



WARTA ISEI

Sinergi dan Kolaborasi Pusat dan Daerah

Potensi Daerah



Volume 1 No. 3, Oktober 2024



ppisei_official



PP ISEI



<https://isei.or.id/>

PENERBIT

Bidang Pengembangan Akademi,
Riset & Profesi Pengurus Pusat ISEI

PEMIMPIN UMUM

Perry Warjiyo, Ph.D.

PENANGGUNG JAWAB

Yoga Affandi, Ph.D.

KETUA DEWAN REDAKSI

Prof. Dr. Ir. Hermanto Siregar, M.Ec.

SEKRETARIS DEWAN REDAKSI

Dr. Yuvensius Sri Susilo, M.Si.

DEWAN EDITOR AHLI

Prof. Dr. Muhammad Firdaus, M.Si.

Prof. Dr. Christantius Dwiatmadja, M.E.

Yohanes B. Kadarusman, Ph.D.

Mario Rosario Wisnu Aji, M. Ec. Dev.

MANAJEMEN REDAKSI

Aviliani

Anika Faisal

Lisawati

REDAKTUR PELAKSANA

Firman Sihol Parningotan, M. Ec.

WAKIL REDAKTUR PELAKSANA

Jonathan Ersten Herawan, S.E., CFAP.

SEKRETARIAT

Nuni Purwahyuni, SIP

Efrilia Sukmagraha, SP.

Achmad Kusnadi

Suswanto

DAFTAR ISI

- 01 ISEI MENYAPA
- 02 BUMDesa dan Produk Unggulan di Jawa Tengah:
Kajian Berbasis Kawasan Strategis dan Dampak COVID-19
- 05 Komoditas Gambir Sumatera Barat
Yang Terpapar Penyakit Adverse Selection
- 07 Potensi Perikanan Maluku
- 11 Meningkatkan Daya Saing Industri Rumput Laut Indonesia:
Potensi, Tantangan, dan Strategi Menuju Pasar Global
- 13 Sarang Burung Walet:
Ekspor Andalan Yang Belum Digarap Maksimal
- 15 Membangun Ekonomi Kreatif Unggulan di Provinsi Banten:
Strategi dan Implementasi
- 18 Secangkir Kopi Lokal Go Internasional
Sebagai Komoditas Unggulan Jawa Timur
- 21 Balikpapan Antara IKN, RDMP, Batu Bara dan Kepiting
- 25 Kopi Kintamani Komoditas Unggulan Provinsi Bali
- 27 Mendukung Pertumbuhan Ekonomi
Melalui Peningkatan Ekspor Komoditi Unggulan Jatim
- 31 Potensi Komoditas Unggulan UMKM Kota Salatiga
- 34 Kopi Lampung:
Tradisi dan Kekuatan Ekonomi di Setiap Cangkir
- 38 Komoditas Rumput Laut
Sebagai Penggerak Roda Ekonomi Sulawesi Selatan
- 40 Ragam Kekayaan Provinsi Sumatera Utara
- 44 Strategi Komunikasi Pemasaran Terintegrasi Jago Coffee
- 46 Kegiatan ISEI
- 62 Karikatur: Kasih Ibu Sepanjang Masa
- 63 Statistik Ekonomi Nasional (SEKNAS)
- 64 Data Kinerja Ekspor dan Impor Indonesia
- 66 Data Nilai Tambah Manufaktur 38 Provinsi
- 68 Perkembangan Sektor Perbankan (PBKN)
& Perkembangan Sektor Perasuransian, Penjaminan
dan Dana Pensiunan (PPDP)

ISEI MENYAPA

Dalam Warta ISEI Volume 1 No. 3, Oktober 2024 disajikan berbagai artikel yang membahas produk komoditas dan jasa yang menjadi unggulan di Indonesia. Kondisi industri pengolahan (manufaktur) di Indonesia yang sedang mengalami gejala degradasi perlu menjadi kewaspadaan karena tidak ada negara yang dapat maju tanpa kontribusi sektor manufaktur yang berdaya saing. Gejala de-industrialisasi tentu harus menjadi fokus pembangunan ekonomi kita karena pada tahun 2023 saja, kontribusi sektor manufaktur kita hanya sebesar 18,30 persen dimana pada tahun 2000 masih di angka 27,7 persen.

Maka dari itu, Warta ISEI Volume 1 No. 3, Oktober 2024 ini memberikan perhatian khusus kepada berbagai komoditas dan jasa unggulan Indonesia untuk dapat didorong menjadi sektor yang dapat didorong dalam program hilirisasi seperti kopi, rumput laut, sarang burung walet, tongkol, dan produk non-migas lainnya. Dalam berbagai artikel dibahas juga mengenai penguatan sektor agrikultur dan maritim (aglomaritim) yang sifatnya labour intensive dan dapat mendorong pendapatan masyarakat. Indonesia sebagai negara besar harus memiliki daya tahan perekonomian terutama dalam penyediaan pangan, energi, dan penguatan kualitas sumber daya manusia agar dapat menguasai Science, Technology, Engineering, and Mathematics (STEM) agar dapat menjadi bangsa yang memiliki daya saing tinggi.

Penguatan dalam pemberdayaan akselerasi sumber daya manusia dan kelembagaan juga dibahas dalam Warta ISEI Volume 1 No. 3, Oktober 2024 seperti peran BUMDES, pembangunan ekonomi kreatif, hingga strategi komunikasi, dan strategi mendorong pertumbuhan ekonomi.

Kedepannya, Warta ISEI akan menjadi wadah bagi akademisi, bisnis, dan government yang bersifat informatif dan edukatif untuk membahas berbagai isu dan fenomena actual kondisi perekonomian Indonesia saat ini baik di pusat dan daerah. Sinergi dan kolaborasi yang baik antara ISEI Pusat dan ISEI Cabang dalam Warta ISEI menjadi awal yang sangat baik terutama dalam mendukung dan mendorong kegiatan yang bersifat akademis dan riset.

Pada akhirnya mari kita mengingat kata Pramoedya Ananta Toer yang pernah mengatakan: " Orang boleh pandai setinggi langit, tetapi selama ia tidak menulis ia akan hilang di dalam masyarakat dan dari sejarah. Menulis adalah bekerja untuk keabadian."

Selamat membaca!

Prof. Christantius Dwiatmadja, Ph.D.

Anggota Dewan Redaksi Warta ISEI

BUMDesa dan Produk Unggulan di Jawa Tengah: Kajian Berbasis Kawasan Strategis dan Dampak COVID-19

Oleh Dr. Mulyanto, M.E.

Dosen FEB Universitas Sebelas Maret (UNS) Surakarta & Ketua Bidang Kajian dan Publikasi ISEI Surakarta

Dengan terbitnya Undang-Undang (UU) Nomor 6 tentang Desa, yang ditindaklanjuti dengan penetapan UU Nomor 3 Tahun 2024 tentang Perubahan Kedua atas UU Nomor 6 Tahun 2014 tentang Desa, telah memberikan penegasan terhadap arti pentingnya keberadaan Badan Usaha Milik Desa (BUMDesa).

Dalam kedua UU tersebut telah diisyaratkan bahwa keberadaan BUMDesa dibentuk untuk mengelola potensi ekonomi di desa dan sekaligus dapat digunakan sebagai sarana untuk meningkatkan perekonomian desa, memperkuat otonomi desa, serta sebagai salah satu sumber pemasukan dalam Pendapatan Asli Desa (PADesa) dalam pos Anggaran Pendapatan dan Belanja Desa (APBDesa).

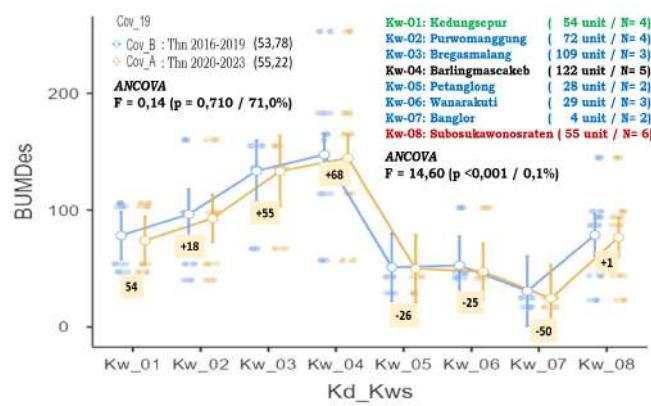
Tulisan ini secara umum akan menganalisis keberadaan BUMDesa yang dikaitkan dengan Produk Unggulan Daerah (PUD) yang diukur dengan Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Atas Dasar Harga Konstan (ADHK) Thn 2010, dampak ke pendapatan masyarakat dan pemerintah daerah / desa, yang diukur dengan Pendapatan Asli Daerah (PAD), serta dampaknya bagi kesejahteraan masyarakat, yang diukur dengan tingkat kemiskinan (Miskin) dan Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT). Penggunaan data tersebut tidak semuanya tepat, tetapi dengan pertimbangan ketersediaan data yang ada, data tersebut tetap digunakan/diterapkan dalam kajian ini.

Data yang digunakan bersumber dari laporan resmi dari Badan Pusat Statistik (BPS), Kementerian Keuangan (Kemenkeu) dan Kementerian Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal dan Transmigrasi (Kemendesa PDTT). Data mencakup periode 2016-2023, yang dianalisis berdasarkan Kawasan Strategis (KS) dan dampak COVID-19 (Periode Sebelum [Tahun 2016-2019] dan Periode Setelah [2020-2023]). Data keseluruhan (N) berjumlah 232 sampel, dari sejumlah 29 kabupaten di Jawa Tengah selama kurun waktu 2016-2023 (selama 8 tahun).

Kawasan Strategis di Provinsi Jawa Tengah, berdasar Peraturan Presiden (Perpres) Nomor 79 Tahun 2019 tentang Percepatan Pembangunan Ekonomi Kawasan Kendal, Semarang, Salatiga, Demak, Grobogan,

Kawasan Purworejo, Wonosobo, Magelang, Temanggung, dan Kawasan Brebes Tegal dan Pemalang; dibagi ke dalam 8 Kawasan Strategis (KS), yaitu: (i) KS Kedungsepur [Kendal, Demak, Ungaran/ Semarang, Kota Semarang, Kota Salatiga, dan Purwodadi/Grobogan]; (ii) KS Purwomanggung [Purworejo, Wonosobo, Temanggung, Magelang, dan Kota Magelang]; (iii) KS Bregasmalang [Brebes, Tegal, Kota Tegal, dan Pemalang]; (iv) KS Barlingmascakeb [Banjarnegara, Purbalingga, Banyumas / Purwokerto, Cilacap, dan Kebumen]; (v) KS Petanglong [Pekalongan, Kota Pekalongan, dan Batang]; (vi) KS Wanarakuti [Jepara, Kudus, dan Pati]; (vii) KS Banglor [Rembang dan Blora]; dan terakhir (viii) KS Subosuka_Wonosraten/Soloraya [Kota Surakarta, Boyolali, Sukoharjo, Karanganyar, Wonogiri, Sragen, dan Klaten]. Ke-6 kota di KS tersebut tidak masuk dalam studi ini, karena BUMDesa hanya ada di daerah kabupaten, tepatnya di 29 kabupaten di Provinsi Jawa Tengah.

Dengan menggunakan alat analisis ANCOVA (*Analysis of Covariant*) dan Persamaan Regresi Linier, ditemukan beberapa simpulan yang menarik. Pertama, sebaran jumlah BUMDesa secara rata-rata berbeda dari satu KS dengan KS lainnya (hasil hitung F ANCOVA = 14,60 dengan tingkat probabilitas kesalahan (p) <0,001 atau 0,1%). Namun demikian Pandemi COVID-19, tidak mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap sebaran jumlah BUMDesa, baik pada era sebelum COVID-19 (rerata tahun 2016-2019) maupun sesudah era COVID-19 (rerata tahun 2020-2023). Ilustrasi dalam bentuk grafik, selengkapnya dapat dilihat pada **Gambar 1**.

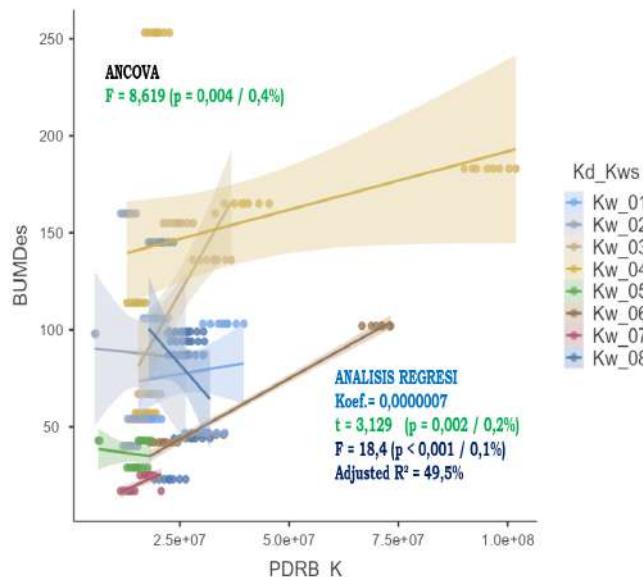


Gambar 1

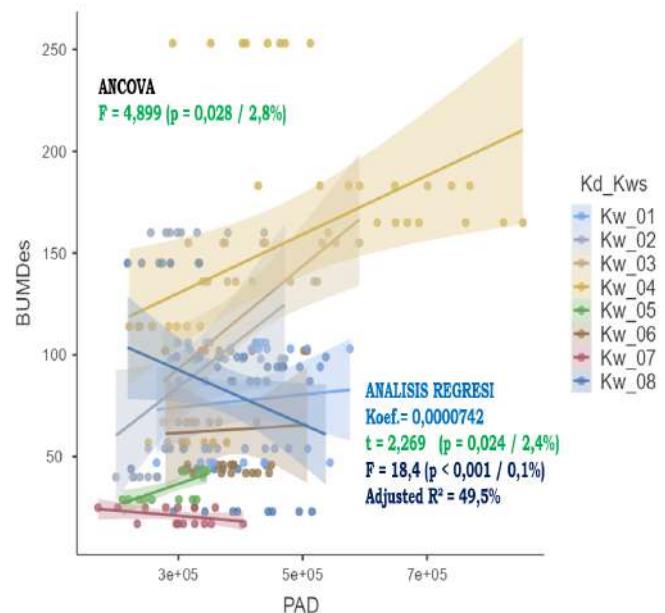
Sebaran Jumlah BUMDesa (dalam satuan unit / buah) Berdasar Kawasan Strategis di Provinsi Jawa Tengah pada Periode Sebelum COVID-19 (Rerata Tahun 2016-2019 / Warna Biru) dan Periode Setelah COVID-19 (Rerata Tahun 2020-2023 / Warna Kuning). Sumber: Data diolah dan dianalisis dengan Program JAMOVI Versi 2.3.28)

Walaupun pandemi COVID-19 tidak berdampak secara nyata terhadap perkembangan jumlah BUMDesa, namun telah membawa banyak perubahan besar terhadap para pelaku atau pengelola BUMDesa di berbagai daerah; dalam wujud munculnya banyak inovasi, kreasi, adaptasi, dan pengembangan sumber daya manusia (SDM) ke arah yang lebih baik, sampai pada upaya pengembangan keberlanjutan BUMDesa melalui pemanfaatan teknologi informasi, komunikasi (TIK) dan digitalisasi.

Kedua, terkait dengan pengembangan sektor unggulan dan dampak ke pendapatan (baik ke masyarakat maupun ke pemerintah, terdapat 2 (dua) hal yang menarik, yaitu: (i) peningkatan jumlah BUMDesa mempunyai pola yang searah dengan peningkatan besaran PDRB ADHK yang mencerminkan perkembangan sektor unggulan di KS tertentu di Jawa Tengah, dan (ii) peningkatan jumlah BUMDesa juga mempunyai pola yang searah dengan peningkatan besaran PAD. Selengkapnya dapat dilihat pada **Gambar 2.a** dan **Gambar 2.b**.

**Gambar 2.a**

Pola Hubungan BUMDesa dan Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) ADHK di Provinsi Jawa Tengah Tahun 2016-2023. Sumber: Hasil Analisis dengan Program JAMOVI Versi 2.3.28.

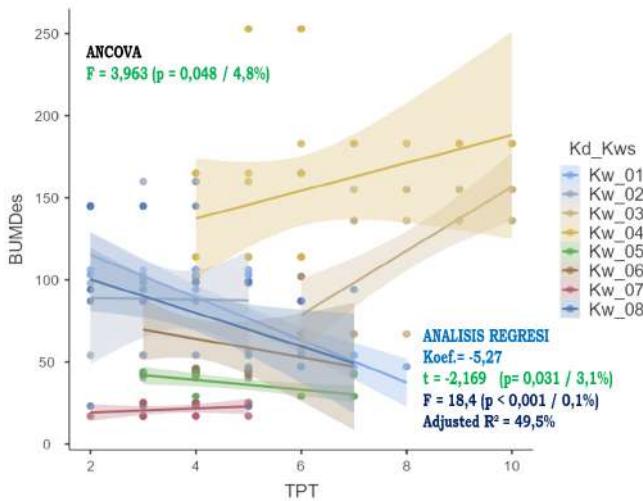
**Gambar 2.b**

Pola Hubungan BUMDesa dan Pendapatan Asli Daerah (PAD) di Provinsi Jawa Tengah Tahun 2016-2023. Sumber: Hasil Analisis dengan Program JAMOVI Versi 2.3.28

Berdasar peta geografis yang berisikan pembagian wilayah dalam kelompok-kelompok pengembangan ekonomi berdasarkan potensi unggulan di masing-masing Kawasan Strategis (KS), dapat diberikan beberapa catatan sebagai berikut:

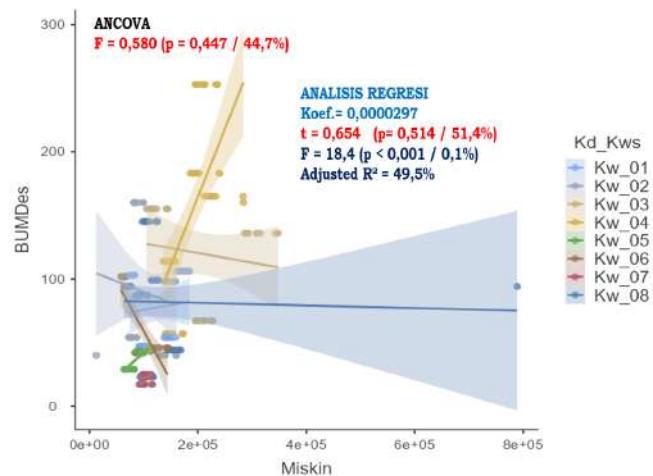
1. KS Kedungsepur, fokus pada sektor Perdagangan Jasa, Industri Pengolahan, Pertanian, dan sektor Pariwisata.
2. KS Purwomanggung, fokus pada sektor Pertanian Pariwisata, dan sektor Industri Pertanian.
3. KS Bregasmalang, fokus pada pengembangan sektor Agropolitan dan sektor Industri Pengolahan.
4. KS Barlingmascakeb, fokus pada sektor Agropolitan, Pariwisata, Industri Pengolahan, dan sektor Perdagangan Jasa.
5. KS Petanglong, fokus pada sektor Minapolitan, dengan pengembangan industri yang terkait dengan sektor Perikanan dan Pariwisata berbasis pertanian.
6. KS Wanarakuti, fokus pada sektor Industri Pengolahan Pengolahan, Agropolitan, dan sektor Pariwisata.
7. KS Banglor, fokus pada sektor Industri, Agroforestri, dan sektor Pariwisata.
8. KS Subosuka_Wonosraten/Soloraya, fokus pada sektor Pariwisata, Industri Pengolahan, dan sektor sektor Pertanian.

Ketiga, terkait dengan dampak terhadap kesejahteraan masyarakat, keberadaan BUMDesa secara statistik telah terbukti dapat mengatasi permasalahan pengangguran (TPT: Tingkat Pengangguran Terbuka) tetapi tidak terbukti secara statistik terhadap upaya pengentasan masalah kemiskinan. Hasil analisis regresi menunjukkan adanya hubungan yang negatif antara jumlah BUMDesa dengan TPT. Dengan besaran koefisien regresi sebesar -5,27; hasil uji t sebesar -2,169 (tingkat kesalahan sebesar 0,031 atau 3,1%); mengisyaratkan bahwa keberadaan BUMDesa mampu mengatasi masalah penganguran. Hal yang bertolak belakang terjadi pada hubungan antara BUMDesa dengan tingkat kemiskinan. Secara statistik belum dapat dibuktikan adanya pengaruh keberadaan atau jumlah BUMDesa terhadap upaya pengentasan kemiskinan. Ilustrasi secara grafis, selengkapnya dapat dilihat pada **Gambar 3.a**, dan **Gambar 3.b**.



Gambar 3.a

Pola Hubungan BUMDesa dan Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) di Provinsi Jawa Tengah Tahun 2016-2023.
Sumber: Hasil Analisis dengan Program JAMOVI Versi 2.3.28.



Gambar 3.b

Pola Hubungan BUMDesa dan Tingkat Kemiskinan (Miskin) di Provinsi Jawa Tengah Tahun 2016-2023. Sumber: Hasil Analisis dengan Program JAMOVI Versi 2.3.28.

Berdasar serangkaian kajian tersebut di atas, keberadaan BUMDesa yang merupakan bentuk partisipasi masyarakat desa dalam perekonomian yang berbasis keuntungan dan gotong royong, diharapkan akan mampu mendorong kemandirian desa secara ekonomi. Namun demikian, sebagaimana yang telah banyak dikaji, keberadaan BUMDesa, masih menghadapi banyak kendala baik yang terkait dengan masalah kualitas sumber daya manusia (SDM), infrastruktur pendukung, dan juga peranan perubahan kelembagaan dan revitalisasi berbagai regulasi yang dapat mendukung perkembangan BUMDesa, untuk masa kini maupun pada masa-masa mendatang.

Komoditas Gambir Sumatera Barat Yang Terpapar Penyakit Adverse Selection

Oleh Endrizal Ridwan, Ph.D.

Ketua ISEI Cabang Padang

Gambir dengan nama latin *uncaria gambir roxb* merupakan komoditas spesifik Sumatera Barat karena daerah ini memasok sekitar 80 persen kebutuhan pasar gambir dunia. Tidak pula di semua daerah Sumatera Barat gambir dapat bertumbuh dengan baik, tapi hanya di daerah dengan ketinggian tertentu saja seperti di Kabupaten Lima Puluh Kota dan Kabupaten Pesisir Selatan. Sejak zaman kolonial, komoditi ini menjadi salah satu komoditi penting dan menjadi sumber mata pencaharian utama sebahagian masyarakat Sumatera Barat. Secara tradisional gambir digunakan sebagai pelengkap makan sirih dan ramuan obat diare, luka bakar, dan kumur-kumur. Secara modern ia digunakan sebagai bahan baku industri tekstil, kosmetik, farmasi, dan makanan. Pada Pilpres, Pileg, dan Pilkada 2024, sebahagian tinta pemilu berasal dari produk hilirisasi gambir hasil inovasi dari peneliti-peneliti Universitas Andalas Padang.



Gambar 1:

Gambir kering olahan petani di gudang pedagang pengumpul (Sumber: KoranPadang.Com)

Gambir Sumatera Barat lebih banyak diproduksi untuk ekspor. Negara tujuan ekspor utama gambir adalah India, Pakistan, Bangladesh, Singapura, Thailand, dan Malaysia. Pada tahun 2023 luas tanaman komoditi gambir di Sumatera Barat hampir 29 ribu hektar dengan jumlah produksi lebih dari 23 ribu ton getah kering yang melibatkan lebih dari 18 ribu keluarga petani. Data ekspor terakhir menunjukkan bahwa volume ekspor gambir Sumatera Barat lebih dari 16 ribu ton dengan nilai US\$ 41 juta. Di awal tahun 2000 volume ekspor gambir hanya 6 ribu ton dengan nilai US\$ 6 juta. Peningkatan nilai ekspor gambir ini ternyata tidak sejalan dengan tingkat kesejahteraan

petani. Harga di tingkat petani sangat berfluktuasi tergantung kepada beberapa hal seperti jumlah produksi dan harga dunia.

Gambir sudah lama dinyatakan sebagai komoditi unggulan daerah di Provinsi Sumatera Barat. Melalui SK Bupati Lima Puluh Kota nomor 74 tahun 2003 Kabupaten Lima Puluh Kota mencanangkan gambir sebagai komoditi unggulan dan menetapkan pengembangan kawasan sentra produksi gambir untuk mendorong peningkatan produksi yang signifikan. Di samping itu, Peraturan Daerah Provinsi Sumatera Barat Nomor 3 Tahun 2023 tentang Tata Kelola Komoditi Unggulan juga mengatur tentang pengolahan, pembelian, dan pemasaran gambir sebagai salah satu komoditi unggulan daerah. Meski beberapa program pembangunan sudah dicanangkan untuk peningkatan kesejahteraan petani gambir melalui pembinaan pembudidayaan, bantuan teknologi pengolahan, dan sistem resi gudang, gambir masih jauh dari mampu mensejahterakan petani. Beberapa permasalahan yang mengemuka mulai dari pembibitan hingga pengolahan pasca panen secara teknis sudah dicoba carikan jalan keluar oleh pihak terkait. Namun permasalahan yang tidak kalah penting yang disorot tulisan ini adalah persoalan *adverse selection* yang disebabkan informasi asimetris, yakni ketika pembeli gambir tidak bisa memastikan kualitas gambir yang dijual petani.

Untuk siap jual di tingkat petani, daun dan ranting gambir diolah melalui beberapa tahapan. Pertama daun dan ranting gambir yang sudah dipanen direbus sampai matang dan ditiriskan. Air tirisan ini disaring dan diendapkan sampai mengkristal. Kristal ini kemudian dicetak berbentuk silinder dan dikeringkan yang dikenal dengan getah kering. Getah kering inilah yang umumnya diperjualbelikan di tingkat petani. Getah gambir ini kemudian bisa diolah menjadi produk turunan seperti katechin dan tanin yang digunakan untuk bahan baku industri tekstil, kosmetik, farmasi, dan makanan. Peraturan Daerah Sumatera Barat Nomor 18 Tahun 2018 Tentang Rencana Pengembangan Industri Provinsi (RPIP) Sumatera Barat telah mencanangkan tahap pengembangan industri pengolahan gambir hingga tahun 2038. Petani sendiri masih sulit untuk melakukan hilirisasi gambir karena keterbatasan

penguasaan teknologi dan permodalan. Karena itu, menjual getah gambir (atau dikenal dengan gambir saja) menjadi pilihan yang lazim. Namun, karena semakin luasnya lahan gambir, persaingan antar petani menimbulkan keuntungan usaha yang minim. Sebagian petani terdorong untuk melakukan pemalsuan dengan cara mencampur gambir dengan tanah liat untuk menambah beratnya. Pedagang pun disinyalir mendorong petani untuk menjual gambir campur dibandingkan gambir murni. Akibatnya harga gambir jatuh.

Sedikitnya ada empat pihak yang terlibat dalam perdagangan gambir di dalam negeri: petani, pedagang pengumpul, pedagang antara, dan eksportir yang merupakan the end user produk gambir dalam negeri. Pedagang pengumpul membeli langsung ke rumah petani dan menjualnya ke gudang pedagang antara. Pedagang antara ini yang kemudian dengan truk menjual ke eksportir di Ibu Kota Provinsi. Struktur pasar gambir ini lebih mendekati pasar monopsoni sehingga harga gambir lebih banyak ditentukan oleh pembeli, terutama eksportir yang hanya satu dua orang. Dengan harga lebih ditentukan oleh pembeli, pembeli menetapkan harga sesuai ekspektasinya terhadap kualitas gambir, yang mungkin saja gambir campur.

Petani memilih menjual gambir murni atau gambir campur tanah liat. Fakta bahwa petani lebih memilih menjual gambir campur dari pada gambir murni menyiratkan bahwa margin keuntungan yang lebih menjanjikan pada gambir campur. Bahwa pedagang pengumpul ikut mendorong petani mencampur gambir adalah rasional profit motif karena mereka bukan pengguna akhir dan mereka juga ambil untung lebih dari gambir campur itu. Sementara, di sisi lain, pengguna akhir tidak mungkin lebih suka gambir campur dibanding gambir murni. Namun karena mereka tidak bisa membedakan kualitas akibat informasi asimetris, tentu mereka akan mengasumsikan bahwa semua gambir yang beredar adalah gambir campur, dan mereka melakukan penyesuaian harga sesuai ekspektasi terhadap kualitas. Akibat penyesuaian harga, petani yang memproduksi gambir murni merugi. Akhirnya gambir yang diperdagangkan hanyalah gambir campur kualitas minimum. Kondisi yang dikenal dengan Grasham's Law terjadi: gambir campur membuat gambir murni terlempar dari pasar. Pengguna akhir yang akan melakukan pemurnian gambir yang telah dicampur tadi, sehingga mereka lah mendapatkan *added value* dari pemurnian gambir, yang mestinya bisa didapatkan

petani. Petani sendiri belum tentu rugi, namun yang pasti mereka tidak menikmati *added value* itu. Bahkan akhir-akhir ini pengguna akhir lebih memilih membeli langsung daun gambir dari pada gambir olahan petani, yang membuat petani lebih kehilangan *added value*.

Gambir murni dijual lebih mahal dari gambir campur sudah fair. Sepertinya tidak ada alasan lain yang menyebabkan petani memilih menjual gambir campur selain dari profit motif. Karena itu, tidak perlu pula pemerintah melarang petani mencampur gambir atau melarang pedagang membeli gambir campur. Larangan itu tidak akan efektif dan bisa merugikan petani sendiri karena tidak bisa diversifikasi produk. Yang perlu penegakan hukum adalah jika salah satu pihak tidak menepati janji yang tertera dalam 'kontrak' jual beli, misalnya jika petani menyatakan yang dijualnya gambir murni padahal gambir campur. Namun, asalkan kedua-dua pihak sepakat berjual beli gambir campur dan memang yang ditransaksikan adalah gambir campur, tidak perlu campur tangan penegak hukum.



Gambar 2:
Tinta pemilu produk hilirisasi gambir dari
Universitas Andalas Padang (sumber: www.unand.ac.id)

Yang dirugikan oleh persoalan adverse selection ini adalah petani yang memproduksi gambir murni karena mereka tidak bisa menjualnya dengan harga yang sesuai. Maka salah satu solusinya adalah para petani penjual gambir murni ini mesti bisa memberikan sinyal ke penjual bahwa mereka trustworthy. Untuk itu para petani mesti didorong membentuk lembaga yang bisa menjamin standarisasi gambir yang diproduksinya. Pemerintah diharapkan berperan mensertifikasi lembaga-lembaga petani tersebut karena hanya dengan hal itu keraguan penjual terhadap kualitas gambir yang diperdagangkan dapat dihilangkan. Dengan demikian petani akan dapat kembali menikmati potensi *added value* yang hilang karena persoalan informasi asimetris. Setelah itu baru bisa bicara masalah hilirisasi yang saling menguntungkan.

