

MEDIA INFORMASI & PROMOSI INDUSTRI KECIL, MENENGAH DAN ANEKA

ISSN : 0126-1088
Nomor.71/Oktober-Desember2020

GEMA

04

OVOP
MENGHADIRKAN
OPTIMISME
BAGI IKM

18

METODE
PENILAIAN
UPAKARTI

28

INOVASI IKM
DI TENGAH
PANDEMI



**PENGHARGAAN
BIDANG INDUSTRI
2020**

Download Majalah



Scan Disini

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.

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. Ely 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 Sugiaro

MEDIA PARTNER
Nijuu

Salam Redaksi

APRESIASI

Apresiasi adalah sebuah kata padanan penghargaan atau *reward* dalam bahasa Inggris. Arti lain adalah hadiah atau imbalan. Secara definisi penghargaan adalah sesuatu yang diberikan pada perorangan atau kelompok jika mereka melakukan suatu keulungan (keunggulan) di bidang tertentu (wikipedia). Tujuannya antara lain adalah memotivasi penerima penghargaan untuk terus berbuat baik dan juga pihak lain agar terpacu melakukan yang sama dengan penerima penghargaan.

Banyak bentuk yang diberikan negara untuk memacu rakyat memberikan yang terbaik di bidang yang ditekuninya. Seperti yang dilakukan oleh Kementerian Perindustrian (Kemenperin), dalam hal ini Direktorat Jenderal Industri Kecil, Menengah, dan Aneka (Ditjen IKMA) yang secara rutin memberikan penghargaan bagi IKM yang meraih prestasi tertentu sesuai dengan kapasitas yang dimiliki. Misalnya untuk desain produk ada *Indonesia Good Design Selection* (IGDS). Di sini dipilih desain-desain produk yang inovatif dan memberikan inspirasi bagi desainer-desainer lain untuk berkarya.

Ada juga *Indonesia Fashion and Craft Award* (IFCA) yang memberikan apresiasi kepada desainer muda berbakat dan memiliki visi keberlanjutan di bidang kriya dan fesyen. Juga ada *Modest Fashion Project* (MOFP) yang memberikan wadah dan panggung bagi desainer muda, khususnya busana muslim agar dapat mengembangkan diri sekaligus berpromosi.

Dalam bidang makanan dan minuman ada *Indonesia Food Innovation* (IFI). Sedangkan bagi anak muda yang bergelut di bidang IT, Ditjen IKMA juga memberikan wadah untuk berkarya melalui *Startup4Industry*. Ada pula Kompetisi Tudung Saji yang unik karena memberikan keleluasan bagi perajin untuk melakukan inovasi dan kreativitas dalam membuat tudung saji. Kompetisi ini merupakan kerja sama antara Dekranas dengan Kemenperin.

Kemudian ada juga penghargaan Upakarti (yang terdiri dari jasa pengabdian dan kepeloporan) yaitu penghargaan yang diberikan kepada pihak yang berprestasi, berjasa, dan aktif melakukan pembangunan dan/atau pemberdayaan industri kecil dan menengah. Ini merupakan apresiasi dari pemerintah kepada mereka yang berdedikasi tinggi melakukan berbagai upaya yang luar biasa dalam pengembangan IKM.

Masih ada lagi penghargaan yang diberikan Ditjen IKMA kepada pelaku IKM yang serius mengembangkan usaha, sebut saja penghargaan OVOP atau *one village one product*, yang diberikan bagi IKM yang mampu mengembangkan dan mengkolaborasi produk yang dihasilkan dengan bahan dari sumber daya yang ada di sekitarnya.

Harapan dari pemberian penghargaan-penghargaan ini, agar dapat meningkatkan kesadaran dan mendorong prakarsa masyarakat, lembaga, organisasi, atau perusahaan untuk berpartisipasi aktif dalam pembangunan dan pemberdayaan sektor IKM. Maju terus IKM Indonesia.

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



04

INFO KEBIJAKAN
OVOP Menghadirkan Optimisme bagi IKM

Program OVOP yang sudah berjalan sejak tahun 2007 akan menjadi program utama bagi pembinaan IKM. Tahun 2021 kembali akan dilakukan proses seleksi untuk anugerah OVOP. Banyak manfaat bagi IKM yang meraih anugerah OVOP. Bagi Direktorat Jenderal Industri Kecil, Menengah, dan Aneka (IKMA) Kementerian Perindustrian adanya OVOP akan lebih fokus dalam pembinaan IKM.



18

INFO UTAMA
Metode Penilaian Upakarti

Sebagai bentuk apresiasi terhadap pelaku usaha Industri Kecil dan Menengah, Pemerintah melalui Kementerian Perindustrian khususnya Ditjen IKMA tahun 2020 ini memberikan penghargaan Upakarti kepada orang perseorangan, Lembaga/organisasi ataupun perusahaan dalam bidang Jasa Pengabdian dan jasa Kepeloporan.



56

SENTRA KE SENTRA
Belanja, Belajar dan Berwisata di Sentra Kerajinan Bambu Brajan

Sentra kerajinan bambu dusun Brajan telah memperkenalkan diri sebagai penghasil aneka kerajinan bambu. Semakin hari semakin banyak dikunjungi karena keindahan alam, taman dan keunikannya untuk dapat melakukan 3 B (Belanja, Belajar dan Berwisata).



Bung Gema



Index

59 PROFIL USAHA

Tantangan Generasi Kedua "Kipas Wiracana"

Salah satu generasi penerus yang begitu antusias dan serius melanjutkan usaha dari orang tuanya dalam bidang pembuatan kerajinan kipas yang didirikan tahun 1970 dan sampai sekarang masih tetap eksis dengan penerus generasi kedua yaitu Mas I Wayan Wiraperdana.

71 STANDARDISASI & TEKNOLOGI

Penerapan Standar Dan Pengawasan Mutu Bagi Produk IKM

Dalam memenuhi permintaan pasar dalam negeri, Produk IKM harus didukung oleh penerapan standardisasi dan pengawasan mutu produk sebagai jaminan kualitas yang dipasarkan sesuai dengan kebutuhan konsumen.

75 PELUANG USAHA

Wadah Makanan Ramah Lingkungan dari Pelepeh Pinang

Permasalahan lingkungan membuat kesadaran masyarakat tentang produk ramah lingkungan semakin meningkat. Ini ditandai dengan mulai dibatasinya penggunaan plastik, sehingga kemasan ramah lingkungan, menjadi salah satu solusi terbaik, terutama bagi para *seller* atau pelaku bisnis.

77 SERBA SERBI

Industri Kemasan Diproyeksi Tumbuh Ikuti Perkembangan Teknologi

Industri manufaktur secara umum tidak dapat lepas dari peran industri kemasan, dan saat ini, teknologi pengemasan sangat berkembang dengan cepat.



OVOP Menghadirkan Optimisme bagi IKM

Program OVOP yang sudah berjalan sejak tahun 2007 akan menjadi program utama bagi pembinaan IKM. Tahun 2021 kembali akan dilakukan proses seleksi untuk anugerah OVOP. Banyak manfaat bagi IKM yang meraih anugerah OVOP. Bagi Direktorat Jendral Industri Kecil, Menengah, dan Aneka (IKMA) Kementerian Perindustrian adanya OVOP akan lebih fokus dalam pembinaan IKM.

Banyaknya usaha skala industri kecil dan menengah (IKM) yang memanfaatkan bahan baku dari wilayah atau daerah sekitar menjadikan banyaknya pengusaha IKM yang menggantungkan pada sumber daya alam sebagai bahan baku. Bisa dilihat, setiap daerah memiliki kekhasan produk tersendiri sehingga muncul keberagaman produk yang seharusnya menjadi kekuatan.

Proses produksi atau industri di daerah-daerah tertentu menyatu dalam suatu kelompok yang disebut sentra. Di sinilah Direktorat Jenderal Industri Kecil, Menengah dan Aneka, Kementerian Perindustrian (Ditjen IKMA, Kemenperin) beserta dinas perindustrian setempat (provinsi dan kabupaten/kota) terus memacu pengembangan sektor industri kecil menengah (IKM) agar lebih produktif dan berdaya saing. Berbagai program telah diluncurkan, termasuk pada saat Indonesia dan juga dunia dilanda pandemi Covid-19.

Salah satu langkah strategisnya adalah menggunakan pendekatan *One Village One Product* (OVOP) di sentra IKM. OVOP sendiri seperti diungkapkan oleh Dirjen IKMA, Kemenperin Gati Wibawaningsih merupakan pendekatan pengembangan potensi di satu wilayah untuk menghasilkan suatu produk kearifan lokal berkelas global yang khas daerah dengan memanfaatkan sumber daya lokal.

Dari definisi di atas sudah bisa ditangkap bahwa OVOP terkait dengan proses produksi (menghasilkan suatu produk) yang bertumpu pada kearifan lokal. Artinya bahan baku utama produk yang akan dihasilkan merupakan sumber daya asli di daerah tersebut atau sumber daya lokal. Selanjutnya, yang dihasilkan itu adalah produk berkelas global. Kualitas internasional yang harus diterima oleh konsumen lokal dan mancanegara.

Pembinaan IKM di sentra melalui pendekatan OVOP memiliki 3 (tiga) prinsip dasar, yaitu:

- 1 **Local yet global** yang artinya mengupayakan potensi lokal untuk menghasilkan produk yang berdaya saing global;
- 2 **Self reliance and creativity**, yang menekankan bahwa kemandirian masyarakat setempat menjadi motor pendorong utama program OVOP;
- 3 **Human resource development**, yaitu bagaimana pengembangan SDM berperan penting akan sukses atau tidaknya program OVOP.

OVOP di Indonesia

Di Indonesia, terutama yang sudah dilakukan oleh Ditjen IKMA, Kemenperin, untuk menentukan sebuah sentra memenuhi syarat OVOP melalui sebuah penilaian yang tidak sederhana. Bisa dikatakan ketat karena saat penentuan setiap sentra bersaing dengan sentra lainnya. Berbagai persyaratan harus dipenuhi oleh sentra yang memperoleh predikat OVOP.

Sampai saat ini, Ditjen IKMA, Kemenperin sudah melakukan tiga kali penilaian terhadap sentra-sentra yang memenuhi syarat sebagai sentra OVOP. Pelaku usaha IKM di sentra tersebut memang harus mengajukan diri dengan melampirkan berbagai syarat yang sudah ditetapkan. Penilaian selanjutnya akan dilakukan oleh tim juri yang ditunjuk yang tentunya berkompeten di bidangnya.

Program OVOP sendiri diadopsi dari Jepang tepatnya di Prefektur Oita pertama kali dilaksanakan tahun 1979. Saat itu, mereka berhasil mengembangkan produk jamur shitake. Bahkan, model pendekatan OVOP kemudian diadopsi oleh Thailand dengan jargon *One Tambon One Product* (OTOP) yang berhasil mempopulerkan produk olahan buah, kain sutra, dan gerabah.

Di Indonesia, program OVOP diperkenalkan oleh Kemenperin sejak tahun 2007. Setahun kemudian sebanyak 37 sentra ditetapkan sebagai OVOP. Bagi sentra yang telah ditetapkan sebagai OVOP, Kemenperin melakukan pembinaan dari tahun 2009 hingga 2011. Pembinaan bekerja sama dengan JETRO (Japan External Trade Organization/Organisasi Perdagangan Luar Negeri Jepang).

Pada tahun 2013, Kemenperin melakukan penganugerahan OVOP atau OVOP Award bagi sentra OVOP yang sudah mengajukan dan memenuhi syarat dimasukkan dalam kategori OVOP ini. IKM OVOP yang memenangkan anugerah ini mendapat pembinaan dan fasilitasi agar makin berkembang. Sampai saat ini penghargaan OVOP sudah diberikan sebanyak tiga kali. Terakhir penganugerahan OVOP dilakukan pada tahun 2018 menghasilkan 112 IKM OVOP yang terdiri dari 13 IKM batik, 63 IKM makanan dan minuman, 4 IKM gerabah dan keramik hias, 22 IKM kain tenun, dan 10 IKM anyaman. Ada empat IKM yang berhasil meraih prestasi tertinggi berupa bintang 5 OVOP berasal dari Sumatera Barat, Jawa Barat, Yogyakarta, dan NTB.



• Program Pembinaan IKM di Sentra melalui Pendekatan OVOP. • Doc. Kemenperin



Sosialisasi

Pada tahun depan atau 2021 penghargaan OVOP akan kembali digelar. Dalam acara “Sosialisasi kegiatan Pembinaan IKM di Sentra melalui Pendekatan OVOP” yang diadakan di berbagai kota dalam bulan November 2020, Dirjen Gati Wibawaningsih menyatakan bahwa untuk ke depan, kegiatan pembinaan IKM melalui pendekatan OVOP fokus pada aspek yang dapat mendorong IKM *go global*, khususnya akses pasar, peningkatan citra, dan inovasi pengembangan produk sesuai dengan permintaan pasar. Instansi pembina di daerah juga turut dilibatkan sebagai bagian dari tim penilai IKM OVOP, sehingga pemerintah daerah akan mendapatkan umpan balik atas aspek yang memerlukan peningkatan.

Selain itu, Ditjen IKMA Kemenperin juga membuka ruang kolaborasi yang lebih luas lagi dalam memperkuat daya saing IKM OVOP, sehingga memperbesar peluang produk OVOP Indonesia untuk dapat berbicara lebih banyak di pasar nasional bahkan internasional.

Untuk kriteria penilaian OVOP tahun depan, Ditjen IKMA menetapkan kriteria baru yang berbeda dengan penilaian IKM OVOP sebelumnya. Dalam acara sosialisasi yang diadakan di berbagai kota, Gati Wibawaningsih menyebutkan bahwa tahun depan ada perubahan yang disebut sebagai “program new OVOP” atau “OVOP baru” terkait syarat serta penilaian yang akan dilakukan oleh Ditjen IKMA Kemenperin.

Perubahan program OVOP ini terdiri dari enam poin, yaitu:

- 1 IKM OVOP wajib berada di sentra.
- 2 Peran Forum Koordinasi OVOP di daerah ditarik ke pusat melalui Kelompok Kerja OVOP.
- 3 Peran Dinas Provinsi pengusul sebagai anggota Tim Seleksi.
- 4 Pengusulan IKM OVOP dilakukan langsung oleh Kabupaten/Kota ke Pusat dengan ditembuskan ke provinsi secara daring melalui aplikasi/*website* OVOP.
- 5 Mekanisme terdiri dari Pengusul (Kabupaten/Kota), Verifikator (Sekretariat) dan Tim Seleksi.
- 6 IKM OVOP yang telah mendapatkan penghargaan dievaluasi dan hasilnya dijadikan basis penilaian periode berikutnya tanpa melalui tahapan pengusulan kembali.

Kriteria OVOP

- Merupakan unggulan daerah;
- Memiliki keunikan, antara lain motif, desain produk, teknik pembuatan, keterampilan dan/atau bahan baku, yang berbasis pada kearifan lokal;
- Diutamakan berbahan baku lokal;
- Memiliki pasar domestik (regional dan/atau nasional) dan/atau global; dan
- Memiliki kualitas dan diproduksi berkesinambungan.

Dari enam poin di atas, Ditjen IKMA, Kemenperin mencoba mengadopsi situasi terkini yaitu pandemi Covid-19 yang masih belum terbaca kapan akan berakhir. Untuk itu segala persyaratan yang ditentukan harus diajukan dikirim melalui aplikasi *website* OVOP yaitu www.ovop.kemenperin.go.id.

Bagi daerah atau sentra yang memiliki produk unggulan, unik, dan tentunya yang berbasis pada kearifan lokal dan berbagai kriteria yang sesuai serta persyaratan sesuai yang telah ditetapkan bisa bersiap untuk mengajukan pada Januari 2021.

Pembinaan

IKM yang meraih penghargaan OVOP akan mendapat pembinaan, yang pertama akan dilakukan; *Rebranding* yaitu *repositioning* dan memperkuat citra produk OVOP tanpa meninggalkan kearifan lokal baik melalui perbaikan kemasan dan meningkatkan segmen pasar.

Kedua, *market entry* yaitu memperkenalkan produk OVOP ke pasar, baik pasar fisik maupun pasar *digital*. IKM akan diikutsertakan dalam pameran di dalam negeri, akses ke *marketplace*, *link and match* (dengan berbagai BUMN), dan pembukaan akses pasar.

Ketiga, *take off/expantion*, yaitu menyiapkan IKM OVOP agar mampu melakukan *ekspor*. IKM akan diberi pelatihan dan pendampingan *ekspor*, *market intelligence*, dan misi dagang atau *link and match*.

Program pembinaan yang dilakukan tak hanya terkait peningkatan kualitas produk. Ada tiga hal yang akan dilakukan oleh Ditjen IKMA, Kemenperin bagi pemenang OVOP. Selain aspek produk, juga aspek manajemen dan pemasaran, serta aspek pengembangan masyarakat dan pengendalian lingkungan. Artinya semua aspek akan diperoleh para peraih anugerah OVOP.

Melihat seriusnya Ditjen IKMA dalam melakukan pembinaan bagi peraih OVO membuat semua pihak optimistis, model pengembangan di sentra IKM melalui pendekatan OVOP akan berhasil di Indonesia. Semua potensi yang ada (sumber daya alam, sumber daya manusia dan kearifan lokalnya) dimiliki oleh bangsa ini. Dan, kita yang harus memanfaatkan untuk kesejahteraan bangsa Indonesia. **(Jay)**

Persyaratan

- Memenuhi kriteria OVOP;
- Merupakan penghela di Sentra IKM yang memberikan dampak yang besar terhadap ekonomi daerah;
- Memiliki aspek legalitas di bidang industri;
- Diusulkan oleh Dinas yang menangani bidang perindustrian di Kabupaten/Kota;
- Merupakan IKM yang bergerak di komoditi makanan dan minuman, kain tenun, kain batik, anyaman dan gerabah; dan
- Khusus bagi IKM komoditi makanan dan minuman, memiliki ijin edar produk (PIRT/MD), memiliki sertifikat halal, dan hasil pengujian laboratorium yang terakreditasi bahwa produk memenuhi persyaratan standar keamanan pangan.

Kelengkapan Pengusulan IKM OVOP



Timeline Program NEW OVOP Tahun 2021



* Bersifat tentatif.

OVOP Kuatkan IKM Lebih Berdaya Saing

IKM OVOP bintang lima merasakan manfaat besar setelah pembinaan secara khusus. Acara sosialisasi pembinaan melalui OVOP diharapkan memberikan masukan bagi IKM serta pembina di daerah tentang pentingnya sentra OVOP. Tahun 2021 akan dimulai rangkaian proses penilaian IKM OVOP yang keempat kali.

Indonesia memiliki keanekaragaman hayati dan budaya mulai dari ujung Pulau Sumatera sampai Papua, yang bila didukung pengelolaannya dengan tepat, IKM kita bisa menjadi motor penggerak ekonomi masyarakat di daerah, khususnya dalam upaya pemulihan ekonomi nasional akibat pandemi Covid-19.

Salah satu program yang terus digulirkan oleh Direktorat Jendral Industri Kecil, Menengah, dan Aneka (IKMA) Kementerian Perindustrian adalah OVOP atau *One Village One Product* dan sudah berjalan sejak tahun 2007. OVOP bertumpu pada kekuatan sumber daya lokal serta kearifan lokal yang menghasilkan produk berkelas global dan diharapkan akan meningkatkan ekonomi suatu daerah. Adanya program OVOP ini akan lebih fokus dalam hal pembinaan bagi IKM yang memiliki tekad untuk berkembang.

Pada tahun 2021 program OVOP akan kembali digelar. Acara sosialisasi pun dilakukan di berbagai kota. Dirjen IKMA Gati Wibawaningsih turun langsung dalam kegiatan sosialisasi yang bertajuk "Sosialisasi kegiatan Pembinaan IKM di Sentra melalui Pendekatan OVOP" ini. Dalam acara ini Gati Wibawaningsih menjelaskan berbagai hal terkait program OVOP di Indonesia serta keberhasilan yang telah diraih. Salah satu yang menarik adalah mengundang pembicara peraih OVOP yang dapat dijadikan acuan keberhasilan pembinaan IKM melalui program OVOP.

Seperti pada acara sosialisasi di Yogyakarta pada 19 November 2020, Dirjen IKMA menghadirkan IKM OVOP bintang 5, yaitu



• Batik Winoto Sastro asal Yogyakarta peraih penghargaan OVOP bintang lima.
• Doc. Kemenperin

IKM Batik Winotosastro. Pemilik batik Winotosastro berbagi cerita tentang perkembangan usaha dan konsistensinya dalam mempertahankan bintang OVOP, serta benefit yang diperoleh selama mengikuti program OVOP.

Sebagaimana kita ketahui batik telah menjadi bagian budaya yang tak terpisahkan dari sejarah Indonesia. Budaya batik di Indonesia semakin dipertegas dengan ditetapkannya sebagai Warisan Kemanusiaan untuk Budaya Lisan dan Non bendawi (*Masterpieces of the Oral and Intangible Heritage of Humanity*) pada 2 Oktober 2009 oleh UNESCO.

Ditjen IKMA juga memberikan dukungan penuh bagi industri batik Indonesia melalui berbagai program. Mulai dari pelatihan, fasilitasi sarana produksi, pendampingan desainer dan tenaga ahli, serta partisipasi pameran. Di samping itu, Ditjen IKMA juga memfasilitasi perlindungan Indikasi Geografis Batik Tulis

Nitik Yogyakarta pada tahun 2019. Saat ini, Indikasi Geografis Batik Tulis Complongan Indramayu juga sedang dalam proses finalisasi dan siap untuk didaftarkan.

Sementara itu saat diadakan sosialisasi di Padang, 24 November 2020, hadir pula IKM OVOP bintang 5, yaitu IKM Tenun Songket Hj. Fatimah Sayuthi yang secara konsisten melestarikan dan mengembangkan tenun songket Pandai Sikek. Hj. Fatimah Sayuthi juga berbagi pengalaman bagaimana Songket Fatimah Sayuthi dapat secara konsisten mampu mempertahankan bintang OVOP, serta benefit atau manfaat yang diperoleh selama mengikuti program OVOP.

Kain tenun songket telah mengakar begitu kuat di Sumatera, khususnya Provinsi Sumatera Barat. Sentra songket tersebar di beberapa kabupaten, mulai dari Kabupaten Solok Selatan, Kabupaten Agam, Kabupaten Limapuluh Kota dengan sentra songket Halaban, Kabupaten Sawahlunto dengan sentra songket Silungkang dan Kabupaten Tanah Datar dengan sentra songket Pandai Sikek, serta banyak sentra lainnya yang tersebar di provinsi "Urang Awak" ini. Budaya tenun songket di pandai sikek juga diabadikan sebagai ilustrasi pada uang pecahan 5.000 rupiah emisi tahun 2001.

Direktorat Jenderal Industri Kecil, Menengah dan Aneka mendukung perkembangan industri tenun dan songket di Indonesia melalui berbagai program. Ditjen IKMA juga memfasilitasi perlindungan Indikasi Geografis Tenun Gringsing Bali pada tahun 2016 dan Tenun Doyo Benuaq Tanjung Isuy Jempang Kutai Barat, Kalimantan Timur pada tahun 2019.

Kejayaan kearifan lokal di Sumatera tergambar dari jumlah IKM OVOP tahun 2018 dari pulau Sumatera mencapai 67 IKM dari 112 IKM OVOP (59,82%), mulai dari komoditi makanan dan minuman, kain batik, kain tenun, hingga anyaman.

Pada komoditi makanan dan minuman, siapa yang tak kenal dengan rendang? Kuliner satu ini sukses membius indera perasa yang mencicipinya hingga akhirnya berulang kali dinobatkan menjadi kuliner terlezat sedunia versi CNN Travel. Tahun lalu telah dilakukan sinergi pengembangan sentra IKM rendang Payakumbuh dengan para *stakeholder* untuk

memperkuat IKM dari aspek legalitas, pembiayaan, proses produksi yang mencakup sarana dan prasarana, SDM, standar dan sertifikasi, dan desain produk/kemasan, serta akses pasar. Sinergi seperti ini dapat menjadi *benchmark* yang dapat diterapkan pada komoditi lainnya guna memperkuat sentra IKM.

Selanjutnya, pada acara sosialisasi di Lombok pada 27 November 2020, dihadirkan pemilik salah satu IKM OVOP bintang 5, IKM Anyaman Ketak Mawar Art Shop, Mawarianti. Pengalaman usahanya, fasilitas yang pernah diterima, peluang dan tantangan yang dihadapi serta benefit yang diperoleh selama mengikuti program OVOP disampaikan Mawarianti.

Produk anyaman ketak hasil produksinya membuktikan bahwa produk dengan kearifan lokal yang tinggi mampu menarik perhatian pasar global. Pada tahun 2010 *Japan External Trade Organization* (JETRO) bekerja sama dengan Ditjen IKMA melakukan pembinaan IKM melalui pendekatan OVOP di tiga Provinsi, yaitu Jawa Barat, Bali dan Nusa Tenggara Barat dengan komoditas sasaran tenun dan anyaman ketak. Salah satunya adalah Mawar Art Shop. JETRO memberikan pendampingan dalam mengembangkan produk anyaman ketak milik Mawarianti hingga mampu menembus pasar Jepang dengan berpartisipasi pada Tokyo Gift Show tahun 2011 dan 2012. Saat ini Mawar Art Shop telah mendapatkan *buyer* rutin dan berhasil melakukan *ekspor* secara langsung ke Jepang dan Korea dan Amerika Serikat secara tidak langsung.

Secara pribadi Dirjen IKMA berharap agar IKM tenun Lombok maupun di wilayah Indonesia timur lainnya juga dapat terangkat menjadi salah satu IKM OVOP, karena baru satu IKM tenun asal Indonesia bagian timur, yaitu Sulawesi Tenggara yang menjadi IKM OVOP. Padahal reputasi kain tenun asal Indonesia timur sudah dikenal luas secara nasional maupun mancanegara.

Sosialisasi ini mengawali program OVOP di tahun 2021. Diharapkan sentra-sentra di seluruh Indonesia mengajukan IKM terbaiknya dalam penilaian yang dimulai pada Januari 2021. (Jay)

IKM Pakaian Bayi Terapkan SNI Wajib

Kementerian Perindustrian terus memacu daya saing industri kecil menengah (IKM) yang memproduksi pakaian bayi. Salah satu langkah strategisnya adalah pemberlakuan Standar Nasional Indonesia (SNI) wajib untuk produk pakaian bayi.

“Penerapan SNI wajib ini bertujuan untuk meningkatkan kualitas produk pakaian bayi yang beredar di Indonesia, selain juga untuk melindungi keamanan, kesehatan, dan keselamatan anak Indonesia,” kata Direktur Jenderal Industri Kecil, Menengah, dan Aneka (IKMA) Kemenperin Gati Wibawaningsih di Jakarta, Rabu 11 November.

Dirjen IKMA menjelaskan, regulasi tersebut tertuang dalam Peraturan Menteri Perindustrian Nomor 7 Tahun 2014 tentang Pemberlakuan SNI Persyaratan Zat Warna Azo, Kadar Formaldehida dan Kadar Logam Terekstraksi pada Kain untuk Pakaian Bayi secara Wajib. Standardisasi juga berperan sebagai acuan dalam pemantapan struktur industri sesuai dengan kebutuhan pasar.

“Selain itu, pemberlakuan standardisasi dilakukan sebagai perlindungan konsumen khususnya dari serbuan produk impor berkualitas rendah dan membahayakan kesehatan, keamanan, keselamatan, serta kelestarian fungsi lingkungan hidup,” ungkapnya.

