

Kementerian Perindustrian Fasilitasi Industri Kecil Menengah untuk Tembus Pasar Global

Tony Rosyid - INDONESIASATU.CO.ID

Nov 27, 2020 - 08:20



Direktur Jenderal Industri Kecil, Menengah, dan Aneka (IKMA) Kemenperin, Gati Wibawaningsih

JAKARTA - Kementerian Perindustrian siap memfasilitasi pelaku industri kecil menengah (IKM) yang mengikuti program One Village One Product (OVOP). Salah satu fasilitas yang diberikan adalah perbaikan desain kemasan. Langkah strategis ini diyakini dapat mendongkrak daya saing IKM yang mengikuti Program

OVOP dalam memasarkan produknya di kancah nasional dan global.

“Selain itu, kami akan bekal mereka tentang materi promosi dan publikasi sebagai bentuk re-branding dari produk OVOP tersebut,” kata Direktur Jenderal Industri Kecil, Menengah, dan Aneka (IKMA) Kemenperin, Gati Wibawaningsih pada pembukaan Sosialisasi Program Pembinaan IKM di Sentra melalui Pendekatan OVOP Sesi III di Mataram, Jumat (27/11/2020).

Dirjen IKMA menyampaikan, pihaknya bakal memberikan pelatihan ekspor kepada pelaku IKM yang mengikuti Program OVOP. “Bahkan, mereka juga difasilitasi partisipasi pada pameran berskala nasional maupun internasional serta business matching dengan buyer potensial,” tuturnya.

Menurut Gati, program pembinaan IKM di sentra melalui pendekatan OVOP berangkat dari tiga prinsip dasar, yaitu produksi lokal namun bersifat global, kemandirian dan kreativitas, serta pembangunan sumber daya manusia. Hal ini diharapkan IKM OVOP dapat mengolah potensi lokal suatu daerah menjadi produk yang dapat diterima pasar secara global.

“Jadi, pada akhirnya mendorong masyarakat menjadi mandiri dan termotivasi untuk terus meningkatkan kapasitasnya dalam menghadapi perubahan sehingga dapat mentransformasikan tantangan menjadi peluang yang dapat dimanfaatkan,” paparnya.

Ia memberikan contoh terhadap produk anyaman - yang merupakan salah satu komoditas yang menjadi sasaran pembinaan melalui pendekatan OVOP. Sebab, produk anyaman memberikan kontribusi signifikan bagi perekonomian nasional, yang terlihat dari capaian nilai ekspornya mencapai USD96,2 miliar sepanjang tahun 2015-2019. Kinerja ekspor tersebut tumbuh sebesar 6,18%, dengan negara tujuan utama ke Amerika Serikat, Belanda, Jerman, Inggris, dan Spanyol.

Gati menyampaikan, salah satu narasumber pada acara sosialisasi IKM OVOP di Mataram, yaitu Mawar Art Shop yang memproduksi aneka produk anyaman dari Tanaman Ketak. “Mereka membuktikan bahwa produk yang memiliki kearifan lokal tinggi mampu bersaing di pasar global,” ungkapnya.

Tanaman Ketak merupakan keluarga paku-pakuan yang biasanya menjalar pada tanaman induk. Pada awalnya masyarakat di Lombok menganyam Ketak untuk keperluan rumah tangga. Namun, dengan bimbingan desain dari pemerintah, para pengrajin ini mampu menghasilkan berbagai macam produk dengan design dan corak yang berbeda-beda sehingga memberikan nilai tambah bagi produk ini.

Ketak dapat dianyam kemudian dibentuk menjadi berbagai macam kerajinan tangan seperti nampun, tempat tisu, tempat buah, dan yang paling banyak diminati saat ini adalah tas.

Japan External Trade Organization (JETRO) telah melirik Mawar Art Shop untuk dijadikan salah satu IKM binaan pada kerangka kerja sama dengan Ditjen IKMA Kemenperin. "Tahun 2010, Ditjen IKMA bekerja sama dengan JETRO melakukan pembinaan IKM di tiga provinsi yang menjadi sasaran, yaitu Jawa Barat, Bali, dan Nusa Tenggara Barat. Di NTB fokus pembinaan pada komoditas tenun dan anyaman ketak, di mana Mawar Art menjadi salah satu IKM yang dibina," terangnya.

Selama menjadi binaan Ditjen IKMA dan JETRO, Mawar Art Shop telah berpartisipasi pada pameran Tokyo Gift Show pada tahun 2011 dan 2012. Setelahnya, Mawar Art Shop semakin percaya diri dan terus berpartisipasi pada pameran internasional lainnya seperti Seoul Gift Show di Korea, Hong Kong Fashion Week di Hong Kong, sampai dengan Madrid Intergift di Madrid.

"Hingga akhirnya mereka berhasil mendapatkan buyer tetap dan berhasil melakukan ekspor secara langsung ke Jepang, Korea dan Amerika Serikat secara tidak langsung," imbuhnya.

Gati menambahkan, Mawar Art Shop menjadi contoh bahwa produk dengan nilai kearifan lokal yang tinggi memiliki segmen pembeli di pasar global. "Dengan tekad yang kuat, konsistensi dan kreatifitas yang tinggi, IKM OVOP dapat berbicara lebih banyak di pasar nasional dan global," ujarnya. (***)