

STRATEGI PERCEPATAN PENGEMBANGAN INDUSTRI PENGOLAHAN KAKAO DAN INDUSTRI COKLAT DI INDONESIA

Zulfiandri

Prodi Teknik Industri Fakultas Teknik Universitas Esa Unggul-Jakarta
Jalan Arjuna Utara Nomor 9, Kebon Jeruk, Jakarta Barat - 11510
zulfiandri@esaunggul.ac.id

Abstract

This paper discusses the cocoa downstream agro-industry development strategy. Cocoa is one of Indonesia's main export commodities. Around eighty percent of Indonesia's cocoa beans are exported and only 20% is to meet the needs of the domestic industry. The domestic industry has not yet developed as expected. For this reason, an accelerated downstream cocoa acceleration strategy is needed so that the downstream industry develops well. This study uses a SWOT analysis and gap analysis to obtain an acceleration strategy. Based on analysis, the results suggested 8 strategies for accelerating the development of cocoa agro-industry.

Keywords : cocoa, strategy, downstream agroindustry

Abstrak

Makalah ini membahas tentang strategi pengembangan agroindustri hilir kakao. Kakao merupakan salah satu komoditas ekspor utama Indonesia. Sekitar delapan puluh persen biji kakao Indonesia diekspor dan hanya 20% untuk memenuhi kebutuhan industri dalam negeri. Industri dalam negeri belum berkembang seperti yang diharapkan. Untuk itu, diperlukan strategi percepatan pengembangan hilirisasi agar industri cokelat berkembang dengan baik. Penelitian ini menggunakan analisis SWOT dan analisis gap untuk mendapatkan strategi percepatan. Berdasarkan analisis, diperoleh hasil 8 strategi percepatan pengembangan agroindustri kakao.

Kata kunci: kakao, strategi, agroindustri hilir

Pendahuluan

Sektor pertanian masih tetap merupakan sektor yang penting bagi perekonomian Indonesia. Produk pertanian utama Indonesia mencakup beras, minyaksawit, dagingayam, kelapa, dan karet, dengan ekspor utama minyak sawit, karet, minyak inti sawit, cokelat, dan kopi. Kontribusi sektor pertanian dalam PDB terus menurun selama 20 tahun terakhir. Pada 2008, sektor pertanian berkontribusi 14,4 persen dalam PDB (bandingkan dengan sekitar 22,5 persen pada 1988 dan 18,1 persen pada 1998) (World Growth, 2011).

Salah satu komoditas pertanian andalan Indonesia adalah kakao. Kakao merupakan salah satu komoditas andalan perkebunan yang peranannya cukup penting bagi perekonomian nasional, khususnya sebagai penyedia lapangan kerja, sumber pendapatan dan devisa negara. Disamping itu kakao juga berperan dalam mendorong pengembangan wilayah dan pengembangan agro industri. Pada tahun 2002, perkebunan kakao telah menyediakan lapangan kerja dan sumber pendapatan bagi sekitar 900 ribu kepalakeluarga petani yang sebagian besar berada di Kawasan Timur Indonesia (KTI) serta memberikan sumbangan devisa terbesar ke tiga sub sektor perkebunan setelah karet dan minyak sawit dengan

nilai sebesar US \$ 701 juta (Goenadi, et al, 2005). Sebagai perbandingan Negara Malaysia, produk turunan kakao (coklat) memiliki peringkat ke enam dalam hal daya tahan terhadap krisis dan nilai keuntungan komparasi komoditi pertanian Malaysia (Ismail dan Radam, 2010).

Perkebunan kakao di Indonesia mengalami perkembangan pesat dalam kurun waktu 20 tahun terakhir dan pada tahun 2002 areal perkebunan kakao Indonesia tercatat seluas 914.051 ha. Perkebunan kakao tersebut sebagian besar (87,4%) dikelola oleh rakyat dan selebihnya 6,0% dikelola perkebunan besar negara serta 6,7% perkebunan besar swasta. Jenis tanaman kakao yang diusahakan sebagian besar adalah jenis kakao lindak dengan sentra produksi utama adalah Sulawesi Selatan, Sulawesi Tenggara dan Sulawesi Tengah. Disamping itu juga diusahakan jenis kakao mulia oleh perkebunan besar negara di Jawa Timur dan Jawa Tengah (Goenadi, et al, 2005).

Tanaman kakao bukan tanaman asli Indonesia. Tanaman tersebut diperkirakan berasal dari lembah hulu sungai Amazon, Amerika Selatan yang dibawa masuk ke Indonesia melalui Sulawesi Utara oleh Bangsa Spanyol sekitar tahun 1560. Namun sejak kapan mulai dibudidayakan masih belum begitu jelas. Ada yang berpendapat

pembudidayaannya bersamaan dengan pembudidayaan kopi tahun 1820, tetapi pendapat lain mengatakan lebih awal lagi yaitu tahun 1780 di Minahasa.