Sejak tahun 2015, Ditjen IKMA telah memfasilitasi pendampingan dan sertifikasi SNI pakaian bayi kepada 148 pelaku IKM. “Dalam masa pandemi Covid-19 saat ini, kami juga memberikan kemudahan bagi pelaku IKM pakaian bayi,” ujar Gati.

Kemudahan itu misalnya tentang kelonggaran perpanjangan sementara masa pengurusan sertifikasi SNI pakaian bayi secara wajib. Hal ini sebagai upaya membangkitkan semangat usaha dari pelaku industri di dalam negeri akibat pandemi.

“Jadi, masa berlaku SPPT SNI pakaian bayi yang tadinya selama enam bulan, diperpanjang menjadi 12 bulan terhitung dari sejak tanggal berakhirnya SPPT SNI pakaian bayi yang dimiliki terakhir,” jelas Gati.

Berikutnya, Kemenperin aktif melakukan berbagai kegiatan untuk mendukung produktivitas para pelaku IKM di tanah air selama masa pandemi Covid-19. Program itu antara lain *workshop daring* tentang kiat bertahan di masa pandemi, cara pemasaran *online*, serta gerakan kampanye penggunaan produk lokal.

Di samping itu, Dirjen IKMA mengemukakan, pihaknya terus mendorong pelaku IKM di tanah air untuk segera memanfaatkan teknologi *digital* dalam pemasarannya. Upaya ini sebagai salah satu solusi guna menghadapi adaptasi kebiasaan baru.

“Terkait dengan penerapan teknologi *digital* bagi IKM sebagai langkah penerapan peta jalan *Making Indonesia 4.0*. Sejak tahun 2017, kami telah melaksanakan program e-Smart IKM. Dalam program ini, IKM dipacu untuk bisa memanfaatkan teknologi *digital* dalam pemasaran produk mereka, utamanya melalui *e-commerce*,” paparnya.

Antusiasme IKM untuk mengikuti program e-Smart IKM 2020 yang disinergikan dalam program Gerakan Nasional #BanggaBuatanIndonesia (BBI) yang dicanangkan Presiden cukup besar, yaitu sebanyak 3.956 IKM sejak dibuka pendaftaran dari tanggal 5 Juni sampai 1 September 2020.

Sebanyak 2.014 pelaku IKM dari total 3.956 pendaftar tersebut telah dikurasi untuk ditindaklanjuti pembinaannya. Sebanyak 13 persen dari jumlah tersebut adalah IKM dengan produk komoditas logam, permesinan, elektronika, dan alat angkut. (Lusi Marta)



• Penerapan SNI pada pakaian bayi • Foto Istimewa

Belanja *Online* Produk Kosmetik Melonjak Saat Pandemi

Pelaku industri kecil menengah (IKM) dituntut untuk bisa mencari peluang usaha di tengah kondisi pandemi Covid-19. Adanya adaptasi kebiasaan baru akibat pandemi, telah menggeser pola belanja dari *offline* menjadi *online*. Ini terlihat dengan meningkatnya transaksi *online* produk kosmetik sebesar 80%.

• Beragam produk kosmetik yang melonjak saat Pandemi

• Foto Istimewa



“*Social distancing* menyebabkan konsumen menjadi lebih banyak waktu di rumah, sehingga lebih banyak waktu merawat kulit, badan, dan rambut akibatnya belanja permintaan untuk perawatan di rumah semakin meningkat menggantikan kebutuhan salon dan spa,” kata Direktur Jenderal Industri Kecil, Menengah dan Aneka (IKMA) Kementerian Perindustrian, Gati Wibawaningsih pada pembukaan *Virtual Expo IKM Kosmetik 2020*, Selasa (24/11).

Guna memenuhi permintaan konsumen yang melonjak tersebut, Kemenperin mendorong agar pelaku IKM kosmetik terus meningkatkan produktivitasnya karena akan membawa dampak positif terhadap pertumbuhan ekonomi nasional. “Untuk itu, kami juga meminta kepada mereka bisa berinovasi dalam menciptakan produk dan menjalankan bisnisnya,” ungkap Gati.

Dirjen IKMA menjelaskan, penyelenggaraan kegiatan *Virtual Expo IKM Kosmetik 2020* yang diikuti oleh 35 pelaku usaha yang tersebar di seluruh wilayah Indonesia, diyakini dapat menjadi wadah bagi para IKM kosmetik, spa, dan produk spa untuk memperluas akses pasarnya.

“IKM ini kami ajak untuk ikut dalam *virtual expo*, selain sebagai sarana pemasaran produk, juga untuk meningkatkan daya saing dan nilai tambah produk kosmetik dalam negeri. Selain itu, meningkatkan kapasitas bisnis dan meningkatkan *awareness* IKM terhadap produk kosmetik lokal yang aman dan terjangkau,” paparnya.

Merujuk data Badan Pusat Statistik (BPS), pada triwulan I tahun 2020, kinerja industri kimia, farmasi dan obat tradisional

(termasuk sektor kosmetik) mengalami pertumbuhan yang gemilang sebesar 5,59%. Bahkan, di tengah tekanan dampak pandemi Covid-19, kelompok manufaktur ini mampu memberikan kontribusi signifikan terhadap devisa melalui capaian nilai *ekspornya* yang menembus US\$ 317 juta atau sekitar Rp4,44 triliun pada semester I-2020 atau naik 15,2% dibanding periode yang sama tahun lalu.

Pada gelaran *Virtual Expo IKM Kosmetik 2020*, akan dilaksanakan beberapa rangkaian acara pendukung seperti talkshow dengan topik Industri Kosmetik Nasional Menghadapi Adaptasi Kebiasaan Baru. Adapula kegiatan konsultasi IKM *one-on-one*, *makeup class online*, *virtual muslim fashion show* dan temu bisnis IKM kosmetik, spa dan produk spa.

“Temu Bisnis dilaksanakan dengan tujuan mendorong kemitraan antara produsen bahan baku dan IKM kosmetik untuk mengurangi impor bahan baku, mengingat ketersediaan sumber daya alam Indonesia yang kaya akan tanaman yang secara turun temurun sudah banyak digunakan untuk kesehatan dan produk kosmetik,” tuturnya.

Konsultasi IKM *one-on-one* akan dilaksanakan setiap hari dengan beragam topik, diantaranya tentang prosedur sertifikasi halal, prosedur perizinan kosmetik, prosedur *ekspor* produk kosmetik, *digitalisasi* melalui media sosial, *digitalitas market*, dan *business pitching*. “Kami harap, IKM kosmetik dapat memanfaatkan peluang ini untuk meningkatkan daya saingnya, dan terus dapat berinovasi terhadap produknya,” imbuh Gati. (Lusi Marta)

Mekanisme Promosi Virtual

Sejak terjadinya pandemi, kegiatan promosi pemasaran produk sebagian besar dilakukan secara *virtual* dengan menggunakan bantuan perangkat komputer yang bisa diakses melalui jaringan internet untuk melakukan berbagai kegiatan termasuk promosi pemasaran barang atau jasa.

Kegiatan *virtual* sekarang ini sudah menjadi hal yang umum ditemukan dan dilakukan oleh para pelaku usaha IKM dalam memperkenalkan atau mempromosikan produknya agar dapat mengakses pasar yang lebih luas. Melalui kegiatan ini memungkinkan produk dapat dilihat oleh banyak konsumen di berbagai tempat dan waktu yang berbeda. Menyelenggarakan kegiatan promosi secara *virtual* atau *online* harus dipersiapkan dengan matang dan detail agar acara tersebut tepat sasaran dan menarik minat konsumen untuk menyaksikan atau terlibat langsung pada acara promosi yang sesuai dengan harapan pelaku usaha IKM selaku peserta kegiatan promosi *virtual*.

Untuk melancarkan kegiatan promosi *virtual* berbagai produk IKM, Ditjen IKMA, Kementerian Perindustrian ikut memberi solusi yang efektif dan aplikatif bagi para pelaku IKM dengan memfasilitasi rangkaian acara kegiatan promosi secara *virtual* dalam berbagai sektor industri Sandang, Kerajinan Kemasan Pangan, Logam, Kosmetik yang bertujuan untuk ikut membantu mempromosikan #BanggaBuatanIndonesia bagi seluruh produk dalam negeri.



Syarat-syarat apa saja yang sebaiknya dipenuhi oleh pelaku usaha IKM untuk ikut serta dalam promosi *virtual*, adalah sebagai berikut:



Persyaratan ini sangat diperlukan untuk menambah tingkat kepercayaan konsumen juga untuk memenuhi persyaratan penjualan dalam jumlah besar (ritel) atau bahkan untuk memenuhi permintaan *ekspor*.

Lalu bagaimana cara pelaku usaha IKM melakukan promosi produk secara *virtual* yang bisa menarik konsumen untuk menentukan pilihan yang tepat produk yang ditawarkan pada penjualan *online* dimasa pandemi ini? Berikut hal-hal yang harus diperhatikan:

Pembuatan iklan produk dalam tampilan *visual* adalah strategi baru yang perlu pelaku usaha IKM siapkan dalam media promosi bisnis, salah satunya melalui Video dengan menampilkan produk yang sedang ditawarkan kepada konsumen atau bisa juga berupa tutorial yang terkait dengan penawaran produk, sehingga konsumen mendapatkan informasi dan dapat melihat langsung produk secara lebih detail dari berbagai sisi.

Promosi *virtual* melalui media video dengan menyiarkan secara langsung produk IKM melalui channel Youtube, Instagram, Tiktok, yang sedang menjadi trending saat ini dianggap merupakan salah satu cara terbaik untuk menghasilkan keuntungan bisnis dan mendapatkan pelanggan tak hanya dari dalam negeri akan tetapi juga bisa dari luar negeri. Bahkan belakangan banyak perusahaan-perusahaan besar yang juga mulai membuat video marketing, karena menurut mereka promosi dalam bentuk video memiliki daya tarik dan kekuatan tersendiri baik dilihat dari segi audio maupun juga *visual*nya. Video marketing bisa dikatakan sama dengan iklan yang tayang di Televisi, hanya saja perusahaan tak perlu membayar terlalu mahal seperti iklan di televisi atau bahkan gratis dengan mendaftar akun yang tersedia. Hal ini juga merupakan peluang bagi pelaku usaha IKM untuk memperluas jaringannya.

Beberapa poin tambahan yang perlu diperhatikan dalam mempersiapkan produk dan narasi promosi *virtual*, yaitu ;

- 1 Gambar dan tulisan yang akan ditayangkan harus terbaca dengan jelas
- 2 Komposisi antara gambar produk dengan tulisan harus proporsional
- 3 Narasi mencakup semua informasi yang diperlukan terkait produk IKM yang dipromosikan
- 4 Kreativitas isi dan gambar harus menarik dan tidak membosankan
- 5 Terakhir tidak menjiplak hasil kreasi orang lain

Cara promosi *virtual* yang dilakukan oleh para pelaku usaha IKM di masa pandemi ini, diharapkan dapat benar-benar menjadi metode komunikasi efektif bagi para pelaku usaha IKM kepada konsumen untuk memberikan informasi yang jujur dan terpercaya terkait produknya sehingga berdampak pada peningkatan penjualan serta menciptakan loyalitas konsumen pada merek produk IKM tersebut. (*Kohar* – dari berbagai sumber)



• Pemerintah mendukung pemasaran digital bagi IKM melalui gerakan #BanggaBuatanIndonesia.
• Doc. Kemenperin



Penghargaan bagi IKM Berprestasi

Kementerian Perindustrian melalui Direktorat Jenderal Industri Kecil, Menengah dan Aneka menerbitkan Peraturan Direktur Jenderal Industri Kecil, Menengah, dan Aneka Nomor 58 Tahun 2020 tentang Petunjuk Teknis Penyaluran Bantuan Pemerintah Penghargaan di Bidang Perindustrian Lingkup Direktorat Jenderal Industri Kecil, Menengah, dan Aneka dalam rangka memberikan kepastian hukum dan pedoman dalam rangka pelaksanaan pemberian Bantuan Pemerintah berupa penghargaan bagi industri kecil dan menengah.

Pelaksanaan Bantuan Pemerintah di Lingkungan Direktorat Jenderal Industri Kecil, Menengah, dan Aneka didasari oleh amanat Peraturan Pemerintah Nomor 28 Tahun 2019 tentang Pemberdayaan Industri, di mana salah satu faktor yang menunjang pembangunan dan pemberdayaan industri kecil dan menengah yang berdaya saing adalah dengan pemberian penghargaan dengan sistem penyaluran Bantuan Pemerintah.

Bantuan Pemerintah merupakan bantuan dalam bentuk uang tunai/uang pembinaan yang tidak memenuhi kriteria bantuan sosial yang diberikan oleh Pemerintah kepada perseorangan, kelompok masyarakat atau lembaga pemerintah/nonpemerintah. Hal tersebut diatur dalam Peraturan Menteri Keuangan Nomor 173/PMK.05/2016 tentang Perubahan Atas Peraturan Menteri Keuangan Nomor 168/PMK.05/2015 tentang Mekanisme Pelaksanaan Anggaran Bantuan Pemerintah pada Kementerian Negara/Lembaga.

Dalam hal lingkup bidang perindustrian, Kementerian Perindustrian telah menerbitkan Peraturan Menteri Perindustrian Nomor 32/M-IND/PER/8/2017 tentang Pedoman Umum Penyaluran Bantuan Pemerintah di Lingkungan Kementerian Perindustrian yang memberikan amanat untuk penyusunan Petunjuk Teknis Pemberian Bantuan Pemerintah di Lingkungan Direktorat Jenderal Industri Kecil, Menengah, dan Aneka, salah satunya Bantuan Pemerintah Penghargaan.

Direktorat Jenderal Industri Kecil, Menengah, dan Aneka, Kementerian Perindustrian terus mendorong peran strategis industri kecil dan menengah dalam perekonomian nasional serta peningkatan daya saing produktivitas industri kecil dan menengah.

Dalam rangka mewujudkan hal tersebut, Direktorat Jenderal Industri Kecil, Menengah, dan Aneka pada tahun 2020 menyalurkan bantuan pemerintah berupa penghargaan melalui beberapa kegiatan, yaitu sebagai berikut:

Penghargaan Upakarti

Penghargaan Upakarti merupakan penghargaan di bidang perindustrian yang diberikan kepada pihak yang berprestasi, berjasa, dan aktif melakukan pembangunan dan/atau pemberdayaan industri kecil dan menengah yang diklasifikasikan dalam kategori Jasa Pengabdian dan Jasa Kepeloporan.

Penghargaan Indonesia Good Design Selection (IGDS)

Penghargaan tertinggi untuk desain produk industri terbaik yang diberikan Pemerintah kepada desainer produk industri dan/atau perusahaan industri.

Penghargaan Indonesia Food Innovation (IFI)

Penghargaan yang diberikan kepada wirausaha muda (*startup*) IKM pangan terpilih yang memiliki inovasi produk dan/atau proses dan bahan baku utamanya adalah sumber daya lokal dengan harapan menjadi industri pangan yang *marketable*, *profitable*, dan *sustainable*.

Penghargaan Modest Fashion Project (MOFP)

Penghargaan ini diberikan untuk ajang kompetensi desain dan konsep bisnis fesyen muslim dengan harapan dapat melahirkan *startup* industri fesyen muslim.

Penghargaan Indonesia Fashion and Craft Award (IFCA)

Penghargaan ini diberikan kepada desainer muda dalam rangka peningkatan sumber daya manusia di bidang desain untuk komoditas kriya dan fesyen.

Penghargaan Kompetensi Kerajinan Tudung Saji Nusantara

Penghargaan ini diberikan kepada pelaku industri di bidang kerajinan dengan menitikberatkan pada pelestarian budaya bangsa.

Penghargaan Startup4Industry

Penghargaan ini merupakan program pembinaan yang diberikan kepada *startup* dengan tujuan dapat menjadi penyedia teknologi bagi industri maupun masyarakat. (*Faisal*)



Beragam trophy dalam Penyaluran bantuan Pemerintah penghargaan di bidang perindustrian. Doc. Kemenperin



Metode Penilaian Upakarti

Sebagai bentuk apresiasi terhadap pelaku usaha Industri Kecil dan Menengah, Pemerintah melalui Kementerian Perindustrian khususnya Ditjen IKMA tahun 2020 ini memberikan penghargaan Upakarti kepada orang perseorangan, lembaga/ organisasi ataupun perusahaan dalam bidang Jasa Pengabdian dan jasa Kepeloporan. Pemberian penghargaan ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran dan mendorong motivasi serta prakarsa masyarakat, baik orang-perseorangan, lembaga/organisasi, ataupun perusahaan yang telah berperan aktif dalam memajukan Industri Kecil dan Menengah guna meningkatkan kesempatan berusaha dan perluasan kesempatan kerja di seluruh wilayah Indonesia.

Masa pandemi tidaklah menyurutkan Ditjen IKMA, Kementerian Perindustrian dalam mendorong IKM agar terus berprestasi dan berkontribusi dalam meningkatkan perekonomian Indonesia yang sedang diuji oleh wabah Covid-19, untuk mendukung hal ini bukan tanpa alasan IKM dibimbing dan difasilitasi, yaitu agar pelaku usaha IKM dapat memperoleh penghargaan Upakarti, Lalu apa sajakah kategori

penghargaan Upakarti, kriteria penerima, persyaratan dan seleksi serta penilaiannya. Berikut ulasan singkat metode penilaian penghargaan Upakarti berdasarkan buku pedoman pemberian penghargaan Upakarti tahun 2020 yang menjadi acuan dalam pelaksanaan kegiatan seleksi dan penilaian nominasi penerima Penghargaan Upakarti.

Pemberian penghargaan Upakarti dibagi 2(dua) kategori, yaitu:

1 Jasa Pengabdian;

pengejawantahan tanggung jawab, rasa memiliki dan peran aktif dalam pembangunan dan/ atau pemberdayaan IKM melalui pengembangan dan pelestarian IKM yang berbasis kearifan lokal. Diberikan kepada Orang-perseorangan warga negara Indonesia; atau lembaga/ organisasi berkedudukan di Indonesia yang tugas dan fungsinya tidak melakukan pembangunan dan pemberdayaan terhadap IKM.

Metode Penilaian Jasa Pengabdian dilakukan dengan mengisi formulir yang terdiri dari:

Identitas diri



Motivasi



Kegiatan yang dilakukan



Hasil Pembinaan



Tantangan dalam pembinaan

2 Jasa Kepeloporan;

pengejawantahan tanggung jawab dan peran aktif dalam pembangunan dan/ atau pemberdayaan IKM melalui pengembangan, penguatan keterkaitan, dan hubungan kemitraan dengan prinsip saling menguntungkan. Diberikan kepada perusahaan berskala menengah atau besar dan berkedudukan di Indonesia.

Metode Penilaian Jasa Kepeloporan dilakukan dengan mengisi formulir yang terdiri dari:

Identitas diri



Motivasi



Kegiatan yang dilakukan



Hasil Pembinaan



Tantangan dalam pembinaan

Adapun syarat nominasi penerima perseorangan, lembaga, atau organisasi untuk mendapatkan Penghargaan Upakarti kategori Jasa Pengabdian adalah sebagai berikut:

- Telah mengembangkan IKM paling sedikit 5 (lima) tahun terakhir secara berturut-turut;
- Belum pernah menerima Penghargaan Upakarti;
- Orang-perseorangan atau pimpinan lembaga/ organisasi tidak berstatus tersangka selama mengikuti Penghargaan Upakarti; dan
- Lembaga/ organisasi tidak sedang dalam proses hukum selama mengikuti Penghargaan Upakarti.

Kemudian syarat bagi perusahaan berskala menengah atau besar untuk mendapatkan Penghargaan Upakarti kategori Jasa Kepeloporan adalah sebagai berikut:

- Telah mengembangkan IKM paling sedikit 5 (lima) tahun terakhir secara berturut-turut;
- Belum pernah menerima Penghargaan Upakarti;
- Pimpinan perusahaan tidak berstatus tersangka selama mengikuti proses seleksi dan penilaian Penghargaan Upakarti; dan
- Perusahaan tidak sedang dalam proses hukum selama mengikuti proses seleksi dan penilaian Penghargaan Upakarti.

Adapun seleksi dan penilaian bagi IKM penerima Penghargaan Upakarti dilakukan melalui tahapan sebagai berikut:

- Seleksi administrasi; jika berkas yang sudah ditetapkan kepada nominasi tidak lengkap atau tidak memenuhi persyaratan, dinyatakan gugur.
- Penilaian Substansi; dalam melakukan penilaian substansi, setiap unsur dasar penilaian/uraian pada Formulir Penilaian yang ada, menggunakan skoring 1-5 dengan nilai tertinggi angka 5 serta dilakukan pemeringkatan.
- Peninjauan lapangan; selanjutnya Panitia Pelaksana melakukan peninjauan lapangan kepada nominasi penerima yang masuk daftar nominasi untuk menguji kebenaran informasi, dan melengkapi kekurangan data, serta menggali informasi lebih dalam berdasarkan informasi awal yang diperoleh melalui profil dan daftar isian nominasi saat pendaftaran.
- Tahapan terakhir pemaparan dihadapan dewan juri dan penentuan penerima penghargaan Upakarti. Sedangkan untuk penyerahan penghargaan Upakarti direncanakan akan diberikan pada bulan Desember tahun ini.

Agar terciptanya keseragaman dalam proses seleksi penilaian nominasi penerima Penghargaan Upakarti digunakan standarisasi instrument serta tolok ukur dan juga agar dapat memudahkan panitia dalam menentukan IKM penerima penghargaan Upakarti. (**Kohar** – dari Buku Pedoman Penilaian Upakarti 2020)

IGDS 2020 Hasilkan Produk Keren Indonesia

Sebagai ajang untuk menciptakan ekosistem industri kreatif di Indonesia, Kementerian Perindustrian melalui Direktorat Jenderal Industri Kecil, Menengah dan Aneka (Ditjen IKMA) menyelenggarakan *Indonesia Good Design Selection (IGDS) 2020*.

Saat ini pelaku usaha khususnya industri kecil menengah (IKM) perlu meningkatkan kualitas desainnya agar bisa lebih menarik dan mengikuti selera konsumen serta mampu kompetitif dengan produk impor. Oleh karena itu IGDS 2020 hadir sebagai penghargaan tertinggi untuk desain produk industri terbaik yang diberikan pemerintah kepada desainer produk industri dan/atau perusahaan industri. Penghargaan ini diharapkan dapat meningkatkan nilai tambah dan daya saing produk industri yang memiliki potensi pasar *ekspor* sehingga bisa meningkatkan citra positif terhadap produk Indonesia di kancah global.

IGDS 2020 optimis dapat mendorong partisipasi desainer dan perusahaan industri untuk mengembangkan dan meningkatkan kualitas desain produk industri, kebaruan dan inovasi, serta berkarakter Indonesia.

Tahun ini diselenggarakan acara IGDS yang ke-17 dan hal ini menjadikan IGDS sebagai bentuk penghargaan dalam bidang

desain industri nasional tertua dan terbesar di Indonesia. Kegiatan tersebut sudah mendapat dukungan dari berbagai pihak, mulai dari asosiasi desainer, akademisi, asosiasi dan pelaku industri, hingga para pembina industri di daerah sehingga masih bertahan sampai saat ini.

Meskipun di tengah kondisi pandemi Covid-19, IGDS tetap hadir seiring dengan komitmennya untuk mendukung pengembangan desain produk di Indonesia serta memberikan apresiasi atas karya desain di Indonesia dengan memberikan penghargaan IGDS ini.

Dengan mengusung tema "Produk Keren Indonesia", IGDS 2020 optimis Indonesia tidak hanya mampu menghasilkan produk yang bermutu, berfungsi baik dengan durabilitas yang tinggi, namun juga keren, tampil menarik dan enak untuk dilihat.



Sedikit berbeda dari tahun sebelumnya, IGDS tahun ini memiliki 2 kategori penghargaan;

- 1 Penghargaan IGDS *Design Product* diberikan atas desain produk industri berkualitas baik yang telah dan masih diproduksi/dipasarkan dan
- 2 penghargaan IGDS *Design Concept* diberikan atas konsep desain produk industri berkualitas baik dalam bentuk purwarupa/prototype dan/atau sampel produk.

Untuk jenis penghargaan pada kategori IGDS *Design Product*, sama seperti tahun lalu, IGDS 2020 menghadirkan lima jenis penghargaan, yaitu *Good Design*, Best 20 yang diberikan kepada 20 produk terbaik, *People's Choice* diberikan kepada satu produk yang dipilih langsung oleh masyarakat umum, penghargaan Best 3 yang diberikan kepada tiga produk terbaik, dan penghargaan Grand Award sebagai penghargaan tertinggi yang diberikan kepada satu produk terbaik. Sedangkan untuk jenis penghargaan di kategori IGDS *Design Concept* hanya menghadirkan penghargaan Best 3, dan Grand Award.

Sebagai wujud apresiasi, IGDS memberikan hadiah berupa uang pembinaan sebesar Rp 100 Juta untuk 1 Pemenang Grand Award Kategori Desain Produk, Rp 50 Juta untuk 1 (satu) Pemenang Grand Award Kategori Desain Konsep, masing-masing Rp 50 Juta untuk 3 Pemenang Best 3 Kategori Desain Produk, masing-masing Rp 25 Juta untuk 3 Pemenang Best 3 Kategori Desain Konsep, dan Rp 25 Juta untuk 1 Pemenang *People's Choice*. Sedangkan untuk 16 Pemenang Best 20 dan 19 Pemenang *Good Design* akan mendapatkan sertifikat.

Dalam IGDS 2020, Desain dari 10 kelompok produk akan ikut serta berkompetisi, yaitu kelompok furnitur dan perabot rumah, kantor dan publik, kemudian produk industri kriya (craft), serta alas kaki dan aparel, aksesoris fesyen dan perhiasan. Berikutnya, produk dekorasi dan aksesoris rumah, kantor dan ruang publik, produk anak, alat peraga pendidikan dan stasionary, produk peralatan olah raga, hobi dan kenyamanan (*leisures*), fasilitas rekreasi atau wisata, serta produk elektronika, teknologi informasi dan komunikasi, peralatan rumah tangga (*home appliances*), perawatan medis dan kecantikan.

Selanjutnya, produk transportasi, mobilitas, aksesoris dan peralatan dalam kendaraan, produk kemasan inovatif dan alat bantu pemasaran atau promosi, serta produk peralatan dapur perlengkapan makan dan peralatan kebutuhan sehari-hari.

Setelah dilakukan pendaftaran yang dimulai tanggal 22 Juli sampai 30 September 2020 melalui *website* www.igds.kemenperin.go.id yang menghasilkan 386 pendaftar, pada tanggal 5-6 Oktober 2020 dilakukan seleksi administrasi dengan total karya yang terkurasi pada seleksi administrasi ini adalah 353 karya yang terdiri dari 230 karya untuk *Design Product* dan 123 karya untuk 123 *Design Concept*.

Lalu pada tanggal 19-21 Oktober 2020 dilakukan Penjurian Tahap I terhadap 353 karya dengan target output kurasi pada penjurian ini minimal 50% dan maksimal 80 % dari 353 Karya Peserta yaitu terkurasi sekitar 140 karya yang terdiri dari 115 *Design Product* dan 25 *Design Concept*.

Penjurian Tahap II IGDS 2020 dilaksanakan pada tanggal 16 – 18 November 2020 di ICE BSD, Tangerang, Banten dengan output yaitu *Good Design*, Best 20 dan 4 Nominasi Grand Award untuk kategori *Design Product* dan 4 Nominasi Grand Award untuk kategori *Design Concept*. Karya yang menjadi objek Penjurian Tahap II merupakan milik peserta IGDS 2020 yang telah melalui proses pengiriman dengan total 129 karya yang terdiri dari 108 *Design Product* dan 20 *Design Concept*.

