

# **PENINGKATAN KOLABORASI UKM DENGAN RITEIL LUAR NEGERI, *AGGREGATOR*, EKSPORTIR DAN LEMBAGA PENELITIAN**

Disampaikan oleh :  
Menteri Koperasi dan UKM

Senin, 15 Agustus 2022

**Rangking Ekspor Indonesia di ASEAN : 5**

**Kontribusi UMKM terhadap Ekspor Nasional Tahun 2020 : 15,69%**

**Nilai Ekspor Barang dan Jasa Negara-Negara ASEAN (1960-2018)**

Sumber : World Bank, 2019



- Tahun **2019** tercatat sebesar Rp. 339,19 triliun atau sebesar **15,65%** dari total ekspor nonmigas yang sebesar Rp 2.167,1 triliun
- Di ASEAN, porsi ekspor UMKM Indonesia (15,8%). Lebih rendah dibandingkan dengan Malaysia (19%), Vietnam (20%), Filipina (20%), Sri Lanka (20%) dan Thailand (29,5%)
- Di Asia, Indonesia juga berada di bawah Pakistan (25%) dan hanya lebih baik dari Bangladesh (11,3)

## Strategi Meningkatkan Ekspor

- 1 Fokus pada sektor-sektor yang berbasis sumber daya alam dan kreatifitas
- 2 Pendekatan pada cluster, ekosistem dan agregator
- 3 Perluasan pasar produk UKM ekspor bekerjasama dengan agregator,eksportir, distributor, agent maupun melalui fasilitasi pameran dalam dan luar negeri
- 4 Digitalisasi produk UKM ekspor baik dengan menggunakan website sendiri atau melalui online marketplace seperti Alibaba, dBay, Amazon, Etsy, Rakuten, dll.
- 5 Penguatan rantai pasok melalui Factory Sharing dan ekosistem ekspor

## Target Kontribusi Ekspor Indonesia

<b>2021</b>	<b>&gt; 15,7%</b>	<b>2023</b>	<b>&gt; 16,4%</b>
<b>2022</b>	<b>&gt; 15,8%</b>	<b>2024</b>	<b>&gt; 17,0%</b>



- ❖ Pada 2021 pendapatan IKEA mencapai 42 miliar euro dimana 70,7% penjualan terjadi di Eropa, 18% di Amerika dan 11,3% di Asia
- ❖ Sebagai tindak lanjut dari MoU dengan PT. Rumah Mebel Nusantara tanggal 30 September 2021, sampai Bulan Juli 2022 sebanyak 40 UKM telah masuk dalam jaringan IKEA yang ada di Jakarta, Tangerang dan Bali
- ❖ **Akan dilakukan pembahasan menggunakan kerjasama dengan IKEA untuk memenuhi supply di luar negeri**



- ❖ UNIQLO telah memiliki lebih dari 1.700 toko di 17 negara di seluruh dunia. Meliputi Jepang, Australia, Belgia, Tiongkok, Prancis, Jerman, Hong Kong, Indonesia, Malaysia, Filipina, Rusia, Singapura, Korea Selatan, Taiwan, Thailand, Inggris, dan Amerika
- ❖ Uniqlo merupakan salah satu jaringan apparel terbesar di Asia yang menguasai 80% penjualan. Pendapatan 2021 Uniqlo mencapai 2,13 triliun yen
- ❖ **Sebagai tindak lanjut MoU dengan PT. Fast Retailing Indonesia tanggal 28 September 2021. sampai Bulan Juli 2022 sebanyak 196 UKM telah masuk dalam jaringan UNIQLO yang ada di Jakarta, Jawa Barat, Jawa Tengah, DIY, Bali dan NTB**



- ❖ Lulu grup merupakan jaringan ritel terbesar di Kawasan GCC dan Asia yang menguasai 32% pasar ritel. Pendapatan pada 2020 mencapai 7,4 miliar USD dengan penjualan online di wilayah teluk mencapai 74,4 juta USD
- ❖ Komoditas produk yang akan dimitrakan adalah hortikultura dan fashion/apparel
- ❖ **Sebagai tindak lanjut dari MoU dengan PT. Lulu Group Ritel tanggal 30 Maret 2022, akan ditindaklanjuti dengan mendorong UKM masuk dalam Lulu Group Ritel. Akan dilakukan buyer session dengan pihak Lulu untuk mempertemukan UKM dengan buyer (Lulu).**



**EPIC STAR**

- ❖ Pangsa pasar Epic Star ini adalah konsumen yang ada di Dubai-Timur Tengah.
- ❖ Epic star merupakan agregator produk bahan makanan dimana produk UKM dijual di toko retailnya
- ❖ Konsolidasi penggunaan container
- ❖ Epic Star memiliki 2 (dua) jenis store yaitu 1). epicstar foodstar (konsep grosir seperti kelapa/nanas main kontainer) dan 2) epicstar hypermarket (konsep ambil beberapa kg)



