

## UPAYA MEMPERLUAS PASAR PRODUK KEHUTANAN Melalui Teknologi Digital

ARTIKEL LAINNYA

FGD PENYUSUNAN RENCANA KEGIATAN *GREEN CLIMATE FUND* Provinsi Kalimantan Barat

### Editorial

Pada tahun 2020, FORCLIME mendukung Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan dalam menyelenggarakan Pelatihan Pemasaran Digital di Makassar. Pelatihan ini dimaksudkan untuk mendukung pemasaran produk-produk Kesatuan Pengelolaan Hutan (KPH) yang saat itu dituntut untuk mampu mandiri dari sisi finansial. Di beberapa daerah seperti Provinsi Sulawesi Tengah dan Provinsi Papua, pemasaran produk KPH juga ditempuh melalui pembentukan Galeri KPH.

Dengan keluarnya Undang-undang No. 11 tahun 2020 tentang Cipta Kerja, KPH tidak lagi memiliki kewenangan untuk mengembangkan bisnis. Perannya berubah menjadi fasilitator bagi investasi dan pengembangan usaha masyarakat seperti melalui Program Perhutanan Sosial. Perubahan peran tersebut juga terjadi pada sistem produksi dan pemasaran produk-produk HHBK olahan masyarakat dalam wilayah KPH. Sebagaimana Gerai KPH di Sulawesi Tengah dan Galeri Kreatif Kehutanan di Papua yang kemudian hadir menjadi fasilitator pemasaran produk-produk Kelompok Tani Hutan (KTH), Kelompok Usaha Perhutanan Sosial (KUPS) dan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) yang ada di berbagai wilayah kerja KPH.

Berkaitan dengan hal tersebut diatas, FORCLIME 4.0 menawarkan pengembangan kapasitas bidang pemasaran digital guna memperkuat layanan Gerai/Galeri Kreatif KPH dalam fasilitasi pemasaran produk KTH dan UMKM. Fokus pada pemasaran digital ini didasari pertimbangan keterbatasan akses pasar menjadi salah satu kendala dalam pengembangan

usaha oleh KTH/KUPS/UMKM. Di sisi lain, perkembangan teknologi digital berpotensi untuk mendukung usaha seperti melalui *marketplace* pemasaran *online*. *Marketplace* dalam pemasaran *online* semakin berkembang karena banyak manfaat yang dirasakan produsen, antara lain: Mempermudah operasional berusaha, pelaku usaha tidak perlu memiliki toko atau etalase; Bisa menjangkau calon pembeli di tingkat nasional dan internasional; Lebih hemat biaya pemasaran, pelaku usaha dapat memasarkan produk dengan memanfaatkan sosial media; Memperoleh banyak informasi mengenai tren terbaru, sehingga pelaku usaha akan lebih kreatif mengembangkan produknya dan sebagainya.

Sebagai sebuah teknologi baru, pemasaran digital ibarat pisau bermata dua karena membawa sejumlah manfaat, namun di saat yang sama juga menuntut agar produsen benar-benar sigap dalam melayani calon pembeli; harus menjaga kualitas produk dan layanan; mentaati aturan perizinan produksi dan menetapkan harga produk yang kompetitif. Oleh karenanya introduksi pemasaran digital ini perlu dilakukan secara bijak dan sistematis agar tidak menimbulkan dampak yang merugikan dan kontraproduktif.

Dalam jangka panjang, pengembangan kapasitas di bidang *Digital Marketing & eCommerce Management* yang ditujukan kepada pengelola galeri KPH, pendamping dari KPH dan KTH/KUPS/UMKM diharapkan dapat membantu memperluas cakupan wilayah dan omzet pemasaran produk dan pada akhirnya akan berkontribusi terhadap peningkatan kesejahteraan secara berkelanjutan bagi KTH/KUPS/UMKM di Sulawesi Tengah dan Tanah Papua.