Pada Penjurian Tahap II, produk peserta yang mendapatkan predikat Best 20 dan Nominasi Grand Award kategori *Design Product* yang selanjutnya disebut "Finalis" akan diikutsertakan pada pemilihan *People's Choice* IGDS 2020 yang akan berlangsung pada tanggal 23 – 29 November 2020 di *instagram* [igdsofficial](https://www.instagram.com/igdsofficial).

Penjurian Tahap III IGDS 2020 dilaksanakan pada tanggal 30 November – 1 Desember 2020 di Hotel Atria Gading Serpong, Banten dengan output yaitu Penerima Grand Award dan Best 3 untuk kategori Desain produk dan Desain Konsep. Pada Penjurian Tahap III ini peserta yang lolos tahap sebelumnya mempresentasikan karya mereka. Sebanyak 4 Nominator Grand Award Kategori Desain Produk dan 4 Nominator Grand Award Kategori Desain Konsep mempresentasikan karyanya pada penjurian tahap ini.

Penerima Penghargaan IGDS 2020 Grand Award, Best 3 dan *People's Choice* hadir pada Penganugerahan Penghargaan IGDS 2020 yang akan diselenggarakan pada tanggal 10 Desember 2020 bersama dengan Penghargaan Upakarti yang juga diselenggarakan oleh Ditjen IKMA dan akan diserahkan oleh Bapak Wakil Presiden RI. IGDS 2020 optimis penerima penghargaan IGDS 2020 akan menjadi barometer tren desain produk industri terbaik dan terkeren di Indonesia. (**Dyah Septiani**)

Support Indonesia's Good Product through IGDS 2020

In order to create a creative industry ecosystem in Indonesia, the Ministry of Industry held an event through the Directorate General of Small, Medium, and Miscellaneous Industries (Ditjen IKMA), which is Indonesia Good Design Selection (IGDS) 2020.

In this moment, Businesses, especially Small to Medium Industries (IKM) need to improve the quality of their design in order to be more attractive, meet the customer tastes, and able to be competitive with imported products. Therefore, IGDS comes as the highest award for the best product design that is given by the government to the product designer and/or industrial companies. This award is expected to increase the added value and competitiveness of industrial product that have potential in export market, so it will improve the positive image of Indonesian product on the global scene.

IGDS 2020 is optimistic that it can encourage the designer and industrial companies to participate in developing and improving the quality of industrial product design, novelty, and innovation with Indonesian character.

This year, is the 17th year of IGDS is held and it makes IGDS as the oldest and largest form of national award in the field of industrial design in Indonesia. This event still survives until now because of the supports that is given by various parties ranging from designer associations, academics, associations, industry players, and industry leaders in the region.

Even in the midst of the Covid-19 Pandemic, IGDS remains present in line with its commitment to support the development of product design in Indonesia and to give appreciation for the design work in Indonesia by awarding IGDS.

With the theme "Indonesian Good Product", IGDS 2020 optimistic that Indonesia is not only able to produce quality goods and high durability, but also good and attractive.



• Fin Komodo was the The Winner of IGDS 2020 • Doc. Kemenperin



Slightly different from the previous year, this year's IGDS has 2 award categories;

- 1 The IGDS Product Design award is given for the product design that has a good quality and is still produced/marketed until now, and
- 2 The IGDS Concept Design award is given for industrial product concept that has a good quality in a form of prototype and/or sample products.

For the IGDS Product Design award, just like previous year, IGDS 2020 presents 5 types of award, which are Good Design, Best 20 that is given to the 20 best product, People's Choice that given to one product that is directly chosen by public, Best 3 Award that is given to 3 best product and the highest award is the Grand Award that is given to the best product. Meanwhile the IGDS Concept Design Award only presents the Best 3 Award and Grand Award.

As a form of appreciation, the Winner of IGDS Award will get coaching money. The Grand Award Winner of the Product Design category will get coaching money worth Rp 100 Million, the Grand Award Winner of the Concept Design category will get Rp 50 Million. Each winner from the Best 3 Product Design Award will get Rp 50 Million, each winner from the Best 3 Concept Design will get Rp 25 Million, and the winner of *People's Choice* will get Rp 25 Million. As for the 16 Winner of Best 20 and 19 winners of Good Design will get certificate.

In IGDS 2020, designs from 10 product group will participate in the competition, which are furniture and home, office, public furnishing group, craft industrial product group, as well as footwear and clothes, accessories, and jewelry group. Next is decoration and home, office, public spaces accessories group, educational and stationary props group, hobbies and leisure group, recreational or tourist facilities group, electronics, communication technology group, home appliances group, medical care and beauty group.

Furthermore, transportation products, mobility, accessories and equipment in vehicles, innovative packaging products and marketing or promotional aids, as well as kitchenware products and daily necessities.

After the registration was open from 22 July until 30 September 2020 through www.igds.kemenperin.go.id with 386 registrants, on 5 and 6 October 2020, administration selection was carried out and there were 353 product curated consisting of 230 products for the Product Design and 123 products for Concept Design.

Then on 19-21 October 2020, Phase I of the Judging of the 353 products with a curated output target of at least 50% and a maximum of 80%. From the 353 products, there were 140 products that were curated, consisting of 115 Product Design and 25 Concept Design.

The judging of Phase II IGDS 2020 was held on 16-18 November 2020 at ICE BSD, Tangerang, Banten with the output target of Good Design, Best 20, Grand Award Nominations for Product Design category, and 4 Grand Award nominations for Concept Design category.

Product that became the object for the judging phase II belongs to the IGDS 2020 participants who sent their product with a total of 129 products, consisting of 109 Product Design and 19 Concept Design.

In the judging phase II, the products that got the Best 20 and Grand Award Nominations in the Product Design category that are referred as "Finalist" will be included in the IGDS People's Choice 2020 which will take place on 23-29 November 2020 on @igdsofficial instagram

The judging phase III of IGDS 2020 held on 30 November until 1 December 2020 at Atria Gading Serpong Hotel, Banten with the output are the recipient of Grand Award and Best 3 for Product Design category and Concept Design category. In this phase, the participant (4 Nominees from each category) who passed the previous stages present their products.

The recipient of IGDS 2020 Grand Award, Best 3, and *People's Choice* will be invited to attend the Awarding Ceremony of IGDS 2020 that were attended on held on 10 December 2020 along with the Awarding Ceremony of Upakarti Award which is also organized by Ditjen IKMA and has been given by the Vice President of Republic of Indonesia. IGDS is optimistic that the recipient of the IGDS 2020 award will be the model of the best and coolest industrial product design trends in Indonesia. (Raisa Saerang)



Wapres Beri Penghargaan Upakarti dan IGDS 2020

Apresiasi Sektor IKM, Pemerintah kembali menyelenggarakan acara penganugerahan Penghargaan Upakarti dan Penghargaan Seleksi Desain Terbaik Indonesia (IGDS) 2020 sebagai bentuk apresiasi kepada insan yang telah berdedikasi dalam pengembangan sektor industri kecil dan menengah (IKM), serta insan kreatif yang menciptakan desain produk industri terbaik yang inovatif.

Dedikasi dan pencapaian para Penerima Penghargaan Upakarti dan Penghargaan IGDS tahun 2020 dapat menjadi semangat untuk terus berkarya dan berprestasi, serta dapat menginspirasi masyarakat Indonesia, khususnya masyarakat industri.

Kemajuan Indonesia juga merupakan buah kerja keras dari 3,8 juta pelaku IKM yang tersebar di seluruh penjuru tanah air. Untuk itu, pembangunan daya saing IKM perlu dukungan dan sinergi dari seluruh pihak, mulai dari pemerintah pusat maupun daerah, asosiasi, lembaga riset dan perguruan tinggi, hingga pihak swasta.

IKM mampu beradaptasi dengan cepat di tengah tekanan berat akibat pandemi Covid-19. Hal ini patut mendapat apresiasi

dan dukungan serius, sehingga ke depan IKM, bisa mencapai kemajuan yang diharapkan.

Melalui Upakarti dan IGDS 2020, menjadi ajang untuk melangkah bersama guna memajukan perekonomian nasional untuk kesejahteraan masyarakat Indonesia.

Tahun ini penganugerahan Penghargaan IGDS dilaksanakan bersama dengan Penghargaan Upakarti pada tanggal 10 Desember 2020 secara *online* dan *offline* dan diserahkan secara simbolis oleh Wakil Presiden RI, K.H. Ma'ruf Amin. Penyerahan penghargaan ini juga dihadiri secara *virtual* oleh Menteri Perindustrian, Agus Gumiwang Kartasasmita dan sekaligus menyampaikan laporan penyelenggaraan Penghargaan Upakarti dan IGDS 2020.

Penghargaan Upakarti 2020

Penghargaan Upakarti telah dilaksanakan sejak tahun 1985 dengan tujuan meningkatkan kesadaran, mendorong motivasi serta prakarsa masyarakat, baik orang perseorangan, lembaga/organisasi ataupun perusahaan, untuk berpartisipasi aktif dalam pembangunan dan pemberdayaan sektor IKM guna meningkatkan kesempatan berusaha dan perluasan kesempatan kerja di seluruh wilayah Indonesia.

Penghargaan Upakarti tahun 2020 mencakup dua kategori, yaitu Kategori Jasa Pengabdian dan Jasa Kepeloporan. Kategori Jasa Pengabdian diberikan kepada orang-perseorangan Warga Negara Indonesia atau lembaga/organisasi yang berkedudukan di Indonesia yang tugas dan fungsinya tidak melakukan pembangunan dan pemberdayaan terhadap IKM.

Sedangkan kategori Jasa Kepeloporan, lanjutnya, diberikan kepada perusahaan berskala menengah atau besar dan berkedudukan di Indonesia yang melakukan pembangunan dan pemberdayaan IKM melalui pengembangan, penguatan keterkaitan, dan hubungan kemitraan dengan prinsip saling menguntungkan.

Mekanisme pemberian Penghargaan Upakarti 2020 dilakukan melalui tahapan, pertama, pengumuman melalui media cetak, elektronik dan surat pemberitahuan. Kedua, pendaftaran melalui upakarti.kemenperin.go.id. dan Ketiga, penilaian melalui seleksi administrasi, seleksi substansi, pemeringkatan dan penjurian. Tahap berikutnya, penetapan penerima Penghargaan Upakarti oleh Menteri Perindustrian. Dan terakhir, penganugerahan Penghargaan Upakarti oleh Wakil Presiden RI.

Dari total 151 usulan peserta Penghargaan Upakarti, telah ditetapkan 10 penerima Penghargaan Upakarti tahun 2020, yang terdiri dari lima penerima kategori Jasa Pengabdian, dan lima penerima kategori Jasa Kepeloporan.

Dan daftar penerima penghargaan Upakarti kategori Jasa Kepeloporan yaitu PT Efrata Retailindo, Perusahaan Pertununan Hedayat Sutra, PT Pangansari Utama Food Resources, UD Rizqi Agung, dan CV Cocoon Asia. Sedangkan untuk penerima penghargaan Upakarti kategori Jasa Pengabdian yaitu Soetomo Kaeom, Afif Syukur, Kartika Kusumastuti, Novri Hertini, dan Siti Saharia Mahindar.

Penghargaan IGDS 2020

Sementara itu, penyelenggaraan IGDS telah dimulai sejak tahun 2001 dengan tujuan untuk mendorong partisipasi desainer dan perusahaan industri untuk mengembangkan dan meningkatkan kualitas desain produk industri, serta dalam mengembangkan produk terbaik melalui peningkatan kualitas desain kebaruan dan inovasi, serta berkarakter Indonesia.

Menteri Perindustrian menjelaskan, Penghargaan IGDS 2020 mencakup dua kategori. Kategori *Design Product* diberikan atas desain produk industri berkualitas baik yang telah dan masih diproduksi/dipasarkan. Dan, kategori *Design Concept* diberikan atas konsep desain produk industri berkualitas baik dalam bentuk purwarupa/prototipe dan/atau sampel produk.

Mekanisme pemberian Penghargaan IGDS 2020 dilakukan melalui delapan tahap, yaitu sosialisasi dan pendaftaran, seleksi administratif, penjurian tahap I, pengiriman produk, penjurian tahap II, penjurian tahap III dan People's Choice, penetapan penerima Penghargaan IGDS 2020 oleh Menteri Perindustrian, dan penganugerahan Penghargaan IGDS 2020 oleh Wakil Presiden RI.

Dari total 386 pendaftar pada IGDS tahun 2020 ini, telah ditetapkan penerima Penghargaan IGDS 2020. Penerima Penghargaan IGDS 2020 *Design Product* kategori *Good Design* sebanyak 19 produk, kategori *Best 20* sebanyak 16 produk, kategori *People's Choice* sebanyak 1 produk, kategori *Best 3* sebanyak tiga produk, dan kategori *Grand Award* sebanyak satu produk. Sedangkan penerima Penghargaan IGDS 2020 *Design Concept* kategori *Best 3* sebanyak tiga produk, dan kategori *Grand Award* sebanyak satu produk.

Dan pemenang kategori *Design Product* yang berhasil meraih penghargaan *Grand Award* adalah Fin Komodo KD 250 X. Untuk penerima kategori *Best 3* adalah produk *Ndalu Series*, *Vantage Ecoprint*, dan *Luxium Lamp*. Sedangkan untuk kategori *People's Choice Award* diterima oleh Eboni Pamor.

Jumlah pendaftar IGDS terus mengalami kenaikan dalam kurun waktu empat tahun terakhir. Ini menunjukkan antusiasme masyarakat yang begitu tinggi untuk berkarya dan mengikuti Penghargaan IGDS. **(Lusi Marta)**



• Bentuk piala yang diberikan pada penerima Penghargaan Upakarti dan IGDS 2020.
• Doc. Kemenperin

Eboni Cakra Jam Tangan Kayu Unik

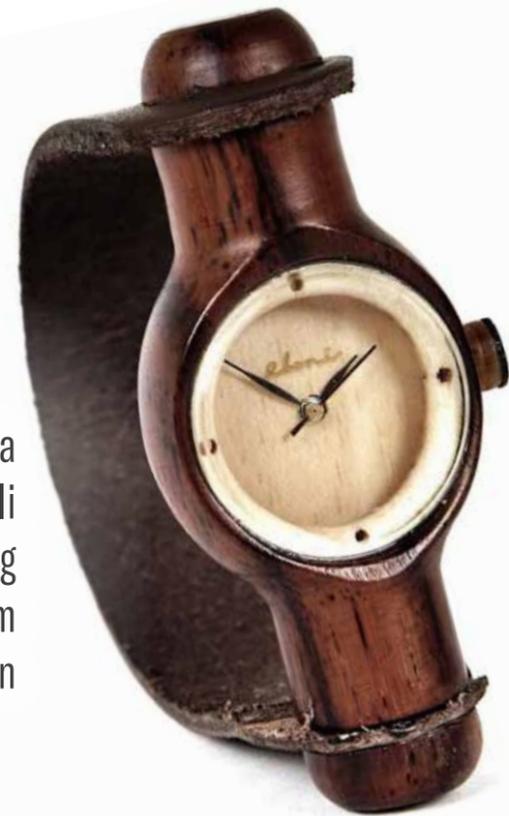
Industri kreatif yang dipenuhi oleh generasi muda bangsa sebagai pelaku di dalamnya, kerap kali melahirkan karya dan produk yang mengundang decak kagum. Begitu pula soal penciptaan jam tangan lokal yang tak hanya berfungsi dengan baik tetapi ada esensi dan filosofi.

Sebut saja Eboni Watch, merek jam tangan kayu lokal yang dicetuskan oleh Afidha Fajar Adhitya pada 10 Oktober 2014. Pria asal Klaten, Jawa Tengah ini awalnya memiliki ketertarikan pada jam tangan kayu khususnya ketika mengetahui eksistensi beberapa merek lokal lain kala itu. "Eboni Watch lahir dari keinginan saya memiliki jam tangan kayu dengan harga terjangkau, karena awalnya jam tangan kayu itu harganya sekitar Rp1 jutaan," tutur Afidha yang dikutip dari Antaranews.

Berdasarkan survei yang ia lakukan, jam tangan kayu kurang nyaman dan terkesan besar di tangan. Afidha akhirnya melakukan riset untuk membuat desain jam tangan kayu yang enak dipakai sekaligus dinamis. Kisaran harga jam tangan kayu Eboni antara Rp500 ribu hingga Rp700 ribu. Jam tangan Eboni dibuat menggunakan kayu berkualitas yaitu rosewood, kayu dari limbah pabrik gitar, kayu yang diolah suara (kualitasnya) diatas furnitur. Selain itu juga jam tangan Eboni dibuat dari kayu maple. Proses produksi dilakukan di Kecamatan Bayat,

Klaten, Jawa Tengah. Pengerjaan jam tangan ini bukan dengan mesin CNC yang dikatakan Afidha terlampau mahal, tetapi dengan mesin bubut. Ia juga memasok tali untuk jam tangan Ebony yang diproduksi dengan kualitas tinggi. Sementara itu untuk mesin pada jam tangan Ebony, Afidha menggunakan merek Miyota dari Jepang.

Afidha juga memberi nilai tambah pada produk jam tangan kayu besutannya. Nilai tambah tersebut, ia bubuhkan pada desain jam tangan yang dibuat, di mana ia mengambil nama Jomblang, yang terinspirasi dari goa yang ada di Kota Gudeg Yogyakarta. Adapula desain dengan nama Cakra, yang inspirasinya datang dari stupa dan Candi Prambanan yang juga terletak di Yogyakarta. Dengan kualitas jam tangan kayu yang tahan terhadap air atau water resistance, lanjut Afidha, Eboni Watch dipatok dengan harga Rp500.000 hingga Rp700.000 per unit.



"Jadi semua pengerjaan *homemade*, keunggulannya low maintenance, efektif dan efisien. Tiga orang pekerja bisa mengerjakan 300 *pieces* dalam kurun waktu satu bulan. Kami menekankan efektivitas dan saya develop pribadi. Eboni berkomitmen di target pasar menengah dengan produk yang *worth it* tidak *pricey* tetapi tidak murahan. Semua tipe produk sudah *waterproof*," ungkap Afidha yang dikutip dari Liputan6.com.

Afidha menuturkan, 1-2 tahun pertama, ia sempat menggunakan vendor namun terkadang tidak konsisten dalam hal waktu. Kekecewaan itu yang akhirnya memunculkan niat Afidha untuk produksi sendiri. Tak hanya harum di Tanah Air, Eboni Watch juga telah melebarkan sayap di kancah internasional. Bahkan, langkah ini terjadi saat Afidha membuka usaha Eboni pada 2014 lalu. Konsumen Asia seperti Jepang, dikatakan Afidha lebih menyukai jam tangan kayu dengan bahan kayu maple. Ternyata, ada alasan di balik hal tersebut. Ada pula distributor retailer di Bali yang menyuplai dan membawa Eboni Watch ke Eropa. Afidha mengungkapkan ada dua tipe pembeli yang menyukai jam buatannya.

"Pertama usaha 2014 langsung dikirim ke Afrika Selatan. Tidak ada retail ke sini dan gantinya ada beberapa yang mengirim langsung ke Asia, Amerika, Australia, Afrika," ungkap Afidha yang dikutip dari Liputan6.com.

Eboni mampu membuktikan kualitas dengan berhasil meraih tiga apresiasi di ajang *Indonesia Good Design Selection* 2019 sebelumnya yang digelar Kementerian Perindustrian. Eboni Jomblang meraih *good design*, Eboni Cakra masuk best 20, dan *people's choice*. Di tahun 2020 ini, Eboni Cakra Kembali mendapatkan penghargaan sebagai Pemenang pada *Indonesia Good Design Selection* 2020. "Ada binaan dari Kementerian Perindustrian, Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah, ada juga dari Badan Ekonomi Kreatif waktu itu. Dukungan ini sangat membantu kami UKM," ungkap Afidha.

Eboni saat ini telah membuka store di berbagai wilayah di Indonesia seperti di Jakarta, BSD, Semarang, Surabaya, Bali, Padang, Makassar, Solo, dan ada tiga di Yogyakarta. Afidha telah menargetkan untuk membuka 25 store hingga akhir tahun. **(Rira Helena)**



ANUGERAH BANGGA BUATAN INDONESIA 2020

Inovasi IKM di Tengah Pandemi

Sebagai salah satu upaya pemulihan ekonomi nasional, pemerintah mendorong produktivitas sektor industri sekaligus meningkatkan daya beli masyarakat dan mengajak semua pihak memprioritaskan produk dalam negeri dalam belanja kebutuhannya melalui Gerakan Nasional #BanggaBuatanIndonesia yang dicanangkan Presiden Joko Widodo pada bulan Mei 2020 lalu.

Dalam upaya untuk memberikan penghargaan kepada pelaku ekonomi kreatif atas upayanya dalam berkarya, berinovasi dan bertransformasi melalui gerakan nasional tersebut, pemerintah melalui Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) dan Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (Kemenkop dan UKM) akan menyelenggarakan Anugerah Bangga Buatan Indonesia (BBI) 2020.

Anugerah BBI 2020 ditujukan kepada pelaku industri yang ikut berkontribusi dalam Gerakan Nasional #BanggaBuatanIndonesia guna mengurangi dampak Covid-19 pada sektor ekonomi dan IKM. Gerakan BBI merupakan sinergi aktif dari 14 kementerian/lembaga di bawah koordinasi Kementerian Koordinator Bidang Kemaritiman dan Investasi.

Dengan mengusung tema “Penguatan Ekosistem *Digital* dan Produk Kebanggaan Indonesia yang Menginspirasi”, gelaran Anugerah BBI 2020 akan diselenggarakan pada 6 Desember 2020 di ICE BSD, Tangerang Selatan, Banten dengan memberikan penghargaan pada 11 kategori penghargaan, yaitu fesyen, kriya, kuliner, manufaktur, aplikasi, game, musik, kecantikan dan kebugaran, serta event. Selanjutnya, akan dipilih Top 3 peserta untuk masing-masing kategori.

Apresiasi yang akan diterima oleh para pemenang, berupa piala untuk pemenang di tiap kategori, hadiah uang tunai, dan bantuan fasilitasi yang ditentukan untuk masing-masing program.

Melalui Anugerah BBI 2020 ini, diharapkan dapat memberikan motivasi bagi pelaku UMKM untuk terus mengembangkan usahanya, membantu pelaku usaha untuk mendorong pergerakan ekonomi yang melemah dikarenakan mobilitas masyarakat yang dibatasi, serta diharapkan dapat mempermudah penyerapan produk-produk Indonesia.

Di awali pemantauan sekitar 450 ribu IKM yang memanfaatkan sektor *digital* dalam mengembangkan usahanya. Dari jumlah itu, lolos penyaringan awal berupa tingkat keaktifan memanfaatkan sektor *digital*.

Kementerian Perindustrian sangat menyambut baik dan mendukung Gerakan Nasional #BanggaBuatanIndonesia yang menjadi sebuah gerakan gotong royong yang dilakukan oleh pemerintah, masyarakat, serta pelaku usaha dengan belanja produk dalam negeri, utamanya produk IKM secara *digital*. Sebagai bentuk dukungan terhadap gerakan ini,

Kementerian Perindustrian melaksanakan kampanye dengan tema #SemuanyaAdaDisini yang telah dilaksanakan pada tanggal 1-15 Juli 2020. Kampanye #SemuanyaAdaDisini membawa pesan utama bahwa industri nasional telah mampu menghasilkan produk berkualitas untuk memenuhi seluruh kebutuhan masyarakat. Kampanye tersebut disinergikan dengan program e-Smart IKM yaitu program *digitalisasi* IKM yang sudah dilaksanakan sejak tahun 2017.

Kampanye Kementerian Perindustrian #SemuanyaAdaDisini telah berhasil mengajak 3.958 pelaku usaha untuk mendaftar dan setelah melalui proses kurasi diperoleh sebanyak 2.017 IKM yang dipandang layak untuk mengikuti program pembinaan lanjutan dari Kementerian Perindustrian yang meliputi *webinar*, *workshop* daring, pendampingan, fasilitasi sertifikasi produk dan fasilitasi katalog digital melalui *website* www.esmartikm.id. Melalui katalog digital tersebut, masyarakat bisa mencari produk-produk IKM yang berkualitas dan bisa membeli melalui berbagai jalur transaksi *digital* di antaranya melalui *online marketplace*, *website*, social media maupun whatsapp.

Kementerian Perindustrian kemudian melakukan kurasi lebih lanjut dan menyampaikan usulan sebanyak masing-masing 30 IKM untuk kategori Fesyen, Kriya, Aplikasi, Kuliner, Game, Beauty dan Kebugaran, dan Manufaktur untuk mengikuti kurasi Anugerah BBI 2020. Dalam Anugerah BBI 2020 ini, Kementerian Perindustrian menyampaikan usulan dua kategori



yaitu Kategori Beauty dan Kebugaran dan Kategori Manufaktur. Hal ini didasarkan oleh perkembangan Industri Kecantikan dan Kebugaran yang cukup tinggi. Selain itu, mengingat produk Industri sangat beragam, maka kami menyampaikan usulan kategori Manufaktur sehingga diharapkan bisa menjadi wadah bagi produk-produk industri unggulan lain di Indonesia.

Anugerah BBI 2020 diharapkan bisa menjadi ajang penghargaan tertinggi yang diberikan kepada industri yang berhasil membawa produk Indonesia ke level yang membanggakan dan bisa meningkatkan kepercayaan diri kita pada saat menggunakan produk tersebut. Sehingga produk kita akan mampu menggeser dominasi produk impor, yang pada akhirnya akan mendorong konsumsi produk lokal dan mempercepat pemulihan ekonomi nasional. Melalui Anugerah Bangga Buatan Indonesia 2020 diharapkan dapat menjadi penyemangat karena Bangsa Indonesia sudah mampu menciptakan karya yang memberikan kebanggaan bagi kita semua.

Masyarakat dapat memberikan suaranya melalui laman anugerah.banggabuatanindonesia.id untuk menentukan juara 1, 2, dan 3. Voting dilakukan dari tanggal 20 November - 5 Desember 2020. Pengumuman pemenang di tiap kategori akan dilakukan pada acara yang digelar di ICE BSD pada 6 Desember 2020, tentu dengan protokol kesehatan yang ketat. (Dyah Septiani).



Indonesia Food Inovation (IFI) Dorong IKM Pangan Berinovasi

Direktorat Jenderal Industri Kecil, Menengah dan Aneka terus mendorong pengembangan Industri Kecil dan Menengah (IKM) Pangan di Indonesia yang mempunyai inovasi produk dan/atau proses dan berbahan baku utama sumber daya lokal agar siap menjadi industri pangan yang *marketable*, *profitable*, dan *sustainable*. Upaya tersebut diimplementasikan dengan melakukan berbagai kegiatan pemberdayaan, salah satunya dengan menginisiasi program Indonesia Food Inovation yang pelaksanaannya pertama kali dimulai pada tahun 2020 ini.

Tentang IFI

Program Indonesia Food Inovation (IFI) yang merupakan program akselerasi bisnis bagi IKM pangan inovatif, memberikan kesempatan dan panggung bagi IKM pemula yang berkeinginan tinggi mengembangkan bisnis mereka menuju IKM modern yang *marketable*, *profitable* dan *sustainable*. "Program Indonesia Food Inovation merupakan kegiatan yang diluncurkan dalam rangka mendorong tumbuhnya inovasi dan pengembangan (scaling up) bisnis pada IKM khususnya komoditi pangan" ujar Dirjen IKMA, Ibu Gati Wibawaningsih pada acara *launching* Program Indonesia Food Inovation melalui media *virtual* pada 25 Agustus 2020 lalu.