Pembudidayaan kakao di Daerah Minahasa tersebut tidak berlangsung lama karena sejak tahun 1845 terjadi serangan hama penggerek buah kakao (PBK). Akibatnya kebun tidak terpelihara dan menjadi rusak. Pada waktu budidaya kakao di Minahasa mengalami kehancuran, tanaman kakao mulai menarik perhatian petani di Jawa. Perkebunan kakao telah dikembangkan di Jawa Tengah dan Jawa Timur meliputi daerah Ungaran, Salatiga, Surakarta, Kediri, Malang dan Jember. Namun sebelum mencapai kejayaannya, perkebunan kakao di Jawa juga mengalami kehancuran akibat serangan hama PBK sejak tahun 1886 dan setelah tahun 1900 praktis tidak ada lagi perkebunan kakao di Jawa.

Pada tahun 2006, Departemen Perdagangan pernah menganalisis daya saing ekspor beberapa komoditas pertanian dan kehutanan Indonesia. Dengan berbagai pendekatan seperti analisis komparatif dan *trade mapping*, tren pertumbuhan, kontribusi devisa dan sebarang geografis; ternyata diketahui tiga komoditas yang memiliki indeks komposit daya saing tertinggi dan mempunyai prospek pengembangan yaitu minyak sawit, karet alam dan kakao.

Meskipun demikian, agribisnis kakao Indonesia masih menghadapi berbagai masalah kompleks antara lain produktivitas kebun masih rendah akibat serangan hama penggerek buah kakao (PBK), mutu produk masih rendah serta masih belum optimalnya pengembangan produk hilir kakao. Hal ini menjadi suatu tantangan sekaligus peluang bagi para investor untuk mengembangkan usaha dan meraih nilai tambah yang lebih besar dari agribisnis kakao.

Data tahun 2008 menunjukkan bahwa tanaman kakao Indonesia dalam kondisi tua, rusak, tidak produktif dan terkena serangan hama dan penyakit sehingga produktivitasnya menjadi 690 kg/ha/th atau sebesar 37% dari produktivitas yang pernah dicapai 1.100 kg/ha/th dan mengakibatkan kerugian sebesar 184.500 ton/th atau setara dengan Rp 3.69 Triliun per tahun. Untuk mengatasi hal tersebut dilakukan upaya penyelamatan secara terpadu, menyeluruh dan serentak melalui Gerakan Nasional Peningkatan Produksi dan Mutu Kakao yang dicanangkan oleh Wakil Presiden RI pada tanggal 10 Agustus 2008 di Mamuju, Sulawesi Barat. Gernas Peningkatan Produksi dan Mutu Kakao direncanakan dilaksanakan selama 3 tahun (2009 – 2011) dengan kegiatan utama peremajaan seluas 70.000 ha, rehabilitasi seluas 235.000 ha, intensifikasi seluas 145.000 ha, pelatihan petani

450.000 orang serta perbaikan mutu melalui fermentasi biji kakao dan penerapan Praktek Penanganan Pasca Panen yang baik (Ditjen PPHP, 2010).

Dari segi kualitas, kakao Indonesia tidak kalah dengan kakao dunia dimana bila dilakukan fermentasi dengan baik dapat mencapai cita rasa setara dengan kakao yang berasal dari Ghana dan kakao Indonesia mempunyai kelebihan yaitu tidak mudah meleleh sehingga cocok bila dipakai untuk blending. Sejalan dengan keunggulan tersebut, peluang pasar kakao Indonesia cukup terbuka baik ekspor maupun kebutuhan dalam negeri. Dengan kata lain, potensi untuk menggunakan industri kakao sebagai salah satu pendorong pertumbuhan dan distribusi pendapatan cukup terbuka.

Perkembangan Agroindustri Kakao

Komoditas kakao berperan penting dalam perekonomian nasional dan merupakan komoditas andalan. Kakao merupakan sumber utama pendapatan petani di 30 propinsi yang menyediakan lapangan kerja. Mulai dari on-farm sampai ke off-farm. Peran ini harus terus ditingkatkan karena manfaat ekonomi yang diberikan. Peranan ini harus diperkuat dengan membangun hilirisasi kakao.

Hilirisasi agroindustri diperkirakan akan memberikan manfaat ganda (*multiplier effect*) terhadap pembangunan perekonomian nasional karena kemampuannya (1) meningkatkan nilai tambah (*added value*) produk pertanian primer, (2) memperluas jangkauan daerah pemasaran, (3) memperluas kesempatan kerja dan membuka peluang usaha baru yang terkait dengan produk agroindustri hilir seperti jasa angkutan dan pemasaran, (4) meningkatkan pendapatan petani sebagai pemasok hasil pertanian primer, (5) sebagai mitra sejajar petani, (6) penganeekaragaman produk pangan dan hasil pertanian olahan baik secara vertikal maupun horizontal, (7) menghemat devisa negara (bahan substitusi) dan dimungkinkan meningkatkan devisa negara karena produk olahan UMKM dapat diekspor (memiliki keunggulan komparatif dan kompetitif), (8) menumbuhkan kembangkan "*entrepreneurship*" bagi "*stakeholders*" (Sutardi, *et al*, 2004), (9) membangun ketahanan pangan dan pemenuhan kebutuhan dasar masya-rakat, (10) meningkatkan daya saing ekonomi Indonesia melalui produksi pangan dan hasil pertanian olahan yang memiliki standar mutu internasional.

