

Ekspor Dan Konsumsi Kopi Di Dalam Negeri Membangun Optimisme Kala Pandemi

Tanggal : Selasa , 06 Oktober 2020
Media : Neraca
Halaman : 10
Wartawan : iwan, gro
Muatan Berita : Netral
Narasumber : Iman Pambagyo (*Dirjen PPI Kementerian Perdagangan*)
Rubrik : Industri & Perdagangan
Topik : Kopi

Ekspor dan Konsumsi Kopi di Dalam Negeri Membangun Optimisme Kala Pandemi

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 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 penajakan pasar domestik dan pasar luar negeri dapat menjadi strategi untuk beradaptasi di kala pandemi," jelas Iman.

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

"Menilik 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), pengolah 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, pemanjku 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 pe-

merintah 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 (DigiKU). 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 525 ribu generasi milenial untuk bekerja di sektor pertanian, dan untuk mendukung 12.500 usaha mikro dan kecil dan menengah di bidang pertanian di seluruh nusantara.

Disisi 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. ● iwan/gro