- ❖ Pendapatan Amazon pada 2021 mencapai 469,8 miliar USD dengan penjualan terbesar terjadi di US sebesar 314 miliar USD dan di Jerman sebesar 37,3 miliar USD, Penjualan produk elektronik di Amazon diperkirakan akan mencapai 164 miliar USD, sedangkan sektor yang diprediksi untuk tumbuh dengan cepat adalah health dan beauty
- ❖ Etsy adalah marketplace para pengrajin berbagai produk kerajinan tangan, dari lukisan abstrak, aksesoris perak, sweater rajutan, hingga ukiran kayu dan website mungil
- ❖ eBay adalah salah satu E-Commerce yang menjajakan barang yang diperdagangkan dengan nilai lebih dari US \$1.840 setiap detik serta mampu menjangkau lebih dari 241 juta pembeli di seluruh dunia

## Pengembangan Kawasan dan Rantai Pasok

- Pengembangan Sentra/Rumah Produksi Bersama UKM ekspor
- Pengembangan PLUT sebagai pusat layanan pendampingan UKM ekspor
- Insentif bagi pengembangan kemitraan Usaha Besar dengan UKM
- Korporatisasi Petani ekspor

## Peningkatan Kualitas Produk Melalui Fasilitas Sertifikasi:

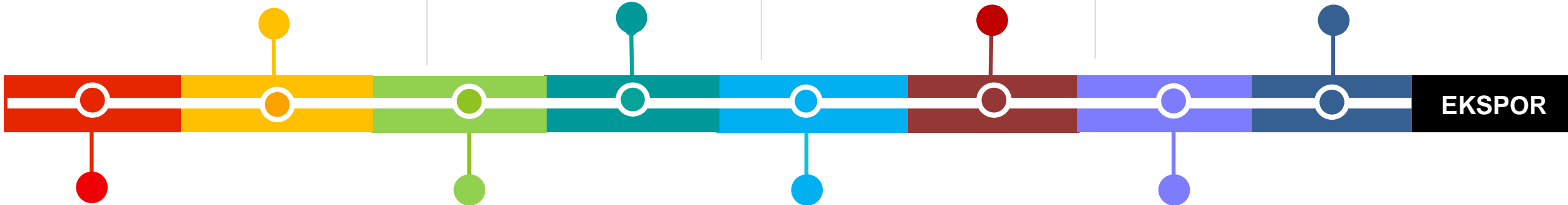
- ISO
- HACCP
- FSSC
- BRC
- Organic
- dll

## Buyer Mapping

- Kolaborasi dengan ITPC, KBRI, Atase Dagang, SIPPO untuk melakukan *market research* atau *market intelligence*
- Bekerjasama dengan aggregator dan buyer representative untuk mendapatkan info buyers. Mendatangkan potensial buyer

## Perluasan Akses Pasar

- *Business Matching*
- Pameran Dalam dan Luar Negeri
- *Mirroring event* Batam-Singapura
- SMESCO Trading House
- SMESCO Hub Timur
- Kerjasama perluasan pasar UKM dengan agregator seperti HIPINDO dan Sarinah
- Promosi produk UKM melalui katalog digital SMESTA, Inaproduct



## Identifikasi UKM Ekspor

- Usulan dinas/asosiasi
- Masukan dari aggregator dan buyers representative
- Open call melalui Social Media Kemenkop

## Pendampingan dan Pelatihan Ekspor

- *Pendampingan Product development*
- *Capacity building* terkait prosedur ekspor
- Pelatihan kompetensi SKKNI
- Pelatihan IOT dan AI
- Pelatihan Pendamping UKM Ekspor berbasis Kemitraan dengan Aggregator & UKM Ekspor
- Pelatihan dan *on boarding* UKM ekspor

## Akses Pembiayaan dan Investasi Ekspor

- Fasilitas Akses Pembiayaan & Investasi bagi UKM Potensial Ekspor
- Pembiayaan Perbankan & Non Perbankan (LPEI, Angle Investor, Modal ventura)
- Digitalisasi Pembiayaan (FinTech)
- S-KOPI yaitu platform pembiayaan dan investasi online untuk UMKM Indonesia yang berbasis project/order

## Pengiriman *Product Sample* dan Logistik

- Kolaborasi dengan ITPC, KBRI, Atase Dagang, Diaspora
- Kolaborasi dengan Perusahaan Logistik
- Kargo terjadwal

## MARKET

- **Product Trend & Potential Market** menurut negara tujuan ekspor melalui **Buyers Representative & Market Intelligence Agent**
- Menjadikan **Aggregator & Exporter** sebagai ujung tombak **market intelligence**
- Membangun jaringan informasi kebutuhan pasar sesuai dengan masing-masing negara dengan **Diaspora & Kedutaan Besar RI**
- Memetakan produk ekspor unggulan Indonesia untuk negara tujuan yang sesuai.
- Menghadiri pameran-pameran berskala internasional sebagai bagian dari riset pasar