Secara rata-rata pertumbuhan produksi kakao di Indonesia dari tahun 2005-2009 adalah sebesar 3,32 persen, dengan produksi terbesar didominasi oleh perkebunan rakyat.

Tabel 1.
Perkembangan Produksi Kakao tahun 2005-2009
(ton)

No. Pengusahaan	2005	2006	2007	2008	2009	Rata ¹ Pertumbuhan/Th %
1. Perkebunan Rakyat	693.701	702.207	671.370	724.233	773.855	2.89
2. Perkebunan Besar Negara	25.494	33.795	34.643	36.226	38.139	11.23
3. Perkebunan Besar Swasta	29.633	33.384	33.992	35.122	37.883	6.42
Total	748.828	769.386	740.005	795.581	849.877	3.32

Sumber : Statistik Perkebunan Indonesia, Ditjenbun (2010)

Produksi kakao Indonesia sebagian besar diekspor dan hanya sebagian kecil yang digunakan untuk konsumsi dalam negeri. Produk yang diekspor sebagian besar (78,5%) dalam bentuk biji kering (produk primer) dan hanya sebagian kecil (21,5%) dalam bentuk hasil olahan. Tujuan utama ekspor kakao Indonesia adalah Amerika Serikat, Malaysia, Brazil dan Singapura. Di sisi lain, Indonesia juga mengimpor biji kakao yang akan digunakan untuk campuran bahan baku industri pengolahan dalam negeri. Negara asal impor biji kakao Indonesia antara lain: Pantai Gading, Ghana dan Papua New Guinea.

Harga kakao domestik mengikuti harga kakao internasional terutama harga di bursa New York karena sebagian besar ekspor kakao Indonesia ditujukan ke Amerika Serikat. Harga kakao dunia berfluktuasi cukup tajam mulai dari US \$ 0,6977/lb pada tahun 2005 dan meningkat terus sampai US \$ 0,9624/lb pada bulan Februari 2008.

Harga biji kakao domestik bergerak mengikuti fluktuasi harga kakao dunia walaupun arahnya tidak persis sama karena pengaruh nilai tukar rupiah terhadap dolar Amerika. Secara umum harga kakao di tingkat petani beberapa tahun terakhir berkisar antara Rp 12.000-18.000/kg biji kering.

Kakao termasuk salah satu komoditas perkebunan yang prospektif di dunia. Kakao yang merupakan bahan baku utama pembuat cokelat ini mengalami kecenderungan peningkatan produksi di dunia selama beberapa tahun terakhir. Bahkan diprediksi akan terus mengalami peningkatan hingga beberapa tahun ke depan. Pada 2010-2011 produksi kakao dunia telah mencapai 4,01 juta ton dan diprediksi akan mencapai 4,2 juta ton pada 2015-2016 (FAO, 2011).

Total produksi kakao dunia pada 2009 sebesar 4.182.131 ton. Pantai Gading, Indonesia, Ghana, dan Nigeria menguasai lebih dari 75 persen produksi kakao dunia

Tabel 2.
Perkembangan Harga Kakao Tahun 2005-2008

No.	Uraian	2005	2006	2007	2008
1.	Harga Domestik (Rp/kg)	9.421	10.103	13.325	15.136
2.	Harga Internasional (US \$ c/lb)	69,77	72,15	88,55	96,24

Sumber : Statistik Perkebunan Indonesia, Ditjenbun (2010)

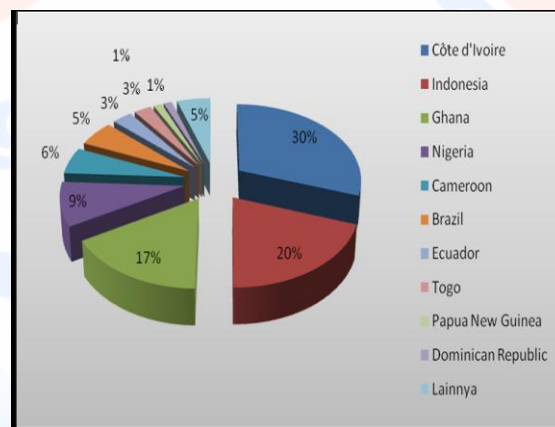
Tabel 3.
Perkembangan Ekspor dan Impor Kakao Indonesia (2004-2008)

No.	EKSPOR	2004	2005	2006	2007	2008
1.	Volume (ribu ton)	366.8	463.6	609.0	503.5	510.8
2.	Nilai (US \$ juta)	546.6	664.3	852.8	924.2	1.262

No.	IMPOR	2004	2005	2006	2007	2008
1.	Volume (ribu ton)	46.9	52.3	47.9	43.5	48.7
2.	Nilai (US \$ juta)	77.0	82.3	74.2	82.8	108.4

Sumber : Statistik Perkebunan Indonesia, Ditjenbun (2010)

Berdasarkan Gambar 1. pangsa produksi kakao Indonesia pada 2009 tercatat sebesar 20 persen, Pantai Gading sebesar 30 persen, sementara Ghana dan Nigeria masing-masing sebesar 17 persen dan 9 persen.



