

BAB IV
STRATEGI GAEKI DALAM MENGEMBANGKAN
PASAR KOPI INDONESIA DI LUAR NEGERI
TAHUN 2015-2016

Perdagangan bebas merupakan suatu awal kesepakatan untuk mengurangi hambatan dalam segala aspek perdagangan, hal ini dilakukan setiap negara guna mempermudah perdagangan yang akan dilakukan. Seiring berjalannya waktu dan perubahan zaman, kini perdagangan yang melewati batas wilayah suatu negara dapat dilakukan oleh organisasi pemerintah, organisasi non pemerintah atau kelompok dari individu dan individu itu sendiri tidak hanya negara yang dapat melakukan perdagangan. Dengan disepakatinya pada tahun 1995 dibentuklah suatu wadah yang mengatur jalannya perdagangan yaitu WTO(World Trade Organization).

Perdagangan kopi antar bangsa yang telah di mulai jauh sebelum Indonesia hadir menjadi sebuah negara. Untuk perdagangan kopi belum diatur sedemikian rupa seperti perdagangan kopi dewasa ini. Organisasi yang telah mengatur perdagangan kopi yang saat ini menjadi pusat untuk perdagangan kopi yaitu ICO(International Coffee Organization). ICO telah mengatur perdagangan kopi jauh sebelum WTO hadir. ICO sendiri didirikan pada tahun 1963 yang mana organisasi ini 32 tahun lebih dulu hadir dari pada WTO. Semua perdagangan kopi telah diatur oleh ICO mulai dari kuantitas hingga kuliatas, meskipun untuk hari pembatasan kuota untuk ekspor tidak berlaku lagi.

Rantai pasok kopi Indonesia memiliki banyak sekali tahapan mulai dari petani kopi sampai pada konsumen dalam negeri ataupun luar negeri. Untuk dalam negeri sendiri rantai pasok harus melalui petani-pengumpul-pedagang buah kopi-agroindustri-pedagang besar-pedagang pengecer barulah sampai pada konsumen. Untuk perdagangan ke luar negeri yaitu petani kopi-pengumpul-pedagang buah kopi-agroindustri-eksporti-konsumen atau importir.

Eksportir dapat dikatakan tidak mampu untuk melakukan ekspor tanpa sebuah wadah meskipun perusahaan sekalipun. Jadi dalam mengekspor kopi membutuhkan pemerintah atau negara yang mana negara akan memilih sebuah asosiasi eksportir untuk melakukan

promosi dan penjualan tersebut. GAEKI yang kini menjadi partner atau mitra dari pemerintah untuk memasarkan kopi diluar negeri. GAEKI menjadi mitra pemerintah pada tahun 2012³⁹. GAEKI ditunjuk menjadi Delegasi dari Indonesia sebagai perwakilan private sector untuk hadir pada forum PSCB(Private Sector Consultative Board).

GAEKI kini merupakan salah satu organisasi yang resmi menjadi partner pemerintah dan satu-satunya yang menjadi perwakilan di PSCB. Organisasi yang terbilang baru seumur sebiju jagung ini terbilang memiliki yang prestasi yang gemilang setelah kita melihat GAEKI menjadi satu-satunya perwakilan Indonesia di PSCB dan menjadi partner pula dengan ICO.

Dengan adanya penurunan ekspor pada tahun 2014 seperti yang telah di jelaskan pada bab sebelumnya, GAEKI memiliki tanggung jawab untuk meningkatkan ekspor kopi. Meskipun dalam pasar kopi terbilang adanya ketergantungan terhadap produsen kopi yang mana negara pengimpor kopi atau konsumen tersebut hanya bisa mendapatkan kopi melalui produsen kopi atau dari negara pengeksport sedangkan permintaan dan konsumsi kopi selalu meningkat setiap tahunnya. Oleh karena itu GAEKI dengan pasar kopi yang sudah jelas antara konsumen dan produsen harus meningkatkan bahkan bisa menguasai pasar kopi dunia. Pada tahun 2014 posisi Indonesia yang hanya menduduki posisi 6 yang mengeksport kopi ke USA dengan volume 66,847ton⁴⁰. Sedangkan Vietnam mampu mengeksport kopi ke USA 4 kali lebih besar dari pada Indonesia..

