancaran pemasaran produk IKM. Terbukti penjualan dan transaksi *online* meningkat pesat selama pandemi Covid-19.

Selain itu pelaku IKM Pangan saat ini sudah banyak memanfaatkan potensi sumber bahan baku lokal yang diolah menjadi produk akhir dan banyak diminati konsumen sebagai makanan selingan bagi keluarga selama masa pandemi. Hal ini tentunya sangat menarik minat konsumen untuk #BanggaBuatanIndonesia, tentu dengan pertimbangan kualitas terjamin dan harga terjangkau jika dibandingkan dengan produk yang sama jika diimpor dari luar negeri.

Adanya Gerakan Nasional #BanggaBuatanIndonesia juga memberi harapan dan angin segar bagi bertumbuhnya IKM yang ada. Namun tentunya, konsumen tetaplah raja yang menentukan produk mana yang sesuai kebutuhan di samping memiliki persyaratan kemasan yang aman dan menarik, terjangkau dan yang lebih penting lagi ada jaminan kualitas produknya.



Oleh Karena itu setidaknya ada tiga aspek penting yang dapat dilakukan, untuk menarik minat konsumen agar mau membeli produk lokal dan secara sadar ikut #BanggaBuatanIndonesia, yaitu sebagai berikut;

1

Dari sisi produk, bagaimana pelaku IKM bisa mengamati, meniru dan memodifikasi produk import yang laku dipasaran, agar dapat menghasilkan produk yang berkelas dan berkualitas, sehingga konsumen dapat memilih produk lokal dibandingkan produk import dan juga jaminan ketersediaan stok.

2

Dari sisi distribusi produk, tuntutan konsumen atas pembelian produk baik secara langsung apalagi pembelian secara *online* membutuhkan distribusi yang cepat, aman dan memiliki akses luas untuk dijangkau apabila ada pembelian lanjutan. sehingga kepercayaan konsumen kepada pelaku IKM meningkat dan untuk jangka panjang dapat mendekatkan konsumen dan produsen.

3

Dari sisi Konsumsi, dengan adanya Gerakan Nasional #BanggaBuatanIndonesia, merupakan kesempatan yang baik bagi pelaku usaha IKM untuk selalu memperkenalkan produk-produk yang dihasilkan kepada konsumen melalui kelompok-kelompok komunitas untuk memperluas jaringan pasar produknya dan berperan aktif dalam menggaungkan dukungan beli produk lokal adalah momen untuk mengubah paradigma dan pola pikir masyarakat agar bangga beli produk lokal dengan kualitas dan distribusi serta pelayanan yang terbaik (*Service excellent*) yang diberikan oleh pelaku IKM.

Dengan penerapan ketiga aspek diatas, serta dukungan pemerintah dengan Gerakan Nasional #BanggaBuatanIndonesia diharapkan produk-produk IKM dapat menarik minat konsumen untuk dimanfaatkan dan digunakan dalam memenuhi kebutuhan keluarga, kebutuhan pasar lokal yang lebih luas, pasar domestik dan bahkan dapat menjangkau pasar internasional (ekspor). (*Kohar* - dari berbagai sumber)



• Digitalisasi adalah salah satu terobosan yang dapat dilakukan untuk menghadapi pandemi. • Foto: Istimewa

Meningkatkan Literasi Digital di Era Pandemi

IKM dan internet akan selalu berdampingan. Jauh sebelum pandemi Covid-19, Ditjen IKMA sudah meluncurkan program e-Smart. Kini disiapkan pendampingan bagi pelaku IKM lewat pandu digital IKM.



Bagi Industri Kecil dan Menengah (IKM), pandemi Covid-19 yang sudah berjalan hampir setahun memberikan dampak yang tak kecil. Sebagian usaha mereka ada yang berhenti sementara, jalan di tempat, namun ada pula sebagian yang masih menjalankan usahanya. Ini dampak dari permintaan yang menurun atau berhenti, akses terhadap bahan baku berkurang, serta kapasitas produksi yang menurun.

Pemerintah terus mendorong agar kegiatan ekonomi IKM tetap berjalan. Dalam kondisi seperti sekarang, bagi pelaku usaha IKM penjualan dan pembelian secara *online* menjadi pilihan yang harus dijalani dan kuasai. Salah satu cara dengan meningkatkan literasi digital, agar pelaku IKM ini mampu menghadapi kenormalan baru. Pendampingan pun dilakukan agar pelaku IKM dapat lebih cepat menyesuaikan diri dengan cara dan kondisi yang berbeda dibanding saat situasi normal.

Direktorat Jenderal Industri Kecil, Menengah dan Aneka (Ditjen IKMA) berupaya agar pelaku usaha IKM tak terlalu terdampak secara langsung. Dukungan ini diungkapkan oleh Dirjen IKMA Gati Wibawaningsih agar pelaku IKM terus berjalan dalam kondisi pandemi Covid-19.

Seperti diungkapkan pada seminar *daring* bertema “Pandu Digital: Digital Economy Series IKM & UMKM”, akhir September 2020, Dirjen Gati Wibawaningsih menyatakan, “Kegiatan ekonomi Industri Kecil Menengah (IKM) harus tetap berjalan saat pandemi Covid-19. Namun, para IKM perlu dibekali literasi digital untuk menghadapi era kenormalan baru.

Dalam kondisi yang mengharuskan semua elemen masyarakat mematuhi protokol kesehatan, tak terkecuali para pelaku IKM, pembinaan terhadap mereka juga mengalami penyesuaian.

Salah satunya adalah dengan memberikan pelatihan secara *daring* dan sekaligus mendorong agar pelaku IKM memiliki kemampuan literasi digital.

“Kita butuh kemampuan literasi digital pembina dalam membantu pertumbuhan dan pengembangan IKM untuk beradaptasi agar tidak berhenti,” ujar Gati, masih dalam seminar tersebut. Menurut Gati, pembinaan kepada IKM adalah hal yang penting, karena industri ini paling banyak menyerap tenaga kerja di Indonesia. Wajar karena jumlah industri kecil khususnya, ditambah dengan industri menengah, jumlahnya jutaan, tersebar dari perkotaan hingga di pelosok desa. “Ini adalah ekonomi kerakyatan sehingga harus bergerak terus,” ungkapnya.

Jauh sebelum kondisi pandemi, Ditjen IKMA sendiri sudah memulai program agar pelaku IKM ‘melek’ dan tak gagap internet. Melalui program *e-Smart* yang sudah bergulir sejak tahun 2017, ribuan IKM (bahkan sampai sekarang sudah mencapai 10.975 IKM) mendapat pelatihan terkait pemanfaatan internet dalam optimalisasi kegiatan usaha mereka. Para pelaku ini juga diintegrasikan dengan berbagai *marketplace* lokal yang ada serta *marketplace* yang berbasis dari luar Indonesia. Bahkan, Ditjen IKM juga melakukan kerja sama dengan diaspora masyarakat Indonesia yang ada di negara-negara tertentu untuk mengetahui kebutuhan yang bisa dipenuhi oleh IKM.

Di masa pandemi ini, bagi IKM yang terdampak, Ditjen IKMA memiliki tiga program kegiatan, yaitu; pelatihan dan seminar *online* diperuntukkan bagi IKM, penumbuhan wirausaha baru (WUB) pasca bencana Covid-19, dan restrukturisasi mesin/peralatan IKM.

Sinergi

Salah satu kegiatan lain yang sedang dijajaki adalah program pandu digital. Program ini melibatkan masyarakat umum dengan pemahaman, kemampuan, dan kompetensi mendasar terkait literasi digital untuk mampu merintis, memandu, memimpin, ataupun mendukung pengembangan literasi digital di Indonesia (siberkreasi.id).

Istilah pandu digital sendiri pada awalnya diinisiasi oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemkominfo) dalam melakukan pendampingan kepada masyarakat. Terlebih di masa pandemi Covid-19, pandu digital menjadi penting untuk segera menjalankan tugasnya di masing-masing sektor, tak hanya terkait dengan industri kecil dan menengah.

Di tengah keterbatasan interaksi di masyarakat karena kondisi pandemi, keberadaan media berbasis internet tak bisa dilepaskan dari setiap elemen masyarakat. Tak ketemu secara fisik, masih bisa bertatap muka lewat berbagai media konferensi secara *online*. Di sinilah pentingnya pandu digital menjadi pembimbing para pelaku IKM agar tak lagi gagap teknologi.

Kehadiran Dirjen Gati Wibawaningsih dalam seminar *daring* tersebut bertujuan antara lain untuk melakukan sinergi dengan Kemkominfo. Selain penggagas pandu digital, Kemkominfo sudah melakukan *marketplace* kepada masyarakat (*stake holders*) yang akan menjadi pegiat pandu digital.

Pandu digital dari sisi Ditjen IKMA Kemenperin, nantinya akan memanfaatkan tenaga penyuluh lapangan (TPL) yang ada selama ini dengan tambahan *marketplace* terkait digital. Tentu saja urusan digitalisasi menjadi bagian dari Kemkominfo. "Urusan digitalisasi itu yang kompeten Kemkominfo, sementara Kemenperin (dalam hal ini Ditjen IKMA) mempersiapkan produk yang bagus," jelas Gati.

Sangat tepat apabila kedua instansi pemerintah (kementerian) ini melakukan sinergi. Sehingga nantinya pandu digital IKM mampu melakukan pendampingan melalui media internet. Diharapkan, program ini terealisasi dalam waktu dekat, melalui pelatihan pandu digital sehingga akan memudahkan pendampingan terhadap IKM.

Percepatan Transformasi Digital

Presiden Joko Widodo atau Jokowi menekankan lima hal yang perlu menjadi perhatian dalam menangani transformasi digital pada masa pandemi Covid-19.

Dikutip dari akun Instagram @jokowi, Selasa, 4 Agustus 2020, Jokowi menyebut pandemi Covid-19 telah mengubah cara kerja, beraktifitas, belajar, hingga cara bertransaksi, dari sebelumnya melalui kontak fisik (*offline*) menjadi lebih banyak secara *daring (online)*. "Karena itu, pandemi ini harus dijadikan momentum untuk melakukan percepatan transformasi digital," ujarnya.

1

Percepatan perluasan akses dan peningkatan infrastruktur digital, seperti penyediaan layanan internet di 12.500 desa/kelurahan serta di titik-titik layanan publik.

4

Kebutuhan sumber daya manusia talenta digital disiapkan. Indonesia membutuhkan talenta digital kurang lebih sembilan juta orang untuk 15 tahun ke depan, atau kurang lebih 600 ribu per tahun.

2

Meminta jajaran terkait untuk mempersiapkan peta jalan transformasi digital di sektor-sektor strategis, antara lain pemerintahan, layanan publik, bantuan sosial, pendidikan, kesehatan, perdagangan, industri, dan penyiaran.

5

Terkait perencanaan transformasi digital, perlu dipersiapkan hal-hal yang berkaitan dengan regulasi, skema pendanaan, dan pembiayaan transformasi digital.

3

Integrasi pusat data nasional dipercepat.



Digitalisasi Meningkatkan Produktivitas

Digitalisasi usaha industri kecil dan menengah dapat menjadi solusi untuk meningkatkan peran kelompok bisnis ini, pada upaya menggenjot ekspor. Seperti dikutip dari Koran Tempo, sebuah kajian atau riset yang dilakukan oleh perusahaan konsultan manajemen Bain & Company Inc. menunjukkan 95 persen dari responden industri atau usaha kecil dan menengah (IKM) yang telah terdigitalisasi berperan aktif dalam kegiatan ekspor. “Jangkauan mereka makin luas di luar pasar lokal,” kata mitra Bain & Company, Usman Akhtar, dalam persentasi yang diadakan di kantor Center for Strategic and International Studies (CSIS), Jakarta.

Penelitian yang dilakukan tahun 2018 ini menjangkau responden sebanyak 2.342 IKM dan UKM di 10 negara anggota ASEAN. Hasil yang diperoleh dalam penelitian ini, jumlah usaha kecil dan menengah yang telah memanfaatkan perangkat digital dalam bisnis mereka hanya mencapai 16 persen. Angka ini berbanding terbalik dengan temuan sebanyak 75 persen responden yang menyadari integrasi digital sebagai peluang. Jumlah responden IKM dan UKM di Indonesia, yang menilai pentingnya digitalisasi, bahkan ada sebanyak 85 persen.

Riset hasil kerja sama Bain, Google, dan Sea Group ini juga menunjukkan adanya peluang, sekaligus tantangan untuk mendongkrak kontribusi IKM dan UKM terhadap kinerja ekspor tiap negara yang hanya berkisar 20 persen dari total nilai penjualan ke luar negeri. Di kawasan ini IKM dan UKM menyumbang 50 persen produk domestik bruto serta mampu menyerap 80 persen tenaga kerja.

Seperti diungkapkan Usman, usaha retail yang menggunakan layanan perdagangan *online* (*e-Commerce*) berhasil meningkatkan penjualannya hingga rata-rata sebesar 15 persen. Sementara itu di bidang logistik, digitalisasi yang

dilakukan mampu meningkatkan penjualan antara 10-20 persen. Di industri pertanian, misalnya, pengusaha kecil yang menggunakan aplikasi pertanian berhasil meningkatkan 5-15 persen hasil panennya.

Masalahnya, menurut Usman, adopsi perangkat digital utama masih kurang dalam dunia bisnis di Indonesia jika dibandingkan dengan negara tetangga. Penelitian ini menyebutkan penjualan *e-Commerce* tanah air, hanya menyumbang dua persen dari total volume penjualan retail di tahun 2017. Angka ini lebih rendah dibanding Singapura, misalnya, yang mencapai lima persen. Pada tataran global, sumbangan *e-Commerce* di Amerika Serikat terhadap penjualan retail sebesar 12 persen. Cina menjadi yang tertinggi dengan 20 persen.

Usman berharap integrasi digital di kawasan ini bisa mempercepat perdagangan dan pertumbuhan intra-regional. “Potensi digital Indonesia masih relatif belum tergali,” ujarnya. Hasil riset ini menunjukkan adanya integrasi digital bakal mendorong peningkatan produk domestik bruto ASEAN senilai US\$ 1 triliun pada 2025.

Hasil penelitian ini sejalan dengan program *e-Smart* yang dilakukan oleh Ditjen IKMA. Hingga 2020 ini, sebanyak 10 ribu lebih pelaku usaha IKM telah mengikuti pelatihan *e-Smart*. Para pelaku IKM ini diperkenalkan dan didorong untuk memanfaatkan teknologi internet sekaligus mengintegrasikan dengan *marketplace* yang ada. Program *e-Smart* memberikan dampak positif bagi produktivitas para pelaku IKM. Dalam kondisi pandemi saat ini, selain memperluas manfaat bagi pelaku usaha IKM baru, program *e-Smart* juga membutuhkan pendampingan untuk memastikan pelatihan dapat berjalan sesuai dengan materi atau modul yang diberikan. **(Jay)**

Produk Kecantikan Buatan Anak Negeri

Tampil cantik dan menarik merupakan dambaan setiap orang khususnya para wanita. Di samping inner beauty, dukungan produk kecantikan juga mempengaruhi seseorang agar tampil menarik dan percaya diri. Produk kecantikan buatan anak negeri makin digemari dan telah menjadi tuan rumah di negeri sendiri.

Sebagian kalangan terutama golongan menengah ke atas, pada umumnya cenderung memilih produk kecantikan yang berasal dari luar negeri karena dianggap lebih berkelas dan berkualitas. Namun seiring berjalannya waktu kecenderungan tersebut mulai bergeser untuk menggunakan produk kecantikan dalam negeri. Di samping kualitas yang semakin baik, produk kecantikan buatan anak negeri lebih banyak menggunakan bahan alami kekayaan alam Indonesia.





Makin Eksis

Produk kecantikan yang sudah melegenda di bumi pertiwi ini, seperti Viva, Martha Tilaar, Mustika Ratu, Wardah dan Purbasari, semakin eksis dan bertahan lama dengan selalu melakukan inovasi dengan menghadirkan produk produk terbaru. Hal ini dilakukan untuk lebih menarik minat konsumen serta dengan tetap menjaga kualitas produknya.

Viva kosmetik sudah berkiprah selama 57 tahun dan telah memberikan manfaatnya kepada para wanita Indonesia dari generasi ke generasi. Komitmen menjaga kualitas terbaik serta selalu melakukan inovasi dengan menghadirkan produk-produk terbaru sesuai dengan selera konsumen membuat produk Viva digemari hingga generasi milenial. Sebagian besar produk Viva sudah mendapatkan sertifikat Cara Pembuatan Kosmetik yang Baik (CPKB), selain itu produk viva juga memiliki kekhasan karena formulasinya sesuai dengan daerah tropis seperti Indonesia. Pada tanggal 27 November 2019, Viva kosmetik meraih Tripple Platinum Award karena berturut turut selama 18 tahun mendapatkan IBBA (*Indonesian Best Brand Award*).

Martha Tilaar dengan menggunakan resep tradisional Indonesia mencoba meracik sendiri produk perawatan kecantikan kulit dan berhasil membuat produk *skincare homemade* yang cukup digemari konsumen. Pada tahun 1973 Martha Tilaar bergabung dengan Kalbe Farma kemudian membangun perusahaan kosmetik dan jamu yang diberi nama Martha Berto. Dalam perkembangannya kemudian Martha Tilaar meluncurkan beberapa merek kosmetik seperti Sari Ayu, PAC, Biokos, *Caring Colours* dan Belia.

Begitu juga dengan Mustika Ratu, awalnya fokus pada perawatan dan jamu yang berasal dari rempah rempah asli Indonesia, tahun 1981 mulai merambah ke dunia kecantikan dengan memproduksi produk kosmetik dengan menggunakan ramuan tradisional sebagai bahan dasarnya. Produk Mustika Ratu sudah menerapkan standar internasional ISO 9002 tentang Sistem Manajemen Mutu dan ISO 14001 tentang Sistem Manajemen Lingkungan. Kemudian Mustika Ratu di bawah Dra. BRA Mooryati Soedibyo ini, membangun *brand* baru sesuai dengan pangsa pasar nya seperti *Moors* untuk *Make Up Artist* (MUA) professional, Puteri untuk para remaja, *Biocell* untuk wanita dewasa dan tidak ketinggalan produk *sliming Tea* untuk menjaga kelangsingan tubuh.

Wardah berhasil menjadi pelopor produk kosmetik halal di Indonesia dengan mendapat sertifikat halal dari MUI serta mengantongi izin edar dari BPOM, Wardah awal berdirinya tahun 1985 hanya dipasarkan dari rumah ke rumah. Saat ini Wardah berada dibawah naungan PT. Paragon Technology and Inovation semakin mendapat tempat dihati para penggemarnya karena selalu melakukan inovasi dengan meluncurkan produk produk baru seperti Wardah *Lip Tint* dan yang baru saja dirilis *Insta Perfect BB chusion*.

Purbasari pada awal berdirinya th 1993 hanya memproduksi produk lulur mandi yang sangat digemari para wanita. Seiring berjalannya waktu Purbasari yang berada di bawah naungan PT. Gloria Origita Cosmetics mulai mengembangkan diri ke dunia *makeup* dengan memproduksi produk kosmetik seperti *lip cream* dan *lipstick matte* yang menjadi favorit para penggemar kecantikan.