Potensi Perikanan Maluku

Oleh Jefri Tipka

Anggota Bidang Kebijakan Ekonomi dan Pembangunan ISEI Cabang Ambon

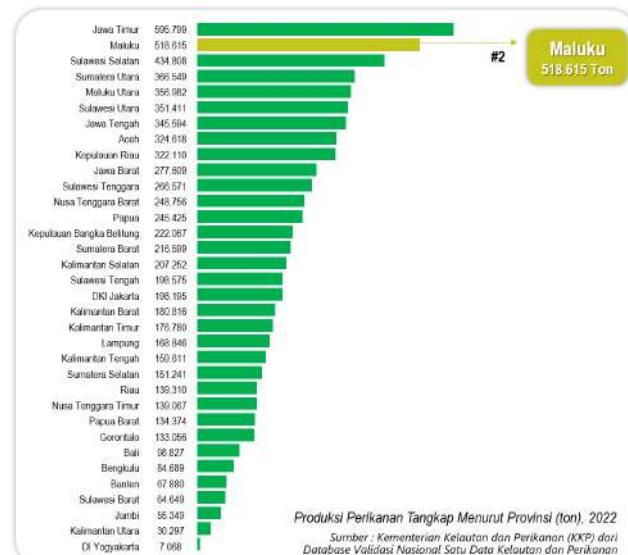


Provinsi Maluku yang terletak di bagian timur Indonesia adalah sebuah provinsi kepulauan yang unik dimana 92,4 persen wilayahnya terdiri dari lautan dan sisanya adalah wilayah daratan. Sektor Perikanan memainkan peran strategis dalam perekonomian ekonomi Maluku, dengan perannya terhadap perekonomian mencapai 13,76 persen di Tahun 2023. Selain itu Provinsi Maluku kaya akan sumber daya alam khususnya perikanan, akan tetapi Maluku juga masih terus menghadapi berbagai tantangan dalam mengoptimalkan potensi kekayaan alam yang ada.

Kekuatan utama Maluku terletak pada dominasi sektor perikanan, terutama dalam produksi perikanan tangkap yang merupakan yang terbesar kedua di Indonesia setelah Provinsi Jawa Timur. Berdasarkan data Kementerian Kelautan dan Perikanan (KKP) dari Database Validasi Nasional Satu Data Kelautan dan Perikanan tahun 2022, produksi perikanan tangkap Maluku mencapai 518 ribu ton dengan nilai produksi sebesar 13,25 triliun rupiah. Angka ini menegaskan pentingnya sektor perikanan bagi perekonomian Maluku.

Salah satu komoditas unggulan dalam sektor ini adalah ikan tongkol. Potensi besar komoditas ini tercermin dari total produksi ikan tongkol nasional tahun 2022 yang mencapai 660 ribu ton, di mana 12,19 persen atau sekitar 80 ribu ton dihasilkan dari Maluku. Hal ini menjadikan Maluku sebagai produsen ikan tongkol terbesar kedua di Indonesia setelah Jawa Timur. Potensi besar tersebut menempatkan Maluku

dalam posisi strategis dalam industri perikanan nasional, dengan peluang yang signifikan untuk terus meningkatkan produksi dan nilai ekonomi Maluku.



Sumber :
Kementerian Kelautan dan Perikanan (KKP)
dari Database Validasi Nasional Satu Data Kelautan dan perikanan

Badan Pusat Statistik (BPS) telah mengidentifikasi sektor Perikanan sebagai sektor unggulan di Maluku. Dalam publikasi *Analisis Sektor Unggulan*, BPS menggunakan berbagai pendekatan analitis untuk mengukur potensi dan kinerja sektor ini. Salah satu metode yang digunakan adalah *Location Quotient* (LQ), yang menunjukkan keunggulan komparatif Maluku dalam sektor-sektor ini dibandingkan dengan wilayah lain. Dari hasil LQ, terlihat sektor Perikanan memiliki daya saing yang signifikan dan menjadi tulang punggung ekonomi daerah.

Selain LQ, analisis *Model Rasio Pertumbuhan* (MRP) juga menunjukkan bahwa sektor Perikanan mengalami pertumbuhan yang relatif lebih baik dibandingkan dengan sektor-sektor lainnya, menjadikannya mesin penggerak ekonomi yang potensial. Hal ini memperlihatkan kemampuan sektor Perikanan untuk beradaptasi dan berkembang di tengah dinamika perekonomian yang berubah.

Tidak hanya itu, analisis *Shift-Share Modifikasi Esteban Marquillas* (SS-EM) memberikan gambaran lebih dalam mengenai spesialisasi sektor perikanan dan keunggulan kompetitif yang dimilikinya. Analisis SS-EM menunjukkan bahwa sektor perikanan memiliki spesialisasi tertentu yang menjadi kekuatan kompetitif Maluku, baik di pasar nasional maupun internasional.

Dengan keunggulan yang mencakup seluruh aspek pertumbuhan, daya saing, dan spesialisasi, sektor perikanan terbukti sebagai pilar utama pembangunan ekonomi Maluku, yang memberikan fondasi kokoh bagi kesejahteraan masyarakat Maluku.

Tantangan dalam Perkembangan Sektor Perikanan Maluku

Meskipun sektor perikanan di Maluku memiliki potensi yang besar, pengembangannya masih dihadapkan pada berbagai tantangan signifikan. Tantangan pertama adalah **keterbatasan infrastruktur**. Aksesibilitas antar pulau serta distribusi produk ke pasar nasional dan internasional sering terhambat oleh minimnya fasilitas transportasi, pelabuhan, dan jalan yang kurang memadai. Bahkan, 27,78 persen dari seluruh desa di Maluku masih menggunakan jalan tanah, jalan diperkeras, atau jalan lainnya yang bukan aspal (Data Podes 2021). Kondisi ini meningkatkan biaya distribusi dan mengurangi daya saing komoditas Maluku di pasar nasional dan global.



Para nelayan Pulau Rhun, Banda, Maluku Tengah, dengan puluhan ton ikan layang, hasil tangkap. Dalam sehari mereka bisa menghasilkan 10 hingga 12 ton ikan layang. Foto : Victor Fidelis

Sumber : <https://www.mongabay.co.id/2020/12/08/bukan-covid-19-infrastruktur-perikanan-yang-jadi-kendala-nelayan-pulau-rhun-maluku-kenapa/>

Selain infrastruktur, **keterbatasan sumber daya manusia (SDM)** dan **teknologi** juga menjadi tantangan utama dalam pengembangan sektor perikanan. SDM dan teknologi memainkan peran penting dalam meningkatkan produktivitas komoditas. Maluku masih kekurangan tenaga ahli dan akses terhadap teknologi modern. Produktivitas di sektor Perikanan sering kali bergantung pada teknologi tradisional yang kurang efisien. Minimnya pelatihan bagi masyarakat lokal mengenai teknik pengelolaan dan pengolahan untuk perikanan modern menghambat daya saing komoditas Maluku di pasar nasional maupun global. Pada tahun 2022, Indeks Pembangunan Teknologi Informasi dan Komunikasi (IP-TIK) Provinsi Maluku hanya mencapai 5,77 dari skala 0-10, di bawah rata-rata nasional sebesar 5,85. Ini menyoroti perlunya perhatian khusus pada pengembangan sektor perikanan berbasis teknologi di Maluku.

Tantangan lainnya adalah **pengelolaan sumber daya yang berkelanjutan**. Pembangunan ekonomi sektor perikanan di Maluku harus memperhatikan aspek keberlanjutan lingkungan. Pemanfaatan sumber daya alam yang berlebihan tanpa mempertimbangkan kelestariannya dapat mengancam keberlanjutan sektor ini di masa depan. Tantangan ini sangat relevan terutama pada industri perikanan dimana eksploitasi yang berlebihan berpotensi merusak ekosistem yang menopang kehidupan ekonomi masyarakat lokal di Maluku.

Dengan mengatasi tantangan-tantangan ini, Maluku dapat memaksimalkan potensi sektor perikanan dan berkontribusi lebih besar terhadap perekonomian nasional.

Peluang Pengembangan Sektor Perikanan Maluku

Di balik tantangan-tantangan tersebut, terdapat peluang besar dalam mengembangkan Sektor Perikanan di Maluku, terutama adanya dukungan pemerintah serta meningkatnya permintaan dari pasar. Kebijakan pemerintah pusat dan daerah mendukung pengembangan komoditas perikanan Maluku. Program seperti Dana Desa dapat membantu meningkatkan infrastruktur dan mendorong hilirisasi produk yang dimulai dari desa. Selain itu, upaya Pemerintah Daerah berfokus pada peningkatan investasi dari sektor swasta, yang diharapkan dapat mempercepat pertumbuhan ekonomi di sektor ini.

Kebijakan pemerintah daerah juga mendukung pengembangan sektor ini, terutama di bidang

perikanan. Kebijakan terkait pengembangan dan pembangunan pelabuhan perikanan pantai, serta pengembangan dan penambahan jumlah armada tangkap maupun alat bantu penangkapan ikan, diperkirakan akan memberikan dampak positif terhadap peluang pengembangan sektor unggulan, khususnya perikanan di Maluku.

Provinsi Maluku memiliki keunggulan komparatif dalam komoditas perikanan yang sangat diminati pasar internasional. Potensi ini semakin besar dengan meningkatnya permintaan terhadap produk perikanan berkelanjutan dan komoditas perkebunan dari Indonesia di berbagai negara. Dengan strategi yang tepat, Maluku dapat meningkatkan eksport komoditas ini dan memperkuat daya saingnya di pasar global.

Pengembangan pariwisata berbasis komoditas unggulan di Maluku memiliki potensi besar, terutama dengan mengangkat kuliner lokal yang berfokus pada hasil laut seperti ikan. Dengan menggabungkan sektor pariwisata dan kekayaan perikanan, Maluku dapat menawarkan pengalaman unik bagi para wisatawan.

Wisatawan tidak hanya menikmati keindahan alam Maluku, tetapi juga bisa merasakan kekayaan kuliner berbasis produk lokal. Kolaborasi ini berpotensi memberikan dampak ekonomi yang luas bagi masyarakat setempat, sekaligus memperkuat identitas Maluku sebagai daerah kepulauan dengan kekayaan laut yang melimpah.

Harapan Kedepan

Komoditas Perikanan merupakan aset penting dalam pembangunan ekonomi Provinsi Maluku. Dengan potensi besar di sektor perikanan, Maluku memiliki peluang besar untuk menjadi pemain utama di pasar nasional maupun internasional. Namun, pengembangan komoditas perikanan harus diimbangi dengan pengelolaan yang berkelanjutan, peningkatan infrastruktur, serta inovasi dalam hilirisasi dan pemasaran. Melalui sinergi antara pemerintah, masyarakat, dan pelaku usaha, potensi besar perikanan Maluku dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan memperkuat ekonomi daerah, yang pada akhirnya berdampak positif pada perekonomian nasional.



**Selamat Bekerja
Bapak Prabowo Subianto &
Gibran Rakabuming Raka**

Meningkatkan Daya Saing Industri Rumput Laut Indonesia: Potensi, Tantangan, dan Strategi Menuju Pasar Global

Oleh Dr. Nimmi Zulbainarni, S.Pi., M.Si., CWM®

Associate Profesor Sekolah Bisnis Institut Pertanian Bogor (IPB)

Indonesia merupakan negara maritim dengan kekayaan sumber daya alam yang sangat melimpah, terutama di sektor perikanan dan kelautan. Salah satu komoditas yang memiliki potensi besar untuk dikembangkan di Indonesia adalah rumput laut. Letak geografis Indonesia yang strategis, dengan garis pantai yang panjang, menjadikannya sebagai pusat budidaya rumput laut yang ideal. Beberapa wilayah di Indonesia, seperti Papua Barat, Sulawesi, Nusa Tenggara Timur, dan Maluku, dikenal memiliki potensi besar dalam budidaya rumput laut. Wilayah Papua Barat, misalnya, memiliki lebih dari 301 ribu hektar lahan potensial untuk budidaya rumput laut (KKP,2021). Wilayah-wilayah ini memiliki ekosistem laut yang mendukung, mulai dari kualitas air laut yang optimal hingga dukungan sumber daya alam yang melimpah. Potensi besar ini memberikan peluang bagi Indonesia untuk menjadi salah satu produsen utama rumput laut di dunia.

Rumput laut yang banyak dibudidayakan di Indonesia terbagi dalam tiga jenis utama, yaitu *Eucheuma* sp (50%), *Kappaphycus* sp (20%), dan *Gracilaria* sp (30%) (Zulbainarni et al, 2022). *Eucheuma* dan *Kappaphycus* terutama digunakan untuk produksi karagenan, yang merupakan bahan penting dalam berbagai industri, seperti makanan, farmasi, dan kosmetik. Karagenan berfungsi sebagai pengental, stabilizer, dan pembentuk gel, sehingga sangat dibutuhkan dalam produk-produk seperti es krim, saus, dan produk kecantikan. Di sisi lain, *Gracilaria* digunakan dalam produksi agar-agar, yang juga berperan penting dalam industri pangan, terutama untuk produk seperti jeli dan makanan penutup. Data dari FAO menunjukkan bahwa Indonesia merupakan salah satu produsen karagenan terbesar di dunia, dengan kontribusi yang signifikan terhadap pasar global. Keunggulan ini memberikan Indonesia kesempatan besar untuk terus memperkuat posisinya di pasar internasional.

Namun, meskipun memiliki potensi yang sangat besar, industri rumput laut di Indonesia masih menghadapi berbagai tantangan yang menghambat perkembangannya. Salah satu tantangan terbesar adalah rendahnya kualitas bibit yang digunakan oleh

para petani rumput laut. Di banyak wilayah terpencil, seperti Nusa Tenggara Timur dan Papua, para petani masih menggunakan bibit yang kurang berkualitas, sehingga produktivitas budidaya mereka cenderung rendah. Kurangnya akses terhadap teknologi modern yang dapat membantu meningkatkan hasil panen juga menjadi masalah utama. Bibit yang sudah tua atau yang berasal dari sumber yang tidak berkualitas sering kali menghasilkan panen yang kurang optimal. Selain itu, kurangnya pelatihan teknis dan pengetahuan tentang metode budidaya yang lebih efisien juga memperburuk kondisi ini. Ini adalah salah satu alasan utama mengapa produktivitas rumput laut di Indonesia masih jauh dari potensi maksimalnya.

Selain masalah kualitas bibit, akses pasar yang terbatas juga menjadi kendala yang signifikan bagi para petani rumput laut di Indonesia. Banyak petani tidak memiliki akses langsung ke pasar internasional, sehingga mereka terpaksa bergantung pada tengkulak atau perantara untuk menjual hasil panennya. Ketergantungan pada tengkulak ini menyebabkan petani menerima harga yang jauh lebih rendah dibandingkan dengan harga pasar internasional. Para tengkulak cenderung menetapkan harga yang tidak menguntungkan bagi petani, sehingga keuntungan terbesar dinikmati oleh perantara, sementara petani mendapatkan keuntungan yang sangat minim. Kondisi ini semakin diperburuk oleh fluktuasi harga di pasar internasional, yang membuat pendapatan para petani tidak stabil dan sulit diprediksi.

Permintaan global terhadap produk turunan rumput laut terus mengalami peningkatan, terutama di pasar-pasar seperti Eropa dan Amerika Serikat. Produk berbasis rumput laut semakin diminati karena konsumen global semakin peduli terhadap produk-produk alami dan ramah lingkungan. Selain itu, rumput laut juga semakin digunakan dalam industri kosmetik dan farmasi, di mana bahan-bahan alami semakin dihargai. Namun, meskipun permintaan global terus meningkat, sebagian besar rumput laut yang diproduksi di Indonesia masih diekspor dalam bentuk bahan mentah (*raw material*), sekitar lebih kurang 90%. Negara pengimpor rumput laut Indonesia sering kali mengolahnya kembali menjadi produk bernilai

tambah yang kemudian diekspor kembali dengan harga yang jauh lebih tinggi. Dengan demikian, Indonesia kehilangan potensi nilai tambah yang cukup besar.

Untuk mengatasi tantangan-tantangan ini, diperlukan strategi yang terkoordinasi dan komprehensif dari semua pemangku kepentingan, termasuk pemerintah, industri, dan petani. Salah satu solusi utama adalah meningkatkan akses para petani terhadap teknologi modern dan bibit berkualitas tinggi. Pemerintah harus berperan aktif dalam memberikan pelatihan dan penyuluhan yang berkelanjutan kepada para petani, menyediakan bibit unggul, dan mendukung adopsi teknologi yang dapat meningkatkan produktivitas budidaya rumput laut. Selain itu, pembangunan infrastruktur yang memadai, terutama di wilayah-wilayah penghasil rumput laut seperti Nusa Tenggara Timur dan Papua, sangat penting untuk memastikan bahwa hasil panen dapat didistribusikan dengan cepat dan efisien ke pasar-pasar utama. Infrastruktur yang memadai juga akan membantu mengurangi ketergantungan petani pada tengkulak dan perantara, memungkinkan mereka untuk mengakses pasar yang lebih luas dengan harga yang lebih menguntungkan.

Inovasi dalam pengolahan produk turunan rumput laut juga memainkan peran penting dalam meningkatkan daya saing industri ini di pasar global. Diversifikasi produk turunan rumput laut, seperti bioplastik, tekstil berbahan dasar rumput laut, dan produk perawatan kulit berbasis rumput laut, dapat membuka peluang baru bagi Indonesia untuk memasuki pasar yang lebih luas. Beberapa negara maju bahkan telah menggunakan rumput laut sebagai bahan baku dalam produksi bahan bangunan yang ramah lingkungan. Di Italia, misalnya, rumput laut Indonesia digunakan sebagai bahan utama dalam produk kosmetik dan perawatan kulit, yang menunjukkan bahwa potensi pasar untuk produk turunan rumput laut sangat besar.

Pengolahan produk turunan rumput laut di dalam negeri juga akan memberikan nilai tambah yang signifikan. Saat ini, sebagian besar rumput laut Indonesia diekspor tanpa melalui proses pengolahan, yang berarti Indonesia kehilangan kesempatan besar untuk mendapatkan keuntungan lebih dari produk tersebut. Jika kapasitas pengolahan dalam negeri dapat ditingkatkan, Indonesia tidak hanya akan dapat memanfaatkan sepenuhnya potensi ekonominya, tetapi juga memberikan dampak positif bagi

pertumbuhan ekonomi nasional. Pengolahan rumput laut menjadi produk bernilai tinggi, seperti karagenan berkualitas tinggi atau bahan kosmetik alami, akan meningkatkan pendapatan negara sekaligus menciptakan lapangan kerja baru di sektor ini.

Kolaborasi antara pemerintah, akademisi, dan pelaku industri juga sangat penting dalam pengembangan industri rumput laut di Indonesia. Konsep Triple Helix, yang melibatkan pemerintah, akademisi, dan industri, merupakan pendekatan yang efektif untuk mendorong inovasi dan meningkatkan daya saing. Pemerintah dapat memberikan regulasi yang mendukung, akademisi mengembangkan teknologi yang lebih efisien, dan industri dapat berinvestasi dalam teknologi pengolahan. Kolaborasi ini akan memastikan bahwa inovasi yang dihasilkan dapat diterapkan secara langsung di lapangan dan memberikan dampak nyata bagi produktivitas dan kesejahteraan para petani rumput laut di Indonesia.

Dengan strategi yang tepat, dukungan pemerintah, dan inovasi yang berkelanjutan, Indonesia memiliki peluang besar untuk memperkuat posisinya sebagai produsen utama rumput laut di dunia. Pengembangan industri rumput laut tidak hanya akan memberikan kontribusi yang signifikan bagi perekonomian nasional, tetapi juga akan meningkatkan kesejahteraan masyarakat pesisir yang bergantung pada sektor ini. Dengan peningkatan kapasitas pengolahan dalam negeri, Indonesia dapat mengurangi ketergantungan pada eksport bahan mentah dan memperoleh nilai tambah yang lebih besar dari produk-produk olahan rumput laut yang berkualitas tinggi. Dalam jangka panjang, pengembangan industri rumput laut yang berkelanjutan akan memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pembangunan ekonomi nasional, memperkuat posisi Indonesia di pasar global, serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat yang terlibat dalam rantai pasok industri ini.

Sarang Burung Walet: Ekspor Andalan yang Belum Digarap Maksimal

Oleh Dr. Wayan R. Susila, M.Ec.

Trade Policy Analyst dan Dosen di Universitas Prasetiya Mulya

Potential Sebagai Ekspor Andalan

Dibalik kinerja positifnya, ekspor Indonesia sebenarnya terus mengalami berbagai hambatan utamanya berupa *non-tariff measures* (NTMs) dan masih lemahnya tingkat diversifikasi ekspor. Indonesia tidak boleh terlena atas pencapaian surplus neraca perdagangan selama 52 bulan berturut-turut sejak Mei 2020 (BPS, 2024). Hal ini disebabkan tekanan berat yang dihadapi produk ekspor andalan terutama hambatan NTMs yang berkaitan dengan keamanan, kesehatan, dan khususnya berkaitan dengan isu lingkungan. Kebijakan negara-negara Uni Eropa yang akan menerapkan European Union Deforestation Regulation (EUDR) merupakan contoh terbaru hambatan NTMs yang berpotensi besar menghantam kinerja ekspor produk andalan Indonesia seperti produk berbasis sawit, karet, dan kayu. Berbagai hambatan NTMs yang berkaitan dengan kualitas produk, *traceability*, *transparency*, standard, sertifikasi seperti menjamur menghadang produk berbasis perikanan dan pertanian secara umum. Diversifikasi ekspor produk Indonesia juga masih lemah karena sekitar 60,1% nilai ekspor Indonesia hanya bertumpu pada 8 produk (TradeMap, 2023).



Dalam upaya menghadapi tekanan tersebut dan sekaligus meningkatkan diversifikasi ekspor, Indonesia dapat mengandalkan sarang burung walet (SBW) sebagai salah produk ekspor unggulan. Pada tahun 2023, ekspor SBW mencapai 1335 ton dengan nilai

USD 633,25 juta atau sekitar Rp 9,1 Triliun. Sejak 2012, nilai ekspor SBW terus meningkat pesat dengan rata-rata 11,45% per tahun (CNBC, 2024). Namun demikian, nilai ekspor tersebut masih jauh dari optimal karena potensi ekspor Indonesia sebenarnya dapat mencapai USD 1,6 miliar per tahun (Sucofindo, 2020). Pasar China yang memberikan harga premium tinggi belum secara efektif dimanfaatkan karena sebagian eksportir belum mampu menembus standar dan sertifikasi yang ditetapkan otoritas negara tersebut. Akibatnya, Indonesia banyak mengekspor SBW mutu rendah memalui Thailand, Vietnam, dan Hongkong yang selanjutnya negara tersebut mengekspor ke China setelah melakukan pengolahan sesuai standar China.

Prospek cerah SBW sebagai andalan ekspor di masa mendatang didukung oleh tiga faktor. *Pertama*, SBW adalah bahan baku untuk produk yang berhubungan dengan kesehatan dan perawatan tubuh (kosmetika). Permintaan akan kedua jenis produk tersebut akan terus meningkat tajam sejalan dengan peningkatan kemampuan (pendapatan) kelas menengah yang tumbuh pesat. Sebelum pandemi Covid-19 yaitu antara 2015-2019, impor SBW meningkat rata-rata 40% per tahun. *Kedua*, Indonesia adalah produsen bahan baku SBW dengan kualitas terbaik sehingga sangat kompetitif di pasar internasional jika mampu diolah untuk memenuhi standar China. Hal ini tercermin dari volume ekspor SBW Indonesia meningkat dengan laju 11,35% per tahun, dari 405 ton pada tahun 2012 menjadi 1335 ton pada tahun 2023. *Ketiga*, Indonesia adalah eksportir terbesar SBW dengan pangsa pasar terbesar (47.8%) dari nilai ekspor SBW dunia.

Perbaikan Kualitas Produk Kunci untuk Peningkatan Ekspor

Nilai tambah ekspor SBW yang dinikmati Indonesia masih rendah karena sebagian besar diekspor dalam bentuk bahan mentah. Selain ke China, SBW Indonesia di ekspor dalam bentuk bahan mentah. Sebagai ilustrasi, harga atau nilai ekspor per unit untuk SBW yang diekspor ke China mencapai USD 1.718.234/ton karena sudah diproses dan memenuhi

ketentuan di China. Di sisi lain, harga per unit SBW yang diekspor ke Vietnam dan Hongkong dalam bentuk bahan mentah, masing-masing adalah USD 32.491 ton dan USD 254.85 /ton. Jika pada tahun 2019 ekspor SBW dalam bentuk bahan mentah mencapai 1.263 ton, maka Indonesia kehilangan kesempatan memperoleh nilai tambah sekitar USD 1.6 miliar USD atau senilai Rp 23 triliun (Sucofindo, 2020). Dengan demikian, upaya harus difokuskan untuk menembus ekspor pasar China yang memberikan nilai tambah dan nilai ekspor yang jauh lebih tinggi. Dengan perkataan lain, pemerintah Indonesia perlu mendorong porses hilirisasi sehingga SBW yang diekspor memiliki nilai tambah yang tinggi.

Untuk mewujudkan hal tersebut, Indonesia perlu melakukan perbaikan kebijakan ekspor dan berbagai upaya untuk mendukung proses hilirisasi tersebut sebagai berikut.

- **Memberikan disincentif untuk ekspor SBW mentah.** Hal ini berarti pemerintah perlu merumuskan dan menetapkan kebijakan ekspor SBW yang memberi disincentif untuk ekspor bahan mentah. Salah satu opsi kebijakan yang sudah terbukti efektif adalah mengenakan bea keluar (BK) untuk produk mentah seperti yang dikenakan untuk produk berbasis sawit dan kakao. Kebijakan ini dinilai lebih moderat dibandingkan kebijakan larangan ekspor SBW mentah. Indonesia kalah oleh gugatan negara Uni Eropa di WTO ketika menerapkan kebijakan larangan ekspor bahan nikel mentah. Larangan ekspor juga menimbulkan semacam “shock” yang besar bagi produsen dan pelaku eksportir. Kebijakan BK dinilai lebih moderat dan gocangan pasar yang ditimbulkan masih lebih mudah diadaptasi oleh produsen dan eksportir. Di samping itu, kebijakan ini menghasilkan penerimaan negara. BK sebesar 20% dapat menjadi pilihan kebijakan yang cukup efektif (Sucofindo, 2020).

- **Melakukan mutual recognition agreement (MRA) dengan negara importir.** Pemerintah Indonesia melalui Kementerian Perdagangan perlu melakukan upaya-upaya agar negara importir, khususnya China, bersedia melakukan MRA dengan Indonesia. Dengan demikian, berbagai proses pemeriksaan, uji laboratorium, monitoring akan ada saling pengakuan sehingga biaya yang ditimbulkan untuk melakukan proses-proses tersebut menjadi lebih cepat dan murah. Pemeriksaan dan inspeksi berbagai indikator yang berkaitan dengan proses dan mutu produk dapat

dilakukan oleh pihak Indonesia dan ini membuat menjadi semua proses menjadi lebih murah dan cepat. Hal ini akan mengurangi beban produsen dan eksportir.

- **Mendorong pendekan global value chains (GVCs) antara perusahaan Indonesia dan perusahaan China.** Pendekatan ini pada dasarnya menekankan kerjasama dalam bentuk pembagian tugas dan nilai tambah antar perusahaan lintas negara. Perusahaan tertentu hanya mengerjakan tugas yang efisien dikerjakan dan membiarkan pekerjaan lainnya dikerjakan oleh perusahaan lain yang mampu melakukan secara efisien. Sebagai ilustrasi, sebuah perusahaan produsen dan eksportir SBW di Jawa Timur bekerja-sama dengan perusahaan di China. Perusahaan di Jawa Timur fokus pada pengumpulan bahan baku dan proses produksi sesuai dengan standar China. Sementara perusahaan China fokus pada proses ekspor termasuk berbagai proses sertifikasi produk, promosi, dan pencarian calon pembeli di China. Dengan model kerjasama tersebut, produk SBW perusahaan di Jawa Timur relatif mudah membus pasaran China tanpa perlu bekerja keras untuk tugas-tugas yang sulit karena kendala hubungan dagang, kepercayaan, bahasa, dan budaya.
- **Melakukan sosialisasi dan edukasi kepada pelaku khususnya produsen bahan baku.** Sosialisasi ini sangat penting agar produsen bahan baku memahami bahwa kebijakan ini bertujuan untuk memperoleh nilai tambah yang tinggi dan nantinya akan berdampak positif terhadap kesejahteraan produsen.
- **Menyusun rencana tindakan secara komprehensif dan realistik.** Pemerintah wajib menyusun rencana tindakan (*action plan*) yang komprehensif dan realistik sehingga sasaran hilirisasi dapat diwujudkan secara efektif, biaya yang efisien, dan tidak menimbulkan gejolak yang berlebihan terhadap pasar SBW di dalam negeri. Informasi kunci di rencana aksi seperti kegiatan, penanggung jawab, metode/cara, tempat, waktu, dan kebutuhan sumberdaya harus secara jelas didefinisikan/ditetapkan.

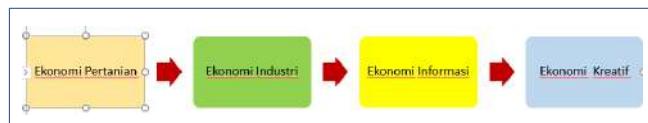
Dengan kebijakan dan upaya tersebut, semoga SBW bisa menjadi produk ekspor andalan baru untuk meningkatkan kinerja ekspor Indonesia secara berkelanjutan di masa mendatang.

Membangun Ekonomi Kreatif Unggulan di Provinsi Banten: Strategi dan Implementasi

Oleh Mira Maulani Utami, S.E., M.M.

Ketua Bidang Organisasi ISEI Serang-Banten & Dosen FEB Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.

Indonesia memiliki sumber daya alam yang melimpah, seperti mineral, minyak, dan gas, namun ketersedian nya menjadi semakin langka dan terbatas. Pengembangan ekonomi alternatif yang berbasis pada optimalisasi kekayaan budaya dan potensi sumber daya manusia yakni kreativitas dan inovasi menjadi sebuah kunci dalam menciptakan kesuksesan pembangunan nasional. Ekonomi kreatif yang merupakan ekonomi yang didorong oleh kreativitas manusia, memiliki peluang besar untuk dapat meningkatkan daya saing bangsa. Sebab inovasi tersebut merupakan mekanisme penciptaan nilai tambah nilai untuk daya saing yang berkelanjutan yang membuat pendayagunaan sumber daya manusia sebagai asset berkelanjutan yang tidak akan pernah habis. Ekonomi kreatif adalah industri yang berasal dari pengelolaan atas kreativitas, keterampilan, serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan, dan lapangan pekerjaan dengan menciptakan dan menggunakan daya kreasi dan daya cipta individu tersebut. Menjadikan pentingnya investasi sumber daya manusia dan juga teknologi guna mengoptimalkan potensi ekonomi kreatif yang sangat besar ini.