Gambar 1.
Pangsa Produksi Kakao Dunia 2009
Sumber: FAO, 2011

Pengembangan komoditas kakao dan hilirisasi agroindustri mengalami juga banyak hambatan-hambatan. Permasalahan-permasalahan pengembangan agroindustri hilir dapat terjadi di tingkat petani, di tingkat pedagang dan di tingkat industri.

Permasalahan yang muncul di tingkat petani seperti masih rendahnya mutu sebagian besar biji

kakao (karena belum difermentasi), produktivitas rendah (dibawah 800 kg/ha/tahun), terbatasnya *mutual partnership* antarpetani dengan industri, kelembagaan petani dan akses modal masih lemahsertakurangnya insentif harga bagi petani sesuai mutu yang dihasilkan.

Permasalahan yang muncul di tingkat pedagang adalah perdagangan kakao nasional 80% dikuasai pedagang asing, belum adanya sertifikasi pedagang sehingga kurang bisa ditelusuri kakao yang masih rendah mutunya diproduksi dimana, oleh siapa dan kapan serta pembinaan yang dilakukan pemerintah terhadap pedagang pengumpul belum optimal.

Sedangkan di tingkat industri permasalahan yang ada di antaranya utilitas produksi rendah (150.000 ton/tahun dari 300.000 ton/tahun), image produk kakao olahan asal Indonesia yang kurang baik di pasar internasional, harga produk kakao olahan rendah, tingginya bea masuk di negara tujuan ekspor, konsumsi produk olahan kakao di dalam negeri yang masih rendah (0.06 kg/kapita/tahun), industri kesulitan memperoleh pasokan bahan baku berkualitas didalam negeri dan pasokan bahan baku yang tidak memenuhi target produksi sehingga masih terjadi impor bahan baku dari luar negeri.

Hal ini sesuai dengan laporan Sa'id (2009) dari hasil diskusi nasional perdagangan biji kakao untuk ekspor akhir 2007 yang dihadiri oleh seluruh pengampu (stakeholders) bisnis kakao dan diadakan oleh Departemen Perdagangan (2007) muncul berbagai isu di bawah ini.

1. Pasar internasional menganggap kakao Indonesia adalah *unfermented cocoa* sehingga harga lebih rendah dari produk kakao yang berasal dari Ivory Coast dan Ghana. Industri-industri pengolah kakao lebih menyukai bahan baku kakao yang difermentasi karena lebih menghasilkan aroma produk yang baik dan harga jual produk yang tinggi. Asosiasi industri mau membeli kakao yang difermentasi dengan mutu yang baik dengan selisih harga Rp. 1.500 sampai dengan Rp. 4.000/kg di atas harga kakao yang tidak difermentasi.
2. Kenyataan di lapangan sertacitra yang ada pada kakao Indonesia adalah yang tanpa difermentasi sehingga tidak memiliki patokan harga, walaupun yang disukai adalah yang difermentasi, karena memiliki rujukan harga internasional, misalnya dari New York atau London. Masalah yang paling menonjol dalam penyusunan strategi pengembangan agroindustri kakao nasional adalah apakah meningkatkan produksi kakao yang tidak difermentasi, atau apakah

ingin yang memiliki nilai tambah (fermented). Dalam kenyataannya pada bisnis, kakao yang tidak difermentasi ternyata hanya baik untuk produk cacao butter, sedangkan kakao yang difermentasi dapat menghasilkan aroma dan juga cacao butter, sehingga nilai tambah dan harga yang diperoleh lebih tinggi.

3. Kenyataan di lapangan mengindikasikan bahwa penentu bisnis kakao, seolah-olah adalah pedagang perantara (pengumpul), yang orientasinya hanya pada keuntungan semata. Mereka tidak peduli pada jenis kakao yang difermentasi maupun yang tidak difermentasi. Tetapi yang jelas kelompok pedagang sangat tidak menginginkan terjadinya perubahan kebijakan perdagangan yang mengharuskan perdagangan kakao hasil fermentasi saja. Pedagang saat ini sangat menikmati marjin keuntungan yang baik, dan tidak menginginkan menunggu waktu fermentasi selama lima sampai tujuh hari. Namun demikian, keberadaan pedagang pengumpul sulit dihilangkan karena fungsinya juga dapat membantu pengadaan biaya dan kebutuhan petani di muka (ijon).
4. Dalam pembuatan kebijakan, pemerintah harus mampu memuaskan semua pihak, terutama masyarakat petani kecil. Berdasar salah satu laporan internasional, bisnis kakao Indonesia dapat menjadi contoh karena marjin keuntungan masyarakat petani adalah yang terbaik dibanding dengan negara-negara di Afrika. Walaupun demikian saat ini ada indikasi bahwa usaha masyarakat untuk melakukan fermentasi ternyata diganggu oleh pedagang, yang hanya mau membeli cacao bean apa adanya, sebelum fermentasi sempurna.
5. Diperlukan Sertifikasi Pedagang pengumpul, yang memperhatikan aspek peraturan/hukum yang berlaku. Apabila terjadi pelanggaran dalam perdagangan, maka para pihak di atas harus dibawa ke meja hukum.
6. Asosiasi industri telah banyak turun kedaerah dan bertemu dengan para petani dan Asosiasi Petani, dan telah banyak usaha yang telah dibuat, diantaranya ikut mengembangkan koperasi di daerah. Sayangnya banyak Koperasi Kakao yang memiliki masalah modal, serta Sumber daya manusia yang lemah karena mereka kebanyakan adalah para petani yang kurang terdidik, dan karena ditekan oleh para

