

BAB IV

UPAYA SEAFOOD SAVERS

Dalam upayanya untuk meningkatkan ekspor udang Indonesia di berbagai negara-negara di Uni Eropa, *Seafood Savers* tidak hanya melakukan pendampingan kepada para perusahaan maupun ritel yang ada di Indonesia. Dalam upayanya, *Seafood Savers* juga melakukan berbagai kerjasama dengan institusi pemerintahan. Sebagai sebuah Non Governmental Organization (NGO), tentu *Seafood Savers* juga memiliki kekuatan untuk mengadvokasi atau mempengaruhi kebijakan pemerintah agar suatu kebijakan yang dikeluarkan pemerintah memberi yang dampak positif yang lebih besar terhadap perbaikan perikanan maupun dampak positif kepada kehidupan sosial masyarakat Indonesia.

A. Model Advokasi

Fungsi *Seafood Savers* sebagai sebuah Non Governmental Organization (NGO) mempengaruhi kebijakan pemerintah agar membuat regulasi yang memenuhi standarisasi perikanan yang berkelanjutan serta memperlancar para anggotanya dalam menjalankan segala kegiatan perikanan yang baik, terwujud dalam bentuk kerjasama dengan Kementerian Kelautan dan Perikanan.

1. Advokasi *Seafood Savers*

Dalam upayanya mengadvokasi sebuah kebijakan, *Seafood Savers* terus mendukung industri perikanan yang bertanggungjawab dan tentunya berkelanjutan. Salah satu upaya advokasi yang dilakukan *Seafood Savers* terhadap regulasi-regulasi tersebut terwujud dalam Perdirjen No. 17 Tahun 2017 tentang petunjuk teknis penyusunan dokumen strategi, SK Dirjen No. 47 Tahun 2017 tentang perikanan

tangkap, SK Dirjen No. 18 Tahun 2014 tentang *ecosystem approach to fisheries management* dan membantu membuat *seafood guide* yang berupa cetakan kertas berisi panduan bagi konsumen untuk memilih produk perikanan yang ramah lingkungan dan juga untuk memudahkan konsumen mengetahui produk perikanan yang mengalami tekanan konsumsi sehingga sebaiknya dihindari untuk di konsumsi. *Seafood Savers* juga membuat *seafood advisor* yang sudah bisa masyarakat *download* di *Play Store* untuk pengguna android yang sudah diterbitkan dari 2005 dan terus diperbaharui sampai sekarang.

Salah satu upaya kegiatan advokasi yang dilakukan *Seafood Savers* yaitu pada tahun 2016, dampak dari adanya Permen Kelautan Perikanan No 15 Tahun 2016 tentang Kapal Pengangkut Ikan yang masih ambigu dan spesifik membuat salah satu perusahaan anggota *Seafood Savers*, UD Pulau Mas yang merupakan rantai suplai usaha dagang kecil perorangan mengalami masalah dalam menjalankan usahanya untuk melakukan penangkapan ikan karena isu mengenai definisi bidang usaha yang dijalankan termasuk dikategorikan budidaya atau tangkap sehingga berdampak pada izin kapal angkut yang tidak dapat beroperasi (*Seafood Savers*, 2016).

WWF-Indonesia selaku induk dari *Seafood Savers* bersama direktur utama UD. Pulau Mas, Heru Purnomo, melakukan kegiatan advokasi kepada pemerintah untuk memperjelas definisi tentang perikanan tangkap dan budidaya pada saat agenda *Seafood Savers Annual Meeting*. Melalui proses advokasi tersebut, Pemerintah akhirnya menerbitkan Permen KP No 32 tahun 2016 untuk merevisi Permen KP no 15 tahun 2016 tentang Kapal Pengangkut Ikan. Melalui Permen tersebut, ijin kapal pengangkut ikan UD Pulau Mas kembali bisa diterbitkan dan perusahaan bisa beraktifitas seperti biasanya (KKP, 2016).