Gambar 1. Evolusi Struktur Produksi.

Sumber: Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (2014)

Berdasarkan data dari Direktorat Jenderal Bea dan Cukai (DJBC) Kementerian Keuangan (Kemenkeu), sektor ekonomi kreatif menunjukkan kinerja yang positif pada semester I-2024, dengan total nilai ekspor mencapai US\$12,36 miliar (Rp197,8 triliun). Hal ini mencerminkan kenaikan sebesar 4,46 persen dibandingkan dengan nilai ekspor pada semester I-2023. Komoditas yang mendominasi ekspor ekraf terdiri dari empat sektor utama: fesyen dengan nilai US\$6.767,62 juta, kriya US\$4.755,79 juta, kuliner US\$829,66 juta, dan penerbitan US\$6,15 juta. Secara keseluruhan, kontribusi ekspor mencapai 44,89 persen, dengan Amerika Serikat sebagai pasar terbesar yang menyerap ekspor senilai US\$4,1 miliar (Rp65,6 triliun), diikuti oleh Swiss US\$908,47 juta (Rp14,5 triliun), Jepang US\$619,28 juta (Rp9,8 triliun), Hongkong US\$582,63 juta (Rp9,3 triliun), dan India

US\$541,78 juta (Rp8,7 triliun). Dari sisi penyedia, Jawa Barat memberikan kontribusi sebesar 33,64% dalam penyediaan barang, diikuti oleh Jawa Tengah, Jawa Timur, Banten, dan DKI Jakarta. Akan tetapi angka ini hanya mencakup produk yang diekspor antar negara, sedangkan ekspor produk ekonomi kreatif non-barang, seperti animasi dan musik, masih belum dapat diukur secara tepat. Dengan jumlah tenaga kerja di sektor ekonomi kreatif mencapai 23,98 juta orang, peningkatan jumlah tenaga kerja ini memberikan dampak positif bagi masyarakat Indonesia.

No	Subsektor	Bobot Prioritas
1	Kuliner	0.2068
2	Kriya	0.157
3	Fesyen	0.1168
4	Seni Pertunjukan	0.0839
5	Televisi dan Radio	0.0839
6	Desain Komunikasi Visual	0.0585
7	Desain Produk	0.0585
8	Film, Animasi, dan Video	0.0585
9	Fotografi	0.041
10	Desain Interior	0.0283
11	Aplikasi	0.0165
12	Pengembang Permainan	0.0165
13	Musik	0.0165
14	Penerbitan	0.0165
15	Periklanan	0.0165
16	Arsitektur	0.0122
17	Seni Rupa	0.0122

Tabel 1. Subsektor industri Kreatif skala mikro kecil dan menengah berdasarkan metode. Sumber : Data diolah, 2024

Ketiga subsektor ekonomi kreatif, yaitu kuliner, kriya, dan fesyen, merupakan pilihan utama dari responden yang dapat menegaskan kekuatan utama Provinsi Banten. Sebagai subsektor yang utama, kuliner tidak hanya mencakup berbagai makanan dan minuman, tetapi juga mencerminkan identitas budaya Banten, serta memiliki potensi besar untuk menarik wisatawan, baik lokal maupun internasional.

Jenis Industri Kreatif	Komoditas/Jasa	Jenis Industri Yang Telah Ada	Produk	Jumlah Unit IKM
Kuliner	Makanan	Industri Makanan	Sate Bandeng, Rabeg, Laksa, Aneka Seafood, Kerupuk, Jipang, Olahan Talas, Tempe, Talas Beneng, dsb	46.699
	Minuman	Industri Minuman	Jahe Merah Gula Aren, Gula Aren Herbal, Coklat	4030
Kriya dan Fesyen	Logam	Industri kerajinan logam mulia dan bahan dari logam (perabot dan perhiasan dari logam)	Perabot rumah tangga perhiasan logam sepuhan maupun olahan logam mulia Nugget	4201
	Kayu, Bambu dan Rotan	Industri Kayu, Barang dari Kayu (Tidak Termasuk Furniture) dan Barang Anyaman dari Bambu, Rotan dan Sejenisnya	Keranjang, Kap Lampu, Peralatan dari Rotan / bambu dan anyaman	14. 400
	Kulit	Industri Kulit, Barang dari Kulit dan Alas kaki	Tas, Dompet, Sepatu Olahraga dan Sepatu Formal	1673
	Tekstil dan Produk Tekstil	Industri Konveksi dan Industri Keset, Lap , Tas Pesanan	Pakaian jadi, Tudung, Keset , Lap Majun dan Tas Pesanan Petir	12.055
	Furniture / Mebel	Industri Furniture / Mebel	Furniture Kayu , Bambu, Logam dan Plastik	2274

Tabel 2. Komoditas unggulan sub sektor kuliner dan kriya industri kreatif di Provinsi Banten 2024.

Sumber: Data diolah dan Banten Dalam Angka (2024)

Sektor industri kreatif makanan dan minuman di Banten mencakup makanan tradisional (rabeg, sate bandeng, laksa, belut), olahan seafood, talas beneng, dsb, serta minuman tradisional seperti jahe merah gula aren, coklat, dsb. Sementara itu, sektor kriya meliputi kerajinan logam mulia dan logam lainnya, anyaman (rotan, bambu, pandan, tas, dan hiasan dinding), barang kulit (sepatu, dompet, sandal), tekstil (tas, pakaian), serta furniture (kayu, bambu, logam, plastik).

No	Kriteria	Prioritas
1	Inovasi dan kreativitas pelaku usaha/industri	0.2681
2	Promosi dan pemasaran	0.1897
3	Dukungan infrastruktur dan teknologi	0.1328
4	kolaborasi dan sinergi antar pelaku usaha /industri	0.0974
5	Kebijakan dan program pemerintah	0.0757
6	Kemudahan akses keuangan	0.0562
7	Kemudahan dalam perizinan	0.0562
8	Bahan Baku	0.0562
9	membangun dan mempertahankan kualitas	0.0339
10	akses Perlindungan kekayaan intelektual	0.0339

Tabel 3.

Analisis Bobot Prioritas untuk setiap kriteria berdasar metode AHP.
Sumber: Data diolah, 2024

Dari hasil ini, kriteria Inovasi dan kreativitas pelaku usaha/industri memiliki bobot tertinggi yaitu sebesar 0.2681, berikutnya promosi dan pemasaran 0.1897, dan prioritas ketiga yaitu dukungan infrastruktur dan

teknologi sebesar 0.1328, dimana dalam hal ini ketiganya dianggap paling penting dalam pengembangan industri kreatif. Sebaliknya, membangun dan mempertahankan kualitas serta akses perlindungan kekayaan intelektual memiliki bobot terendah, yaitu sebesar 0.0339.

Inovasi dan Kreativitas Pelaku Usaha atau Industri
Strategi inovasi dan kreativitas pelaku usaha di subsektor kuliner dan kriya di Provinsi Banten memainkan peran yang fundamental didalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi kreatif. Untuk meningkatkan inovasi dan kreativitas pelaku usaha ini di sektor kuliner maupun kriya di Provinsi Banten, beberapa langkah strategis dapat diimplementasikan. Pertama, pelatihan yang bertujuan untuk meningkatkan kapasitas didalam teknik produksi, desain produk, serta pemasaran digital yang sesuai dengan tren yang ada. Kedua, kolaborasi antara pelaku usaha, pemerintah, dan lembaga pendidikan yang dapat menciptakan ekosistem yang dapat mengstimulus adanya inovasi, dengan berbagai workshop, seminar, bimbingan teknis, penelitian bersama serta FGD yang melibatkan para expert di bidang terkait. Ketiga dengan crowdsourcing ide yaitu dengan melibatkan konsumen dalam proses inovasi dengan memberikan masukan pada produk kriya maupun kuliner. usaha. Dengan

langkah-langkah ini, diharapkan inovasi dan kreativitas di sektor kuliner dan kriya dapat meningkat secara signifikan, mendorong pertumbuhan ekonomi kreatif di Banten

Promosi dan Pemasaran

Pemasaran dan promosi adalah kunci keberhasilan didalam meningkatkan ekonomi kreatif, khususnya pada sektor kuliner dan kriya di Provinsi Banten. Strategi ini tentunya harus disesuaikan dengan karakteristik dari subsektor, menggabungkan nilai budaya lokal serta tren digital. Berbagai macam strategi promosi dan pemasaran yang dapat diimplementasikan: Pertama, Digital Marketing Adoption dengan memanfaatkan berbagai macam platform social media seperti Instagram dan TikTok untuk menampilkan *Unique Selling Value Proposition* dari kuliner Banten melalui video resep dan cerita bahan lokal. Pemanfaatan platform e-commerce dan layanan pengiriman makanan yang dapat memperluas pasar. Kedua, penerapan *Storytelling Marketing* yang dapat menceritakan asal-usul bahan baku, metode memasak tradisional, serta sejarah yang dapat meningkatkan nilai otentisitas kuliner. Di sektor kriya, hal ini dapat diimplementasikan dengan fokus pada keahlian dari pengrajin yang dapat menambah daya tarik dan keterhubungan emosional dengan konsumen. Ketiga, pelaku ekonomi kreatif harus terus berinovasi, menciptakan produk baru yang sesuai dengan tren pasar, baik lokal maupun internasional. Keempat, penyelenggaraan Festival Kuliner dengan tema lokal dapat menarik pengunjung dan mempromosikan inovasi kuliner. Terakhir, penggabungan berbagai macam paket wisata kuliner yang berfokus pada penciptaan pengalaman wisatawan. Dengan penerapan strategi-strategi ini, diharapkan ekonomi kreatif untuk sub sector kriya dan kuliner di Provinsi Banten dapat berkembang pesat.

Dukungan Infrastruktur dan teknologi

Kemajuan teknologi didalam sektor ekonomi kreatif mempunyai dua sisi yang berbeda , yaitu dari sisi peluang dan tantangan. Penerapan Artificial Intelligence mempunyai peluang didalam peningkatan industri ekonomi kreatif melalui inovasi yang lebih efektif. Namun, di sisi lain, teknologi ini juga dapat menimbulkan tantangan dari segi etika dan hukum

yang terkait dengan adanya hak cipta, kerahasiaan, serta keaslian karya. Dengan adanya AI dapat membantu untuk menyajikan data secara real time, berbagai rekomendasi secara tepat, membantu dalam supply chain, marketing dan sales serta dapat mengurangi biaya tenaga kerja. Selain itu, penyediaan infrastruktur yang memadai, seperti ruang produksi, laboratorium R&D, pusat pelatihan, dan tempat untuk pameran, sangat penting untuk mendukung efektifitas dan efisiensi dari pelaku usaha dalam industri kreatif. Dengan adanya sinergitas dari lembaga pendidikan dapat meingkatkan inovasi yang berkualitas. Kemudahan akses terhadap pendanaan serta investasi juga sangat penting agar pelaku usaha dapat berinvestasi dalam teknologi dan fasilitas baru. Dengan infrastruktur dan teknologi yang unggul, pelaku usaha di sub sektor kuliner dan kriya di Banten dapat berinovasi, meningkatkan produktivitas, serta berkontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi kreatif.

Kolaborasi dan Sinergi atas pelaku usaha atau industri

Kolaborasi dan sinergi strategi antarpelaku usaha dari subsektor kuliner dan kriya perlu menjadi prioritas untuk memperkuat ekonomi kreatif Banten. Pemerintah daerah yang memberikan dukungan yang sehingga dapat saling melibatkan peran swasta dan komunitas lokal dalam menciptakan ekosistem kreatif yang kokoh. Contohnya adalah melalui program bersama inkubasi bisnis dan promosi melalui pendanaan dan layanan pelatihan bersama. Pelaku usaha dapat membentuk jaringan kolaborasi yang terdiri dari segenap pemangku kepentingan mulai dari pengrajin, chef, dan pemasok bahan baku. Di mana para pemangku kepentingan tersebut dapat berbagi sumber daya, pengetahuan, dan inovasi. Dengan cara ini, setiap elemen ekonomi kreatif dapat memberi manfaat satu sama lain untuk menghasilkan produk yang inovatif yang dapat berkompetisi satu sama lain. Terakhir, adalah bekerjasama dengan universitas, sekolah vokasi, dan pusat pelatihan serta kursus dalam meningkatkan tenaga kerja yang terampil. dengan menerapkan strategi-strategi ini, pelaku usaha di subsektor kuliner dan kriya di Banten dapat meningkatkan daya saing, dan berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi kreatif secara holistik.

Secangkir Kopi Lokal Go Internasional Sebagai Komoditas Unggulan Jawa Timur

Oleh Prof. Dr. Wasiaturrahma

Guru Besar FEB Universitas Airlangga



Kopi sebagai salah satu komoditas unggulan di Jawa Timur, dan merupakan komoditas ekspor utama selain kakao, kelapa, sawit, dan karet. Banyak produk kopi dari Indonesia yang mempunyai cita rasa unik dan khas karena tumbuh di wilayah dengan karakteristik yang berbeda-beda. Jawa Timur adalah salah satu Provinsi yang menghasilkan kopi dalam jumlah yang besar dan terbaik di Indonesia, kenikmatan kopi dari Jawa Timur sudah tidak perlu diragukan lagi.

Sebagai salah satu produsen kopi unggulan, beberapa kopi asal wilayah ini bahkan sudah terbang hingga ke pasar mancanegara. Jawa Timur memiliki potensi yang signifikan untuk mendukung perekonomian lokal dan menarik perhatian baik pasar domestik maupun internasional. Jawa Timur adalah daerah penghasil kopi secara langsung seperti daerah-daerah Provinsi lain di Indonesia. Ada 4 kabupaten di Jawa Timur sebagai penghasil Kopi seperti, Bondowoso, Jember, Banyuwangi dan Malang. Tentu disini tidak lepas dari peran Surabaya sebagai pusat distribusi dan perdagangan, dan sangat penting dalam rantai pasok kopi untuk Jawa Timur. Kota ini memiliki infrastruktur pelabuhan dan transportasi yang sangat baik, memungkinkan ekspor kopi Jawa Timur ke berbagai negara dapat dilakukan dengan mudah.

Selain itu, budaya ngopi atau minum kopi di Surabaya semakin berkembang, dengan banyak kafe dan kedai kopi bermunculan yang memperkenalkan kopi lokal kepada masyarakat. Generasi Z sering menjadikan kafe sebagai tempat berkumpul dengan teman atau bekerja. Minum kopi tidak hanya soal menikmati minuman, tetapi juga bagian dari pengalaman sosial.

Mereka cenderung mencari tempat yang nyaman, estetis, dan instagrammable untuk berbagi momen di media sosial. Generasi Z tidak hanya mengonsumsi kopi sebagai minuman, tetapi juga sebagai bagian dari identitas mereka, gaya hidup, dan pilihan sosial. Mereka sangat terbuka terhadap inovasi baru dalam industri kopi dan lebih peduli terhadap aspek lingkungan dan sosial dari produk yang mereka konsumsi. Dengan preferensi ini, industri kopi terus berkembang, menyesuaikan diri dengan permintaan dan kebiasaan unik generasi ini.

Kualitas biji kopi yang diolah dengan baik, terutama dari daerah-daerah penghasil Kopi di Jatim, bisa menjadi produk premium yang dapat dipasarkan lebih luas. Pengembangan industri kopi di Surabaya juga berpotensi meningkatkan kesejahteraan para petani kopi di Jawa Timur, mengingat permintaan yang terus meningkat baik di pasar lokal maupun global. Memanfaatkan keunggulan geografis, infrastruktur, serta meningkatnya budaya kopi, Surabaya memiliki kesempatan untuk menjadi pusat penting dalam perdagangan dan pengolahan kopi di Indonesia.

Ekspor Komoditas Kopi Provinsi Jawa Timur

Pada Januari-April 2024, ekspor produk kopi Indonesia mencapai USD 283,3 juta. Angka ini naik 20 persen dari periode yang sama pada tahun sebelumnya, yaitu senilai USD 236,08 juta. Pada 2023, ekspor kopi Indonesia ke dunia mencatatkan nilai sebesar USD 929,13 juta, sedangkan realisasi ekspor kopi dari Jatim sepanjang Januari - Agustus 2023 tercatat sebanyak 41.263.486 kg dengan nilai US\$111,78 juta. Jika dibandingkan dengan periode yang sama 2022, ekspor kopi Jatim tercatat sebanyak 60.683.242 kg dengan nilai US\$137,62 juta. Bahkan sepanjang Januari-Desember 2022, ekspor kopi mampu mencapai 98.497.300 kg dengan nilai US\$ 226,92 juta.

PT Perkebunan Nusantara I berhasil menjual sebanyak 890 ton kopi arabika dan robusta dari Jawa Timur ke pasar Eropa, serta 294 ton ke pasar non-Eropa dengan total nilai penjualan sebesar US\$7,4 juta atau setara Rp115 miliar hingga triwulan III/2024. Selain yang telah diekspor, tercatat di tahun 2024 ini PT Perkebunan Nusantara I Regional 5 (Jawa Timur) masih memiliki potensi 1.105 ton kopi untuk

dipasarkan hingga awal 2025, yang terdiri atas 669 ton kopi arabika, dan 436 ton kopi robusta. Provinsi Jawa Timur merupakan provinsi lima besar sebagai daerah produsen kopi terbesar di tingkat Nasional. Dilansir dari data BPS Provinsi Jawa Timur, luas areal perkebunan kopi di provinsi ini mencapai 116,25 ribu hektare pada 2023.

Upaya Pengembangan Komoditas Kopi

Java Coffee Culture (JCC) merupakan *strategic flagship event* tahunan untuk memperkenalkan value, sejarah, dan filosofi kopi Jawa, yang berkontribusi signifikan terhadap pengembangan komoditas kopi nasional. Dalam pelaksanaan JCC 2024, BI Jawa Timur kembali berkolaborasi dengan Festival Peneleh, sebagai ajang promosi Kampung Wisata Sejarah di Kawasan Peneleh. Kolaborasi pengembangan kopi dan pariwisata, diharapkan dapat mendorong pertumbuhan ekonomi yang mendukung program Gerakan Nasional Bangga Buatan Indonesia (GBBI) dan Gerakan Bangga Berwisata Indonesia (GBWI). Tujuan pelaksanaan JCC ada tiga hal. Pertama peningkatan eksposur, daya saing, dan penjualan komoditas kopi Jawa; kedua untuk diversifikasi produk olahan dan jasa kopi Jawa dan ketiga pengembangan pariwisata Surabaya di kota lama.

Rekomendasi Kebijakan

Pemerintah Jawa Timur memiliki peran penting dalam mendukung pengembangan kopi sebagai komoditas unggulan, baik di pasar domestik maupun internasional. Upaya yang dapat dilakukan pemerintah Jawa Timur untuk meningkatkan peluang komoditas kopi dengan mengembangkan industri hilir dan UMKM. Pemerintah bisa mendorong pengembangan industri hilir di sektor

kopi, seperti pabrik pengolahan kopi, roasting, pengemasan, dan produk turunan lainnya, sehingga nilai tambah dari kopi bisa lebih maksimal di tingkat lokal.

Pemerintah juga memberikan akses permodalan dan pelatihan kewirausahaan kepada usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang bergerak di industri kopi, baik itu di sektor produksi, distribusi, maupun pemasaran. Pemerintah bisa mendorong pengembangan kopi *specialty* dari daerah-daerah penghasil kopi di Jawa Timur seperti Bondowoso, Jember, Banyuwangi, dan Malang, dengan memperkenalkan cita rasa khas kopi lokal kepada pasar nasional maupun internasional.

Pengembangan infrastruktur pertanian dengan memperbaiki infrastruktur pertanian seperti jalan, irigasi, dan fasilitas distribusi untuk memudahkan akses dari daerah-daerah penghasil kopi ke pusat-pusat perdagangan. Pelabuhan ekspor dengan mengoptimalkan peran pelabuhan internasional di Surabaya (Pelabuhan Tanjung Perak) untuk memfasilitasi ekspor kopi dari daerah-daerah penghasil kopi di Jawa Timur ke pasar internasional dengan lebih Efektif dan efisien.

Selain itu, perlu mendorong pemanfaatan teknologi digital untuk pemasaran, termasuk melalui platform *e-commerce*, serta meningkatkan infrastruktur digital di daerah-daerah penghasil kopi. Perlu dukungan yang komprehensif, kopi yang ada di Jawa Timur memiliki peluang besar bersaing di pasar domestik dan global, serta memberikan dampak positif bagi perekonomian daerah.



Selamat kepada Bapak Perry Warjiyo

atas terpilihnya kembali sebagai
Ketua Umum ISEI periode 2024-2027

Balikpapan antara IKN, RDMP, Batu Bara, dan Kepiting

Oleh Rizal Effendi, S.E.

Ketua ISEI Balikpapan & Wali Kota Balikpapan (2011-2021)

MENDENGAR nama Balikpapan, orang langsung menghubungkan dengan Ibu Kota Nusantara (IKN). Maklum ini kota terdekat dari IKN. Jaraknya sekitar 89,3 km. Jika ditempuh melalui jalan tol IKN hanya sekitar 60 menit, bahkan nantinya hanya 50 menit.

Mau ke IKN memang lewat Balikpapan. Apakah melalui jalur laut. Turun di Pelabuhan Semayang atau mendarat di Bandara Sultan Aji Muhammad Sulaiman (SAMS) Sepinggan. Bandara ini tahun 2023 sukses meraih prestasi dengan mengangkut 5,10 juta penumpang. Juga menjadi bandara terbaik di dunia untuk kategori 5-15 juta penumpang.

Ke depan PT Angkasa Pura I (AP 1) sebagai pengelola harus memprioritaskan perpanjangan landasan (*runway*) dari 2.500 meter menjadi 3.250 meter. Sehingga jenis pesawat berbadan lebar bisa mendarat. Program ini sudah lama digaungkan, tapi masih tertunda-tunda.

Bandara IKN hampir rampung. Bandara baru itu dinamai Presiden Jokowi sebagai **Bandara Nusantara**. Dibangun sejak November 2023 dengan dana APBN Rp4,2 triliun. Lokasi Bandara Nusantara hanya berjarak sekitar 23 Km dari titik 0 IKN. Jadi waktu tempuhnya sekitar 15 menit saja. Bandara IKN tidak jadi sebagai bandara VVIP. Tapi dialihfungsikan sebagai bandara komersial.

Luas daratan Balikpapan 511,01 Km2. Dihuni 746.804 jiwa penduduk. Setelah ditetapkannya IKN, penduduk Balikpapan meningkat sekitar 1,4 persen setiap tahun. Pada periode Januari sampai Maret 2024, penduduk Balikpapan bertambah 4.600 orang.

Akibatnya Balikpapan sekarang penuh sesak. Kemacetan di jalan dan antrean SPBU menjadi pemandangan biasa sehari-hari. Penyediaan air bersihnya sangat seret. Kekurangan sumber air baku sekitar 1.000 liter per detik. Karena itu Balikpapan menunggu kiriman air dari Waduk Sepaku IKN, yang dijanjikan Kementerian PUPR sebesar 500 liter per detik.

Ke depan Balikpapan harus melakukan berbagai langkah untuk mengatasi kelangkaan air bersih. Mulai

kebijakan penangkapan air hujan, penghematan pemakaian air dan program daur ulang atau reklamasi air, pengambilan air Sungai Mahakam sampai program desalinasi atau penyulingan air laut.

Presiden Jokowi memastikan IKN mengungkit pergerakan ekonomi di daerah sekitarnya. "Tanyakan ke Gubernur Kaltim dan Wali Kota Balikpapan, pasti naiknya tidak kecil," ungkapnya. Menurut Kepala BPS Kaltim Yusniar Juliana, ekonomi Kaltim tahun 2023 tumbuh sebesar 6,22 persen. Tertinggi di Kalimantan.

Sedang pertumbuhan ekonomi Balikpapan tahun 2023 mencapai 6,49 persen. Lebih tinggi dari Kaltim. PDRB per kapita juga mengalami tren kenaikan dari Rp180,96 juta di tahun 2022 menjadi Rp201,64 juta di tahun 2023. Angka pengangguran di Balikpapan juga menurun. Jika di tahun 2022 tercatat 6,90 persen atau 22.749 jiwa, maka pada tahun 2023 menjadi 6,09 persen atau 20.915 jiwa. Jumlah penduduk miskin di Balikpapan tahun 2022 tercatat 2,45 persen atau 15,83 ribu. Sedang di tahun 2023 menurun menjadi 2,31 persen atau 14,99 ribu jiwa.

Dengan kehadiran sejumlah proyek strategis nasional, berbagai sektor usaha tiba-tiba menjadi *boom* di Balikpapan. Mulai perhotelan, transportasi, konstruksi, pengadaan material, pelabuhan, pergudangan, bahan pangan sampai penyediaan kebutuhan perut yaitu makanan dan minuman. "Setelah 16 tahun mengelola hotel di Balikpapan, baru sekarang terasa *cuan-nya*," kata Harianto Solihin, Komisaris Utama PT Grand Balikpapan, yang mengelola Hotel Novotel dan IBIS. Waktu Kongres ISEI XXII di Solo, Harianto aktif mengikuti seminar nasional yang digelar ISEI.

Meski tidak semua diproduksi langsung, tapi ketahanan pangan di kota Balikpapan cukup terjaga. Hanya saja harganya yang amat fluktuatif. Maklum bahan pangannya dipasok dari Jawa Timur dan Jawa Tengah, Sulbar, Sulsel, dan Sulteng serta Kalsel.

Kaltim termasuk Balikpapan tidak gampang jika mau swasembada pangan. Karena jenis tanahnya tidak terlalu subur untuk pertanian pangan. Topografinya juga berbukit-bukit. Meski lahannya sangat luas. Jadi yang harus dijaga dan ditingkatkan adalah kelancaran



rantai pasok dengan daerah penghasil. Program tol laut yang dicanangkan Presiden Jokowi menjadi salah satu solusi terbaik.

Berdasarkan data BPS Kaltim, Samarinda dan Balikpapan menjadi kota dengan inflasi tertinggi. Penyebab utama inflasi di Balikpapan adalah kenaikan harga beberapa komoditas pangan dan jasa transportasi. Di antaranya tarif angkutan udara, daging ayam ras, ikan, tomat dan cabai rawit.

Menurut Kepala Kantor Perwakilan BI Balikpapan, R Bambang Setyo Pambudi, inflasi tahunan (yoy) Kota Balikpapan 2023 mencapai 3,60 persen. Sedang inflasi gabungan Samarinda dan Bontang 3,46 persen. Angka itu lebih tinggi dari nasional yang tercatat 2,61 persen. BI Perwakilan Balikpapan bekerjasama dengan Pemkot harus terus memaksimalkan peran Tim Pengendali Inflasi Daerah (TPID) untuk menjaga angka inflasi tetap terkendali.

RDMP, Proyek Strategis yang Bersejarah

Selain IKN, ada satu lagi proyek yang juga sangat strategis yang tengah berjalan di Balikpapan yaitu proyek perluasan kilang minyak Balikpapan, yang disebut Proyek RDMP (*Refinery Development Master Plan*).

Dengan proyek ini, maka kapasitas pengolahan kilang Balikpapan akan melonjak dari 260.000 barel per hari menjadi 360 ribu barel per hari. Itu terbesar di Indonesia dan Asia Tenggara. Kalau sudah rampung 2025 nanti, maka produksi kilang Balikpapan sangat berdampak pada penurunan impor BBM. "Dampaknya sangat besar terhadap *Current Account Defisit*-nya

Indonesia," kata Direktur Utama Pertamina Nicke Widyawati. Berkat proyek RDMP itu, kira-kira Indonesia bisa menghemat defisit neraca perdagangannya hingga USD2 miliar per tahunnya.

Proyek RDMP Balikpapan, juga akan meningkatkan produk dari petrochemical dan LPG. Kualitas BBM yang dihasilkan juga lebih bersih. Dari Euro2 menjadi Euro5 sehingga ramah lingkungan dan sesuai standar KLHK. Proyek RDMP adalah proyek terbesar Pertamina dalam sejarah. Nilai investasinya USD7,4 miliar atau setara Rp118 triliun. Proyek RDMP dimulakan pada akhir tahun 2018. Pada September 2025 harus selesai.

IKN dan RDMP sama-sama menyerap tenaga kerja yang besar. Ada sekitar 20.250 pekerja di RDMP. Sementara data Kementerian PUPR menunjukkan, ada 27.000 orang terlibat dalam pekerjaan konstruksi di IKN. Sebagian besar datang dari luar daerah.

Kebijakan Anti Penambangan Batu Bara

Kota Balikpapan punya kebijakan lingkungan cukup berani. Satu-satunya daerah yang "mengharamkan" eksplorasi penambangan batu bara. Di sini tak ditemukan lubang-lubang menganga akibat penambangan. Akan tetapi Balikpapan sendiri tak bisa melepaskan diri dari bisnis batu bara. Di Teluk Balikpapan ada ratusan ponton berseliweran tiap hari mengangkut ribuan ton si emas hitam dari berbagai daerah.

Di kawasan industri Kariangau, ada Terminal Batu Bara Balikpapan (BCT) milik Bayan Group. Salah satu perusahaan batu bara terbesar di Indonesia. Kapasitasnya 1,5 juta MT. Pemilik saham terbesar Bayan Group adalah Datuk Dr Low Tuck Kwong. Dia orang Singapura, tapi sudah menjadi WNI. Oleh Majalah *Forbes* dimasukkan ke dalam urutan ke-82 orang terkaya di dunia dan urutan ke-4 orang terkaya di Indonesia tahun 2024. Total kekayaannya mencapai USD24,4 miliar atau setara dengan Rp368 triliun.

Usia kota Balikpapan sudah 127 tahun. Kota ini mulai muncul ketika pada tanggal 10 Februari 1897 ditemukan sumur minyak pertama yang dinamai sumur Mathilda di kaki gunung Kemendur. Itu sebabnya Balikpapan sering disebut "Kota Minyak." Sampai-sampai klub sepakbolanya Persiba Balikpapan dijuluki "Tim Selincin Minyak."

Dulu tata ruang Balikpapan sangat ideal. Sebesar 48

persen dari luas wilayah yang bisa dibangun. Sedang sisanya 52 persen sebagai kawasan yang dijaga dan ruang terbuka hijau (RTH). Tapi dengan perkembangan sekarang, berbagai tekanan mulai muncul. Karena itu Pemkot Balikpapan bersama DPRD tengah membahas Revisi Rencana Tata Ruang Wilayah (RTRW) 2024-2043.