pedagang pengumpul yang juga tertekan bisnisnya oleh perusahaan-perusahaan dunia yang beroperasi di lokasi, misalnya Sulawesi sebagai pabrikan dan pedagang dari berbagai perusahaan kakao raksasa dunia (Ollam, Cargil, ADM, Nobel, EFEM dan lain-lain).

7. Salah satu kelemahan dalam perdagangan kakao adalah karena standar nasional Indonesia (SNI) masih bersifat voluntary (belum diwajibkan), sehingga semua jenis panen yang kurang bermutu tetap diterima pasar dengan harga yang berbeda. Oleh karena itu pemerintah harus lebih keras lagi menegakkan hukum dan mewajibkan dipatuhinya SNI dalam perdagangan komoditas kakao.
8. Keinginan asosiasi industri kakao adalah mengolah kakao dalam negeri sehingga nilai tambahnya ada di dalam negeri. Malaysia maju karena impor dari Ghana, Pantai Gading dan Indonesia tanpa dikenai Bea Masuk, sedangkan pabrikan Indonesia bila mengimpor biji kakao dari Afrika masih dikenai Bea masuk 5%.

Permasalahan di atas bukan hanya di komoditi kakao saja. Namun dalam beberapa komoditi primer lainnya seperti hortikultura, produk dari petani Indonesia mengalami kesulitan bersaing di dalam pasar negeri sendiri. Misalnya buah dan sayur lokal di pasar modern hanya menguasai pangsa pasar 35% saja. Sedangkan produk impor menguasai hampir 65% pasar di pasar-pasar modern, yang merupakan etalase (show case) persaingan produk dalam negeri dengan produk impor (Budiharjo, 2011).

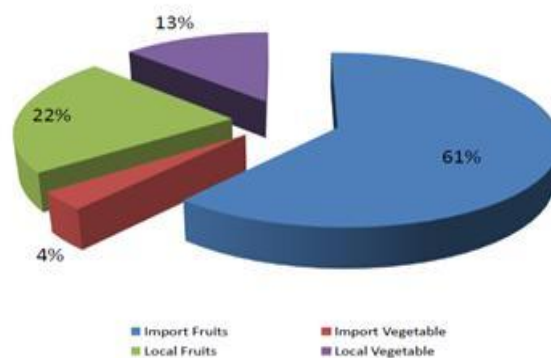
Dalam hal indeks harga dibandingkan dengan kuantitas yang terjual, jeruk loka misalnya, juga kalah dari produk impor Cina dan Australia. Produk-produk memiliki indeks harga yang lebih mahal dibandingkan produk dari Cina namun kuantitas terjual lebih sedikit. Gambar 2 dan 3 dibawah memperlihatkan hal tersebut.

Berdasarkan hal di atas maka tantangan dan kendala pengembangan industri Kakao di Indonesia adalah

- sebagian besar biji kakao tidak dalam bentuk "high quality fermented cocoa bean".
- Keterbatasan kemampuan pemasaran produk coklat Indonesia didalam dan luar negeri
- Kelembagaan petani dan kelembagaan usaha belum mampu mendorong petani

untuk memanfaatkan peluang usaha di bidang industri hilir ini.

Kontribusi Buah dan Sayur Lokal di Pasar Modern (Rata-rata 2 Modern Retail)