Wajah Baru

Saat ini makin banyak bermunculan produk kecantikan buatan anak negeri dengan berbagai macam merek, seperti Aura Beauty, Biyu Skincare, Lizzi Parra, Sri Tanjung, Yagi Natural Skincare, Beau-Ferment, dan lain sebagainya. Pada umumnya produk kecantikan tersebut sudah dipasarkan melalui *marketplace* seperti Tokopedia, Buka Lapak, Sophee, Blibli, dan ada juga melalui media sosial seperti Facebook dan Instagram.

Aura Beauty

Sari Maheswari yang memang memiliki passion di bidang kecantikan, melihat begitu besarnya minat masyarakat agar tampil menarik, memiliki wajah yang fresh dengan tatanan make up yang apik, memberikan peluang positif bagi Sari Maheswari untuk terjun ke dunia kecantikan. Sari sebelumnya sukses dengan produk Aura Glow kemudian bekerjasama dengan pabrik yang sudah memiliki standar keamanan yang tinggi serta apoteker yang cukup handal, mulai merilis produk kecantikan di bawah naungan *brand* Aura Beauty.

Biyu Skincare

Regina Pranata seorang *entrepreneurship* lulusan Babson college, Boston, merilis produk perawatan kulit (*skincare*) yang bertajuk BIYU (*Beauty is You*). Selama berada di Boston ia mengamati banyak sekali orang Indonesia memesan produk Beauty Industry melalui jastip (jasa titipan). Didorong oleh fenomena ini akhirnya Regina memutuskan untuk memproduksi produk kecantikan kulit dengan kualitas tinggi, safety dan tentu saja dengan harga yang terjangkau oleh masyarakat Indonesia. Sampai saat ini Biyu Skincare baru memiliki beberapa produk Glow Series seperti Cleanser (sabun pencuci muka), toner, *suncare/day cream*, *night cream*, *moisturizer*, AHA serum, di mana semua produk sudah mendapat izin edar dari BPOM dan juga sudah memiliki sertifikat Halal.





Sri Tanjung

Sri Purwaningsih memulai usaha produk kecantikan ini pada tahun 2007, ketika orang banyak memesan produk kecantikan kulit ke pulau Dewata, Bali. Sri mulai memanfaatkan peluang itu dengan memanfaatkan bahan baku alam seperti kacang hijau, beras merah, bengkoang, pepaya, kopi, teh hijau, minyak kelapa, minyak zaitun dan lain lain. Awal nya Sri memasarkan produk kecantikan kulitnya dari rumah ke rumah, melalui teman dan salon. Sambil memperbaiki kualitas dan kekurangan di sana-sini, Sri terus berusaha mengurus legalitas atau izin edar produk kecantikannya dan berhasil mendapatkan sertifikat dari BPOM pada tahun 2013. Hampir sebagian besar salon dan hotel di Pekanbaru menggunakan produk Sri Tanjung, di samping itu juga masuk *marketplace*, facebook dan instagram. Saat ini produk kecantikan yang dimiliki Sri Tanjung ada tiga jenis yaitu *body care* (perawatan badan), *facial care* (perawatan wajah), dan *feminine care* (perawatan kewanitaan).

Yagi Natural Skincare

Farhaniza Farhan merilis produk *Yagi natural skincare* berawal dari pengalaman pribadi karena pernah mengalami masalah ketika menggunakan produk kecantikan yang ternyata tidak cocok, dan akhirnya mencoba membuat produk perawatan kulit yang bahan utamanya dari lemak coklat. Bahan baku coklat didapat dari petani coklat dari dataran tinggi Gayo Aceh. Produk Yagi terdiri dari *Body butter*, *body scrub*, *lip balm*, *shop bar*, *liquid shop*, *shampoo* dan *hand sanitizer*. Produk yang menjadi *best seller* adalah *lip balm* dan *shampoo*. Pemasaran dilakukan melalui *marketplace*, instagram, facebook dan beberapa toko di Kemang, Bintaro, Menteng dan Bali. Meskipun pabrik di Aceh namun toko disini masih dalam penajakan. Izin edar BPOM dan pendaftaran merek ke Ditjen. Kekayaan Intelektual masih dalam proses.

Peran Ditjen. IKMA

Berbagai upaya dilakukan Ditjen.IKMA Kementerian Perindustrian guna mendorong peningkatan daya saing produk kecantikan Industri Kecil Menengah (IKM) agar dapat memenuhi standar mutu dan keamanan. Diantaranya adalah dengan memfasilitasi IKM untuk mendapatkan sertifikat penerapan Cara Pembuatan Kosmetik yang Baik (CPKB) tujuannya agar produk kosmetik yang diproduksi bermutu baik, aman, tepat manfaat, dan dapat melindungi masyarakat dari hal-hal yang merugikan kesehatan. Program fasilitasi dilakukan melalui sosialisasi CPKB kepada masing masing IKM, terutama kepada karyawan yang terlibat langsung dalam produksi. Di samping itu, Ditjen IKMA juga melakukan pendampingan IKM produk kecantikan untuk mendapatkan izin edar dari BPOM. (*Elly Muthia* dari berbagai sumber).



Virtual Fashion Show di Masa Pandemi

Pandemi Covid-19 berdampak hampir pada seluruh lini industri dan juga perekonomian dunia. Para pelaku industri di Indonesia tentunya juga merasakan hantaman yang sangat besar. Salah satu sektor industri yang terdampak Pandemi Covid-19 adalah sektor industri pakaian jadi.

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS), pada Triwulan III Tahun 2020 pertumbuhan sektor Industri Tekstil dan Pakaian Jadi berada pada angka minus 9,32 persen. Meskipun demikian, sektor Industri Tekstil dan Pakaian Jadi berkontribusi sebesar 6,75 persen pada PDB Industri Pengolahan Non-Migas di Triwulan III tahun 2020. Di satu sisi dapat dibayangkan seberapa besar dampak yang dirasakan sektor industri pakaian jadi, tergambar dari tingkat pertumbuhan yang kini berada pada angka minus, namun di sisi lain dapat disadari bahwa sektor industri ini merupakan salah satu sektor penyokong ekonomi nasional.

Kontribusi Sektor Industri Pakaian Jadi, juga dapat dilihat dari kinerja ekspornya yang berdasarkan data Pusdatin Kementerian Perindustrian, sepanjang bulan Januari hingga September 2020, kinerja ekspor pakaian jadi, mencapai angka US\$ 5,36 Miliar. Angka ini mengalami penurunan sebesar 15,18 persen bila dibandingkan dengan periode yang sama di tahun 2019 yang mencapai angka US\$ 6,32 Miliar. Hal ini tentunya menggambarkan industri pakaian jadi harus terus didukung dan dijaga keberlangsungannya selama masa pandemi.

Indonesia merupakan salah satu negara yang memiliki banyak *event* maupun acara yang berkaitan dengan industri fesyen, *State of Global Islamic Economy 2020/2021* menempatkan Indonesia sebagai negara terbaik ketiga dalam melakukan pengembangan industri fesyen muslim di dunia, setelah Uni Emirat Arab dan Turki, di mana salah satu indikatornya adalah jumlah *event* terkait industri fesyen muslim. Namun di masa seperti sekarang dengan adanya pembatasan pada pelaksanaan kegiatan-kegiatan yang melibatkan banyak orang, pelaksanaan pameran-pameran maupun *event* terpaksa ditunda maupun dibatalkan. Pelaksanaan *event* maupun pameran selain dapat menjadi ajang untuk meningkatkan penjualan, juga merupakan ajang promosi diri khususnya bagi para pemilik *brand* maupun para desainer fesyen. Salah satu rangkaian acara yang diselenggarakan adalah acara *fashion show*. *Fashion show* merupakan salah satu ajang bagi para desainer untuk menampilkan dan memamerkan karyanya di atas panggung yang biasanya menjadi sebuah pencapaian tersendiri bagi seorang desainer maupun *brand* fesyen tertentu.

Saat ini mulai berkembang sebuah inovasi baru, di mana pelaksanaan *event* dan pameran fesyen dilaksanakan secara *daring*. Istilah yang biasa dipakai adalah *virtual fashion show*. Pelaksanaan *virtual fashion show* dilaksanakan dengan berbagai metode, ada yang melaksanakan secara langsung (*live*) maupun dengan melakukan pengambilan gambar terlebih dahulu, untuk selanjutnya diolah pada tahap pasca produksi. Hasil materi yang telah diolah selanjutnya disiarkan melalui berbagai *platform broadcasting* seperti Youtube dan Zoom. *Virtual Fashion Show* dapat dijadikan sebuah alternatif solusi bagi para pelaku industri fesyen untuk tetap dapat mempromosikan dan memperkenalkan lini produk baru mereka di masa seperti sekarang.

Kementerian Perindustrian melalui Direktorat Jenderal Industri Kecil, Menengah dan Aneka juga telah melaksanakan kegiatan *virtual fashion show* pada rangkaian acara *Road to Modest Fashion Project (MOFP) 2020*. *Road to MOFP 2020* merupakan kegiatan sosialisasi dan talkshow *daring* tentang Kompetisi MOFP yang merupakan kompetisi desain fesyen muslim yang telah dilaksanakan sejak tahun 2018. Pada pelaksanaan acara *Road to MOFP 2020*, karya yang ditampilkan pada *virtual fashion show* merupakan karya terpilih para finalis MOFP 2018 dan 2019. Dalam acara yang disiarkan melalui *platform Youtube* Kementerian Perindustrian dan Webinar Zoom tersebut, proses pengambilan gambar dari produk fesyen yang akan ditampilkan telah dilakukan sebelum pelaksanaan acara. Gambar yang ditampilkan pun telah melalui proses penyuntingan (*editing*) agar menjadi lebih menarik dengan diiringi musik layaknya gelaran *event fashion show* pada umumnya. Proses pengambilan gambar pun diarahkan oleh videografer serta koreografer yang memiliki kemampuan dan pengalaman dalam memberikan arahan kepada para model dalam berpose di area *fashion show*.

Virtual fashion show juga memiliki berbagai kelebihan yang diantaranya memungkinkan adanya sebuah bagian dalam acara, di mana para desainer dapat menceritakan maupun



menyampaikan tentang konsep maupun tema dari lini produk yang ditampilkan, kelebihan lainnya adalah *virtual fashion show* memiliki potensi cakupan penonton yang lebih luas, serta adanya fitur bagi masyarakat untuk dapat mengakses rekaman pemutaran video *virtual fashion show*. Di sisi lain, tentunya pelaksanaan secara *daring* berakibat pada impresi yang kemungkinan berbeda bila dibandingkan dengan pelaksanaan *fashion show* secara langsung, serta dibutuhkan pemahaman antara desainer dan koreografer tentang bagian-bagian mana saja harus ditampilkan.

Virtual fashion show tentu dapat dijadikan alternative solusi bagi para desainer dan pemilik *brand* untuk menjaga eksistensi dalam industri fesyen selama masih diberlakukannya pembatasan aktifitas yang melibatkan orang banyak. Selain dari pola promosi yang kini harus beradaptasi dengan kondisi, para pelaku industri fesyen juga harus jeli dalam menangkap peluang pasar yang ada. Kondisi pasar saat ini telah berubah dan kebutuhan konsumen juga telah mengalami perkembangan. Para pelaku industri fesyen sebaiknya tidak beranggapan bahwa kondisi akan kembali seperti semula, karena di masa yang akan datang dibutuhkan berbagai inovasi baru dalam aspek pengembangan produk, strategi penjualan dan promosi. (**Urwah Wali Auli**)



Bangga Kopi Indonesia

Setiap daerah memiliki kopi yang khas rasanya. Keunikan kondisi tanah dan udara membuat rasa kopi yang berbeda-beda dari satu daerah ke daerah lainnya. Kekhasan inilah yang ditunjukkan oleh sertifikat Indikasi Geografis. Seiring waktu, tumbuh kesadaran dari tiap daerah untuk mendaftarkan kopinya sebagai sebuah indikasi geografis.

Pada akhir tahun 2020, Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual, Kementerian Hukum dan HAM menerbitkan sertifikat Indikasi Geografis (IG) untuk kopi Robusta Pagaralam, Sumatera Selatan. IG kopi robusta Pagaralam ini merupakan sertifikat IG ke-32 untuk komoditas kopi di nusantara yang membentang mulai dari belahan barat dengan Arabika Gayo di Aceh sampai belahan timur dengan Arabika Baliem Wamena di Papua. “Arabika Kintamani Bali” adalah yang pertama kali mendapat sertifikat indikasi geografis pada tahun 2008.

Peraturan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia No. 12 Tahun 2019 Tentang Indikasi Geografis menyebutkan Indikasi Geografis adalah suatu tanda yang

menunjukkan daerah asal suatu barang dan/atau produk yang karena faktor lingkungan geografis termasuk faktor alam, faktor manusia atau kombinasi dari kedua faktor tersebut memberikan reputasi, kualitas, dan karakteristik tertentu pada barang dan/atau produk yang dihasilkan.

Tanda yang digunakan sebagai Indikasi Geografis (IG) dapat berupa etiket atau label yang dilekatkan pada barang yang dihasilkan. Tanda tersebut dapat berupa nama tempat, daerah, atau wilayah, kata, gambar, huruf, atau kombinasi dari unsur-unsur tersebut. Pada indikasi geografis kopi, setiap produk memiliki logo Indikasi Geografis Indonesia. Berikut ini adalah salah satu contoh logo “Robusta Pagaralam”.



Melalui logo ini, ditujukan untuk membedakan mana kopi asli robusta dari Pagaralam yang telah lulus uji mutu dan memperoleh sertifikasi indikasi geografis.

Indikasi geografis pada awalnya bertujuan untuk melindungi produk lokal secara hukum, bukan untuk tujuan ekonomi. Namun demikian, pemberian sertifikasi indikasi geografis kopi, juga bisa berdampak terhadap peningkatan kualitas mutu serta nilai ekonomi.

Manfaat perlindungan Indikasi Geografis adalah:

- Memperjelas identifikasi produk dan menetapkan standar produksi dan proses di antara para pemangku kepentingan Indikasi Geografis;
- Menghindari praktek persaingan curang, memberikan perlindungan konsumen dari penyalahgunaan reputasi Indikasi Geografis;
- Menjamin kualitas produk Indikasi Geografis sebagai produk asli sehingga memberikan kepercayaan pada konsumen;
- Membina produsen lokal, mendukung koordinasi, dan memperkuat organisasi sesama pemegang hak dalam rangka menciptakan, menyediakan, dan memperkuat citra nama dan reputasi produk;
- Meningkatnya produksi dikarenakan di dalam Indikasi Geografis dijelaskan dengan rinci tentang produk berkarakter khas dan unik;

Reputasi suatu kawasan Indikasi Geografis akan ikut terangkat, selain itu Indikasi Geografis juga dapat melestarikan keindahan alam, pengetahuan tradisional, serta sumber daya hayati, hal ini tentunya akan berdampak pada pengembangan agrowisata.

Gerakan Nasional #BanggaBuatanIndonesia bertujuan untuk meningkatkan kecintaan produk dalam negeri. Selain itu, program tersebut dilakukan sebagai upaya pemerintah untuk mendorong usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) untuk masuk ke ranah digital. Direktorat Jenderal Industri Kecil, Menengah dan Aneka, Kementerian Perindustrian melalui Program *E-Smart 2020* turut mendukung kampanye #BanggaBuatanIndonesia, yang diadakan pada tanggal 1-15 Juli 2020 lalu. Total 383 Industri Kecil Menengah (IKM) lolos kurasi dan memenuhi syarat untuk pelaksanaan *On Boarding* melibatkan *marketplace* seperti; Tokopedia, Shopee, Bukalapak, Lazada, Blibli. Dari total tersebut, 32 merupakan IKM dengan produk olahan kopi.

Kegiatan ini akan diselenggarakan secara bertahap melalui :

- Bimbingan teknis *On Boarding* di *marketplace* yang telah dipilih yang akan dilaksanakan secara *online* melalui aplikasi atau *platform* Zoom.
- Kampanye #SemuanyaAdaDisini, #BanggaBuatanIndonesia yang dilaksanakan tanggal 1-15 Juli 2020 di *marketplace*.
- *Capacity building* / pendampingan strategi pemasaran digital secara *online*. **(Mufti Tri Matra)**



• Proses pembuatan kopi Indonesia

• Doc. Kemenperin

Gaba-Gaba, Produk Kulit *Handmade* Buatan Indonesia



Gerakan nasional #BanggaBuatanIndonesia dengan mengedepankan penjualan secara online, salah satunya melalui marketplace diyakini akan mampu mengakselerasi perputaran ekonomi, menjadi sarana pemerataan ekonomi di seluruh Indonesia, serta menunjukkan keberpihakan bagi produk-produk dalam negeri.



• Berbagai bentuk produk kulit Gaba-Gaba

• Foto Istimewa

Kementerian Perindustrian dan Blibli.com saling bersinergi untuk semakin menumbuhkan pelaku usaha rintisan digital (startup) di Indonesia. Direktur Jenderal Industri Kecil, Menengah dan Aneka Kemenperin, Gati Wibawaningsih menyebut bahwa Kemenperin juga berupaya membangun jejaring antara pelaku IKM sebagai bagian dari supply chain dengan industri besar. Selain itu, menurut Menteri Perindustrian, Agus Gumiwang, capaian tersebut menunjukkan potensi pemasaran produk melalui *e-Commerce*. Pemanfaatan media digital untuk penjualan IKM juga telah sejalan dengan Peta Jalan *Making Indonesia 4.0*. "Penjualan secara *online*

memudahkan pemasaran hasil industri Indonesia yang sekaligus berguna untuk merevitalisasi IKM menuju industri 4.0," sebutnya.

IKM berpotensi besar dalam mendorong pertumbuhan ekonomi nasional. Karena IKM menjadi sektor mayoritas dari populasi industri di Indonesia dan 60 persen tenaga kerja industri berada di sektor IKM. Gerakan nasional #BanggaBuatanIndonesia juga diproyeksi mampu memperkuat program peningkatan penggunaan produk dalam negeri (P3DN), terutama melalui ajakan kepada masyarakat Indonesia untuk mendukung produk dalam negeri dengan belanja produk IKM Indonesia.

Pada kesempatan yang sama, Kusumo Martanto, CEO Blibli, menyampaikan, "Sebuah kehormatan bagi Blibli untuk kembali mendapatkan kepercayaan dari Pemerintah Indonesia, dalam hal ini Kementerian Perindustrian, untuk terus mendukung Gerakan Nasional #BanggaBuatanIndonesia melalui program #SemuanyaAdaDisini". Kusumo menambahkan bahwa kolaborasi serta sinergi lintas sektor merupakan elemen penting dalam memaksimalkan pengetahuan dan kemampuan para pelaku IKM untuk menggebrak pasar yang lebih luas melalui ekosistem digital. Dukungan ini adalah bentuk komitmen Blibli untuk mendukung pertumbuhan Industri Kecil dan Menengah (IKM) di Indonesia, dikutip dari Siaran Pers Blibli.com.

Belakangan ini, produk kulit di Indonesia semakin populer di kalangan masyarakat. Aksesoris seperti dompet atau tas dari bahan kulit yang menampilkan kelas elegan dan eksklusif semakin banyak pemakainya serta banyak bahan kulit sintesis

yang berkualitas. Salah satu produsen yang belakangan ini popularitasnya sedang naik daun adalah Gaba-Gaba Leather asal Yogyakarta. Gaba-Gaba adalah sebuah *brand* produk berbasis material kulit yang berkonsep mengangkat kekayaan

geografis Indonesia yang didirikan sejak tahun 2012 oleh Faturrohman Alwathoni. Berikut informasi mengenai Gaba-Gaba Leather yang dikutip dari blog pada Blibli.com.