Revisi ini dibutuhkan karena adanya beberapa perkembangan. Pertama, dengan ditetapkannya IKN, maka Kota Balikpapan diarahkan sebagai super hub ekonomi dalam pengembangan IKN. Kedua, dengan posisi Balikpapan sebagai super hub pengembangan IKN, maka Kota Balikpapan perlu penguatan peran penting dalam aspek logistik, perdagangan dan jasa.

Ketiga, perlunya pengembangan *costal area* untuk mendukung peran Kota Balikpapan sebagai pusat perdagangan dan jasa, serta adanya pengembangan berbagai infrastruktur transportasi dalam mendukung peran kota Balikpapan sebagai pusat logistik dan pintu gerbang Kaltim dan IKN.

Keempat, pemenuhan kebutuhan penyediaan fasilitas umum dan fasilitas sosial, serta utilitas untuk mendukung dan mengantisipasi pertambahan penduduknya, khususnya dalam penyediaan air minum yang memadai. Kelima, pelaksanaan perlindungan keanekaragaman hayati melalui pelestarian hutan lindung, ekosistem mangrove dan jalur migrasi satwa.

Di tahun 2017, Balikpapan sempat berada di urutan ke-3 Kota Layak Huni berdasarkan hasil survei Ikatan Ahli Perencana (IAP). Tapi sekarang (sejak 2022) Balikpapan terlempar jauh. Malah Samarinda yang sekarang masuk dalam kelompok 10 besar. Ini menjadi tantangan besar bagi Balikpapan agar tetap menjadi kota yang nyaman dihuni (*livable city*) sesuai draf visi RPJPD 2025-2045 yaitu Balikpapan Nyaman untuk Semua.

Didorong Industri Pengolahan, Perdagangan dan Jasa
Ada yang bertanya apa komoditas atau sektor ekonomi unggulan di Balikpapan? Ada yang bilang perikanan laut. Maklum di Balikpapan termasuk surganya makanan laut. Kepiting Dandito, Rumah Makan Torani, Restoran Biru Laut, Bondy, Bluesky dan Teluk Bayur sangat dikenali tamu-tamu dari luar. Sebagian produk perikanan laut Balikpapan dikirim ke beberapa negara seperti Singapura, China, Amerika dan Eropa. Terutama ikan segar, kepiting hidup dan udang segar.

Balikpapan juga dikenal sebagai penghasil pepaya mini terbaik. Sangat manis. Tingkat produktivitasnya bisa mencapai 112 ton per hektare. Pepaya mini Balikpapan sudah dipatenkan dengan nama Pepaya Miba. Sering dijadikan oleh-oleh bagi mereka yang datang ke kota ini. "Pepaya Miba menjadi produk pertanian lokal yang berpotensi jadi komoditas ekspor," kata Plt Gubernur Kaltim Akmal Malik ketika meninjau kebun pepaya Miba milik Pak Agus di Km 12, Balikpapan Utara.

Industri kreatif juga berkembang. Pasar Kerajinan Kebun Sayur sangat dikenal berbagai tamu. Ada kerajinan anyaman, manik-manikan, batik khas Kalimantan dan batu permata. Di situ juga dijual kayu pasak bumi (*Eurycoma longifolia*), tanaman asli Kalimantan yang dikenal berkhasiat untuk kejantanan laki-laki. Kata orang semacam "tongkat ali."

Sektor pariwisata di Balikpapan juga semakin seksi. Wisata pantai, kuliner dan hutan bakau atau mangrove jadi pilihan utama. Ada maskot Balikpapan yang juga menarik perhatian yaitu beruang madu (*Helarctos malayanus*). Jenis beruang terkecil di dunia ini semakin langka, tapi masih bisa dikunjungi di Agro Wisata Km 23. Selain ada penangkaran buaya di Teritip, Balikpapan Timur.

Mengutip data Statistik Daerah Kota Balikpapan 2024, terungkap angka PDRB Balikpapan pada tahun 2023 atas dasar harga berlaku (ADHB) sekitar Rp143,17 triliun. Sedang atas dasar harga konstan (ADHK) sekitar Rp97,06 triliun.

Dilihat dari struktur perekonomian, industri pengolahan sangat mendominasi. Angkanya 47,26 persen sumbangsinya terhadap pembentukan PDRB. Menyusul konstruksi 15,67 persen, transportasi dan perdagangan 11,60 persen, perdagangan besar dan eceran 11,60 persen, reparasi mobil dan sepeda motor 9,40 persen, serta usaha lainnya 16,07 persen.

Industri pengolahan sangat mungkin terus mendominasi Balikpapan. Akan tetapi tidak semuanya tertumpu pada migas. Industri kelapa sawit tidak cukup hanya mengolah menjadi minyak mentah atau CPO (*crude palm oil*) saja, tetapi juga harus dikembangkan dengan industri turunan lainnya. Kilang CPO PT Kutai Refinery Nusantara (KRN) milik pengusaha Sukanto Tanoto di kawasan industri Kariangau sudah sangat mungkin diarahkan sampai ke berbagai produk turunan.

Sejalan dengan rencana revisi RTRW, pembangunan *coastal area* atau *coastal road* Balikpapan harus tetap diwujudkan. Proyek *coastal road* Balikpapan adalah pengembangan kawasan pantai sepanjang Jl Jenderal Sudirman dari Pelabuhan Semayang sampai mendekati Bandara Sepinggan. Panjangnya sekitar 7,5 km dengan lebar ke laut sekitar 500 meter. Total luas mencapai 468 hektare.

Tadinya *coastal road* akan dihubungkan dengan rencana jembatan tol Balikpapan-Penajam. Sayang rencana itu harus dievaluasi ulang terutama aspek ketinggian jembatan menyusul adanya proyek IKN. "Coastal road sudah sejak lama disusun dan tetap akan diwujudkan untuk mendukung Kota Balikpapan sebagai kota water front city," kata Ketua Bappeda Murni.

Dengan posisinya sebagai pintu gerbang diperlengkapi fasilitas infrastruktur yang memadai, berada di jalur ALKI II, apalagi dengan adanya IKN, maka Balikpapan memang lebih diarahkan sebagai kota perdagangan dan jasa.

Dengan adanya proyek RDMP dan IKN, sektor jasa berkembang pesat dan sangat dibutuhkan. Mulai jasa angkutan barang dan manusia melalui laut dan udara, transportasi darat dan akomodasi, pelabuhan dan pergudangan, sampai teknologi informasi dan komunikasi (TIK).

Kota jasa modern memang tidak saja punya kemampuan dalam memberikan berbagai pelayanan, tetapi juga harus berbasis TIK. Karena itu tidak salah kalau Balikpapan juga membangun konsep kota cerdas atau *smart city*.

Tujuan utama dari penerapan kota cerdas adalah menciptakan kota yang lebih efisien, berkelanjutan dan nyaman bagi penduduk dan orang yang datang. Karena itu penggunaan TIK harus diintegrasikan ke dalam berbagai aspek kehidupan perkotaan, seperti transportasi, energi, lingkungan, pemerintahan, dan berbagai layanan publik lainnya. (*)

Kopi Kintamani Komoditas Unggulan Provinsi Bali

Oleh Prof. Dr. Ida Bagus Raka Suardana

Universitas Pendidikan Nasional Denpasar Bali



Pulau Bali tidak hanya dikenal dengan keindahan alam dan budayanya yang kaya, tetapi juga memiliki kondisi geografis yang mendukung aktivitas pertanian, termasuk perkebunan. Dengan tanah vulkanik yang subur, iklim tropis, dan ketinggian yang ideal di beberapa wilayah, Bali menjadi tempat yang sangat cocok untuk menumbuhkan berbagai komoditas perkebunan, salah satunya adalah kopi. Wilayah pegunungan Kintamani di Bali adalah salah satu daerah perkebunan yang terkenal, yang menghasilkan kopi dengan cita rasa khas. Kopi Kintamani, yang tumbuh di dataran tinggi sekitar 1.000 meter di atas permukaan laut, dikenal dengan rasa asam segarnya dan telah menjadi komoditas unggulan tidak hanya di Bali, tetapi juga di pasar internasional.

Sejarah Kopi Kintamani

Kopi Kintamani memiliki sejarah yang panjang di Bali, dimulai sejak abad ke-19. Pada masa kolonial Belanda, tanaman kopi diperkenalkan kepada para petani di Bali, termasuk di wilayah Kintamani. Kintamani terletak di dataran tinggi di Kabupaten Bangli, dengan ketinggian sekitar 1.000 meter di atas permukaan laut, yang menjadikannya lokasi ideal untuk budidaya kopi. Kondisi geografis yang unik, dengan suhu dingin dan tanah yang subur berkat letusan gunung berapi, menciptakan kondisi sempurna untuk menanam kopi berkualitas tinggi.

Tanaman kopi ini berkembang pesat di wilayah Kintamani karena karakteristik tanah vulkaniknya yang kaya akan mineral dan iklim pegunungan yang sejuk. Para petani setempat telah menanam kopi dengan metode yang diwariskan secara turun-temurun, di mana kopi ditanam bersamaan dengan tanaman lainnya seperti jeruk dan sayuran. Pola pertanian ini dikenal dengan sistem agroforestri dan berkontribusi pada cita rasa

unik dari Kopi Kintamani.

Karakteristik Kopi Kintamani

Kopi Kintamani memiliki beberapa karakteristik yang membuatnya unik dan digemari baik di pasar lokal maupun internasional. Salah satu ciri khas yang paling menonjol adalah rasa segar dengan sentuhan asam yang menyerupai rasa jeruk. Rasa ini disebabkan oleh praktik tumpang sari yang diterapkan petani, di mana pohon kopi ditanam berdampingan dengan tanaman jeruk dan sayuran lainnya.

Selain itu, Kopi Kintamani memiliki aroma yang harum dan tekstur yang halus, dengan tingkat keasaman yang seimbang. Dalam hal jenis biji, Kopi Kintamani sebagian besar berasal dari varietas Arabika, yang dikenal memiliki kualitas rasa yang lebih halus dan kompleks dibandingkan dengan varietas Robusta. Kopi Arabika dari Kintamani juga memiliki kandungan kafein yang lebih rendah, sehingga memberikan pengalaman minum kopi yang lebih ringan namun tetap nikmat.

Proses Produksi dan Pengolahan Tradisional

Proses produksi Kopi Kintamani sebagian besar masih dilakukan secara tradisional, menjaga kualitas dan autentisitas produk. Petani Kintamani biasanya memetik biji kopi secara selektif, hanya memilih biji yang sudah benar-benar matang. Setelah dipetik, biji kopi kemudian dikeringkan secara alami di bawah sinar matahari selama beberapa hari, tergantung kondisi cuaca.

Setelah proses pengeringan, biji kopi akan melewati tahap pengupasan untuk memisahkan lapisan kulit terluarnya. Kemudian, biji-biji ini disortir dan dipilih secara manual untuk memastikan kualitas yang

konsisten. Tahap terakhir adalah proses pemanggangan, yang memegang peranan penting dalam menentukan rasa akhir dari kopi. Proses ini umumnya dilakukan oleh para pengrajin kopi lokal dengan tingkat keahlian tinggi, sehingga menghasilkan kopi dengan cita rasa yang otentik dan memikat.

Sertifikasi Indikasi Geografis (IG)

Kopi Kintamani adalah salah satu kopi di Indonesia yang telah mendapatkan sertifikasi Indikasi Geografis (IG) dari pemerintah Indonesia. Sertifikasi ini diberikan pada tahun 2008 dan menegaskan bahwa kopi yang berasal dari Kintamani memiliki kualitas yang unik dan terkait erat dengan karakteristik geografis daerah tersebut. Sertifikasi IG ini juga memberikan perlindungan hukum bagi produk Kopi Kintamani, memastikan bahwa hanya kopi yang benar-benar ditanam di wilayah Kintamani yang dapat menggunakan label tersebut. Pengakuan ini tidak hanya melindungi reputasi Kopi Kintamani di pasar domestik, tetapi juga membantunya menembus pasar internasional. Sebagai hasilnya, Kopi Kintamani kini telah dieksport ke berbagai negara, termasuk Jepang, Amerika Serikat, dan beberapa negara di Eropa.

Dampak Ekonomi bagi Masyarakat Lokal

Kopi Kintamani tidak hanya berkontribusi pada diversifikasi ekonomi Bali, tetapi juga telah memberikan dampak yang signifikan bagi masyarakat lokal, terutama petani di daerah Kintamani. Produksi kopi di wilayah ini menjadi sumber penghidupan utama bagi ribuan petani dan keluarganya. Dengan meningkatnya permintaan terhadap kopi berkualitas tinggi, para petani kini memiliki akses yang lebih baik ke pasar, serta peluang untuk meningkatkan kesejahteraan mereka.

Selain itu, sektor pariwisata kopi juga mulai berkembang di Kintamani. Wisatawan yang mengunjungi Bali kini dapat merasakan pengalaman yang unik dengan mengunjungi perkebunan kopi dan melihat langsung proses produksi Kopi Kintamani. Hal ini memberikan nilai tambah bagi para petani, karena mereka dapat menjual produk mereka langsung kepada konsumen dengan harga yang lebih baik, sekaligus memperkenalkan budaya dan tradisi kopi di Bali kepada dunia.

Tantangan dan Peluang

Meskipun Kopi Kintamani telah mencapai pengakuan global, industri kopi di Bali masih menghadapi beberapa tantangan. Salah satu tantangan terbesar adalah perubahan iklim, yang dapat mempengaruhi hasil panen dan kualitas kopi. Perubahan suhu dan

pola curah hujan yang tidak menentu dapat berdampak pada pertumbuhan tanaman kopi, yang sangat bergantung pada kondisi lingkungan yang stabil. Selain itu, masih ada tantangan dalam hal modernisasi teknik pertanian dan pengolahan kopi. Banyak petani di Kintamani masih menggunakan metode tradisional, yang meskipun menjaga kualitas, juga bisa menghambat produksi dalam skala besar. Namun, di sisi lain, metode tradisional ini juga menjadi salah satu kekuatan utama Kopi Kintamani, karena menjaga keaslian cita rasa dan kualitas. Peluang besar juga hadir dari tren global yang semakin menghargai produk kopi premium dan organik. Konsumen di seluruh dunia kini lebih sadar akan asal-usul produk yang mereka konsumsi, dan banyak yang bersedia membayar lebih untuk produk yang dihasilkan secara berkelanjutan. Kopi Kintamani, dengan sistem pertanian agroforestri dan sertifikasi IG, berada dalam posisi yang baik untuk memanfaatkan tren ini.

Masa Depan Kopi Kintamani

Dengan semakin populernya kopi di kalangan masyarakat dunia, Kopi Kintamani memiliki prospek yang cerah di masa depan. Dukungan dari pemerintah, komunitas petani, dan para pelaku industri kopi lokal sangat penting untuk memastikan keberlanjutan produk ini. Pelatihan dan penyuluhan kepada petani tentang teknik pertanian modern dan berkelanjutan dapat membantu meningkatkan produksi tanpa mengorbankan kualitas. Selain itu, promosi yang lebih gencar di pasar internasional juga diperlukan untuk memperluas jangkauan Kopi Kintamani. Dengan semakin tingginya permintaan terhadap kopi spesialti, Kopi Kintamani memiliki potensi untuk terus berkembang dan memperkuat posisinya sebagai salah satu kopi terbaik di dunia.

Kopi Kintamani tidak hanya menjadi kebanggaan Bali, tetapi juga menjadi bagian penting dari warisan budaya dan ekonomi masyarakat Kintamani. Dengan cita rasa unik yang dipengaruhi oleh kondisi geografis dan teknik pertanian tradisional, Kopi Kintamani telah berhasil menarik perhatian penikmat kopi di seluruh dunia. Meskipun masih menghadapi berbagai tantangan, dengan dukungan yang tepat dan kesadaran akan pentingnya keberlanjutan, Kopi Kintamani akan terus menjadi salah satu komoditas unggulan Provinsi Bali yang mendunia.

Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Melalui Peningkatan Ekspor Komoditi Unggulan Jatim

Oleh Dr.rer.pol. Wildan Syafitri, M.E,

Ketua ISEI Malang Raya

Daya saing daerah merupakan kunci pertumbuhan dan kemajuan perekonomian wilayah. Daya juga menunjukkan bagaimana alokasi sumber daya bisa dikelola secara baik. Sumber alam dan manusia melimpah kurang berarti apabila tidak dapat memberikan kontribusi positif pada perekonomian.

Jawa Timur sebagai penyumbang terbesar perekonomian Jakarta setalah Jakarta tercatat mencapai pertumbuhan tertinggi di pulau Jawa, pertumbuhan ekonomi (y-on-y) sebesar 4,98 persen pada Triwulan II tahun 2024. Perekonomian Jawa Timur juga relatif terbuka yang dilihat dari besarnya peran ekspor impor 46,15 dalam PDRB (pengeluaran), dengan kontribusi sebesar 10,46 [persen] pada pertumbuhan ekonomi Jawa Timur. Selain itu Jawa Timur sebagai propinsi meskipun menempati peringkat Penanaman Modal Asing tetapi memiliki pertumbuhan tertinggi pada dua tahun terakhir.

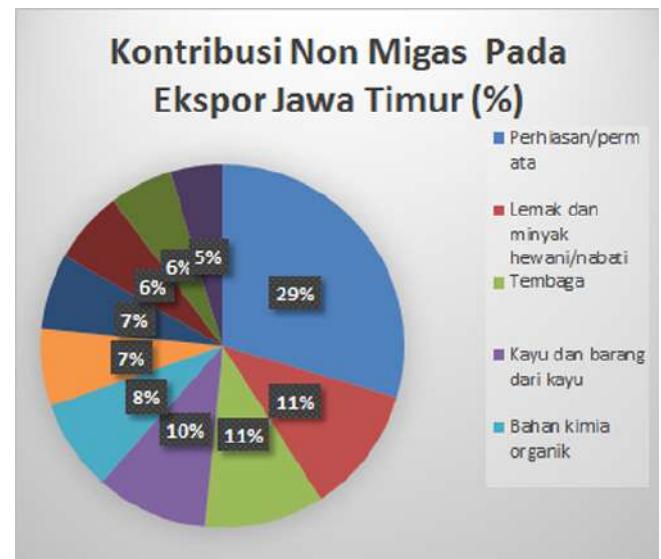


Sumber : BPS, 2024 (diolah)

Kondisi ini menunjukkan kegairahan investasi yang terus meningkat di provinsi Jawa Timur ditengah perekonomian dunia yang belum aman dari ancaman resesi baik akibat pasokan global yang dapat mendorong perang dagang akibat kompetisi penguasaan sumber daya.

Komoditas unggulan Jawa Timur didominasi oleh komoditas logam mulia, perhiasan, tembaga, produk kimia, produk kayu bahan kimia organik dan coklat olahan. Selain itu pada sektor pertanian komoditi bawang merah dan cabai rawit memberikan kontribusi tinggi pada sektor pertanian triwulan kedua ini (BPS, 2024). Beberapa negara partner penting produk diatas diantaranya adalah Cina, Amerika Serikat, Singapura dan Malaysia.

Produk produk Jawa Timur lambat laun semakin terhilirisasi dengan komposisi produk cenderung pada produk olahan. Pada kelompok Industri menengah dan kecil, kontribusi sektoral didominasi sektor Industri Makanan, 27.58% pada tahun 2022, sedangkan pada industri besar sedang kontribusi juga mencapai 26,70 pada tahun yang sama. Selain untuk produk hasil perkebunan, hasil kopi merupakan secara spasial wilayah Jawa, produksi kopi merupakan salah produk unggulan di wilayah Pulau Jawa, Jawa Timur memeliki produk terbesar dibanding (48 ribu ton) bandingkan Jawa Tengah (26 ribu ton) dan Jawa Barat (23 ribu ton) selain itu secara historis kopi Jawa Timur merupakan komoditi unggulan pada era kolonial.



Sumber: BPS Propinsi Jawa Timur (Agustus,2024)

Meskipun sebagian besar produk unggulan non migas menunjukkan tren yang positif namun namun masih bersandar pada produk ekstraktif sehingga nilai tambah dari produk masih belum terlalu besar. Keunggulan lebih pada faktor karunia dan belum pada produk yang lebih inovatif dan kreatif. Dukungan pelayanan layanan transportasi antar wilayah di Provinsi Jawa Timur melalui koneksi tiga Sidoarjo – Surabaya – Gresik menjadi kunci mobilitas manusia dan barang untuk mendorong pertumbuhan ekonomi. Rata-rata pertumbuhan PDRB sektor transportasi pada tahun 2019-2023 sebesar 5,35% dapat menaikkan volume pengiriman perusahaan logistik seiring dengan membaiknya kinerja perdagangan ecommerce. Koneksitas ini juga didukung oleh kualitas

infrastruktur yang memperlancar arus barang jasa. Pembangunan berbagai proyek infrastruktur selain meningkatkan output sektor kontruksi juga menyebabkan efek mutiplier hingga yang pada gilirannya berpengaruh pada kegiatan sektor ekonomi yang lain. Pemerintah Provinsi Jawa Timur juga telah melakukan berbagai upaya peningkatan ekspor melalui pelayanan sertifikasi produk, fasilitasi ekspor, medorong hilirisasi produk unggulan (kopi, coklat).

Tantangan Global dan Lokal

Meningkatnya sejumlah konflik di sejumlah negara belum menunjukkan tanda-tanda penurunan. Kondisi ini dapat menyebabkan pasar yang tidak stabil serta memunculkan supply shock yang berdampak pada stabilitas harga komoditi global, dan lokal. Kondisi ini dapat berlanjut membawa pada stabilitas pasar keuangan, pasar, dan nilai tukar bahkan dapat membawa pada jurang resesi di berbagai negara. Konflik global yang sulit diprediksi menjadi tantangan tersendiri bagi tiap negara yang tidak dapat diselesaikan secara parsial. Selain itu perubahan selera global yang berkembang cepat merupakan tantangan penting yang dihadapi setiap negara. Dari sisi permintaan dunia berkembang cepat menyebabkan perubahan pola konsumsi perubahan akibat perkembangan teknologi.

Pada konteks dalam negeri kemudahan menjalankan bisnis (*ease doing business*) harus terus didorong dengan praktek prakter kemudahan menjalankan bisnis oleh pemerintah. Meskipun peringkat (kualitas) kemudahan bisnis Indonesia terus membaik, tetapi masih ketinggalan dibandingkan dengan negara pesaing seperti Vietnam, Cina, Malaysia dan Singapura. Terkait dengan kepastian hukum dan kemudahan perijinan. Negara-negara yang memiliki pertumbuhan tinggi terbukti telah sukses menerapkan masyarakat berbasis produksi dengan penggerahan segala sumberdaya, penyediaan fasilitas, kelembagaan yang memadai untuk meningkatkan daya saing mereka. Pada kasus perhisan emas misalnya, meskipun Indonesia bisa memproduksi emas tetapi untuk memperoleh emas batangan para pengrajin emas harus mendatangkan dari Singapura karena Indonesia belum memiliki bank emas (Bullion Bank).

Meskipun peringkat daya saing produk Indonesia terus meningkat (27 dunia). Namun peringkat inovasi masih rendah terutama inovasi output (67 dunia). Hal tersebut menunjukkan bahwa keunggulan produk

ekspor masih belum bermuatan teknologi dengan kata lain sebagian besar masih mengandalkan sumber alam. Ini merupakan tantangan besar sekaligus peluang untuk meningkatkan nilai tambah komoditi bahan mentah melalui hilirisasi berbagai produk. Hilirisasi secara massif memerlukan masyarakat yang berbudaya inovatif dan kreatif. Budaya industri menciptakan upaya untuk terus meningkatkan produktifitas bukan hanya produsen tetapi juga para pengambil kebijakan dan pelayanan publik. Budaya industri juga harus dilengkapi dengan perangkat kelembagaan untuk mempermudah masyarakat dalam memulai bisnis rintisan (startup), infrastruktur bisnis yang efisien ditambah dukungan pelatihan dan pengembangan produk yang berkelanjutan. Selain memerlukan ketrampilan individu yang dibangun dari sistem pendidikan budaya ini memerlukan perangkat kelembagaan yang adaptif. Produk unggulan yang bertumpu pada produk olahan akan meningkatkan nilai tambah produk sehingga daya saing akan lebih kuat di masa mendatang.

Dengan keunggulan penduduk sebagai potensi pasar, pasar lokal juga tidak bisa dikecualikan. Menurunnya pasokan global melemahnya nilai tukar menjadi peluang bagi produk lokal untuk memperkuat posisi pasar dalam negeri. Jawa Timur sendiri sebagai salah satu penghasil produk pangan memiliki potensi pasar dalam negeri yang sangat kuat. Industri pertanian yang telah berkembang pesat jika terkoneksi erat dengan input dan outputnya akan meningkatkan mutiplier pada sektor lain. Salah satu komoditi yang terkait erat dengan sektor lain adalah industri pakan ternak, selain terkait erat dengan inputnya yaitu hasil pertanian, juga terkait dengan kebutuhan konsumsi protein sebagai permintaan akhir. Keterkaitan ini merupakan bagian dari ekosistem bisnis yang juga mendukung ketahanan pangan. Penyediaan sarana produksi seperti infrastruktur, harga pupuk, mekanisasi disertai dengan penguatan regulasi tata guna lahan yang mendukung perluasan skala ekonomi akan meningkatkan daya saing komoditi tersebut baik dalam menghadapi serbuan barang impor maupun kebutuhan pasar domestik dan kejesahteraan petani.

Upaya Akselerasi

Pertumbuhan ekonomi di negara-partner dan konesitas dengan negara tersebut akan dapat meningkatkan ekspor di masa depan. Dengan tidak menutup kemungkinan untuk meningkatkan dengan partner lain. Keamanan, kenyamanan, ketersediaan infrastruktur, dan fasilitasi kemudahan adalah

beberapa hal kebijakan yang dilakukan secara simultan. Pilpres dan Pilkada yang telah berlangsung dengan aman merupakan indikator keamanan yang penting bagi investor.

Beberapa inovasi seperti Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) Singhasari untuk pengembangan pendidikan, ekonomi kreatif dan lain-lain menjadi kunci penggerak di masa depan. Kebutuhan konsumsi masyarakat dunia yang terus dirubah harus terus diantisipasi dengan berbagai kreasi dan inovasi. Tren pasar global juga bisa berubah dengan cepat menuju arah yang buruk meningkatnya potensi konflik demikian pula sebaliknya.

Beberapa upaya pemerintah provinsi Jawa Timur untuk meningkatkan daya diantara adalah Pengembangan Kawasan Industri, inovasi, kemitraan, maupun digitalisasi perlu dilakukan lebih efektif dan berorientasi pada hasil . Ukuran ukuran kinerja pemerintah daerah perlu lebih difokuskan pada hasil pembangunan ekonomi yang lebih kongkret, terukur dan bukan sekedar keberhasilan administratif. Inovasi dan kreatifitas memerlukan pengembangan dan penelitian yang memadai untuk memunculkan cara baru dalam berproduksi yang lebih efisien dan berdaya

saing tinggi dipasar nasional maupun global. Sumber daya alam yang melimpah yang merupakan karunia juga harus dikelola secara berkelanjutan melalui paradigma yang berorientasi pada kebutuhan jangka panjang.

Visi *ease doing business* harus menjadi fokus utama birokrasi dan segenap aparatur pemerintah. Meskipun Jawa Timur termasuk propinsi terbaik dalam kemudahan bisnis tetapi masih ada beberapa masalah dalam bisnis menyangkut ketersediaan lahan dan kecepatan proses perijinan. Meskipun berbagai program mengenai kemudahan dan kecepatan perijinan disertai dengan fasilitasi promosi produk unggulan UMKM Jawa Timur namun masih bisa secepat negara pesaing diatas.

Era digitalisasi menyebabkan komunikasi dan informasi tanpa batas berdampak pada meningkatnya mobilitas manusia dan sebagai mana barang dan jasa harus terus diantisipasi. Kreatifitas, kemampuan prediksi bahkan imaginasi terhadap masa depan menjadi kunci keunggulan dan saya saing dimasa mendatang.



Selamat Bekerja Kabinet Merah Putih 2024-2029



Potensi Komoditas Unggulan UMKM Kota Salatiga

Oleh Prof Apriani Dorkas Rambu Atahau, Ph.D.

Ketua ISEI Cabang Salatiga, Dosen FEB UKSW, dan peneliti CEMSED

Peran UMKM dalam pembangunan tidak diragukan lagi. Dari sisi jumlah, UMKM mendominasi dengan jumlah yang jauh lebih besar dibandingkan usaha besar. Data Kemenkop UKM tahun 2021 menunjukkan bahwa pada tahun 2019, dari total jumlah usaha sebanyak 65.471.134, hanya 5.637 unit yang merupakan usaha besar. Dengan kata lain, dari sisi jumlah, UMKM membentuk 99,9 % total usaha di Indonesia. Ironisnya, hal ini belum diimbangi dengan kontribusi UMKM dalam PDB nasional yang baru mencapai 61, 07 % (Kemenkop, 2021). Padahal, sebagai pilar perekonomian nasional UMKM memicu pertumbuhan bisnis, inovasi, serta menciptakan banyak lapangan kerja sehingga berperan dalam pengentasan kemiskinan. Selain itu, salah satu kekuatan UMKM adalah kemampuannya memanfaatkan sumber daya lokal. Hal ini terbukti melalui kemampuannya bertahan di tengah krisis ekonomi.

Potensi UMKM dalam memanfaatkan sumber daya lokal telah disadari banyak pihak, termasuk Bank Indonesia dan lembaga terkait lainnya seperti Dinas Koperasi. Melalui penelitian Komoditas, Produk dan Jenis Usaha Unggulan yang dilakukan di seluruh Indonesia, digali potensi pengembangan UMKM dalam mengoptimalkan komoditas lokal untuk meningkatkan Produk Domestik Regional Bruto daerah. Pada tahun 2018, *Centre for Micro and Small Scale Enterprise Dynamics* (CEMSED) FEB UKSW dipercaya melakukan penelitian berkaitan dengan KPJU di 35 kabupaten/kota Provinsi Jawa Tengah, termasuk di kota Salatiga.

Kota Salatiga adalah kota yang strategis, yang terletak antara 0070 .17' dan 0070 .17'.23 Lintang Selatan, dan antara 1100 .27'.56,81" dan 1100 .32'.4,64" Bujur Timur. Kota Salatiga dikenal sebagai kota peristirahatan dengan pemandangan gunung-gunung di sekitarnya, tepatnya berada di daerah cekungan, kaki Gunung Merbabu diantara gunung-gunung kecil antara lain adalah Gunung Gajah Mungkur, Telomoyo, dan Payung Rong.