**Edy Marbyanto**

Manajer bidang strategis, Pengembangan Kapasitas SDM

# Upaya Memperluas Pasar Produk Kehutanan Melalui Teknologi Digital

Pembelajaran dari pelaksanaan pelatihan dan pendampingan mengenai *Digital Marketing dan eCommerce Management* di Sulawesi Tengah dan Papua

**Wira Hakim**, Advisor Junior bidang Pengembangan Kapasitas SDM  
**Muhammad Yusuf**, Advisor Junior bidang Perhutanan Sosial dan Pengelolaan Hutan Lestari  
**Rut Ohoiwutun**, Advisor Junior bidang Perhutanan Sosial dan Hutan Adat, Papua  
**Edy Marbyanto**, Manajer bidang Strategis, Pengembangan Kapasitas SDM

## Mengapa FORCLIME mendukung pelatihan *Digital Marketing dan eCommerce Management*

Dalam rangka mendukung pemasaran produk kehutanan secara luas, sejak tahun 2019 KLHK telah mengembangkan kerja sama dengan salah satu jaringan pemasaran *online*. FORCLIME melihat inisiatif pemasaran *online* tersebut perlu semakin dikembangkan. Oleh karenanya FORCLIME mengadakan Pelatihan Dasar dan Pendampingan mengenai *Digital Marketing dan eCommerce Management* bagi mitra di daerah, termasuk staf Gerai/Galeri Kreatif KPH, pendamping masyarakat dari Kesatuan Pengelolaan Hutan (KPH) dan para pemegang izin perhutanan sosial di wilayah kerja FORCLIME di dua provinsi, yaitu: Sulawesi Tengah dan Papua .

Pengembangan pemasaran digital yang didukung FORCLIME merupakan salah satu kegiatan dari program pengembangan usaha bisnis (*business development*) untuk mendukung peningkatan kesejahteraan Kelompok Usaha Perhutanan Sosial atau Kelompok Tani Hutan dan Kelompok Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) yang didampingi oleh mitra kerja FORCLIME.

Di Provinsi Sulawesi Tengah, inisiatif untuk mendukung pengembangan usaha bagi Kelompok Tani atau pemegang Izin Perhutanan Sosial serta UMKM adalah dengan mengembangkan Gerai KPH Sulteng yang berada di Kota Palu. Gerai ini dikelola oleh Koperasi Rimbawan di bawah Dinas Kehutanan Provinsi Sulawesi Tengah dan didirikan untuk mendukung pemasaran produk-produk



Atas: Pelatihan *Digital marketing dan eCommerce Management* di Palu (kiri) dan di Jayapura (kanan). Bawah: Galeri Kreatif KPH di Papua (kiri) dan di Palu (Kanan).—Koleksi FORCLIME



Kelompok Tani/KUPS/UMKM. Selama ini Gerai ini menjual berbagai produk dari Kelompok Tani Hutan seperti gula aren, madu, kopi, teh kelor, dan minyak kayu putih. Selain produk tersebut, terdapat pula produk dalam bentuk Kerajinan berbahan dasar bambu, rotan dan limbah kayu. Pemasaran produk tersebut sebagian besar dilaksanakan secara langsung (*offline*) dimana pembeli datang ke toko. Sudah terdapat inisiatif pemasaran secara *online* namun masih terbatas jumlahnya.

Pendekatan yang sama juga dilakukan di Provinsi Papua. Untuk mendukung pengembangan usaha bagi Kelompok Tani atau pemegang Izin Perhutanan Sosial serta UMKM, Dinas Kehutanan dan Lingkungan Hidup Provinsi Papua melalui Koperasi Rimbawan mengembangkan Galeri Kreatif Kehutanan Provinsi Papua yang lebih dikenal dengan Toko Pusat Oleh-oleh Papua di Jayapura. Selama ini Toko Pusat Oleh-oleh Papua ini menjual berbagai produk dari Kelompok Tani Hutan seperti madu,

kopi, tepung sagu, minyak kayu putih, nastar sagu dan berbagai makanan olahan berbahan dasar panganan lokal Papua. Pemasaran produk tersebut sebagian besar juga masih dilaksanakan secara langsung (*offline*) dimana pembeli datang ke Galeri, beberapa swalayan lokal yang bekerja sama dengan Galeri dan hanya sebagian kecil dijual secara *online*.