Terdapat dua kategori IKM Pangan pada IFI yaitu;

- 1 Kategori IKM yang menghasilkan produk antara (*intermediate product*) sebagai bagian rantai suplai industri IKM pangan dan
- 2 Kategori IKM pangan yang menghasilkan produk olahan pangan untuk kebutuhan konsumen akhir (*end product*).

Tantangan Bagi IKM Pangan

Di ketahui IKM makanan dan minuman memainkan peran vital sebagai komponen pemberdayaan masyarakat di Indonesia. Terdapat sekitar 1,86 juta unit usaha atau 43,65% dari total unit usaha IKM secara keseluruhan yang mampu menyerap sekitar 4,06 juta tenaga kerja di Indonesia (Data Ditjen IKMA Kemenperin, 2020). Akan tetapi di sisi lain, masih banyak permasalahan yang menjadi hambatan bagi kemajuan IKM. Dari sisi *internal* diantaranya keterbatasan modal, manajemen yang belum profesional, belum terpenuhinya standar dan legalitas usaha, serta kurangnya inovasi. Dari sisi eksternal dihadapkan dengan ketidakpastian pasokan, munculnya pesaing dan produk baru dan permintaan pasar yang dinamis. Oleh karena itu, untuk dapat bertahan menghadapi segala tantangan dan permasalahan, IKM harus mampu beradaptasi melalui adopsi teknologi dan menjadikan inovasi sebagai keunggulan usahanya.

Selain nilai inovasi, tantangan akan penggunaan bahan baku lokal juga menjadi perhatian pada program IFI, hal ini untuk memacu para IKM pangan memanfaatkan sumber daya lokal

Indonesia yang melimpah. Dan tentu saja, kesesuaian produk inovasi berbahan baku lokal dengan kebutuhan pasar dan memiliki potensi secara komersial merupakan aspek penting dari tantangan yang diberikan oleh program IFI kepada para IKM Pangan.

Banyaknya sumber daya manusia produktif berusia muda yang berwirausaha serta bermunculannya inkubator-inkubator bisnis yang mencetak *startup*, khususnya di bidang makanan dan minuman saat ini juga diharapkan dapat ikut andil dalam melakukan lompatan kemajuan bagi ekonomi di tengah masa pandemi dan resesi yang mengancam negara kita.

Timeline IFI

Sambutan masyarakat luas dan khususnya IKM ternyata sangat baik terhadap program yang baru diselenggarakan di tahun pertamanya ini. Terbukti setelah *launching* dan sosialisasi, terdapat 2.048 IKM yang mendaftar pada program ini. Setelah melalui proses kurasi oleh para kurator yang terdiri dari perwakilan pembina IKM, pengajar dan praktisi di bidang industri pangan, dan juga ahli di bidang pemasaran produk maka terpilihlah 40 IKM Pangan yang berkesempatan mengikuti Food Camp selama lebih dari satu bulan. Program IFI 2020 sendiri tidak berakhir setelah pelaksanaan penentuan pemenang dan *awarding*, namun para IKM Pangan juara ini selanjutnya akan tetap mendapatkan fasilitasi dan pembinaan berkesinambungan hingga mampu untuk *meng-upscale* bisnisnya.



• Unicorn Drops, salah satu produk peserta IFI 2020 Kategori End Product
• Doc. Kemenperin

Timeline Indonesia Food Inovation (IFI) 2020



Benefit Mengikuti IFI

Ditjen IKMA telah menyiapkan banyak benefit bagi IKM yang lolos kurasi dari program IFI, peserta terpilih akan mengikuti program Food Camp yang akan mendapatkan *Coaching* dan *Mentoring* dari para pakar profesional untuk meningkatkan kapabilitas baik dari segi aspek teknis maupun bisnis menuju IKM pangan modern. Akselerasi dalam bentuk *coaching* dan *mentoring*, baik di bidang teknis maupun bisnis sangat penting bagi IKM sehingga menghasilkan kualitas manajerial IKM yang lebih baik. Nantinya dipilih juara di setiap kategori untuk mendapatkan hadiah uang tunai masing-masing sebesar 40 juta untuk juara 1, 25 juta untuk juara 2 dan 15 juta untuk juara 3.

Selanjutnya, pemenang dari program ini akan mendapatkan berbagai prioritas untuk mengikuti program akselerasi lanjutan pengembangan bisnis melalui *Coaching* dan *Mentoring* eksklusif, lalu memperoleh fasilitasi sertifikasi HACCP atau sertifikat lain yang dibutuhkan dalam peningkatan daya saing dan mengikuti berbagai macam *event* pameran, investor matchmaking, dan fasilitasi membership *e-commerce* global. IFI akan menjadi agenda rutin tahunan yang diselenggarakan Ditjen IKMA Kemenperin. Untuk mengikuti program *Indonesia Food Innovation* (IFI) selanjutnya dan memperoleh informasi terbaru mengenai IFI dapat diperoleh melalui *website* resmi IFI yaitu ifi.kemenperin.go.id dan melalui akun instagram *Indonesia Food Innovation* @ifi.kemenperin. (Ratih Pratiwi)



• Produk Tepung Mocaf, peserta IFI 2020 Kategori Intermediete Product
• Doc. Kemenperin

Penghargaan Pemerintah Bidang Industri 2020



IKM Pangan Terbaik Penerima Penghargaan IFI 2020

Direktorat Jenderal Industri Kecil Menengah dan Aneka menginisiasi program *Indonesia Food Innovation* (IFI) 2020 dengan melibatkan akademisi, praktisi, dan industri pangan. Melalui pembinaan dan pendampingan intensif di sisi teknis dan bisnis oleh para pakar profesional, peserta program IFI 2020 diharapkan bisa meningkatkan kapabilitasnya.

Dalam perjalanan mencari IKM inovatif, Kementerian Perindustrian mendorong pelaksanaan beberapa langkah strategis salah satunya dengan menumbuhkan industri kecil menengah (IKM) sektor pangan yang produktif, kreatif dan inovatif melalui kegiatan Food Camp sebagai rangkaian agenda *Indonesia Food Innovation* (IFI).

Food Camp IFI merupakan rangkaian program akselerasi bisnis bagi sektor IKM pangan terpilih yang mempunyai inovasi produk dan/atau proses dan berbahan baku utama sumber daya lokal agar siap menjadi industri pangan yang *marketable*, *profitable*, dan *sustainable*.

IKM Pangan menjadi salah satu sektor usaha yang semakin tumbuh dan dinilai kian prospektif, seiring dengan banyaknya

pelaku yang menjalankan bisnis tersebut, khususnya generasi muda. Untuk membantu pengembangan *startup* di sektor pangan ini agar lebih berdaya saing, mereka perlu mendapat pendampingan oleh para pakar di bidang teknologi maupun bisnis.

Guna mencapai sasaran tersebut, Kemenperin menggelar kegiatan Food Camp IFI yang merupakan *workshop* penajaman ide bisnis IKM pangan untuk dituangkan ke dalam rencana bisnis dan rencana aksi peserta.

Food Camp IFI yang dilaksanakan pada 19 Oktober - 25 November 2020 lalu merupakan tahapan yang dilaksanakan untuk meningkatkan kapabilitas, baik dari aspek teknis maupun bisnis, menuju IKM Pangan modern. Para IKM ini akan

dibina secara intensif oleh para pakar dan praktisi bidang pangan yang siap memandu serta membawa para pelaku IKM binaan tersebut untuk naik kelas.

Peserta Food Camp IFI yang terpilih telah mengalami proses kurasi panjang. Tercatat, jumlah pendaftar pada *website* IFI mencapai 2.048 orang, sedangkan yang melengkapi dokumen administrasi sebanyak 780 orang. Lalu, terdapat 142 pendaftar lolos kurasi administrasi dan setelah dilakukan kurasi inovasi, terpilih 84 pendaftar.

Pada tahap berikutnya dilakukan kurasi bisnis yang menghasilkan 40 pelaku IKM terpilih untuk menjadi peserta Food Camp IFI. Para peserta ini berasal dari berbagai daerah, di antaranya Aceh, Kalimantan, Sulawesi, Lombok dan sebagian besar berasal dari Pulau Jawa.

Sebanyak 40 IKM yang terpilih sebagai peserta Food Camp IFI terbagi menjadi dua kelompok kategori produk, yaitu Kategori Produk Antara (*Intermediate Product*) sebanyak 10 peserta, dan Kategori Produk Pangan Akhir (*End Product*) yang terdiri dari 30 peserta.

Peserta Kategori *Intermediate Product* adalah IKM pangan yang menghasilkan produk antara, sebagai bagian rantai suplai industri pangan. Sedangkan, peserta Kategori *end product* merupakan IKM pangan yang menghasilkan produk olahan pangan untuk kebutuhan konsumen akhir.

Agar para peserta bisa menjadi IKM pangan yang mandiri, kreatif dan inovatif, dua tema utama pembelajaran akan dibagikan kepada peserta Food Camp IFI, yaitu tema *Food Business Creation* dan *Food Business Process Improvement*.

Dengan mengusung tema *Food Business Creation*, peserta diberi materi mengenai industri dan ekosistem bisnis pangan, teknologi dan inovasi pangan, serta strategi bisnis pangan. Sedangkan, pada tema *Food Business Process Improvement*, peserta akan diberikan gambaran mengenai manajemen keuangan, pemasaran, branding, operasi, serta materi mengenai peraturan keamanan pangan.

Puncak dari kegiatan diatas, adalah penganugerahan Penghargaan IFI tahun 2020 yang diselenggarakan pada 14 Desember 2020. Dalam *Awarding* ini, ditentukan 3 IKM terbaik dari masing-masing kategori yang terdiri dari *intermediate product* dan *end product*.

Dirjen IKMA, Gati Wibawaningsih hadir secara fisik pada penganugerahan IFI 2020 untuk memberi sambutan dan menyerahkan penghargaan kepada 3 terbaik yang telah dipilih berdasarkan hasil penilaian selama mengikuti food camp, dengan mempresentasikan pemahaman peserta tentang implementasi *food business creation* dan *food business process improvement* pada usaha mereka. Serta ditambah presentasi tentang rencana *business acceleration* peserta yang dinilai oleh para pakar dari berbagai bidang yang melibatkan akademisi, pemerintah, asosiasi dan praktisi di bidang pangan.

Berikut adalah IKM terbaik untuk masing-masing kategori yang terdiri dari 3 IKM Kategori *Intermediate Product*, yaitu:

- 1 PT Berkah Inovasi Kreatif Indonesia (BIKI) dengan Produk Chitosan Pelapis Buah "Chitasil"
- 2 PT Rumah Mocaf Indonesia dengan produk Tepung Mocaf merek "Mocafine"
- 3 CV Ramu Padu Nusantara dengan produk Sirup dari Rempah, Buah, dan Bunga dengan merek "Moonshine"

Sedangkan 3 IKM terbaik untuk Kategori *End Product* adalah:

- 1 CV Rosalie Kalyana Bali dengan produk Keju merek "Rosalie".
- 2 PT Beema Boga Arta dengan produk Madu merek "Beema".
- 3 PT Kreasi Krispy Indonesia dengan produk Snack Kentang merek "Unicorn Drops"



• Doc. Kemenperin
• Produk Keju Rosalie, salah satu peserta IFI 2020 dari kategori End Produk.

3 IKM terbaik penerima penghargaan dari setiap kategori akan mendapat hadiah berupa uang pembinaan dan *food business scale up* yang meliputi *coaching*, *mentoring*, dan fasilitasi pada tiga aspek yaitu manajemen, legal dan *networking*.

Coaching lanjutan tidak hanya diberikan kepada 3 IKM terbaik, tetapi juga diberikan kepada 20 IKM terbaik yang mendapatkan berbagai prioritas untuk mengikuti akselerasi lanjutan pengembangan bisnis melalui *coaching* dan *mentoring* eksklusif *scaling up* usaha, lalu memperoleh fasilitasi sertifikasi HACCP atau sertifikat lain yang dibutuhkan dalam peningkatan daya saing serta mengikuti berbagai macam *event* pameran, investor *matchmaking*, dan fasilitasi *membership e-commerce global*.

Pada acara pemberian penghargaan IFI 2020, juga diisi dengan talkshow yang membahas tentang investasi dan juga sesi motivasi yang memberikan insight kepada para peserta tentang *scaling up* industri mereka. Narasumber talkshow yang hadir yaitu Yan Rezky Fahza- Director PT Lima Ventura dan Heinrich Vincent - CEO Bizhare selaku investor serta Direktur PT Sedenget Jadi Berkah (Lakoe) selaku pengusaha pangan olahan yang berkembang melalui investasi dari crowdfunding platform Bizhare. Selain itu, hadir Adhi S Lukman-Ketua Gabungan Asosiasi Pengusaha Makanan Minuman Indonesia (GAPMMI) yang berbagi pengalaman dan motivasi dalam membesarkan bisnis di bidang industri pangan. (*Dyah Septiani*)



Potensi Desainer Muda di Industri Fesyen Muslim Nasional

Desainer selaku *stakeholder* industri fesyen muslim nasional merupakan sumber berbagai inovasi, ide kreatif, serta warna baru dalam pengembangan industri fesyen muslim dalam negeri. Desainer memiliki peran besar dalam memberikan influence arah perkembangan tren fesyen.

Berbagai segmen pasar dengan selera dan kebutuhan yang beragam, menghasilkan desain produk fesyen yang beragam pula. Seringkali, arah tren inilah yang menjadi acuan bagi para pelaku IKM fesyen muslim yang tidak memiliki wawasan di bidang desain, dalam menentukan produk seperti apa yang akan diproduksi. Dapat dibayangkan impact yang dihasilkan dari karya-karya para desainer yang menjadi tren baru di masyarakat untuk kemudian menjadi acuan produksi bagi para pelaku IKM fesyen muslim. Berdasarkan data Profil Industri Mikro Kecil, Badan Pusat Statistik tahun 2018, jumlah perusahaan industri mikro dan kecil di sektor industri pakaian jadi, adalah sebanyak 569.745 unit usaha.

Kementerian Perindustrian melalui Direktorat Jenderal Industri Kecil, Menengah dan Aneka terus berupaya mengembangkan potensi desainer fesyen muda Indonesia yang sangat besar dengan memberikan wadah dan panggung sebagai sarana pengembangan serta promosi diri. Salah satunya dengan menyelenggarakan kompetisi desain fesyen muslim *Modest Fashion Project* (MOFP). Puncak kegiatan Kompetisi MOFP 2020 dilaksanakan pada tanggal 21 November 2020 melalui acara bertajuk Inaugurasi *Modest Fashion Project* 2020

yang disiarkan langsung melalui akun Youtube Kementerian Perindustrian RI. Selain *fashion show* penjurian grand final Kompetisi MOFP 2020, Inaugurasi MOFP 2020 juga menampilkan *fashion show* para desainer finalis MOFP 2019 yang telah dibina oleh Direktorat Jenderal Industri Kecil, Menengah dan Aneka (Ditjen IKMA) Kementerian Perindustrian RI melalui program pembinaan *coaching* fashion business.

“Kompetisi MOFP merupakan kompetisi yang kami selenggarakan untuk memberikan wadah dan panggung bagi para desainer fesyen muslim. Kami menyadari bahwa dalam pengembangan industri fesyen muslim, peran desainer sangat penting untuk memberikan warna serta inovasi baru dalam pengembangan produk fesyen muslim di Indonesia.” terang Dirjen IKMA Gati Wibawaningsih yang memberikan *closing remarks* pada acara Inaugurasi *Modest Fashion Project* 2020, Sabtu (21/11).

Dirjen IKMA menjelaskan, “Sudah banyak desainer fesyen Indonesia yang telah mendunia, dan diharapkan para desainer kompetisi MOFP kelak akan menjadi desainer fesyen yang juga dapat berkarya di kancah dunia mempromosikan potensi industri fesyen Indonesia”. ujarnya.

Menurutnya pengembangan fesyen muslim Indonesia juga mempunyai prestasi di dunia internasional, berdasarkan *The State of Global Islamic Economy Report 2020/2021*, Indonesia menduduki peringkat ketiga sebagai negara yang mengembangkan fesyen muslim terbaik di dunia setelah Uni Emirat Arab dan Turki. “Hal ini menunjukkan peluang Indonesia untuk dapat berada pada urutan pertama dan menjadi salah satu pusat fesyen muslim dunia,” terang Gati.

Industri fesyen muslim yang merupakan bagian dari industri pakaian jadi, memiliki kontribusi cukup besar terhadap perekonomian nasional. Berdasarkan data Pusdatin Kemenperin, kinerja *ekspor* industri pakaian jadi sepanjang tahun 2019 mencapai US\$ 8,3 Milyar dan pada periode bulan Januari hingga September tahun 2020 *ekspor* industri pakaian jadi, telah mencapai angka US\$ 5,36 Milyar. Industri fesyen merupakan salah satu sektor industri penopang ekonomi nasional dan harus terus dipertahankan serta ditingkatkan kinerjanya. Industri pakaian jadi juga sangat erat hubungannya dengan sektor industri tekstil. Berdasarkan data Pusdatin Kemenperin pula, kontribusi sektor Industri Tekstil dan Pakaian jadi, menyumbang sebesar 6,75 persen pada kontribusi PDB Industri Pengolahan Non-Migas di Triwulan III tahun 2020.

Perkembangan jumlah umat muslim dunia menjadi salah satu pemicu utama yang mendorong pertumbuhan industri fesyen muslim. *The State Global Islamic Economy Report 2020/2021* yang baru saja dirilis, melaporkan konsumsi fesyen muslim dunia tahun 2019 diperkirakan mencapai US\$ 277 Miliar. Pada tahun 2020, diperkirakan konsumsi fesyen muslim dunia menurun akibat pandemi Covid-19 sebesar 2,9% menjadi US\$ 268 Miliar dan angka konsumsi fesyen muslim diprediksi kembali pulih pada tahun 2021. Dampak pandemi Covid-19 juga berimbas pada angka proyeksi konsumsi fesyen muslim dunia pada tahun 2024 yang menurun menjadi US\$ 311 Miliar dimana sebelum masa pandemi angka konsumsi fesyen muslim dunia pada tahun 2024 diproyeksikan akan mencapai US\$ 402 Miliar. Sementara konsumsi fesyen muslim Indonesia sendiri pada tahun 2019 adalah senilai US\$ 16 Milyar, terbesar kelima di dunia setelah Iran, Turki, Saudi Arabia dan Pakistan.

Berbeda dengan kompetisi desain fesyen pada umumnya, selain hadiah yang diberikan kepada para pemenang, seluruh finalis MOFP 2020 yang berjumlah 20 orang akan mendapatkan program pembinaan wirausaha baru di bidang fesyen muslim. Sehingga diharapkan kompetisi ini dapat dijadikan batu loncatan bagi para desainer fesyen muda untuk dapat menjadi seorang wirausaha baru di bidang fesyen muslim yang berkualitas dan berdaya saing. Pembinaan tersebut juga bekerja sama dengan Lasalle College Jakarta

yang memberikan berbagai materi terkait wawasan, strategi dan cara untuk menjalankan sebuah bisnis di bidang industri fesyen. Para desainer MOFP dibentuk tidak hanya menjadi seorang desainer yang mampu menghasilkan karya desain yang baik, namun juga mampu untuk membaca kebutuhan pasar, mengembangkan brand dan produk berkualitas, menyusun strategi dalam mempromosikan produk serta menjalankan bisnis di industri fesyen yang mampu bertahan dan berkembang.

Di akhir acara Inaugurasi MOFP, diumumkan para pemenang Kompetisi MOFP 2020 yang berhak mendapatkan hadiah berupa piala, piagam serta uang tunai dengan total Rp. 75 juta bagi pemenang Juara I, II, III dan Favorit. Seluruh rangkaian kegiatan dan informasi pelaksanaan kompetisi juga dapat diakses melalui akun instagram @mofpofficial. (Urwah Wali Auli)



Daftar Pemenang Kompetisi Modest Fashion Project 2020



No	Nama	Pemenag	Hadiah
1	Putroh Ramadhan	Juara I	Rp. 30 Juta
2	Jovi Ahmedi	Juara II	Rp. 20 Juta
3	Fiqih Ma'alhunah	Juara III	Rp. 15 Juta
4	Anggi Lestari	Juara Favorit	Rp. 10 Juta

Daftar 20 Finalis Kompetisi Modest Fashion Project 2020

No	Nama	Asal	Judul Karya
1	Anggi Lestari	DKI Jakarta	Simplecity of Blirik
2	Nuraeni hasanah	Jawa Barat	Recognition
3	Lathifaturrohmah	Jawa Timur	Naration
4	Alif Sinta Nuriyah	Jawa Timur	Archipelagos
5	Putroh Ramadhan	DKI Jakarta	Rambu
6	Dian Rafi'ul Mujtaba	Jawa Tengah	Pitaloka
7	Dian Dwi Widyasari	Jawa Barat	Fight in Vigorous
8	Fiqih Maalhunah	DKI Jakarta	Melirik Lurik
9	Yuli Tri Widiyanti	Jawa Timur	Kirana
10	Mifta Rohma Dhanin	Jawa Tengah	Woman and Meander
11	Jovi Ahmedi	Sumatera Selatan	Samudra
12	Hilman Aulia Rahman	Sumatera Barat	Puti Kumbuhan
13	Luky Nur Meilia	DI Yogyakarta	Swarna
14	Firzah Farida	Jawa Timur	Eksotika Bumi Sriwijaya
15	Argi Dwi Kuncoro	Jawa Timur	Ikatan Tanpa Simpul
16	Rahadian Septiandi	Jawa Barat	Ngabebela
17	Anizar Khomary Al Rasyid	Jawa Timur	Lukamba Sumba
18	Asmaul husna	Jawa Timur	Railroad Pararrel to Zero Waste
19	Maame K. Putri Bankah	Sumatera Selatan	Pamitaan
20	Farah Nurjanah Baharessa	DKI Jakarta	Ana Kici



Balai Pengembangan Industri Persepatuan Indonesia

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





Kompetisi Tudung Saji Nusantara 2020

Tudung saji merupakan keterampilan kearifan lokal yang sudah dikenal secara turun temurun di hampir seluruh wilayah Nusantara. Oleh sebab itu kerajinan tudung saji ini harus tetap dilestarikan dan dipertahankan keberadaannya.

Dilansir dari Wikipedia Indonesia, tudung saji adalah hasil kerajinan tangan masyarakat Melayu Ngabang yang terbuat dari daun *sakek* dan *layaw* (bahasa Melayu dan Dayak). Daun *Sakek* adalah daun pandan yang berjenis lebar dan berduri atau biasa juga disebut dengan daun pandan tikar. Sedangkan *layaw* adalah buloh atau dikenal juga dengan sebutan rotan lalu dibentuk bulat sebagai kerangka tudung saji tersebut.

Namun setelah ditelusuri ternyata tudung saji tidak hanya terdapat di daerah Kalimantan Tengah, tetapi hampir seluruh wilayah Indonesia memiliki kerajinan tudung saji, dan setiap daerah memiliki ciri khas masing masing. Seperti tudung saji dari Belitong memiliki ciri khas yaitu dilengkapi dengan penutup kain rajutan yang dinamakan kain lambak, begitu juga tudung saji dari dusun Muntuk, Mangun Bantul berbentuk bulat bawahnya atau alasnya seperti tampah dan di atasnya memiliki jaring penutup. Sementara tudung saji dari dusun Bantar desa Kertayasa, Mandiraja, Banjarnegara

terbuat dari bambu yang dianyam oleh ibu ibu dengan segala keterampilannya. Di daerah Bangka Belitong, tudung saji merupakan simbol utama pada acara Nganggung, yaitu tradisi makan bersama diatas dulang atau nampan yang ditutup dengan tudung saji khas bumi sepintu sedulang ini.

Banyak sekali tudung saji dari daerah daerah di Nusantara yang memiliki ciri ciri khusus agar tampil cantik dan menarik namun tetap dapat bermanfaat sesuai dengan fungsinya. Sebagaimana diketahui tudung saji fungsi utamanya adalah untuk melindungi makanan dari gangguan serangga yang berterbangan di sekitar makanan, apalagi serangga tersebut dapat menularkan penyakit seperti lalat. Seiring berjalannya waktu tudung saji juga dijadikan hiasan dinding maupun sebagai *souvenir* untuk oleh oleh atau buah tangan. Bentuk tudung saji dibuat lebih kecil dan dihiasi dengan berbagai pernik pernik maupun dilukis sehingga kelihatan lebih cantik dan menarik.

Tujuan Kompetisi

Direktorat Jenderal Industri Kecil Menengah dan Aneka Kementerian Perindustrian bekerja sama dengan Dewan Kerajinan Nasional (Dekranas) menyelenggarakan Kompetisi Tudung Saji Nusantara 2020 (KTSN 2020) yang merupakan program untuk melestarikan budaya Nusantara. Kegiatan dimulai sejak berakhirnya pendaftaran peserta pada tanggal 15 November 2020 sampai dengan 10 Desember 2020.

Kompetisi ini terbuka untuk perajin maupun masyarakat umum Warga Negara Indonesia di seluruh Indonesia. Pada saat pendaftaran peserta harus mengirimkan hasil rancangan serta portofolio karya yang pernah dibuat, dan diperbolehkan mengirimkan maksimal sebanyak 3 hasil rancangan yang merupakan hasil karya sendiri. Kompetisi Tudung Saji ini cukup banyak menarik minat peserta di mana tercatat sebanyak 168 peserta dari seluruh Indonesia. Hadiahnya pun cukup menarik yaitu pemenang akan mendapatkan kesempatan mengikuti pameran yang akan difasilitasi oleh Kementerian Perindustrian, dan ditambah dengan hadiah

uang tunai sebesar Rp. 30 juta untuk juara I, Rp. 20 juta untuk juara II dan Rp 15 juta untuk juara III.

Tujuan dilaksanakannya kegiatan Kompetisi Tudung Saji ini adalah untuk :

- 1 Melestarikan dan memperkenalkan budaya bangsa yang merupakan kebiasaan atau kebudayaan yang terdapat di hampir seluruh daerah di Indonesia. Namun semakin moderennya masyarakat kebiasaan tersebut mulai ditinggalkan. Oleh sebab itu perlu diadakan stimulasi untuk meningkatkan lagi minat masyarakat akan tudung saji.
- 2 Lebih mendorong regenerasi perajin secara inovasi dan lebih kreatif dengan menumbuhkan budaya ramah lingkungan sebagai prinsip dalam berkarya.
- 3 Mengkampanyekan Bangga Buatan Indonesia dengan membangun minat untuk membeli produk lokal.



• Salah satu produk peserta tudung saji dari Praya Nusa Tenggara Barat.
• Doc. Kemenperin



Kegiatan Media Sosial

Sebelum dilaksanakan penjurian Kompetisi Tudung Saji ini, kegiatan diawali dengan Instagram Live yaitu ngobrol santai tentang kekayaan kerajinan Nusantara khususnya tudung saji dalam aplikasi di era normal. Kegiatan dilaksanakan pada jam 16.00 sore di mana jadwal mengikuti ketersediaan waktu dewan Juri. Pada kesempatan ini juga disampaikan informasi mengenai jadwal pelaksanaan kegiatan, informasi mengenai aktifitas, ajakan untuk ikut serta dan keuntungan berpartisipasi seperti dapat mengikuti *workshop* gratis.