Gambar 2. Kontribusi buah lokal di pasar modern

PRICE INDEX vs QTY TERJUAL (JERUK)-Case Study

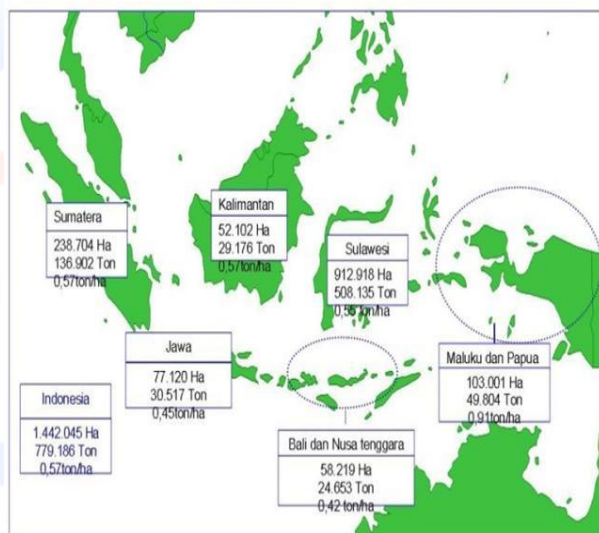


Gambar 3. Indeks harga dibandingkan kuantitas jeruk lokal

Prospek Industri Kakao Indonesia

Kekayaan alam yang melimpah telah menempatkan Indonesia menjadi sebuah negara yang memiliki banyak modal dan peluang untuk mengembangkan industri berbasis pertanian yang kuat dan berdaya saing. Namun kenyataannya saat ini kekayaan alam yang kita miliki belum dimanfaatkan secara optimal untuk kepentingan pembangunan ekonomi nasional yang kuat dan berkelanjutan. Gambar 4. Ini menggambarkan luas lahan potensi produksi kakao di Indonesia. Secara umum. Luas penanaman kakao di Indonesia sebesar 1.442.045

Ha, sebagian besar berada di Sulawesi. Masih besar peluang pengembangan di daerah-daerah lain di Indonesia, seperti Sumatera, Kalimantan dan Papua. Potensi penambahan luas areal penanaman kakao ini menjadikan salah satu keunggulan Indonesia dalam pengembangan komoditi kakao ini. Potensi sumberdaya alam ini merupakan keunggulan komparatif yang dimiliki oleh Indonesia.



Gambar 4.
Peta wilayah kakao di Indonesia

Produk kakao Indonesia sebagian besar dihasilkan oleh perkebunan rakyat dan umumnya tidak diolah secara baik (tidak difermentasi), sehingga kakao Indonesia dikenal bermutu rendah. Akibatnya harga kakao Indonesia dikenakan diskon (automatic detention) yang besarnya antara US \$ 90-150/ton khususnya untuk pasar Amerika Serikat. Diskon harga tersebut cukup memberatkan pekebun kakao dan sangat merugikan karena mengurangi nilai devisa yang diperoleh. Kerugian tersebut seharusnya dapat dikurangi, bahkan nilai tambahnya dapat diraih jika industri hilir kakao Indonesia beroperasi secara optimal. Pada saat ini tercatat sebanyak 14 unit industri kakao dengan kapasitas terpasang mencapai 293.000 ton/tahun, tetapi baru dimanfaatkan sekitar 30% karena berbagai alasan. Alasan yang paling banyak dikeluhkan adalah adanya beban PPN sebesar 10%, sehingga menyebabkan tingginya harga bahan baku. Sementara itu industri pengolahan skala kecil dan menengah belum berkembang, padahal sudah diperkenalkan industri pembuatan makanan dan minuman cokelat rancangan Puslit Kopi dan Kakao untuk industri skala kecil dan menengah. Akibatnya ekspor kakao sebagian besar dalam bentuk produk primer sehingga nilai tambah tidak diterima oleh petani, tetapi dinikmati oleh pengusaha negara pengimpor biji kakao.

Meskipun demikian, prospek pengembangan industri hilir kakao tetap baik. Ada beberapa alasan yang mendasari. Secara umum industri pengolahan juga masih mendominasi dari sisi pangsa terhadap PDB. Namun demikian, kontribusi industri pengolahan terhadap PDB menunjukkan tren penurunan, dari 27,83 persen pada 2006 menjadi 25,49 persen pada 2011. Berkebalikan dengan kontribusi sektor perdagangan yang menunjukkan tren peningkatan sejak lima tahun terakhir ini. Kondisi ini bisa menjadi sinyal bahwa struktur perekonomian Indonesia sedang mengalami pergeseran secara perlahan dari sektor industri menuju sektor perdagangan.

Fenomena ini tentu tidak bisa diabaikan begitu saja, karena apabila benar-benar terjadi deindustrialisasi dini, maka masyarakat akan terancam kerugian akibat penurunan lapangan kerja di sektor industri. Sementara itu, bila dilihat dari nilai tambah menurut subsektor, secara umum industri pengolahan mengalami peningkatan nilai tambah sebesar 11,02 persen atau meningkat dari Rp719 triliun pada 2008 menjadi Rp798 triliun pada 2009 (yoy). Subsektor dengan nilai tambah tertinggi adalah industri makanan dan minuman sebesar Rp147 triliun pada 2009 atau tumbuh sebesar 18,94 persen dari tahun sebelumnya (Tabel 2.4). Berikutnya, di urutan kedua ditempati oleh subsektor kimia dan barang-barang dari bahan kimia sebesar Rp116 triliun pada 2009, namun pertumbuhannya mengalami minus sebesar 4,90 persen. Di urutan selanjutnya relatif mengalami persaingan antara subsektor tembakau, tekstil, dan kendaraan bermotor masing-masing memiliki nilai tambah sebesar Rp54,40 triliun, Rp54,61 triliun, dan Rp48 triliun. Sedangkan subsektor dengan nilai tambah terendah adalah industri peralatan kantor, akuntansi, dan pengolahan data sebesar Rp258 miliar, diikuti oleh industri daur ulang dengan nilai tambah sebesar Rp663 miliar.