Melihat inisiatif pemasaran produk KUPS/KTH dan UMKM di Sulawesi Tengah dan Papua tersebut, FORCLIME merasa perlu untuk memberikan dukungan pengembangan kapasitas dalam pemasaran secara digital bagi staf Galeri/Toko Oleh-oleh, staf pendamping dari KPH dan KUPS/KTH/KUPS. Melalui pengembangan kapasitas ini, diharapkan Galeri KPH/Toko Oleh-oleh dan KUPS/KTH/UMKM bisa memanfaatkan kemajuan teknologi digital sebagai peluang untuk memperluas cakupan wilayah pasaran dan pada akhirnya akan dapat meningkatkan omzet produk mereka tersebut.

### Tujuan pengembangan kapasitas bidang *Digital Marketing* dan *eCommerce Management*

Tujuan pengembangan kapasitas ini adalah meningkatkan kapasitas mitra di daerah (khususnya Galeri KPH di Papua dan Sulawesi Tengah) dalam meningkatkan layanan dan memperluas cakupan wilayah pemasaran melalui pemasaran digital terhadap produk-produk olahan hasil hutan bukan kayu yang diproduksi oleh kelompok masyarakat (KUPS/KTH/UMKM) di desa dampingan, sehingga Galery KPH dan KUPS/KTH/UMKM mampu menjalankan usahanya secara berkelanjutan.







Keluaran yang ingin diperoleh dari pengembangan kapasitas ini adalah peserta mampu untuk:

-  • Mengembangkan materi promosi untuk pemasaran digital.
-  • Memilih dan mengoperasikan *platform* yang sesuai untuk mempromosikan dan memasarkan produk mereka.
-  • Menentukan harga yang kompetitif untuk produk mereka.
-  • Menyusun dan mengoperasikan *standards operation procedure* (SOP) layanan digital marketing (menerima *order-packing-sending-payment*).
-  • Menyusun dan mengoperasikan SOP penanganan pengaduan.
-  • Menyusun dan mengoperasikan SOP pengelolaan stok.
-  • Menyusun dan mengoperasikan SOP pembukuan sederhana.



Kegiatan pengembangan kapasitas di bidang pemasaran digital ini dilaksanakan dalam bentuk pelatihan dan pendampingan bekerja sama dengan Dinas Kehutanan Provinsi Sulawesi Selatan dan Dinas Kehutanan dan Lingkungan Hidup Provinsi Papua. Dalam sesi pelatihan para pengajar lebih banyak memberikan materi atau transfer pengetahuan kepada peserta. Sedangkan dalam sesi pendampingan, peserta mempraktikkan materi pelatihan yang telah dipelajari dengan didampingi oleh Tim Pengajar, sehingga bila peserta mengalami kesulitan atau mempunyai gagasan baru, mereka bisa langsung mendiskusikannya dengan tim pengajar.

Pelatihan dan pendampingan untuk mitra di Provinsi Sulawesi Tengah dan mitra di Provinsi Papua dilaksanakan secara terpisah. Penguatan kapasitas di bidang pemasaran digital di Sulawesi Tengah dan Papua dilakukan dalam beberapa tahapan yakni:

-  • Pelatihan Dasar Pemasaran Digital dan *eCommerce Management*.
-  • Pendampingan (*mentoring*) Tahap 1 secara tatap muka.
-  • Pelatihan Lanjutan Pemasaran Digital dan *eCommerce Management*.
-  • Pendampingan (*mentoring*) Tahap 2 secara tatap muka.