Instagram Live terdiri dari 5 topik disampaikan narasumber yang terdiri dari para dewan juri yaitu :

- 1 Topik I dengan judul “Kekayaan Kerajinan Nusantara khususnya Tudung Saji dalam aplikasi di era modern”, oleh Mega Puspita (*Founder Studio Dapur*) pada tanggal 2 November pukul 16.00-16.45 WIB.
- 2 Topik II dengan judul “Kesinambungan sumber daya Indonesia dalam pengembangan kerajinan Tudung Saji”, oleh Kahfiati Kandar (KK Kriya dan Tradisi FSRD ITB) tanggal 26 Oktober 2020 pukul 16.00-16.45 WIB.
- 4 Topik III dengan judul “Tata Krama dan Estetika Tudung Saji Nusantara” oleh Samuel Wattimena (*Fashion Designer*) pada tanggal 23 Oktober 2020 pukul 16.00-16.45 WIB.
- 5 Topik IV dengan judul “*Think globally, act locally* – Industri kerajinan Nusantara khususnya tudung saji untuk mendunia” oleh Deddy Effendy (*Founder Palm Craft*) pada tanggal 28 Oktober 2020 pukul 16.00-16.45 WIB.
- 6 Topik V dengan judul “Transformasi untuk beradaptasi dalam mengembangkan kerajinan tudung saji nusantara” oleh Rina Renville (*Interior Designer, Chair Woman HDII, Jakarta*) pada tanggal 20 Oktober 2020 pukul 16.00-16.45 WIB.

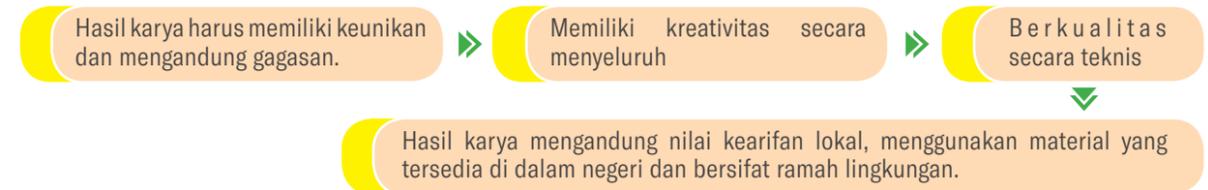


• Pemenang III Kompetisi Tudung Saji Nusantara 2020.
• Doc. Kemenperin



Tahapan Penjurian

Di dalam Kompetisi Tudung Saji Nusantara ini ada beberapa kriteria penilaian yang harus dipenuhi oleh para peserta yaitu :



Hasil seleksi tahap pertama atau babak penyisihan diumumkan pada tanggal 17 November 2020 di mana dewan juri memilih 30 peserta terbaik dari 168 peserta. Ke 30 peserta terpilih hampir mewakili seluruh wilayah Indonesia, dan ke 30 peserta diundang untuk mengikuti *Workshop KTSN 2020* secara *Virtual* pada Jumat, 20 November 2020 pukul 13.30 WIB. Dengan pemateri Dr. Adhi Nugraha, MA (*Desainer produk & Dosen Desain Produk ITB*) dengan topik: “Inovasi Desain Berbasis Kekayaan Tradisi” dan pemateri Il Satya Brahmantya (*Furniture Designer*) dengan topik “Kekuatan Craftmanship Dalam Penerapan Design Produk Di Indonesia”.

Selain itu ke 30 peserta terpilih diwajibkan memproduksi sketsa tudung saji yang dikirimkan, menjadi produk jadi tudung saji untuk dinilai oleh dewan juri, di mana proses produksi mulai tanggal 21 November sampai dengan tanggal 5 Desember 2020. Produk tudung saji yang diproduksi tersebut

harus melampirkan dokumen yang berisi penjelasan tentang proses produksi tudung saji yang dibuat seperti foto maupun video pembuatan, bahan baku yang digunakan dan lain sebagainya yang dapat menjadi nilai tambah produk tudung saji tersebut.

Hasil produksi tudung saji ke 30 peserta terpilih kemudian dilakukan penjurian untuk mendapatkan 10 besar terbaik, dilanjutkan dengan finalisasi penentuan juara I,II dan III. Pada tanggal 11 Desember 2020 *Awarding Ceremony* Kompetisi Tudung Saji Nusantara 2020 telah diselenggarakan melalui Channel Youtube Kementerian Perindustrian dengan hasil sebagai berikut; Juara I diraih oleh Muliani dari Praya Nusa Tenggara Barat, juara ke II Andi Aisha Jeanny BP dari Makassar dan juara ke III diraih oleh Ketut Sukra Wenten dari kabupaten Buleleng, Bali. Selamat buat pemenang semoga lebih sukses lagi ke depannya. (*Elly Muthia*).



Kompetisi IFCA 2020

IFCA (*Indonesia Fashion and Craft Awards*) Kompetisi Desain Nasional yang bertujuan untuk mencari desainer muda berbakat yang memiliki *Visi Sustainability* dalam bidang Kriya dan Fesyen. Kompetisi IFCA 2020 hadir dengan tema “*The Challenge in Uncertainty Era: Responsible Design for Sustainability*”.

Indonesia Fashion & Craft Awards (IFCA) merupakan salah satu program Bali Creative Industry Center yang berada di bawah Direktorat Jenderal Industri Kecil Menengah dan Aneka, Kementerian Perindustrian. IFCA merupakan ajang kompetisi desain skala nasional dengan mengedepankan *Visi Sustainability*. Melalui kompetisi ini diharapkan akan diperoleh Desainer Muda yang memiliki kepedulian terhadap kelestarian lingkungan, kepedulian sosial dan tetap memperhatikan keberlanjutan sebuah bisnis / usaha khususnya di industri kriya dan fesyen. Kompetisi IFCA rutin diadakan setiap tahun dan saat ini sudah memasuki tahun ke-6 (enam).

Dalam merespon berbagai ketidakpastian yang terjadi saat pandemi Covid-19 ini, IFCA kembali hadir di tahun 2020 dengan mengusung tema “*The Challenge in Uncertainty Era : Responsible Design for Sustainability*”. IFCA 2020 menaruh harapan besar bagi desainer yang mendaftar agar mampu menciptakan ide desain produk yang kreatif serta inovatif, memiliki kualitas yang unggul dan menjadi solusi dalam mengatasi isu sosial dan lingkungan yang terjadi saat ini. Namun demikian produk tersebut harus sesuai dengan

kebutuhan serta permintaan pasar sehingga akan menjadi bisnis yang *sustainable* sehingga bisa memberikan manfaat yang lebih besar bagi produsen ataupun konsumen.

Kompetisi IFCA 2020 secara resmi diluncurkan pada tanggal 26 Agustus 2020 secara *virtual online* melalui *webinar* “*Launching Indonesia Fashion and Craft Awards 2020*” dan dibuka secara resmi oleh Direktur Jenderal Industri Kecil, Menengah dan Aneka, Ibu Gati Wibawaningsih. Dalam sambutannya beliau menyatakan bahwa “Desain yang baik bukan hanya mampu memberikan nilai tambah suatu produk dari sisi penampilan maupun manfaat bagi konsumen, namun juga bagaimana desain tersebut bisa meminimalkan dampak negatif bagi lingkungan”, pesan ini tentunya menjadi pesan berharga bagi para desainer yang akan bergabung mengikuti kompetisi IFCA 2020 bahwa tetap memperhatikan dampak positif atas karya / produk yang dikembangkan. Tidak hanya menjawab permasalahan di awal melainkan bagaimana kelanjutan karya tersebut agar tidak menimbulkan sebuah isu maupun dampak negatif bagi sosial dan lingkungan.

Tahapan IFCA 2020

Sosialisasi

Sosialisasi IFCA pada tahun 2020 dilaksanakan melalui *webinar* online melalui aplikasi zoom dengan menghadirkan beberapa narasumber dari Kementerian Perindustrian dan kementerian / lembaga terkait, akademisi, praktisi kewirausahaan sosial, desainer kriya/fesyen dengan harapan dapat mengedukasi dan menginspirasi para desainer untuk turut andil dalam menciptakan kepedulian terhadap masalah sosial dan lingkungan serta mengacu visi *sustainability* atas produk yang diciptakan. Adapun topik pembahasan dalam *webinar* sosialisasi IFCA pada tahun 2020 terbagi menjadi 6 topik yaitu :

- 1 “*Launching Program IFCA 2020*” yang dibuka secara resmi oleh Ibu Gati Wibawaningsih (Direktur Jenderal Industri Kecil Menengah dan Aneka Kementerian Perindustrian), serta talkshow dengan menghadirkan narasumber E. Ratna Utarianingrum (Direktur IKM Kimia, Sandang, Kerajinan dan Industri Aneka Ditjen IKMA-Kementerian Perindustrian), Maria Nindita Radyati (Founder *MM Sustainability* Universitas Trisakti), Alvin Tjitrowirjo (Founder & Creative Director AlvinT), Shinta Lidwina Djiwatampu (Fashion Designer Program Director *LaSalle Collage* Jakarta) dan Deasy Esterina (Founder&CEO Kreskros).
- 2 *Innovative Design for Sustainable Development*, dengan menghadirkan narasumber E. Ratna Utarianingrum (Direktur IKM Kimia, Sandang, Kerajinan dan Industri Aneka Ditjen IKMA-Kementerian Perindustrian), Isti Budhi Setiawati (Faculty Member Universitas Prasetiya Mulya), Maria Nindita Radyati (Founder *MM Sustainability* Universitas Trisakti) dan Ariy Arka (Fashion Designer Founder *Fashion Rhapsody*).
- 3 *Innovative Design Based on Local Resources*, dengan menghadirkan narasumber E. Ratna Utarianingrum (Direktur IKM Kimia, Sandang, Kerajinan dan Industri Aneka Ditjen IKMA-Kementerian Perindustrian), Julian Tanoto (Founder *Cloth Inc.*), Alvin Tjitrowirjo (Founder & Creative Director AlvinT) dan Adi Reza Nugroho (CEO & Co-Founder *Mychotech*).
- 4 *Developing Design Innovation in Uncertainty Era*, dengan menghadirkan narasumber E. Ratna Utarianingrum (Direktur IKM Kimia, Sandang, Kerajinan dan Industri Aneka Ditjen IKMA-Kementerian Perindustrian), Matahari Farrabsahat (Direktur *Creativ Hub* Fisipol UGM), Shinta Lidwina Djiwatampu (Fashion Designer Program Director *LaSalle Collage* Jakarta) dan Deasy Esterina (Founder&CEO Kreskros).
- 5 *Social Innovation Towards Sustainability*, dengan menghadirkan narasumber E. Ratna Utarianingrum (Direktur IKM Kimia, Sandang, Kerajinan dan Industri Aneka Ditjen IKMA-Kementerian Perindustrian), M.Setiawan Kusmulyono (Pengajar *Entrepreneurship* dan *Social Entrepreneurship* Universitas Prasetiya Mulya), Ari Sustanti (Senior Program Manager *British Council* Indonesia), Adi Nugraha (Dosen dan Peneliti Program Studi Desain Produk & Co-founder *Navetta Design Studio*) dan Stephanie Arifin (Director of *Platform* Usaha Sosial Plus).
- 5 *Creative Industry For Sustainable Development Goal*, dengan menghadirkan narasumber E. Ratna Utarianingrum (Direktur IKM Kimia, Sandang, Kerajinan dan Industri Aneka Ditjen IKMA-Kementerian Perindustrian), Rowland Asfales (CEO *Pijakbumi*), Leonardo A.A. Teguh Sambodo (Direktur Industri, Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Deputy Bidang Ekonomi-Kementerian PPN/BAPPENAS), Mega Puspita (Co-Founder *Studio Dapur*) dan Isti Budhi Setiawati (Faculty Member Universitas Prasetiya Mulya).

Penjurian IFCA 2020

Penjurian IFCA dilakukan dalam 3 tahap, dimana Penjurian I bertujuan untuk memilih 100 peserta terbaik untuk selanjutnya mengikuti *Coaching* Tahap I, dimana para peserta dapat mengikuti *Webinar* dengan materi diantaranya: *Innovative and Sustainable Design Based on Local Culture, Design Thinking and Strategic Thinking, Social Responsibility and Design Innovation, dan Strategy & Social Business Model Canvas*. *Webinar* ini diharapkan dapat menambah wawasan dan ide mengenai desain produk dan konsep model bisnisnya, sehingga pada tahapan Penjurian Tahap II peserta dapat melakukan submit ulang perbaikan karyanya. Penjurian Tahap II dilakukan untuk memilih 14 Nominator IFCA yang terdiri dari

7 karya terbaik kategori fesyen dan 7 karya terbaik kategori kriya. Sebagai nominator maka peserta akan mendapatkan fasilitasi pembuatan *prototype* dan berhak untuk mendapatkan *mentoring* intensif pada *Coaching* Tahap II.

Penjurian Final peserta IFCA 2020 dilaksanakan pada tanggal 3 dan 4 Desember 2020, para Nominator telah mempresentasikan karya nya di depan tim juri. Puncak acara ditutup dengan Malam Penganugerahan (*Awarding Night*) IFCA 2020 pada tanggal 4 Desember 2020 sekaligus menjadi *launching Creative Fest 2020*. (**Wayan Rona & Diah Astiti Sari**)

Pemenang IFCA 2020

Setelah melalui serangkaian penjurian, maka ditetapkan pemenang IFCA 2020 sebagai berikut:

Kategori Fesyen

Juara I

Seruni Sekarpuri
Desain Produk : Selayung

Juara II

Jemi Nikolaus Rahangiar
Desain Produk : Saparo

Juara III

Yohanes Arya Duta
Desain Produk : Sepatokimin

Kategori Kriya

Juara I

Febryan Tricahyo
Desain Produk : Nyalira Stool

Juara II

Johan Aris Haiva
Desain Produk: Terra Ceramic
Water Filter

Juara III

William Vijadhammo Lumintan
Desain Produk : Terra Buanakara



berbagai macam produk pemenang IFCA • Doc. Kemenperin
Penghargaan Pemerintah Bidang Industri 2020

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



INDUSTRI KECIL DAN MENENGAH
KEMENTERIAN PERINDUSTRIAN



Mau bergabung di Program e-Smart IKM?

Caranya Mudah, Klik.....

esmartikm.id





• Para Penerima Penghargaan Startup4industry • Doc. Kemenperin

Startup4industry Percaya Diri dengan Teknologi Dalam Negeri

Kementerian Perindustrian selaku *leading sector inisiatif Making Indonesia 4.0*, sejak tahun 2017 menyadari pentingnya teknologi untuk meningkatkan produktivitas Indonesia. Dalam 10 (sepuluh) prioritas *Making Indonesia 4.0*, salah satunya adalah pemberdayaan UMKM melalui teknologi. Direktorat Jenderal Industri Kecil, Menengah, dan Aneka melaksanakan program *Startup4industry* sebagai hub antar *stakeholder* dengan berbasis pemecahan masalah yang terjadi pada masyarakat atau industri.

Startup Tech Provider 4 Industry atau *startup4industry* adalah Gerakan *Making Indonesia 4.0* dengan solusi teknologi dari *tech startup* yang ada di Indonesia. Program ini dimaksud untuk membentuk ekosistem solusi teknologi untuk industri dan masyarakat serta menjembatani kebutuhan industri dan masyarakat dengan *tech provider*. Berbagai tujuan diadakannya program ini yaitu mengakselerasi startup sebagai *technology problem solver* bagi industri dan masyarakat, implementasi teknologi di industri khususnya industri kecil dan menengah (IKM) dan mensosialisasikan penggunaan teknologi buatan Indonesia.

Program *startup4industry* terdiri dari beberapa rangkaian program. Yang pertama adalah kompetisi berbasis pemecahan permasalahan di industri dan masyarakat dengan menggunakan Teknologi 4.0. Pada kompetisi tahun ini, terdapat 3 permasalahan yang dapat dipecahkan oleh para peserta *startup* yaitu, "Masa Adaptasi Kebiasaan Baru", "Efisiensi Manufaktur", dan "E-Commerce enabler". Dari ketiga permasalahan tadi, para peserta yang merupakan *startup* penyedia teknologi diharapkan dapat memberikan solusi dan inovasi yang dapat membantu industri, khususnya IKM bangkit di tengah pandemi. Solusi bisa berupa platform maupun device atau inovasi lainnya yang sesuai dengan

adaptasi kebiasaan baru, mesin atau sistem yang bertujuan untuk efisiensi dan solusi, guna mempercepat transformasi *digital* unit usaha dan industri untuk dapat segera beralih ke pemasaran *online* dan dapat mengelola pemasaran *onlinenya* dengan baik.

Banyak keuntungan menarik yang diperoleh para peserta *startup* dalam kompetisi ini. 5 *startup* terbaik akan mendapatkan uang pembinaan dan bantuan pembuatan solusi dengan total 200 juta rupiah, *Camp online* (sekolah bisnis *startup*) untuk 20 finalis, *Local Startup success manager* (untuk 40 *startup* yang masuk *shortlist*), proyek implementasi untuk 5 *startup* terbaik, *Investment matching by ANGIN*, Akses *go global* dan *Deep Tech Coaching* dengan mentor terbaik.

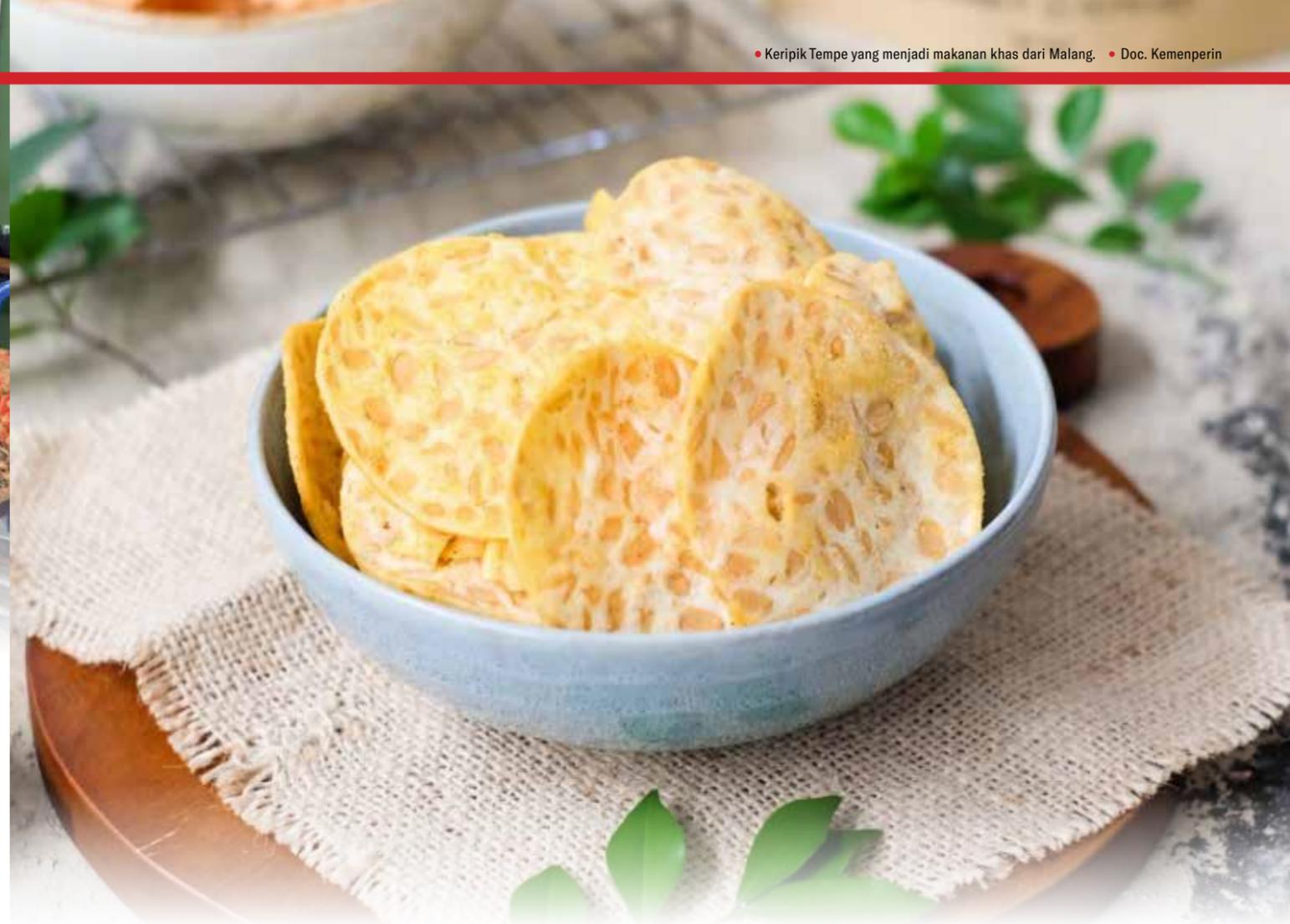
Setelah melewati *pitching online* pada tanggal 21-22 November yang lalu, telah diumumkan 20 *Startup* Terbaik Kompetisi *Startup4industry* 2020 pada tanggal 24 November melalui *website* <https://www.startup4industry.id/>. Kedua puluh peserta tersebut akan masuk ke tahapan *camp online*. 5 *startup* terbaik, akan dipilih untuk mendapatkan hadiah total 200 juta dan akan diumumkan saat acara *awarding* di tanggal 10 Desember 2020 nanti.

Rangkaian program lainnya adalah "Diskusi Solutif", yaitu diskusi antara *problem owner* dan *tech startup* sebagai *solution provider* dengan melibatkan *stakeholder* terkait yang bertujuan memvalidasi masalah dan mencari solusi yang tepat. Kemudian *Tech Link*, yaitu temu bisnis antara *startup* sebagai *tech provider* dengan industri, khususnya IKM, serta dunia usaha. Berbagai seminar *online/webinar*, mensosialisasikan program *startup4industry*, inovasi *startup*, dan perkembangan teknologi Industri 4.0 serta berbagai *workshop* menarik mengenai perkembangan teknologi Industri 4.0.

Program *startup4industry* telah diselenggarakan sejak tahun 2018 lalu. Pencapaian yang telah berhasil diraih melalui program ini diantaranya, jumlah *startup* yang mengikuti kompetisi sepanjang tahun 2018 dan 2019 ialah sebanyak 220 *startup*, dengan finalis sebanyak 33 *startup* (15 *startup* pada tahun 2018) dan (18 *startup* pada tahun 2019). Proyek implementasi yang dikerjakan oleh *startup* di IKM pada tahun 2019-2020 sebanyak 15 proyek, diantaranya: implementasi OEE dan *digital QC*, *IoT* Fermentasi Kopi, integrasi AR/VR *operator training* di mesin buatan IKM, integrasi *automation controller* ke mesin TTG buatan IKM permesinan, dan Implementasi ERP yang diintegrasikan dengan modul ISO 9001:2015.

Dari program *tech link* tahun 2019, jumlah IKM yang memakai solusi *startup* adalah sebanyak 26 IKM. Selain itu, finalis tahun 2018, MSMB, menjuarai *Hermes Startup Award* 2020, yaitu kompetisi tingkat internasional yang diselenggarakan pertama kali oleh *Deutsche Messe*, penyelenggara *Hannover Messe*. Prestasi lainnya adalah Neurabot yang juga merupakan salah satu finalis kompetisi tahun 2018, memberikan kontribusi solusi Covid-19 melalui teknologi *Artificial Intelligence* bekerja sama dengan Ristekdikti dan BPPT.

Dengan mengusung tema "Indonesia Percaya Diri Dengan Teknologi Dalam Negeri", program *Startup4industry* 2020 diharapkan dapat membentuk ekosistem solusi teknologi yang mampu menjembatani kebutuhan industri dan masyarakat dengan *startup* sebagai *technology provider* dan nantinya diharapkan dapat bergabung di Ekosistem Industri 4.0 (SINDI 4.0). (Taufiq Andhika)



Mesin Pengolah Tempe Higienis

Mesin pengolah tempe buatan pemenang *Startup4Industry* tahun 2019 mulai diimplementasikan di sentra keripik tempe Sanan, Malang, Jawa Timur. Lebih efisien dengan hasil yang lebih berkualitas.

Direktorat Jenderal Industri Kecil, Menengah dan Aneka (Ditjen IKMA) Kemenperin berupaya sekuat tenaga membantu IKM untuk berkembang. Di tengah tuntutan mengimplementasikan teknologi industri 4.0 dalam produksi, sudah banyak IKM yang mengadopsi teknologi mutakhir. Arah peta jalan *Making Indonesia 4.0* ini diyakini dapat meningkatkan daya saing karena mendongkrak produktivitas serta efisiensi biaya, energi dan waktu. Langkah strategis ini merupakan upaya bagi IKM untuk bertransformasi *digital*.

“Bukti nyata implementasi menuju industri 4.0 yang dilakukan sektor IKM, salah satunya adalah inovasi mesin penggoreng keripik tempe yang dimanfaatkan oleh IKM keripik Tempe Sanan di Malang oleh *startup* Tempeniza,” kata Direktur Jenderal Industri Kecil, Menengah dan Aneka (IKMA) Kemenperin Gati Wibawaningsih di Jakarta, Kamis, 26 November 2020.

Dirjen IKMA menjelaskan, Malang dikenal sebagai salah satu kota penghasil tempe, dengan sentra keripik tempe Sanan yang sudah ada sejak ratusan tahun lalu. “Sebelum pandemi, sentra keripik tempe di Malang ini mampu menampung lebih dari 500 pelaku IKM tempe dengan sirkulasi per hari mencapai Rp 1 miliar dan kapasitas produksi bisa mencapai 30 ton dalam sehari,” tuturnya.

Gati mengemukakan, mesin konveyor penggoreng keripik tempe ini merupakan jawaban permasalahan sentra keripik tempe Sanan yang diangkat pada *hackathon* kompetisi *Startup4Industry* tahun 2019. Program *Startup4Industry* adalah sebuah gerakan implementasi peta jalan *Making Indonesia 4.0* yang berusaha menjembatani kebutuhan industri dengan *tech provider*.

Tempeniza merupakan pemenang *Startup4Industry* tahun 2019. *Startup* ini juga merupakan salah satu produsen mesin berbagai kebutuhan pengolahan tempe dengan mengedepankan teknologi yang efisien dan terjangkau bagi IKM tempe Indonesia.

Perusahaan *startup* tersebut membuat mesin pengolah berbagai macam proses pengolahan tempe dengan teknologi tepat guna yang terjangkau, hemat energi, efektif dan efisien. Tempeniza membantu pengusaha tempe skala rumahan menjadi efisien. Selain higienis juga berdaya listrik rendah dan dijual dengan harga yang lebih ekonomis.

Keunggulan mesin pemotong tempe Tempeniza selain memangkas biaya operasional, juga tidak lengket di penggorengan tahap pertama, menghindari pecah atau hancur saat menggoreng, serta memberikan bentuk tempe yang bulat dengan kematangan yang merata.

Adapun spesifikasi mesin penggoreng keripik tempe *conveyor* ini adalah dimensi 150x80x60 cm, kapasitas menghasilkan satu kg keripik dalam waktu satu jam, daya 220 watt, pemanas dengan kompor *infrared burner*, pengoperasian semi otomatis dilengkapi dengan *thermo control* dan *speed control*, serta menggunakan material *foodgrade*.

“Sentra keripik tempe Sanan membutuhkan peningkatan produktivitas dan terdapat permasalahan terkait dengan terbatasnya tenaga kerja berpengalaman. Inovasi mesin konveyor ini mampu memberikan hasil yang lebih cepat dengan jumlah yang banyak, dan keterampilan yang mudah dipelajari” ungkap Gati.

Lebih lanjut, menurutnya, proyek implementasi industri 4.0 di IKM dapat dimulai dengan peningkatan teknologi produksi yang mulai menggunakan kontrol otomatis sehingga kualitas produk dapat terjaga. Ditjen IKMA Kemenperin akhirnya membuat proyek percontohan untuk implementasi alat penggoreng keripik tempe di Malang oleh Tempeniza selaku pelaku usaha rintisan.