GAEKI telah melakukan kerja sama dengan VICOFA sejak tahun 2015 yang mana kerjasama ini di lakukan oleh AEKI. Pada perjanjian ini dilakukan oleh AEKI namun pada sisi yang GAEKI adalah satu-satunya aktor sah yang menjadi partner atau perwakilah dari Indonesia. Sehingga setelah MOU yang di tanda tangani AEKI

³⁹ GAEKI. 2012. Aktifitas. <http://gaeki.or.id/aktifitas/> diakses pada 16 agustus 2018.

⁴⁰ International Trade Centre. 2017. List of supplying markets for a product imported by United States of America. https://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_TS.aspx?nvpm=1|842|||0901||4|1|1|1|2|1|2|1|1. Diakses 17 agustus 2018.

di lantukan oleh GAEKI. GAEKI melakukan kerjasama ini memiliki pertimbangan sendiri yang mampu menyetujui kesepakatan tersebut. Lantas pertimbangan tersebut ada 3 yaitu:

A. Capability (kemampuan)

Vietnam memiliki kemampuan yang luar biasa dalam produksi kopi dengan lahan yang dua kali lebih kecil dibandingkan dengan Indonesia. Tanaman kopi memiliki karakteristik yang sama untuk disetiap negara. Meskipun setiap negara memiliki karakteristik unsur tanah yang berbeda maka hanya akan menghasilkan rasa yang berbeda dibandingkan dengan negara lain. Tetapi untuk ketinggian dari permukaan laut tanaman kopi relatif sama.

Ketinggian tempat, suhu udara, dan curah hujan yang standar untuk pertumbuhan dan produksi tanaman kopi kondisinya harus sesuai dengan jenis kopi yang akan ditanam. Ketinggian tempat untuk kopi memang bervariasi berdasarkan dari jenis kopi, jenis Robusta 100 – 600 mdpl, Arabika 1.000 – 2.000 mdpl dan Liberika 0 – 900 mdpl. Kondisi tersebut menyebabkan suhu udara untuk ke tiga jenis kopi berbeda sama sama lainnya yaitu masing-masing berkisar 21 – 24; 15 – 25 dan 21 – 30°C. Curah hujan yang dibutuhkan kopi Robusta dan Arabika sama yaitu berkisar 1.250 – 2.500 mm/tahun sedangkan untuk kopi Liberika nilainya lebih tinggi yaitu berkisar 1.250 – 3.500 mm/tahun. Bulan kering (curah hujan kurang dari 60 mm/bulan) untuk kopi Robusta dan Liberika sama yaitu sekitar 3 bulan/tahun sedangkan untuk kopi Arabika berkisar 1- 3 bulan/tahun⁴¹.

Memiliki standarisasi yang memang sama untuk tanaman kopi di setiap negara, namun untuk kemampuan produksi di setiap memiliki perbedaan yang sangat jelas. Kemampuan produksi tidaklah sama dimiliki setiap negara atau petani yang mana teknologi dan pengetahuan memang mempengaruhi hasil dari produksi biji kopi meskipun dengan jumlah luas yang sama.

⁴¹ <http://balittri.litbang.pertanian.go.id/index.php/berita/info-teknologi/474-persiapan-dan-kesesuai-lahan-tanaman-kopi>

Tahun 2016 Indonesia hanya menghasilkan kopi dengan luas 1.233.294 ha di antaranya 1,19 juta/ha dimiliki oleh rakyat atau perkebunan rakyat dengan produktivitas hanya 0,7 ton/ha. Sedangkan Vietnam dengan luas areal kira-kira dua kali lebih kecil dibandingkan Indonesia mampu menghasilkan kopi rata-rata 2,7 Ton/ha⁴². Dalam hal ini terlihat jelas bahwa kemampuan dari segi manapun Vietnam 3 kali lebih unggul dibandingkan Indonesia.