Dengan melihat besar dan berkembangnya nilai tambah pada industri pengolahan, tampaknya dapat menjadi argumentasi yang kuat untuk melakukan upaya percepatan dan perluasan industrialisasi di Indonesia. Percepatan dan perluasan industrialisasi juga menjadi penting dalam konteks membangun kemandirian bangsa, sekaligus menjadi strategi paling ampuh dalam membendung banjirnya impor barang hasil industri dari luar negeri. Selain itu, dengan potensi sumber daya alam yang begitu besar, masuk akal apabila industri pengolahan yang dikembangkan ke depan dikaitkan langsung dengan sektor pertanian, perikanan, dan kehutanan atau yang biasa disebut dengan agroindustri (Rachbini, et al., 2012).

Besarnya penduduk Indonesia (khususnya) dan dunia (umumnya) yang menjadi target pasar produk olahan kakao. Besarnya penduduk Indonesia menjadikan Indonesia adalah pasar yang menarik. Tingkat pendapatan masyarakat dunia yang semakin meningkat. Perekonomian dunia yang semakin membaik; Selamatahun 2000-2007 per-ekonomian Indonesia tumbuh rata-rata 5,03% per tahun. Tingkat konsumsi kakao per kapita di Indonesia sekitar 0,2 kg/kapita/tahun (Ditjen PPHP, 2010), dan jumlah penduduk Indonesia yang mencapai sekitar 240 juta jiwa dengan *income* per kapita mencapai + US\$ 3.000 (Rachbini, et al., 2012).

Selain keunggulan sumberdaya dan pasar yang besar, kakao Indonesia memiliki nilai intrinsik (*intrinsic value*) yang kuat. Hasil olahan kakao biji kakao Indonesia terdiri atas pasta kakao, bubuk coklat dan lemak coklat. Hasil riset menunjukkan bahwa Kakao Indonesia memiliki karakteristik khusus yang tidak dimiliki negara lain yaitu tidak mudah meleleh (*melting point* tinggi) dan kadar asam lemak bebas (FFA) yang rendah.

Selain itu nilai fungsional Kakao juga bisa menjadi pendorong dalam promosi kakao Indonesia di dalam negeri. Manfaat coklat bagi kesehatan adanya kandungan flavonoid yang memiliki manfaat untuk memperkuat jantung, melancarkan peredaran darah dan mengurangi risiko kanker. Nilai-nilai intrinsik dan fungsional ini bila dikemas dengan baik akan menjadi pendorong bagi pemasaran produk olahan kakao.

Kondisi Agroindustri Kakao di Indonesia

Di Indonesia industri hilir kakao di kelompokkan ke dalam 3 kelompok, yakni: Industri Bubuk Coklat (KBLI 15431); Industri Makanan dari Coklat dan Kembang Gula (KBLI 15432). Adapun pengelompokkan Industri Kakao dan Coklat Olahan terdiri dari:

- Industri Hulu : buah coklat, biji coklat, liquor (MASS)
- Industri Antara : Cake dan Fat, cocoa liquor, cocoa cake, cocoa butter, dan cocoa powder (kakao olahan)
- Industri Hilir : Industri cokelat, industri makanan berbasis coklat (roti, kue, confectionary/kembang gula cokelat).

Industri Kakao Indonesia mempunyai peranan penting di dalam perolehan devisa negara dan penyerapan tenaga kerja, karena memiliki keterkaitan yang luas baik ke hulu (petani kakao) maupun ke hilirnya (*intermediate industry/grinders*). Berdasarkan data yang ada, pada tahun 2008 jumlah industri pengolahan kakao di Indonesia sebanyak 16 (enam belas) perusahaan dan yang masih berjalan 3

(tiga) perusahaan dengan tingkat pemanfaatan kapasitas terpasang produk pengolahan sekitar 61% dari total kapasitas terpasang.

Industri pengolahan kakao masih terpusat di Jabodetabek dan Makasar (Sulawesi Selatan). Peta pada gambar 5 di atas menunjukkan bahwa 9 industri pengolahan kakao berada di Pulau Jawa, sedangkan sisanya 6 industri berada di Sulawesi.

Strategi Percepatan Pengembangan Agro-industri Kakao

Swot Analysis

Berdasarkan paparan di atas dengan menggunakan analisis SWOT maka disusun strategi pengembangan hilirisasi kakao dilakukan. Komponen SWOT terdiri atas faktor kekuatan kakao Indonesia, faktor kelemahan, faktor tantangan dan faktor peluang pengembangan agroindustri kakao di Indonesia.

1. Kekuatan

- Permintaan ekspor biji kakao Indonesia masih tinggi dan terus mengalami peningkatan.
- Potensi pengembangan (area, produksi, pasar) masih cukup besar. Tanaman dapat tumbuh dengan baik disebagian besar wilayah Indonesia sehingga potensi kakao untuk dikembangkan masih tinggi.
- Tersedia masih banyak tenaga kerja, baik untuk sektor perkebunan maupun sektor industri pengolahannya.
- Penggunaan kakao untuk industri makanan dan non pangan sangat signifikan.
- Peningkatan Kompetensi Lembaga Penelitian dan Pengembangan dalam perbaikan teknologi dan manajemen masih cukup besar.
- Pemberlakuan SNI Wajib Biji Kakao
- Tersedianya teknologi budidaya
- Tersedianya peneliti dan tenaga ahli di bidang kakao
- Minat masyarakat untuk menanam kakao cukup tinggi
- Masih tersedianya lahan untuk pengembangan tanaman kakao
- Kakao Indonesia memiliki karakteristik khusus yang tidak dimiliki negara lain yaitu tidak mudah meleleh (*melting point* tinggi).