Hal ini menunjukkan peran *Seafood Savers* dalam melakukan advokasi (Azizah, 2013). Dengan adanya upaya advokasi yang dilakukan *Seafood Savers* terhadap kebijakan pemerintah yang kurang jelas, diharapkan dapat

mempermudah segala regulasi terhadap perikanan Indonesia dan kebijakan yang baru ini tidak memberatkan pelaku industri dalam menjalankan bisnisnya.

2. *Seafood Savers* Sebagai Penghubung

Dalam upayanya sebagai penghubung, *Seafood Savers* memfasilitasi pengadaan produk perikanan yang ramah lingkungan melalui hubungan bisnis yang terjalin antara produsen, ritel, dan institusi keuangan yang menjadi anggota *Seafood Savers*. *Seafood Savers* menjadi penghubung atau sebagai wadah dalam rangka peningkatan program kerja dan perbaikan perikanan di Indonesia dengan rutin menggelar *workshop*, festival, dan dialog yang melibatkan bermacam *stakeholder* seperti perusahaan, ritel, nelayan maupun konsumen.

Seafood Savers mengadakan agenda tahunan mereka yang bernama *Seafood Savers Annual Meeting* yang bertujuan untuk mewadahi atau memfasilitasi para anggota perusahaan dengan *stakeholders* terkait atau lembaga perikanan guna membahas rancangan rencana kerja program perbaikan perikanan di Indonesia. Pada *Seafood Savers Annual Meeting* diadakan pada 2018 lalu tepatnya pada bulan Mei bertempat di hotel Aston Kuta, Badung Bali. Agenda meeting tahunan ini membahas evaluasi laporan hasil implementasi program kerja yang telah berjalan dan merumuskan program-program untuk tahun berikutnya. Dalam kegiatan tersebut, PT Mustika Minanusa Aurora dan PT Bumi Menara Internusa yang merupakan anggota *Seafood Savers* yang sudah mendapat sertifikasi ekolabel ASC turut hadir di acara tersebut. Selain itu, kegiatan ini juga dihadiri perwakilan dari Direktorat Promosi, Direktorat Jenderal Penguatan Daya Saing Produk Kelautan dan Perikanan, dan Kementerian Kelautan dan Perikanan.



Gambar 1.2 *Seafood Savers Annual Meeting 2018*

Kegiatan *Annual Meeting* ini bertujuan untuk memonitoring setiap program-program yang sudah dijalankan dalam setahun terakhir dan juga untuk mendekatkan hubungan bisnis yang terjalin antara produsen, ritel, dan institusi keuangan yang menjadi *anggota Seafood Savers*. Diharapkan dengan adanya kegiatan ini, semua kalangan yang tergabung terus berkomitmen dalam menjaga perikanan Indonesia dan bersungguh-sungguh untuk menjalankan program perbaikan perikanan berkelanjutan.

Kegiatan ini menciptakan terbentuknya ruang diskusi untuk membahas permasalahan dan kendala serta peluang dan tantangan perbaikan perikanan di Indonesia antara pelaku industri perikanan dan pemerintah. Dimana Seafood Savers sebagai sebuah aktor NGO, memberikan pengaruh dalam suatu kebijakan, dengan cara menggunakan kekuatan informasi, ide dan strategi (Azizah, 2013). Serta memperkuat penyediaan pelayanan secara keseluruhan dengan dibentuknya kerjasama antara sebuah NGO dan institusi pemerintahan. Serta memperkuat penyediaan pelayanan secara keseluruhan dengan

dibentuknya kerjasama antara sebuah NGO dan institusi pemerintahan.

B. *Seafood Savers* sebagai Non Governmental Organization (NGO)

Seafood Savers sebagai Non Governmental Organization (NGO) melakukan upaya untuk meningkatkan ekspor udang Indonesia dengan cara pembinaan kepada pelaku industri perikanan, terutama dalam komoditas udang.

