

SESI 3

Tema: “Memperkuat Industri Makanan Minuman Berbasis Lokal”

Ekspor Mamin Melonjak, Momentum Mengoptimalkan Bahan Baku Lokal

Oleh: Indah AP, Fajar Widhiyanto, Eva Fitriani, Mardiana Makmun

JAKARTA - Ditopang jumlah penduduk Indonesia sekitar 280 juta orang, industri makanan dan minuman (mamin) berpeluang menggarap pasar yang sangat gemuk. Selain pasar dalam negeri, produk makanan dan minuman asal Indonesia juga mendapat respons positif di pasar ekspor. Hal itu terbukti dengan meningkatnya kontribusi produk mamin pada peningkatan surplus perdagangan Indonesia saat ini. Dengan potensi pasar yang demikian besar, industri mamin dari hulu ke hilir ditantang untuk memberdayakan potensi bahan baku lokal.

Demikian rangkuman pandangan pembicara sesi ketiga, **Investor Daily Summit 2021** yang khusus membahas tema “**Memperkuat Industri Makanan dan Minuman Berbasis Lokal,**” yang digelar *Investor Daily* dan *BeritaSatu Media Holdings* secara daring, Selasa (13/7). Hadir pada sesi ini, Wakil Menteri Perdagangan RI, Jerry Sambuaga, Ketua Umum Gabungan Produsen Makanan Minuman Indonesia (Gapmmi) Adhi S Lukman, Direktur PT Garudafood Putra Putri Jaya Paulus Tedjosutikno, Presiden Direktur PT Nestle Indonesia Ganesan Ampalavanar, dan Vice President General Secretary Danone Indonesia, Vera Galuh Sugijanto.

Wakil Menteri Perdagangan RI Jerry Sambuaga mengatakan, antara Januari–Mei 2021, Indonesia Indonesia berhasil mencatat kenaikan surplus perdagangan sebesar 2,36% menjadi US\$ 10,17 miliar dibanding Mei 2020, sekaligus merupakan pencapaian tertinggi pada periode yang sama selama sepuluh tahun terakhir. Sedangkan surplus perdagangan Indonesia tahun 2020 mencapai US\$ 20,7 miliar.

Surplus yang dicatat Indonesia ini tidak lepas dari peran Industri makanan dan minuman. Tiga produk yang menjadi kontributor terbesar terhadap surplus perdagangan Indonesia tahun adalah produk udang dalam kemasan, kopi instan, serta makanan olahan lainnya.

Jerry Sambuaga memaparkan, ekspor makanan asal Indonesia selama 2020 mencapai US\$ 4,32 miliar. Sedangkan posisi ekspor Mei 2021 mencapai US\$ 1,89 miliar, atau naik 15,82% dibandingkan periode yang sama tahun lalu. “Kita harapkan ini bisa meningkat dan terus menerus dipertahankan di tengah pandemi Covid-19 ni kita bisa mencatatkan kenaikan,” ujar Jerry Sambuaga.

Ketua Umum Gapmmi Adhi S Lukman mebenarkan bahwa ekspor produk mamin Indonesia terus bertumbuh setiap tahun. “Ekspor kita terus meningkat. Tahun lalu, ekspor naik 14% menjadi US\$ 31 miliar dan berkontribusi 24% terhadap produk manufaktur. Pertumbuhan ekspor kita khusus untuk semi process dan process food naik, meski impornya juga naik,” ujar dia.

Negara tujuan ekspor terbesar masih didukui Amerika Serikat (AS) senilai US\$ 295,01 juta sampai dengan Mei 2021. Itu artinya ekspor produk makanan olahan ke AS dalam lima bulan melampaui pencapaian tahun 2020 sebesar US\$ 348 juta. Sedangkan posisi kedua hingga kelima

ditempati Filipina, Malaysia, RRC, dan Singapura.

Permintaan ekspor lima negara ini terus mengalami kenaikan. “Semua ini bisa ditegaskan bahwa produk ini sesuai semangat kita untuk diversifikasi produk di tengah pandemi. Dan memberikan kesempatan bagi pelaku kita untuk melebarkan usahanya pada negara mitra dagang kita,” ujar Jerry.

Bahan Baku Lokal

Peluang pasar lokal maupun ekspor yang sangat prospektif, menurut Adhi S. Lukman, perlu digarap industri mamin nasional secara terkoordinasi. Ia mengusulkan sinkronisasi kebijakan dari hulu hingga hilir, yang dikoordinasikan oleh pemerintah. Sasaran utama sinkronisasi kebijakan tersebut untuk mengembangkan potensi bahan baku lokal agar bisa menjadi produk berkualitas dunia.

Menurut Adhi, Indonesia memiliki bahan baku mamin yang sangat besar dan sangat potensial untuk terus dikembangkan. “Industri mamin punya prospek bagus sekali, kita punya potensi besar untuk ketersediaan bahan baku di dalam negeri. Perlu kolaborasi, inovasi, sinkronisasi kebijakan dari hulu ke hilir sehingga potensi yang sangat besar bisa kita raih, dan menjadi keunggulan indonesia, serta berkontribusi ke pembangunan indonesia ke depannya,” lanjut dia.

Dengan sinkronisasi, industri punya peluang besar menggarap potensi pasar domestik maupun ekspor. Dengan jumlah penduduk 275 juta jiwa dan pendapatan per kapita ditargetkan mencapai US\$ 23 ribu dari posisi saat ini US\$ 4 ribu, ruang bagi industri mamin untuk tumbuh di dalam negeri saja sangat luas.

