

MAGAZINE

Perkuat Perdagangan Dalam Negeri, Hippindo Inisiasi Gerakan 'Belanja di Indonesia Aja'

RIO ARDIAN - MAGZ.CO.ID

Sep 11, 2024 - 13:30



Hippindo menginisiasi gerakan 'Belanja di Indonesia Aja' di event IRS 2024 di Jakarta, Rabu (4/9/2024)/Foto: Hippindo.

JAKARTA - Gerakan 'Belanja di Indonesia Aja' telah diluncurkan oleh Menteri Koordinator Bidang Perekonomian yang diwakili oleh Deputi Bidang Koordinasi

Perniagaan dan Industri Dr. Ali Murtopo Simbolon, Menteri Koperasi dan UKM yang diwakili Asisten Deputi Kawasan dan Rantai Pasok Dr. Ali, Ketua Umum Himpunan Peritel dan Penyewa Pusat Perbelanjaan Indonesia (Hippindo) Budihardjo Iduansjah, Ketua Panitia IRS Haryanto Pratantara dan Ketua Harmoni Award Fetty Kwartati, Rabu 4 September 2024 dalam serangkaian acara yang digelar Indonesia Retail Summit 2024.

Budihardjo menuturkan, gerakan Belanja di Indonesia Aja merupakan gerakan yang diinisiasi oleh Hippindo dan disambut baik oleh pihak Kementerian dan para mitranya untuk memperkuat perdagangan dalam negeri. "Sehingga memiliki dampak yang signifikan bagi perekonomian nasional," ujarnya, dalam keterangan tertulis, Rabu (11/9/2024).

Salah satu dampak utamanya adalah peningkatan pendapatan domestik dengan menjaga agar devisa tetap berada di dalam negeri. Caranya dengan mendorong masyarakat untuk lebih memilih Belanja di Indonesia Aja, baik brand global, produk lokal maupun UMKM, sehingga semua bisa tumbuh dan berkembang untuk menarik wisatawan Nusantara dan wisatawan mancanegara. Harapannya wisatawan tidak hanya mengunjungi obyek wisata saja namun juga berwisata belanja dan kuliner.

Menurut Budihardjo, agar menarik wisata belanja, brand global perlu didorong meluncurkan variasi produk dengan harga yang sama dengan negara lainnya. Untuk produk lokal dan UMKM juga didorong agar menghasilkan produk yang berkualitas dan bisa go global sehingga masyarakat dan turis mancanegara maupun MICE terdorong untuk membelanjakan uang mereka di Indonesia. Ini tentu saja memberikan manfaat ganda yakni selain menggerakkan sektor pariwisata, juga meningkatkan wisata belanja serta mendorong MICE meningkatkan turis ke Indonesia untuk mencari sourcing," ungkapnya.

Dengan demikian, gerakan Belanja di Indonesia Aja tidak hanya berperan dalam memperkuat perekonomian nasional melalui peningkatan daya beli lokal, tetapi juga dalam menjaga stabilitas devisa dan mendorong perkembangan produk lokal dan UMKM serta mempromosikan potensi produk Indonesia kepada dunia.

Senada dengan dia, Pengamat Komunikasi Pemasaran sekaligus CEO Fortuna Ratna Puspitasari meyakini industri ritel berpotensi untuk terus berkembang pesat. Gerakan Belanja di Indonesia Aja tidak hanya akan mendorong perkembangan sektor ritel tetapi juga berkontribusi positif terhadap perekonomian Indonesia secara keseluruhan. "Dengan gerakan Belanja di Indonesia Aja, kita tidak hanya mendukung produk lokal tetapi juga memberikan dorongan besar bagi UKM untuk berkembang dan bersaing di pasar yang lebih luas," ucapnya.

Menurut dia, gerakan ini akan mendorong masyarakat Indonesia agar lebih memilih dan mengutamakan produk lokal dalam kegiatan belanja. "Pastinya, ini akan memperkuat ekonomi lokal, dan mendukung usaha mikro dan UKM," kata dia.

"Langkah komunikasi publik yang dilakukan Hippindo ini sangat penting untuk menjaga pertumbuhan tetap sustain," imbuh Ratna.

Sebagai pilot project, Belanja di Indonesia Aja Hippindo telah berkolaborasi dengan Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah Provinsi DKI Jakarta dengan menyelenggarakan Jakarta International Investment, Trade, Tourism and SME Expo (JITEX) 2024 untuk menjadikan Jakarta Menjadi Kota MICE Global dengan didukung penandatanganan Nota Kesepahaman (MoU) antara HIPINDO - ASPERAPI - ASTINDO - APPBI.

Lebih lanjut, Budihardjo mengucapkan terima kasih kepada Menteri Koordinator Bidang Perekonomian RI Airlangga Hartarto yang telah terlibat dalam pengembangan kebijakan yang berdampak pada sektor ritel. Kebijakan-kebijakan ini bertujuan untuk mendorong pertumbuhan, meningkatkan efisiensi dan mendukung peritel besar dan usaha kecil, program Belanja di Indonesia Aja Tahun 2024-2029 ini untuk mendukung terwujudnya Jakarta Global City.

Menko Airlangga memainkan peran penting dalam membentuk sektor ritel Indonesia melalui pengembangan kebijakan, dukungan untuk bisnis lokal dan mempromosikan transformasi digital. Upaya-upayanya bertujuan untuk menciptakan lingkungan ritel yang dinamis dan kompetitif yang mendukung praktik ritel tradisional dan modern. Perannya dalam membentuk sektor ritel Indonesia dan kebijakan ekonomi yang lebih luas sangatlah besar.