“Proyek percontohan ini berlangsung sejak 29 September 2020 dan dikerjakan sesuai spesifikasi yang sudah disusun sesuai kebutuhan, kemudian diuji cobakan melalui kerja sama dengan IKM binaan Dinas Industri dan Perdagangan Kota Malang dan dilanjutkan dengan serah terima ke IKM Keripik Tempe Sanan Malang,” paparnya.

“Implementasi inovasi mesin pengolah tempe higienis yang dikembangkan *startup* Tempeniza diharapkan dapat meningkatkan keberlangsungan usaha para produsen tempe Indonesia dan ikut serta berperan aktif dalam peningkatan perekonomian Indonesia melalui IKM tempe Indonesia,” pungkask Gati. (Jay)

Ekosistem *Startup* Genjot Daya Saing IKM

Kementerian Perindustrian aktif memacu pertumbuhan usaha rintisan (*startup*) agar dapat menopang pengembangan sektor industri di dalam negeri, termasuk industri kecil menengah (IKM). Untuk itu, Kemenperin merasa perlu mewujudkan ekosistem *startup* di Indonesia yang didukung oleh sinergi pemerintah, swasta, dan akademisi.

“Indonesia merupakan salah satu pasar yang besar dan potensial untuk pengembangan teknologi *digital*. Oleh karena itu, pemerintah telah meluncurkan peta jalan *Making Indonesia 4.0* sebagai kesiapan kita memasuki era industri 4.0,” kata Direktur Jenderal Industri Kecil, Menengah dan Aneka (IKMA) Gati Wibawaningsih di Jakarta, Rabu (18/11).

Merujuk laporan *Global Startup Ecosystem Report* (GSER) 2020, Indonesia berada di peringkat kedua Top 100 *Emerging Ecosystem*. Artinya, Indonesia menjadi salah satu negara yang dilirik investor untuk memberikan investasinya pada *startup* lokal.

Adapun langkah strategis yang telah dijalankan Kemenperin guna menumbuhkan *startup* di dalam negeri, antara lain adalah menyelenggarakan program *Startup4Industry* pada tahun 2018 dan 2019 lalu. Kegiatan ini berhasil menorehkan sejumlah pencapaian gemilang, di antaranya jumlah peserta kompetisi yang mencapai 220 *startup*.

“Selain itu, terdapat 15 proyek implementasi yang sudah dikerjakan *startup* di 26 sektor IKM dengan memakai solusi teknologi dari *startup* binaan kami,” ungkap Gati. Berikutnya, MSMB selaku finalis *Startup4Industry* tahun 2018, berhasil menjuarai *Hermes Startup Award 2020* sebagai kompetisi tingkat internasional yang diselenggarakan pertama kali oleh *Deutsche Messe*, penyelenggara *Hannover Messe*.

• Produk dari MSMB yang merupakan finalis *Startup4Industry* dan menjuarai *Hermes Startup Award 2020*.
• Doc. Kemenperin



• RiTx, salah satu teknologi pertanian. produk dari MSMB. • Doc. Kemenperin

Bahkan, terdapat *startup* binaan Kemenperin yang telah berkolaborasi dengan perusahaan IKM untuk penerapan teknologinya. Sebagai contoh, PT Arkana Solusi *Digital* yang merupakan pemenang pertama *Startup4Industry* tahun 2019 di kategori Integrasi Sistem Manajemen Mutu (ISO 9001:2015) pada modul *Enterprise Resource Planning* (ERP) berbasis Oodo, telah berkolaborasi dengan PT Sinar Mulia Teknalum (Simultek). Kerja sama ini sebagai bentuk implementasi teknologi di sektor IKM guna mempermudah perencanaan dan pengelolaan sumber daya perusahaan serta mengintegrasikan semua divisi di dalam perusahaan.

“Kolaborasi ini merupakan bentuk implementasi dari program *Startup4Industry* yang bertujuan agar teknologi ini dapat digunakan oleh sektor IKM sebagai *problem solver*,” imbuhnya.

Proses adaptasi yang diberikan dalam implementasi di PT Simultek ini, antara lain adalah menyiapkan perangkat IT dan jaringan internet, melakukan pelatihan SDM secara kontinyu,

perubahan pola dan kebiasaan kerja, membiasakan manajer menyusun rencana kerja dan menjalankan rencana sesuai dengan jadwal.

Hasil implementasi teknologi tersebut meliputi pola kerja lebih tersistem dan efisien serta manajemen perusahaan terpantau secara *real time*. Di samping itu, terintegrasinya akuntansi, pembelian, penjualan, dan *inventory manufacturing*, serta adanya jaminan oleh sistem *pre order* (PO) yang dipesan oleh konsumen terjadwal dengan routing yang konstan dan selesai tepat waktu.

Sejak dirintis awal tahun 2010 di Sleman, PT Simultek merupakan IKM yang memasok industri lokal dengan produk otomotif, *spare part* mesin, alat-alat rumah tangga dan barang-barang mebel dari logam. “Pemanfaatan industri 4.0 pada PT Simultek diterapkan melalui penggunaan sistem ERP setelah melalui pendampingan dari Kemenperin yang bekerja sama dengan PT Arkana Solusi *Digital*,” papar Gati. (Lusi Marta)

Manisnya Implementasi Industri 4.0 Gula Semut

Saat ini dunia tengah memasuki era revolusi industri ke-4 atau disebut Revolusi *Industry 4.0* yang merupakan era *digital*, dimana semua mesin terhubung melalui sistem internet. Situasi ini membawa dampak perubahan yang cukup besar di masyarakat



• Implementasi Industri yang dilakukan PT Bogortech Pratama pada produksi gula semut.
• Doc. Kemenperin

Kementerian Perindustrian melalui Direktorat Jenderal Industri Kecil, Menengah dan Aneka (Ditjen IKMA) terus berupaya mendorong industri nasional termasuk Industri Kecil dan Menengah (IKM) untuk bertransformasi dalam menghadapi era Industri 4.0, yaitu era yang menyertakan kemajuan teknologi dan juga konektivitas internet sehingga dapat dicapai peningkatan efisiensi waktu produksi serta penyajian data secara *real time* untuk meningkatkan daya saingnya secara global.

Inovasi teknologi yang dihasilkan merupakan *tools* yang dapat menjawab kebutuhan industri. CV Rumah Mesin sebagai pelaku IKM telah membuka diri dan berkolaborasi untuk memulai proses transformasi otomasi dengan bantuan PT Bogortech Pratama Internusa sebagai penyedia teknologi (*technology provider*) yang merupakan salah satu pemenang kompetisi yang diadakan oleh Kementerian Perindustrian yaitu *Startup4Industry 2019* dalam tema Teknologi Tepat Guna (TTG).

Ditjen IKMA mendorong IKM untuk mampu mengimplementasi industri 4.0 dengan melakukan pendampingan otomasi produk bagi IKM Permesinan TTG di Kebumen, pada 23 November 2020. Implementasi yang dilakukan adalah sistem alat kontrol otomasi yang dapat membantu proses oven gula semut konvensional produksi CV Rumah Mesin menjadi terotomatisasi oleh alat yang dikembangkan oleh PT Bogortech Pratama Internusa sehingga memberikan hasil yang konsisten.

PT Bogortech Pratama Internusa, merancang dan membuat sebuah alat bernama BT-Smart Temp X yang merupakan alat kontrol otomasi yang dapat membantu proses oven konvensional menjadi lebih otomatis dalam proses pemanasan oven, pewaktu perubahan temperatur oven, serta monitoring *realtime* suhu yang terintegrasi dalam satu *system*.

Otomatisasi merupakan salah satu realisasi dari perkembangan teknologi, dan merupakan alternatif untuk memperoleh sistem kerja yang cepat, akurat, efektif dan efisien, sehingga diperoleh hasil yang lebih optimal dan konsisten, serta dapat mengurangi faktor kesalahan manusia.

Dari hasil survey yang dilakukan PT Bogortech Pratama, masih banyak IKM yang belum menggunakan sistem otomasi dalam proses produksinya. Salah satunya yaitu pada proses oven atau pengeringan gula semut di Kebumen. Masalah pertama yang dihadapi adalah pada pengaturan suhu masih konvensional, dengan proses mengecilkan dan membesarkan bukaan gas kompor oven yang dilakukan manusia/operator. Masalah kedua pada indikator suhu yang tidak terintegrasi. Yang ketiga adalah operator sebagai pewaktu lamanya oven, dengan melihat pada jam, dalam hal ini tidak ada timer otomatisnya. Masalah selanjutnya adalah perubahan temperatur secara manual yang harus dilakukan operator beberapa kali dalam proses oven. Dan yang terakhir adalah tidak adanya alat ukur untuk mengetahui tingkat kelembaban material sebelum dan sesudah di oven.

BT-Smart Temp X memiliki beberapa fitur yang dapat dijabarkan sebagai berikut:

- 1 Memiliki tampilan LCD *display* untuk menunjukkan nilai suhu dan parameter, beserta dengan tombol *input* untuk melakukan *setting*
- 2 Pengaturan suhu otomatis (bila sudah mencapai *set point* yang ditentukan maka *valve* tertutup, dan akan terbuka lagi jika sudah di bawah *set point*)
- 3 Memiliki *system* pewaktu untuk lamanya proses oven (jika waktunya sudah habis maka *valve* tertutup otomatis)
- 4 Memiliki 3 step otomatis perubahan *set point* suhu berdasarkan waktu.
 - Selama 30 menit suhu bertahan 70 derajat
 - 40 menit selanjutnya suhu bertahan 80 derajat
 - 50 menit selanjutnya suhu bertahan di 90 derajat
- 5 Memiliki enam *mode setting* yang dapat tersimpan permanen di dalam alat.
 - *Mode blonde* (kering, sedang, dan basah) parameter tergantung tingkat kelembaban bahan dasar gula semut sebelum di oven, pengukuran menggunakan alat terpisah.
 - *Mode Normal* (kering sedang basah) parameter tergantung tingkat kelembaban bahan dasar gula semut sebelum di oven, pengukuran menggunakan alat terpisah.
 - Masing masing mode dapat diisi parameter menyesuaikan tingkat kelembaban bahan dasar gula semut dengan metode trial dan error.

Sederhananya, alat ini akan menggantikan proses manusia saat melakukan perubahan temperatur oven dengan cara mematikan Solenoid *valve* gas secara otomatis berdasarkan nilai *set point* temperatur yang sudah di tentukan. Dan oven akan bekerja sesuai dengan waktu yang sudah di tentukan juga secara otomatis. Sehingga bisa mengurangi faktor kesalahan manusia dan bisa membuat hasil dari proses oven gula semut lebih konsisten.

Keunggulan lain dari alat ini adalah memiliki komponen sensor serta *display* yang terjangkau dan ekonomis dibandingkan dengan alat sistem kontrol industri yang cukup mahal. Hal ini tentu saja merupakan komitmen PT Bogortech Pratama Internusa untuk mendukung perkembangan IKM dalam negeri khususnya dalam bidang otomasi mesin proses.

PT Bogortech Pratama Internusa merupakan *startup* yang berdiri sejak tahun 2012 bergerak di bidang Panel Otomasi, Panel Distribusi, AGV Robot, dan Mesin Industri untuk manufaktur. PT Bogortech Pratama Internusa berharap dengan teknologi yang dimiliki dapat berguna dan berkolaborasi dalam memberikan solusi inovatif dan terdepan untuk industri manufaktur, dan IKM.

Kondisi awal sebelum pendampingan, CV Rumah Mesin masih menggunakan oven konvensional untuk proses pengolahan gula semut dengan tanpa alat ukur. Oven tidak memiliki sensor temperatur dan pengaturan waktu. Pengaturan temperatur masih manual dengan mengecilkan dan membesarkan bukaan gas oleh operator dan tidak ada pengukuran kadar air pada bahan material.

Tujuan pembuatan BT-Smart Temp X pada pendampingan ini adalah agar membuat sistem alat otomasi yang terintegrasi, seperti pengaturan suhu otomatis berdasarkan waktu, penyimpanan data pengaturan, dan memiliki tampilan untuk informasi oven. Manfaat lain yang didapat adalah mengurangi faktor kesalahan manusia, dapat menentukan nilai kadar air sebelum dan sesudah di oven dan design yang compact dengan harga yang terjangkau.

Diharapkan dengan adanya kegiatan pendampingan ini, menggugah para pelaku IKM utamanya penghasil Gula Semut untuk memanfaatkan mesin atau peralatan yang sudah diotomatisasi dalam rangka meningkatkan efisiensi proses produksi dan kualitas produknya. (Dyah Septiani)



• Produk Gula semut
• Foto Istimewa

Belanja, Belajar dan Berwisata di Sentra Kerajinan Bambu Brajan

Sentra kerajinan bambu dusun Brajan telah memperkenalkan diri sebagai penghasil aneka kerajinan bambu. Semakin hari semakin banyak dikunjungi karena keindahan alam, taman dan keunikannya untuk dapat melakukan 3 B (Belanja, Belajar dan Berwisata).

Brajan adalah suatu dusun yang terletak di desa Sendang Agung, kecamatan Minggir, Kabupaten Sleman, sekitar 20 Km sebelah Barat kota Yogyakarta. Nama Brajan diambil dari nama seorang pertapa Kyai Brajan Setiko yang membuat dan mengajarkan anyaman bambu untuk keperluan adat. Ketika beliau meninggal dusun itu dinamakan sesuai nama beliau yaitu

dusun Brajan. Masyarakat yang tadinya bertani, sepeninggal Kyai Brajan melanjutkan membuat anyaman bambu meskipun masih sederhana hanya berupa besek, wakul dan puncuk. Akhirnya hampir semua masyarakat di dusun Brajan (98 %) menekuni usaha menjadi perajin bambu.

■ Sentra Industri

Usaha kerajinan bambu di dusun Brajan ini mulai berkembang ketika seorang warga bernama Gedhe Supardi mendapat tawaran pelatihan desain bambu ke Jakarta pada tahun 1989. Karena pada umumnya masyarakat Brajan memang perajin bambu, pelatihan dan kesempatan ini tidak disia siakan oleh Supardi karena merupakan pengetahuan yang sangat berguna untuk pengembangan desain bambu di dusun Brajan. Selesai pelatihan tepatnya pada tahun 1991 Supardi mulai mengembangkan kerajinan bambu dengan membentuk kelompok perajin bambu dan juga menampung pelajar SMA dan SMK yang mau bekerja sambil belajar, jadi setiap hari pulang sekolah mereka bekerja. Saat inilah dusun Brajan mulai merintis untuk membentuk sentra kerajinan bambu. Kelompok yang dibentuk Supardi mulai kurang aktif karena para pelajar SMA dan SMK setelah lulus sekolah sibuk mencari pekerjaan di luar. Namun pada waktu bersamaan salah seorang perajin yaitu Sulisman mulai melakukan pengembangan produk dengan membuat kap lampu, tempat tissue, tempat buah dan tempat Koran, di mana sebelumnya kakek dan ayahnya hanya membuat *cething* dan peralatan dapur.

Dusun Brajan resmi menjadi sentra industri kerajinan bambu pada tahun 2016 dengan Sulisman sebagai ketua. Pengukuhan itu merupakan tindak lanjut surat Keputusan Bupati Sleman nomor 57 tahun 2016 tentang pengembangan Sentra Industri di Kabupaten Sleman Tahap II. Kepala Dinas Perindustrian dan Perdagangan saat itu menyampaikan bahwa pengukuhan sentra industri tersebut adalah untuk meningkatkan peran serta kelembagaan sentra dalam pemberdayaan industri kecil. Pada tahun tersebut telah dikukuhkan 6 Sentra termasuk dusun Brajan.

Pada tahun 2004 dusun Brajan dikukuhkan menjadi dusun cenderamata, sampai saat ini jumlah perajin bambu yang produktif sudah mencapai kurang lebih 120 orang dan 8 orang pengumpul, mereka sudah menghasilkan berbagai macam jenis kerajinan bambu mulai dari berukuran besar sampai pernak pernik yang berukuran kecil dan lucu. Para perajin selalu melakukan inovasi agar kerajinan bambu mereka selalu diminati dan dicari pelanggan. Sampai saat ini kurang lebih sudah 20 jenis produk kerajinan bambu yang mereka hasilkan. Meskipun dusun mereka kecil namun masyarakatnya sudah menghasilkan karya yang tidak hanya diminati dan ada di pasar lokal namun sudah tembus ke pasar Internasional.

Taman Wisata Brajan

Kerajinan bambu inilah yang membuat dusun Brajan lebih berkembang dan dikenal sebagai dusun wisata bambu. Hampir setiap bulan dusun Brajan selalu menjadi tujuan wisata nusantara dan wisata manca negara, baik rombongan yang pada umumnya para siswa dan mahasiswa tidak hanya berasal dari Jogja tetapi juga dari luar Jogja maupun perorangan. Di sini pengunjung ditawarkan untuk belajar membuat kerajinan bambu langsung di lokasi bersama para perajin. Kegiatan ini menjadi salah satu aktivitas unggulan yang ditawarkan di desa wisata Brajan ini. Di samping itu pengunjung juga dapat memesan aneka kerajinan secara custom. Sebagai tempat studi wisata kerajinan bambu juga menyediakan *home stay* yang mampu menampung kurang lebih 50 orang.

Kondisi ini menarik perhatian Jasa Raharja yang sudah lebih dahulu menjalin kemitraan dengan para perajin bambu di Brajan, untuk lebih mengembangkan dusun ini menjadi dusun wisata yaitu dengan mendirikan Taman Wisata Brajan yang diresmikan pada tanggal 1 Januari 2019 oleh Camat Minggu, kabupaten Sleman.

Taman Wisata Brajan menempati tanah kas desa seluas 3300 m², dengan menyediakan berbagai fasilitas khususnya tempat belajar menganyam untuk membuat kerajinan bambu serta menjual berbagai aneka kerajinan bambu hasil karya masyarakat dusun Brajan. Semua itu menjadi daya tarik dan perhatian wisatawan baik pelajar, mahasiswa maupun masyarakat umum dan pemerhati bambu.

Ciri khas taman Wisata Brajan sendiri adalah memiliki taman yang indah dan elok dari bambu sebagai tempat spot foto, kolam pemancingan dan area wisata belanja berbagai jenis kerajinan bambu. Menurut Ghede Supardi pengelola Taman Wisata Brajan, Jasa Raharja sebagai mitra perajin bambu dusun Brajan sudah memfasilitasi sarana dan prasarana Taman Wisata Brajan sejak tahun 2018 dilanjutkan pembangunan MCK dan Mushola pada tahun 2019. Rencana ke depannya di Taman Wisata Brajan juga akan dibangun arena *outbond*, kolam renang, kuliner dan *Arboretum* Bambu. (Elly Muthia, dari berbagai sumber)

- Kerajinan yang dihasilkan dari sentra kerajinan bambu Brajan.
- Foto Istimewa

Tantangan Generasi Kedua Kipas Wiracana

Salah satu generasi penerus yang begitu antusias dan serius melanjutkan usaha dari orang tuanya dalam bidang pembuatan kerajinan kipas yang didirikan tahun 1970 dan sampai sekarang masih tetap eksis dengan penerus generasi kedua yaitu Mas I Wayan Wiraperdana. Sosok yang ramah, tampak santai dan sederhana yang merupakan lulusan Perguruan Tinggi *Canning College Western Australia*.



- Proses produksi pada Kipas Wiracana.
- Doc. Kemenperin

Dalam menjalankan usaha kerajinan kipas dengan Merk "Kipas Wiracana" yang terletak di Jalan Raya Sesetan 63, Gang Merpati No 3, Sesetan, Denpasar Selatan, Kota Denpasar, dilakukan secara serius dan profesional, meski oleh sebagian sahabatnya mengatakan jika usaha kerajinan kipas lebih sesuai dijalankan oleh kaum perempuan. Namun oleh Wira, itu merupakan suatu tantangan untuk menunjukkan kemampuannya dalam meneruskan usaha kedua orang tua yang sudah dirintis sejak 50 tahun yang lalu. Tentu hal ini dilakukan tidak sekedar meneruskan usaha, namun lebih dari itu sebagai bentuk pengabdian kepada kedua orang tuanya untuk menjadi generasi penerus usaha agar tetap berkelanjutan sampai saat ini.

Keputusan memilih usaha kipas awalnya hanya dengan motto sederhana yaitu; "disetiap tas wanita ada kipas". Perjalanan panjang usaha "Kipas Wiracana" ini telah banyak memberikan kontribusi terhadap perekonomian Propinsi Bali dengan mempekerjakan sebanyak 77 tenaga kerja yang sebagian besar dalam pembuatan kipasnya dilakukan dengan menggunakan keterampilan tangan. Dari kontribusi yang sudah diberikan, Perusahaan "Kipas Wiracana" sudah banyak mendapatkan penghargaan di antaranya; IGDS 2012 *GOLD AWARD* desain

terbaik Indonesia produk Tulang Motif Ganesha Kategori I *Craft Product, Award Winner for Best Furniture and Craft Design* dari *Indonesia International Furniture Expo (IFEX)*, *World Craft Council (WCC) Award of Excellence for Handcrafts*, *World Trade Organization (WTO) The Souvenirs Manufactured*. Saat kunjungan ke ruang produksi, terlihat jelas betapa ketatnya penerapan standar kualitas yang dilakukan pada setiap detail pengerjaan kipas karena hampir seluruhnya dilakukan dengan tangan-tangan terampil tenaga kerja perempuan yang dengan tekun dan sabar melakukan pekerjaan pembuatan kipas sesuai urutan yang dimulai dari memilih bahan material kain yang sesuai motif dengan pesanan konsumen, menggambar pola desain sesuai ukuran, menggantung, menempelkan kain pada stick kayu, mengeringkan dan terakhir ada tahapan *quality control* yang dilakukan oleh tenaga kerja profesional untuk seleksi akhir sesuai ukuran dan jumlah sebelum masuk ke dalam kemasan untuk didistribusikan baik untuk memenuhi permintaan pasar lokal toko oleh-oleh, pasar domestik maupun memenuhi pasar *ekspor*.

Strategi pemasaran yang dilakukan Wira dalam menerima calon konsumen yang berkunjung ke outletnya, dilakukan secara profesional disambut dengan sangat ramah, kemudian

• Para pekerja tetap semangat memproduksi ditengah terjangan pandemi. • Doc. Kemenperin



menjelaskan secara detail tentang keberadaan perusahaan, pendirian perusahaan, sumber bahan baku, rekrut tenaga kerja, dari proses produksi sampai kepada pembuatan produk akhir dan diajak berkeliling untuk melihat secara langsung pembuatan kipas tanpa ada yang ditutupi karena kekhawatiran akan ditiru orang lain. Selanjutnya dijelaskan bagaimana strategi pemasaran yang dijalankan untuk memperkenalkan produk kipasnya dengan mengikuti berbagai pameran baik di tingkat propinsi, nasional/JCC sampai pameran ke luar negeri untuk membuka peluang pasar ekspor lainnya. Hal ini yang membuat setiap pelanggan tertarik untuk membeli produk kipasnya dengan berbagai ukuran baik sebagai koleksi pribadi, *souvenir*, maupun untuk dijual kembali pada toko-toko penjual *souvenir* di Bali dan sekitarnya maupun di daerah lain yang sempat berkunjung ke outlet.

Kipas Wiracana dilihat dari bahan dan desain motifnya berbeda dengan kipas pada umumnya yang banyak beredar dijual di Bali, Kipas Wiracana memiliki ciri khas tersendiri nampak terkesan anggun dan eksklusif, tidak salah jika yang jadi Icon kipas Wiracana adalah "Anggun C Sasmi" kiat promosi ini untuk menarik perhatian pelanggan Kipas Wiracana dari luar negeri (*Ekspor*) yang selama ini sudah ada yang di ekspor ke Amerika latin, Spanyol, Jerman dan Itali. Hal

ini yang membuat usahanya masih tetap eksis meski selama masa pandemi mengalami penurunan permintaan, tapi untuk permintaan secara *online* masih tetap berlanjut, minimal bisa menutupi kebutuhan operasional perusahaan.

Meski saat ini sedang musim pandemi, pesanan yang sudah memiliki kontrak penjualan masih tetap berjalan karena terikat perjanjian selama 6 bulan sekali, namun pada pesanan berikutnya mengalami penurunan sampai 70 % karena terkena dampak pandemi Covid-19. Disamping adanya pemberlakuan PSBB hampir di seluruh wilayah Bali, juga ada pengurangan aktifitas tenaga kerja yang boleh bekerja hanya 50%, sehingga mau tidak mau perusahaan Kipas Wiracana mengikuti aturan yang berlaku yang berakibat penjualan kipas juga mengalami penurunan dan penjualan yang dilakukan lebih banyak melayani secara *online*.

Ketika dihubungi beberapa waktu lalu terlihat jelas jika Wira masih tetap optimis untuk mampu bertahan melanjutkan usaha, meski terkendala dengan situasi pandemi Covid-19. Situasi penurunan penjualan yang oleh sebagian pelaku usaha IKM dari berbagai sektor industri, karena dalam situasi saat ini, semua mengalami hal yang sama yaitu pengurangan permintaan

pasar, karena di samping sebagian besar masyarakat menahan pembelian produk yang sifatnya konsumtif di luar kebutuhan pokok. Tapi bagi sebagian masyarakat yang masih memiliki gaji/penghasilan tetap, masih tetap berusaha menyisihkan sebagian pengeluarannya untuk memenuhi keinginan baik itu pakaian, *souvenir*, makanan kesukaan di restoran maupun rekreasi sebatas daerah dan wilayah masing-masing.

Dengan terkenalnya Bali sebagai destinasi wisata, meski situasi pandemi Covid-19 kunjungan wisata masih tetap ada, baik turis lokal maupun dari manca negara. Di antara mereka ada yang tertarik dengan kipas berbagai macam ukuran desain dan warna yang menarik untuk dijadikan sebagai *souvenir* bagi kerabat dan sahabatnya, maka inilah saatnya untuk meningkatkan kualitas produk dengan melakukan Sistem

Pengawasan Mutu berdasarkan diagram proses produksi dari pemilihan bahan baku material kayu dan kainnya, proses pembuatan sampai produk akhir dan pengemasan serta ketepatan waktu pengirimannya sampai di tangan *customer*. Penerapan Manajemen Pengelolaan usaha yang dilakukan secara profesional dengan memperhatikan seluruh aspek organisasi perusahaan yang dijalankan secara efektif dan efisien dengan melakukan pembagian tugas sesuai aspek-aspek manajemen, dimulai dari aspek keuangan dengan pembukuan *cash flow*, Aspek produksi dengan menerapkan *Quality control*, *Total Quality control*. Aspek pemasaran dengan menerapkan *Marketing Mix (4 P- 7 P)* diharapkan di masa akan datang dapat menghasilkan produk lebih berkualitas, harga kompetitif agar memiliki daya saing tinggi, mampu bersaing dengan produk-produk sejenis dari negara-negara lain.

• Ada beberapa Tips yang perlu dilakukan oleh semua pelaku usaha IKM di saat pandemi agar tetap semangat menjalankan usahanya walaupun dalam keadaan sesulit apapun yaitu :

1

Saat ini seluruh penghuni bumi mengalami kesulitan yang sama meski dengan kadar yang berbeda, anda tidak sendiri mengalaminya.

2

Awal dari pendirian usaha IKM yang anda jalankan saat ini, dimulai dari hal kecil yang sudah melalui proses panjang untuk menjadi besar dan sukses yang memberikan kehidupan yang sudah dinikmati, jangan disia-siakan.