**Pelaksanaan pelatihan *Digital Marketing dan eCommerce Management***

<b>Pelatihan Dasar <i>Digital Marketing dan eCommerce Management</i></b>	Palu, 26 – 29 September 2022	25 orang	Pengelola Gerai KPH, Pendamping masyarakat dari KPH dan KUPS/ KTH/UMKM Sulteng
<b>Pendampingan Tahap 1</b>	Palu, 1 – 4 November 2022	25 orang	Pengelola Gerai KPH, Pendamping masyarakat dari KPH dan KUPS/ KTH/UMKM Sulteng



<b>Pelatihan Dasar <i>Digital Marketing dan eCommerce Management</i></b>	Jayapura, 25-28 Oktober 2022	20 orang	Pengelola Pusat Toko Oleh-oleh/ Gerai KPH, Pendamping masyarakat dari KPH dan CDK, KTH dari sekitar Jayapura dan Merauke
<b>Pendampingan Tahap 1</b>	Jayapura, 23-25 November 2022	20 orang	Pengelola Pusat Toko Oleh-oleh/ Gerai KPH, Pendamping masyarakat dari KPH dan CDK, KTH dari sekitar Jayapura dan Merauke

**Materi pelatihan dasar**

Pelatihan *Digital Marketing dan eCommerce Management* dilaksanakan oleh PT. Sarana Infotekno Mitra Solusi (SIMS), sebuah lembaga konsultan yang bergerak dalam pengembangan *digital marketing*.

**Materi yang disajikan dalam pelatihan dasar (*basic training*), mencakup:**



**Dasar-dasar *Digital Marketing*:** pengertian *digital marketing*, arti penting *digital marketing* bagi usaha, perbedaan antara pemasaran tradisional dan pemasaran digital, melakukan riset produk (kata kunci) secara *online* dan melakukan riset kompetitor secara *online*.



**Product Marketing:** pengertian *Product Marketing*, tahapan *product development*, berbagai strategi *product marketing* dan cara membangun *brand* melalui *product marketing*.



**Optimasi Facebook (FB):** Cara promosi di *Marketplace* FB, menemukan calon konsumen potensial dan cara menulis status yang menarik minat dan berpotensi viral di FB



**Optimasi Instagram:** strategi pengelolaan akun Instagram, cara membuat akun Instagram untuk berjualan, cara optimasi berbagai jenis akun Instagram dan cara menemukan calon konsumen tertarget di Instagram.



**Upload produk ke marketplace online (Tokopedia):** cara membuat dan melakukan *setting* akun Tokopedia, cara meng-*upload* produk di Tokopedia dan tips & trik berjualan di Tokopedia.



**Content Marketing: pengertian *Content Marketing*,** cara menggali ide konten sesuai produknya masing-masing, membuat konten berbasis teks, gambar dan video, serta membuat kalender konten.



**Marketing Analytics: Menganalisis *subscriber/ follower*** di media sosial (menganalisis kinerja akun Instagram, akun Facebook, akun Youtube, akun Tiktok)



**Upload produk ke marketplace online (Shopee):** cara membuat dan melakukan *setting* akun Shopee, cara meng-*upload* produk di Shopee dan tips & trik berjualan di Shopee.



**Mengenal *e-commerce*:** pengertian *eCommerce*, contoh-contoh *eCommerce* dan manfaat *eCommerce*.



**Optimasi Tiktok:** cara membuat akun TikTok, membuat video, memposting video hingga menjual produk di TikTok.



**Optimasi Youtube:** cara membuat *channel* Youtube, cara membuat video sederhana, cara memposting video mengikuti kaidah SEO Youtube dan cara membangun *channel* Youtube.