Produknya 100% authentic dan 'Indonesia banget'

Faturrohman, pendiri Gaba-Gaba, mengaku ia ingin mempopulerkan produk berbasis kulit dengan konsep lokal khas Indonesia. "Daripada beli produk impor tapi palsu, saya dan istri berpikir, kenapa kok nggak bikin produk kulit Indonesia yang authentic dan bagus sekalian," jelasnya. Gaba-Gaba berambisi untuk mengenalkan kekayaan lokal Indonesia yang belum banyak diketahui orang. Mereka menggunakan nama-nama produk dari flora, fauna, atau geografis Indonesia. Bahkan, beberapa produk seperti tas, dompet, dan notebook-nya dihiasi dengan peta sesuai nama produk tersebut. Ada yang bernama Gowa, Sambas, Kelimutu, Kenawa, Samalona, dan banyak lagi. Bahkan, packaging Gaba-Gaba pun dihiasi dengan peta daerah Indonesia.



Didesain dengan sepenuh hati

Kekuatan utama dari setiap produk kulit tentu terletak pada desainnya. Faturrohman yang dulu berkuliah di bidang desain pre-making juga sadar pentingnya hal ini. Oleh karena itu dia sangat teliti dan berhati-hati dalam merancang dan mengeksekusi proses produksi dari setiap karya Gaba-Gaba. "Kami dengan detail mengontrol pemilihan material, desain, dan tampilan produk yang menekankan aspek clean-look dan ergonomis," jelas pria yang menjalankan Gaba-Gaba dengan istrinya ini. Semua produk keluaran Gaba-Gaba dijamin sudah lolos seleksi dan berkualitas tinggi.



Varian produk kulitnya lengkap!

"Gaba-Gaba memang memilih untuk mengolah kulit karena kami pingin menghasilkan karya yang long-lasting. Kalau bisa malah diwariskan dari satu generasi ke generasi lain, makanya kulit adalah jawabannya," ungkap Faturrohman. Pilihan produk yang ditawarkan terdiri dari casing laptop sturdy untuk melindungi laptop, cover paspor, tempat pensil, tas, notebook, dompet, gelang, sampai dengan ID card holder.



Lolos ke Top 20 TBS Indonesia

Berawal dari keinginan untuk membuat produk kulit asli Indonesia yang authentic, Faturrohman berhasil membuat Gaba-Gaba sebagai produsen ternama di industri kerajinan kulit. Tidak hanya terlihat modern dan berkualitas, Gaba-Gaba juga bisa menumbuhkan kecintaan di kalangan anak muda terhadap Indonesia. Gaba-Gaba menamai produknya dengan daerah-daerah di Indonesia. Dengan kualitas tinggi, konsep unik, dan kreatifitas untuk mengusung kekayaan Indonesia, produk kulit Gaba-Gaba kemudian lolos ke Top 20 The Big Start Indonesia Season 2. The Big Start Indonesia (TBS) adalah kompetisi webseries creativepreneur gagasan Blibli.com. **(Rira Helena).**

Berkembang Bersama Gerakan Nasional #BanggaBuatanIndonesia

“Negara kita memiliki banyak kekuatan, memiliki karya-karya hebat, dan produk-produk berkualitas dari saudara-saudara kita yang memiliki talenta hebat. Pandemi tidak menghalangi kita untuk berkreasi. Keterbatasan justru mendorong kita untuk tetap berinovasi, mendorong kita bertransformasi, menggali potensi diri dan menciptakan peluang-peluang”, tegas Presiden Joko Widodo yang dikutip pada pengarahannya Gerakan Nasional Bangga Buatan Indonesia (BBI).

Di saat kondisi pandemi Covid-19, pemerintah terus mendorong IKM agar dapat berkontribusi bagi perekonomian Indonesia. Momen ini justru harus dijadikan titik balik pemicu perubahan *mindset* masyarakat agar bangga membeli produk IKM lokal. Gerakan Nasional BBI, diharapkan dapat meningkatkan kecintaan masyarakat terhadap produk dalam negeri. Sebagai langkah adaptif terhadap situasi terkini, program ini juga

dilakukan sebagai upaya pemerintah untuk mendorong IKM bertransformasi untuk masuk ke ranah digital. Beberapa Kementerian dan Lembaga berpartisipasi pada kegiatan nasional ini dengan mendorong para industri binaannya untuk ikut serta dalam gerakan BBI. IKM Iwak Nyuzz adalah salah satu IKM binaan Ditjen IKMA yang turut ambil bagian dalam BBI.

IKM Iwak Nyuzz

IKM Iwak Nyuzz merupakan bagian dari KUB PRIMA INDO SUTERA yang diketuai oleh Siti Rochanah. KUB ini memproduksi berbagai macam olahan pangan, dan produk olahan ikan, dengan merk dagang Iwak Nyuzz merupakan produk unggulannya. Iwak Nyuzz merupakan camilan berbahan dasar ikan, mulai dari ikan wader tepung sampai udang kecil tepung yang diproses hingga menjadi camilan *krispy*.

Sang pemilik mulai menggeluti industri pangan sejak 19 tahun lalu dengan memproduksi kue kering dan roti manis. Kemudian di tahun 2010, Siti mulai mengembangkan lini produksi berbasis olahan ikan. Siti tinggal di dekat pelabuhan. Rumahnya tak jauh dari pelabuhan dan pasar ikan terbesar di Jawa Tengah. Siti terkadang melihat melihat ikan-ikan yang tidak laku, dibuang sia-sia saja oleh nelayan dan penjual.

Terinspirasi dari sisa ikan yang tidak terjual, Bu Siti berpikir untuk menyulap ikan mentah menjadi makanan yang memiliki daya tahan lebih lama. Kemudian, Siti Rochanah berinisiatif mengembangkan bisnis berbahan dasar ikan sebagai komoditas/ bahan baku yang melimpah di daerahnya.

Sebagai pengusaha, bisa dibayangkan Siti cukup pandai mengidentifikasi dan memaksimalkan ekosistem bisnisnya. Berbekal pengetahuan melalui keikutsertaan bimbingan teknis berproduksi, pelatihan kewirausahaan, *workshop* pemasaran digital dari beberapa CSR perusahaan, pemerintah daerah, dan juga pemerintah pusat, secara bertahap IKM Iwak Nyuzz membenahi diri, dari perbaikan proses produksi, kemasan hingga pemasaran.



• Kemasan Iwak Nyuzz dengan Berbagai varian rasa

• Foto Istimewa

Mengutamakan Kualitas

Berlokasi usaha di Jalan Tawangsari Utara No.70, Semarang, sang pemilik selalu berusaha mempertahankan standar kualitas produknya untuk menjamin kepercayaan konsumen. Sejak mulai memproduksi hingga kini, Iwak Nyuzz sudah mengantungi beberapa sertifikasi antara lain sertifikasi keamanan pangan yaitu sertifikat *Good Manufacturing Practices (GMP)* dan *Sanitation Standard Operating Prosedured (SSOP)* untuk produk perikanan. Selain itu, produknya juga sudah tersertifikasi ISO 9001 untuk manajemen mutu dan

sudah mengantungi sertifikat Halal. Menurut Siti, sertifikasi sangat penting bagi produk IKM untuk membantu agar produknya semakin dipercaya masyarakat dan dikenal luas. Selain itu, karena percaya bahwa merk Iwak Nyuzz merupakan identitas bisnisnya, maka Siti juga telah mendaftarkan merk Iwak Nyuzz di Ditjen HKI. IKM Iwak Nyuzz juga mulai melakukan diversifikasi produk, selain camilan ikan krispy, merk ini juga memproduksi bumbu nasi goreng instant, abon udang, dan abon ikan crunchy.

Akrab Dengan Pemasaran Digital

Dalam memasarkan produknya Iwak nyuzz mengkombinasikan pemasaran baik offline maupun *online*. Produknya dipasarkan melalui retail dan juga sering ikut serta dalam pameran-pameran baik skala daerah Jawa Tengah maupun nasional. Selain menggunakan cara konvensional, Iwak Nyuzz ternyata telah mulai memasarkan produknya secara *online* sejak tahun 2014 dengan bergabung di Bukalapak. Jadi *marketplace* memang sudah bukan hal asing buat IKM yang satu ini. Selanjutnya untuk memperluas pemasarannya, IKM ini mulai bergabung di *e-Commerce* lainnya seperti Tokopedia di tahun 2015.

Mempunyai pengalaman yang cukup lama di pemasaran digital, membuat Siti sadar bahwa poin utama memasarkan produk secara digital adalah kualitas produk yang selalu terjaga, kemasan yang baik, pelayanan prima sehingga Iwak Nyuzz dapat menjadi *trusted seller*. "Produk harus terjamin, jadi kosumen juga mau *repeat order* dan menjadi sarana promosi melalui testimoni pelanggan", ujar Bu Siti. Menurut Bu Siti, ketika memasarkan produk secara *online*, IKM sebaiknya tidak langsung berharap mendapat buyer secara instan karena produk yang dijual juga banyak, jadi tidak serta merta produk langsung diserbu pembeli saat kita memasarkan produk melalui *Marketplace*. Jika merujuk pada konsep *digital*

marketing, mendapatkan buyer di *e-Commerce* memang harus melalui serangkaian proses yang dikenal dengan *Awareness-Interest - Desire - Action (AIDA)*. Jadi, setelah *onboarding* di *marketplace*, IKM masih perlu mempromosikan produknya dan meningkatkan *brand awareness* lewat berbagai channel marketing salah satunya lewat gerakan nasional *Bangga* *Buatan Indonesia*.

Sejak adanya kampanye gerakan nasional *Bangga* *Buatan Indonesia*, penjualan Iwak Nyuzz tetap meningkat. Kondisi pandemi Covid-19 bahkan tidak menyulitkan pemasaran produknya. Sejak bulan Agustus 2020 hingga saat ini, omset penjualan Siti naik hingga tiga kali lipat. Bahkan untuk memenuhi permintaan camilan Iwak Nyuzz yang semakin meningkat, Siti juga menambah beberapa karyawan untuk membantu meningkatkan *output* produksinya. Selain berjualan via *Marketplace*, Iwak Nyuzz juga membuka kerja sama dengan beberapa *reseller* di Sumatera, Sulawesi, hingga Papua. Keberadaan *reseller* ini juga cukup membantu dalam memperluas pemasaran dan mendongkrak omset usaha. Menurut Siti, baik pemerintah maupun pihak lainnya sudah banyak memberikan perhatian dan fasilitas bagi IKM, tinggal bagaimana IKM tersebut menyikapinya untuk berkembang menjadi maju. **(Ratih Pratiwi)**



Sepeda Listrik NTB Mendunia

Program industrialisasi yang menjadi salah satu unggulan Pemerintah Provinsi Nusa Tenggara Barat (NTB), kini sudah mulai memanen hasilnya. Berbagai sepeda listrik karya para IKM lokal di NTB mulai bermunculan. Sepeda listrik hasil kreativitas anak NTB sudah mulai di kenal dan siap dipamerkan dalam event MotoGP 2021 di Mandalika, Lombok.

Industri Kecil Menengah (IKM) NTB membuktikan bahwa hasil karya anak-anak NTB itu tidak kalah dalam hal teknologi. Beberapa sepeda listrik buatan IKM NTB, bahkan mulai di kenal penggemar sepeda baik di Indonesia maupun mancanegara, antara lain :



■ Sepeda Listrik Le-Bui



• Doc. Kemenperin

Gede Sukarma Dijaya adalah pencipta dan owner sepeda listrik Le-Bui (Lombok e-Bike Builder). Beliau sudah menggeluti sepeda listrik sejak tahun 2016 yang lalu dan belajar secara otodidak. Berawal dari kegalauan Gede Sukarma Dijaya yang merasa bahwa mengayuh sepeda

itu terasa melelahkan khususnya untuk lansia, dengan ketekunan dan kreatifitasnya, lahirlah inovasi baru berupa sepeda listrik.

Sepeda listrik ini mendapat atensi positif dari banyak pihak. Organisasi Perangkat Daerah (OPD) Dinas Perindustrian Provinsi NTB selaku pihak yang menangani tugas dan fungsi terkait, melihat peluang pengembangan inovasi tersebut dan mengadakan kegiatan Bimtek Sepeda Listrik, bertujuan untuk menghasilkan IKM-IKM baru yang akan memproduksi sepeda listrik dalam skala massal di Provinsi NTB. Prototipe ini adalah langkah awal yang inovatif dalam mendorong pengembangan visi industrialisasi di Provinsi NTB.

Bermula dari kebiasaan berselancar di dunia maya, kini pemasaran sepeda listrik Le-Bui sudah sampai ke mancanegara dan telah terjual ke seluruh benua, kecuali Afrika (antara lain negara Australia, Inggris hingga Amerika) sebanyak ...unit. Melalui pemasaran di media sosial, konsumen melihat dan langsung tertarik dan menjadi konsumen pertamanya berasal dari Sepeda listrik pertama dilepas dengan harga Saat ini harga jual sepeda listrik Le-Bui untuk dalam negeri berkisar Rp 16 juta sampai Rp 60 Juta, sedangkan untuk pasar luar negeri tertinggi mencapai Rp 100 Juta (custom).

Salah satu ciri khas dari sepeda produksi Le-Bui adalah tenaga listrik yang powerfull dengan konsep sporty.

Sepeda Listrik NgebUTS



• Doc. Kemenperin

Sepeda Listrik NgebUTS ditulis dengan tiga huruf terakhir dalam bentuk capital ini menunjukkan identitas pembuatnya. Diproduksi oleh IKM binaan dari Fakultas Teknik Universitas Teknologi Sumbawa (UTS).

NgebUTS berawal dari tantangan Gubernur NTB, agar Tim UTS melakukan inovasi untuk dapat memproduksi sepeda listrik buatan putra-putri NTB dan terbentuklah Tim NgebUTS, yang melahirkan sepeda listrik NgebUTS pada bulan Maret 2020.

Secara spesifikasi, sepeda listrik ini tidak terlalu berbeda dengan sepeda listrik kompatriotnya, termasuk dalam proses rancang bangunnya.

Beberapa komponen intinya masih harus didatangkan dari luar NTB. Namun untuk institusi pendidikan inovatif seperti UTS, hal itu justru menjadi tantangan. Kolaborasi adalah kuncinya, hal ini disampaikan oleh Rektor UTS, Dr. Chairul Huda dalam peluncuran sepeda listrik NgebUTS. IKM Lokal NTB khususnya di Sumbawa dan sekitarnya dilibatkan dalam produksi sepeda listrik NgebUTS dan merupakan bentuk kerja sama yang dibangun oleh UTS.

Harga jual sepeda listrik NgebUTS dibanderol di kisaran Rp 16 juta, dan konsumen pertama adalah Satpol PP dari Kab. Sumbawa, sebanyak 17 unit, serta 3 unit pesanan khusus dari Gubernur Prop. NTB.

Sepeda Listrik Matric-B



• Doc. Kemenperin

Sepeda listrik Matric-B adalah singkatan dari Mbojo Electric Bicycle (Matric-B), yang artinya sepeda listrik unik dengan konsep vintage chopper electric bike. Launching pertama kali tahun 2019 dan saat ini semakin berkembang dengan tren bersepeda. Matric-B juga mendapat perhatian khusus dari Gubernur NTB yang memiliki visi dalam memeriahkan event MotoGP 2021 dan menunjuk Dinas Perindustrian Provinsi NTB sebagai leader dalam bidang permesinan, otomotif dan energy terbarukan untuk menciptakan kendaraan bertenaga listrik. Koordinasi percepatan kendaraan listrik tersebut digagas Dinas Perindustrian Provinsi NTB dengan turut mengundang berbagai

pihak yaitu PT. PLN (Persero) Unit Induk Wilayah NTB, Dinas Perhubungan Provinsi NTB dan Universitas Teknologi Sumbawa.

Saat ini sedang Matric-B sedang di produksi, kerja sama antara Dinas Perindustrian Provinsi NTB dengan PT. PLN (Persero) Unit Induk Wilayah NTB. Sepeda listrik dibanderol dengan harga kisaran Rp 19 Juta.

Adanya dukungan Pemerintah Daerah melalui Dinas Perindustrian Provinsi NTB, dan di ekspos di berbagai kesempatan dan media publikasi, diharapkan produk sepeda listrik ini akan lebih berkembang dan maju dan mampu menunjukkan Provinsi NTB terdepan di mata internasional.

Peran serta Pemprov NTB

- Dalam hal pengembangan sepeda listrik ini, benar-benar menjadi prioritas melalui koordinasi yang intensif dengan Dinas Perindustrian Provinsi NTB.
- Pemprov menjamin ketersediaan pasar untuk sepeda listrik adalah bentuk konkritnya, ruang produksi (*workshop*) di STIPark NTB untuk pengembangan sepeda listrik pun menjadi contoh tak terbantahkan.
- Kepedulian Pemprov NTB tentunya menumbuhkan rasa percaya diri IKM NTB, khususnya yang telah memiliki

keterampilan dasar dalam pembuatan sepeda listrik. Berbagai inisiasi positif yang diberikan Pemprov NTB adalah ruang untuk pengembangan kreatifitas sepeda listrik NTB.

Ke depan diharapkan, model teknologi kelistrikan lainnya akan berkembang sebagai industri lanjutan sehingga sesuai dengan harapan yang telah ditetapkan. Harapan besarnya, industrialisasi ini adalah jalan untuk NTB Gemilang. (*Martini* – dari berbagai sumber).



Permainan Produk Lokal untuk Generasi Bangsa

Pandemi Covid-19 yang sedang melanda Indonesia saat ini turut menguji perekonomian masyarakat. Banyak aspek yang terdampak salah satu yang utama ialah para pelaku IKM yang harus berjuang keras memenuhi kebutuhan masyarakat meskipun industri mereka sedang terombang-ambing. Ketidakstabilan ekonomi berpengaruh terhadap proses produksi mereka, terutama ketersediaan bahan baku dan pemotongan karyawan yang tentu saja makin menambah kesulitan yang dihadapi.



- Selama pandemi yang mengharuskan dirumah, mainan edukasi menjadi salah satu pilihan pembelajaran.
- Foto Istimewa



- Salah satu mainan edukasi buatan Indonesia
- Foto Istimewa

Untuk kembali memulihkan perekonomian, pemerintah telah banyak menganjurkan masyarakat untuk menggunakan produk lokal. Hal tersebut dilakukan untuk memberikan *multiplier effect* yang dapat memberikan manfaat langsung bagi seluruh komunitas masyarakat.

Seperti kita ketahui bersama, seluruh lembaga pendidikan di Indonesia saat ini mengaplikasikan kegiatan pembelajaran secara *daring*, di mana anak-anak, siswa-siswi diharapkan dapat melakukan kegiatan belajar tanpa melakukan tatap muka langsung dengan guru dan teman-teman sebaya mereka. Hal ini menciptakan kebutuhan baru bagi para orang tua terutama kebutuhan pembelajaran anak-anak mereka, di mana media pembelajaran dapat tetap dilakukan secara kondusif. Salah satu media pembelajaran nya ialah dengan mainan edukasi.

Sebelum pandemi ini terjadi, mainan edukasi berproduksi lokal kalah saing dengan mainan edukasi impor karena stigma yang tercipta saat itu kualitas produk lokal, dikatakan belum dapat mengimbangi kualitas produk impor. Pada masa pandemi ini, para IKM dapat melihat peluang bisnis yang ada sehingga mampu memenuhi kebutuhan konsumen untuk menyediakan mainan edukasi yang kualitas nya dapat mengimbangi kualitas dari produk luar negeri. Salah satu IKM yang mampu melihat peluang tersebut ialah PT. Chateda Toys yang bergerak di bidang produksi mainan edukasi.