Sinkronisasi untuk pengembangan bahan baku lokal, lanjut Adhi S. Lukman, juga penting untuk menekan impor. “Tentu ini harus kolaborasi

antara Kementerian, (industri) hulu dan hilir, sehingga kita tidak tergantung impor. Kita harus menciptakan produktivitas hulu lebih tinggi, sehingga bisa kurangi ketergantungan impor,” tandas Adhi S. Lukman.

Pemerintah, lanjut Adhi, harus membuat regulasi yang kondusif. Sedangkan pelaku industri, termasuk industri pertanian, perlu mengubah mindset agar tidak terjebak konsep monokultur atau pertanian tradisional. “Kita harus bangun pertanian bersifat industri. Karena mereka harus bisa memperhitungkan input, output, dan produktivitas yang dikoordinasikan dengan hilir. Di hulu harus dibangun digital farming agar bisa meningkatkan produktivitas,” ungkap dia.

Pemanfaatan bahan baku lokal berkualitas, pada saat yang sama juga penting untuk meningkatkan mutu makanan lokal yang ujungnya membentuk manusia Indonesia dengan kualitas gizi yang baik. Faktanya, menurut President Director Nestle Indonesia, Ganesan Ampalavanar, masih banyak masyarakat Indonesia kekurangan zat gizi mikro (micronutrient) vitamin dan mineral, terutama anak-anak dan ibu hamil. Kekurangan micronutrient atau zat gizi mikro berpengaruh langsung pada kondisi kesehatan masyarakat Indonesia. “Indonesia masih mengalami kekurangan micronutrient, seperti vitamin E, Fe, dan zinc,” ujar Ganesan Ampalavanar.

Vice President General Secretary Danone Indonesia, Vera Galuh Sugijanto menambahkan, data anemia pada ibu hamil dan anak di Indonesia cukup tinggi. “Sebanyak 1 dari 3 anak menderita anemia dan 1/2 ibu hamil juga anemia. Data Riskesdas 2007, anemia ibu hamil mencapai 24,5%, pada 2013 meningkat menjadi 37,10%, dan 2018 menjadi 48,90%,” ungkap Vera.

Anemia adalah kekurangan jumlah hemoglobin atau zat pembawa oksigen

di dalam darah. Anemia disebabkan karena kekurangan asupan zat gizi mikro mineral zat besi atau Fe. Anemia pada ibu hamil berisiko melahirkan bayi tak sehat dan juga stunting. Dalam jangka panjang, anemia akan menyebabkan penyakit jantung aritmia atau detak jantung cepat serta kerusakan otot jantung karena jantung bekerja keras untuk memompa darah akibat rendahnya pasokan oksigen yang dipicu kurangnya zat hemoglobin.

Tantangan mendapatkan gizi mikro tentu saja meningkat seiring krisis ekonomi akibat pandemi Covid-19 yang berkepanjangan. Meski industri makanan dan minuman diadang pandemi Covid-19, Nestle Indonesia, Danone Indonesia, dan Garudafood berkomitmen meningkatkan kualitas hidup setiap individu dan generasi mendatang lewat produk yang berkualitas. “Ada banyak produk Nestle seperti susu Dancow dan Susu Beruang yang dapat meningkatkan kesehatan masyarakat Indonesia,” kata Ganesan.

Sejak 1971, Nestle menanam investasi di Indonesia melalui tiga pabrik. “Pada 2019, Nestle Indonesia menginvestasikan US\$ 100 juta untuk menambah kapasitas sebesar 25% di tiga pabrik, yaitu di Karawang, Lampung, dan Pasuruan Jawa Timur. Pada 2021 menambah investasi sebesar US\$ 220 juta untuk pabrik baru di Bandaraya, Jawa Tengah dan perluasan kapasitas di tiga pabrik,” ungkap Ganesan.

Untuk produk susu dan kopi, dilakukan pengembangan dan penggunaan bahan baku dalam negeri dan kemitraan dengan petani. “Nestle melakukan pengembangan sapi perah melalui 26 ribu peternak dan US\$ 110 juta pembelian susu segar per tahun. Sedangkan Nescafe Plan, bermitra dengan 20 ribu petani kopi, dan Nestle menjadi pembeli terbesar biji kopi, yakni senilai US\$ 80 juta,” ungkap Ganesan.

Untuk memenuhi kebutuhan masyarakat Indonesia akan nutrisi dan hidrasi yang baik, Vera Galuh Sugijanto mengatakan, Danone Indonesia ikut berpartisipasi dengan mengoperasikan 26 pabrik 100% selama masa pandemi. Produksi pabrik-pabrik Danone diklaim mengoptimalkan bahan baku lokal. “Danone Indonesia memperkuat pangan lokal dengan penggunaan produk-produk lokal pada seluruh produk hingga sebesar 95-98%,” ujarnya.

Sedangkan, Paulus Tedjosutikno mengatakan, untuk menghasilkan produk berkualitas, Garudafood mengusung visi best brand, best value, dan best network. “Dari sisi best brand, kami percaya sebagai produsen makanan minuman kemasan bahwa merek itu mempunyai nilai yang perlu dikembangkan dan terus diperkuat,” tutur Paulus Tedjosutikno.

Melalui merek, lanjut Paulus, konsumen bisa mengetahui latar belakang dan kualitas produk yang dihasilkan. Untuk itu, Garudafood berkomitmen untuk terus membangun dan mempertahankan merek-merek yang dimiliki.

Perusahaan juga membuka diri untuk berkolaborasi dengan berbagai pihak dengan konsep open platform. Konsep ini bahkan telah dikembangkan dengan sejumlah pihak seperti SNS, Falcon Picture, Hormel, Barry Callebaut. Garudafood masih membutuhkan dukungan dari pemerintah, civitas akademika, dan banyak pihak untuk membangun inovasi dan E2E Proses.