1. Asistensi Teknis *Seafood Savers* Kepada Pemangku Usaha

Pada upaya asistensi, *Seafood Savers* melakukan bantuan seperti pendampingan secara teknis kepada perusahaan anggota untuk mendapatkan sertifikasi MSC dan ASC melalui kegiatan perbaikan perikanan tangkap maupun budidaya. Seiring berjalannya waktu, para konsumen terutama masyarakat Uni Eropa sangat selektif dalam memilih produk-produk yang mereka gunakan. Inilah mengapa pentingnya perusahaan-perusahaan industri perikanan menerapkan prinsip perikanan yang berkelanjutan. Ketika para pelaku industri sudah memiliki kedua sertifikasi tersebut, produk yang mereka jual akan mudah masuk ke pasar Uni Eropa dan dalam hal ini tentu akan meningkatkan ekspor terutama komoditas udang.

Dalam upayanya, pada 2018 pihak dari *Seafood Savers* bersama dengan PT Sekar Laut Tbk yang merupakan salah satu perusahaan anggota *Seafood Savers*, berkunjung ke Kabupaten Kotabaru untuk mengetahui secara langsung asal usul udang yang mereka beli dari nelayan Kotabaru. Kunjungan ini dipimpin langsung oleh Welliam Cung, *General Manager* dari PT Sekar Laut Tbk langsung menyambangi lokasi nelayan penangkap udang putih (*Fenneropenaeus merguensis*, banana shrimp/prawn) yang tergabung dalam KUB. Usaha Bersama dan di Desa Sungai Pasir, Kecamatan Pulau Laut Tengah dan KUB. Tunas Harapan di Desa Senakin, Kecamatan Kelumpang Tengah. Ini dikarenakan seiring perkembangan isu soal lingkungan,

konsumen di Eropa mulai kritis terkait apa yang mereka konsumsi. Muncul banyak pertanyaan dari konsumen terkait asal usul makanan yang mereka konsumsi. Hal ini membuat *Intersnack Procurement* dan *Unilever* sebagai pembeli kerupuk udang dari PT Sekar Laut Tbk yang berlokasi di Belanda harus bisa menyajikan informasi ketelusuran produknya kepada konsumen.

Selain itu *Seafood Savers* juga melakukan diskusi dengan pemerintah Kabupaten Kotabaru terkait perancangan Rencana Zonasi di Wilayah Pesisir dan Pulau-Pulau Kecil (RZWP3K), untuk lokasi tangkap nelayan dilakukan sesuai zonasi agar tempat ikan-ikan termasuk udang berkembang biak tidak diganggu. *Seafood Savers* juga menawarkan program *Fisheries Improvement Program (FIP)* untuk produksi udang Kotabaru yang lebih ramah lingkungan.



Gambar 1.3 Diskusi Terkait Program FIP Bersama Sekda dan Kadis DKP Kotabaru

Dalam program FIP tersebut, dilakukan pencatatan *logbook* hasil tangkapan dan kendala apa saja yang terjadi dilapangan. Tantangan yang mungkin dihadapi oleh *Seafood Savers*, PT Sekar Laut Tbk maupun Pemerintah Kabupaten Kotabaru adalah masih adanya beberapa kelompok nelayan

yang menggunakan *trawl* yang mana sekarang sudah termasuk alat tangkap yang kurang selektif dan tidak ramah lingkungan. Disamping itu permintaan produk kerupuk udang juga semakin tinggi, program FIP ini mengajak agar para kelompok nelayan yang lain juga menggunakan cara tangkap yang ramah lingkungan agar produk udang mereka bisa masuk dipasar Internasional.

Diharapannya kedepannya, bahan baku produk kerupuk udang dari PT Sekar Laut Tbk sepenuhnya berasal dari nelayan yang menggunakan cara tangkap yang bertanggung jawab. Sehingga nantinya, siap menuju sertifikasi ekolabel Marine Stewardship Council (MSC) sebagai bukti bahwa kerupuk udang dari Kabupaten Kotabaru adalah produk yang ramah lingkungan. Hal ini juga tentunya akan mengangkat nama Kotabaru di pasar Internasional lewat produk kerupuk udang mereka. *Unilever* berencana menuliskan nama daerah Kabupaten Kotabaru dalam setiap kemasan produk kerupuk udang mereka. Dan nantinya juga akan membuat perusahaan-perusahaan lain yang bergerak dalam pengolahan produk perikanan masuk ke Kabupaten Kotabaru untuk membeli udang hasil tangkapan nelayan yang terkenal ramah lingkungan.