"Pak Airlangga telah berperan dalam membentuk peraturan yang mempengaruhi operasi ritel, termasuk peraturan yang terkait dengan perdagangan, izin usaha dan perlindungan konsumen," jelasnya. Airlangga juga telah menjadi pendukung dalam mendukung usaha kecil dan menengah (UKM), yang sangat penting bagi sektor ritel.

Inisiatif-inisiatif di bawah kepemimpinan Menko Airlangga sering kali berfokus pada peningkatan akses keuangan, teknologi, dan pasar bagi UKM. Dia telah mendukung promosi produk buatan Indonesia, mendorong konsumsi lokal dan meningkatkan daya saing merek dalam negeri di pasar ritel.

Senada dengan Budi, Ali Murtopo mengenal Budihardjo sebagai sosok yang selalu menghadirkan ide-ide kreatif, termasuk dalam program Belanja di Indonesia Aja.

Apa yang saya sampaikan ini sebenarnya adalah penguatan dari apa yang telah disampaikan oleh Menko Airlangga yang menekankan pentingnya gerakan bersama dalam mendukung perekonomian nasional.

Menko juga menegaskan bahwa Kementerian Perekonomian sangat fokus pada peningkatan kesejahteraan masyarakat berpenghasilan menengah, karena mereka adalah aktor utama dalam perekonomian yang dapat membawa Indonesia menjadi negara maju pada tahun 2045.

Dengan konsumsi masyarakat yang menopang hampir 54 persen dari pertumbuhan ekonomi, fokus pada sektor ini menjadi sangat penting. Ini juga yang menjadi dasar kuat mengapa program Belanja di Indonesia Saja harus dilakukan secara masif dan terstruktur, agar target pertumbuhan ekonomi ke depan yang ditetapkan sebesar 8 persen dapat tercapai.

Menurut Ali Murtopo, Budihardjo bersama dengan para pemangku kepentingan lainnya, memahami bahwa untuk mencapai pertumbuhan yang merata, daya saing ekonomi perlu terus ditingkatkan, tidak hanya secara nasional tetapi juga di setiap daerah. Sebagai contoh, wilayah DKI Jakarta dan Jabodetabek telah keluar dari jebakan pendapatan menengah, namun masih banyak daerah lain yang perlu perhatian untuk mencapai hal yang sama. Dengan adanya 70 persen aktivitas sektor konsumsi yang berfokus di Jawa dan Nusa Tenggara, serta 10-15 persen di Sumatra, penting untuk mengelola daerah-daerah lain agar tidak tertinggal.

Ditambahkan Ali Murtopo, Budihardjo juga mengingatkan agar kita tidak hanya fokus pada ekspor, tetapi juga mengembangkan pasar dalam negeri yang sangat besar potensinya. Gerakan ini bukan hanya tentang mendongkrak daya saing ekspor, tetapi juga tentang memperkuat pasar domestik, menciptakan lapangan kerja dan memastikan pemerataan ekonomi di seluruh Indonesia. "Sinergi dan koordinasi antar daerah dan sektor menjadi kunci keberhasilan program ini, dan Pak Budihardjo siap menerima masukan serta saran untuk memperkuat gerakan ini," jelasnya.

Sementara itu, Ali juga menambahkan, program Belanja di Indonesia Aja yang diinisiasi oleh Hippiindo merupakan lanjutan dari Gerakan 'Bangga Buatan Indonesia' yang diluncurkan oleh Presiden Jokowi pada tahun 2020. Program ini bertujuan untuk mendukung perekonomian lokal, khususnya sektor retail dan UMKM yang menjadi tulang punggung ekonomi Indonesia, yang menyumbang 61 persen dari perekonomian nasional. Meskipun neraca perdagangan Indonesia mengalami surplus sebesar 54 juta USD pada tahun 2022, data tahun 2023 menunjukkan penurunan sekitar 35 persen menjadi 36 juta USD.

Penurunan ini memprihatinkan, terutama mengingat ketergantungan Indonesia pada produk impor yang seharusnya dapat disuplai oleh UMKM lokal, seperti mesin dan peralatan listrik, plastik dan bahan kimia organik. Gerakan ini mendorong intervensi pasar untuk membuka akses seluas-luasnya bagi produk UMKM agar dapat mendominasi pasar domestik, sekaligus mengurangi ketergantungan pada produk impor.

Data BPS 2022 mencatat bahwa sektor industri mikro dan kecil di Indonesia mencapai 4,33 juta usaha, dengan lima besar di antaranya bergerak di bidang makanan, kayu, pakaian jadi, tekstil dan industri pengolahan lainnya. "Dukungan terhadap sektor ini tidak hanya akan menciptakan lapangan pekerjaan tetapi juga memperkuat rantai pasok domestik, sejalan dengan tujuan gerakan Belanja di Indonesia Aja," terangnya.

Indonesia Retail Summit 2024 resmi dibuka oleh Presiden R.I. yang diwakili oleh Menko Perekonomian Airlangga Hartarto didampingi oleh Menteri Perdagangan yang diwakili oleh Direktur Jenderal Perdagangan Dalam Negeri Moga Simatupang pada tanggal 28 Agustus 2024.