3

Tegar berdirilah untuk selalu optimis menjalankan usahanya, karena anda sudah memiliki tanggung jawab besar untuk membantu kehidupan orang lain yang selama ini membantu anda mencapai kesuksesan.

4

Berfikir positif dan tumbuhkan semangat yang tinggi jika semua kendala dan rintangan yang anda hadapi saat ini semua akan berlalu dan menjadi pengalaman berharga untuk mencapai keberhasilan yang lebih besar di masa akan datang

Bagi seluruh pelaku usaha IKM di Indonesia berbanggallah anda sudah berkontribusi terlibat langsung dalam menggerakkan perekonomian negara dengan cara membantu kehidupan sebagian besar rakyat Indonesia melalui produk-produk

yang anda hasilkan sesuai kebutuhan masyarakat. Tetaplah berkarya jadi pejuang ekonomi tidak hanya untuk diri sendiri tapi untuk kesejahteraan seluruh rakyat Indonesia. (**Lusiana Mohi**)

Djudjuk Aryati Berkembang dengan Dukungan Mitra

Sejak awal fokus menggarap pasar global. Keberhasilan perusahaan ini ditopang oleh kemitraan dengan pelaku usaha furnitur lain. Kepercayaan *buyer* tak hanya pada produk yang dihasilkan, namun juga desain produk yang diajukan.



Sejak mendirikan CV. Arya Buana pada Mei 2004 Djudjuk Aryati sudah bertekad menjadi produsen furniture atau mebel yang berorientasi *ekspor*. Artinya produk-produk yang dihasilkan harus mendunia, bukan menang di dalam negeri tapi tak diterima di pasar global.

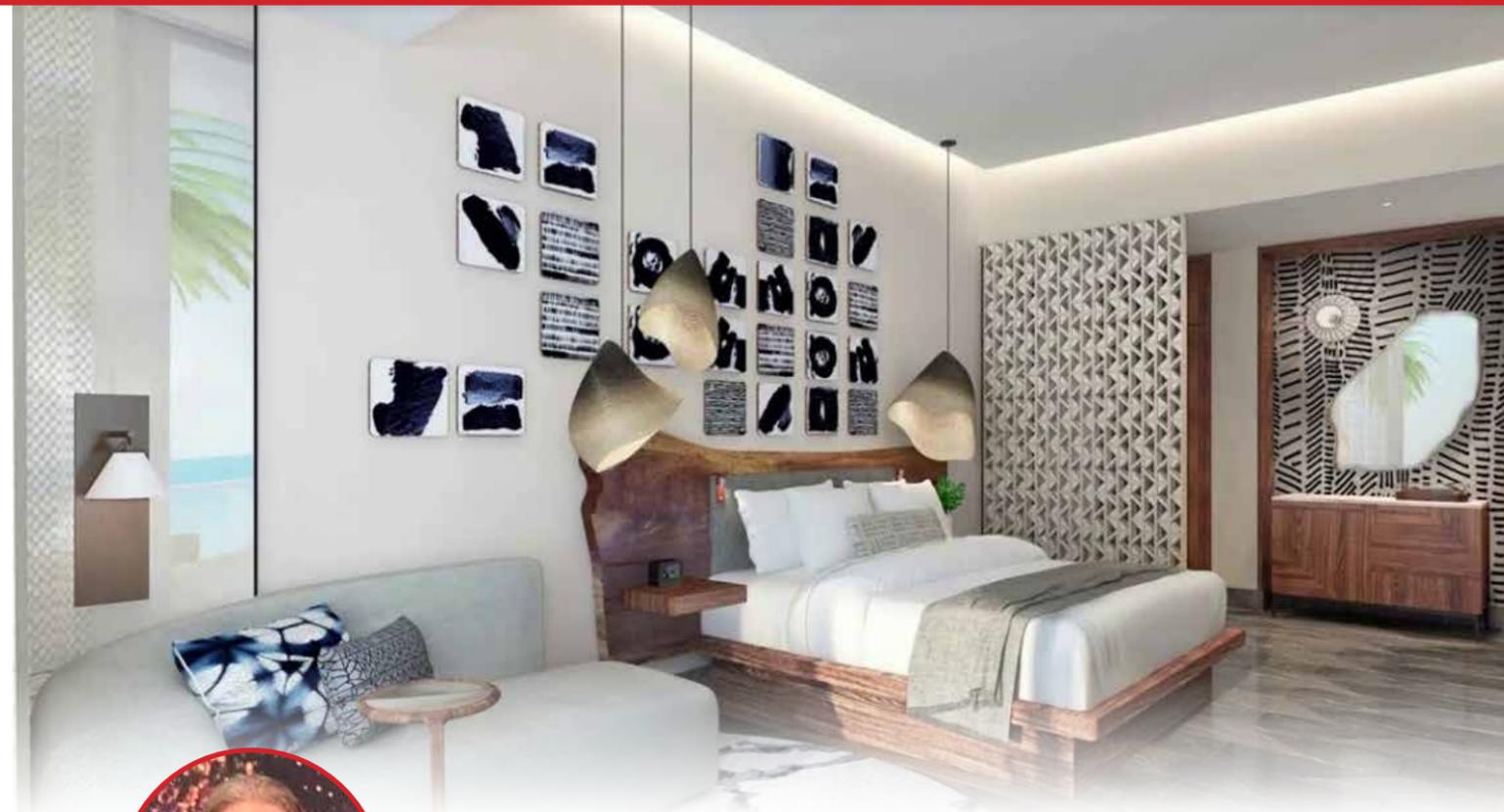
Setelah berjalan beberapa lama, nama perusahaan berubah menjadi CV *Cocoon Asia*. Nama *cocoon* sendiri diambil dari bahasa Inggris yang artinya kepompong. Mulai dari skala kecil dulu selanjutnya muncul bagaikan kupu-kupu indah yang terbang jauh. Mungkin itulah prinsip yang dianut Djudjuk Aryati.

Kenyataannya memang CV. Cocoon Asia terus membesar. Fokus yang dicanangkan sebagai perusahaan furniture berorientasi *ekspor* tercapai. Tentu dengan segala tantangan yang harus dihadapi dalam perjalanan sekitar 16 tahun.

Didukung oleh tim dan manajemen yang solid, CV. Cocoon Asia mampu merambah pasar tradisional seperti negara-negara Eropa (Perancis, Italia, Belgia, Belanda, Jerman, dan Spanyol) serta Amerika Serikat. Demikian pula Selandia Baru, China, Vietnam, hingga Meksiko dan Chili menjadi negara langganan tujuan *ekspor* produk CV. Cocoon Asia.

Yang tak kalah penting adalah CV. Cocoon Asia mendapat sokongan dari mitra kerja yang bisa diajak kerja sama dalam menghasilkan produk berkelas dunia serta berkualitas *ekspor*. Meskipun sudah memiliki karyawan dan pekerja sebanyak 615 orang, Djudjuk yang juga direktur utama CV Cocoon Asia masih membutuhkan pasokan furnitur dari perajin lain.

• Salah satu produk dari CV Cocoon Asia.
• Doc. Kemenperin



Djudjuk menjalin kemitraan saling menguntungkan dengan perajin di daerah Yogyakarta dan sekitarnya, Jepara, Blora, dan Solo. Selain saling menguntungkan kedua belah pihak, dalam program kemitraan ini memiliki tujuan juga memunculkan ide dan inovasi produk baru, meningkatkan pemanfaatan produksi dan negeri dengan memaksimalkan penggunaan bahan baku, terutama bahan *sustainable* atau daur ulang.

Selain itu CV. Cocoon Asia berupaya mendorong para mitranya untuk meningkatkan produktivitas dan efisiensi dengan cara menyusun strategi yang efektif dan efisien serta membuat sistem produksi yang simpel dan mudah diterapkan, serta bisa diproduksi secara massal.

CV. Cocoon Asia juga memperkuat riset dan pengembangan (R&D) agar bisa mempertahankan pertumbuhan nilai *ekspor*. Tak kalah penting, perusahaan ini mempertajam *market intelligent*. Untuk desain, 90% importir atau distributor mengambil dari desain yang sudah dibuat, bukan *buyer* yang memberikan desain. Mereka akan lebih maju bila tidak punya banyak kompetitor.

Dari sisi produk program kemitraan dengan industri kecil dan menengah (IKM) yang dibangun mampu meningkatkan kapasitas dan kompetensi sebagai perajin furnitur. Bentuk nyata yang diberikan Manajemen CV. Cocoon Asia adalah memberikan pelatihan dan edukasi pembuatan sampel baru disertai percepatan terhadap produk reguler.

Untuk kelancaran produksi CV. Cocoon Asia juga memberikan bantuan permodalan langsung atau akses permodalan dengan memberikan dana operasional (DP) untuk pengadaan bahan atau alat yang dibutuhkan.

Contoh produk disertai dengan standar yang telah ditetapkan yang diproduksi oleh mitra kemudian dieskpor atau diikutsertakan dalam pameran. Untuk pameran atau bazar ini, CV Cocoon Asia dapat mengikuti dengan memamerkan produk mitra sekaligus ditawarkan kepada *buyer*.

Di tengah tantangan seperti persaingan global yang di dunia bisnis furnitur CV. Cocoon Asia harus mempertahankan fokusnya terhadap produk. Perusahaan ini harus meningkatkan kualitas sekaligus produktivitas kerja. Produk yang dihasilkan juga harus konsisten sesuai standar yang diberlakukan di negara tujuan *ekspor*.

Keberhasilan CV. Cocoon Asia juga disebabkan adanya kolaborasi dengan 20 IKM sebagai mitra. Hubungan saling membutuhkan ini terbukti tak hanya mampu mengatasi permintaan dari pasar internasional, namun yang tak kalah penting adalah meningkatkan kompetensi atau kemampuan para mitra yang bukan tak mungkin suatu saat bisa sejajar dengan CV. Cocoon Asia.

Namun, disitulah seni dalam bekerja sama dengan mitra yang sudah setia menemani dalam suka dan duka. Mereka juga harus tumbuh menjadi usaha yang kuat dan maju. Makin banyak IKM yang kuat akan makin bagus. Seperti filosofi kokon yang kini sudah menjadi kupu-kupu yang terbang tak sendirian lagi. Makin banyak kupu-kupu akan makin indah. (Jay)

Lusia Widiarni Bergandeng Tangan Memajukan Desa

Kerja sama saling menguntungkan memberikan dampak besar bagi masyarakat. Mereka diajak bergabung untuk dilatih menghasilkan produk bermutu. Sejumlah industri kecil muncul dari keseriusan membina mitra hingga mampu berdirinya.



• Proses pengemasan untuk produk UD Rizqi Agung. • Doc. Kemenperin

Desa yang sejuk dengan pemandangan indah banyak ditemui di Indonesia. Hawa pegunungan yang segar menjadikan siapa pun yang datang akan betah tinggal berlama-lama. Namun letak geografis yang sulit dijangkau kadangkala menjadi kendala untuk menikmati keindahan alamnya.

Keindahan alam khas pedesaan ini bisa disaksikan di Desa Selur, Kecamatan Ngrayun, Kabupaten Ponorogo, Jawa Timur. Sebagai desa yang berada di kawasan terpencil, sebetulnya sulit untuk dikunjungi. Letak geografis di pegunungan tak mudah untuk dijangkau dan sudah pasti jauh dari pusat pemerintahan.

Jalan terjal dan berliku bukan menjadi halangan bagi Lusia Widiarni untuk membangkitkan Industri Kecil dan Menengah (IKM) dengan memanfaatkan sumber daya yang ada. Dengan bendera UD Rizqi Agung, Lusia Widiarni memanfaatkan rumput janggolan yang banyak ditanam penduduk, bahkan menumpuk

di halaman rumah mereka, menjadi bahan baku pembuatan cincau hitam.

Pendapatan petani yang sedang anjlok hingga setengah dari harga biasa, membuat para petani di sini tak bergairah untuk menjual rumput jagelan. Harga yang biasanya Rp 5.000 merosot hingga Rp 2.500. Saat itu, tahun 2012 UD Rizqi Agung berdiri, Lusia mulai membeli bahan baku dari petani untuk bahan baku produksi cincau hitam.

Secara perlahan usaha UD Rizqi Agung menunjukkan perkembangan positif. Cincau hitam yang dikemas rapi, bahkan sudah masuk ke berbagai *minimarket* di Jawa dan Kalimantan. Petani pun senang karena harga jual rumput janggolan kering secara pasti mengalami kenaikan. Harga jual saat ini melonjak hingga Rp 20.000 per kilogram.

■ Berbagi Rejeki



UD Rizqi Agung tak ingin besar dan maju sendiri. Lusia pun berbagi rejeki dengan masyarakat di Kecamatan Ngrayun dan sekitarnya dengan mengajak mereka terlibat dalam produksi makanan dan minuman. Bentuk nyata yang diberikan Lusia kepada mereka

berupa pembinaan dan pelatihan cara menghasilkan produk makanan dan minuman yang bahan bakunya diperoleh dari lingkungan sekitar.

Untuk mewujudkan hal tersebut, Lusia memotivasi masyarakat yang ingin terlibat, agar serius menjalankan usaha ini. Tak tanggung-tanggung Lusia pun memberikan bantuan peralatan secara cuma-cuma. Untuk mendapatkan modal, mereka juga difasilitasi ke lembaga perbankan maupun Badan Usaha Milik Negara (BUMN).

Tak hanya itu, masyarakat yang menjadi mitra binaan UD Rizqi Agung dibantu dalam hal pemasaran dan distribusi produk yang dihasilkannya. Standar produk yang ketat diberlakukan oleh Lusia agar bisa masuk ke toko atau *minimarket* yang telah bekerja sama selama ini. Dengan pendampingan yang terus menerus inilah, mitra binaan semakin mampu menghasilkan produk sesuai standar.

Lusia melalui UD Rizqi Agung juga tak segan memberikan bantuan promosi dengan mengikutsertakan produk mitra binaannya di berbagai kegiatan pameran dan bazar. Tak hanya di tingkat kabupaten, mitra binaan ini diajak pameran hingga ke tingkat provinsi dan nasional di Jakarta. UD Rizqi Agung memperlakukan mereka sebagai mitra saling menguntungkan, bukan pesaing yang akan menjatuhkan produk yang sudah dihasilkan.

Masyarakat di Kecamatan Ngrayun pun merasakan hasil dari upaya yang dilakukan UD Rizqi Agung ini. Di sini bermunculan pelaku usaha IKM dengan beragam produk, seperti rempeyek, madu, kopi jahe, kripik tempe, dodol janggolan, aneka kue basah, dan sebagainya.

Seperti yang dirasakan oleh Kurniasih, pemilik UD Asih Jaya yang memproduksi gula aren, setelah menjadi mitra binaan UD Rizqi Agung usahanya maju pesat. Menurutnya, usaha produksi gula aren yang didirikan tahun 2014 ini diserap oleh UD Rizqi Agung sebagai bahan baku pembuatan cincau hitam. Selain itu, UD Rizqi Agung juga ikut membantu pemasaran produknya ke luar daerah.

Mitra binaan lain seperti Nanang yang memproduksi madu hutan dan telur bebek asin asap, kini merasakan manfaat

bekerja sama dengan UD Rizqi Agung. Usaha yang semula terseok-seok kini bisa dikatakan maju. "Sebelum adanya UD Rizqi Agung, usaha madu hutan dan telur asin asap belum berkembang. Namun setelah adanya kemitraan, di mana kami dibantu soal proses produksi yang baik serta legalitas usaha dan diikuti dalam pameran-pameran, kini produksi madu dan telur asin kami berjalan lancar," ungkap Nanang, dengan bersemangat.

Tak sedikit hambatan yang dihadapi UD Rizqi Agung dalam membangun dan membangkitkan IKM di wilayah Ngrayun dan sekitarnya. Selain kondisi geografis yang sulit, minimnya informasi yang bisa diakses serta budaya masyarakat, misalnya masih memandang perempuan hanyalah sebagai "*konco wingking*" atau "bisa apa", sehingga pada awalnya sulit mengajak ibu-ibu bergabung menjadi mitra binaan. Namun kondisi ini bagi Lusia merupakan tantangan yang harus dihadapi.

Seiring berkembangnya usaha mitra binaan UD Rizqi Agung, produk cincau yang dihasilkan juga makin dikenal. Bahkan, sebuah produsen cincau hitam berskala nasional sudah mengajak UD Rizqi Agung untuk memasok gel yang jadi bahan baku cincau hitam dalam jumlah besar.

Bila kerja sama ini terlaksana, tentunya akan berimbas lagi terhadap industri-industri kecil dan menengah yang ada di wilayah sekitar lokasi UD Rizqi Agung berada, yang selama ini menjadi mitra binaannya. Apa yang dilakukan Lusia Widiarni dapat menjadi contoh keberhasilan sebuah kerja sama yang saling menguntungkan. (Jay)



• Proses produksi pada UD Rizqi Agung.

• Doc. Kemenperin

• Senantiasa melakukan pembinaan dan pendampingan untuk membangkitkan semangat IKM. • Doc. Kemenperin



Kartika Kusumastuti Mengabdikan Memajukan IKM Kepulauan Riau

Membangkitkan semangat IKM melalui pembinaan dan pendampingan agar dapat berusaha maksimal dan mampu berkontribusi dalam meningkatkan perekonomian daerah.

Kartika, wanita lulusan UPN Veteran Yogyakarta tahun 1991, pemilik CV Citra Sari ini melihat IKM di daerahnya kota Tanjung Pinang, belum menjalankan usaha secara maksimal. Pada umumnya mereka melakukan usaha tersebut hanya sebagai kegiatan sampingan saja untuk mengisi waktu luang. Padahal kalau mereka serius dan lebih fokus menjalankan kegiatan usaha tersebut Kartika yakin mereka pasti berhasil karena sangat berpeluang besar, mengingat sebagai ibukota propinsi secara geografis letaknya berbatasan langsung dengan Singapura dan Malaysia.

Kondisi inilah yang mendorong Kartika berusaha sekuat tenaganya untuk membangkitkan semangat IKM-IKM di Propinsi Kepulauan Riau agar dapat berusaha dengan baik dan maksimal dalam menghasilkan produk-produknya sehingga memberikan kontribusi yang besar dalam meningkatkan perekonomian di daerah tersebut.

Pembinaan

Hal utama yang dilakukan Kartika adalah dengan melakukan pendampingan dan pembinaan kepada IKM-IKM tersebut untuk mengatasi hambatan yang ada agar mereka dapat menjalankan usahanya dengan baik. Adapun kegiatan yang dilakukan Kartika dalam memajukan IKM binaannya serta menumbuhkan usaha baru di provinsi Kepulauan Riau antara lain :

- 1 Tahun 2004 sampai dengan tahun 2010 melakukan pendampingan dalam inovasi produk, teknologi, desain dan motif produk kerajinan serta inovasi kemasan produk kerajinan kelompok perajin Lekar Cipta Karya di Kabupaten Bintan, Provinsi Kepulauan Riau.
- 2 Pada tahun 2013 sampai sekarang melakukan pembinaan dan pendampingan pada kelompok IKM Pandan wangi dalam melakukan inovasi terhadap bentuk produk kue tradisional agar lebih menarik serta higienis dan berkualitas.
- 3 Sejak tahun 2019 sampai sekarang, Kartika mendorong kelompok tani Mekar Tani Makmur untuk mengolah lahan tidur yang terbengkalai dengan menanam jenis buah-buahan yang kemudian diolah menjadi berbagai macam produk.
- 4 Membantu kelompok usaha IKM di kabupaten Bintan dalam mengolah hasil pertanian mereka berupa singkong menjadi tepung gaplek serta mendorong pemerintah desa untuk menyediakan sarana pendukung pembuatan tepung gaplek tersebut. Selanjutnya tepung gaplek diolah menjadi berbagai macam olahan pangan sebagai makanan ringan dan menjadikan desa tersebut sebagai destinasi wisata desa.



• Salah satu kegiatan pendampingan dalam inovasi produk • Doc. Kemenperin

Menjalin Kemitraan

Melalui perusahaan miliknya CV Citra Sari, Kartika melestarikan produk-produk makanan tradisional yang ada di kepulauan Riau, seperti produk epok-epok, tepung gomal dan koleh-koleh yang menjadi produk unggulan dan ditawarkan kepada konsumen. Upaya pelestarian produk tradisional tersebut dilakukan dengan cara menjadikan produk makanan tersebut menjadi produk unggulan, serta mendorong mitra binaan untuk memproduksi ragam kue tradisional tersebut dengan cita rasa berkualitas serta menarik dalam penampilan.

Kartika juga berbagi ilmu dengan mitra IKM binaan yaitu memfasilitasi mereka untuk mendapatkan modal dan lain-lain seperti :

- 1 Kelompok IKM Perajin Lekar Citra Karya pada tahun 2004 mendapatkan sumber dana dari pemerintah provinsi Kepulauan Riau sebesar 40 juta rupiah untuk 10 orang anggota.
- 2 Pada tahun 2013 memfasilitasi dan mengajukan proposal IKM kuliner Pandan Wangi untuk mendapatkan pinjaman lunak program kemitraan bina lingkungan Bank Rakyat Indonesia Tanjung Pinang sebesar 100 juta rupiah untuk 10 anggota, dan mencatat prestasi yang baik karena pengembalian sesuai dengan tenggang waktu yang diberikan.
- 3 Pada tahun 2017 memfasilitasi mitra binaan kelompok usaha IKM Tuah Dua Sebilik (TDS) untuk mendapatkan bahan baku dan peralatan bantuan dari Bank Indonesia wilayah kepulauan Riau melalui proram Bank Indonesia dengan membentuk rumah kemasan dan bantuan peralatan seperti *computer, printer, Vacuum Sealer, continous sealer*, kantong plastik dan kotak kemasan, serta cetak label kemasan.
- 4 Pada tahun 2019 Kartika membantu memfasilitasi IKM mitra binaannya pada program penumbuhan wirausaha baru dari Baznas Kota Tanjung Pinang bekerja sama dengan Baznas Provinsi Kepulauan Riau melalui Bantuan Ekonomi Produktif (BEP) mendapatkan *hand sealer, freezer*, alat pemotong, kompor, mesin penggiling ikan, kualii untuk 25 IKM mitra binaan.
- 5 Membantu pemasaran produk-produk IKM dengan memfasilitasi kelompok mitra binaan IKM agar dapat mengikuti pameran-pameran di daerah pada saat hari besar nasional maupun *event* pariwisata. Kartika juga merekomendasikan IKM mitra binaan kepada Pemerintah kota Tanjung Pinang maupun Provinsi Kepulauan Riau untuk dapat mengikuti pameran skala nasional khususnya bagi IKM yang mengembangkan produk berbahan baku lokal.
- 6 Program rutin yang selalu diadakan adalah memberikan pelatihan, bimbingan dan pendampingan untuk perkembangan produk agar laku di pasaran. Di samping itu juga setiap bulan mengadakan pertemuan untuk membahas perkembangan masing-masing usaha serta rencana pengembangan ke depannya.



• Ibu Kartika Kusumastuti yang aktif dalam pembinaan dan pendampingan bagi IKM.
• Doc. Kemenperin

Kartika selalu aktif mengikuti program-program pemerintah dengan berbagi dan berdiskusi terkait dengan pertumbuhan dan perkembangan kewirausahaan secara masif dan menyeluruh di kepulauan Riau.

Kerja keras dan kegigihan Kartika dalam pengabdianya untuk membangkitkan semangat IKM di Provinsi Kepulauan Riau ini membawa dirinya menjadi salah satu nominator penghargaan bergengsi di Kementerian Perindustrian pada tahun 2020 ini yaitu Upakarti untuk kategori Jasa Pengabdian. (*Elly Muthia*)

Pertenunan Sutera ATBM Hedayat Sutera

Pelaku usaha IKM Perusahaan Pertenunan Sutera ATBM Muh.Taufiq Hidayat, S.ST yang terlahir 32 tahun lalu merupakan generasi ketiga penerus usaha turun temurun, meski masih tergolong muda tapi beliau memiliki kemampuan lebih untuk mempertahankan industri tenun di daerahnya kota Sengkang. Industri pertenunan sutera ATBM “Hedayat Sutera” didirikan 30 Mei tahun 2010 di Jalan Sultan Hasanuddin 3, Sengkang, Kabupaten Wajo, Sulawesi Selatan.



• Muh. Taufiq aktif dalam mengikuti pameran untuk mempertahankan industri pertenunan sutera ATBM Hedayat Sutera.
• Doc. Kemenperin

Awalnya usaha ini dirintis oleh kakeknya yakni Alm. H. Ambo Dalle yang merupakan salah seorang penggagas pertenunan ATBM lebar 110 Cm di Kabupaten Wajo. Usaha pertenunan sutera dari Sang Kakek, diteruskan oleh ayahnya dengan lebih memfokuskan kepada peningkatan celupan benang sutera bagi industri pertenunan sutera. Muh.Taufiq Hidayat dibesarkan oleh orang tua yang berlatar belakang usaha pertenunan sehingga terbentuk sebagai kader penerus usaha pertenunan sutera sejak dari umur 6 tahun sampai remaja, bersekolah sambil membantu orang tua dalam usaha pertenunan sutera. Sejak tahun 2006 setelah menyelesaikan pendidikan SLTA Sengkang, Muh.Taufiq Hidayat sudah diberi tanggung jawab oleh orang tua untuk mengelola usaha pertenunan yang dimulai dengan 2 buah ATBM dan tenaga kerja 4 orang. Tahun 2007 melanjutkan pendidikan formal pada Politeknik

Negeri Jember, Jawa Timur dan masih tetap melakukan usaha pertenunan sutera menggunakan 5 unit ATBM *Jacquard* dengan tenaga kerja 7 orang. Usaha ini dijalankan sambil kuliah di Jember, juga menjadi agen penjualan para pengusaha pertenunan dari Kabupaten Wajo khususnya dari usaha orang tua beliau. Setelah selesai kuliah tahun 2010 baru melanjutkan usaha pertenunan sutera secara mandiri dengan usaha yang diberi nama “ HEDAYAT SUTERA “ usaha ini berkembang pesat karena sejak puluhan tahun sudah dikenal sebagai pemasok kebutuhan masyarakat Sulawesi Selatan yang biasa menggunakan sarung dalam kesehariannya, acara keagamaan, pernikahan dan acara adat budaya setempat. Usaha pertenunan sutera ini memiliki potensi yang terbuka luas, tapi seiring waktu mengalami kendala dalam pengadaan bahan baku benang sutera, untuk menghasilkan produk bahan sutera secara kontinyu (berkesinambungan).