Upaya asistensi dari *Seafood Savers* ini jelas bertujuan untuk membantu memperbaiki kualitas lingkungan dan hasil produksi udang nelayan-nelayan Kabupaten Kotabaru serta memberi jalan kepada para pelaku usaha agar produk yang mereka jual tidak lagi diragukan di pasar Internasional. Hal ini tentu dapat mengangkat daya saing produk perikanan Indonesia di pasar Internasional dan meningkatkan nilai ekspor udang Indonesia ke negara-negara Uni Eropa.

Dalam hal ini *Seafood Savers* dapat digolongkan dalam sebagai NGO Operasional. Dimana *Seafood Savers* bertujuan untuk perancangan dan implementasi pengembangan dan berbasis masyarakat yang melayani masyarakat khusus dalam suatu daerah geografis yang sempit. *Seafood Savers* juga bisa dikatakan NGO Advokasi karena salah satu tujuan program mereka adalah untuk meningkatkan kesadaran

(awareness) dan pengetahuan dengan melakukan lobi, kegiatan pers dan kegiatan aktivis (Malena, 1995).

2. Kampanye *Seafood Savers* Untuk Perikanan yang Berkelanjutan

Pada upaya ini *Seafood Savers* melakukan edukasi kepada konsumen mengenai pentingnya memilih dengan baik produk-produk perikanan yang bertanggungjawab. Cara yang digunakan oleh *Seafood Savers* untuk melakukan upaya edukasi ini dengan melakukan kampanye-kampanye secara langsung maupun tidak langsung, contoh secara langsung *Seafood Savers* mengadakan festival, *workshop* atau dialog mengenai pentingnya perikanan yang berkelanjutan, sedangkan secara tidak langsung kampanye dilakukan melalui media sosial seperti Instagram dimana cara ini sangat efektif agar informasi juga dapat diterima oleh kaula muda.

Acara festival seperti *Not an Ordinary Fish Market* yang dilakukan di sekitaran pantai Kuta Bali pada 2015 lalu, menjadi salah satu upaya dari *Seafood Savers* untuk mempromosikan produk-produk perikanan yang ramah lingkungan. Festival ini jelas ditujukan kepada wisatawan asing yang sedang berlibur ke pulau Bali. Hal ini selain menyadarkan masyarakat domestik terhadap pentingnya memilih produk perikanan yang ramah lingkungan, juga menunjukkan kepada masyarakat Internasional bahwa Indonesia sekarang juga sudah ikut memperhatikan pentingnya isu lingkungan dalam perikanan yang berkelanjutan. Dalam acara yang bertemakan *sustainable seafood* tersebut, *Seafood Savers* berkesempatan untuk menjelaskan usaha-usaha yang dilakukan *Seafood Savers* dan para anggotanya untuk mewujudkan perikanan yang berkelanjutan di Indonesia.



Gambar 1.4 Festival *Not an Ordinary Fish Market*

Selain kampanye secara langsung, kampanye *Seafood Savers* juga dilakukan secara tidak langsung melalui website dan akun media sosial yang dimiliki oleh *Seafood Savers* yang berupa facebook, twitter dan instagram. Melalui akun-akun media sosialnya tersebut *Seafood Savers* berkampanye menyuarakan praktik perikanan yang bertanggung jawab dan berkelanjutan. Postingan atau unggahan yang dilakukan akun media sosial mereka biasanya lebih ditujukan kepada konsumen atau pembeli produk perikanan. Dalam hal ini *Seafood Savers* mengajak masyarakat untuk selalu peduli dalam menjaga keadaan perikanan di Indonesia. Tidak hanya tertuju pada hubungan *bussines to bussines*, *Seafood Savers* juga berusaha untuk mendukung perbaikan perikanan di Indonesia dengan menjalin hubungan dengan konsumen atau pembeli. Agar terus menimbulkan kesadaran dimasyarakat akan pentingnya perikanan yang berkelanjutan.