PT. Chateda Toys berdiri sejak tahun 1997 dan terus berinovasi dengan memperkaya varian mainan edukasi mereka untuk menjadi lebih baik dan berkualitas.

Produk Chateda Toys diproduksi secara handmade oleh perajin terbaik, yang berpengalaman lebih dari 15 tahun untuk menjaga konsistensi ukuran, kualitas, dan keamanan. Sejak tahun 2001, produk Chateda Toys telah banyak digunakan oleh lembaga dan organisasi pendidikan secara nasional maupun internasional hingga ke berbagai Kementerian, Lembaga di Indonesia, Organisasi Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB) seperti UNICEF dan UNESCO, Mercy Corp. dan Plan Indonesia juga turut menggunakan produk dari PT. Chateda Toys ini.

Hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk lokal Indonesia mampu melampaui pasar internasional. Oleh karena itu, masyarakat haruslah Bangga Buatan Indonesia dengan turut menggunakan mainan edukasi berproduksi lokal seperti hasil produksi PT. Chateda Toys ini. Misi ini juga selaras dengan salah satu program pemerintah saat ini yaitu BBI Award yang bertujuan agar masyarakat Indonesia mencintai dan menggunakan produk asli dari karya anak bangsa. Pemerintah juga mengajak masyarakat untuk membeli hasil produk IKM yang terdampak krisis pada saat pandemi Covid-19 saat ini, di mana IKM merupakan tulang punggung perekonomian bangsa yang perlu di apresiasi dan di dukung, agar berhasil melalui masa-masa sulit saat ini. **(Ayu Noverly)**



• Sepiak, IKM fesyen yang merasakan dampak positif gerakan Bangga Buatan Indonesia

• Foto Istimewa

Meroket Melalui #BanggaBuatanIndonesia

UMKM dan IKM Indonesia yang terbukti tahan krisis ekonomi sejak 1998, kini paling terdampak pandemi Covid-19. Perkembangan teknologi internet dan imbauan social distancing selama pandemi menegaskan bahwa merambah perdagangan online menjadi cara paling efektif bertahan dan meraih penjualan maksimal ke depannya.

Setiap sektor dan industri merasakan efek domino yang terjadi karena pandemi Covid-19, salah satunya adalah industri mode. Salah satu langkah yang dilakukan adalah memaksimalkan pemasaran produk IKM melalui *platform e-Commerce* untuk menggantikan cara penjualan offline yang saat ini sulit dilakukan. Peluang IKM untuk terus bergerak saat pandemi covid-19 terbuka lebar dengan adanya *platform* digital.

Produk IKM yang didorong pemasarannya secara *daring* salah satunya adalah fesyen muslim. Selain untuk mendukung para pengusaha yang mengalami penurunan penjualan, kampanye fesyen muslim di *online marketplace* juga bertujuan memperkuat posisi Indonesia sebagai negara industri fesyen muslim di dunia. Seperti salah satu binaan Direktorat Industri Kecil dan Menengah Kimia Sandang dan Aneka (KSKIA) yang bernama Sepiak Fashion dari Bangka Belitung. Pelaku IKM, Bella Kartika Aprilia merasakan sepiunya pelanggan yang datang pada masa pandemi, dan ini jelas mengakibatkan penurunan produksi yang dirasakannya cukup signifikan, hal ini diketahui saat sesi wawancara dari salah satu IKM yang paling terdampak akibat masa pandemi ini, Bella mengatakan “sebelum ada Covid-19 omset Sepiak Fashion Belitung di kisaran 250 Juta – 300 Juta/ Bulan, namun menurun menjadi 80 Juta/ bulan sejak masa pandemi Covid-19 berlangsung”. Setelah beberapa bulan mengikuti program Bangga Buatan Indonesia (BBI) yang dilaksanakan oleh Kementerian

Perindustrian dengan mengikuti beberapa pelatihan kelas *online*, yang di dalamnya memberikan bimbingan teknis bagaimana cara dalam berjualan *online* dan beberapa IKM juga diberikan landing page sendiri bekerja sama dengan beberapa *marketplace* seperti Shopee, Tokopedia, Bukalapak dan Blibli, ternyata memberikan hasil yang sangat menggembirakan bagi Bella selaku pemilik Sepiak Fashion Belitung tersebut.

Selama masa evaluasi yang kami lakukan terhadap para IKM yang sudah mengikuti Program BBI belakangan ini, ternyata Bella sebagai salah satu IKM yang kami evaluasi berkata “Alhamdulillah dengan Gerakan Nasional Bangga Buatan Indonesia, produk jadi lebih diminati bahkan untuk September ini kita sudah bisa kembali mendapatkan omset 300 Juta/ Bulan, meskipun kita masih tetap harus berusaha untuk bisa mendapatkan dan meningkatkan jalur distribusi/penjualan”. Bahkan dalam laporannya kepada kami, Bella diminta untuk membuat katalog dan menjualnya kepada Kementerian Luar Negeri yang mengadakan program serupa, dan sekarang sudah terlihat kemajuannya setelah mengikuti program BBI ini.

Langkah memanfaatkan produksi dalam negeri tak hanya disarankan untuk masyarakat tetapi juga mesti dilakukan oleh Kementerian/Lembaga dan institusi pemerintah lainnya. Untuk itu mari kita dukung bangga dengan produk buatan kita sendiri dengan membeli produk-produk karya buatan Indonesia. **(Martsanto Hari Prabowo)**



Sentra Logam Cibat

Siap Menghadapi Serbuan Produk Impor



Sebagai penghasil golok, sentra logam Cibat masih diperhitungkan keberadaannya. Produknya sudah dikenal hingga mancanegara. Namun adanya produk impor yang membanjiri pasar mengharuskan perajin Cibat berbenah.

Alam Priangan yang cantik menawan sudah dikenal hingga pelosok negeri. Panorama yang indah disertai udara yang sejuk menjadi ciri khas Priangan. Termasuk Sukabumi, Jawa Barat, yang letaknya tak jauh dari Jakarta, ibukota Republik Indonesia. Di sini, terutama di Kabupaten Sukabumi ada lokasi yang masyhur sebagai penghasil pisau, pedang, parang, dan berbagai jenis peralatan pertanian terbuat dari logam, besi atau, baja. Tepatnya di kecamatan Cibat, Kabupaten Sukabumi, masyarakatnya sejak dulu kala, secara turun menurun memiliki keahlian sebagai pandai besi.

Saat memasuki sentra golok Cibat, pengunjung akan disugahi dengan pemandangan toko-toko yang memajang berbagai senjata tajam. Bagi pengguna, senjata-senjata ini akan dipakai sesuai fungsinya, sebagai alat untuk menyembelih hewan,

memotong kayu, tanaman, atau sayur dan buah-buahan, hingga dijadikan koleksi atau pajangan di ruang tamu seperti samurai atau kujang.

Sebutan 'golok Cibat' yang menunjukkan lokasi sentra logam ini menjadi jaminan terhadap kualitas produk yang dihasilkan. Tak heran bila golok dan hasil logam dari Cibat di kenal hingga pelosok nusantara serta negara jiran seperti Malaysia serta beberapa negara di Eropa dan Amerika Serikat. Banyak pelanggan dari Malaysia yang memesan langsung ke perajin di sini.

Desa Cibat, Kecamatan Cisaat, Kabupaten Sukabumi memang dikenal sentra pembuatan golok dan senjata tajam lain yang bermutu tinggi. Tak salah bila ada yang mengatakan



• Proses pembuatan golok di sentra logam Cibat • Foto: Istimewa



golok Cibatu memiliki ciri khas tersendiri. Selain tampilan yang enak dilihat disertai keindahan sebuah karya seni, juga kualitas, dan kekuatan produk yang dihasilkan.

Kelebihan lain yang dimiliki karena perajin di sentra golok Cibatu ini memiliki cukup pengalaman sebagai perajin, bahkan turun temurun ratusan tahun. Nenek moyang perajin golok di sini sudah berkecimpung terlebih dahulu dengan pembuatan gerabah, senjata tajam dan perkakas lainnya. Darah pandai besi inilah yang mengalir kepada keturunan hingga sekarang.

Teknik tempa besi yang diwariskan dalam proses pembuatan golok, pisau atau perkakas alat pertanian tentu saja sudah dikuasai. Meski terkesan masih tradisional bagi sebagian perajin, pada masa kini perajin golok sudah mengenal teknik tempa besi lebih modern dan canggih.

Seperti yang dilakukan oleh H. Enjon, generasi ketiga perajin logam yang sudah menjalankan usaha sejak tahun 2000. Dengan menggunakan label PD. Siliwangi, H. Enjon meneruskan jejak ayahnya H. Endin Saprudin yang sudah menjalankan usaha itu sejak tahun 1980-an. Seperti diungkapkan oleh H. Enjon, dahulu proses produksi kerajinan logam di Cibatu ini dikerjakan secara tradisional dan sangat manual. Walhasil, di bengkelnya dalam sebulan hanya menghasilkan 40 golok. Tentunya harus menambah pekerja bila ada pesanan tambahan.

Sekarang lain ceritanya, teknologi di sini sudah masuk. Ada mesin, pelat, dan *finishing* yang lebih cepat karena para pekerja tinggal memoles tanpa banyak tenaga yang dikeluarkan. Jumlah golok yang dihasilkan pun melonjak. Bisa ratusan golok hanya dalam jangka waktu enam atau tujuh hari. *Workshop* atau bengkel di Cibatu kini lebih familiar dengan peralatan produksi modern. Bahkan di bengkel milik H. Enjon untuk mengukir pola sebilah pisau kini sudah menggunakan laser, sudah sangat praktis dan cepat.

H. Enjon serta 25 karyawannya selain menghasilkan golok khas Cibatu dengan bahan pegangan atau gagang dari tanduk, juga memproduksi sangkur, pedang upacara, samurai, beragam pisau, peralatan pertanian, hingga borgol. Pelanggannya hampir di seluruh Indonesia ditambah dari Malaysia.

Perajin golok di Cibatu lain yang kerap diburu pembeli adalah Haji Aas As`ari. Keahlian H. Aas dalam membuat golok

diwarisi oleh ayah serta kakek buyutnya. Selain ditempa oleh orangtua juga pengalaman sejak masa remaja, terlibat dalam proses produksi berbagai produk logam. Tak hanya membuat golok tradisional berukuran 20 hingga 40 sentimeter, H. Aas juga mampu membuat golok hingga panjang satu meter serta berbagai jenis pisau untuk olahraga bela diri seperti trisula dan samurai. Tak heran bila produknya dipakai untuk kebutuhan persenjataan TNI dan Polri.

Harga yang dipatok oleh para perajin golok di Cibatu umumnya bersaing. Dari pisau dapur berharga 20 ribuan hingga samurai yang dibanderol jutaan. Tergantung tingkat kesulitan pembuatan, bahan, rangka, dan pegangan. Karena produknya dibutuhkan oleh banyak orang, seperti rumah tangga hingga petani, perajin golok Cibatu ini tak pernah kekurangan pelanggan. Terlebih di era internet dan medsos ini. Pembeli dari manapun bisa langsung memesan ke produsen. Sebelum ada internet, banyak perajin yang menjajakan pisau atau golok *door to door*, keliling kampung dan kota.

Di balik optimisme para perajin di Cibatu, kini mereka dihadapkan pada persaingan yang semakin ketat tak hanya dari dalam negeri. Dari luar, serbuan produk China menjadi pesaing yang harus diwaspadai. Menurut H. Enjon, para perajin di Cibatu kini harus menangkis serbuan produk dari luar negeri, terutama dari China. Produk yang masuk ke Indonesia juga merupakan produk yang diproduksi di Cibatu.

Selain harus meningkatkan kualitas produk, harga produk juga harus bersaing. Seperti dituturkan oleh H. Enjon, produk sangkur buatan China dihargai dengan Rp 50 ribu hingga 70 ribu, sementara produk sangkur di Cibatu lebih mahal, di kisaran Rp 100 ribu.

Selain melakukan efisiensi dan mengikuti perkembangan teknologi dalam proses produksi, perajin di Cibatu juga harus mampu memanfaatkan internet untuk memperkenalkan sekaligus media transaksi dengan konsumen. Mempromosikan produk di *Marketplace* menjadi keharusan.

Dari sisi pelanggan atau pengguna, produk yang dihasilkan oleh perajin Cibatu harus menjadi pilihan dan kebanggaan bahwa produk buatan anak bangsa memiliki kualitas bermutu tinggi. Kita harus bangga dengan produk sendiri.

• Dengan teknik tempa besi yang diwariskan, golok Cibatu memiliki kualitas yang baik. • Foto Istimewa



Warisan tak Ternilai Para Empu

Nenek moyang bangsa Indonesia selain dikenal sebagai pelaut yang tangguh, juga memiliki keahlian sebagai pandai besi. Ya, mereka adalah para empu yang mampu mengolah logam menjadi produk yang bermutu. Produk-produk seperti senjata, alat pertanian atau gerabah menjadi contoh betapa nenek moyang bangsa kita sudah mengenal teknologi perlogaman. Peralatan yang dihasilkan umumnya digunakan dalam kehidupan sehari-hari termasuk senjata untuk pertahanan diri atau saat terjadi perang.

Di Sukabumi, Jawa Barat, hasil tempaan para empu bisa dilihat dari peralatan berbahan perunggu. Bukti ini bisa dilihat diantaranya temuan tiga buah kapak perunggu di daerah Munjul Cibadak, Sukabumi, bersama sebuah kepingan periuk belanga pada 1871 oleh Mr. J.G. Huisjer, seorang ilmuwan Belanda. Analisisnya menyebutkan bahwa kapak tersebut berasal dari era Hindu atau bahkan lebih tua lagi.

Kemudian dalam catatan NJ Krom, seperti dikutip dari Irman Sufi Firmansyah, di Sukabumi juga ditemukan sebuah patung perunggu Amoghapaca dengan prasasti dari raja Kartanegara dan sebuah gagang cermin berisi prasasti, benda-benda ini dimiliki Dr. Widerhold, penduduk Sukabumi yang pernah tinggal di Surabaya.

Selanjutnya, di Kampung Bojong, Cikembar, ditemukan tiga belas kapak perunggu. Di Kampung Bojong Kidul, masih bertetangga dengan Kampung Bojong, ditemukan sebuah hiasan dada. Saat ini 17 warisan budaya ini disimpan di

Museum Leiden, Belanda, sisanya di Museum Jakarta. Jenisnya beragam, misalnya di Sinagar ditemukan dua lonceng perunggu, dua cermin dan sebuah piring logam, disimpan di Museum Pusat Jakarta.

Kemudian di Pasir Salam, Nyalindung, juga ditemukan perhiasan telinga berbahan emas dari dalam tanah, sekarang berada di Museum Pusat Jakarta. Selain itu, di Gegerbitung, sebuah kalung emas dan sekumpulan cincin emas, gunjai, dan sebetuk cincin, ditemukan di Kampung Nangkabeurit, juga disimpan di Museum Pusat Jakarta.

Masyarakat Sukabumi saat itu, mencari makanan dan bercocok tanam sudah mengenal cara-cara modern, walaupun belum ada traktor. Namun, rumah-rumah sudah permanen, dan warganya sudah bisa membuat perkakas sehari-hari dari besi dan tembaga.

Keahlian membuat peralatan atau produk berbahan logam inilah yang kemudian diwariskan ke anak-cucu. Tak semua daerah memiliki warisan yang tak ternilai ini. Meskipun kehidupan makin maju, pandai besi sekarang menjadi profesi yang penting sekaligus menjanjikan bisa ditekuni. Produk-produk peralatan pertanian atau perkakas rumah tangga adalah sesuatu yang harus ada. Dan, pembuatannya pun tak selalu dilakukan oleh perusahaan besar. Perajin berskala industri kecil yang mungkin saja mengerjakannya dengan teknologi sederhana ternyata masih dibutuhkan. **(Jay)**

Mengenal Sisi Lain Kain Sasirangan

Kain Sasirangan merupakan hasil karya seni turun temurun masyarakat Kalimantan Selatan khususnya suku Banjar, yang memiliki nilai kultural tinggi, dan terkenal tidak saja di Kalimantan tetapi juga di seluruh Indonesia bahkan sampai ke mancanegara.

Kata Sasirangan berasal dari bahasa Banjar, yaitu sirang atau menyirang yang bermakna dijelujur lalu disimpul atau diikat dengan tali maupun benang kemudian diwarnai dengan cara dicelup. Menurut sejarah, awalnya masing masing motif kain sasirangan mempunyai fungsi serta kegunaan yang berbeda-beda dalam pemanfaatannya, khususnya dalam ritual upacara adat suku Banjar. Ada yang khusus untuk pengobatan, ikat kepala, kerudung, kemben, ikat pinggang, jarik atau sarung, dan lain sebagainya.



Motif kain Sasirangan • Foto Istimewa

Bangga Buatan Indonesia

GEMA

45



Media Pengobatan

Menurut kepercayaan setempat, kain sasirangan juga dikenal dengan sebutan Pamintan atau permintaan, yang dapat difungsikan untuk menyembuhkan penyakit. Namun yang diobati bukan penyakit klinis, melainkan penyakit non klinis seperti kepuhunan (orang yang terkena sial dan tidak diketahui penyebabnya), kapidaraan (orang yang diganggu oleh makhluk halus), dan kepingitan (orang yang ditarik ke alam lain yang dicirikan dengan kehilangan separuh kesadaran dan ketidakmampuan untuk berbicara).

Biasanya orang yang ingin berobat memesan kain sasirangan dengan motif dan warna tertentu dengan harapan penyakit mereka dapat disembuhkan dengan kain tersebut. Dalam proses pembuatan kain pamintan terdapat tiga rangkaian yang saling berkaitan. Pertama adalah, orang yang sedang sakit,

Kedua adalah, tabib yang akan mengobati orang yang sakit. Ketiga adalah perajin yang mampu membuat kain pamintan sebagai sarana pengobatan. Ketiga proses tersebut dilakukan secara tertutup dan tidak diperuntukan untuk umum.

Seorang tabib akan menerawang penyakit seseorang terlebih dulu, lalu baru memesan ragam hias kain tertentu kepada perajin kain. Ragam hias yang digambar itu tergantung dari keluhan penyakit yang diderita pasien. Contohnya motif kangkung berombak untuk sakit kepala yang membuat seseorang seperti terombang-ambing, motif naga balimbur (naga meliuk) untuk sakit yang melilit-lilit. Motif bisa juga berdasarkan pada bentuk roh yang mengganggu si pasien yaitu dapat berupa bentuk buaya, lipan, atau ular.

Motif Kain



• Beragam motif kain Sasirangan

• Foto Istimewa

Meskipun ada perbedaan pada motif maupun proses pembuatan antara kain sasirangan sebagai medium pengobatan dan sebagai produk fesyen namun masyarakat tetap menyebutnya dengan kain sasirangan. Pada dasarnya terdapat dua jenis kain pamintan atau sasirangan yaitu ;

Kain tenun Srigading yang berasal dari Sungai Bapukan, Alabio di bagian hulu Kalimantan Selatan. Kain tenun ini lebih tembus pandang karena jarak benang pakan dan lungsinnya renggang dengan warna kuning teduh. Corak satu garis abu-abu untuk laki-laki dan dua garis untuk perempuan. Penggunaannya tidak boleh tertukar. Tenun srigading mempunyai motif yang dikenal dengan nama babat poleng berupa kotak-kotak dengan warna kemerahan, putih, dan abu-abu yang dalam ritual dipakai di pinggang.

