

Kemendag Kembangkan Strategi Promosi Kopi Gayo Melalui Produk dengan Indikasi Geografis (IG)

Tony Rosyid - INDONESIASATU.CO.ID

Sep 19, 2020 - 14:43



JAKARTA - Menteri Perdagangan Agus Suparmanto menyampaikan, produk dengan indikasi geografis (IG) dapat memberikan kontribusi yang besar terhadap kinerja ekspor nasional. Untuk itu, promosi produk IG Indonesia harus terus digencarkan.

“Promosi produk IG akan terus digencarkan sebagai langkah persiapan menghadapi panen raya Oktober mendatang. Produk IG dapat memberikan kontribusi yang besar terhadap kinerja ekspor nasional, khususnya di masa pandemi Covid-19 saat ini,” kata Mendag Agus.

Direktur Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional Kasan menambahkan, IG merupakan komponen penting yang dapat mendorong ekspor Indonesia ke pasar global. Produk dengan IG dipandang dapat menjadi salah satu identitas bangsa Indonesia di mata para konsumen mancanegara.

Hal tersebut disampaikan Kasan pada seminar web (webinar) bertema “Approaching October Harvest Season: A Webinar on Market Linkage of Traceable PGI Gayo Arabica Coffee to the EU Market” Webinar digelar Ditjen PEN Kementerian Perdagangan dengan Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual Kementerian Hukum dan HAM, masyarakat perlindungan kopi Gayo (MPKG), dan Arise+ Indonesia. Penyelenggaraan webinar sekaligus sebagai langkah persiapan menyambut panen raya kopi Gayo Oktober mendatang.

“Untuk mendorong kinerja ekspor nasional, Kementerian Perdagangan terus berupaya mengembangkan strategi branding dan promosi produk IG. IG menjadi identitas bagi suatu produk yang memiliki ciri khas tertentu sekaligus menggambarkan keindahan Indonesia, serta merupakan salah satu faktor penting yang dapat mendorong wisatawan ke dalam negeri,” ujar Kasan, dalam rilisnya, Sabtu (19/9/2020).

Kasan menjelaskan, kopi Gayo merupakan salah satu contoh produk IG yang pertama diakui pasar global, khususnya pasar Eropa. Kata “Gayo” merupakan identitas kelompok/etnik yang merepresentasikan daerah asal. Selain itu juga menggambarkan pribadi yang melekat yang tidak dimiliki oleh IG dari negara lain.

“Kami harap, webinar ini dapat memberikan gambaran tentang potensi-potensi produk IG. Sehingga, kita bisa menghasilkan peta jalan (roadmap) yang jelas untuk pengembangan strategi pembinaan pelaku usaha dan branding produk IG. Kami percaya produk IG dapat memberikan kontribusi yang besar terhadap kinerja ekspor nasional,” kata Kasan.

Direktur Kerja Sama Pengembangan Ekspor Marolop mengatakan, webinar ini dihadiri sejumlah perwakilan Kementerian/Lembaga terkait, eksportir kopi Gayo, dan perwakilan perdagangan Indonesia di Eropa yang melakukan penjaringan buyers kopi arabika Gayo IG di Eropa. Pada kesempatan ini juga dilakukan penjajakan kesepakatan dagang virtual (virtual business matching/VBM).

“Para buyers nantinya akan diundang menikmati sajian kopi Gayo di kantor perwakilan perdagangan masing-masing dan memberikan testimoni produk tersebut,” kata Marolop. Marolop juga mengungkapkan, webinar ini merupakan rangkaian persiapan panen kopi Gayo yang akan dilakukan Oktober 2020 nanti. Rencananya, sebelum panen tiba, para petan produsen dan pedagang kopi Gayo akan bertemu secara virtual dengan para importir kopi di Eropa.

“Ekspor kopi Indonesia tercatat sebesar USD 883 juta pada 2019 atau meningkat sebesar 8 persen dibanding tahun sebelumnya. Perlu adanya kemitraan dan kolaborasi semua pihak untuk meningkatkan tren ekspor kopi Indonesia,”

pungkas Marolop.(***)