### Materi pendampingan dasar (mentoring) *Digital Marketing dan eCommerce Management*

Pada sesi pendampingan dasar (*basic coaching*), pendampingan difokuskan untuk memaksimalkan akun media sosial masing-masing peserta. Mereka menampilkan kondisi terkini akun media sosial dan akun di *marketplace* yang sudah dibuat sebelumnya. Para peserta diminta menunjukkan hasil yang telah dipraktikkan berdasarkan materi yang disampaikan dalam pelatihan sebelumnya. Dengan cara ini, kemajuan hasil serta kendala yang dihadapi oleh masing-masing peserta dalam menerapkan materi yang telah diberikan dapat didiskusikan bersama.



### Hasil evaluasi pelatihan

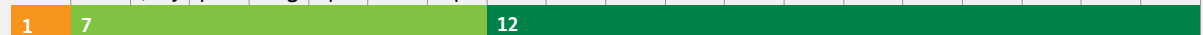
Materi Pelatihan Dasar *Digital Marketing dan eCommerce Management* dirasakan sangat menarik bagi sebagian besar peserta pelatihan di Sulawesi Tengah dan Papua. Mereka merasakan materi yang disampaikan sesuai dengan tujuan pelatihan dan kebutuhan mereka. Hasil evaluasi juga menunjukkan bahwa sebagian besar peserta ingin menerapkan pengetahuan dan keterampilan yang didapat selama pelatihan dalam pekerjaan mereka. Ekpresi yang sama juga diberikan sebagian besar peserta Pendampingan *Digital Marketing dan eCommerce Management*.



#### Hasil evaluasi Pelatihan Dasar Digital Marketing di Sulawesi Tengah (total responden: 20)

■ Sangat tidak setuju   
 ■ Tidak setuju   
 ■ Netral   
 ■ Setuju   
 ■ Sangat setuju

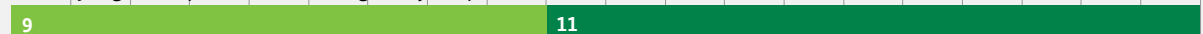
Secara umum, saya puas dengan pelaksanaan pelatihan



Saya memahami tujuan pelatihan dan pembelajaran



Materi yang disampaikan sesuai dengan tujuan pelatihan



Materi yang disampaikan sesuai dengan kebutuhan saya



Pelatih menyampaikan materi dengan baik dan jelas



Pelatih menyampaikan materi dengan metode yang beragam dan menarik



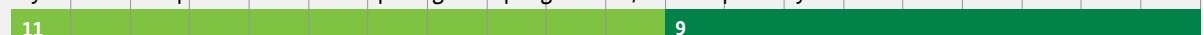
Saya mendapatkan peningkatan pengetahuan/keterampilan dari pelatihan ini



Saya berkeinginan untuk menerapkan pengetahuan/ keterampilan dari pelatihan ini dalam pekerjaan saya



Saya akan mendapatkan manfaat dari peningkatan pengetahuan/keterampilan saya



0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20

#### Hasil evaluasi Pendampingan Tahap 1 di Sulawesi Tengah (responden: 17)

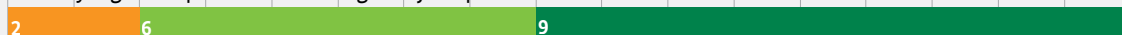
Secara umum, saya puas dengan pelaksanaan pelatihan



Saya memahami tujuan pelatihan dan pembelajaran



Materi yang disampaikan sesuai dengan tujuan pelatihan



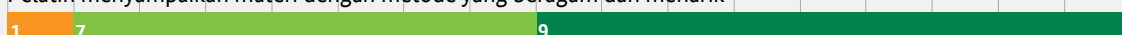
Materi yang disampaikan sesuai dengan kebutuhan saya



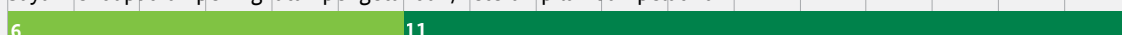
Pelatih menyampaikan materi dengan baik dan jelas