Kain corak jahit rintang yang menjadi cikal bakal kain sasirangan kontemporer berasal dari Kampung Sasirangan dibuat dengan teknik jahit rintang. Kain ini berwarna dasar kuning dengan pinggir hijau dan motif modang atau ketupat merah pada bagian tengahnya. Untuk warna kuning biasanya menggunakan pewarna alam seperti temulawak.

Motif kain tradisional sasirangan pada umumnya didominasi oleh garis-garis berganda dua atau tiga yang tersusun secara vertikal. Motif tradisional tersebut antara lain gigi haruan, kambang kacang, hiris gagatas, kambang sakaki, daun jaruju, tampuk manggis, bintang, kangkung kaumbakan, ombak sinapur karang, bayam raja, kulat karikit, hiris pundak, ular lidi, mayang maurai, naga balimur, banawati, dara manginang,

turun dayang, ramak sahang, gelombang dan daun katu. Dari setiap motif sasirangan yang dibuat, terdapat karakteristik yang menjadi kesamaan dari masing-masing motif dan sekaligus pembeda dari kain tradisional lainnya, yaitu motif yang dibuat kebanyakan berbentuk vertikal dengan garis-garis dan lengkung memanjang.

Produk Fesyen



• Motif dan warna kain Sasirangan

• Foto Istimewa

Seiring dengan perkembangan waktu serta semakin menduniannya kain sasirangan maka mulai ada pergeseran pada peruntukan dan fungsinya. Kain sasirangan tidak hanya terbatas sebagai medium doa atau sarana untuk menyembuhkan penyakit sebagaimana dilakukan masyarakat Banjar dulunya, tetapi penggunaannya sudah mulai meluas menjadi produk fesyen, yang tidak hanya digunakan masyarakat di lingkungan suku Banjar tapi juga diminati masyarakat umum lainnya.

Kondisi ini diawali pada tahun 1983 sekelompok perempuan mempelajari proses pembuatan kain sasirangan. Kelompok perempuan ini melihat adanya potensi kain sasirangan ini dapat dikembangkan untuk kesejahteraan masyarakat. Kemudian mereka mengadakan berbagai pelatihan keterampilan di desa-desa di Kalimantan Selatan. Pelatihan tersebut bertujuan agar perempuan, khususnya ibu-ibu rumah tangga mempunyai keterampilan disamping untuk membantu mencukupi perekonomian keluarga juga agar mereka mendapatkan ilmu bagaimana cara mengembangkan kain sasirangan menjadi produk fesyen yang diminati masyarakat luas dan dikenal tidak hanya di Kalimantan Selatan tapi juga di seluruh Indonesia bahkan ke mancanegara.

Kegiatan ini mendapat dukungan penuh dari pemerintah setempat, meskipun telah merubah tradisi yang ada. Sampai saat ini kain tradisional sasirangan telah berkembang menjadi produk fesyen dan telah dapat menggerakkan perekonomian Industri Kecil Menengah di Kalimantan Selatan. Pengembangan tersebut cukup berhasil karena adanya motivasi masyarakat dan pemerintah setempat untuk membangun dan mengembangkan identitas budaya yang ada. (*Elly Muthia* dari berbagai sumber)

Bening Jati Anugrah Mengatasi Pandemi Melalui Inovasi

Sejak mewabahnya Covid-19 di wilayah Indonesia bulan Maret 2020 lalu, memberikan dampak besar terhadap kelancaran produksi Industri Kecil dan Menengah termasuk IKM olahan ikan yang diproduksi oleh perusahaan “Bening Jati Anugrah” yang dimiliki oleh Purnani A.Pi.

Sosok Purnani terlihat sederhana namun gesit menjalankan usahanya sejak tahun 2007 dengan jumlah karyawan saat ini mencapai 30 orang. Meski pandemi belum berakhir, Purnani tetap tekun dan serius menjalankan usahanya dengan menerapkan manajemen pengelolaan usaha secara profesional, untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang selama ini sudah menjadi pelanggannya di beberapa outlet yang menyediakan kebutuhan rumah tangga dan beberapa pesantren. Sejak adanya pemberlakuan PSBB, permintaan dari hotel dan cafe menurun sampai 70%, namun sejak bulan Juli ada kenaikan permintaan sesuai kebutuhan masing-masing pelanggan.

Purnani, di samping sebagai pelaku usaha IKM juga mengabdikan dirinya sebagai Instruktur pada kegiatan pengolahan berbagai macam produk olahan ikan, bekerja sama dengan berbagai Instansi pemerintah termasuk Kementerian Perindustrian melalui Dit.Jen IKMA, pada kegiatan bimbingan teknis yang diadakan di berbagai daerah di seluruh wilayah nusantara, Kegiatan ini dimaksudkan untuk bisa berbagi ilmu kepada daerah-daerah yang memiliki potensi sumber bahan baku ikan di sepanjang pantai perairan Indonesia dari Sabang sampai Merauke, juga bisa membantu para istri nelayan agar memiliki usaha pengolahan ikan yang pada musim panen biasanya berlimpah. Dengan kegiatan usaha IKM, para istri nelayan bisa membuat produk olahan ikan yang dapat dijual untuk jangka waktu yang lebih lama dan menjangkau pasar yang lebih luas.



• Produk olahan ikan yang menjadi andalan Bening Jati Anugrah

• Doc. Kemenperin

Dalam menjalankan usaha pengolahan ikan, Purnani selalu melakukan Inovasi yang kreatif dengan menciptakan berbagai jenis olahan ikan yang disesuaikan dengan selera konsumen yang saat ini semakin beragam, sehingga dapat memenuhi permintaan pasar dalam berbagai bentuk kebutuhan untuk konsumsi rumah tangga, pesantren, restoran, hotel dan cafe. Sampai dengan tahun 2019, inovasi produk olahan ikan yang sudah dihasilkan berjumlah 33 jenis seperti dibawah ini :

Dengan Inovasi kreatif yang dilakukan secara konsisten mempertahankan kualitas

Hal yang membuat produk tetap lancar, karena seluruh bahan baku menggunakan bahan baku dalam negeri sehingga konsumen pun tidak ragu dan “Bangga Buatan Indonesia“, produk olahan ikan banyak diminati karena di samping berprotein dan bergizi tinggi, juga diyakini aman untuk kesehatan konsumen di semua tingkatan umur dari balita hingga lansia. Kontribusi Purnani selaku pengusaha olahan ikan sangat memberikan manfaat dalam meningkatkan kemampuan teknis pengolahan ikan bagi daerah-daerah yang sudah pernah mengundang beliau sebagai narasumber/Instruktur. Hasil olahan ikan produk mereka juga sudah mulai dipasarkan untuk memenuhi kebutuhan pasar lokal, bahkan beberapa daerah di Sumatera, kepulauan Riau, Sumbar dan Aceh. Untuk Sulawesi utara, Gorontalo dan Maluku Utara sudah mendapat pelanggan dari hotel, restoran dan juga pesantren khusus untuk produk-produk sebagai makanan lauk atau sebagai *snack*/camilan. Purnani juga sudah banyak mengikuti berbagai kesempatan pameran lokal maupun nasional. Semakin banyak yang mengenal dan yang berminat produk-produk Bening Food bahkan pada kesempatan pameran di Kementerian Kelautan dan Perikanan, stand “Bening Food“ mendapat apresiasi dan dikunjungi oleh Susi Pujiastuti selaku Menteri KKP tahun 2019 lalu.

Dengan prinsip bekerja adalah ibadah, membuat Purnani banyak menerima pekerjaan dari berbagai pihak bahkan dari Kementerian Perikanan Purnani mendapat kepercayaan membuat Pusat Pelatihan Mandiri Kelautan dan Perikanan yang menjadi tempat pelatihan dan magang bagi peserta-peserta dari berbagai daerah untuk mendapatkan Sertifikat Kompetensi olahan ikan yang nantinya mereka menjadi fasilitator yang bisa mengajarkan ilmunya untuk menumbuhkan wirausaha-wirausaha baru di daerah masing-masing. Sampai tahun 2019, sertifikat pelatihan kompetensi yang sudah dikeluarkan untuk beberapa daerah mencapai 1000 sertifikat.



• Proses pembuatan olahan ikan pada Bening Jati Anugrah

• Doc. Kemenperin

Selama menjalankan usahanya, Purnani sudah mendapatkan beberapa penghargaan seperti ; **Piagam Paramakarya Tahun 2019, Penghargaan Produktifitas Sidhakarya Tahun 2018, Penghargaan SNI Award Tahun 2016, Penghargaan Tegar Beriman Awards Tahun 2016 dan bahkan mendapatkan hadiah umroh dari pemerintah Kota Bogor tahun 2016.** Mungkin inilah pemberian balasan dari Yang Maha Kuasa untuk keikhlasan beliau berbagi ilmu dengan prinsip ibadah, tanpa memperhitungkan keuntungan ekonomi semata, namun lebih pada tujuan ingin membantu kemandirian ekonomi para istri-istri nelayan, jika suami mereka tidak dapat melaut pada musim ombak. Selain itu, niat untuk bisa memberikan manfaat sebesar-besarnya kepada orang lain.

Selama menghadapi masa pandemi korona yang sudah berjalan hamper setahun, tentu mempengaruhi kelancaran usaha Purnani dan hampir dialami oleh semua pelaku usaha, di samping tidak dapat mendistribusikan produk secara maksimum karena terhalang peraturan PSBB, juga hambatan menurunnya permintaan dari konsumen yang sebagian terhenti, mengakibatkan turunnya permintaan pasar, namun dengan inovasi yang kreatif dengan menawarkan produk2 olahan ikan dengan harga lebih terjangkau disesuaikan dengan daya beli masyarakat, bisa sedikit membantu untuk bertahan, pelanggan tetap yang sudah melakukan kerja sama selama bertahun-tahun masih tetap berjalan. Yang menarik ketika kami tanyakan bagaimana cara mengatasi kesulitan saat ini?? Purnani dengan Tenangnya menjawab untuk sementara waktu:

Membuat inovasi produk-produk baru yang disesuaikan dengan kemampuan daya beli konsumen dengan mengganti bahan baku ikan yang harganya lebih murah bukan kualitas premium asalkan penjualan tetap berjalan.

Melakukan penjualan *online* untuk memperoleh peluang pasar yang lebih luas atau membuka peluang pasar yang baru melalui sistem keagenan, dan distributor dengan memperpanjang masa pembayaran biasanya 1 bulan menjadi 1.5 bulan.

Memperluas jangkauan daerah pemasaran antar provinsi seperti DKI, Jawa Barat sebagian Jawa Tengah dan Yogyakarta.

Untuk saat ini dalam mengatasi kesulitan jangka panjang yang mungkin terjadi, rencananya akan menjual sebagian aset yang telah dikumpulkan selama ini yang penting usaha tetap berjalan.

Jika ada permintaan daerah yang cukup banyak, akan melakukan kerja sama dengan kerabat dengan sistem bagi hasil dengan jangka waktu 3 bulan.

Dengan mengetahui prinsip Ibu Purnani dalam menjalankan usahanya agar tetap berjalan selama menghadapi masa Pandemi korona ini, yang perlu diperhatikan adalah bagaimana cara menjalankan usaha dengan prinsip dasar mampu menerapkan Manajemen Pengelolaan usaha secara profesional, Berfikir positif, Inovatif dan Kreatif. Namun yang lebih utama lagi dari semua itu agar bisa bekerja sama dalam jangka panjang, pelaku usaha harus mampu melaksanakan prinsip dasar ini agar dapat mengatasi kesulitan yang sedang dialami. Pada saat ini hampir semua sektor usaha apapun dari usaha skala IKM sampai usaha skala Industri Besar pasti merasakan dampak yang kurang menyenangkan, Tapi semua harus tetap dijalankan dengan optimis dan bersemangat dengan harapan semua kesulitan pasti akan berlalu, dan terpenting jangan pernah lepas dari Doa, Usaha, Ikhtiar dan Tawakal (DUIIT). **(Lusiana Mohi).**



• Ibu Purnani dipercaya untuk memberi pelatihan dalam Pusat • Doc. Kemenperin Pelatihan Mandiri Kelautan dan Perikanan.

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



Mau bergabung di Program e-Smart IKM?

Caranya Mudah, Klik.....

esmartikm.id



• Produk pelampung pancing dari Cibatu • Doc. Kemenperin

Melambung dengan Pelampung Pancing

Tak semua pelaku IKM terkena imbas pandemi Covid-19. Salah satu yang tetap eksis adalah industri kecil pelampung pancing. Meskipun tak tersentuh bantuan, usaha yang dijalankan oleh Amang Abdurrahman mampu bertahan 12 tahun. Usaha pembuatan pelampung ini tak lepas dari makin banyaknya para ‘penggila’ mancing di berbagai daerah.

Para penyuka atau penghobi mancing terlihat berombongan menaiki motor menuju lokasi kolam pemancingan atau danau (situ) di akhir pekan. Pemandangan yang biasa terjadi di daerah seperti Bogor atau pinggiran Jakarta, tak hanya pagi atau siang hari, mereka juga biasa berangkat sore menjelang malam. Peralatan untuk memancing disiapkan dalam wadah khusus; mulai dari umpan, joran, kail, *reel* (gulungan senar), dan senar. Satu lagi yang tak kalah penting adalah pelampung.

Pelampung pancing atau *fishing float* (dalam bahasa Sunda disebut *kukumbul*) menjadi penting dan harus ada karena fungsinya yang dapat mendeteksi pergerakan ikan saat menyentuh kail atau memakan umpan. Bila ikan sudah memakan umpan, pelampung menjadi penandanya. Benda berukuran kecil ini biasanya akan timbul tenggelam karena umpan ditarik ikan atau bergerak menjauhi pemancing.

Bila joran banyak di impor dari negara seperti Korea, China, Jepang, atau negara lain, pelampung tersedia banyak karena diproduksi oleh industri kecil. Keberadaan usaha kecil pembuatan pelampung pancing hampir di setiap daerah atau provinsi. Proses produksi juga menggunakan teknologi yang relatif sederhana.

Salah seorang yang memproduksi pelampung pancing adalah Amang Abdurrahman. Bapak dua anak, penduduk asli Kecamatan Cibatu, Kabupaten Bogor ini sudah menekuni usaha pembuatan pelampung pancing (*kukumbul*) sejak tahun 2008. “Sebelumnya selama empat tahun sudah bekerja di usaha pembuatan gulungan kayu atau *reel* (alat untuk menggulung nilon) dan pembuatan pelampung juga,” kata Amang.



Tak ingin menjadi pekerja terus-menerus ditambah memiliki modal keterampilan pembuatan pelampung, Amang bertekad untuk mandiri. Dengan modal 500 rz rupiah dari kocek sendiri untuk pembelian alat bubut, juga kayu, cat, dan bahan dasar lain, Amang kemudian mendirikan usaha yang diberi nama “Omo Fishing” yang

fokus dalam pembuatan pelampung pancing. Beberapa orang tetangga di sekitar rumah yang beralamat di Kampung Cibatu Legok RT 002/04, Desa Nagrak, Kecamatan Cisaat, Kabupaten Sukabumi, Jawa Barat, diajak untuk bergabung.

Awalnya, menurut Amang, dia hanya membuat pelampung sederhana yang berukuran kecil disebut pelampung sayur (penamaan atau jenis pelampung tidak selalu sama di setiap daerah). Jenis pelampung yang paling murah dan dipakai memancing di kolam pemancingan. Selama hampir empat tahun Amang bisa dikatakan hanya memproduksi satu jenis pelampung, yang disebut pelampung sayur. Sambil terus mengasah kemampuan, Amang dan tim terus menghasilkan berbagai jenis pelampung yang dibutuhkan oleh para pemancing. Ide membuat jenis dan model pelampung selain dari para pelanggan atau pemancing juga dari model yang sudah ada di pasaran. Amang tinggal memodifikasi menjadi model yang lebih menarik.

Selain pelampung sayur yang harganya paling murah dipatok Rp 250 setiap buahnya (tergantung ukuran), Amang juga membuat pelampung jenis lain, seperti pelampung bijian

starlight atau *starlet*, pelampung yang bisa dipakai malam hari dengan tambahan alat agar terlihat bercahaya yang dihargai Rp 550 per buah. Juga pelampung klem yang bisa dikombinasikan dengan *starlight* dan anti badai.

Selanjutnya pelampung anti-badai, yang pada ujungnya menggunakan fiber agar tidak bergoyang bila ada hembusan angin. Harga pelampung anti-badai berukuran 15-18 cm Rp 3.000. Sedangkan yang paling mahal berukuran 50 cm dengan harga Rp 10.000. Ada juga pelampung tabung dan pelampung super keramik. Pelampung tabung yang paling mahal dihargai Rp. 3.000 per buah, merupakan andalan produk Amang yang banyak diburu para pemancing terutama yang suka memancing di laut. Sedangkan pelampung super keramik dijual ke toko atau distributor dengan harga antara Rp 8.000-10.000 tergantung ukuran.

Terakhir ada pelampung jumbo atau bola pingpong yang dipakai untuk memancing di laut dan pelampung poligon yang berbahan plastik (bukan kayu seperti yang lain. Amang menjual pelampung jenis ini seharga Rp 8.000 untuk ukuran 8 cm hingga Rp 12.000 dengan panjang 12 cm.

Di pasaran atau di toko alat pancing, pelampung-pelampung ini bisa dijual berkali lipat dari harga awal. Pelampung jumbo misalnya, dijual seharga Rp 15.000-an. Pelampung paling murah dijual di toko alat pancing sekitar Rp 1.000.

Pembuatan *pelampung* pancing sebenarnya relatif sederhana. Menurut Amang, mulai dari kayu yang sudah terpilih kemudian dibubut sesuai dengan model yang akan dibuat. Kemudian dijemur kalau sudah kering diampelas. Selanjutnya dicelup

• Beragam jenis pelampung pancing • Foto Istimewa





(istilah Amang adalah “*disending*”) ke cairan seperti melamin dan dikeringkan untuk yang kedua kali dan dicelupkan lagi ke melamin. Terakhir diwarnai dengan menggunakan cat dasar putih selanjutnya ditumpangkan warna lain seperti biru hitam, atau merah, atau *orange*. Untuk pewarnaan terakhir ini Amang memilih menggunakan cat mobil agar lebih awet.

Setiap minggunya, dari berbagai macam pelampung Amang bisa menghasilkan sekitar 40 ribu pelampung. Untuk jenis pelampung tertentu, pembuatan berdasarkan pesanan terlebih dahulu. Bahkan Amang pernah kelebihan permintaan dan tidak bisa memenuhi karena terkait dengan keterbatasan sumber daya manusia. “Kalau ada tambahan permintaan berarti harus nambah orang,” jelas Amang.

Kadangkala agar pelanggan tak kecewa Amang harus membagi produknya meskipun tidak sesuai permintaan. Misalnya,

permintaan 10 ribu pelampung, Amang harus membagi masing-masing 5 ribu buah karena pelanggan di kota lain juga membutuhkan, bahkan bila permintaan tak bisa dipenuhi Amang harus mengurangi pesanan para pelanggan, bisa sampai setengahnya.