Meskipun pertumbuhan ekonomi Kota Salatiga lebih rendah dibandingkan dengan Provinsi Jawa Tengah, yaitu sebesar 5,28%, namun pertumbuhan ekonomi Kota Salatiga masih di atas pertumbuhan ekonomi

nasional, yaitu sebesar 5,02% (Data tahun 2016). Sektor penyumbang PDRB terbesar Kota Salatiga pada tahun 2016 adalah sektor industri pengolahan, konstruksi, perdagangan besar dan eceran reparasi mobil dan sepeda motor. Kontribusi terbesar pada sektor pengolahan/manufaktur sebesar Rp 2.410.895 pada tahun 2016. Sedangkan kontribusi terkecil pada sektor Pertambangan dan Penggalian. Hal tersebut disebabkan karena karakteristik Kota Salatiga yang dari sejarahnya merupakan kota perdagangan. Kekayaan alam yang tidak terlalu besar dibandingkan dengan wilayah lain di Indonesia yang dapat menjelaskan sektor pertambangan tidak banyak berkontribusi terhadap PDRB Kota Salatiga.

Sebagai kota perdagangan, sektor perdagangan dan konstruksi juga memberikan kontribusi yang tinggi terhadap PDRB Kota Salatiga. Hal tersebut tidak dapat dipungkiri karena dalam sejarahnya Kota Salatiga merupakan kota perdagangan dan menjadi kota persinggahan karena lokasinya yang berada di antara kota-kota besar seperti Yogyakarta, Solo dan Semarang. Ketiga sektor yaitu industri pengolahan, konstruksi, dan perdagangan besar dan eceran cenderung mengalami kenaikan dalam kontribusinya terhadap PDRB Kota Salatiga. Namun peningkatan Sektor konstruksi yang paling besar diantara ketiganya yaitu sebesar 5,39% karena adanya peningkatan pembangunan di Kota Salatiga khususnya infrastruktur (sekda, 2017).

Profil dan Kebijakan UMKM Kota Salatiga

Usaha mikro dan kecil menjadi andalan dalam membangun perekonomian Kota Salatiga karena kemampuannya dalam menyerap tenaga kerja. Pemerintah Kota Salatiga dalam mengembangkan ekonomi kerakyatan yang berorientasi pada usaha menengah, kecil dan mikro. Jika dilihat dari tahun 2012 sampai dengan 2016 jumlah usaha di Kota Salatiga terus mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Demikian halnya dengan penyerapan tenaga kerja pada UMKM terus mengalami kenaikan.

Peran Perbankan dalam pengembangan UMKM

Dari total kredit yang disalurkan kepada masyarakat pada periode tahun 2013-2017, dimana total kredit mampu tumbuh sebesar rata-rata 11,35% per tahun,

pada periode yang sama penyaluran kredit UMKM tumbuh sedikit lebih lambat, sebesar rata-rata 7,28% per tahun. Adapun pangsa rata-rata penyerapan kredit UMKM adalah sebesar 18,89%. Artinya pelaku UMKM mampu menyerap kredit kurang lebih seperlima dari total kredit perbankan di kota ini. Alokasi penyaluran kredit UMKM berdasarkan sektor mengindikasikan bahwa sektor perdagangan, hotel dan restoran relatif dominan dalam penyerapan kredit UMKM sektor perbankan di Kota Salatiga dengan pangsa sebesar 67,12%, dengan laju pertumbuhan yang relatif rendah sebesar 6,02% per tahun pada periode 2013-2017. Laju pertumbuhan tersebut diikuti oleh sektor Industri dengan pangsa sebesar 14,21% namun memiliki laju pertumbuhan yang relatif tinggi yaitu sebesar 21,49% pada periode tersebut. Tingginya alokasi kredit di sektor perdagangan, hotel dan restoran merupakan gejala umum perbankan di Provinsi Jawa Tengah maupun nasional. Namun relatif tingginya pangsa kredit sektor UMKM pada sektor industri dan relatif tingginya laju pertumbuhannya menandakan pentingnya sektor ini bagi pelaku UMKM di kota ini.

KPJU Kota Salatiga

Ranking sektor ekonomi Kota Salatiga menempatkan sektor/subsektor penyediaan akomodasi dan penyediaan makan minum sebagai prioritas utama. Sektor usaha lain berdasarkan tingkat kepentingannya berturut-turut adalah sektor informasi dan komunikasi, sektor perdagangan besar dan eceran; reparasi dan perawatan mobil dan sepeda motor, sektor aktivitas keuangan dan asuransi, sektor industri pengolahan, sektor aktivitas penyewaan dan sewa guna usaha tanpa hak opsi, ketenagakerjaan, agen perjalanan dan penunjang usaha lainnya, sektor kesenian, sektor hiburan dan rekreasi, sektor konstruksi, sektor aktivitas profesional, ilmiah dan teknis, sektor real estat, sektor aktivitas jasa lainnya, sektor pengelolaan air, pengelolaan air limbah, pengelolaan dan daur ulang



sampah dan aktivitas remediasi, sektor pengangkutan dan pergudangan, sektor perikanan, sektor pengadaan listrik, gas, uap/air panas dan udara dingin, sektor tanaman pangan, ternak dan pertanian, sektor aktivitas kesehatan manusia dan aktivitas sosial, sektor pendidikan, sektor kehutanan, sektor pertambangan dan penggalian.

KPJU unggulan lintas sektoral di Kota Salatiga menurut hasil penelitian ini adalah warung makan, perdagangan eceran berbagai macam barang yang utamanya makanan, minuman atau tembakau di supermarket/minimarket, industri pakaian jadi (konvensi) dari tekstil, aktivitas fotografi, aktivitas penyewaan dan sewa guna usaha tanpa hak opsi alat pesta, penerbitan piranti lunak (software), aktivitas telekomunikasi tanpa kabel, konstruksi gedung tempat tinggal, aktifitas hiburan dan rekreasi, dan angkutan bus antar kota provinsi (AKAP).



Komoditas Unggulan Program One Village One Product (OVOP)

Selain identifikasi Komoditas Penelitian Jasa Unggulan melalui riset Bank Indonesia, dilakukan pula identifikasi komoditas unggulan melalui riset OVOP yang dilakukan CEMSED yang didanai oleh Dinas Koperasi dan Biro Perekonomian Setda Provinsi Jawa Tengah tahun 2015 – 2018. Adapun yang menjadi satuan pengamatan dan analisisnya adalah seluruh OVOP yang ada di Jawa Tengah. Hasil riset OVOP menunjukkan bahwa komoditas unggulan Kota Salatiga adalah konveksi dan Pengolahan Makanan, termasuk di dalamnya olahan ketela. Sebagaimana diketahui bahwa sebagai kota berhawa sejuk yang berada di antara jalur Jogjakarta-Solo dan Semarang maka wisata kuliner di Salatiga sudah berkembang termasuk wisata kuliner pada sentra makanan olahan ketela di mana salah satu brand terkenal adalah singkong keju D-9 yang berlokasi di Jl Argowiyoto No.8A, Ledok, Kec. Argomulyo, Kota Salatiga, Jawa Tengah 50732. Produk ini berpotensi untuk dikembangkan lebih lanjut agar jangkauan pemasarannya meluas bahkan menembus pasar global.



Catatan Penutup

Mengoptimalkan peran UMKM dalam meningkatkan PDRB daerah sangat diperlukan mengingat berbagai peran strategis yang dimiliki UMKM. Identifikasi komoditas unggulan Kota Salatiga yang telah diupayakan melalui riset Bank Indonesia maupun dinas koperasi dapat dilanjutkan dengan upaya konkret lainnya yang meliputi konsultasi, pelatihan dan pendampingan. Upaya ini membutuhkan sinergi akademisi, bisnis dan government (ABG) yang menjadi focus ISEI. Harapan mewujudkan Salatiga sebagai kota HATI BERIMAN (sehat, tertib, bersih, indah dan aman) akan makin lengkap bila ditopang oleh ekonomi yang sehat melalui pengembangan komoditas unggulan dengan memberdayakan UMKM secara sinergis. Akhirnya, melalui ISEI Salatiga diharapkan memperkuat sinergi Akademisi, Bisnis dan Government yang sudah terjalin selama ini. Semoga!

Kopi Lampung: Tradisi dan Kekuatan Ekonomi di Setiap Cangkir

Oleh Usep Syaipudin
Sekretaris ISEI Cab Lampung



Berbicara Lampung, tentu orang akan segera menghubungkannya dengan kopi dan keripik pisang. Ya, kedua jenis produk tersebut sangat melekat bagi orang yang pernah berkunjung ke Lampung atau menerima oleh oleh dari teman atau kerabat yang baru saja pulang dari Lampung. Hal ini wajar mengingat Lampung adalah penghasil kopi terbesar kedua di Indonesia setelah Sumatera Selatan. Selain itu, kopi sudah menjadi "budaya" dan bagian dari hidup masyarakat Lampung sejak lama. Masyarakat Lampung terkenal sebagai "pengopi" dan sebagian masyarakatnya menjadikan kopi sebagai sumber penghidupan. Sedikit berbeda dengan kopi, keripik pisang muncul belakangan sebagai camilan khas Lampung yang sering dijadikan oleh oleh. Dalam perkembangannya, keripik pisang kini diproduksi dengan berbagai macam rasa menyesuaikan dengan selera konsumen, seperti coklat, keju, susu, mocca, kopi, durian, stroberi, oreo, balado dan lain lain.

Sebenarnya ada banyak komoditas hasil pertanian/perkebunan yang menjadi komoditas unggulan Lampung, antara lain singkong, lada, karet, kakao, dan lain lain. Namun kopi menjadi produk unggulan yang menarik untuk dibahas, selain karena erat kaitannya dengan budaya dan gaya hidup, kopi juga menjadi hajat hidup orang banyak masyarakat Lampung. Kopi robusta diperkenalkan di Lampung pada masa penjajahan Belanda pada awal abad ke-20. Sejak itu, kopi menjadi salah satu tanaman perkebunan utama di daerah ini. Kopi Lampung mulai berkembang pesat pada era 1970-an, seiring dengan peningkatan

permintaan domestik dan internasional. Para petani di daerah Lampung Barat dan sekitarnya mulai menanam kopi secara intensif dan mengembangkan perkebunan yang lebih luas.

Kopi adalah salah satu komoditas unggulan dari Provinsi Lampung yang memiliki peran besar dalam industri kopi di Indonesia, terutama jenis kopi robusta. Sebagian besar kopi lampung adalah kopi jenis robusta. Sekitar 70-80% kopi lampung adalah robusta. Kopi robusta dikenal lebih tahan terhadap hama dan cuaca, serta membutuhkan ketinggian lahan yang lebih rendah dibandingkan arabika. Kopi robusta Lampung memiliki rasa yang kuat, dengan karakter pahit yang dominan dan sedikit asam. Kopi ini juga memiliki tekstur yang tebal, sering digambarkan dengan cita rasa "earthy" atau tanah, serta aroma yang menyengat dan khas. Aroma kopi robusta Lampung cenderung lebih tajam dan sedikit beraroma kayu atau cokelat dibandingkan kopi arabika yang lebih lembut dan kompleks. Kopi robusta mengandung lebih banyak kafein dibandingkan kopi arabika, sekitar 2-3 kali lipat, yang menjadikan kopi Lampung cocok untuk konsumsi bagi mereka yang menyukai kopi dengan efek stimulan yang lebih kuat. Daerah penghasil kopi utama di Lampung antara lain adalah Kabupaten Lampung Barat, Tanggamus, Lampung Utara dan Way Kanan. Sementara kopi arabika, meskipun lebih jarang, arabika juga mulai ditanam di beberapa wilayah Lampung yang memiliki ketinggian lebih dari 800 meter di atas permukaan laut, seperti di daerah Ulubelu, Tanggamus.

Produksi dan Perkembangan Kopi Lampung

Menurut data BPS, pada tahun 2023 Lampung memiliki lebih dari 156.000 hektar lahan yang digunakan untuk perkebunan kopi, dengan Lampung Barat sebagai daerah utama atau sekitar 30%. Lahan perkebunan ini tersebar di beberapa kabupaten dan dikelola baik oleh petani perorangan, kelompok atau koperasi, dan perusahaan perkebunan. Dengan lahan seluas itu, Lampung memproduksi sekitar 108.000 ton pada tahun 2023, dan menjadikannya sebagai provinsi penghasil kopi robusta terbesar kedua di Indonesia setelah Sumatera Selatan. Produksi tahun 2023 tersebut meningkat 17,4% jika dibandingkan tahun 2014 yang sebesar 92.000 ton. Produksi kopi di Lampung sebagian besar dilakukan oleh petani skala kecil dengan luas lahan rata-rata sekitar 1-2 hektar. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Universitas Lampung pada tahun 2020 menyebutkan bahwa sebagian besar (45,9%) petani kopi di Lampung memiliki luas lahan antara 1-2 hektar), dengan produktivitas rata rata sebesar 1,05 ton per hektar. Kopi dipanen setahun sekali, biasanya pada bulan Mei hingga Agustus. Sekitar 70-80% produksi kopi robusta Lampung diekspor ke pasar internasional. Negara-negara tujuan utama ekspor kopi Lampung adalah Amerika Serikat, Eropa, Jepang, dan negara-negara di Timur Tengah. Selain diekspor, kopi robusta Lampung juga digunakan sebagai bahan baku untuk berbagai produk kopi instan di Indonesia. Beberapa perusahaan kopi instan besar di Indonesia menggunakan kopi robusta Lampung sebagai salah satu bahan utama.

Untuk memenuhi standar pasar internasional, banyak petani kopi di Lampung mulai menerapkan standar sertifikasi, seperti: **Sertifikasi Fair Trade** (mendukung keberlanjutan dan kesejahteraan petani kecil), **Sertifikasi Organik** (kopi yang diproduksi secara organik tanpa penggunaan pestisida dan bahan kimia berbahaya), dan **Sertifikasi Rainforest Alliance** (mendorong praktik pertanian berkelanjutan yang ramah lingkungan). Sertifikasi ini membantu meningkatkan daya saing kopi Lampung di pasar internasional, sekaligus meningkatkan harga jual dan kesejahteraan petani. Untuk mendukung pengembangan kopi, Gubernur Lampung telah mengeluarkan Peraturan Gubernur Lampung No. 43 Tahun 2015 Tentang Tata Kelola Dan Tata Niaga Kopi Di Provinsi Lampung. Pergub ini mengatur mulai dari proses budi daya, setelah panen hingga perniagaan kopi. Dengan upaya ini diharapkan citra perkopian Lampung dapat terjaga. Selain itu juga mendorong adanya perlindungan hukum produk dengan menggunakan Hak Kekayaan

Intelektual (HKI) berupa indikasi geografis.

Seiring waktu, banyak pohon kopi tua di Lampung yang membutuhkan peremajaan untuk meningkatkan produktivitas. Pemerintah dan berbagai organisasi mendukung program peremajaan lahan kopi dan penyediaan bibit unggul. Selain itu, beberapa program pelatihan telah dilakukan untuk membantu petani kopi meningkatkan kualitas kopi melalui teknik pemrosesan pasca-panen yang lebih baik, seperti fermentasi dan pengeringan. Selain kopi biji, Lampung juga mengembangkan berbagai produk turunan kopi, seperti kopi bubuk, kopi instan, dan produk olahan lainnya, termasuk untuk pasar kopi spesialti.

Kopi dan Perekonomian

Kopi Lampung berperan penting dalam perekonomian lokal, khususnya di wilayah-wilayah sentra produksi. Banyak penduduk di Lampung Barat dan Tanggamus bergantung pada kopi sebagai sumber mata pencaharian utama. Selain itu, industri kopi juga menciptakan lapangan pekerjaan di sektor hilir, seperti pengolahan, distribusi, dan pemasaran. Kopi merupakan salah satu pilar penting dalam sektor pertanian di Lampung. Pada tahun 2020, kontribusi sektor pertanian mencapai sekitar 12,73% dari total PDRB provinsi, dan sektor kopi memberikan kontribusi yang signifikan dalam angka tersebut. Produksi kopi di Lampung melibatkan lebih dari 300.000 petani, sebagian besar dari mereka adalah petani kecil. Pekerjaan ini tidak hanya memberikan pendapatan bagi petani, tetapi juga berkontribusi pada perekonomian lokal melalui pengeluaran dan konsumsi di daerah tersebut.

Eksport kopi robusta Lampung mengalami tren kenaikan dalam kurun waktu 2014 sampai 2023. Pada tahun 2014 volume ekspor kopi Lampung sebesar 11.500 ton dengan nilai 28.500.000 USD. Angka mengalami peningkatan pada tahun 2023 menjadi sebesar 17.500 ton dengan nilai 52.500.000 USD. Selama tahun 2014-2016 volume dan nilai ekspor kopi Lampung mengalami fluktuasi. Meskipun volume ekspor meningkat sedikit pada 2015, nilai ekspor cenderung menurun, terutama pada tahun 2016 akibat penurunan harga kopi di pasar global. Kemudian pada periode 2017-2019 terdapat peningkatan signifikan pada tahun 2017 dengan volume ekspor mencapai 12.500 ton dan nilai ekspor mencapai USD 30.000.000. Pada tahun 2018, terjadi lonjakan lagi dalam volume dan nilai ekspor, yang menunjukkan meningkatnya permintaan kopi Lampung di pasar

internasional. Sedangkan pada tahun 2020, volume ekspor mengalami sedikit penurunan, namun nilai ekspor tetap stabil. Tahun 2021 menunjukkan pemulihan yang kuat dengan volume ekspor mencapai 15.300 ton dan nilai ekspor meningkat drastis hingga USD 40.000.000, didorong oleh permintaan kopi yang tinggi di pasar internasional. Selama periode 2022-2023 ekspor kopi Lampung terus meningkat, dengan volume ekspor mencapai 16.800 ton pada 2022 dan 17.500 ton pada 2023. Nilai ekspor juga mengalami kenaikan yang signifikan, mencerminkan peningkatan harga kopi di pasar global.

Pada tahun 2024, harga kopi di tingkat petani menunjukkan tren positif, dan berhasil menyentuh angka tertinggi sepanjang 10 tahun terakhir (menyentuh angka Rp. 70.000 per kg). Kondisi ini disambut gembira para petani kopi karena dapat meningkatkan pendapatan mereka dan berpotensi mendorong pertumbuhan ekonomi daerah. Kenaikan harga ini dipengaruhi oleh beberapa faktor, termasuk penurunan produksi kopi di negara lain, perubahan iklim yang mendukung kualitas kopi di Lampung, dan fluktuasi nilai tukar rupiah terhadap dolar AS, yang secara langsung berdampak pada harga kopi di pasar internasional. Namun, harga yang tinggi tersebut tidak berlangsung lama. Pada bulan Agustus 2024 harga kopi lampung di tingkat petani turun menjadi Rp. 40 ribu sampai Rp. 50 ribu tergantung kualitas.

Berikut adalah beberapa perkembangan harga kopi di berbagai daerah di Lampung sepanjang tahun 2024. Pada bulan Januari hingga Juni 2024 harga biji kopi robusta di Lampung Barat berada pada kisaran Rp70.000 hingga Rp73.000 per kilogram, dengan beberapa kualitas terbaik mencapai Rp77.000 per kilogram. Kemudian pada bulan Juli 2024 harga kopi robusta masih stabil di kisaran Rp70.000 hingga Rp75.000 per kilogram. Namun, menjelang akhir bulan, harga mulai menurun menjadi sekitar Rp60.000-an per kilogram. Pada Agustus 2024 harga kopi kembali menurun hingga mencapai sekitar Rp54.000 per kilogram di Sumberjaya, dan Rp49.000 di wilayah Balik Bukit, Lampung Barat. Namun, menjelang akhir bulan, harga kembali menunjukkan tren peningkatan menjadi Rp68.000 per kilogram untuk kopi kualitas terbaik. Dan pada September 2024 harga kopi mengalami penurunan kembali, dengan beberapa laporan menunjukkan harga kopi di kisaran Rp63.000 per kilogram untuk kualitas terbaik. Hal ini diakibatkan oleh deflasi yang terjadi di Indonesia selama beberapa bulan terakhir, di mana harga komoditas mengalami

penurunan. Secara keseluruhan, harga kopi di Lampung menunjukkan tren yang tidak stabil sepanjang tahun 2024, dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk kualitas biji kopi, permintaan pasar, dan kondisi cuaca.

Data Kementerian Perdagangan RI menunjukkan bahwa selama kurun waktu dari 2014 sampai 2023 rata rata harga kopi Lampung di tingkat petani berkisar antara Rp. 14 ribu sampai Rp. 26 rb per kg. Fluktuasi harga ini sangat dipengaruhi oleh kondisi permintaan dan harga di pasar internasional. Harga kopi robusta di Lampung sering mengikuti tren harga kopi di bursa komoditas internasional, seperti di London dan New York.

Sementara itu, hasil penelitian yang dilakukan Universitas Lampung menunjukkan harga pokok produksi (HPP) kopi (green bean) berkisar antara Rp. 13.000 sampai dengan Rp. 15.000 per kg. Dengan rata rata harga jual tertinggi sebesar Rp. 26.000 per kg maka margin tertinggi yang diterima petani sebesar Rp. 11.000 per kg. Dengan rata rata produktivitas sebesar 1 ton per hektar, petani yang memiliki lahan seluas 1 hektar, maka margin yang diterima petani sebesar Rp. 11 juta per tahun. Angka ini adalah angka maksimal yang diterima petani selama kurun waktu 10 tahun terakhir. Tentu angka ini relative kecil untuk memenuhi kebutuhan hidup petani selama 1 tahun. Jika diasumsikan 1 rumah tangga petani kopi terdiri dari 4 orang, maka pendapatan perkapita nya hanya kurang dari Rp. 250 ribu pertahun. Kondisi ini yang menyebabkan kesejahteraan petani kopi di Lampung rendah. Sebagian besar petani kopi tidak memiliki sumber pendapatan lain dan hanya menggantungkan hidupnya pada hasil panen kopi. Oleh karena itu, selain program peningkatan produktivitas kopi, para petani kopi juga perlu dibekali dengan keterampilan lain untuk dapat memperoleh penghasilan tambahan lain selain dari kopi.

Selain dampak ekonomi, kopi juga memiliki nilai sosial dan budaya yang tinggi. Banyak kegiatan sosial dan budaya di Lampung yang berkaitan dengan kopi, mulai dari festival kopi hingga kegiatan pemasaran lokal yang meningkatkan kesadaran akan produk lokal. Secara keseluruhan, kopi tidak hanya memberikan kontribusi ekonomi yang signifikan bagi Lampung, tetapi juga memainkan peran penting dalam kehidupan sosial dan budaya masyarakat.

Kesimpulan

Kopi Lampung, terutama robusta, telah menjadi salah satu simbol kekuatan ekonomi dan budaya di provinsi ini. Dengan potensi yang besar dalam produksi dan ekspor, serta terus dikembangkannya praktik pertanian berkelanjutan dan peremajaan lahan, kopi Lampung tetap menjadi salah satu komoditas unggulan yang membanggakan bagi masyarakat Lampung dan Indonesia pada umumnya. Namun demikian, petani

kopi masih sering menghadapi tantangan berupa harga yang tidak stabil di pasar internasional, yang bisa berdampak pada kesejahteraan petani kecil. Meskipun kopi robusta Lampung terkenal, peningkatan kualitas dan produktivitas masih harus menjadi fokus utama untuk meningkatkan daya saing global. Teknologi pertanian yang masih minim dan kurangnya penyuluhan tentang praktik pertanian berkelanjutan menjadi tantangan bagi petani.

Komoditas Rumput Laut Sebagai Penggerak Roda Ekonomi Sulawesi Selatan

Oleh Dr. Mirzalina Zaenal, SE, ME,

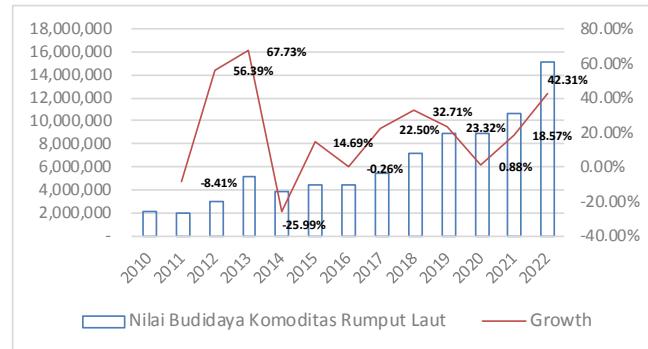
Dosen Ilmu Ekonomi, FEB Universitas Hasanuddin



Pembangunan berkelanjutan (SDGs) dan penggunaan bahan alami yang aman untuk kesehatan semakin populer akhir-akhir ini. Rumput laut saat ini dianggap sebagai produk makanan super (*superfood*) karena kaya akan nutrisi. Komoditas ini digunakan menjadi bahan baku di berbagai industri, seperti makanan, kesehatan dan pertanian, kosmetik, pakan dan lainnya. Meskipun pada awalnya hanya digunakan untuk konsumsi makanan, Delaney et al. (2016); Bixler dan Porse (2011); Anis et al. (2017)). Bahkan saat satu jenisnya, *Asparagopsis Taxiformis*, mampu menghasilkan zat *bromoform* yang dapat mengurangi gas metan. Berdasarkan keunggulan-keunggulan tersebut rumput laut layak untuk terus dikembangkan dari hulu ke hilir sehingga dapat menjadi pendongkrak pertumbuhan ekonomi secara berkelanjutan.

Indonesia dikaruniai lahan potensi rumput laut terbesar di dunia. Dari sekian banyak provinsi yang memberikan kekayaan alam yang melimpah, Sulawesi Selatan, merupakan lumbung rumput laut terbesar di Indonesia. Sulawesi Selatan juga tercatat masuk ke dalam wilayah yang kaya akan biota laut karena lokasinya berada pada segitiga terumbu karang (*coral triangle*). Kondisi ini merupakan sumber nutrisi bagi rumput laut sehingga dapat dibudidayakan dalam jumlah banyak. Beberapa wilayah di Sulawesi Selatan yang berbatasan langsung dengan pesisir mulai menangkap peluang ekonomi pada komoditas rumput laut, misalnya Takalar, Jeneponto, Bantaeng, Bulukumba, Pangkep, Barru, Pinrang, Palopo, dan lainnya.

Nilai Total Produksi Rumput Laut di Sulawesi Selatan (2010 – 2022)



Sumber: KKP, 2022 (*dolah*)

Saat pandemi Covid-19 terjadi, produksi rumput laut tetap dapat bertahan walaupun dengan pertumbuhan nilai produksi hanya sebesar 0,88% di tahun 2020. Sedangkan beberapa kebijakan pemulihran ekonomi di tahun 2021 mendorong nilai produksi menjadi 18,57%, dan mengalami peningkatan signifikan di tahun 2022 menjadi 42,31%. Namun perlu diperhatikan bahwa sebagian besar yang diperjualkan di dalam dan di luar negeri saat ini masih berupa raw material (*dry seaweed*). Dengan demikian nilai total produksi ini masih sangat memiliki potensi untuk berkembang, khususnya dengan memanfaatkan wilayah pesisir yang belum terjamah hingga saat ini.

CBI (2022) menjelaskan bahwa pasar rumput laut di Eropa mengalami ekspansi karena rumput laut dijadikan sebagai alternatif protein. Saat ini banyak masyarakat yang telah memikirkan manfaat makanan kaya nutrisi. Oleh karena itu, popularitas dan permintaan rumput laut meningkat drastis. Di pasar rumput laut global, nilai rumput laut diperdagangkan sebesar 15,01 miliar dolar, dan diperkirakan akan meningkat sebesar 66,02% hingga tahun 2028 (CBI, 2022). Perkembangan dan proyeksi ini sangat menjanjikan untuk industri rumput laut dan budidaya di Sulawesi Selatan.

Berdasarkan data BPS (2021) ekspor rumput laut dan ganggang lainnya dieksport ke beberapa negara tujuan. China merupakan negara tujuan ekspor terbesar dengan valuasi sebesar US\$188.394.000. Disusul negara Vietnam dan Korea Selatan, dengan nilai US\$5.669.000 dan US\$5.403.000. Ini berarti

pangsa pasar ekspor rumput laut Indonesia masih didominasi oleh negara-negara di Asia. Di sisi lain nilai ekspor yang tercatat untuk negara Eropa hanya Prancis dan Spanyol yang masih relatif rendah yaitu sebesar US\$3.134.900, US\$ dan US\$1.039.000. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa ekspor rumput laut Indonesia belum optimal di pasar rumput laut Eropa dan dunia.

Secara keseluruhan, ekspor rumput laut Indonesia ke negara tujuan mencapai US\$ 222.613.800. Jumlah ini masih sangat kecil jika dibandingkan dengan total dan proyeksi kebutuhan dunia tahun 2028. Masih ada perbedaan besar antara produksi rumput laut Indonesia dan kebutuhan rumput laut dunia. Gambaran ini menjadi peluang ekonomi untuk memanfaatkan potensi komoditas rumput laut dalam mendorong roda perekonomian Sulawesi Selatan. Di tahun 2021 produksi rumput laut Sulawesi Selatan bernilai 10,75 triliun rupiah. Jumlah ini masih sangat jauh dalam memenuhi kebutuhan global.

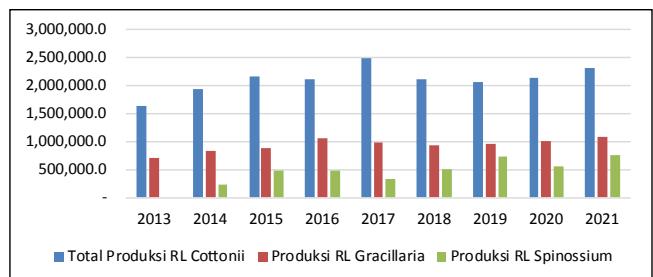
Di sisi lain komoditas rumput laut di Sulawesi Selatan memberikan kontribusi nilai ekspor tertinggi kedua setelah hasil tambang. Ekspor rumput laut mentah mencapai 95.680 ton pada tahun 2020, naik menjadi 111.972 ton pada tahun 2021, dan menjadi 102.576 ton pada tahun 2022. Gambaran ini menunjukkan bahwa perkembangan ekspor rumput laut masih relatif stabil di tengah hantaman Covid-19. Rumput laut diekspor dalam bentuk barang mentah dan karagenen. Akan tetapi dari jumlah ekspor tersebut sebagian besar berupa barang mentah. Dengan demikian gambaran ini masih sangat berpotensi untuk terus mengalami kenaikan, khususnya dengan membangun pabrik atau industri karagenan guna memberikan nilai tambah pada produk tersebut.

Selain itu CNBC (2017) menyatakan bahwa baru 2.25% lahan efektif di Indonesia yang digunakan untuk budidaya rumput laut. Artinya masih sangat luas potensi pengembangan rumput laut di masa depan. Sulawesi Selatan sebagai wilayah maritim masih memiliki wilayah laut dan pesisir yang luas untuk dimanfaatkan di sektor perikanan, khususnya budidaya rumput laut. Dengan demikian komoditas RL masih sangat berpotensi untuk terus dikembangkan.