Vietnam yang mendapatkan bantuan dari World Bank untuk meningkatkan hasil pertanian melalui sebuah proyek yang bernama ACP (*Agriculture Competitiveness Project*). Terdapat 4 komponen yang diterapkan oleh WB guna menjadikan produk agrikultur dapat bersaing dan mampu mensejahterakan petani tentunya. 4 komponen yang akan ditingkat dan kemudian menjadi suatu kemajuan yang telah diraih oleh vietnam ialah⁴³:

1. *Enhancement of Agricultural Technology*
2. *Support to Productive Partnerships*
3. *Provision of Critical Infrastructure*
4. *Support for Project Management and Institutional Strengthening.*

ACP bertujuan untuk memperkuat daya saing petani kecil di provinsi proyek yang terpilih melalui pengembangan teknologi pertanian, mendorong pembentukan organisasi petani dan keterkaitan mereka dengan agribisnis, dan penyediaan infrastruktur publik.

Proyek ini menggunakan pendekatan partisipatif terdesentralisasi yang memungkinkan kepemilikan lokal yang kuat, fleksibilitas, fokus spesifik lokasi dan ruang lingkup untuk

⁴² VietnamNet. 2017. *Vietnam vows to reorganize coffee production*. <http://english.vietnamnet.vn/fms/business/178490/vietnam-vows-to-reorganize-coffee-production.html> diakses pada 18 agustus 2018

⁴³ World Bank. 2015. *Vietnam - Agriculture Competitiveness Project* (English). Washington, D.C. : World Bank Group. <http://documents.worldbank.org/curated/en/613891467998481010/Vietnam-Agriculture-Competitiveness-Project>

penyebaran solusi inovatif. Ini juga memberi peluang bagi perusahaan kecil dan petani di daerah yang kurang berkembang untuk mempercepat pertumbuhan.

Menyadari tantangan potensial dalam memperkenalkan berbagai konsep baru, proyek ini mengikuti pendekatan bertahap, yang dimulai di empat provinsi dalam dua tahun pertama. Pelajaran yang diperoleh dari pelaksanaan proyek awal di provinsi-provinsi ini membantu menginformasikan dan mempercepat implementasi di set kedua dari empat provinsi.

Proyek ini memilih pilihan yang terbuka dari beberapa komoditas, teknologi dan rantai nilai untuk mendapat dukungan. 'membiarkan pasar mengambil pemenang' memungkinkan berbagai kegiatan yang didorong oleh permintaan dan aktifitas pasar yang akan menentukan dalam memberikan peluang bagi pemangku kepentingan yang lebih kecil agar mendapatkan dukungan sambil menghindari memilih mitra yang salah.

Proyek ini membantu memperkuat daya saing petani kecil dengan bidang-bidang utama berikut:

1. Sebanyak 154 paket ekstensi teknologi telah diimplementasikan. Lebih dari 93.400 petani dilatih tentang teknologi modern - sebagian besar dalam pertanian berkelanjutan. Rata-rata, di mana teknologi diterapkan, para petani menyadari peningkatan 17 persen dalam hasil dan peningkatan 22 persen dalam nilai penjualan.
2. Di Can Tho, emisi gas rumah kaca diukur bekerja sama dengan Can Tho University. Hasil penelitian menunjukkan bahwa di pertanian padi mengadopsi teknologi baru, emisi gas rumah kaca berkurang hingga 60 hingga 90 persen.
3. Proyek ini berhasil membentuk 98 kemitraan produktif berdasarkan permintaan antara organisasi petani dan perusahaan agribisnis. Berkat kualitas yang lebih tinggi dan biaya transaksi yang lebih rendah, petani yang berpartisipasi menyadari kenaikan harga 10 persen dan hampir 20 persen peningkatan nilai total penjualan.
4. Lebih dari 95.000 petani mendapat manfaat dari peningkatan infrastruktur, di mana sebagian besar adalah jalan akses pedesaan / pasar. Investasi ini menghasilkan pengurangan

kerugian pasca panen, waktu transportasi dan biaya transportasi masing-masing sebesar 31, 20, dan 29 persen.