Pasaran pelampung ini selain di Bogor dan Jawa Barat, juga Solo, Surabaya, hingga ke Sumatera, Kalimantan, Sulawesi, serta NTT. “Hampir seluruh Indonesia,” kata Amang. Selain pesanan langsung dari toko-toko alat pemancingan, Amang mempercayakan pemasaran pada *sales* atau distributor. Ada lima orang yang bergabung menjadi *sales* produk ini.

Untuk bahan dasar seperti kayu, Amang tak mengalami kesulitan, karena kayu ‘jeunjing’ (kayu sengan) dapat diperoleh di sekitar lingkungan rumahnya. Kayu sengan cocok untuk dibuat pelampung karena ringan. Bahan lain yang diproduksi



• Usahanya tidak mengalami penurunan di kala pandemi karena memancing di kolam pemancingan masih banyak digemari. • Foto Istimewa

menggunakan plastik. Hanya saja untuk pelampung plastik harus menggunakan cetakan khusus yang harganya cukup mahal, sekitar Rp. 5 juta. “Ini khusus untuk plastik. Kalau lima ukuran berarti lima juta,” kata Amang.

Yang menarik, seperti ditudurkan pria berumur 36 tahun ini, usaha pembuatan pelampung pancing tak terkena imbas secara langsung pandemi Covid-19. “Alhamdulillah tak terpengaruh Covid,” ungkap Amang, yang mengaku memperoleh lebih dari Rp 100 juta setiap bulannya. Bahkan, memancing di kolam pemancingan atau danau (situ) saat ini menjadi semacam pelarian dari masalah sehari-hari. Daripada pusing di rumah lebih baik cari ketenangan sambil mancing. Apalagi dari sisi biaya memancing tergolong hobi yang cukup murah.

Hanya saja usaha yang dijalankan penuh ketekunan selama 12 tahun ini hampir tak dilirik oleh pemerintah daerah atau

instansi lain. Selama menjadi perajin pelampung pancing Amang belum merasakan sentuhan bantuan dari dinas terkait. Tak ada bantuan mesin atau juga ajakan pameran.

“Yang datang mendata sih banyak tapi tidak ada tindak lanjut,” kata Amang. Walau tanpa bantuan, usahanya masih bisa eksis hingga sekarang. Bahkan, Amang layak diapresiasi karena mampu menciptakan lapangan kerja bagi masyarakat sekitar. Para pekerja yang jumlahnya hampir 50 orang ini, tak perlu mencari kerja hingga Jakarta atau kota lain, seperti banyak pemuda dari desa terdekat.

Bagi Amang meskipun pelampung mampu membuat hidupnya melambung, tak menjadikannya tinggi hati. “Yang penting kami bisa makan,” katanya, merendah. **(Jay)**



Katalog Online untuk Maksimalkan Penjualan

Pandemi Covid-19 membuat masyarakat memilih belanja melalui online, karena proses transaksi sangat mudah dan cepat. Segala kebutuhan rumah tangga mulai dari perabotan dapur, makanan, minuman hingga *furniture* bisa didapat secara online. Kebiasaan masyarakat saat ini mengalami banyak perubahan. Mereka lebih menyukai *contactless* atau tanpa kontak fisik.

- Preview katalog online dari Bangsa Buatan Indonesia
- Doc. Kemenperin

Dengan adanya perubahan gaya hidup tersebut, Kementerian Perindustrian melalui Direktorat Jenderal Industri Kecil, Menengah dan Aneka (IKMA) terus gencar melakukan upaya pengembangan Industri Kecil dan Menengah (IKM) melalui pemanfaatan teknologi digital. Salah satunya adalah dengan mendukung penggunaan katalog digital bagi IKM. Upaya ini dilakukan guna mendorong pemulihan ekonomi yang terdampak pandemi dan memacu IKM nasional berperan pada penerapan revolusi industri 4.0. Ditjen IKMA rutin menyelenggarakan beberapa webinar guna mensosialisasikan pembuatan katalog dan brosur digital. Hal ini juga selaras dengan Gerakan Nasional #BanggaBuatanIndonesia (Gernas BBI) yang ditujukan untuk meningkatkan kecintaan produk dalam negeri dan mendorong IKM masuk ke ranah digital.

Katalog tidak hanya menyediakan ruang promosi yang berkekuatan super, tetapi katalog juga membawa dorongan untuk melakukan pembelian secara langsung. Dengan demikian katalog adalah alat pemasaran yang paling efektif untuk membuat bisnis anda menuju ke level selanjutnya.

Katalog dapat juga berperan dalam mempengaruhi keputusan pembeli dengan membangkitkan emosi dan asosiasi yang kuat dan positif, serta katalog dapat memberikan kemudahan, kenyamanan dan relaksasi pembeli.

Adalah *imooji*, *platform* pembuat katalog atau brosur digital bagi para pelaku UMKM di seluruh Indonesia. Selama ini, mungkin salah satu permasalahan dalam menjalankan bisnis adalah kesulitan dalam mendesain materi promosi, terutama yang berbasis digital. Apalagi sekarang, di mana banyak promosi digital yang sangat menarik ditambah dengan animasi yang menawan. *Imooji* adalah solusi yang menarik, karena praktis tanpa *skill design* yang memadai pun, materi promosi akan menjadi menarik.

Imooji mengusung tema interaktif yang dapat terhubung dengan link media sosial yang dikehendaki *customer*. *Digital brochure interactive* mempunyai cara unik yang mampu menuntun audiens ke suatu informasi yang lebih detail dan brosur ini dapat dikombinasikan dengan foto, video, musik,

dan lainnya. Terdapat fasilitas gratis dan berbayar dengan masing-masing keunggulannya. Fasilitas free (dengan template yang sudah ada), klien khususnya UMKM dapat membuat wadah promosi gratis tentang produk). Lalu fasilitas imooji Pro (desain berbayar di mana klien akan dibantu tim imooji dalam membuat brosur digital). Selanjutnya, imooji akan mengeluarkan fasilitas imooji Premium, yaitu klien akan mendapatkan template dengan kualitas setara pro, tapi dengan harga yang lebih murah. Variasi template yang didapat sesuai dengan harga yang dibayarkan.

Imooji sudah berjalan sejak Juni 2016, berpusat di Surabaya dan Jakarta. imooji memiliki misi mengurangi pemakaian brosur kertas sehingga mengurangi penebangan pohon yang berdampak buruk pada lingkungan.

Selain itu keunggulan dari imooji yang dapat dirasakan penggunaannya adalah imooji didesain untuk ponsel pintar sehingga customer akan mengklik dan *swipe* konten imooji di gadget. Lalu imooji mudah dibuat karena ada berbagai macam template desain profesional dan dapat diganti dengan foto dan kata-kata sendiri. Imooji juga memiliki tombol *Call To Action* (CTA) yang merupakan sebuah instruksi yang dirancang agar khalayak dapat melakukan aktivitas atau memberikan tanggapan secara langsung. Dan yang terakhir, imooji sangat mudah dibagikan ke berbagai sosial media, aplikasi chatting atau email.

Imooji didirikan oleh Muji Rusman di pertengahan tahun 2016 dengan misi membantu transformasi pemasaran digital untuk IKM di Indonesia secara mudah dan terjangkau.

Muji, asli Surabaya, berpengalaman bekerja di beberapa perusahaan besar di Amerika Serikat selama 15 tahun lebih sebagai Software Development Manager di Dell Computer, Director Technical Account di Rovi Corporation, dan Director Product Management di Corel Inc. Berbekal dengan passion di teknologi multimedia dan *dream* untuk pulang kembali ke Indonesia, dimulailah *imooji journey*.

Banyak perusahaan besar mempunyai team IT atau menggunakan jasa *agency* untuk membuat promosi digital yang kreatif dan unik. Sekarang pelaku IKM juga bisa dengan menggunakan imooji tanpa dibebani biaya yang besar.

Dengan keterbatasan sarana promosi konvensional dan biaya yang besar, dibutuhkan solusi alternatif digital yang mudah disebarkan, biaya terjangkau, dan mampu menawarkan *better engagement* dengan konsumen dibandingkan sarana digital lainnya seperti media Sosial, email, dan SMS. (**Dyah Septiani**, dari berbagai sumber)

- Katalog online memudahkan pelaku usaha mempromosikan produknya.
- Foto: Istimewa





Aman dengan Pembayaran Digital

Meningkatnya daya beli masyarakat menjadi salah satu pendukung pemulihan ekonomi di tengah masa pandemi Covid-19. Untuk mendukung hal tersebut, diperlukan metode pembayaran yang praktis, aman dan sehat. Saat ini, metode pembayaran makin beragam dan banyak pilihan, termasuk transaksi secara digital. Dan yang sering melakukan transaksi digital, mungkin tak asing dengan QRIS.

Sebelum **QRIS**



Setelah **QRIS**



• Dengan QRIS, merchant hanya perlu menyediakan satu QR code untuk semua pembayaran.

• Foto: Istimewa

Quick Response Code Indonesian Standard atau biasa disingkat QRIS (dibaca KRIS) adalah penyatuan berbagai macam QR dari berbagai Penyelenggara Jasa Sistem Pembayaran (PJSP) menggunakan QR Code. QRIS dikembangkan oleh industri sistem pembayaran bersama dengan Bank Indonesia agar proses transaksi dengan QR Code dapat lebih mudah, cepat, dan terjaga keamanannya. Semua PJSP yang akan menggunakan QR Code, pembayaran wajib menerapkan QRIS.

Definisi QR code dari Bank Indonesia adalah serangkaian kode yang memuat data/informasi antara lain identitas pedagang/pengguna, nominal pembayaran, dan/atau mata uang yang dapat dibaca dengan alat tertentu dalam rangka transaksi pembayaran. Standardisasi QR code melalui QRIS (QR Indonesian Standard) menjadi hal yang penting agar pelaku usaha dan pengguna tidak perlu memiliki banyak perangkat yang tentunya cukup merepotkan dalam penggunaannya.

Berdasarkan hasil studi *e-Conomy* dari Google yang bekerja sama dengan Temasek dan Bain Company, tahun 2019 pengguna internet di Indonesia adalah sekitar 152 juta pengguna. Studi tersebut juga mengungkapkan bahwa masih terdapat sekitar 92 juta masyarakat Indonesia yang belum terjangkau layanan keuangan. Hal ini merupakan kesempatan bagi penyedia layanan pembayaran digital yang saat ini sudah banyak di Indonesia, dan harus diikuti dengan penyediaan standar pembayaran QR Code. *QR Code payment* dapat menjadi salah satu inisiatif Indonesia dalam menyongsong ekonomi digital, karena banyak turunan transaksi digital lainnya yang dapat dikembangkan berdasarkan data transaksi *customer* dari *QR Code payment* tersebut.

Keberadaan QRIS yang menyatukan semua aplikasi pembayaran menggunakan QR diyakini menjadi salah satu

solusi alat pembayaran digital yang dapat diaplikasikan di semua sektor yang menuntut semuanya harus serba cepat, mudah, murah, dan aman. Dengan QRIS, seluruh aplikasi pembayaran dari penyelenggara manapun baik bank dan nonbank dapat digunakan di seluruh toko, pedagang, warung, parkir, tiket wisata, donasi (*Merchant*) berlogo QRIS, meskipun penyedia QRIS di *Merchant*, berbeda dengan penyedia aplikasi yang digunakan masyarakat.

Tidak heran, sistem pembayaran nontunai (*cashless*) dan nirsentuh (*contactless*) secara nyata memiliki kecenderungan meningkat di tengah kondisi pandemi Covid-19, karena dianggap lebih praktis, aman secara kesehatan dan lebih efisien. Dengan UNiversal, GamanG, Untung dan Langsung (UNGGUL), QRIS diluncurkan di seluruh BI pada 17 Agustus 2019 dengan harapan dapat memberi beragam manfaat dan keuntungan bagi masyarakat maupun *Merchant*. Masyarakat kini tidak perlu lagi bertransaksi dengan uang tunai karena dengan menggunakan ponsel pembayaran bisa terselesaikan dengan cepat. Tidak bersentuhan dengan benda lain seperti menggunakan kartu kredit atau kartu ATM ke kasir, termasuk tidak perlu memasukkan PIN. Sehingga dengan penggunaan QRIS diharapkan dapat mendorong efisiensi transaksi, mempercepat inklusi keuangan, memajukan Pelaku IKM, yang pada akhirnya dapat mendorong pertumbuhan ekonomi.

Merchant pun merasakan manfaat karena dapat menunjang kemajuan bisnis, di antaranya terhindar dari proses pembayaran secara tunai dan biaya pengelolaan uang tunai hingga penerimaan uang palsu. *Merchant* juga semakin mudah dan efisien dalam melakukan proses administrasi karena setiap transaksi tercatat secara otomatis.

Jenis Pembayaran menggunakan QRIS

Ada 3 jenis pembayaran menggunakan QRIS untuk memudahkan merchant dan pengguna, yaitu:

1

Merchant Presented Mode (MPM) Statis

Paling mudah, *Merchant* cukup memajang satu sticker atau print-out QRIS dan gratis. Pengguna hanya melakukan *scan*, masukkan nominal, masukkan PIN dan klik bayar. Notifikasi transaksi langsung diterima pengguna ataupun *Merchant*. QRIS MPM Statis sangat cocok bagi usaha mikro dan kecil.

2

Merchant Presented Mode (MPM) Dinamis

QR dikeluarkan melalui suatu device seperti mesin EDC atau smartphone dan gratis. *Merchant* harus memasukkan nominal pembayaran terlebih dahulu, kemudian pelanggan melakukan *scan* QRIS yang tampil atau tercetak. QRIS MPM Dinamis, sangat cocok untuk *Merchant* skala usaha menengah dan besar atau dengan volume transaksi tinggi.

3

Customer Presented Mode (CPM)

Pelanggan cukup menunjukkan QRIS yang ditampilkan dari aplikasi pembayaran pelanggan untuk discan oleh *Merchant*. QRIS CPM lebih ditujukan untuk *Merchant* yang membutuhkan kecepatan transaksi tinggi seperti penyedia transportasi, parker, dan ritel modern. QRIS CPM sedang dalam tahap uji coba untuk dikembangkan.

Cara menjadi Pengguna dan Merchant QRIS

Lalu bagaimana cara untuk menjadi pengguna dan merchant dari QRIS? Berikut adalah tahapan untuk menggunakan aplikasi tersebut bagi pengguna dan merchant.

1

Tahapan untuk menjadi Merchant

- a. Pembukaan akun dengan mendatangi kantor cabang atau mendaftar *online* pada salah satu PJSP penyelenggara QRIS.
- b. Melengkapi data usaha dan dokumen yang diminta oleh PJSP tersebut.
- c. Proses verifikasi, pembuatan *Merchant* ID dan pencetakan kode QRIS oleh PJSP.
- d. PJSP akan mengirimkan sticker QRIS.
- e. Install aplikasi sebagai *Merchant* QRIS.
- f. PJSP melakukan edukasi kepada *Merchant* mengenai tata cara menerima pembayaran.

2

Tahapan untuk menjadi Pengguna

- a. Registrasi dengan mengunduh aplikasi salah satu PJSP berijin QRIS.
- b. Melengkapi data registrasi sesuai prosedur PJSP tersebut.
- c. Isi saldo pada akun anda.
- d. Gunakan untuk melakukan pembayaran pada *Merchant* QRIS sesuai petunjuk di aplikasi anda.
- e. Buka aplikasi, cari *icon scan/gambar QR/pay*, *scan* QRIS *Merchant*, masukan nominal, masukan PIN, klik bayar, liat notifikasi.

Dengan semua kemudahan dalam penggunaan metode pembayaran tersebut, Kementerian Perindustrian melalui Direktorat Jenderal Industri Kecil, Menengah dan Aneka (Ditjen IKMA) bekerjasama dengan Bank Indonesia selalu mendorong pelaku Industri Kecil dan Menengah (IKM) beralih ke pembayaran digital QRIS yang menjadi sistem pembayaran

efektif di masa pandemi Covid-19. Ditjen IKMA rutin menyelenggarakan beberapa webinar guna mensosialisasikan penggunaan pembayaran digital QRIS sekaligus juga mendorong digitalisasi IKM, yang pada akhirnya dapat mendorong pertumbuhan ekonomi. **(Dyah Septiani)**



Teknologi Pengawetan Buah-Buahan Skala IKM

Indonesia yang kaya dengan keragaman buah-buahan dari berbagai jenis yang tersebar di seluruh wilayah nusantara dan hampir tidak mengenal perubahan pergantian musim, sepanjang tahun tetap memberikan limbah buah-buahan, Sehingga dapat dijadikan alternatif peluang usaha sebagai bahan baku Industri Kecil dan Menengah.

Ada beberapa cara yang dapat dilakukan oleh masyarakat luas untuk membantu perekonomian keluarga di masa pandemi yaitu dengan memanfaatkan teknologi sederhana melalui teknologi pengawetan buah-buahan sehingga dapat memperpanjang usia pemanfaatannya dan dapat dijadikan sebagai bahan baku Industri Kecil dan Menengah, antara lain:

Pengawetan Dengan Suhu Rendah

- Dilakukan di dalam lemari es/kulkas. Dengan pendinginan ini, buah bisa tahan serta segar selama beberapa waktu atau beberapa hari/minggu bergantung jenis buahnya. Dengan cara ini bisa menekan keaktifan atau aktivitas mikroba atau bakteri serta enzim atau cairan yang terdapat dalam buah. Walau demikian jika penyimpanan dengan suhu terlampau rendah atau dingin bakal menyebabkan rusaknya buah yang berasal dari daerah panas, seperti; mangga, pisang, pepaya, terong dan tomat.

Pengawetan Dengan Pemanasan

- Pengawetan dengan memakai teknik pemanasan umumnya dilakukan pada buah-buahan yang dikalengkan atau dibotolkan. Aspek yang perlu diperhatikan dalam pengawetan dengan pemanasan adalah; jumlah panas yang dihasilkan atau diberikan harus cukup untuk mematikan jasad-jasad renik atau pemicu penyakit. Jumlah panas yang diberikan jangan sampai membuat penurunan gizi serta merubah cita rasa dari buah-buahan.

Pengawetan Dengan Pengeringan

- Pengawetan Dengan Pengeringan dilakukan dengan tehnik mengurangi atau menurunkan kandungan atau kadar air dalam buah. menguapkan kandungan air dengan memanfaatkan panas matahari atau *Oven* hingga batas tertentu sesuai kebutuhan, Tidak semua buah bisa diawetkan dengan langkah tersebut, karena dampak dari pengeringan itu bisa merubah nilai gizi, warna, serta aroma jadi lebih rendah. Sehingga mengurangi tampilan keasliannya.

Pengawetan Dengan Manisan Buah

- Pengawetan Dengan Manisan Buah dilakukan pada musim panen yang diambil dari buah berlimpah dengan merendam buah yang masih setengah matang dengan rebusan air gula dengan ukuran dan waktu tertentu tergantung dari jenis buah yang akan dibuat manisan akan berbeda perlakuannya.

Pengawetan Buah Menjadi Sirup

- Pengawetan Buah Menjadi Sirup, Buah-buahan dipilih yang sudah matang dan masih segar dilakukan Penghancuran, Pelumatan untuk diambil sari buahnya, dimasak dan dicampur dengan gula dengan perbandingan 1 : 1, dinginkan, saring lalu dikemas dalam botol kaca atau botol plastik.

Pengawetan Menjadi Selai Buah

- Pengawetan menjadi selai buah, menggunakan berbagai macam buah-buahan yang banyak tersebar hampir di seluruh daerah, di samping mudah membuatnya juga banyak diminati masyarakat, digunakan untuk isi roti dan kue kering.