Budidaya rumput laut di Sulawesi Selatan pada umumnya mengembangkan rumput laut (RL) jenis *Euchema cottonii*, *Euchema spinosum*, dan *Gracilaria*. Namun beberapa jenis rumput laut lainnya juga tumbuh secara alamiah di sekitar wilayah tersebut, seperti *caulerva*, *gelidium*, dll. Budi daya rumput laut di

Sulawesi Selatan didominasi oleh *Euchema Cottonii*. Suatu jenis rumput laut yang mengandung kadar carrageenan tinggi, polisakarida, dan unsur antioksidan lainnya.

Produksi Rumput Laut (*E. Cottonii*, *E. Spiniosum*, *Gracilaria*) Di Sulawesi Selatan, Tahun 2013-2021



Sumber: DKP Prov. Sulawesi Selatan, 2022 (diolah)

Produksi rumput laut cottoni dalam angka mengalami kenaikan. Trend positif ini menjelaskan bahwa terdapat dorongan perluasan usaha pada budidaya. Namun di tahun 2018 terjadi perlambatan ekonomi global dan penurunan daya beli masyarakat, serta terjadi beberapa penyakit (*ice-ice* dan cuaca buruk) melanda budidaya ini sehingga terjadi penurunan produksi rumput laut. Gambaran serupa juga ditunjukkan pada jenis rumput laut *E. Spiniosum* dan *Gracilaria*. Keberhasilan budidaya rumput laut ini sangat dipengaruhi oleh arus, kualitas air, kondisi dasar perairan, kedalaman perairan, pencemaran, dan ketersediaan bibit (Sinas, 2014).

Oleh karena itu diperlukan bimbingan teknis terkait perawatan dan pemeliharaan rumput laut agar terhindar dari penyakit. Jadi sangat diperlukan pengetahuan secara menyeluruh bagi petani guna memperoleh produk dengan kualitas tinggi. Kemudian sokongan di sisi pembiayaan sangat dibutuhkan karena petani memerlukan biaya pembelian bibit, pemasangan jangkar, dan biaya pemeliharaan sebelum panen. Dengan demikian hal ini juga dapat mengurangi praktik ijon yang masih sering ditemukan di wilayah terpencil, seperti pesisir pantai.

Untuk menciptakan dan mengembangkan sektor rumput laut berkelanjutan, maka pemerintah juga perlu memikirkan hilirisasi produk rumput laut. Saat ini hilirisasi komoditas RI seudah mulai dilakukan, tapi belum optimal, sehingga sebagian besar perdagangan masih dalam bentuk *raw material*. Hal ini sangat disayangkan karena negara kehilangan pendapatan dari perhitungan *value added* produk tersebut. Oleh karena itu dibutuhkan sinergi semua pihak untuk dapat mendukung pengembangan RL dari hulu ke hilir guna menjadikan RL sebagai penggerak roda perekonomian di Sulawesi Selatan.

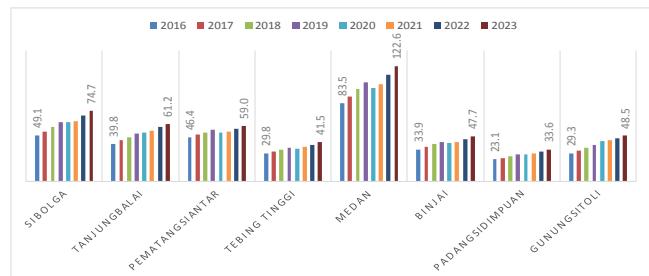
Ragam Kekayaan Alam Provinsi Sumatera Utara

Oleh Arif Rahman

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sumatera Utara

Provinsi Sumatera Utara terlibat aktif dalam mewujudkan Visi Indonesia Emas 2045, yang mengusung tema “Negara Kesatuan Republik Indonesia yang Bersatu, Berdaulat, Maju, dan Berkelanjutan”. Pencapaian 45 indikator pembangunan nasional berkaitan dengan pencapaian setiap provinsi, termasuk Sumatera Utara. Begitu juga dengan provinsi, yang turut bergantung dari kinerja setiap kabupaten kota. Koordinasi yang kokoh antar jenjang pemerintahan menjadi bagian penting, agar arah kebijakan dapat senafas, satu dengan lainnya, berdasarkan pengembangan potensi masing-masing wilayah. Pencapaian Indonesia Emas 20 tahun ke depan tergantung apa yang dilakukan pada detik ini. Target pendapatan per kapita nasional yang mencapai US\$ 30.300 di tahun 2045, atau jika dirupiahkan sekitar Rp. 470 juta, menjadi tantangan bagi Provinsi Sumatera Utara, dimana capaiannya di tahun 2023 masih sebesar Rp. 68,3 juta. Perlu lompatan ekonomi, sosial, serta tata kelola untuk menuju kesana, dan Sumatera Utara sedang memainkan perannya.

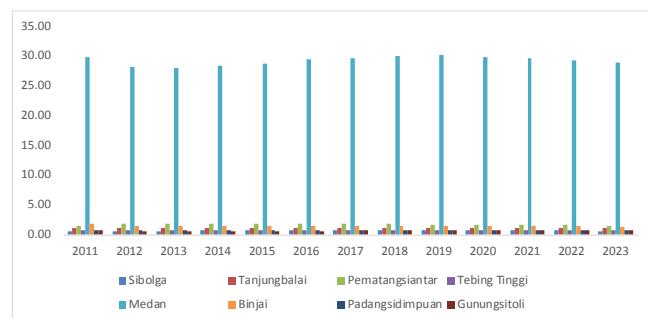
Jika melihat perkembangan sebarannya, Kota Medan masih mendominasi pendapatan per kapita se-Sumatera Utara, dengan realisasi hingga tahun 2023 yang mencapai Rp. 122,6 juta. Jika dibandingkan 7 kota lainnya, terlihat gap yang cukup lebar. Kondisi ini menggambarkan sebaran ekonomi pada setiap wilayah kota yang masih timpang. Kemajuan kota-kota lainnya masih cenderung lambat dalam mengejar ketertinggalannya dengan Kota Medan. Beberapa wilayah kota yang mengalami kinerja yang relatif lebih lambat yaitu Kota Binjai, Padangsidimpuan, Tebing Tinggi, dan Pematangsiantar. Sementara itu, Kota Sibolga, Tanjung Balai, dan Gunungsitoli cenderung memiliki kinerja pendapatan per kapita yang lebih baik.



Gambar 1. Perkembangan Pendapatan per Kapita 8 Kota di Sumatera Utara (Rp. Juta)

Sumber: BPS Provinsi Sumatera Utara

Dominasi Kota Medan dalam perekonomian di Sumatera Utara juga terlihat dari distribusi PDRB nya yang mencapai sekitar 29,25% selama rentang tahun 2011 hingga 2023. Sedangkan kota lainnya masih berada di bawah 2%. Kota Pematangsiantar memiliki rata-rata distribusi sebesar 1,72%, Kota Binjai sebesar 1,47%, Kota Tanjung Balai sebesar 1,08%, sedangkan 4 kota lainnya masih berada di rentang 0,66 – 0,78%.



Gambar 2. Distribusi PDRB 8 Kota di Sumatera Utara Tahun 2011-2023

Sumber: BPS Provinsi Sumatera Utara (diolah)

Sumbangan sektor pertanian, kehutanan dan perikanan masih mendominasi, dengan rerata distribusi selama tahun 2010-2023 sebesar 22,87%. Diikuti sektor industri pengolahan sebesar 19,93%. Sumbangan keduanya selama rentang pengamatan justru mengalami penurunan, dan sebaliknya, sektor perdagangan serta beberapa sektor jasa lainnya seperti transportasi dan pergudangan, real estate, penyediaan akomodasi makan dan minum, serta sektor informasi dan komunikasi cenderung mengalami peningkatan distribusi. Kondisi ini menggambarkan perkembangan tingkat pertumbuhan beberapa sektor jasa tersebut lebih tinggi dibandingkan sektor primer dan sekundernya.

Sektor pertanian, kehutanan, dan perikanan lebih banyak disumbang oleh aktivitas pada subsektor pertanian, peternakan, perburuan dan jasa pertanian dengan rata-rata sebesar 19,81%, dimana di dalamnya terdapat sub perkebunan yang mampu menyumbang 11,65% dari PDRB. Sumbangan dari subsektor perikanan sebesar 2,18%. Sementara itu, sektor industri lebih didominasi oleh industri makanan dan minuman. Sumbangannya terhadap PDRB mencapai 11,05%. Sedangkan distribusi dari 15 subsektor industri lainnya masih berkisar 0,01 – 1,66%. Sektor

Tabel 1. Distribusi Sektor dan Subsektor Ekonomi Provinsi Sumatera Utara Tahun 2010-2023

PDRB Sub Kategori	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
A. Pertanian, Kehutanan, dan Perikanan	25,84	25,42	24,92	24,54	23,26	21,95	21,55	21,38	20,91	20,48	21,34	22,04	22,98	23,59
1 Pertanian, Peternakan, Perburuan dan Jasa Pertanian	22,56	22,2	21,71	21,3	19,99	18,62	18,35	18,24	17,78	17,56	18,35	19,28	20,37	20,97
2 Kehutanan dan Penebangan Kayu	1,06	1,01	0,99	0,97	0,96	0,96	0,87	0,8	0,82	0,83	0,86	0,81	0,78	0,79
3 Perikanan	2,22	2,21	2,23	2,26	2,3	2,37	2,34	2,35	2,31	2,15	2,12	1,95	1,87	1,83
B. Industri Pengolahan	21,31	21,2	20,66	19,86	19,97	20,24	20,05	20,28	20,01	18,98	19,29	19,53	19,13	18,44
1 Industri Batubara dan Pengilangan Migas	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2 Industri Makanan dan Minuman	14,22	14,13	14,04	13,18	0,06	13,99	14,02	0,05	0,05	13,63	14,16	14,62	14,47	14,03
3 Pengolahan Tembakau	0,35	0,07	0,34	0,07	0,34	0,33	0,34	0,35	0,34	0,32	0,06	0,27	0,25	0,23
4 Industri Tekstil dan Pakaian Jadi	0,06	0,06	0,31	0,06	0,06	0,06	0,24	0,24	0,23	0,23	0,05	0,04	0,04	0,04
5 Industri Kulit, Barang dari Kulit dan Alas Kaki	0,07	0,31	0,07	0,07	0,29	0,29	0,07	0,06	0,06	0,06	0,28	0,05	0,05	0,05
6 Industri Kayu, Barang dari Kayu dan Gabus dan Barang Anyaman dari Bambu, Rotan dan sejenisnya	0,31	0,79	0,71	0,28	0,67	0,27	0,24	0,24	0,24	0,23	0,53	0,22	0,21	0,19
7 Industri Kertas dan Barang dari Kertas, Percetakan dan Reproduksi Media Rekaman	0,32	1,99	1,73	0,31	0,29	0,29	1,51	0,29	1,42	1,34	0,28	0,29	0,29	0,28
8 Industri Kimia, Farmasi dan Obat Tradisional	0,79	0,79	0,39	0,72	0,38	0,57	0,39	0,36	0,34	0,33	0,53	0,53	0,48	0,44
9 Industri Karet, Barang dari Karet dan Plastik	1,99	2,4	1,73	1,72	2,31	1,59	2,19	1,51	1,99	1,33	1,23	1,19	1,1	0,98
10 Industri Barang Galian bukan Logam	0,22	0,21	0,39	0,38	0,2	0,4	0,39	0,36	0,34	0,33	0,17	0,32	0,3	0,29
11 Industri Logam Dasar	0,06	2,4	2,25	2,38	0,06	2,26	0,07	2,01	1,99	0,06	1,77	1,66	1,62	1,59
12 Industri Barang dari Logam, Komputer, Barang Elektronik, Optik dan Peralatan Listrik	0,22	0,21	0,01	0,21	0,2	0,19	0,19	0,19	0,19	0,01	0,01	0,17	0,16	0,15
13 Industri Mesin dan Perlengkapan YTDL	0,06	0,13	0,13	0,06	0,06	0,06	0,07	0,07	0,1	0,06	0,09	0,06	0,06	0,06
14 Industri Alat Angkutan	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01
15 Industri Furnitur	0,15	0,17	0,13	0,13	0,12	0,13	0,12	0,12	0,11	0,1	0,09	0,09	0,08	0,07
16 Industri pengolahan lainnya, jasa reparasi dan pemasangan mesin dan peralatan	0,01	0,01	0,01	0,07	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01	0,07	0,08	0,01	0,01	0,01
C. Pengadaan Air, Pengolahan Sampah, Limbah dan Daur	0,1	0,09	0,1	0,09	0,1	0,1	17,84	0,11	18,82	0,1	0,1	0,09	0,09	
D. Penyediaan Akomodasi dan Makan Minum	1,8	1,8	2,18	2,26	2,04	2,41	2,1	2,37	2,38	2,19	2,18	2,05	2,04	2,11
1 Penyediaan Akomodasi	0,3	0,29	0,3	2,04	0,31	0,32	0,28	0,26	2,04	0,24	0,21	0,19	0,18	0,18
2 Penyediaan Makan Minum	1,8	1,8	1,88	1,95	3,27	2,09	2,1	2,11	2,13	2,18	2,9	1,87	1,86	1,93
E. Informasi dan Komunikasi	2,06	2,15	2,15	2,36	1,97	1,95	2,22	2,09	2,04	1,92	1,94	2,34	2,33	2,3

Sumber: Badan Pusat Statistik Provinsi Sumatera Utara, (2024)

pengadaan air, pengolahan sampah, limbah dan daur ulang sebagai cerminan dari aktivitas ekonomi sirkular, terlihat belum mengalami perkembangan yang berarti. Sementara itu, kekuatan pariwisata Sumatera Utara yang bisa dideteksi dari sektor penyediaan akomodasi dan makan minumannya, menunjukkan *share* ekonomi yang cenderung stagnan.

Rahman et al. (2023) melalui temuannya berpendapat bahwa pengembangan pusat-pusat pertumbuhan menjadi strategi jitu untuk memecah konsentrasi ketimpangan, dengan memperluas kue perekonomian ke beberapa titik wilayah, untuk pencapaian standar hidup yang lebih baik bagi semua. Sumatera Utara memiliki 8 kota administratif, namun kekuatan ekonominya relatif belum merata. Sampai saat ini, tumpuan perekonomian masih lebih banyak bertumpu di pundak Kota Medan, dan sudah waktunya pengembangan wilayah lain menjadi fokus. Untuk memperkuat industri olahan, maka perlu pembagian wilayah yang berkonsentrasi terhadap pengelolaan bahan baku, dan beberapa wilayah lain terlibat aktif dalam melakukan proses olah lebih lanjut. Keterkaitan perekonomian dari wilayah pusat pertumbuhan dengan wilayah hinterlandnya diyakini dapat memberikan konsentrasi nilai tambah yang lebih baik, namun diperlukan penguatan ekosistem yang terlibat melalui pemenuhan unsur kepastian yang lebih prudent terkait dukungan volume bahan baku, potensi revenue, dan kepastian biaya produksinya. Pada titik ini, memperluas pangsa pasar menjadi keharusan, agar produk yang dihasilkan tidak hanya dikonsumsi dan berputar hanya disekitar wilayah lokal dan sekitarnya saja, tapi mampu untuk menembus pasar dunia. Keterlibatan penuh

antar wilayah ini juga akan mempercepat proses konvergensi kinerja perekonomian Sumatera Utara (Rahman et al., 2023).

Agar pasar meluas, maka beberapa upaya harus dilakukan. Mengoptimalkan kualitas produk dan diversifikasinya adalah salah satunya, termasuk memastikan bahwa proses produksi telah memegang prinsip berkelanjutan. Prinsip yang dimaksud yaitu keluaran yang dihasilkan sudah melalui proses yang ramah lingkungan, menggunakan bahan baku lokal, melalui keringat pekerja lokal. Untuk mengoptimalkan kualitas dan menurunkannya ke beberapa ragam produk, maka dibutuhkan daya kreativitas. Kekuatan kreatif akan mengantarkan Sumatera Utara menjadi lebih berdaya saing. Kemampuan individu maupun organisasi dalam menterjemahkan sumber daya yang tersedia menjadi suatu produk keluaran yang lebih unik, yang relatif berbeda dari yang sudah ada, lebih bermanfaat dan mengikuti standar yang ditetapkan pasar internasional akan membuka gerbang perekonomian Sumatera Utara menjadi lebih luas. Kemampuan kreatif terkait erat dengan riset, yang dapat melakukan pendalaman terhadap masalah tertentu, menjawab tantangannya, dan membuka celah-celah penyelesaian. Dukungan penuh agar iklim riset dapat berkembang dengan lebih baik menjadi upaya penting lainnya, melalui penguatan infrastruktur riset, memastikan misi riset provinsi terkait pencapaian visi, memperkuat pendanaan, dukungan insentif bagi periset, pengelolaan riset yang profesional, mempercepat pertumbuhan jumlah dan kualitas peneliti, serta memperluas jaringannya (Knowledge Sector Initiative (KSI), 2020).

Sumatera Utara kaya akan ragam komoditas unggulan yang berasal dari perkebunan, hasil hutan, pertanian, hortikultura, serta perikanan. Di sektor perkebunan, kelapa sawit, karet, kopi, dan coklat menjadi komoditas utama yang telah lama menjadi andalan ekonomi daerah. Selain itu, hasil hutan seperti madu, rotan, kemenyan, dan gambir juga memiliki potensi nilai ekonomi tinggi. Di sektor pertanian, produk tanaman pangan seperti beras, jagung, dan ubi menjadi sumber pangan penting, sementara produk hortikultura, terutama sayur-sayuran dan buah-buahan, tumbuh subur berkat kondisi iklim yang mendukung. Selain itu, sumber daya perikanan Sumatera Utara yang melimpah, baik dari perairan laut maupun darat, memberikan peluang besar untuk dikembangkan.

Dengan melimpahnya bahan baku dari sektor primer tersebut, hilirisasi menjadi strategi kunci. Hilirisasi tidak hanya akan meningkatkan nilai tambah komoditas lokal tetapi juga mampu memberikan dampak ekonomi yang lebih luas bagi masyarakat, terutama petani, pekebun, nelayan, serta para pekerja yang terlibat dalam dunia industri olahan beserta mata rantainya. Alih-alih hanya menjual bahan baku mentah dengan harga yang rendah, hilirisasi memungkinkan proses pengolahan lebih lanjut sehingga komoditas lokal dapat diubah menjadi produk setengah jadi atau barang jadi yang memiliki nilai ekonomi lebih tinggi.

Sebagai contoh, hilirisasi kelapa sawit dapat menciptakan produk turunan seperti minyak goreng, margarin, dan biodiesel, yang memiliki pasar lebih luas, baik domestik maupun internasional. Demikian pula, karet yang diolah menjadi ragam produk seperti ban, sarung tangan, atau produk industri lainnya, dapat mendongkrak keuntungan petani karet sekaligus mengurangi ketergantungan pada ekspor bahan baku mentah. Hilirisasi kopi, yang mengubah biji kopi menjadi kopi bubuk, kopi instan, atau produk turunan lainnya, dapat mendukung peningkatan ekonomi lokal, terutama jika dikombinasikan dengan pemasaran yang menekankan kualitas premium kopi Sumatera.

Di sektor perikanan, hilirisasi dapat diwujudkan melalui pengolahan hasil tangkapan laut dan perikanan darat, misalnya dengan memproduksi ikan kaleng, fillet ikan beku, produk olahan ikan seperti surimi, atau makanan laut siap saji. Dengan melakukan pengolahan seperti ini, nelayan tidak hanya bergantung pada penjualan ikan segar yang harganya sering fluktuatif, tetapi juga dapat menikmati stabilitas harga dan permintaan yang lebih tinggi dari produk olahan. Penekanannya ada pada keterkaitan aktivitas wilayah pengolahan dengan

penyedia bahan baku, melalui serangkaian strategi agar pasar meluas sehingga produksi memiliki kepastian untuk diserap pasar. Dukungan iklim berusaha yang kondusif sangat dibutuhkan, terutama memberantas pungutan liar dan biaya tambahan lainnya yang justru memperlemah daya saing dari sisi pembentukan harga jualnya.

Memastikan beberapa wilayah penghasil tanaman pangan untuk terus berkontribusi dan meningkatkan produktivitasnya melalui pemanfaatan teknologi ramah lingkungan, dapat menjaga ketahanan pangan Sumatera Utara, dan secara nasional sembari menjaga ekses lingkungannya. Menjaga agar ketersediaan kayu dari hutan produksi agar terus sustain melalui upaya reboisasi, serta pengembangan potensi untuk tanaman kapas, sebagai ikhtiar dalam menyediakan sandang, pangan, dan papan secara mandiri, yang dimulai dari penyediaan bahan bakunya, termasuk pemenuhan energi.

Hilirisasi juga akan menciptakan lapangan pekerjaan baru di berbagai sektor terkait, seperti industri pengolahan, pengemasan, logistik, dan pemasaran. Selain itu, peningkatan keterampilan melalui pelatihan dalam bidang pengolahan dan teknologi yang menyasar masyarakat lokal agar dapat diberdayakan, yang pada akhirnya dapat mengurangi angka pengangguran, ketimpangan dan meningkatkan kesejahteraan.

Hilirisasi di Sumatera Utara tidak hanya penting dari segi ekonomi tetapi juga lingkungan. Dengan pengolahan lokal, rantai distribusi yang lebih pendek dapat mengurangi jejak karbon dari transportasi jarak jauh. Misalnya, daripada mengekspor biji kopi mentah, pengolahan kopi di dalam negeri dapat mengurangi emisi karbon yang dihasilkan dari pengiriman produk mentah ke luar negeri dan kemudian mengimpor produk jadi. Di samping itu, hilirisasi juga memungkinkan pemanfaatan limbah pertanian dan perikanan sebagai bahan baku untuk produk lain, seperti pembuatan pupuk organik atau energi biomassa, sehingga menciptakan ekonomi sirkular yang lebih berkelanjutan.

Sejalan dengan hal ini, agar proses hilirisasi benar-benar berdaya guna, dibutuhkan kreativitas yang mampu menterjemahkan bahan baku menjadi produk inovatif yang kompetitif di pasar global. Daya kreativitas ini akan menjadi kunci dalam meningkatkan daya saing Sumatera Utara, karena melalui inovasi, produk yang

dihasilkan tidak hanya lebih bermanfaat tetapi juga unik dan sesuai dengan standar internasional.

Kolaborasi antara hilirisasi dan kreativitas akan membuka peluang besar bagi Sumatera Utara untuk memasuki pasar yang lebih luas, melibatkan lebih banyak lapisan masyarakat dalam proses ekonomi, dan pada akhirnya, meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan. Pengembangan sektor ekonomi kreatif di beberapa wilayah Sumatera Utara juga memiliki potensi yang signifikan dalam mendukung hal ini. Seperti Kota Medan, yang memiliki potensi pengembangan ekonomi kreatif yang mencakup musik, kuliner, film, arsitektur, desain, fotografi, game, perangkat lunak serta lainnya. Kota-kota lain, seperti Pematang Siantar dan Berastagi, memiliki potensi besar untuk mengembangkan kerajinan tangan berbasis budaya lokal, fashion, dan produk seni lainnya yang memiliki nilai jual di pasar nasional dan internasional.

Kekayaan pariwisata Sumatera Utara, terutama Danau Toba yang merupakan salah satu destinasi wisata super prioritas Indonesia, memainkan peran penting dalam mendukung industri ekonomi kreatif dan hilirisasi produk lokal. Kawasan wisata ini tidak hanya menawarkan keindahan alam yang luar biasa, tetapi juga menjadi peluang besar untuk pengembangan pariwisata berbasis komunitas dan budaya lokal, termasuk wisata bahari, desa dan wisata kota. Dengan menciptakan koneksi antara sektor pariwisata,

produk kreatif, dan industri pengolahan, Sumatera Utara dapat menghadirkan pengalaman wisata yang lengkap dan menyeluruh bagi wisatawan, yang pada gilirannya akan meningkatkan permintaan terhadap produk-produk lokal berkualitas.

Melalui dukungan riset yang terintegrasi dengan baik, Sumatera Utara dapat terus berinovasi, menghasilkan produk yang ramah lingkungan, berbasis pada bahan baku lokal, dan dikerjakan oleh tenaga kerja lokal yang terampil. Riset juga dapat membantu mengeksplorasi cara-cara untuk memaksimalkan potensi pariwisata dengan prinsip berkelanjutan, menjaga kelestarian lingkungan sambil terus menarik wisatawan dari seluruh dunia.

Dengan demikian, hilirisasi, kreativitas, dan riset akan saling memperkuat, menjadikan Sumatera Utara lebih kompetitif di kancah global dan berdaya saing tinggi di masa mendatang. Kombinasi antara industri pengolahan yang maju, ekonomi kreatif yang berkembang, dan pariwisata yang mendukung dapat menjadi landasan penting bagi Sumatera Utara untuk berkontribusi dalam pencapaian visi Indonesia Emas 2045. Provinsi ini dapat menjadi salah satu penggerak utama transformasi ekonomi Indonesia, dengan memanfaatkan potensi alam dan kreativitas masyarakatnya untuk menciptakan masa depan yang lebih inklusif, sejahtera, dan berkelanjutan.

Strategi Komunikasi Pemasaran Terintegrasi Jago Coffee

Oleh Vonezyo Yupanzara Dharomesz, S.E., M.B.A.

Dosen FBE Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Melihat perkembangan bisnis kopi di sektor makanan dan minuman, tidak sedikit bisnis yang berinovasi untuk lebih kompetitif. Seperti Jago Coffee yang telah berhasil memanfaatkan lanskap budaya kopi Indonesia yang terus berkembang dengan memadukan inovasi, kebanggaan lokal, dan kemudahan dalam strategi komunikasi pemasarannya. Melalui kombinasi gerobak kopi elektrik keliling, perangkat digital, dan pencitraan merek yang berorientasi pada penggemar kopi terkini, Jago Coffee telah menciptakan pengalaman minum kopi yang sesuai dengan konsumen modern. Kemampuannya untuk mendefinisikan ulang model kedai kopi tradisional sambil tetap berakar pada warisan kopi Indonesia yang kaya merupakan bukti pendekatannya yang unik.

Convenience and Accessibility

Salah satu aspek Jago Coffee yang paling menarik adalah misinya untuk membuat kopi berkualitas tinggi dapat diakses oleh masyarakat Indonesia sehari-hari. Merek tersebut memanfaatkan jaringan gerobak kopi keliling, yang dikenal sebagai "Cafe on Wheels", untuk membawa kopi yang baru diseduh langsung ke konsumen di berbagai pasar konsumen. Pendekatan ini secara signifikan menurunkan hambatan masuk untuk menikmati kopi yang enak, khususnya di pasar tempat pengalaman kedai kopi kelas atas sering kali tidak terjangkau oleh konsumen menengah atau bawah.

Selain itu, Jago Coffee berpusat pada kenyamanan. Situs web dan konten pemasaran bisnis menekankan konsumen untuk menikmati kopi premium tanpa mengunjungi toko fisik. Selain itu, aplikasi bisnis memungkinkan konsumen untuk memesan terlebih dahulu atau meminta pengiriman tanpa biaya tambahan. Hal ini membuat transaksi lebih efektif dari sisi tempat, waktu dan biaya.

Integrasi aplikasi yang lancar juga memperkuat fokus mereka pada aksesibilitas. Dengan menggunakan aplikasi Jago, pelanggan dapat menjadwalkan pengambilan atau pengiriman kopi, melacak poin loyalitas, dan berinteraksi dengan merek dengan cara yang terasa mudah. Strategi untuk menemui konsumen di mana pun konsumen berada mengilustrasikan pendekatan berwawasan ke depan yang sejalan dengan kebiasaan digital modern saat ini.

Indonesia Authentic Identity

Rasa bangga lokal yang kuat tertanam di produk Jago Coffee. Pemasaran Jago Coffee menekankan bahwa produk dibuat dengan 100% biji kopi Arabika yang bersumber dari petani Indonesia. Hubungan dengan produsen lokal merupakan pilar penting dalam pencitraan merek Jago Coffee, yang membantu menumbuhkan rasa keaslian dan kepercayaan di antara konsumen. Misi Jago untuk memodernisasi dan memberdayakan pengusaha lokal untuk mengoperasikan gerobak kopi otentik dengan baik yang sejak dulu menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari di Indonesia. Merek ini berhasil menjembatani kesenjangan antara tradisi dan modernitas, menggunakan teknologi untuk menghadirkan sentuhan kontemporer pada pengalaman menikmati kopi jalanan. Keselarasan dengan budaya lokal ini tidak hanya merupakan penghormatan terhadap warisan kopi Indonesia, tetapi juga cara cerdas untuk mendapatkan loyalitas pelanggan dengan menawarkan sesuatu yang familiar namun baru dan tidak membosankan.

Localization Increase Customer Engagement to Loyalty

Pemasaran Jago Coffee tidak berhenti pada produk atau kemudahan seperti yang dijelaskan di atas. Tetapi meluas hingga keterlibatan konsumen dalam skala komunitas yang cukup luar dan besar. Hal menarik dari Jago Coffee adalah sebutan untuk baristanya, yang dikenal sebagai "Jagoan". Barista tersebut memainkan peran penting dalam "memanusiakan" merek. Jagoan ini digambarkan sebagai barista lokal yang tidak hanya menyajikan kopi tetapi juga layanan pelanggan yang ramah. Hal ini menambah sentuhan personal pada pengalaman, menjadikannya lebih dari sekadar transaksi. Interaksi yang sering antara pelanggan dan Jagoan memperkuat rasa komunitas, yang selanjutnya ditingkatkan oleh strategi media sosial Jago Coffee.

Lokalisasi inilah yang menyebabkan keterlibatan konsumen meningkat. Jago Coffee juga audiensnya melalui kolaborasi kreatif dan acara yang mencerminkan budaya Indonesia, seperti pada momen sebelumnya yaitu kompetisi dekorasi gerobak Hari Kemerdekaan. Dengan memanfaatkan perayaan lokal, Jago menumbuhkan rasa memiliki, membuat konsumen merasa menjadi bagian dari komunitas yang lebih

besar. Keterlibatan yang mendalam ini merupakan langkah jitu dalam menciptakan loyalitas merek.

Digital-First Strategy

Jago Coffee telah mengadopsi pemasaran digital sebagai landasan strategi komunikasi pemasarannya. Merek ini secara aktif menggunakan platform media sosial seperti Instagram dan TikTok untuk memamerkan gerobak yang otentik, menonjolkan kepribadian Jagoan (Barista Jago Coffee), dan terlibat langsung dengan konsumen. Dengan membuat konten yang menarik secara visual dan relevan, Jago Coffee secara efektif menjangkau konsumen yang lebih muda dan paham teknologi yang semakin menjadi pembeli utama kopi di Indonesia. Penggunaan perangkat digital oleh perusahaan tidak hanya terbatas pada pemasaran. Aplikasi Jago merupakan komponen penting dari model bisnis yang dimiliki, yang menawarkan kemudahan transaksi non-tunai, pelacakan pesanan, dan hadiah loyalitas kepada konsumen. Pendekatan yang mengutamakan digital ini menunjukkan pemahaman Jago Coffee terhadap perilaku konsumen modern dan memastikan bahwa merek tetap relevan di pasar yang semakin kompetitif.