Dari 4 komponen tersebut menghasilkan sebuah teknologi dalam pertanian yang disebut *automatic saving water system*. ACP (*Agriculture Competitiveness Project*) Diimplementasikan dari 2008 hingga 2014 teknologi pertanian modern untuk meningkatkan produktivitas dan melindungi lingkungan. Lebih dari 93.400 petani dilatih tentang teknik pertanian berkelanjutan dan teknologi baru. Proyek ini juga berhasil membentuk 98 kemitraan berdasarkan permintaan antara organisasi petani dan perusahaan agribisnis, yang membantu meningkatkan harga produk sebesar 10 persen dan total nilai penjualan hampir 20 persen⁴⁴.

Sistem penyimpanan air otomatis ini memiliki jangkauan kemampuan yang sangat luas yaitu untuk meningkatkan operasi, manajemen air yang lebih baik dan efisiensi dari irigasi. Praktek Teknologi ini di terapkan pada irigasi pertanian yang memiliki fokus pada teknik, agronomi, manajemen dan lembaga. Kesuksesan dari praktek ini bergantung pada tingkat pembauran atau saling terintegrasi dan dimensi sosial ekonomi lokal atau daerah penerapan teknologi tersebut⁴⁵.

Petani Trinh Thi Hoi dari Provinsi Daklak mengatakan dari Dengan dukungan dari proyek ini, kami mulai menggunakan teknologi hemat air otomatis melalui pipa bawah tanah untuk setiap pohon berdasarkan kebutuhannya. Metode penyiraman otomatis ini menghemat sekitar 30 hingga 40 persen air, pupuk dan tenaga kerja. Volume dan laba penjualan kami telah meningkat. sebesar 30 persen⁴⁶.

⁴⁴ Ibid

⁴⁵ Kulkarni, S. (2011). Innovative Technologies for Water Saving in Irrigated Agriculture. *International Journal of Water Resources and Arid Environments*. 1. 226-231.

⁴⁶ World Bank. 2015. Vietnam - Agriculture Competitiveness Project (English). Washington, D.C. : World Bank Group.
<http://documents.worldbank.org/curated/en/613891467998481010/Vietnam-Agriculture-Competitiveness-Project>

B. Compability (keserasian)

Vietnam Coffee - Cocoa Association adalah organisasi non-pemerintah, nirlaba dan mewakili perusahaan, organisasi ekonomi dan entitas yang memproduksi, mengolah dan melakukan bisnis jasa ekspor, Melakukan penelitian dan teknologi serta sebagai organisasi yang melakukan pelatihan di sektor kopi.

Asosiasi ini didirikan atas dasar sukarela untuk memastikan efektifitas koordinasi dalam produksi dan kegiatan bisnis di pasar domestik dan luar negeri. Vicofa diharapkan dapat menjadi kesatuan kesadaran dan tindakan, menghindari persaingan dan penjualan yang tidak adil dan spekulasi yang merusak kepentingan bersama. Vicofa yang secara bersama menentang monopoli, perselisihan pasar, perilaku ofensif dari kepentingan bisnis. Secara bersama mendamping masalah dalam modal, pelatihan, menengahi, konsultasi keterampilan administrasi perusahaan dan penerapan teknologi baru dan perlindungan hak hukum anggota⁴⁷.

Asosiasi ini adalah jaringan antara perusahaan dan anggotanya dengan Negara, sebagai reprenting moods dan aspirasi anggotanya. Melakukan kerjasama dengan lembaga-lembaga negara dalam merumuskan kebijakan dan kerangka peraturan yang harus diikuti oleh anggotanya.