● Selai dari buah yang banyak diminati masyarakat
● Foto: Istimewa

Contoh Diagram Pembuatan Selai Buah-Buahan



1 Pilih buah yang sudah matang dan segar untuk bahan baku selai bisa Nanas, Pepaya, Mangga, Buah Naga, Tomat atau bisa campuran sesuai dengan selera masing-masing

2 Pematuran ; dilakukan dengan alat parut manual yang agak kasar agar tidak terlalu lumat

3 Penirisan ; dilakukan untuk mengurangi kadar air tuk buah yang tinggi kadar airnya seperti nanas, pepaya, Strawberry

4 Penimbangan ; Buah ditimbang atau diukur dengan gelas untuk membuat perbandingan penggunaan 1 kg buah : 1 kg gula atau 1 kg buah / 600-700 gram gula pasir.

5 Pemasakan ; Larutkan gula pasir tanpa air dengan membuat menjadi karamel dengan api kecil sambil diaduk agar proses karamelnya sempurna berwarna kuning kecoklatan. Pelarutan *pektin*, jelatin, agar-agar pada suhu 95-100 derajat sampai matang sempurna menggunakan suhu 105 -110 derajat *celsius*, selama 25-30 menit sambil diaduk perlahan. Proses sterilisasi wadah 121 derajat *celsius* selama 10-30 menit

Jika selainya untuk dijual dan lebih awet sebaiknya gunakan pengawet bahan tambahan pangan (BTP) seperti *Asam Benzoat* biasanya digunakan untuk bahan makanan yang bersifat asam dan sangat

efektif menghambat pertumbuhan khamir dan bakteri, *Natrium Benzoat* (*Na Benzoat*) Maksimal yang digunakan 0.1 % perliter bahan selai. Selai Bisa menggunakan nanas, sirsak, pepaya, mangga, strawberry, srikaya, tomat, durian, masing-masing 1 Kg daging buah yang sudah dilumatkan ditambah 1 kg gula atau 600 -750 gram gula kecuali pepaya 150 gram karena kandungan gulanya sudah cukup tinggi. *Pektin*, untuk pepaya cukup 2 gram, buah lainnya 5-10 gram. *Asam sitrat* untuk selai durian 2-5 gram/kg, Agar-agar untuk selai pepaya 6 gram, gelatin untuk buah mangga 10 gram /kg, *Natrium Benzoat* masing-masing 1 gram/kg bertujuan untuk memperpanjang umur simpan agar tidak mudah berjamur dan bisa bertahan sampai 3-4 bulan.

6 Pengemasan; sebelum proses pengemasan pastikan kalau selai sudah benar-benar dingin biasanya didinginkan pada suhu udara selama 3-4 jam, setelah itu baru dikemas dalam botol kaca atau botol plastik. Biasanya untuk pasar lokal dan dalam negeri cukup dengan botol atau kemasan plastik *food grade*. Jika untuk pasar ekspor biasanya menggunakan botol kaca, di samping lebih terjamin kualitas juga untuk keamanan distribusi.

Potensi sumber bahan baku buah-buahan yang cukup banyak tersebar di berbagai daerah, akan menjadi peluang besar untuk membuka usaha IKM yang bisa menjadi pilihan alternatif sumber penghasilan keluarga. Selain itu, usaha ini bisa mempromosikan potensi buah-buahan di daerah pada saat panen dengan menggunakan cara dan teknologi

pengolahan yang sederhana mudah dilakukan oleh masyarakat luas, tidak saja hanya memberi manfaat secara individu tapi juga membantu pemerintah mengatasi pengangguran untuk menggerakkan ekonomi daerah sampai tingkat pedesaan. dari berbagai sumber (*Lusiana Mohi*).

“Si Telmi Biam”

Ketel Inovasi *Baristand* Ambon

Mayoritas minyak kayu putih yang dihasilkan oleh pelaku industri kecil masih menggunakan teknologi sederhana. Baristand Ambon melakukan terobosan dengan memperkenalkan teknologi baru. Selain lebih efisien hasilnya juga lebih banyak. Kebutuhan dalam negeri juga pasar internasional minyak kayu putih masih terbuka luas.

Indonesia sejak dulu terkenal sebagai negara penghasil rempah-rempah. Tak heran bila beberapa abad lalu, negeri subur makmur ini menjadi incaran banyak negara untuk didatangi, bahkan penjajahan oleh Negeri Belanda berlangsung hingga 3,5 abad lamanya. Hasil bumi nusantara diangkat kemudian diolah untuk kemakmuran negeri mereka. Hingga kini di beberapa provinsi masih menjadi sumber penghasil tanaman rempah.

Salah satu tanaman rempah yang menjanjikan dan memiliki nilai tambah adalah kayu putih (*Melaleuca leucadendra*). Di Indonesia, khususnya di kawasan timur, potensi tanaman kayu putih cukup besar. Sebut saja mulai dari daerah Maluku, Nusa Tenggara Timur, Sulawesi Tenggara, Bali dan Papua yang tumbuh di hutan alam. Sementara itu, sebagian kecil berada di Jawa Timur, Jawa Tengah dan Jawa Barat berupa hutan tanaman kayu putih (Widiyanto et al 2014).

Provinsi Maluku memiliki potensi pohon kayu putih sangat besar, yang tumbuh tersebar di beberapa daerah. Menurut data BPS tahun 2015, pohon kayu putih banyak terdapat di Kabupaten Buru ±120.000 ha, Kabupaten Seram Bagian Barat ± 50.000 ha, Kabupaten Maluku Tenggara Barat ± 20.000 ha, dan Kabupaten Maluku Tengah 60.000 ha. Luas tanaman kayu putih di Indonesia telah mencapai lebih dari 250.000 hektar yang sebagian besar berada di wilayah Perum Perhutani dengan produksi tahunan mencapai 500 ton. Jumlah ini diperkirakan separuh dari total produksi seluruh dunia. Daun kayu putih mengandung minyak atsiri sekitar 0,5 -1,5%, rendaman yang diperoleh tergantung pada efektivitas penyulingan dan kadar minyak yang terkandung dalam bahan yang disuling.

Kebutuhan minyak kayu putih di dalam negeri untuk industri farmasi masih kurang sehingga diperlukan produk komplementer berupa minyak *eucalyptus* yang diimpor dari Tiongkok dalam jumlah yang tidak sedikit. Melihat produksi minyak kayu putih yang belum memenuhi kebutuhan tersebut, maka masih terbuka peluang untuk meningkatkan produksi minyak kayu putih di Indonesia dengan tingkat keterlibatan masyarakat yang lebih intensif (Kartikawati et al 2014).

Dalam perdagangan internasional minyak kayu putih dikenal sebagai *cajuput oil*. Pasar utama bagi minyak atsiri *cajuput oil* antara lain Amerika Serikat, Jepang, Singapura, Perancis, dan Belanda.

Hasil observasi tentang penyulingan minyak kayu putih di daerah seperti Pulau Buru dan Seram Bagian Barat menyebutkan sebagian masih menggunakan ketel tradisional yang berbahan kayu. Namun ada pula pelaku industri kecil yang sudah menggunakan ketel *stainless steel*. Hanya di Maluku Barat Daya secara keseluruhan menggunakan ketel *stainless steel*.

Tentu ada perbedaan bila pelaku IKM menggunakan ketel tradisional kayu dibanding dengan ketel *stainless*. Seperti dikutip dari <http://bppi.kemenperin.go.id>, penggunaan ketel berbahan kayu mempunyai kelemahan antara lain:

Pertama, banyak terdapat kebocoran di sela-sela sambungan antar-kayu sehingga banyak uap beraroma minyak kayu putih terbuang.

Kedua, warna minyak kayu putih akan berwarna kuning akibat pengaruh ketel kayu yang ikut terlarut saat terjadi proses perebusan dan penguapan, berbeda dengan penggunaan ketel *stainless steel*.

Untuk mengatasi permasalahan tersebut, *Baristand* Industri Ambon melakukan rekayasa ketel minyak kayu putih *stainless steel* agar kualitas produk minyak kayu putih lokal makin meningkat.

Ketel *stainless steel* hasil rekayasa *Baristand* Industri Ambon memiliki kelebihan, antara lain:

- **Kapasitas terpasang besar hingga 200 kg.**
- **Rendeman mencapai 1,2%.**
- **Proses pemasakan lebih singkat (50% lebih cepat dibandingkan ketel berbahan kayu).**
- **Warna konstan (bening sampai kekuningan) karena tidak bercampur dengan bahan ketel.**
- **Kerapatan bahan padat hingga tidak terjadi kebocoran.**
- **Sistem pendingin dengan menggunakan sistem kisi-kisi sehingga lebih merata.**
- **Bagian penutup memiliki desain leher angsa sehingga refluksinya kecil.**

• Proses penyulingan dengan Ketel Telmi Biam

• Doc. Kemenperin





• Produk minyak kayu putih dari Baristand Industri Ambon.

• Doc. Kemenperin

Menurut Kepala *Baristand* Industri Ambon Henry Pajow, terobosan alat yang dinamakan “Si Telmi Biam” yang merupakan singkatan dari “Inovasi Ketel Minyak Kayu Putih *Baristand* Industri Ambon” merupakan modifikasi ketel kayu

yang menekankan pada efisiensi, efektivitas dan produktivitas untuk memperoleh mutu minyak kayu putih sesuai Standar Nasional Indonesia (SNI). Keunggulan “Si Telmi Biam”, selain yang disebut di atas, adalah mampu menurunkan waktu produksi dari delapan jam menjadi empat jam. Penyulingan pun dapat dilakukan sebanyak tiga kali per hari sehingga dapat menghemat setengah waktu produksi dari ketel berbahan kayu.

Proses kerja “Si Telmi Biam” ini menggunakan sistem pendingin kisi-kisi yaitu dengan sirkulasi air yang mampu memperbaiki rendaman produksi ketel kayu. *Water seal* yang ada pada “Si Telmi Biam” juga dapat mempertahankan volume kondensat uap dalam ketel sehingga uap tidak terbuang percuma seperti pada ketel kayu biasanya.

Nantinya “Si Telmi Biam” akan menggantikan penyulingan minyak kayu putih yang sudah beroperasi sejak 1980. Kekurangan yang ada pada ketel kayu akan tertutupi oleh “Si Telmi Biam” ini.

Sejak rekayasa ini ditemukan pada tahun 2015 hingga 2018, *Baristand* Industri Ambon telah memproduksi sebanyak 462 “Si Telmi Biam” dengan penyebaran pemanfaatan untuk 129 IKM. “Si Telmi Biam” mampu menjadi solusi bagi pelaku IKM untuk meningkatkan kualitas produk dan meningkatkan nilai jual.

Inovasi ketel minyak kayu putih yang memiliki berbagai kelebihan ini mendapat apresiasi dan terpilih masuk dalam kategori Top 45 Inovasi Pelayanan Publik 2019, setelah sebelumnya berhasil meraih penghargaan Top 99. Kompetisi ini diselenggarakan oleh Kementerian Pemberdayaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi (Kemenpan-RB).

Penghargaan ini tentunya harus terus memotivasi seluruh jajaran Kemenperin untuk semakin memacu dalam menciptakan inovasi serta meningkatkan pelayanan yang optimal bagi masyarakat. Produk ini juga merupakan bukti, kegiatan penelitian dan pengembangan di lingkungan *Baristand* yang ada di lingkungan Kemenperin dapat dimanfaatkan oleh masyarakat dan pelaku industri. Inovasi ini juga merupakan implementasi program prioritas pada peta jalan *Making Indonesia 4.0*.

“Ke depannya, “Si Telmi Biam” akan terus diperbaharui sesuai kebutuhan agar mampu memberikan manfaat optimal,” tutur Henry Pajow. Berkat Si Telmi Biam ini, telah menyerap tenaga kerja mencapai 1.548 orang di wilayah Indonesia bagian timur.

Produksi Minyak Kayu Putih

Proses penyulingan kayu putih di berbagai daerah, termasuk di Pulau Buru, Maluku, umumnya masih dilakukan dengan cara tradisional. Terobosan *Baristand* Ambon melalui ketel uap berbahan *stainless steel* memberi harapan baru bagi pelaku industri kecil minyak kayu putih. Penggunaan ketel atau tempat pengolahan ini memberikan pengaruh signifikan, terutama dari segi waktu dan volume bahan baku yang diolah, bisa lebih banyak dari biasanya.

Pengolahan daun kayu putih dengan mengekstrak minyak kayu putih diambil dari daun tanaman ini. Proses produksi dalam pembuatan minyak kayu putih diawali dengan pemetikan daun kayu putih. Proses pemetikan ada dua cara, yaitu:

Pemetikan sistem rimbas, yakni tegakkan pohon kayu putih yang berusia lima tahun ke atas, dengan ketinggian lima meter, daunnya dipangkas. Setahun berikut, sesudah tanaman kayu putih kembali memiliki daun lebat, lantas dapat dikerjakan perimbangan lagi.

Pemetikan sistem urut, yakni memotong daun-daun yang telah cukup umur. Pemotongan menggunakan alat berupa arit khusus. Namun, langkah ini dianggap kurang praktis karena pemetik mesti menentukan daun satu per satu.

Pemetikan dilakukan biasanya pada awal musim kemarau. Umumnya pemetikan dilakukan sekali dalam setahun. Daun kayu putih pun siap untuk disuling setelah sebelumnya disimpan di lantai kering dengan suhu kamar dan sirkulasi terbatas. Daun kayu putih tidak boleh dimasukkan ke dalam karung karena akan mengakibatkan minyak yang dihasilkan berbau tidak enak.

Selanjutnya, daun kayu putih masuk dalam tahap penyulingan. Di sini ada tiga tahap yang dikerjakan: pembuatan uap, penguapan daun, serta pendinginan dan pemisahan minyak dengan air.

Daun minyak kayu putih dimasukkan di atas rak dalam ketel tempat perebusan. Pada dasar ketel diisi air yang dibakar menggunakan tungku. Ketel ditutup rapat agar uapnya tidak keluar. Di sebelah ketel tersebut ada bak penampung air yang merupakan salah satu tahap penyulingan. Uap dari daun yang direbus didinginkan hingga menjadi minyak kayu putih yang keluar dari pipa penyulingan dengan sendirinya. Proses penyulingan ini berlangsung kurang lebih 20 menit.

Setelah minyak kayu putih keluar, dilakukan pengemasan. Namun sebelum dilakukan pengemasan, minyak kayu putih disaring terlebih dulu dengan kapas, kemudian baru dimasukkan dalam botol dan ditutup rapat. Minyak kayu putih siap digunakan. (*Jay*)



• Ketel telmi Biam hasil rekayasa Baristand

• Doc. Kemenperin



• Bukan hanya untuk minyak kayu putih, penyulingan ini juga dapat digunakan untuk minyak astiri.

• Doc. Kemenperin



Bilik *Swab* IKM Sukabumi

Kelompok Usaha Bersama (KUB) Sahabat Teknik_19 serahkan bantuan 2 unit Bilik Swab hasil praktek kepada RSUD Palabuhanratu. Bilik swab tersebut merupakan produk hasil dari kegiatan Fasilitasi Diversifikasi Produk IKM Permesinan TTG di Kabupaten Sukabumi yang di selenggarakan oleh Direktorat IKM Logam, Mesin, Elektronika dan Alat Angkut, Direktorat Jendral Industri Kecil Menengah dan Aneka, Kementerian Perindustrian RI. Bilik Swab tersebut diharapkan dapat membantu tenaga medis dalam penanganan dan penanggulangan Covid-19.



• Bilik swab yang diharapkan mampu membantu tenaga medis dalam penanganan Covid-19

• Doc. Kemenperin

Kondisi di masa pandemi Covid-19 ini, hampir semua sektor industri mengalami kesulitan. Pemerintah terus berupaya untuk mengurangi penyebaran Covid-19, di sisi lain juga terus mendorong IKM untuk tetap berkarya. IKM “dipaksa” dapat cepat beradaptasi dengan kenormalan baru seperti keharusan *physical distancing* dan berbagai hal lainnya, serta dapat memanfaatkan teknologi yang berkembang dengan sangat cepat.

Peranan Teknologi Tepat Guna (TTG) apabila dimanfaatkan secara optimal diyakini akan dapat meningkatkan pendapatan masyarakat, memberikan nilai tambah produk, perbaikan mutu dan membantu dalam mewujudkan usaha produktif yang efisien. Implementasi Teknologi Tepat Guna dipandang sebagai sebuah strategi untuk mengoptimalkan pendayagunaan semua aspek sumber daya lokal (alam, manusia, teknologi, sosial) secara berkelanjutan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Fasilitasi Diversifikasi Produk IKM Permesinan TTG di Kabupaten Sukabumi merupakan kerja sama Direktorat Jenderal Industri Kecil Menengah dan Aneka dengan Perindustrian dan

Energi Sumber Daya Mineral Kabupaten Sukabumi, dalam upaya untuk meningkatkan kemampuan IKM Permesinan TTG di Kab. Sukabumi. Kegiatan tersebut berlangsung selama lima hari (10-14 Agustus 2020) dengan jumlah peserta sebanyak 16 (enam belas) orang. Tentunya kegiatan ini dilakukan dengan memperhatikan protokol kesehatan dalam rangka pencegahan penyebaran Covid-19. Tenaga Ahli yang berasal dari Balai Besar Logam dan Mesin Bandung mengajarkan dan membimbing para IKM dalam melakukan diversifikasi produk berupa bilik *swab* dan *wastafel portabel* dalam rangka adaptasi di masa pandemi Covid-19.

Bilik *Swab* hasil kegiatan Fasilitasi Diversifikasi Produk ini telah diserahkan sebagai bantuan dari Kelompok Usaha Bersama (KUB) Sahabat Teknik_19 dengan fasilitasi penandatanganan dan serah terima oleh Dinas Perindustrian dan Energi Sumber Daya Mineral Kabupaten Sukabumi di Aula Dinas Perindustrian dan ESDM Kabupaten Sukabumi pada hari Selasa, 25 Agustus 2020. Direktur RSUD Palabuhanratu menyambut positif bantuan bilik *swab* ini sebagai upaya pencegahan penyebaran Covid-19. **(Taufiq Andhika)**



Kerajinan “Kriya Daun 9996” Tembus Pasar Eropa

Saat ini Indonesia sedang menggalakkan penggunaan produk dalam negeri dalam upaya menggerakkan ekonomi nasional, melalui Gerakan Nasional **#BanggaBuatanIndonesia**.

Itulah yang dilakukan Siti Retnanik (Nanik) seorang yang kreatif. Ditangan beliau sampah daun kupu-kupu yang berserakan di pinggir jalan disulap menjadi berbagai kerajinan yang indah dan bernilai jual tinggi. Penjualan tidak hanya untuk memenuhi konsumen pasar dalam negeri, tapi juga sampai pasar luar negeri khususnya Eropa. Kerajinan hasil karya beliau diberi merk dengan label “Kriya Daun 9996” yang beralamat di Jalan Ngagel Mulyo XV/23-A, Kota Surabaya.

Selama pandemi korona, kerajinan “Kriya Daun” mendapat pesanan kotak abu jenazah dari *customer* di Inggris. Dengan keterampilan yang dimiliki, Nanik banyak dikenal oleh masyarakat dikalangan industri kerajinan handicraft yang menjadi kebanggaan Kota Surabaya untuk diikutsertakan pada pameran di Jerman dan Belanda. Dengan keterampilan yang dimiliki, Nanik kerap diundang untuk membantu guru-guru sekolah dasar di kota Surabaya dan sering juga diundang berbagi pengalaman dan keterampilan pembuatan kerajinan daun kepada ibu-ibu ke berbagai daerah.