Innovation and Sustainability

Jago Coffee juga telah memposisikan bisnis sebagai merek yang ramah lingkungan, dengan menggunakan kendaraan listrik untuk gerobaknya. Penggunaan gerobak kopi bertenaga listrik mengurangi jejak karbon merek tersebut, yang membedakannya dari gerai kopi konvensional yang bergantung pada toko fisik dengan permintaan energi yang signifikan. Dengan mempromosikan penggunaan gerobak bergerak yang berkelanjutan, Jago mengomunikasikan kepada konsumennya sebagai merek yang menghargai tanggung jawab lingkungan. Pendekatan ini menarik bagi basis konsumen yang semakin sadar lingkungan. Terutama di daerah perkotaan seperti Jakarta yang menjadi pasar utamanya saat ini, untuk semakin sadar tentang strategi keberlanjutan yang semakin

meningkat. Meskipun Jago Coffee telah membuat langkah signifikan dalam keberlanjutan, ada tantangan yang harus diatasi untuk memastikan keberhasilan yang berkelanjutan. Misalnya, memperluas model bisnis selulerannya ke area baru dapat terbukti sulit di wilayah dengan infrastruktur yang kurang berkembang. Selain itu, merek tersebut harus mempertahankan pasokan kendaraan dan biji kopi ramah lingkungan yang konsisten, yang dapat menjadi tantangan seiring dengan peningkatan skala operasi bisnisnya.

Strategi komunikasi pemasaran terintegrasi Jago Coffee merupakan perpaduan antara aksesibilitas, keaslian, keterlibatan digital modern, inovasi, dan keberlanjutan. Model unik Jago Coffee membuatnya berada pada posisi yang baik untuk pertumbuhan dan ekspansi pasar yang berkelanjutan. Kemampuannya untuk menawarkan kopi berkualitas tinggi saat bepergian, dikombinasikan dengan pendekatannya yang berfokus pada pasar saat ini, dapat menjadi pengubah permainan saat bisnis tersebut meningkatkan skala operasinya. Seiring dengan meningkatnya permintaan konsumen terhadap merek yang disukainya, penekanan Jago Coffee pada keberlanjutan memberinya keunggulan kompetitif, memastikan keberhasilan jangka panjang baik di pasar lokal maupun global di masa mendatang sebagai strategi komunikasi pemasaran yang terintegrasi. Jago Coffee berhasil membedakan merek dari konsep kafe konvensional tetapi tetap mempertahankan akar lokal yang kuat. Kemampuan Jago Coffee menjadikannya unggul dan kompetitif di pasar kopi Indonesia. Di negara yang menjadikan kopi sebagai makanan pokok budaya sekaligus tren yang sedang berkembang, Jago Coffee telah memposisikan dirinya sebagai merek yang menghadirkan lebih dari sekadar secangkir kopi yang umum dikonsumsi, tetapi merek ini menghadirkan pengalaman yang disesuaikan dengan konsumen modern dan membuatnya sulit tertandingi.

Capacity Building: Perkembangan Perekonomian Daerah Terkini



Ikatan Sarjana Ekonomi Indonesia (ISEI) menyelenggarakan kegiatan *Capacity Building* dengan mengangkat tema "Perkembangan Perekonomian Daerah Terkini" pada Selasa, 20 Agustus 2024 secara daring. Kegiatan ini diinisiasi oleh Bidang II Pengurus Pusat (PP) ISEI berkolaborasi dengan Bank Indonesia Institute. Kegiatan yang merupakan salah satu rangkaian kegiatan *Road to Kongres ISEI XXII Solo* dihadiri sekitar 150 peserta secara *online* yang terdiri dari perwakilan akademisi (A), pelaku usaha (Business/B) dan Pemerintah (Government/G) dari ISEI pusat maupun daerah, kegiatan dibuka oleh Sekretaris Umum PP ISEI, Yoga Affandi, yang juga selaku Kepala Bank Indonesia Institute. Adapun narasumber pada kegiatan *Capacity Building* yaitu Direktur Departemen Regional Bank Indonesia, Firdauz Muttaqin, beserta perwakilan dari Koordinator Wilayah Bank Indonesia (Sumatera, Jawa, dan Sulampua).

Pada kesempatan ini, narasumber menyampaikan terkait perkembangan perekonomian daerah yang terus membaik sejalan dengan terus membaiknya perekonomian nasional. Secara nasional, pertumbuhan ekonomi Indonesia tetap baik yang terlihat dari pertumbuhan ekonomi triwulan II/2024 yang mencapai 5,05% (yoy). Kondisi ini didukung oleh aktivitas

ekonomi domestik yang terjaga. Secara spasial, masing-masing wilayah Indonesia memiliki pertumbuhan ekonomi yang cukup baik, dan beberapa diantaranya tumbuh tinggi dibandingkan dengan rerata pertumbuhan ekonomi nasional seperti wilayah Kalimantan (5,22% yoy), Bali-Nusa Tenggara (Balinusra) (6,84% yoy), dan Sulampua (6,74% yoy). Pertumbuhan ekonomi yang masih membaik juga didukung inflasi yang juga terus membaik. Inflasi nasional pada Juli 2024 tercatat sebesar 2,13% (yoy), lebih rendah dari inflasi pada Juni 2024 (2,51% yoy). Inflasi pada wilayah Sumatera, Jawa, dan Sulampua secara rerata masih terkendali. Ke depannya, perekonomian daerah diharapkan dapat fokus pada perwujudan mendorong potensi daerah sekaligus menjaga agar pertumbuhan ekonomi bersifat inklusif dan berkelanjutan.



[Check Here For Detail](#)

Editor: Donni Fajar A.

Pelantikan 12 ISEI Cabang Periode 2023–2026 dan Periode 2024–2027



Pada tanggal 11 September 2024, Bapak Perry Warjiyo selaku Ketua Umum PP ISEI melalui media Zoom Workspace telah melantik 12 ISEI Cabang yang dipimpin oleh Koordinator Wilayah Timur, Tengah, dan Barat. Pembagian wilayah 12 ISEI Cabang yang dilantik adalah sebagai berikut:

Pengurus ISEI Cabang Wilayah Barat: Lhokseumawe, Tapaktuan, Bengkalis, dan Bengkulu.
Pengurus ISEI Cabang Wilayah Tengah: Jakarta, Serang Banten, Banyuwangi, Madura, dan Denpasar Bali.

Pengurus ISEI Cabang Wilayah Timur: Sulawesi Tengah, Sangihe, dan Manokwari.

Dalam arahannya, Bapak Perry Warjiyo mengucapkan selamat kepada 12 ISEI Cabang yang telah dilantik dan mengajak pengurus cabang untuk dapat berkarya dan berkontribusi untuk perekonomian regional dan nasional. Sebagai suatu organisasi profesi, ISEI harus terus melaju dengan manifesto para founding fathers ISEI yakni Prof. Dr. Soemitro Djojohadikoesoemo hingga saat ini yang dipimpin oleh Bapak Perry Warjiyo.

Bapak Ketua Umum juga mengajak agar ISEI dapat terus berperan mendorong kemajuan tri dharma dengan Perumusan kebijakan, kemajuan akademik, dan pengabdian masyarakat yang harus dilakukan dalam

semangat Akademisi, Bisnis, dan Government (ABG). Hal tersebut akan dapat mendorong sinergi dan kolaborasi pusat dan daerah untuk menghadapi global fracturing.

Bapak Perry Warjiyo juga menyampaikan bahwa perekonomian Indonesia masih sangat resilience ditengah ketidakstabilan global. Pertumbuhan ekonomi yang tetap tumbuh tinggi dimana pada 2024 akan tetap tumbuh di kisaran 5,1 persen, inflasi yang terjaga dalam tolerance band $2,5 \pm 1$ persen, pergerakan kurs rupiah yang terus menguat dengan cadangan devisa yang tinggi, dan pertumbuhan kredit yang akan terus tumbuh

Kondisi angka makroekonomi yang optimis harus diimbangi dengan kewaspadaan dengan mengandalkan pertumbuhan ekonomi endogen yakni Stabilitas ditengah perlambatan pertumbuhan ekonomi; Hilirisasi yang harus terus dilakukan intensifikasi dan ekstensifikasi produk atau komoditas yang membuat labour intensive; Digitalisasi untuk meningkatkan daya saing serta produktivitas UMKM untuk dapat adapt dan adopt komputerisasi dalam business cycle, dan Inklusivitas perekonomian berbasis pemerataan sektor dan wilayah dalam kerangka ekonomi kerakyatan yang mengutamakan potensi lokal.

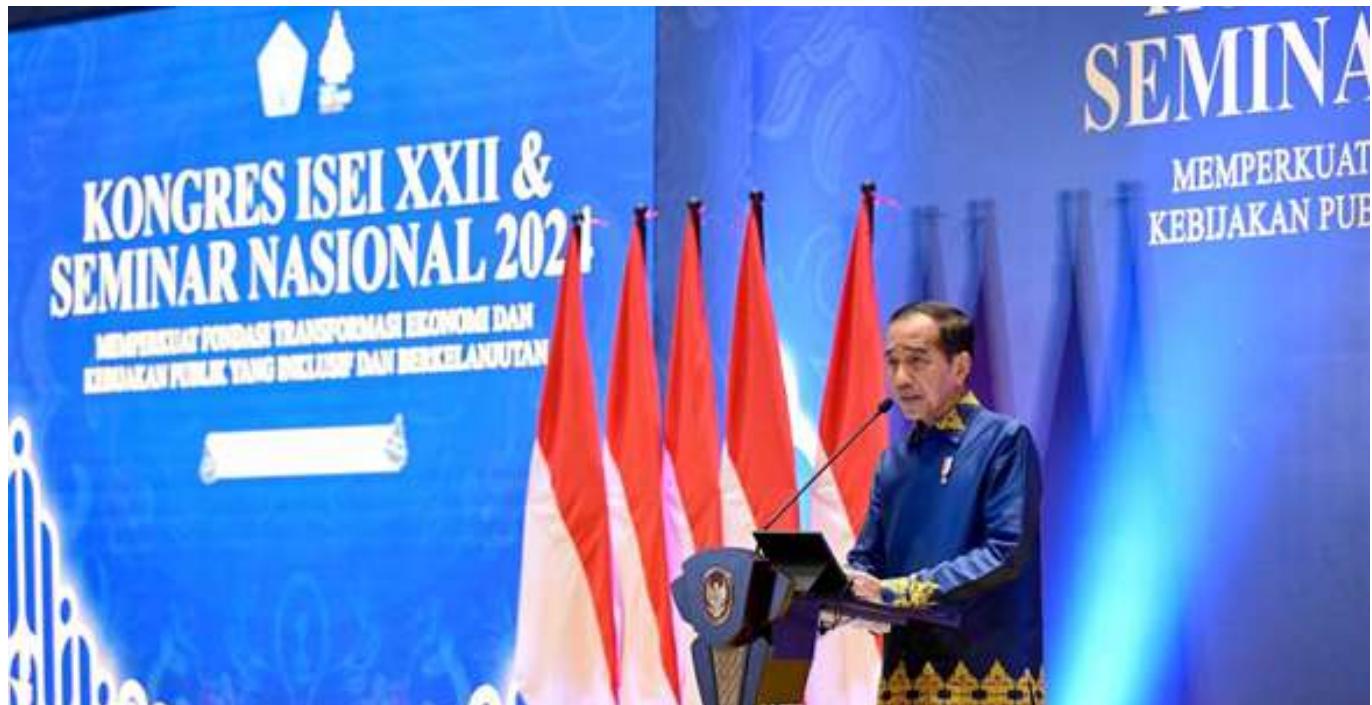
Bapak Ketua Umum juga menyerukan untuk Banjirilah, Sukseskanlah, dan Hadirilah Kongres ISEI XXII & SEMNAS 2024 Surakarta dengan tema **“Memperkuat Fondasi Transformasi Ekonomi dan Kebijakan Publik Yang Inklusif dan Berkelanjutan”** serta meminta para ISEI Cabang dan Pengurus Pusat untuk dapat membawa pemikiran baik di pusat serta daerah sebagai kontribusi ISEI dalam perekonomian Indonesia



Check Here For Detail

Editor: Firman S. Parningotan

Tiga Tantangan Perekonomian Nasional



Presiden Joko Widodo menghadiri pembukaan Kongres ISEI XXII & SEMNAS 2024 yang mengusung tema **“Memperkuat Fondasi Transformasi Ekonomi dan kebijakan Publik yang Inklusif dan Berkelanjutan”**. Dalam arahannya, Presiden Joko Widodo meyakini Indonesia dapat bertahan di tengah kondisi perekonomian dan geopolitik global tetapi memiliki 3 tantangan utama.

Tantangan pertama adalah tren perlambatan ekonomi global yang menurut World Bank “hanya” akan tumbuh di kisaran 2,6 persen di tahun 2024 dan naik tipis menjadi 2,7 persen di tahun 2025. Namun, Indonesia masih harus tetap bersyukur dengan pertumbuhan ekonomi Indonesia yang masih tumbuh di kisaran 5 persen.

Otomatisasi industri juga akan menjadi tantangan kedua karena pemanfaatan Artificial Intelligence (AI) dalam industrialisasi di tanah air dan global. Hal ini

tentu akan menjadi catatan penting karena ada potensi hilangnya banyak lapangan pekerjaan akibat fenomena ini.

Poin terakhir, Presiden juga mencermati, munculnya gig economy yakni terjadinya akselerasi sistem ekonomi yang didorong melalui platform digital terutama setelah terjadinya Pandemi COVID-19. Maka dari itu, pekerja lepas (freelancer) atau pekerja sampingan dapat menjadi peluang apabila dimanfaatkan dengan baik tetapi sayangnya sering disalahgunakan karena praktiknya banyak perusahaan yang banyak mencari pekerja non-tetap untuk bekerja dalam perusahaannya.

Presiden juga mengharapkan Peran ISEI dalam membantu desain strategi aplikatif dan taktis namun mendetail bukan hanya sekedar bersifat makro yang sulit diimplementasikan. **Ketiga tantangan perekonomian nasional tersebut dapat diselesaikan dengan salah**

satu strategi transformatif yakni dengan hilirisasi.

Hilirisasi yang sudah terjadi saat ini, masih berfokus pada komoditas mineral namun sudah menunjukkan arah yang positif seperti surplus neraca perdagangan, penerimaan pajak, dan menciptakan multiplier effect pada perekonomian nasional.

Maka dari itu, hilirisasi nantinya dapat mengalami pergeseran dari sektor padat modal menjadi padat karya salah satunya adalah produk pangan. Masih terdapat banyak potensi produk pangan Indonesia yang dapat menjadi peluang seperti rumput laut, kopi, kakao, dan produk komoditas lainnya.



[Check Here For Detail](#)

Editor: Jonathan Ersten Herawan

Strategi Pemulihan dan Pertumbuhan Ekonomi Nasional



Wakil Menteri BUMN RI yakni Bapak Kartika Wirjoatmodjo menjadi pembicara dalam Seminar Nasional ISEI 2024 dengan tema "Memperkuat Fondasi Transformasi Ekonomi dan Kebijakan Publik yang Inklusif dan Berkelanjutan" dan memberikan update kinerja BUMN dalam lima tahun terakhir. Badan Usaha Milik Negara telah menyusun Omnibus Law PERMEN BUMN dari 45 menjadi 3.

Pencapaian BUMN sebagai fungsi agent of development dan sebagai value creator bahkan dapat berperan sebagai *Strategic Architect* dan *Active Portfolio Manager* dimana makin resilience dengan melakukan klasterisasi, merger, dan holdingisasi dari 108 BUMN menjadi 44 BUMN. Pendapatan Portfolio meningkat sebesar 0,5 persen (YoY) menjadi Rp2.933

triliun, laba bersih portfolio meningkat sebesar 5,9 persen (YoY) menjadi Rp327 triliun, dengan total aset portfolio yang meningkat 6,3 persen (YoY) menjadi Rp10.402 triliun dan total ekuitas portfolio yang meningkat double digit sebesar 11,1 persen menjadi Rp3.444 triliun.

Peran BUMN pertama adalah kontribusinya pada pendapatan negara yang berasal dari dividen, pajak, dan PNBP; kedua mendukung pertumbuhan ekonomi dengan berpartisipasi dalam Proyek Strategis Nasional (PSN) yang dilandasi prinsip Good Corporate Governance (GCG); dan berpartisipasi dalam ekonomi kerakyatan.

Dalam 10 tahun kedepan, BUMN akan mendorong masa depan yang inklusif dan tumbuh berkelanjutan dengan memelopori ekonomi hijau, innovator teknologi digital, pendukung infrastruktur berkelas dunia, dan memimpin dalam inklusi sosial. BUMN juga berhasil sebagai *Enabler* UMKM untuk Naik Kelas dan memperkuat backbone Perekonomian Indonesia.

Kebijakan hilirisasi mineral di Indonesia BUMN dilakukan dalam enam tujuan utama yakni penciptaan nilai tambah, mengurangi risiko harga komoditas, penciptaan lapangan kerja serta pengembangan SDM, peningkatan FDI, kemajuan teknologi, dan memperkuat posisi geopolitik.



[Check Here For Detail](#)

Editor: Jonathan Ersten Herawan

Perekonomian Domestik Semakin Menantang



Ketua Umum APINDO yakni Ibu Shinta W. Kamdani menjadi pembicara dalam Seminar Nasional ISEI 2024 dengan tema "Memperkuat Fondasi Transformasi Ekonomi dan Kebijakan Publik yang Inklusif dan Berkelanjutan" dengan membawakan insight yang menarik dari dunia usaha.

Sebesar 45% aktivitas ekonomi Indonesia bergantung pada tiga sektor utama, yaitu pertanian, pengolahan, dan perdagangan, tetapi terus mengalami pertumbuhan di bawah rata-rata nasional. Pertanda ini harus diwaspada karena berlanjutnya tren ini dapat mengakibatkan dampak negatif yang lebih luas pada perekonomian. Perlambatan pertumbuhan dapat

mempengaruhi sektor lain seperti investasi dan tenaga kerja, yang pada gilirannya dapat menurunkan tingkat kesejahteraan masyarakat.

Proyeksi pertumbuhan ekonomi 2024 memiliki *multiple down-side risks* seperti eskalasi & proliferasi konflik geopolitik, Suku bunga global cenderung dipertahankan di level yang tinggi (*higher for longer*), Bencana terkait perubahan iklim (seperti El Nino) & fragmentasi perdagangan global (*tren friend-shoring*). Berdasarkan survei roadmap perekonomian APINDO 2024-2029, mayoritas perusahaan (61,62%) meyakini bahwa perusahaan mereka dapat tumbuh diatas 3% selama lima tahun kedepan, (22,93%) menilai tumbuh dibawah

lima tahun kedepan, (22,93%) menilai tumbuh dibawah 3%, dan (15,45%) menilai tidak akan tumbuh/justur turun selama 5 tahun kedepan.

Asia kini menjadi pusat ekonomi global, dengan tiga negara utama, yaitu Tiongkok, India, dan Indonesia namun Indonesia perlu memperkuat kerjasama perdagangan intra-ASEAN, mendorong integrasi ekonomi yang lebih erat di Asia. Tetapi tantangannya adalah ekonomi Indonesia yang tergolong high cost & kurang kompetitif di kawasan.

Tantangan lainnya adalah perubahan demografi negara maju yang semakin menua, tetapi Indonesia dipimpin milenial. Tetapi sebanyak 9,9 juta generasi Z tidak bekerja dan tidak kuliah (menganggur). Padahal, generasi Z adalah kelompok usia yang akan secara langsung akan menghadapi dan menjadi penentu Indonesia Emas 2045.

Terdapat 2 snapshot dalam roadmap perekonomian APINDO yang pertama adalah fokus pada invstasi sektor jasa di Indonesia tetapi dalam pengembangannya sektor jasa-jasa Indonesia belum mempunyai kemampuan, investasi dan pergerakan tenaga profesional asing di sektor jasa. Alih pengetahuan dan teknologi, terutama untuk jasa-jasa manufaktur, sektor energi terbarukan, pertanian-perkebunan-perikanan, infrastruktur & logistik.

Kedua, adalah penyerapan tenaga kerja dimana Pemerintah terus memacu investasi dalam beberapa tahun terakhir, penciptaan lapangan kerja justru turun signifikan, meskipun daya serap tenaga kerja kembali meningkat setahun terakhir (sedikit/tidak signifikan). Hal tersebut tidak lepas dari pergeseran perekonomian Indonesia yang menunjukkan kecenderungan penyusutan daya serap tenaga kerja kita yang tinggal 'seperempat' hanya dalam 10 (sepuluh) tahun terakhir.

Maka dari itu, diperlukan kepastian hukum serta perbaikan kelembagaan dan koordinasi; kebijakan terkait peren teknologi dan SDM untuk mendukung lompatan produktivitas; optimalisasi kebijakan indsutri, perdagangan, investasi, dan persaingan yang sehat; adopsi ESG oleh bisnis dan pengembangan industri hijau; dan keberadaan infrastruktur, transisi energi, dan tersedianya sarana dan prasarana digital.



[Check Here For Detail](#)

Editor: Firman S. Parningotan

Arah Kebijakan Fiskal Dalam Akselerasi Transformasi Ekonomi



Staff Menteri Keuangan RI yakni Ibu Titik Anas mewakili Ibu Sri Mulyani Indrawati selaku Menteri Keuangan RI menjadi pembicara dalam Seminar Nasional ISEI 2024 dengan tema “Memperkuat Fondasi Transformasi Ekonomi dan Kebijakan Publik yang Inklusif dan Berkelanjutan” dimana memberikan optimisme arah kebijakan fiskal yang telah dilakukan Pemerintah untuk menjadi jaring pengaman perekonomian nasional.

Indonesia berhasil dalam menavigasi ekonomi dalam mengatasi berbagai goncangan dimana tetap tumbuh solid diatas rata-rata pertumbuhan ekonomi global. Pandemi Covid-19 menyebabkan kontraksi yang dalam secara global. Indonesia dan India termasuk yang pulih paling cepat, walaupun dihadapkan pada krisis geopolitik.

Dalam kondisi di level domestik, performa ekonomi Indonesia masih terjaga dimana pada kuartal 2-2024 pertumbuhan komponen pengeluaran didorong oleh LNPRT sebesar 9,98 persen (YoY) serta pertumbuhan komponen produksi oleh sektor akomodasi makanan dan minuman sebesar 10,17 persen (YoY) dengan pertumbuhan ekonomi yang tumbuh sebesar 5,05 persen (YoY). Pertumbuhan ekonomi tersebut juga sejalan dengan tren inflasi yang terjaga Pandemi COVID-19 menyebabkan kontraksi yang dalam secara global. Indonesia dan India termasuk yang pulih paling cepat, walaupun dihadapkan pada krisis geopolitik.

Pemerintah dan Bank Indonesia melalui TPIP-TPID terus bersinergi untuk menciptakan bauran kebijakan pengendalian inflasi sehingga perekonomian. Dari sisi perdagangan, dinamika global yang terjadi dalam beberapa tahun terakhir terbukti memengaruhi kinerja perdagangan internasional Indonesia dimana ketahanan ekonomi yang dibangun terbukti berhasil menopang current account sehingga tekanan defisit sedikit berkurang.

Indonesia juga masih mendapatkan kepercayaan pasar dimana aliran FDI masih surplus dan kepercayaan pada SBN meningkat terlihat dari cukup stabilnya nilai tukar rupiah dan cadangan devisa yang meningkat. Model pembangunan Indonesia juga berhasil membuat membaiknya indikator kesejahteraan masyarakat seperti menurunnya tingkat kemiskinan di angka 9,03 persen dan menurunnya indeks gini di angka 0,379 pada awal tahun 2024. Bahkan IPM juga terus terakselerasi dimana berada di angka 74,39 pada tahun 2023 lalu. Berbagai hal tersebut dapat menjadi katalis positif untuk menuju visi Indonesia Emas 2045 untuk dapat menuju high income country sehingga akan mengantarkan Indonesia menjadi negara dengan perekonomian nomor lima terbesar di dunia dan menuju konsensus global yakni mewujudkan net zero emission.

Namun, berbagai hal tersebut bukanlah hal yang mudah karena munculnya berbagai tantangan

sekaligus peluang berupa faktor global, domestik, perubahan iklim, dan digitalisasi yang membuat pentingnya transformasi ekonomi dan sosial yang dapat dicapai melalui akselerasi pertumbuhan ekonomi, penguatan well being, dan percepatan konvergensi antardaerah. Sebenarnya, Indonesia telah memiliki modal penting yang menjadi key assets yakni modal manusia, modal fisik, modal SDA, dan modal sosial.

Berbagai key assets tersebut perlu didorong melalui dukungan APBN yang sehat untuk mengakselerasi pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan melalui sustainable fiscal dengan melakukan

collecting more, spending better, dan innovative financing untuk membuat APBN sebagai tools meningkatkan daya saing dan kesejahteraan.



[Check Here For Detail](#)

Editor: Jonathan Ersten Herawan

Reformasi Birokrasi Kunci Transformasi Ekonomi



Sekretaris Eksekutif Komite Pengarah Reformasi Birokrasi Nasional dan Guru Besar FIA Universitas Indonesia yakni Bapak Prof. Dr. Eko Prasojo, Mag.rer.publ menjadi pembicara dalam Seminar Nasional ISEI 2024 dengan tema **“Memperkuat Fondasi Transformasi Ekonomi dan Kebijakan Publik yang Inklusif dan Berkelanjutan”** dimana memberikan gambaran dari akademisi mengenai reformasi birokrasi yang bertujuan mendukung transformasi ekonomi.

Ketidakcukupan governansi yang *capable* dan akuntabel membuat banyak kegagalan dalam kebijakan pembangunan. Banyak ekonom memandang bahwa pertumbuhan dan pembangunan ekonomi sebagai

fokus utama, namun tanpa transformasi tata kelola pemerintahan yang baik maka target-target yang dibuat menjadi tidak mudah untuk dicapai.

Maka dari itu diperlukan pergeseran paradigma untuk memberikan fokus pada reformasi birokrasi untuk mendukung pembangunan dan pertumbuhan ekonomi nasional. Dalam perjalannya, Indonesia mengalami tujuh masalah dasar governansi dan institusi dalam pembangunan, yakni:

1. Masih minimnya *collaborative governance*,
2. *Less performance based* pada perencanaan pembangunan,
3. Belum adanya sinergi kebijakan antara pusat

- serta daerah,
4. Kapabilitas birokrasi yang lemah,
 5. Tingginya budaya korupsi,
 6. Kebijakan publik yang tidak didorong oleh data serta ilmu pengetahuan, dan
 7. Organisasi pemerintah yang besar tetapi tidak berbasis *outcome*.

Terdapat 3 gap yang dialami oleh birokrasi pemerintah saat ini yakni perencanaan yang belum komprehensif antar kementerian/lembaga serta pusat dan daerah, pelaksanaan program yang tidak didorong kapabilitas serta koordinasi dan lemahnya monitoring evaluasi (monev) hal ini terbukti dari 81 indikator RKP tahun 2023, sebesar 52 persen (43 indikator) tidak dapat disimpulkan bahkan tidak tercapai.

Permasalahan yang sering timbul juga adalah output dari program yang tidak jelas dan pengukuran kinerja yang tidak jelas bahkan beberapa berjalan tidak efektif dan efisien karena tidak adanya keterkaitan program dengan sasaran serta tidak sesuainya rincian kegiatan dengan maksud kegiatan. Hal ini masih menjadi awal tantangan, bahkan apabila dilihat lebih dalam terdapat permasalahan lain dari birokrat yakni integritas dari beberapa instansi, berdasarkan survei penilaian integritas (2022) sebesar 99 persen menyalahgunakan fasilitas kantor, 100 persen instansi melakukan korupsi dalam pengadaan barang serta jasa, masih terjadinya praktik korupsi dalam promosi atau mutasi SDM sebesar 99 persen, adanya suap dan gratifikasi sebesar 98 persen dan adanya trading influence sebesar 99 persen dari berbagai instansi di tanah air. Maka tidak heran apabila berdasarkan statistik terjadi peningkatan penindakan Komisi Pemberantasan Korupsi (KPK) dimana tertinggi berasal dari pilar eksekutif.

Reformasi birokrasi yang terjadi di Indonesia juma masih lemah dimana dari 508 kab/kota yang dievaluasi hanya sebesar 53,15 persen yang memiliki predikat baik dan terkonsentrasi di Pulau Jawa dan Bali.

Maka dari itu, hanya Birokrasi Digital yang memungkinkan percepatan reformasi birokrasi di Indonesia dengan melakukan 9 program:

1. Transformasi organisasi berbasis kinerja dan *agile*,
2. Transformasi jabatan fungsional,
3. Transformasi *squad* model,
4. Transformasi SPBE dan *SuperApps*,
5. *Strategic talent management* dan *mobility* SDM,
6. *Collaborative working* berbasis kinerja,
7. Pelayanan publik dalam genggaman,
8. Sistem pengawasan antikorupsi dan manajemen risiko pembangunan nasional, dan
9. Kebijakan publik berbasis AI dan *big data*.