Beberapa akun *Seafood Savers* di media sosial seperti facebook, twitter, dan instagram sering mengunggah kampanye yang berisikan agar setiap pembeli dapat membeli produk perikanan yang baik. Kampanye ini jelas bertujuan agar konsumen lebih selektif dalam memilih produk perikanan yang baik dengan cara memberikan informasi produk apa saja

dan mana saja yang sudah lulus sertifikasi ekolabel. Sertifikasi tersebut menunjukkan bahwa produk perikanan yang dibeli merupakan produk yang ramah lingkungan dan proses penangkapannya dilakukan dengan bertanggung jawab.

Kampanye maupun edukasi ini jelas bertujuan untuk mempromosikan produk-produk perikanan Indonesia di pasar Internasional dan memberi informasi kepada masyarakat bahwa produk perikanan Indonesia sudah layak dipasarkan di pasar Internasional. Dimana jika sudah adanya kepercayaan terhadap produk perikanan Indonesia, pasar Internasional tidak akan ragu lagi dalam menggunakan maupun mengeksport produk dari Indonesia. Sehingga hal ini dapat meningkatkan ekspor terutama produk udang Indonesia khususnya ke Uni Eropa.

Kendala tentu selalu ada dari program ini, karena tidak semua masyarakat dapat teredukasi yang berdampak terhadap antusias atau ketertarikan masyarakat selaku konsumen belum begitu sadar akan pentingnya hal tersebut. Karena sebenarnya konsumen berperan penting untuk meminta perusahaan menyediakan produk-produk ekolabel dan ramah lingkungan sehingga akan membantu menurunkan tindakan *IUU Fishing (Illegal, unreported and unregulated)*, dan terus menekan turun keberadaan perusahaan yang menjalankan bisnisnya dengan tidak baik.

Dalam hal ini *Seafood Savers* menunjukkan peran mereka sebagai NGO menurut Teegen. Dimana *Seafood savers* bertujuan untuk melayani permintaan masyarakat yang spesifik dengan memfokuskan kepada upaya advokasi atau operasional kepada tujuan sosial, politik dan ekonomi, termasuk persamaan pendidikan, kesehatan, perlindungan lingkungan dan HAM (Teegen, 2004).

Dalam 5 tahun terakhir 2014-2019, neraca perdagangan perikanan Indonesia menjadi yang terbaik di Asia Tenggara. Dimana setiap tahunnya ekspor perikanan Indonesia naik 12% setiap tahunnya (Dr. Ir. Ahmad Fauzi, 2005). Salah satu komoditas yang sangat potensial adalah Udang. Ekspor udang menjadi pilar utama dalam subsektor perikanan Indonesia.

Dalam jangka waktu Januari-Oktober 2018 nilai ekspor udang telah mencapai USD 1,5 Milliar. Dan menjadi negara nomor 4 terbesar di dunia dalam ekspor udang beku.

Hal ini tidak lepas dari beberapa usaha dari berbagai pihak dalam meningkatkan ekspor udang Indonesia. Khususnya untuk mengekspor udang ke negara-negara Uni Eropa. Dengan beberapa upaya yang dilakukan *Seafood Savers* dalam membantu para anggota mereka untuk mendapatkan sertifikasi ekolabel. Dimana dalam 10 tahun berdirinya *Seafood Savers*, sudah banyak anggota mereka yang mendapatkan sertifikasi ekolabel. Sehingga proses ekspor produk udang yang dilakukan para pelaku industri maupun produk hasil dari nelayan dapat diterima di pasar Uni Eropa.

Dampak dari upaya yang dilakukan *Seafood Savers* dapat dilihat dari meningkatnya nilai ekspor udang Indonesia ke Uni Eropa. Serta mulainya muncul kesadaran di masyarakat tentang pentingnya menjaga lingkungan dan terus menggunakan produk perikanan yang ramah lingkungan.