Pelatih menyampaikan materi dengan metode yang beragam dan menarik



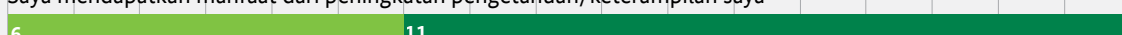
Saya mendapatkan peningkatan pengetahuan/keterampilan dari pelatihan



Saya berkeinginan untuk menerapkan pengetahuan/ keterampilan dari pelatihan ini dalam pekerjaan saya



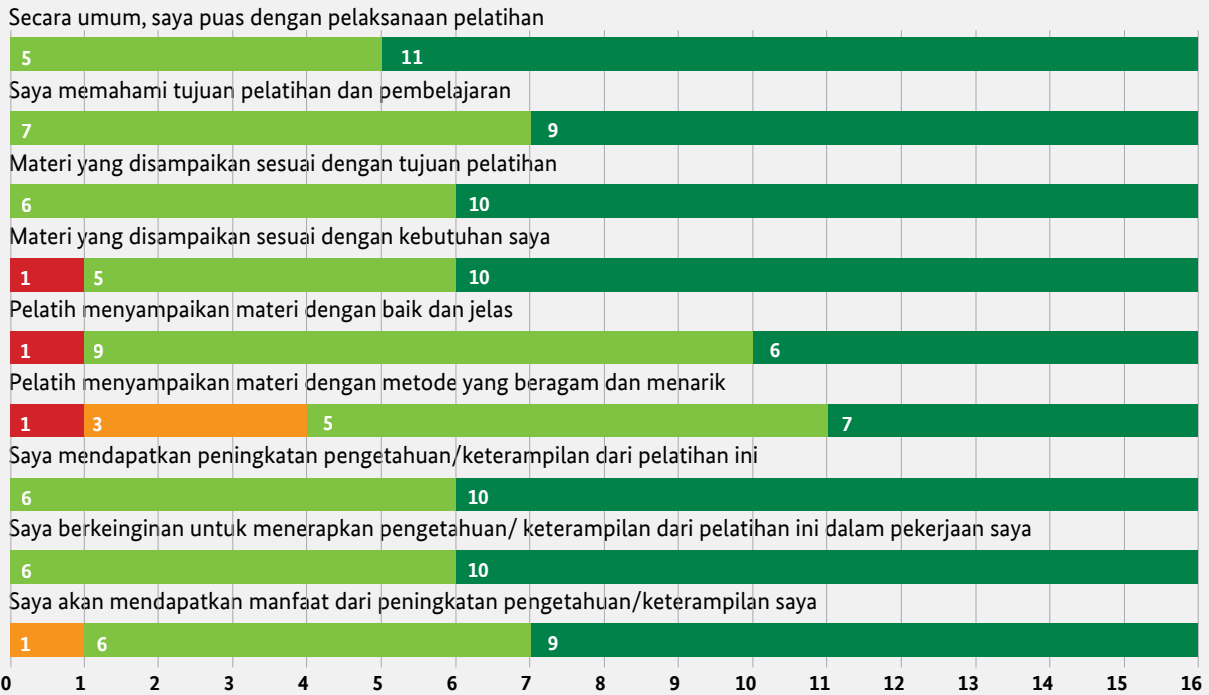
Saya mendapatkan manfaat dari peningkatan pengetahuan/keterampilan saya



0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17

### Hasil evaluasi Pelatihan Dasar Digital Marketing di Papua (responden: 16)

■ Sangat tidak setuju   
 ■ Tidak setuju   
 ■ Netral   
 ■ Setuju   
 ■ Sangat setuju