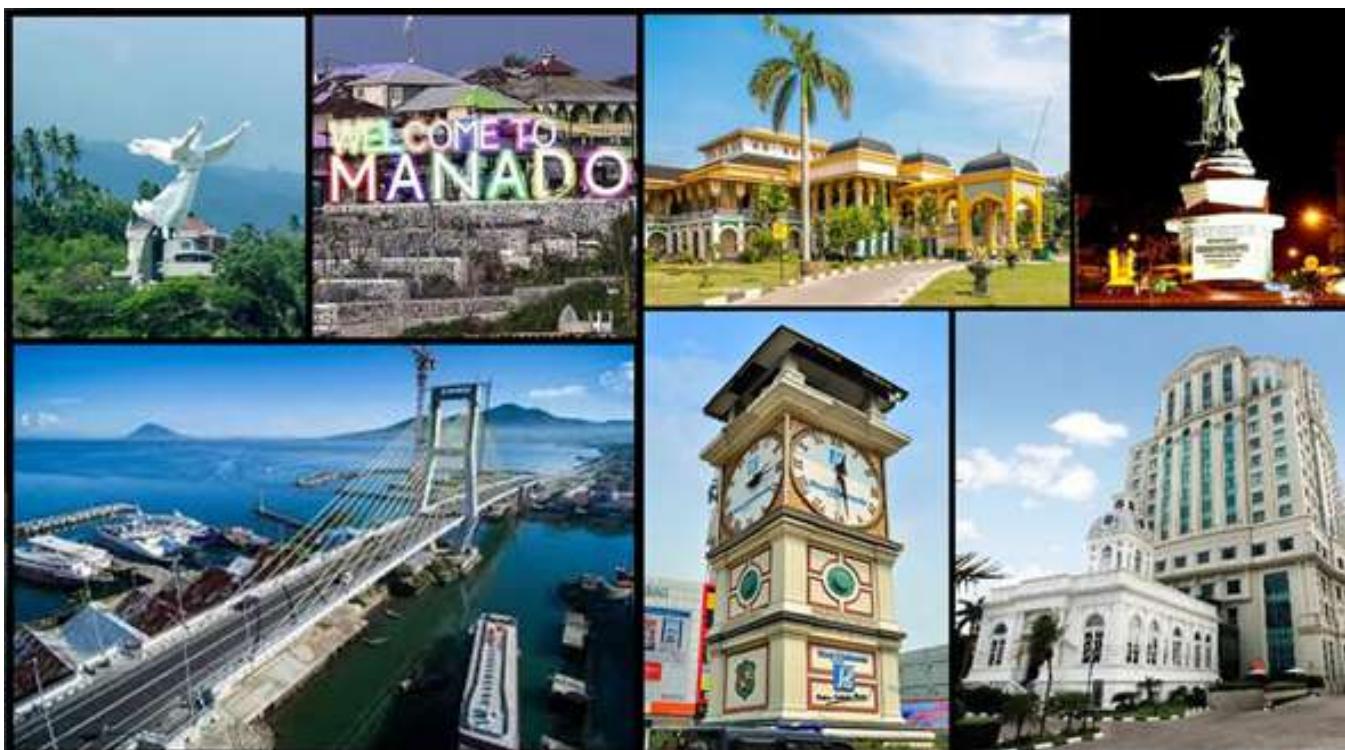
Berbagai strategi transformasi ekonomi dapat dicapai dengan percepatan reformasi birokrasi yang salah satunya mendorong digital platform governance untuk mencegah moral hazard dan potensi kebocoran sembari memberikan kepastian bagi investor.



Check Here For Detail

Editor: Firman Sihol Parningotan

Manado Primadona Sidang Pleno 2025, Indahnya Medan Menanti Kongres 2027



Selain melakukan pemilihan ketua, Kongres ISEI XXII & SEMNAS 2024 juga dilakukan untuk memiliki lokasi Sidang Pleno dan Kongres ISEI. Pemilihan lokasi Sidang Pleno dan Kongres ISEI juga menjadi rangkaian acara yang ditunggu karena dapat menunjukkan keindahan daerah, lezatnya kuliner, keramahan penduduk bahkan dapat mendorong perekonomian daerah dari ISEI Cabang yang menjadi host.

Pada pemilihan lokasi kali ini, telah disepakati 2 venue sekaligus yakni Kota Manado yang menjadi lokasi Sidang Pleno ISEI 2025 dan Kota Medan sebagai lokasi Kongres ISEI 2027. Penentuan ini berjalan dengan sangat baik dan berjalan dengan beberapa diskusi. Pada pemilihan lokasi Sidang Pleno ISEI 2025 sebanyak 26 ISEI Cabang mendukung Kota Manado disusul Kota Samarinda/IKN di peringkat kedua, dan Ambon sebagai peringkat ketiga.

Lokasi Kongres ISEI 2027 juga menjadi poin yang menarik saat akan disepakati karena awalnya Samarinda/IKN memeroleh suara tertinggi sebanyak 13 dari ISEI Cabang namun karena seharusnya sudah menjadi kesempatan bagi wilayah barat maka forum menyepakati untuk diselenggarakan di Kota Medan yang memeroleh suara tertinggi untuk Wilayah Barat.

Keberhasilan Sidang Pleno ISEI XXII & SEMNAS 2024 Surakarta yang mendatangkan Presiden Joko Widodo patut diapresiasi, hospitality dalam rangkaian kegiatan sangat mengesankan bagi seluruh ISEI Cabang. Besar harapannya, Kota Manado dan Medan dapat berhasil seperti Surakarta untuk menjadi tuan rumah dan menjadi rumah diskusi untuk mewujudkan trilogy pembangunan founding fathers ISEI yakni Bapak Prof. Dr. Soemitro Djojohadikoesoemo dengan semangat ABG dari Ketua Umum ISEI terpilih Bapak Perry Warjiyo, Ph.D.



Check Here For Detail

Editor: Firman Sihol Parningotan

The ISEI Effect



Beberapa hari ini, Kota Solo dipenuhi oleh para akademisi, bisnis, dan government (ABG) yang akan mengikuti Kongres ISEI XXII & SEMNAS 2024. Kepadatan Kota Solo yang dirasakan di tanggal 19-20 September 2024 terbukti bahwa sangat meriahnya kegiatan tersebut yang juga berdampak pada okupansi hotel yang "Full Senyum".

Pesan Ketua Umum ISEI yakni Bapak Perry Warjiyo, Ph.D. dalam Pembukaan Kongres XXII & SEMNAS 2024 sangat jelas bahwa meminta para anggota ISEI untuk tidak hanya mencurahkan pemikiran dan berdiskusi ekonomi saja tetapi harus diimbangi dengan aktivitas nyata yang mendukung perekonomian yakni berbelanja dan menyicipi kuliner Solo sebagai bentuk dukungan kepada UMKM.

Pada kongres yang dihadiri oleh Presiden Joko Widodo kali ini memiliki pesan penting dimana perlunya penguatan pada pasar tenaga kerja di Indonesia. Munculnya gigionomics juga menjadi perhatian konkrit karena dapat berdampak negatif ditengah kondisi global yang makin dipenuhi kerapuhan. Gejala multipolarisme yang makin terjadi juga menjadi perhatian karena semangat multilateralisme yang mulai memudar.

Indonesia sebagai negara dengan pantai panjang yang luas, memiliki berbagai cadangan komoditas unggulan dunia, dan yang terpenting adalah akan menghadapi bonus demografi harus menjadi fokus penting bagi

para ekonom. Konsep trilogi pembangunan yang disampaikan oleh Prof. Dr. Soemitro Djojohadikoesomo sebagai pendiri dari Ikatan Sarjana Ekonomi Indonesia harus dijalankan dengan menjadikan ISEI sebagai "Jembatan Emas" bagi para akademisi, bisnis, dan government (ABG) yang menjadi semangat dari Bapak Perry Warjiyo, Ph.D. dalam menahkodai kapal besar ini.

Semangat transformasi ekonomi sembari mewujudkan kebijakan publik yang inklusif dan berkelanjutan harus dilakukan dengan fokus menjaga sisi supply dan sisi demand dengan mewujudkan integrated policy framework. Katalis positif yang dilakukan Bank Indonesia yakni dengan menurunkan BI Rate sebesar 25 bps sebelum terlaksananya Kongres ISEI XXII & SEMNAS 2024 menjadi "angin segar" bagi perekonomian domestik.

Sebagai organisasi ekonomi yang besar, ISEI mewadahi 52 cabang se-Indonesia dengan memiliki 13 ribu anggota tentu menjadi organisasi yang sentra untuk menjadi partner Pemerintah dalam mendorong akselerasi pertumbuhan serta pembangunan ekonomi di pusat dan daerah selama 10 tahun terakhir. Peran ISEI yang akan genap selama 7 dekade pada tahun 2025 nanti harus terus berlanjut sebagai partner Pemerintah sesuai Manifesto ISEI.

Keberhasilan Presiden Joko Widodo dalam 10 tahun terakhir juga patut diapresiasi terutama mewujudkan stabilitas, hilirisasi, digitalisasi, dan inklusivitas (SHDI)

perekonomian. Kedepannya, ISEI akan berperan sentral dalam menjawab tiga tantangan perekonomian nasional untuk mewujudkan strategi transformasi bangsa. Fokus Pertama adalah mendorong perbaikan human capital untuk percepatan digitalisasi dengan melakukan talent scouting pada young economist dan kompetisi yang mendorong digitalisasi di daerah, Kedua, menjaga stabilitas harga untuk peningkatan kelas menengah dengan aktif muncurahkan pemikiran melalui TPID dan TPIP. Ketiga, mendorong ekstensifikasi serta intensifikasi komoditas, produk, dan jasa dalam program hilirisasi yang labour intensive dengan pendekatan ultramikro dan mikro untuk menghadirkan strategi yang aplikatif. Keempat, mencari strategi pembiayaan yang inovatif dan inklusif terutama bagi masyarakat dan UMKM yang belum bankable. Terakhir, menjaga kelestarian sosio-ekologis dengan berorientasi pada people, planet, dan profit untuk mewujudkan generasi emas Indonesia sesuai Visi Indonesia Emas Tahun 2045.

ISEI juga akan terus berperan secara akademis untuk meningkatkan research quality melalui berbagai kegiatan yang akan relevan dengan kebutuhan jaman. Pada ranah profesi, ISEI akan berperan pada peningkatan hardskill dan softskill yang akan menjadi backbone bagi input pasar tenaga kerja untuk mendukung dunia usaha yang berdaya saing. Dari sisi dukungan ke Pemerintah, ISEI akan menjadi partner diskusi yang baik dan membangun bagi Pemerintah Pusat dan Daerah dengan melakukan kajian pada kebijakan publik (KKP), memberikan rekomendasi ke Pemerintah, serta menjadi main agent yang mendukung pembangunan dan pertumbuhan ekonomi.



[Check Here For Detail](#)

Editor: Jonathan Ersten Herawan

CALL FOR PAPER FAEA 47

Sustainable Transformation of ASEAN Economies Under Major Challenges: Climate Change, Geopolitical Conflicts, Digital Technology, Aging, and ASEAN Centrality



Federasi Asosiasi Ekonomi ASEAN (FAEA) dengan bangga mengumumkan konferensi tahunannya, yang berfokus pada "Transformasi berkelanjutan perekonomian ASEAN" di tengah lanskap global yang berkembang pesat. Negara-negara ASEAN menghadapi serangkaian tantangan yang rumit, termasuk perubahan iklim, konflik geopolitik, kemajuan pesat dalam teknologi digital, khususnya Kecerdasan Buatan (AI), dan perubahan demografi seperti populasi yang menua. Selain itu, konsep "Sentralitas ASEAN" gagasan bahwa ASEAN tetap menjadi inti arsitektur

penting dalam menghadapi tantangan-tantangan ini dan memastikan integrasi regional yang kohesif.



[Check Here For Detail](#)

SOSIALISASI AKREDITASI PERGURUAN TINGGI BIDANG EKONOMI MANAJEMEN BISNIS & AKUNTANSI



Ikatan Sarjana Ekonomi Indonesia (ISEI) Riau bersama Bank Indonesia, Lembaga Akreditasi Mandiri Ekonomi Manajemen Bisnis & Akuntansi (LAMEMBA) dan Lembaga Layanan Pendidikan Tinggi (LLDIKTI) Wilayah XVII Riau – Kepri menggelar acara Sosialisasi Akreditasi Perguruan Tinggi Bidang Ekonomi Manajemen Bisnis & Akuntansi (EMBA) pada Jumat (25/10/2024) yang mengambil tema: “Peningkatan Kualitas Pendidikan Tinggi Bidang EMBA Dalam Rangka Menciptakan SDM Provinsi Riau & Kepri Yang Kompeten dan Berdaya Saing Menuju Indonesia Emas 2045” bertempat di Aula Lancang Kuning Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Riau.

Kegiatan tersebut dibuka oleh Kepala Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Riau Panji Achmad. Sedangkan narasumber antara lain Prof. Dr. Eddy Rasyid Phd., CA dan Prof. Christantius Dwiatmadja, Ph.D dari Dewan Eksekutif LAMEMBA serta Dr. Nopriadi, SKM, MKes dari LLDIKTI Wilayah 17 Riau-Kepri dan sebagai moderator adalah Dr. Achmad Tavip Junaedi, Wakil Ketua ISEI Riau/Asesor LAMEMBA. Acara ini selain dihadiri oleh jajaran pengurus ISEI Riau, juga dihadiri oleh peserta yang berasal dari kalangan pimpinan akademisi seperti Universitas, Institut, Politeknik STIE, STAI dan Akademi baik negeri dan swasta yang ada di Provinsi Riau dan Kepri.

Herman Boedoyo, Ketua ISEI Riau dalam sambutannya mengatakan “Sosialisasi Akreditasi ini dilaksanakan sesuai dengan tujuan utama ISEI untuk memajukan bidang ekonomi, meningkatkan kualitas pendidikan ekonomi, serta meningkatkan keterampilan dan pengetahuan para sarjana ekonomi di Indonesia. Untuk itu lembaga pendidikan tinggi bidang EMBA harus dapat menghasilkan SDM yang berkualitas dan berdaya saing.

Herman melanjutkan, Provinsi Riau & Kepri mempunyai posisi yang sangat strategis, alur perdagangan tersibuk di dunia yaitu selat Melaka, 40% barang perdagangan dunia melintasi di selat ini dengan nilai, US\$ 3,37 triliun setiap tahunnya. Terletak di daerah maritim di 3 negara, yaitu Indonesia, Malaysia dan Singapura. Singapura lah yang dapat mewujudkan potensi sebenarnya Selat Melaka ini, Singapura yang merdeka 1965 setelah dipaksa keluar dari Malaysia, dengan kondisi saat itu Singapura yang miskin, pengangguran tinggi, daerah kumuh dan tidak memiliki sumber daya Alam. Lee Kuan Yew, Pendiri/Perdana Menteri Singapura 1959-1990 sadar memulai dengan menciptakan pendidikan yang berkualitas untuk menghasilkan SDM berkualitas, dengan menaikkan gaji guru, menyeleksi guru secara ketat, hanya 5% lulusan terbaik yang bisa menjadi guru. Hal ini terbukti saat ini Singapura menjadi nomor 5 terbesar di dunia dan nomor 1 di Asia sebagai

Negara dengan hasil pendidikan terbaik. Singapura telah membuktikan bahwa dengan pendidikan membawa perubahan yang menjadikan Singapura Negara Maju. Untuk itu menurut Herman Boedoyo, standarisasi dan akreditasi pendidikan tinggi Singapura harus menjadi pedoman dan contoh untuk memajukan pendidikan tinggi di Provinsi Riau dan Kepri.

Prof. Dr. Eddy R. Rasyid selaku Sekretaris Dewan Eksekutif LAMEMBA, berfokus pada perubahan sistem-sistem akreditasi program studi saat ini bagi perguruan tinggi. Akreditasi LAMEMBA wajib dilakukan agar prodi bisa sampai ke tahapan akreditasi internasional. Sistem penjaminan mutu internal pun turut menjadi kunci utama dalam akreditasi yang dilakukan LAMEMBA. "LAMEMBA tidak hanya berkutat khusus pada akreditasi, tetapi juga mendorong program studi di suatu perguruan tinggi

untuk lebih berkualitas. Dulu saat di bawah BAN PT instrumen akreditasi antara prodi pendidikan dengan non pendidikan disamakan, namun dengan LAMEMBA dibedakan. Sehingga suatu prodi kualitasnya semakin terjamin."

Dr. Nopriadi, Kepala LLDIKTI menjelaskan bahwa dalam peningkatan akreditasi bagi Perguruan Tinggi & program studi, terdapat syarat operasional yang perlu dipenuhi baik secara praktis maupun secara teoritis sebagai penunjang kinerja, akselerasi gelar dosen sebagai pendidik, mutu program studi, dan sistem kerja dengan mutu internal. Dengan adanya pelaksanaan sosialisasi akreditasi ini, Perguruan Tinggi di lingkungan LLDIKTI Wilayah XVII menjadi semakin berkualitas, dapat mencapai visi dengan akreditasi unggul dan menjadi kampus teladan untuk akses pendidikan di Indonesia.



2-DAY WORKSHOP

EXPERIMENTAL ECONOMICS

“Menavigasi Pengambilan Kebijakan Berbasis Nudge Theory”

Sinopsis

Banyak ekonom yang mempunyai keyakinan bahwa ilmu ekonomi tidak dapat menguji teorinya dengan melakukan percobaan-percobaan di “laboratorium” karena menganggap bahwa karakteristik yang dimiliki pelaku ekonomi sangat beragam dan sulit untuk dikontrol sehingga sulit pula untuk mengambil kesimpulan hubungan sebab-akibat karena adanya confounding variables. Para ekonom sepakat menganggap bahwa setiap pelaku ekonomi bertindak “rasional”, artinya dalam setiap aktifitas selalu mempertimbangkan “manfaat” yang diperoleh dan biaya yang dikeluarkannya atau berdasarkan struktur incentif dari aktifitas tersebut. Namun, menurut Induced Value Theory yang disampaikan Adam Smith Tahun 1976 sebenarnya penggunaan media imbalan yang tepat memungkinkan peneliti untuk memunculkan karakteristik pelaku ekonomi tertentu sehingga karakteristik bawaannya dapat dikendalikan atau tidak berpengaruh lagi. Sebenarnya apabila karakteristik dasar pelaku ekonomi (experimental unit) sama atau homogen maka peneliti dapat melakukan percobaan karena prinsip dasar “pengendalian lingkungan” (ceteris paribus) sudah dilakukan. Maka dari itu, ditengah global fracturing workshop ini sangat relevan dilaksanakan untuk melakukan eksperimen terhadap beberapa kebijakan.



Fasilitator:

Prof. Dr. Ir. Bambang Juanda, MS.

Guru Besar Ekonomi di Institut Pertanian Bogor (IPB), mengajar untuk mata kuliah Makroekonomi, dan mata kuliah lainnya. Pernah menjabat sebagai Ketua Program Studi (S2/S3) Ilmu Perencanaan Pembangunan Wilayah dan Perdesaan, Sekolah Pascasarjana, IPB (2008-2016). Peminatannya adalah pada Ekonomi Perilaku & Eksperimental, Desentralisasi Fiskal, Pembangunan Ekonomi Regional, dan Manajemen Keuangan Publik.

Agenda Pelatihan

- 1 Materi Teori: Konsep dasar Nudge Theory dan aplikasi penerapannya
- 2 Eksperimen Praktis: simulasi eksperimen ekonomi untuk menguji nudge theory dalam laboratory & field study
- 3 Studi Kasus: analisis kasus nyata dari penerapan nudge theory dalam laboratory & field study
- 4 Kajian experimental economics yang sudah dilakukan pada kasus CBDC, Cryptocurrency, dan Digitalisasi UMKM



INVESTASI

Rp 1.500.000 (Materi Presentasi, E-Certificate, Lunch, Coffee Break, dan Networking)



VENUE

Kantor ISEI Pusat,

JL. Daksia IV No. 09, Kebayoran Baru,
Jakarta Selatan



TIME

Jumat & Sabtu, 08 - 09 November 2024
Pukul 09.00 - 15.00 WIB



INFORMATION

Peserta diharapkan membawa notebook atau tablet yang dapat terhubung dengan internet. Kapasitas peserta pelatihan yang tersedia hanya tersisa untuk 10 Peserta

Link Pendaftaran: bit.ly/WorkshopExperimentalEconomicsISEI2024

Silabus Workshop: bit.ly/SilabusExperimentalEconomicsISEI2024



+62-882-2734-8958 (Jonathan)



isei.pusat@gmail.com



ppisei_official



BEDAH BUKU & WORKSHOP

Game Theory For Decision Making

Fasilitator Workshop



Prof. D. S. Priyarno, M.Si.
Guru Besar IPB University

Moderator



Prof. Dr. Hermanto Siregar, M.Ec.
Rektor PERBANAS Institute &
Guru Besar IPB University



Buku bisa dibeli melalui Sekretariat PP ISEI dengan
harga Rp100.000 (Ongkir Jawa & Sumatera)



WAKTU

Senin, 25 November 2024
Pukul 13.30 - 16.30 WIB



MEDIA

Zoom Pro
Peserta diharapkan dapat bergabung
dalam grup WhatsApp untuk konfirmasi
link zoom pada hari pelaksanaan



INVESTASI

Umum = Rp200.000
Mahasiswa/Dosen = Rp150.000

Register Here



Link Pendaftaran:
bit.ly/WorkshopGameTheoryISEI2024



+62-882-2734-8958 (Jonathan)



isei.pusat@gmail.com



ppisei_official

Kasih Sayang Ibu Sepanjang Masa



Statistik Ekonomi Nasional Bulan Oktober 2024



Penghimpun Data: Jonathan (+62-882-2734-8958)

Ekspor Komoditas Unggulan Indonesia Tahun 2012–Juli 2024 (USD Mn)

Tahun	Kopi	Coklat	Tembakau	Lada Putih	Rumput Laut	Vanila	CPO	Essential Oil	Plywood	Tembakau	Tanaman Herbal, Aromatik, dan Bumbu	Kopra
2012	1243,83	388,34	61,64	114,43	134,16	4,54	17602,17	84,06	2012,83	61,64	20,08	61,45
2013	1166,18	449,88	97,12	144,56	162,46	6,38	15838,85	69,48	2176,21	97,12	22,53	46,70
2014	1030,72	200,72	83,17	164,68	226,23	7,98	17464,90	67,77	2372,47	83,17	26,15	61,04
2015	1189,55	118,28	59,11	219,63	160,41	16,60	15385,28	95,36	2341,90	59,11	22,88	46,49
2016	1000,62	83,97	50,00	187,15	109,86		15965,06	360,90	1177,03	50,00	506,64	10,56
2017	1063,33		50,66	89,32	151,73		20340,52	358,03	945,08	50,66	413,53	0,01
2018	808,73		67,84	95,29	200,70		17896,41	408,13	1642,28	67,84	601,17	
2019	872,36		60,84	87,71	215,98		15556,28	372,78	1319,30	60,84	591,57	
2020	809,16		63,74	75,32	181,62		18447,95	446,71	1319,76	63,74	618,28	
2021	842,52		73,84	92,68	224,10		28516,02	510,90	1929,08	73,84	765,73	
2022	1136,30		106,30	80,53	397,16		29655,79	406,14	1813,90	106,30	610,58	
2023	915,92		86,91	63,95	281,43		23971,50	399,24	1293,92	86,91	468,13	
Jul-24	628,50		58,82	58,18	108,65		11934,77	302,85	739,67	58,82	235,84	

Sumber: CEIC, BPS RI (2012-2024)
Penghimpun Data: Jonathan (+62-882-2734-8958)

Nilai Ekspor dan Impor Indonesia Migas & Non-Migas Tahun 2012-2024 (USD Mn)

Tahun	Total Ekspor Non-Migas	Total Impor Non-Migas	Neraca Pembayaran Non-Migas	Total Impor Migas	Total Ekspor Migas	Neraca Pembayaran Migas	Total Ekspor	Total Impor	Neraca Pembayaran
2012	12427,03	11876,51	550,52	2966,91	3705,46	-738,55	15393,95	15581,98	-188,03
2013	13562,68	11234,30	2328,39	3405,12	4221,57	-816,45	16967,80	15455,86	1511,93
2014	12268,36	11045,04	1223,32	2167,98	3389,47	-1221,49	14436,34	14434,51	1,83
2015	10617,63	10279,25	338,38	1299,48	1798,04	-498,56	11917,11	12077,30	-160,19
2016	12582,20	11080,60	1501,60	1250,20	1701,90	-451,70	13832,40	12782,50	1049,90
2017	13368,10	12541,30	826,80	1496,40	2563,20	-1066,80	14864,50	15104,50	-240,00
2018	12583,30	13339,70	-756,40	1706,80	2025,30	-318,50	14290,10	15365,00	-1074,90
2019	13295,50	12373,60	921,90	1133,30	2133,20	-999,90	14428,80	14506,80	-78,00
2020	15520,76	12956,60	2564,16	1018,79	1481,80	-463,01	16539,56	14438,40	2101,16
2021	21289,70	17974,20	3315,50	1068,00	3377,80	-2309,80	22357,70	21352,00	1005,70
2022	22324,90	16662,10	5662,80	1457,80	3201,00	-1743,20	23782,70	19863,10	3919,60
2023	20913,20	15734,70	5178,50	1478,90	3372,40	-1893,50	22392,10	19107,10	3285,00
Jul-24	20911,80	16296,20	4615,60	1169,90	2528,50	-1358,60	22081,70	18824,70	3257,00

Sumber: CEIC, BPS RI (2012-2024)
Penghimpun Data: Jonathan (+62-882-2734-8958)

Nilai Tambah Manufaktur Terhadap PDB 38 Provinsi Indonesia Tahun 2017-2023

Provinsi	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
ACEH	4,88	5,05	4,8	4,6	4,59	4,59	4,34
SUMATERA UTARA	19,03	18,76	18,05	18,09	17,88	17,41	17,15
SUMATERA BARAT	10,6	10,03	9,36	9,46	9,5	9,26	9,13
RIAU	29,66	30,02	30,9	31,85	32,07	32,13	31,95
JAMBI	10,73	10,59	10,39	10,46	10,22	10,03	9,98
SUMATERA SELATAN	18,92	18,81	18,66	18,81	18,56	18,41	18,17
BENGKULU	6,24	6,16	6	5,86	5,8	5,74	5,6
LAMPUNG	17,96	18,62	19,14	18,45	18,79	18,1	17,55
KEP. BANGKA BELITUNG	22,68	22,58	22,11	21,36	21,44	21,6	21,09
KEP. RIAU	37,59	37,47	37,98	40,77	41,96	41,74	40,66
DKI JAKARTA	12,71	12,66	11,82	10,85	11,64	11,71	11,36
JAWA BARAT	43,07	43,42	42,98	42,16	42,36	42,98	42,88
JAWA TENGAH	34,55	34,23	34,14	33,73	33,41	32,96	32,75
DI YOGYAKARTA	12,87	12,74	12,63	12,42	11,8	11,42	11,33
JAWA TIMUR	29,29	29,86	30,23	30,31	30,26	30,52	30,27
BANTEN	35,16	34,45	33,89	33,44	33,63	33,18	33,49
BALI	6,33	6,3	6,37	6,57	6,74	6,79	6,57
NUSA TENGGARA BARAT	4,45	4,74	4,75	4,66	4,66	4,44	4,47
NUSA TENGGARA TIMUR	1,28	1,28	1,32	1,26	1,17	1,21	1,25
KALIMANTAN BARAT	16,11	15,76	16,14	16,09	16,09	15,94	15,65

Provinsi	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
KALIMANTAN TENGAH	15,66	15,58	15,33	15,55	15,79	15,52	15,78
KALIMANTAN SELATAN	13,08	12,98	12,69	12,45	12,76	12,54	12,32
KALIMANTAN TIMUR	21,28	20,83	19,9	19,88	19,86	19,69	19,41
KALIMANTAN UTARA	9,73	9,35	9,17	8,91	8,79	8,67	8,4
SULAWESI UTARA	10,08	9,93	9,45	9,97	10,39	10,57	10,73
SULAWESI TENGAH	12,5	21,38	23,05	27,18	29,11	32,82	36,82
SULAWESI SELATAN	13,99	13,19	13,56	13,04	12,84	13,4	13,37
SULAWESI TENGGARA	6,2	6,22	6,47	7,18	7,34	8,12	8,7
GORONTALO	3,88	3,89	4,08	4,13	4,24	4,4	4,22
SULAWESI BARAT	10,67	10,79	10,75	10,62	10,96	10,65	11,58
MALUKU	5,39	5,46	5,32	5,24	5,64	6,02	6,65
MALUKU UTARA	7,17	7,88	7,5	11,46	17,85	25,66	30,09
PAPUA BARAT	31,18	31,48	30,36	31,16	30,6	30,87	39,36
PAPUA BARAT DAYA	0	0	0	0	0	0	20,6
PAPUA	1,94	1,91	2,24	2,08	1,8	1,65	2,86
PAPUA SELATAN	0	0	0	0	0	0	6,16
PAPUA TENGAH	0	0	0	0	0	0	0,24
PAPUA PEGUNUNGAN	0	0	0	0	0	0	0,86

Sumber: BPS RI (2017-2023)

Diolah oleh: Jonathan (+62-882-2734-8958)

PERKEMBANGAN SEKTOR PERBANKAN (PBKN)

INTERMEDIASI		PROFITABILITAS	
		Jul 2024	Ags 2024
Kredit (Rp T)		7.515	7.508
% YoY		12,40	11,40
% Ytd		5,99	5,89
DPK (Rp T)		8.687	8.650
% YoY		7,72	7,01
% Ytd		2,71	2,27
LDR		86,51	
PERMODALAN			
CAR (%)		26,61	26,78
KREDIT RESTRU COVID-19		Jul 2024	Ags 2024
		Mei 2024	Juni 2024
Kredit Restru Covid-19		192,52	181,14
PERKEMBANGAN SEKTOR PERASURANSIAN, PENJAMINAN & DANA PENSUJUNAN (PPDP)			
ASURANSI	ASURANSI		
ASURANSI KOMERSIAL		Ags 2024	
Nilai Aset (Rp T)		912,78	
Nilai Premi Asuransi Komersial (Rp T)		218,55	
ASURANSI NON KOMERSIAL		Ags 2024	
Nilai Aset (Rp T)		219,71	
Nilai Premi Asuransi Non Komersial (Rp T)		120,32	
TOTAL ASET ASURANSI		Ags 2024	
Nilai Aset (Rp T)		1.132,49	
	% YoY	1,32%	
PERUSAHAAN PENJAMINAN			
Nilai Aset (Rp T)			Ags 2024
Nilai Imbal Jasa Penjaminan (Rp T)		47,90	

Sumber: OJK RI (2024)

Penghimpun Data: Jonathan (+62-882-2734-8958)



WARTA ISEI

EDISI DESEMBER

Warta ISEI merupakan publikasi yang membahas fenomena atau isu hangat, penting, dan perkembangan terkini yang ditulis dalam karya tulis populer.

Ketentuan Naskah

- Berisi 800-1.000 kata.
- Menggunakan pedoman PUEBI.
- Berbentuk dokumen word dengan font Tahoma, size 12, single-spaced pada kertas bentuk A4 dengan margin halaman 3 cm.
- Dapat melampirkan gambar yang terkait dengan konten naskah.

Template Naskah



bit.ly/publikasiwartaISEI

Tema Naskah

“Pembangunan Komunitas Mendukung Visi Indonesia Emas 2045.”

Tertarik Beriklan
di Warta ISEI?

warta@isei.or.id



Deadline: 10 Desember 2024

Contact Person



+62 821-1273-4541 (Firman S.P.)

bit.ly/MediaOrderWartaISEI



@ppisei_official



Sinergi dan Kolaborasi
Pusat dan Daerah

WARTA ISEI

VOLUME 1

NO. 3

OKTOBER 2024



IKATAN SARJANA EKONOMI INDONESIA

Gedung Kantor Pusat ISEI

Jl. Daksa IV No.9, Jakarta 12110

Telp. : (021) 2277 2577

Fax : (021) 720 1812

Email : isei.pusat@gmail.com

Instagram : [ppisei_official](https://www.instagram.com/ppisei_official)

Linkedin : [Ikatan Sarjana Ekonomi Indonesia](https://www.linkedin.com/company/ikatan-sarjana-ekonomi-indonesia/)

<https://isei.or.id/>