Nanik mengungkapkan pada awalnya yang bersemangat membuat kerajinan dari limbah daun ini Almarhum suaminya Heri Wibawanto yang bekerja di Dinas Perkebunan Propinsi Jawa Timur, mending suaminya memiliki kebiasaan aneh mengumpulkan sampah-sampah daun diawetkan dengan cara disimpan di antara lembaran-lembaran buku, istilahnya disebut proses Herbarium, dari hasil eksperimen, suaminya mencari formula yang pas tentang cara mengawetkan daun termasuk membentuk gradasi warnanya yang didukung dengan latar belakang pendidikan teknik kimia.

Dari pengalaman suaminya melakukan berbagai eksperimen yang dibantu oleh temannya dosen ITS yang memberitahu campuran bahan yang bisa digunakan untuk mengawetkan daun-daun dengan cara dimasak dengan *citrus zuur* fungsinya selain daun menipis, awet serta memunculkan gradasi warna juga untuk memutihkan daun dengan cara direndam beberapa saat dengan cairan pemutih pakaian, sedangkan untuk mengeringkan bukan dengan sinar matahari tapi disetrika lembar demi lembar.



• Produk karya kreatif dari limbah daun kupu-kupu.

• Doc. Kemenperin

Awalnya produk Kriya Daun menggunakan berbagai jenis daun, tapi setelah itu memutuskan menggunakan daun kupu-kupu saja, selain murah, daun kupu-kupu banyak terdapat disepanjang pinggiran jalan kota Surabaya, selain bentuknya bagus, jika lapisan daunnya sudah hilang seratnya muncul dengan bentuk yang indah dan kuat. Semakin banyak bahan baku daun yang terkumpul tepat tanggal 9 september 1996 Nanik untuk pertama kalinya membuat kotak tisu berbahan karton yang dilapisi dengan dengan daun kupu-kupu. Karena tanggal 9 september tahun 1996 dianggap sebagai awal pembuatan kerajinan daun maka produknya diberi merk dengan label Kriya Daun 9996 dan merk ini sdh memperoleh Hak Kekayaan Intelektual (HAKI). Seiring perjalanan waktu produk yang dihasilkan makin beragam sampai lebih dari 100 produk ; Tas, dompet, bros pernak-pernik penganten, kemasan batik sutra, kemasan kopi, sampai kotak yang digunakan tuk

abu jenazah yang sejak pandemi dipesan dari pelanggan di Inggris mencapai 750 kotak setiap bulannya. Untuk kemasan kopi dan *souvenir* selama pandemi sudah jarang karena terkait langsung dengan turis lokal maupun luar negeri.

Tahun 2005 Semenjak suaminya meninggal dunia, kegiatan usaha Kriya Daun ini sempat berhenti selama setahun, Namun pelanggan yang sudah kenal dengan kerajinan Kriya Daun pada menanyakan produknya, membuat Nanik bangkit dan bersemangat kembali memulai usahanya disamping memenuhi permintaan pelanggan juga harus melanjutkan tugas membesarkan dan melanjutkan pendidikan ke-3 orang putranya sampai mereka mandiri. Dalam menjalankan usahanya dan memenuhi permintaan Nanik dibantu oleh beberapa orang tenaga kerja dan saat ini mempekerjakan 25 orang tenaga kerja dari Ibu-ibu rumah tangga disekitar



• Nanik yang senantiasa mengembangkan produktivitasnya melalui Kriya Daun

• Doc. Kemenperin

rumahnya. Di samping bisa menyerap tenaga kerja juga bisa memberikan manfaat sosial dan ekonomi bagi masyarakat sekitarnya.

Melalui kegiatan usaha ini, Nanik banyak dikenal masyarakat Kota Surabaya selain sebagai pimpinan perusahaan “Kriya Daun” dengan beragam hasil karya yang unik dan kreatif, selain itu beliau juga banyak memperoleh penghargaan dari Kartini award, Karya Cipta Anugrah Kota Surabaya, UKM Award Semen Gresik, Pahlawan Ekonomi Kota Surabaya, Ibu Kreatif Asosiasi Perajin Kota Surabaya, selain penghargaan Nanik juga mendapatkan kepercayaan sebagai Koordinator Pahlawan Ekonomi Kota Surabaya, aktif sampai sekarang menjadi pengurus IWAPI, Dekranas Aspringta dan Instruktur Pelatihan di Bapemas Kota Surabaya bagi Guru dan masyarakat luas lainnya. Bu Nanik menjalankan usahanya dengan lancar hanya dengan prinsip sederhana “Sepanjang seseorang mau berusaha dan mau belajar pasti banyak peluang usaha yang bisa dijadikan sebagai sumber penghasilan untuk membantu

ekonomi keluarga”, dalam mengembangkan dan meningkatkan produktivitasnya sebagian modalnya dibantu dari kredit perbankan. Hanya saat ini yang menjadi kendala adalah soal SDM yang sangat terbatas karena sebagian besar adalah Ibu-ibu kurang telaten dengan pekerjaannya sehingga solusinya siapapun yang datang ingin bekerja akan diterima asalkan mampu membuat bahan baku daun yang akan dibuat produk kerajinan. Meski usaha ini hanya menggunakan bahan baku limbah daun namun dapat dibuat berbagai macam jenis produk yang indah dan menarik dengan omset bisa mencapai antara 50-75 Juta per bulannya. Usaha ini sudah banyak memberikan kontribusi membantu pemerintah khususnya Kota Surabaya terutama dalam hal menyerap tenaga kerja, mengurangi pengangguran dan kesenjangan sosial bagi masyarakat sekitarnya, yang terpenting dalam menjalankan usaha di bidang apapun, pelaku usaha IKM Tangguh harus semangat, tekun, ulet, kreatif. Inovatif dan pantang menyerah agar bisa tetap menjalankan usaha dalam situasi apapun sehingga bisa meraih keberhasilan. *(Lusiana Mohi)*

Balai Pengembangan Industri Persepatuan Indonesia

Melakukan pendidikan dan pelatihan,
pengembangan desain dan pelayanan konsultasi
dibidang persepatuan.

Design Development



Footwear Knowledge

Training



Usaha IKM Alternatif Penyangga Ekonomi Keluarga

Dalam tujuh bulan terakhir sejak terjadinya pandemi Covid-19 telah menyebabkan dampak menurunnya kegiatan ekonomi dari berbagai sektor industri sehingga banyak menyebabkan perusahaan-perusahaan mengalami kerugian karena menurunnya daya beli masyarakat yang terkait dengan banyaknya perusahaan yang melakukan pemutusan hubungan kerja (PHK), hal ini juga dialami oleh pelaku usaha IKM yang menjadi salah satu penyangga ekonomi negara.



• Foto : Istimewa

Sebagaimana diketahui sektor Industri Kecil dan Menengah memiliki ketangguhan dalam menghadapi semua rintangan dan tantangan dengan melakukan berbagai upaya yang kreatif dan inovatif dengan memanfaatkan sumber daya alam dan sumber daya manusia yang mampu dan cepat menyesuaikan dengan keadaan yang sulit, sehingga usaha Industri Kecil dan Menengah merupakan pilihan alternatif bagi masyarakat luas untuk mencoba kegiatan usaha yang tidak memerlukan modal besar, keterampilan teknis dengan alat/teknologi

sederhana dan memiliki pangsa pasar yang luas pada kisaran 70% - 80% memenuhi kebutuhan kalangan masyarakat ekonomi menengah ke bawah. Hal ini yang membuat peran usaha Industri Kecil dan Menengah dapat dijadikan sebagai penyangga ekonomi keluarga yang terdampak langsung dengan PHK. Pemerintah sudah memberikan beberapa stimulus bagi pekerja yang terdampak covid 19 baik berupa bantuan langsung tunai maupun bantuan peralatan produksi yang sudah dilakukan melalui program kegiatan berbagai Instansi termasuk Kementerian Perindustrian dengan memberikan peralatan produksi yang bersubsidi, bimbingan teknis peningkatan kualitas produk yang diikuti dengan fasilitas sertifikasi, bantuan promosi pemasaran produk IKM gratis melalui *e-Smaranya*.

Para pelaku usaha IKM tidak serta merta mengeluh dan pasrah dengan keadaan mengingat kebutuhan hidup yang harus tetap dipenuhi, maka dengan berbagai cara kreatif dan inovatif kembali bangkit dengan produk-produk yang disesuaikan dengan kebutuhan yang paling diminati dan dicari oleh masyarakat. Sebagian besar pelaku usaha IKM beradaptasi memasarkan produknya dengan menggunakan media *online* untuk pemasaran, sebagian yang lain demi menghindari terjadinya Pemutusan Hubungan Kerja (PHK) dilakukan dengan mengurangi jam operasional kerja serta penyesuaian gaji karyawan. Hal ini cukup bijaksana untuk menjaga kepentingan bersama antara pelaku usaha dan pegawainya.



• Foto : Istimewa

Melihat kondisi pelaku usaha IKM tetap bisa bertahan di masa Pandemi Covid-19 telah menarik perhatian dari para pekerja yang terkena PHK dari perusahaan besar, mencoba menjatuhkan pilihan membuka usaha Industri Kecil dan Menengah sebagai pilihan alternatif untuk menyanggah ekonomi keluarga yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat luas dengan alasan sebagai berikut :

- 1 Banyaknya waktu luang yang dapat digunakan untuk membuka usaha IKM skala rumahan dengan memanfaatkan ruangan di rumah sendiri.
- 2 Usaha IKM merupakan peluang usaha yang tidak membutuhkan modal terlalu besar.
- 3 Dalam pengerjaannya selain lebih fleksibel dalam waktu dan pengerjaan, yang perlu diperhatikan adalah memaksimalkan bakat dan minat untuk membuat produk yang bisa menghasilkan sesuatu, yang diminati dan dibutuhkan orang lain.
- 4 Produk IKM memiliki daya saing tinggi, sehingga dapat dijual dengan harga terjangkau sesuai dengan kemampuan daya beli masyarakat. Misalnya saja ; usaha pembuatan masker kain, dengan kemampuan menjahit yang dimiliki, biasanya oleh Ibu rumah tangga, atau usaha camilan sejenis kripik yang enak dinikmati menemani *work from home*, disertai minuman ringan dengan kemasan yang sederhana tapi tetap menarik hati konsumen.
- 5 Potensi ketersediaan bahan baku dari hasil Perkebunan, Pertanian, Peternakan yang ada di wilayah sekitarnya dapat dimaksimalkan untuk diolah dan menghasilkan produk akhir.

Selanjutnya yang dibutuhkan pelaku IKM saat ini adalah bagaimana memutar otak untuk memunculkan ide kreatif bisnis dengan inovasi secara terus menerus mengikuti permintaan pasar dalam keadaan keterbatasan ruang gerak masyarakat selama pemberlakuan pembatasan social berskala besar (PSBB) yang harus dijalankan. Cerdas dalam mengidentifikasi peluang usaha yang diperlukan sesuai perilaku konsumsi konsumen sehingga menghasilkan produk/ barang jasa yang tepat sasaran dan terbukti tidak sedikit yang berhasil menjadikan bisnis dadakan menjadi alternatif sumber penghasilan selama berlangsungnya masa pandemi yang tidak diketahui kapan berakhirnya.

Meskipun Covid-19 memiliki dampak yang signifikan bagi para pelaku usaha IKM namun dukungan pemerintah dengan

Gerakan Nasional #BanggaBuatanIndonesia, dukungan Direktorat Jenderal IKMA, Kemenperin dengan program *e-Smart* nya dan dukungan dari komunitas serta keluarga, bukan tidak mungkin ancaman pandemi ini telah menjadi peluang sumber penghasilan baru bagi orang-orang yang memiliki talenta dan berjiwa wirausaha, untuk bangkit dan tumbuh menjadi pelaku usaha IKM yang tidak hanya sekedar menjadi penyangga ekonomi keluarga, namun dapat membantu menggerakkan ekonomi secara luas. Yang terpenting terus bergerak, kreatif, jeli dalam melihat peluang usaha, tidak berpangku tangan dan pasrah. Dan yang terakhir bagi calon pelaku usaha IKM, tetaplah semangat untuk memulai usaha, sertakan dalam setiap kegiatan usaha apapun selain berbagai upaya maksimal selalu iringi dengan do'a agar mencapai kelancaran dan kesuksesan (**Kohar** – dari berbagai sumber).

SANTRI PRENEUR

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

**“Santri Hebat,
Industri Kuat,
Indonesia Jaya”**



Restrukturisasi

Program pemberian
potongan harga
pembelian
mesin/peralatan dari
Pemerintah melalui
Kementerian
Perindustrian kepada
perusahaan industri kecil
dan menengah



**Kementerian
Perindustrian**
REPUBLIK INDONESIA

Data Itu Mahal

Tulisan judul diatas dikutip dari seorang moderator pada saat pelatihan Amazon Web Services di Jambi beberapa waktu yang lalu. Selain itu BPS menyebutkan dalam akun resmi twitter mereka pada tanggal 8 Januari 2020, “Membangun itu mahal, tetapi tanpa data yang benar, pembangunan akan jadi jauh lebih mahal”.

Mengapa data itu mahal? karena dengan data kita dengan mudah merencanakan, dengan data kita lebih cepat dan tepat dalam mengambil tindakan, dengan data membantu mengambil keputusan, dengan data kita dapat melakukan evaluasi dan monitoring dan masih banyak lagi fungsi data yang mungkin dapat dirasakan sendiri manfaatnya oleh masyarakat.

Presiden Indonesia, Joko Widodo bahkan menyebutkan data merupakan kekayaan baru yang lebih berharga dari minyak. Beliau mungkin ingin menggambarkan betapa mahalnya data. Hal tersebut disampaikan beliau dalam Pidato Kenegaraan di Komplek MPR-DPR Jakarta, Jumat, 16 Agustus 2019.



• Foto : Istimewa

Pertanyaannya, apakah data yang kita peroleh, dapat diyakini kebenarannya? Untuk menjawab pertanyaan ini, disinilah yang menjadikan data itu menjadi mahal. Bagaimana tidak, untuk dapat menampilkan data IKM sesuai dengan standar Ditjen IKMA Kemenperin saja misalnya, perlu beberapa langkah mulai dari pemetaan wilayah, penyiapan alat dan berkas, pembekalan terhadap petugas pengumpul data, cek kelengkapan data, input data, sampai ke pengolahan data yang di dalamnya termasuk proses analisa. Langkah tersebut dapat dipenuhi dengan membiayai jasa *enumerator*, *operator*, *analisis*, sampai ke petugas administrasi dan lain-lain.

Sedikit menyinggung pembekalan petugas pengumpul data, hal ini termasuk langkah awal yang penting sebelum melakukan pengambilan data. Seperti contoh data IKM di atas misalnya, di sana diminta Nilai Investasi. Apa yang dimaksud nilai investasi harus satu pemahaman. Pedomannya adalah UU NO. 3/2014 tentang Perindustrian, kemudian dipertegas dalam Permenperin No. 64/2016 disebutkan bahwa yang dimaksud nilai investasi adalah nilai tanah dan bangunan, mesin peralatan, sarana dan prasarana, tidak termasuk modal kerja. Di sinilah pentingnya pembekalan untuk petugas pengumpul data, mereka harus dibekali bagaimana mendapatkan data yang sesuai dengan pedoman dan peraturan yang berlaku, sehingga dalam klasifikasi industri akhirnya menjadi benar.

Sekarang kita sudah memasuki Revolusi Industri tahap 4, di mana data berperan penting. Kolaborasi *big data*, *cloud computing*, lalu *internet of things* harusnya akan mempermudah semuanya, tapi itu kembali lagi, perlu kocek yang cukup besar dan datanya wajib benar. Misal diambil contoh pemanfaatan *big data* yang maksimal. Contoh ini didapatkan dari beberapa sumber. Pada saat kondisi *lockdown* di Wuhan, semua orang wajib mengunduh satu aplikasi di ponsel mereka, dengan mengunduh aplikasi tersebut semua orang terhubung dengan

pusat kesehatan nasional. Sejak itu di layar ponsel penduduk muncul status kesehatan mereka masing-masing : Hijau, Kuning, atau Merah.

Bagi yang benar-benar harus keluar rumah karena urusan penting, mereka harus menunjukkan ponsel status yang ada di layar ponsel ke petugas. Kalau layar ponsel mereka warna hijau berarti diizinkan, tapi terbatas. Misalnya ke supermarket atau ke toko obat. Tapi jika layar di ponselnya berwarna kuning mereka tidak boleh ke mana-mana. Apalagi warna merah.

Dari mana asal status kesehatan itu? Siapa yang memberi status hijau, kuning, atau merah itu? Semua itu berasal dari *Big data*. Pada saat mengunduh aplikasi, penduduk menjawab banyak pertanyaan yang muncul di layar, dan tidak hanya muncul sekali waktu mengunduh, akan tetapi muncul setiap hari pada jam yang sudah ditentukan. Semua jawaban itu masuk ke sentral data, jadilah *Big data* yang menjadi sumber untuk diproses. Lalu muncullah status hijau, kuning, atau merah di layar ponsel.

Lalu dimana sisi mahalnyanya, tentulah di pengelolaan *Big data* tersebut, perlu hardware yang cukup mahal, selain itu, jika data disimpan dalam jangka waktu tertentu, akan butuh biaya tambahan untuk memastikan data tersebut tidak rusak.

Di negara kita sebenarnya ada aplikasi serupa yaitu PeduliLindungi, namun di lapangan, masyarakat belum banyak yang memaksimalkan ini karena berbagai macam kondisi, sehingga pemerintah belum dapat *Big data* untuk pemetaan masyarakat yang terdampak Covid-19 secara maksimal.

Kesimpulan yang diperoleh dari proses diatas menjadikan data itu mahal, oleh karena itu perlu alokasi dana khusus jika kita ingin bekerja berbasis data yang benar. **(Muhammad Fachmi)**.



Kementerian
Perindustrian
REPUBLIK INDONESIA

Manfaatkan fasilitasi Ditjen IKMA

Buka situsnya dan **Download
Aplikasinya** sekarang juga !

www.klinikkemasan.kemenperin.go.id

**KLINIK PENGEMBANGAN
DESAIN KEMASAN & MEREK**
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
Faxes. 021 - 5255351



Klinik desain
mereKemas





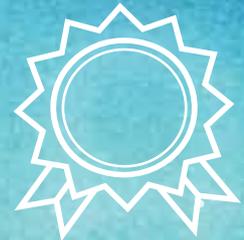
Kementerian
Perindustrian
REPUBLIK INDONESIA



Indikasi Geografis



Hak Kekayaan
Intelektual



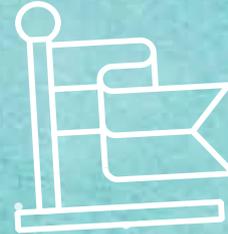
Hak Cipta



Konsultasi



Advokasi

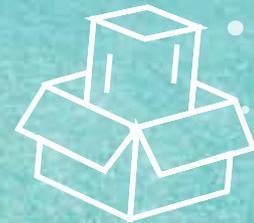


Merek



Paten

**Klinik
HKI-IKMA**



Desain
Industri

Klinik HKI (Hak Kekayaan Intelektual)

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



Email : linik.hkiikm@gmail.com