### Hasil evaluasi Pendampingan Tahap 1 di Papua (responden: 11)



**Tantangan yang dihadapi dalam pengembangan pemasaran digital**  
 Pemanfaatan teknologi digital untuk mendukung pemasaran produk kehutanan khususnya Hasil Hutan Bukan Kayu (HHBK) ini, mempunyai sisi positif: (1) Dapat memperluas cakupan wilayah promosi dan pemasaran ke tingkat regional, nasional bahkan internasional; (2) Promosi bisa dilakukan dengan menunjukkan

gambar visual dan audio visual yang menarik bagi calon pembeli; (3) Informasi harga barang, pemesanan, negosiasi dan pengiriman barang bisa dilakukan dengan cepat dan *real time*; (4) Produsen bisa memproduksi barang sesuai jumlah pesanan sehingga lebih efisien dari sisi pembiayaan; (5) Produsen bisa mendapatkan umpan balik dari pembeli atas barang yang diproduksinya secara cepat.

Meski demikian, pemasaran dengan teknologi digital juga menghadapi sejumlah tantangan seperti; (1) Untuk bisa memanfaatkan teknologi digital diperlukan adanya koneksi internet atau sinyal. Untuk Galeri KPH yang terletak di kota, persoalan koneksi internet tidak menjadi masalah. Namun bagi Kelompok Tani Hutan yang tinggal di daerah pelosok, mereka sering kesulitan berkomunikasi dengan Galeri KPH atau dengan pembeli karena sinyal yang lemah; (2) Kecepatan penanganan pemesanan merupakan salah satu kunci penting dalam pemasaran digital. Hal ini menuntut adanya *Standard Operating Procedures* dan pembagian tugas yang jelas antara Galeri KPH dan Kelompok Tani Hutan dalam penanganan pemesanan produk; (3) Pembeli melalui pemasaran *online* merupakan orang yang kritis. Mereka punya ekspektasi tinggi terhadap harga barang yang dibeli. Oleh karenanya Kelompok Tani Hutan sebagai produsen dituntut mampu menjaga kualitas produknya dan memenuhi kaidah perizinan usaha tertentu; (4) Pembeli *online* menyukai produk yang mempunyai tampilan menarik. Sehingga selain berkualitas tinggi, produk dari KTH dituntut mempunyai kemasan yang menarik; (5) Untuk KTH dan produsen di Indonesia Timur, karena keterbatasan akses transportasi, ongkos kirim barang ke pembeli sangat mahal, sehingga harga produksi seringkali tidak bisa bersaing dengan produsen dari Indonesia Barat maupun dari Indonesia Tengah. Terbatasnya akses

transportasi ini juga mempengaruhi lamanya pengiriman barang; (6) Teknologi digital sudah banyak dikenal oleh generasi milenial. Namun teknologi ini seringkali susah diikuti oleh anggota KTH/UMKM yang pendidikannya terbatas dan sudah lanjut usia.

#### Rencana tindak lanjut

Sampai akhir tahun 2022, kegiatan pengembangan kapasitas bidang pemasaran digital yang sudah dilaksanakan berupa Pelatihan Dasar Digital Marketing dan eCommerce Management dan Pendampingan (Mentoring) Tahap 1 di Provinsi Sulawesi Tengah dan Propinsi Papua. Pada tahun 2023, kegiatan tersebut akan ditindaklanjuti dengan pelatihan dan pendampingan tahap ke-2 di provinsi yang sama.

Diharapkan melalui pelatihan *Digital Marketing dan E-Commerce Management* ini dapat memberi manfaat, terutama dalam meningkatkan daya jual produk-produk olahan hasil hutan bukan kayu yang dihasilkan oleh kelompok masyarakat mitra KPH dan kelompok masyarakat pemegang izin perhutanan sosial di desa-desa dukungan FORCLIME. Semoga dengan pelatihan ini bisa memberikan kontribusi positif bagi peningkatan kesejahteraan masyarakat serta pembangunan lingkungan hidup dan kehutanan di Indonesia, khususnya di Provinsi Sulawesi Tengah dan Tanah Papua .