Vicofa memiliki beberapa tujuan yang menjadi landasan yang mewakili seluruh elemen didalam asosiasi ini mulai dari petani hingga eksportir antara lain⁴⁸:

1. Mewakili dan melindungi kepentingan anggotanya dalam hubungan domestik dan internasional.
2. Mengumpulkan organisasi ekonomi dari berbagai sektor, seperti dibidang ilmu pengetahuan, teknologi dan lembaga pelatihan dalam kopi, dan industri terkait lainnya untuk membangun hubungan ekonomi yang stabil. Berdasarkan kerjasama yang baik, potensi anggota dimanfaatkan secara

⁴⁷ Vietnam Coffee - Cocoa Association. 2008. "*Vietnam Coffee - Cocoa Association Regulatios*".

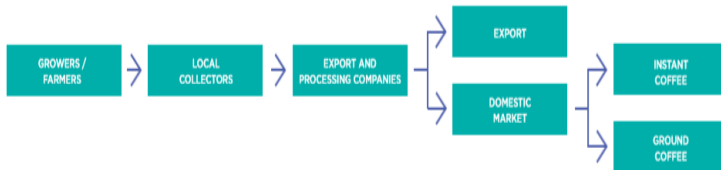
<http://vicofa.org.vn/Default.aspx?tabid=157&language=en-US>

⁴⁸ Ibid

efektif untuk menciptakan lingkungan yang kondusif bagi pengembangan produksi kopi, peningkatan kualitas produk dan daya saing di pasar domestik dan internasional.

3. Mengasosiasikan kegiatan bisnis dan produksi secara erat, berurusan dengan masalah ekonomi teknis dalam produksi dan pengolahan kopi, bergabung untuk membangun pasar ekspor yang stabil dan melindungi kepentingan anggotanya serta seluruh industri kopi Vietnam di pasar dunia.

C. Complementary (kemampuan)



Gambar 26. Vietnam Supply chain.⁴⁹

Gambar diatas merupakan sebuah denah alur distribusi kopi dari petani hingga sampai pada konsumen atau penikmat kopi. Terdapat 4 tingkat yang harus dilalui agar kopi tersebut dapat dipasarkan. Petani yang memiliki bagian kerja untuk menghasilkan dari menanam pohon kopi hingga menjadi biji kopi yang sering disebut Fresh Cherry. Biji kopi yang sudah siap kemudian dikumpulkan agar dapat diambil oleh pengumpul dalam bentuk green bean atau yang belum di gongseng. Kemudian para eksportir dan perusahaan mengambil kopi dari pengumpul untuk diproses dan diekpor.

Vietnam dengan posisi eksportir kopi terbesar no 2 di dunia, memiliki pasar yang sangat luas dan memiliki sekitar 20 negara yang menjadi eksporti tetap setiap tahunnya. 20

⁴⁹ IPSOS. 2013. "Vietnam's Coffee Industry".

<http://www.ipsosconsulting.com/pdf/Ipsos-Research-Note-Vietnam-Coffee.pdf>. Diakses pada 20 agustus 2018

Negara tersebut dengan rata-rata impor diatas 10.000 ton setiap tahun. Jerman, Amerika Serikat, Italia, Spanyol dan Jepang adalah 5 negara importir terbesar kopi vietnam yang mengimpor kopi 129.327,4 ton setiap tahunnya. Ekspor kopi vietnam mengalami pertumbuhan 28,28% kepada 5 negara tersebut. Kontribusi atau ekspor kopi Vietnam untuk Dunia pada tahun 2015-2016 sebesar 1.283.739 ton dan 1.705.152 dengan pertumbuhan 32,83%⁵⁰.

⁵⁰ International Trade Centre. 2018. "List of importing markets for a product exported by Viet Nam".

https://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_TS.aspx?nvpm=1|704||||0901||4|1|1|2|2|1|2|2|1 di akses pada 20 agustus 2018