

Ekspor Dan Konsumsi Kopi Di Dalam Negeri Membangun Optimisme Kala Pandemi

Tanggal : Selasa , 06 Oktober 2020
Media : neraca.co.id
Halaman : 1
Wartawan : Istimewa
Muatan Berita : Netral
Narasumber : Iman Pambagyo (*Dirjen PPI Kementerian Perdagangan*), Agus Suparmanto (*Menteri Perdagangan*)
Rubrik : News
Topik :

Ekspor dan Konsumsi Kopi di Dalam Negeri Membangun Optimisme Kala Pandemi

Oleh: gre Selasa, 05/10/2020

Jakarta – Di era pandemi seperti ini maka kopi bisa dijadikan salah satu sektor untuk mendorong peningkatan ekspor, bahkan juga bisa meningkatkan perdagangan dalam negeri dengan cara meningkatkan konsumsi.

NERACA

Direktur Jenderal Perundingan Perdagangan Internasional Kementerian Perdagangan, sekaligus Ketua Dewan Organisasi Kopi Internasional periode 2019/2020, Iman Pambagyo, menyampaikan pentingnya membangun optimisme di tengah tantangan besar yang dihadapi sektor kopi nasional akibat pandemi Covid-19.

"Indonesia sebagai salah satu produsen kopi terbesar, sekaligus konsumen kopi terbesar di dunia, perlu terus mengembangkan pasar dan menggali peluang-peluang yang potensial. Kombinasi antara penjualan pasar domestik dan pasar luar negeri dapat menjadi strategi untuk beradaptasi di kala pandemi," jelas Iman.

Lebih lanjut, menurut Iman, dinamiannya pertumbuhan konsumsi kopi di dalam negeri menjadi potensi yang layak dieksplorasi oleh pelaku usaha kopi di Indonesia.

"Mendik pasar dalam negeri untuk saat ini menjadi sama pentingnya dengan membuka akses pasar kopi di luar negeri. Hal ini mempertimbangkan dampak pandemi Covid-19 pada perdagangan global serta adanya hambatan perdagangan dari negara-negara importir kopi," imbuh Iman.

Iman menyampaikan, perayaan Hari Kopi Internasional di Indonesia ini tidak hanya untuk mempopulerkan kopi di Indonesia, tetapi juga meningkatkan produktivitas, kualitas, dan konsumsi kopi Indonesia dengan cara memperkenalkan berbagai jenis kopi Indonesia kepada konsumen di dalam dan luar negeri.

Atas dasar itulah Kementerian Perdagangan (Kemendag) akan terus memberikan dukungan kepada industri kopi mulai dari petani kopi (on farm), pengolahan kopi (off farm), hingga konsumen akhir, terutama di masa sulit pandemi Covid-19.

Hal lain yang penting untuk dilakukan, adalah kemitraan dan kolaborasi antara pemerintah, pemangku kepentingan kopi, dan akademisi. Kolaborasi dan kemitraan tersebut menjadi suatu keharusan untuk mewujudkan Indonesia sebagai "surga kopi".

"Kemitraan ini akan memastikan bahwa Indonesia dapat mengembangkan kapasitas untuk menyesuaikan pasokan dan permintaan kopi dengan cara yang mendukung pembangunan ekonomi, memberikan manfaat bagi produsen, khususnya petani kecil, dan memenuhi selera konsumen akan rasa kopi tertentu," imbuh Iman.

Iman juga menyampaikan sejumlah strategi dan kebijakan yang diambil pemerintah Indonesia sebagai negara anggota Organisasi Kopi Internasional untuk mendorong sektor kopi nasional.

Dalam hal ini Kemendag menawarkan pelaku usaha kopi untuk memanfaatkan digitalisasi di bidang usahanya melalui sejumlah aplikasi digital di bidang pelatihan dan pembiayaan. Pelaku usaha kopi bisa memanfaatkan layanan pelatihan dan pengembangan bisnis melalui aplikasi Kompetensi Unggul Perdagangan (Kudagang).

Di bidang pembiayaan, Kemendag bekerja sama dengan sejumlah instansi untuk menjalankan aplikasi Digital Kredit untuk UMKM (DigiKUT). Aplikasi-aplikasi ini tentunya terbuka lebar untuk dimanfaatkan secara maksimal oleh para pelaku usaha kopi, terutama UMKM kopi.

Pemerintah juga mengeluarkan kebijakan untuk mempromosikan konsumsi kopi ke seluruh pelosok nusantara. Kebijakan ini mencakup standar wajib untuk kopi instan, dan pengenalan distribusi daring kopi siap minum di bawah tagar kampanye "Satu dalam Kopi."

Inisiatif ini bertujuan untuk meningkatkan produksi pertanian sebesar 35 persen, meningkatkan kesempatan kerja di sektor pertanian sebesar 25 persen, meningkatkan PDB pertanian sebesar 25 persen, menarik 325 ribu generasi milenial untuk bekerja di sektor pertanian, dan untuk mendukung 10.500 usaha mikro dan kecil dan menengah di bidang pertanian di seluruh nusantara.

Disini lain, Menteri Perdagangan Agus Suparmanto menjelaskan bahwa Indonesia Coffee Week merupakan upaya bersama dalam mempromosikan dan meningkatkan kesadaran akan IG sebagai komponen penting untuk meningkatkan ekspor melalui branding dan pemasaran produk.

Selain itu, IG merupakan ciri khas produk di wilayah tertentu di mana kualitas, reputasi, atau karakteristik melekat dengan daerah asal produk serta memiliki faktor lingkungan geografis produk. "Ciri-ciri tersebut meliputi faktor alam, faktor manusia atau kombinasi dari kedua faktor tersebut, yang memberikan reputasi, kualitas, dan karakteristik tertentu pada barang atau produk yang dihasilkan," ungkap Agus.

Agus juga mengungkapkan, Indonesia dan Uni Eropa telah memperkuat kerja sama ekonomi melalui ARISE Plus Indonesia. Kerja sama ini bertujuan untuk meningkatkan daya saing ekspor dan integrasi Indonesia dalam rantai nilai global.

Bahkan, saat ini Indonesia dan Uni Eropa dalam proses negosiasi Indonesia-EU Comprehensive Economic Partnership Agreement (IEU-CEPA). Salah satu kesepakatannya adalah pertukaran registrasi produk IG serta membuka jalan bagi pengakuan produk IG Indonesia di Uni Eropa dan sebaliknya.

"Produk IG Indonesia merupakan pembawa identitas bangsa Indonesia di pasar Eropa. Kopi arabika gado merupakan produk IG Indonesia pertama yang diakui Eropa sejak 2017. Diharapkan dengan finalisasi IEU-CEPA ini berbagai jenis kopi dan produk IG lainnya dapat diakui serta dilindungi di pasar Uni Eropa," jelas Agus.

BERITA TERKAIT

- RIU Cipta Kerja Melindungi UMKM dan Pekerja
- Dorong Digitalisasi Transaksi Pasar Rakyat, Kemendag Menggandeng OVO
- Meningkatkan Daya Saing Kopi Indonesia Melalui Fokus Riset Hutan Hingga Hilir
- Realisasi Anggaran PEN Baru 45,4% Perpes Vaksin Segera Ditetapkan
- HPE Tambang Oktober 2020 Merangkak Naik

0 Comments Sort by Oldest »

Add a comment...