Kebutuhan benang sutera (*raw silk*) kota sengkang, Kabupaten Wajo sekitar 120 ton setiap tahunnya untuk menggerakkan 5000 unit ATBM serta 18.000 alat tenun gedogan, Sementara produksi benang sutera Sulawesi Selatan hanya berkisar antara 25 – 60 ton setiap tahunnya, dengan demikian untuk menutupi kekurangan benang tersebut, maka para pengusaha harus mendatangkan benang sutera dari luar Sulawesi Selatan, termasuk dengan cara mengimpor. Selain itu masalah kualitas coletan dan ikatan benang pakan untuk pengembangan desainnya masih kurang, terutama dalam pengembangan sejumlah motif seperti *La-Gosi, Bulu Alaune* Tempe dan sebagainya termasuk teknik menenun dengan pola *Subbi* yang melibatkan generasi muda, akibat



• Kegiatan menanam stek murbei untuk menjamin kelangsungan bahan baku benang sutera
• Doc. Kemenperin

pengelolaan sentra pengikatan dan pencoletan benang yang belum terorganisir dengan baik, serta teknik pengikatan dan penggunaan pewarna yang belum sesuai dengan bahan sutera tersebut. Di sisi lain, motif dan kelunturan benang pada hasil tenun sangat ditentukan oleh hasil ikatan dan pencoletan benang, sementara untuk pemasaran produksi terutama pada jenis ikat kain berjalan secara sendiri-sendiri, tanpa adanya ikatan kebersamaan, berakibat pada melemahnya daya saing, terutama saat menentukan harga jual. Akibatnya sejumlah petani beralih pada usaha budidaya tanaman lain yang lebih menguntungkan secara ekonomis. Kondisi lingkungan yang sudah tidak kondusif, menjadikan budidaya ulat kini berpindah ke kabupaten lain di luar Wajo. Situasi tersebut menjadi tantangan bagi Muhammad Taufiq Hidayat, pemilik perusahaan pertenunan sutera ATBM (Alat Tenun Bukan Mesin) "Hedayat Sutera", sejak tahun 2014 - 2019, "Hedayat Sutera" telah melakukan berbagai langkah pembinaan kepada mitra kerjanya, baik dalam bentuk fasilitasi untuk peningkatan produksi, pengadaan ATBM, bahan baku benang sutera, maupun dana tunai. Juga memfasilitasi keikutsertaan

mereka pada sejumlah kegiatan pameran di luar daerah, mengikutsertakan mereka pada kegiatan studi banding di daerahnya ataupun keluar daerah mereka, serta memberikan pelatihan dan bimbingan sebagai upaya menumbuhkan wirausaha baru, sehingga dapat melahirkan kader-kader wirausaha di bidang pertenunan sutera.

Dari hasil pelatihan yang diberikan, para calon wirausaha baru, akhirnya juga sudah mampu memasok pakan untuk produksi tenun ikat baik kepada "Hedayat Sutera" maupun kepada mitra lainnya. Hal tersebut dibenarkan secara langsung oleh para mitra, di mana kelompok binaan yang terdiri atas kelompok petani, mitra pengikatan, dan pencoletan, beranggapan usaha kemitraan dinilai sangat bermanfaat dalam meningkatkan kualitas produksi, penyediaan bahan baku menjadi lebih efisien karena dapat memangkas jalur distribusi, pemasaran produksi lebih terjamin, pendapatan meningkat, dan terjalin kerja sama yang saling menghargai serta saling menguntungkan.

Untuk menjamin kelangsungan bahan baku benang sutera serta dalam menciptakan industri sutera yang terintegrasi di Kabupaten Wajo, "Hedayat Sutera" juga telah bermitra dengan kelompok tani sutera dengan memberi pelatihan, pendampingan, serta bimbingan dalam memilih stek murbei, cara mengolah tanah, cara memelihara ulat sutera, serta memfasilitasi pengadaan stek murbei dan pengadaan telur ulat sutera. Melalui fasilitasi Pemerintah Provinsi Sulawesi Selatan, saat ini perusahaan juga tengah membantu penyaluran stek murbei sebanyak 2 juta pohon kepada petani murbei di Kabupaten Wajo, sebagai wujud dalam implementasi program pengembalian kejayaan sutera di Kabupaten Wajo. Setelah menjalin kemitraan dengan Perusahaan "Hedayat Sutera" wilayah pemasaran IKM binaan menjadi lebih luas ke sejumlah provinsi lain yakni Sulawesi Barat, Kalimantan, Bali, Jawa, serta kerja sama dengan beberapa desainer dan organisasi lainnya. Sebagai salah satu bentuk pengembangan jaringan usaha, saat ini perusahaan "Hedayat Sutera" sudah mampu juga bekerja sama dengan pemerintah kabupaten/kota, juga perbankan, lembaga pemerintah maupun non pemerintah dalam hal penyediaan pakaian seragam, baik untuk peringatan hari-hari besar maupun sebagai seragam kerja untuk di perkantoran.

Melihat berbagai upaya yang sudah dilakukan oleh Muh Taufiq Hidayat untuk membantu para mitra usahanya dalam bidang pertenunan sutera tentunya sudah selangkah menjadi nominator penerima penghargaan Upakarti. Dan diharapkan di masa akan datang akan semakin banyak generasi penerus dari pelaku Usaha IKM yang mau melanjutkan usaha yang dirintis oleh orang tuanya untuk dilanjutkan dan dikembangkan dengan memanfaatkan potensi Sumber Daya Alam dan Sumber Daya Manusianya, untuk menggerakkan ekonomi daerah sesuai dengan kebutuhan pasar lokal, domestik maupun ekspor. (Lusiana Mohi- dari berbagai sumber)

Penerapan Standar Dan Pengawasan Mutu Bagi Produk IKM

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



• Produk kemasan yang memiliki sertifikat Halal.
• Doc. Kemenperin

Peran Industri Kecil dan Menengah (IKM) sangat diperlukan untuk mewujudkan Gerakan Nasional #BanggaBuatanIndonesia, mengingat sebagian besar produk IKM memenuhi permintaan pasar dalam negeri, namun dalam pencapaiannya harus didukung oleh penerapan standarisasi dan pengawasan mutu produk sebagai jaminan kualitas yang dipasarkan sesuai dengan kebutuhan konsumen yang nantinya, diharapkan masyarakat Indonesia akan "Bangga Buatan Indonesia". Selama masa pandemi Covid-19, Kementerian Perindustrian melalui Dit.Jen Industri

Kecil Menengah dan Aneka (IKMA) telah berupaya keras untuk mewujudkan beberapa jenis produk yang terkait dengan kebutuhan selama pandemi untuk dibuat pada skala Industri Kecil dan Menengah seperti alat pelindung diri yang digunakan berupa pakaian, masker dan sepatu. Hal ini tentu akan membantu para pelaku usaha IKM untuk bertahan menjalankan usaha mereka, meski tidak sebanyak penghasilan dibanding sebelum pandemi. Bagi sebagian IKM tetap eksis dan banyak pelanggannya disebabkan oleh 3 hal penting. 1) Karena produknya memang banyak dibutuhkan terutama untuk sektor produk IKM Pangan, 2) produk Sandang; APD, masker, pakaian jadi, 3) Industri komponen bermotor yang digunakan untuk mobilitas distribusi. Namun untuk memenuhi kebutuhan konsumen tidak lepas dari persyaratan standard/kualitas produk yang ditawarkan oleh pelaku usaha di mana konsumen berharap ada jaminan kualitas dari produk yang dibutuhkan. Sebagaimana diketahui sejak terjadinya pandemi Covid-19 sebagian pelaku usaha IKM telah memanfaatkan fasilitas penjualan online dari Kementerian Perindustrian melalui kegiatan E-Smart dari Dit.Jen IKMA yang bekerja sama dengan beberapa marketplace, disamping penjualan cepat, tidak harus memerlukan penyewaan tempat khusus, harganya juga bisa lebih murah dan bersaing. Hal ini mendorong pelaku usaha IKM mampu bersaing dalam penjualan online sehingga dapat meraih jumlah pelanggan yang secara rutin akan menjadi pelanggan yang "Bangga Buatan Indonesia" Karena adanya jaminan kualitas dengan menerapkan standar dan pengawasan mutu yang dilakukan secara konsisten.

Konsistensinya pelaku usaha IKM dalam menjaga kualitas produk melalui penerapan standar dan pengawasan mutu bagi produknya, akan menjadi pendorong semangat konsumen



- Produk kemasan yang memiliki sertifikat Halal.
- Doc. Kemenperin

menggunakan produk dalam negeri. Standar kualitas produk awalnya harus dilakukan secara *internal* perusahaan yang dapat dilihat dengan banyaknya minat dan permintaan pasar. Seiring dengan perkembangan perusahaan dan semakin bertambahnya permintaan pasar, baik untuk memenuhi pasar lokal, domestik maupun pasar Internasional (*ekspor*) tentu memerlukan jaminan standar dan pengawasan mutu produk yang ketat diantaranya melalui penerapan Standar Nasional Indonesia (SNI). Standar yang diperlukan masing-masing berbeda sesuai sektor IKM yang akan dipasarkan. Secara umum yang diperlukan untuk penerapan standar produk setiap

sektor industri adalah dimulai dari standar kualitas bahan baku yang digunakan harus konstan, sehingga bisa menghasilkan produk akhir sesuai standar kebutuhan konsumen di samping memberikan tampilan *visual* yang baik dan menarik, juga harus memuat informasi kandungan komposisi bahan yang digunakan dengan jujur, standar kemasan harus kuat, aman dan memiliki desain dan warna menarik konsumen, melakukan jaminan produk yang aman dikonsumsi atau digunakan sesuai batas waktu kadaluwarsa untuk produk pangan, standar kualitas bahan dan ukuran bagi produk sandang (pakaian jadi, sepatu, tas) dan jaminan standar kualitas bahan baku dan ukuran yang presisi sesuai garansi untuk produk otomotif dan elektronik dan terakhir standar kualitas produk kerajinan industri kreatif yang menggambarkan kearifan lokal yang memiliki nilai seni tinggi.

Penerapan standar dan pengawasan mutu sangat penting dilakukan dan diperhatikan oleh pelaku usaha IKM, agar mampu bersaing dengan produk sejenis baik di dalam negeri maupun produk dari luar negeri (Impor), penguatan IKM dalam menghadapi persaingan pasar yang sangat ketat dapat dicapai dengan kemampuannya menghasilkan produk yang memiliki jaminan standar kualitas dengan harga yang terjangkau sehingga konsumen dalam negeri senang dan "Bangga Buatan Indonesia". (Dari berbagai sumber - *Lusiana Mohi*)

- Produk harus memenuhi standar sebagai jaminan kualitas sehingga dapat dipasarkan secara online.
- Doc. Kemenperin



Produktif saat Pandemi Dengan Teknologi *Digital*

Kementerian Perindustrian menilai pentingnya pemanfaatan teknologi *digital* seperti *cloud computing* dan *internet of things (IoT)* dalam upaya mendorong produktivitas sektor manufaktur, termasuk industri kecil menengah (IKM) di tengah pandemi Covid-19. Langkah ini sesuai dengan implementasi peta jalan *Making Indonesia 4.0*.

"Pandemi Covid-19 memang menjadi permasalahan dunia terutama adanya aturan pembatasan sosial. Sebab, diterapkannya *social distancing*, membuat terjadinya pergeseran dalam gaya hidup termasuk perputaran roda bisnis," kata Direktur Jenderal Industri Kecil, Menengah dan Aneka (IKMA) Kemenperin, Gati Wibawaningsih di Jakarta, Senin (26/10).

Untuk itu, guna menekan dampak pandemi, salah satu yang menjadi perhatian Kemenperin adalah menjaga aktivitas pelaku usaha di dalam negeri dengan memanfaatkan

penggunaan teknologi berupa *Cloud Computing* maupun *IoT*. Menurut Gati, perkembangan teknologi *digital* mendorong terciptanya banyak terobosan baru.

"Misalnya, manfaat penggunaan *cloud computing* mulai dari keamanan *digital* yang digunakan, jaringan, pusat data, dan *server* yang mumpuni. Selain itu, pemanfaatan dari sistem *IoT* akan menghubungkan teknologi, informasi, dan komunikasi secara mudah," paparnya.

Keunggulan dua teknologi tersebut dinilai berguna dalam menjaga keberlangsungan usaha sektor IKM. "Betul sekali kalau sentuhan teknologi ini akan membawa dampak yang besar bagi bisnis sektor IKM, khususnya saat masa pandemi ini," imbuhnya.

Guna mengakselerasi penggunaan teknologi *digital* di sektor industri, Gati berharap perlunya banyak *provider* teknologi *cloud computing* maupun *IoT* yang dapat menopang proses produksi secara lebih efisien. "Jadi, pentingnya membentuk ekosistem solusi yang dapat menjembatani kebutuhan industri dan masyarakat," ujarnya.

Managing Director Datacomm Cloud Business Sutedjo Tjahjadi mengatakan, pihaknya sudah memulai bisnis *Cloud Computing* sejak enam tahun lalu. Teknologi ini dinilai membuat semua pekerjaan menjadi serba praktis dan tidak perlu menggunakan infrastruktur yang besar. Bahkan *cloud computing* dapat meminimalisir biaya pengeluaran perusahaan.

"Era yang makin *digital*, komputer semakin menyentuh semua kehidupan kita terutama saat pandemi ini dan *online* menjadi suatu yang *critical* untuk dilakukan secara berkesinambungan dalam kehidupan kedepannya," ucapnya.

Untuk itu, Kemenperin telah meluncurkan program *Startup4Industry* agar dapat menjembatani antara kebutuhan industri dengan pelaku *startup* sebagai penyedia teknologi. Program ini diluncurkan oleh Menteri Perindustrian Agus Gumiwang Kartasasmita dengan mengusung tema Indonesia Percaya Diri Dengan Teknologi Dalam Negeri.

Tenaga Ahli program *Startup4Industry*, Ditjen IKMA Kemenperin, Endang Suwanti mengungkapkan, perkembangan teknologi *imersif* perlu mendapat perhatian pemerintah karena terbukti dapat menciptakan lapangan kerja baru. Misalnya, tren penggunaan *Augmented Reality* dan *Virtual Reality* (AR/VR) di masa pandemi ini meningkat mulai dari penggunaan untuk *gaming* hingga digunakan untuk industri, edukasi, pelatihan maupun pariwisata.

"Semakin berkembangnya industri AR/VR ini akan mendorong industri elektronika di Indonesia agar dapat mulai mengembangkan *research and development* untuk pengembangan *hardware*-nya," kata Endang.

Andes Rizky selaku Ketua Asosiasi AR/VR Indonesia (INVRA) menjelaskan, saat ini adalah momentum bagi industri AR/VR Indonesia untuk bangkit seiring masuknya teknologi *imersif* sebagai lapangan usaha baru yang diakui pemerintah melalui publikasi Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia (KBLI) 2020 oleh Badan Pusat Statistik (BPS). Bahkan, industri AR/VR Indonesia pun sudah merambah ke luar negeri, diantaranya telah mengerjakan proyek AR/VR di Jepang dan Myanmar. (Lusi Marta)



- Industri AR/VR Indonesia yang diharapkan semakin berkembang.
- Doc. Kemenperin

Kemasan Pangan Ramah Lingkungan

Permasalahan lingkungan membuat kesadaran masyarakat tentang produk ramah lingkungan semakin meningkat. Ini ditandai dengan mulai dibatasinya penggunaan plastik, sehingga kemasan ramah lingkungan, menjadi salah satu solusi terbaik, terutama bagi para *seller* atau pelaku bisnis.

Salah satu perintisnya adalah Plepah, pelaku industri yang fokus memproduksi wadah makanan atau piring dari pelepah pinang ini sudah berjalan sejak November 2018. Plepah terbentuk karena kepedulian para pendiri terhadap sampah plastik yang ada saat ini, yakni Fadhan Makarim, Rengkuh Banyu Mahandaru, Almira Zulfikar.

Salah satu pendiri yaitu Rengkuh Banyu Mahandaru yang berprofesi sebagai *product designer* melihat produk piring yang terbuat dari pelepah pinang saat berkunjung ke India. Di negara tersebut, pasokan pelepah pinang tergolong melimpah. Dengan ide kreatif, dan inovatif, Rengkuh membuat produk berupa wadah makanan dari pelepah pinang sebagai pengganti *stereo foam*. Karya Rengkuh berhasil meraih juara satu ajang Indonesia *Fashion and Craft Awards* tahun 2019 yang diselenggarakan Bali *Creative Industry Center* (BCIC), Kementerian Perindustrian.

BCIC memfasilitasi Plepah, pemenang IFCA 2019 untuk membuka peluang kolaborasi dengan Kementerian Desa dan *MM Sustainability* Trisakti, dalam mengimplementasikan konsep bisnis wirausaha sosial berbasis desain (*social design*).

Lingkup kerja Plepah meliputi pertemuan desain, teknologi, sosial dan lingkungan yang dikemas sedemikian rupa untuk model bisnis yang berkelanjutan. Plepah merubah limbah pelepah pinang menjadi kemasan makanan yang dapat terurai secara alami. Dengan demikian, hal ini bisa mengurangi sampah kemasan di Indonesia. Plepah mengembangkan piring dan kemasan makanan yang dapat terbiodegradasi juga tahan terhadap air dan panas. Sebelum mencapai pasar, serangkaian pengecekan kualitas dilakukan untuk memastikan kebersihan selama proses produksi. Produk ini telah diuji untuk memastikan keamanan untuk digunakan dengan makanan.



- Wadah makanan produk dari pelepah pinang.
- Doc. Kemenperin

Limbah material dari proses produksi, potensial untuk diproses lebih lanjut. Potongan kecil dapat dikembangkan menjadi alat makan seperti sendok, sementara potongan yang tidak terpakai berpotensi untuk dijadikan bahan komposit dengan produk dan aplikasi desain yang lebih luas.

Saat ini, ada banyak produk substitusi material *stereo foam*. Tapi harganya tidak masuk untuk kalangan menengah ke bawah, sehingga mencari solusi yang paling murah dengan harga yang lebih rendah adalah latar belakang yang membuat Rengkuh mulai berinovasi. Pilihan diarahkan kepada pelepah pohon pinang. Soal itu, ia punya alasan tersendiri. Pinang adalah pilihan tepat yang lantaran ketersediaannya yang cukup besar. Ia pun bekerjasama dengan petani. Digandeng pula Badan Usaha Milik Desa (Bumdes) sebagai pemodalnya.

Untuk mendapatkan pelepah pinang, Plepah bermitra dengan koperasi di Desa Mendis, Banyu Lencir Musi Banyuasin, Sumatra Selatan. Ada sekitar 15 anggota koperasi yang berkolaborasi dengan Plepah untuk memproduksi piring pelepah pinang. Untuk pengurusan izin, riset dan pemasaran, dialokasikan di Jakarta dan Bandung.

Saat ini produksi Plepah sekitar 300 - 400 piring per hari. Plepah optimis dapat menambah produksi lantaran permintaan dari piring pelepah pinang bisa mencapai 250.000 piring per hari. Caranya dengan mengoptimalkan produksi saat proses pencetakan yang butuh waktu satu menit untuk satu piring, menjadi dua menit untuk empat piring. Plepah memang belum mampu bersaing secara harga dengan *stereo foam*. Plepah bersaing dengan produk sejenis semisal *paper cup* atau plastik.

Sekali waktu, Plepah pernah menerima pesanan antara 500 piring sampai 1.000 piring. Pesanan datang dari Kabupaten Musi Banyuasin di Sumatra Selatan. Lalu ada juga dari Jakarta, Bandung dan Bali. Harga per piring sekitar Rp 2.000 per buah. Sejauh ini sudah ada delapan klien yang konsisten memesan piring di Plepah.

Untuk bahan baku, Plepah mendapatkan dengan harga Rp 300 per lembar pelepah pinang. Saat awal usaha, pembelian sebanyak 1.500 lembar pelepah pinang. Tapi kini sekali membeli sudah mencapai 10.000 lembar sampai 20.000 lembar per pelepah pinang. (Dyah Septiani)

• Produk dari Plepah yang berpotensi menggantikan *stereo foam*.
• Doc. Kemenperin

Serba
Serbi

• Wadah makanan produk dari pelepah pinang. • Doc. Kemenperin



Perkembangan Teknologi Pengemasan

Industri manufaktur secara umum tidak dapat lepas dari peran industri kemasan. Bahkan, seiring perkembangan ke arah era industri 4.0 dan menghadapi adaptasi kebiasaan baru, produsen pengemasan diharapkan mampu menciptakan inovasi sehingga memenuhi kebutuhan dan mengikuti tren masa kini.

Berdasarkan data Indonesia *Packaging Federation* (2020), kinerja industri kemasan di tanah air diproyeksi tumbuh pada kisaran 6 persen tahun 2020 dari nilai realisasi tahun lalu sebesar Rp 98,8 triliun. Ditinjau dari materialnya, kemasan yang beredar sebesar 44% dalam bentuk kemasan *flexible*, 14% kemasan rigid plastic, dan 28% kemasan *paperboard*.

"Proporsi ini kami yakini akan meningkat lebih tinggi dibandingkan dengan jenis kemasan lainnya, dengan didorong oleh pesatnya peningkatan pasar *digital* yang membuat mobilitas produk semakin tinggi. Karakteristik kedua kemasan tersebut, dari sisi ekonomi dan daya tahan membuatnya menjadi pilihan yang lebih baik," Direktur Jenderal Industri Kecil, Menengah dan Aneka (IKMA) Kementerian Perindustrian, Gati Wibawaningsih di Jakarta, Senin (30/11),

Sementara itu, AT Kerney (2019), dalam hasil risetnya di Asia, menyatakan bahwa terdapat beberapa pergeseran paradigma yang terjadi secara makro ekonomi dan mempengaruhi tren industri pengemasan. Misalnya, pertumbuhan penjualan *retail online* di Asia yang mencapai rata-rata 19% per tahun menggeser tren kemasan yang awalnya lebih mementingkan penampilan, menjadi lebih mementingkan kekuatan dan daya tahan kemasan.

"Kemudian, meningkatnya permintaan *smart packaging*, meningkatnya kesadaran konsumen terhadap kemasan yang berkelanjutan, serta desain kemasan yang dapat mengurangi biaya pengemasan, yang tentu saja akan mengurangi harga jual dan meningkatkan daya saing produk," papar Gati.

Saat ini, teknologi pengemasan sangat berkembang dengan cepat, di antaranya menggunakan *Active & Intelligent Packaging*, *Modified Atmosphere Packaging* (MAP), *Vacuum Pack* (*preserve the freshness of food*), *Frozen food* (*Freezing food preserves*), dan *Retort Packaging* (*for ready to eat meals*).

Dengan kemajuan teknologi, lanjut Gati, orang-orang terus berinovasi mengembangkan teknologi kemasan dan mencari solusi untuk masalah-masalah pangan yang sangat rentan risiko, seperti untuk pangan basah.

“Untuk menjaga keamanan dan kekuatan makanan, harus menggunakan teknologi, misalnya dengan menjadikan makanan tersebut beku, atau menggunakan *Active & Intelligent Packaging* untuk mengetahui umur dan kondisi dari makanan tersebut. Selain ini teknologi retort packaging sangat diperlukan untuk makanan yang dapat disimpan lama, misalnya rendang atau gudeg dari Jogja,” imbuhnya.

Berbagai strategi yang dapat digunakan untuk meningkatkan daya saing sektor industri kecil menengah (IKM) terutama terkait kemasan, antara lain memilih kemasan yang sesuai dengan segmentasi pasar yang menarik berbasis desain kreatif dan inovatif, memenuhi standar kualitas yang ditetapkan oleh otoritas yang diakui secara luas, seperti GMP, HACCP, ISO, SNI, dan Halal.

Selain itu, pemilihan kualitas bahan baku dengan *quality control* yang konsisten, penetapan harga jual yang bersaing dengan tetap memenuhi rasio antara biaya produksi dan daya beli konsumen, menciptakan bentuk promosi yang kreatif, informatif dan mudah dipahami mengenai produk

yang dipasarkan, serta memanfaatkan *e-commerce* sebagai *digital marketing*.

Kemenperin, melalui Ditjen IKMA, memiliki Klinik Pengembangan Desain Merek dan Kemasan yang didirikan pada tahun 2003. Klinik ini memiliki fungsi layanan informasi, konsultasi dan fasilitasi desain kemasan bagi seluruh IKM. Fungsi tersebut didukung oleh 25 Rumah Kemasan daerah yang tersebar di Indonesia.

Dalam kurun waktu tahun 2015 sampai 30 Juni 2020, telah difasilitasi sebanyak 913 IKM, di mana 82,04% merupakan IKM pangan (makanan dan minuman), diikuti IKM Kerajinan 9,53% dan IKM Sandang 6,13%.

IKM tersebut berasal dari Pulau Sumatera, Jawa, Kalimantan, Bali, Sulawesi dan Papua dengan proporsi terbesar dari Provinsi Jawa Tengah, Jawa Timur dan Sumatera Barat. Dari 1653 desain kemasan yang difasilitasi klinik, material yang terbanyak adalah dari plastik, karton dan alumina.

“Peran dan fungsi Klinik Pengembangan Desain Merek dan Kemasan Ditjen IKMA terus ditingkatkan sehingga dapat menjadi *Center of Excellence* kemasan dengan melibatkan *stakeholder* terkait,” pungkasnya. **(Lusi Marta)**



- Kemasan yang mengikuti perkembangan tren kemasan.
- Doc. Kemenperin

Manfaatkan fasilitas Ditjen IKMA

Buka situsnya dan Download Aplikasinya sekarang juga !

www.klinikkemasan.kemenperin.go.id

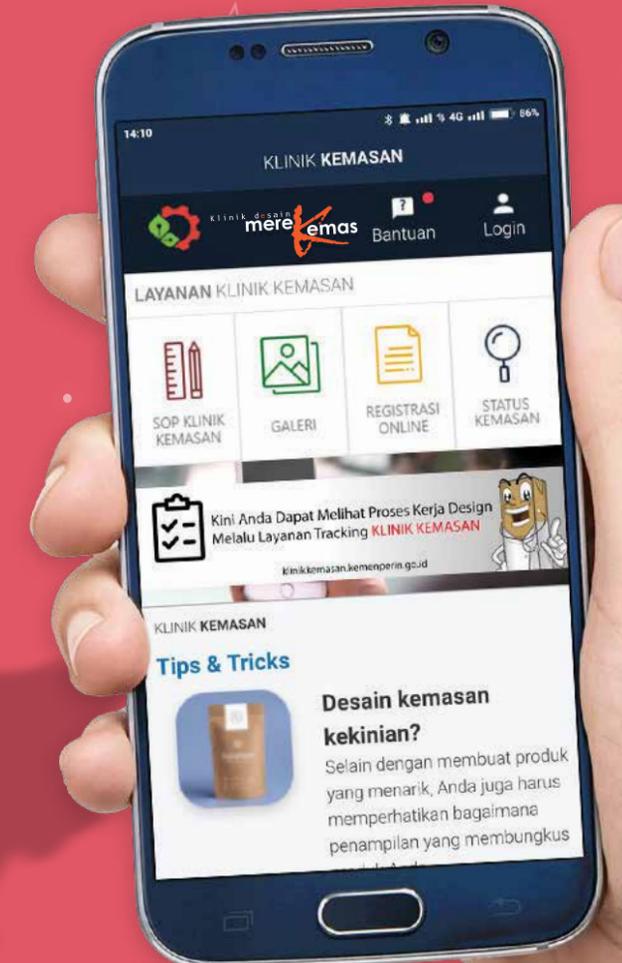


KLINIK PENGEMBANGAN DESAIN KEMASAN & MEREK KEMENTERIAN PERINDUSTRIAN

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



Scan me





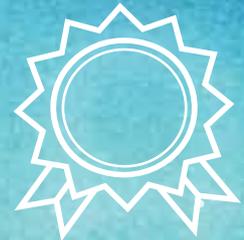
Kementerian
Perindustrian
REPUBLIK INDONESIA



Indikasi Geografis



Hak Kekayaan
Intelektual



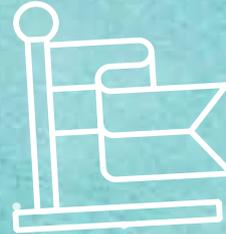
Hak Cipta



Konsultasi



Advokasi



Merek



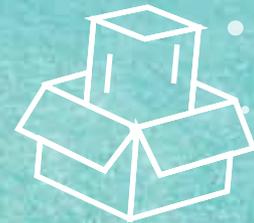
Paten

**Klinik
HKI-IKMA**

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



Desain
Industri



Telp : (021) - 5255509 ext. 2168



Email : linik.hkiikm@gmail.com