Pelatihan Digital marketing dan eCommerce Management.—Koleksi FORCLIME

# FGD Penyusunan Rencana Kegiatan *Green Climate Fund* Provinsi Kalimantan Barat

Melanjutkan proses penyusunan proposal dan studi kelayakan proyek pendanaan iklim kepada Green Climate Fund (GCF), FORCLIME mendukung Dinas Lingkungan Hidup dan Kehutanan (DLHK) Provinsi Kalimantan Barat menyelenggarakan FGD untuk menyusun rencana kegiatan detail di masing-masing komponen proyek. FGD dilaksanakan di Pontianak selama dua hari tanggal 30-31 Januari 2023. Kegiatan dilaksanakan secara hybrid dan dihadiri oleh Kementerian Lingkungan Hidup Kehutanan (KLHK) secara *online* serta dihadiri secara langsung oleh institusi pemerintah provinsi lainnya, akademisi, NGO, dan mitra pembangunan terkait.

Kegiatan dibuka oleh Sekretaris DLHK Provinsi Kalimantan Barat, Bapak Amung Hidayat, SP, MM., yang memberikan arahan dan tujuan pelaksanaan kegiatan, dan dilanjutkan dengan arahan dan presentasi dari Kementerian Lingkungan Hidup Kehutanan, yang diwakili oleh Direktur Mobilisasi Sumber Daya Sektor dan Regional, Direktorat Jenderal Pengendalian Perubahan Iklim, Bapak Dr. Wahyu Marjaka, M.Eng.

Kegiatan FGD selama dua hari ini bertujuan untuk mendapatkan masukan dari para pihak terkait usulan kegiatan proyek GCF dengan memperhatikan dokumen perencanaan provinsi lainnya, seperti

Rencana Kegiatan Anggaran OPD Provinsi, Rencana Operasional FOLU Net Sink Provinsi Kalimantan Barat dan Strategi dan Rencana Aksi Provinsi REDD+. Selain menyusun dan membahas rencana internal tingkat provinsi, dalam pertemuan ini juga dilakukan pertukaran informasi dengan tim konsultan penyusun studi kelayakan proyek. Dengan adanya pembahasan secara bersamaan dan sinkron, diharapkan kegiatan proyek GCF dapat mendukung pencapaian Indikator Kinerja Utama Provinsi Kalimantan Barat, terutama target kinerja untuk aksi adaptasi dan mitigasi perubahan iklim.

Tindak lanjut dari kegiatan ini adalah mengintegrasikan masukan dan hasil diskusi bersama para pihak selama FGD ke dalam proposal kegiatan GCF. Selain proposal dan studi kelayakan, saat ini proses yang sedang berlangsung untuk mendukung pengajuan proyek GCF adalah penyusunan dokumen Kerangka Pengaman Lingkungan dan Sosial (ESS), Kajian Resiko dan Kerentanan Dampak Iklim (CRVA), Rencana Masyarakat Adat (IPP) dan Kajian Gender dan Rencana Aksi Gender (GA-GAP).

Untuk informasi lebih lanjut, silakan hubungi:

1. **Jumtani**, Advisor Bidang Pengelolaan Hutan Lestari dan Focal Point GCF
2. **Wandojo Siswanto**, Manajer Strategis untuk Kebijakan Kehutanan dan Perubahan Iklim



FORCLIME Forests and Climate Change Programme  
Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH  
Mangala Wanabakti Building, Block VII, 6th Floor  
Jln. Jenderal Gatot Subroto, Jakarta 10270, Indonesia  
Tel: +62 (0)21 572 0212, +62 (0)21 572 0214  
Fax: +62 (0)21 572 0193  
www.forclime.org

FORCLIME Kerja Sama Teknis (TC) adalah program yang dilaksanakan oleh Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan Republik Indonesia dan GIZ, dan didanai oleh Kementerian Federal Jerman untuk Kerja Sama Ekonomi dan Pembangunan (BMZ).

Surel korespondensi: [ratu.widyawati@giz.de](mailto:ratu.widyawati@giz.de)