## PRODUCTION

- Pengembangan **desain produk** sesuai dengan tren dan kebutuhan pasar ekspor
- Penemuan material baru sebagai bahan baku baru/pengganti bahan baku produk
- Pengembangan **proses produksi** yang mampu meningkatkan kualitas dan kuantitas produksi berstandar ekspor.
- Membangun **cluster ecosystem** UMKM sebagai bagian dari rantai pasok (**supply chain**) UKM ekspor.
- **Factory Sharing System** sebagai upaya peningkatan kualitas dan kapasitas produksi UKM ekspor
- Mengembangkan produk dasar menjadi produk olahan untuk diekspor.

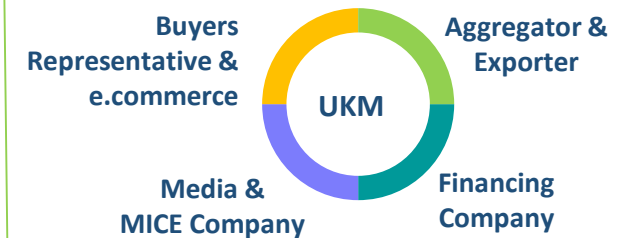
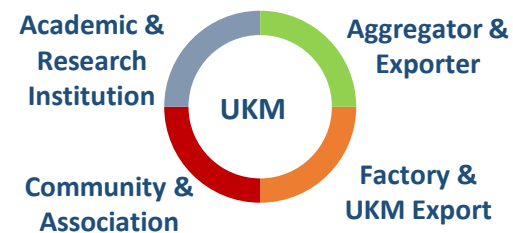
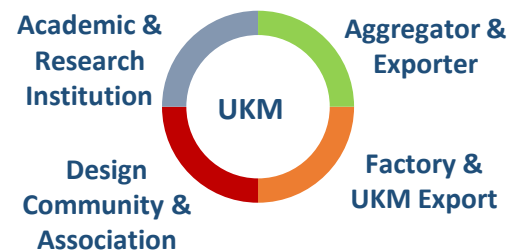
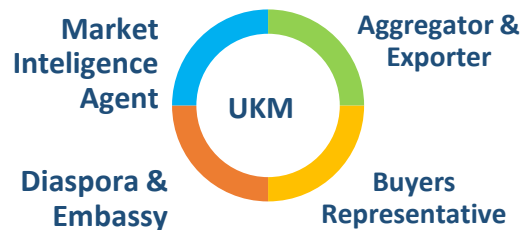
## MANAGEMENT

- Mengembangkan **management system** yang sesuai dengan masing-masing komoditi atau produk ekspor.
- **Production, Logistic & Distribution Management** yang sesuai dengan kondisi UKM Indonesia
- Mengembangkan SDM UKM yang ahli, trampil dan mampu melakukan ekspor.
- Menciptakan **cluster ecosystem management** sesuai dengan sektor usaha masing-masing UKM
- **Factory Sharing Management System** sebagai bagian dari peningkatan kapasitas produksi UKM ekspor.

## MARKETING & FINANCING

- Membangun model jaringan **promotion & marketing** dengan **e.commerce** internasional
- Mengembangkan **e.commerce** khusus produk local yang mampu menembus pasar global.
- Mengembangkan **Single Product Export System** sebagai bagian dari ekspor berskala kecil.
- Mengembangkan **Financing System** yang mudah dan cepat bagi pelaku UKM ekspor, seperti missal : FinTech
- Mengembangkan **export product insurance** sebagai jaminan ekspor UKM

## RESEARCH & DEVELOPMENT CENTER FOR EXPORT



- Telah dilakukan kolaborasi dan sinergi dengan **11 (sebelas) Perguruan Tinggi** dimana salah satu ruang lingkup kerjasama adalah riset, penelitian, inovasi dan hilirisasi riset
- Telah dilakukan kolaborasi dan sinergi dengan **Badan Riset dan Inovasi Nasional (BRIN)** untuk penelitian, pengembangan dan peningkatan kualitas serta daya saing produk UMKM.
- Telah dilakukan kolaborasi dan sinergi dengan **BPOM** terkait informasi standarisasi dan sertifikasi produk yang harus dipenuhi oleh UMKM
- Telah dilakukan kolaborasi dan sinergi dengan market place **Tokopedia, Shopee, Bukalapak, Gojek** dll untuk pengembangan produk dan perluasan pasar ekspor
- Telah dilakukan kolaborasi dan sinergi dengan **Aggregator dan Exporter** untuk product trend, market trend & market intelligence di berbagai negara tujuan ekspor (mulai di Bali)

# TERIMA KASIH

---