2. Kelemahan

- Tanaman Kakao terkena PBK (50%) dan terkena VSD (5%).
- Jumlah biji kakao fermentasi hanya 20% dari total produksi.
- Produktivitas biji kakao masih rendah (813 Kg/ha) dibanding dengan negara lain Pantai Gading 1500 Kg/Ha dan Ghana 2000 Kg/ha.

- d. Mutu biji kakao masih relatif rendah, akibat minimnya penerapan sistem manajemen mutu dan keamanan pangan.
- e. Terbatasnya infrastruktur pendukung di sentra-sentra produksi kakao.
- f. Tarif Bea masuk biji kakao masih rendah 5% sehingga masih ada impor biji kakao.
- g. Insentif harga antara kakao fermentasi dan tidak fermentasi tidak signifikan.
- h. Terbatasnya Research and Development (R & D) untuk diversifikasi produk olahan kakao
- i. Kelembagaan Petani Kakao tidak terorganisir dengan baik.
- j. Amerika Serikat masih memerlukan biji kakao *unfermented*.

3. Peluang

- a. Amerika Serikat bersedia membeli biji kakao Indonesia dengan harga premium apabila difermentasi dan bermutu tinggi (sesuai SNI Biji Kakao).
- b. Uni Eropa juga membutuhkan Biji Kakao Fermentasi.
- c. Industri Kakao dalam negeri saat ini masih mengimpor biji kakao fermentasi sebesar 30.000 ton per tahun.
- d. Permintaan terhadap produk-produk berbasis kakao, baik pasar domestik maupun luar negeri masih cukup besar dan terus meningkat.
- e. Permintaan kakao dunia akan terus meningkat dengan terbukanya pasar baru di China, Rusia, India, Jepang dan Timur Tengah
- f. Masih terbuka peluang untuk pengembangan industri kakao menjadi produk jadi dan produk setengah jadi serta pengembangan pasar dalam negeri
- g. Keterbatasan lahan negara produsen utama (Pantai Gading dan Ghana) untuk meningkatkan pasokan biji kakao

4. Tantangan

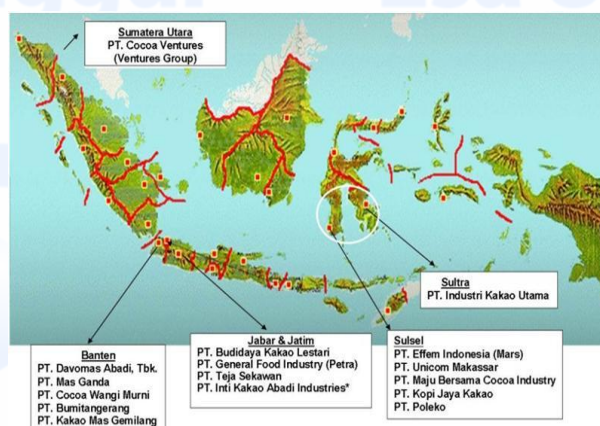
- a. Ekspor biji kakao berkualitas rendah dan tidak fermentasi ke USA terkena automatic detention (potongan harga) sebesar US \$ 150 – 300 per ton,.
- b. Adanya perbedaan tarif bea masuk kakao olahan dinegara-negara tujuan ekspor antara lain : ke UE (Afrika hanya dikenakan 0% sedangkan Indonesia 7.7. s/d 9.6 %).
- c. Malaysia dengan produksi biji kakao 30.000 ton per tahun mempunyai kapasitas industri pengolahan kakao sebesar 359.000 ton per tahun.

Tabel 3.

Kapasitas Mesin Terpasang Industri Pengolahan Kakao di Indonesia

Nama Perusahaan	Lokasi	Kapasitas Produksi Optimal			
		03/04	04/05	05/06	06/07
PT. General Food Industries (Petra Foods Delfi)	Bandung Jawa	65.000	65.000	65.000	65.000
PT. Davomas Abadi Tbk.	Tangerang Jawa	30.000	30.000	30.000	30.000
PT. Bumitangerang Mesindotama	Tangerang Jawa	15.000	20.000	30.000	30.000
PT. Industri Kakao Utama**	Kendari Sulawesi	0	22.000	22.000	22.000
PT. Maju Bersama *	Makassar Sulawesi	0	22.000	22.000	22.000
PT. Inti Cocoa Abadi Industries***	Tangerang Jawa	25.000	0	0	0
PT. Effem Indonesia (Mars)	Makassar Sulawesi	17.000	17.000	17.000	17.000
PT. Cocoa Wangi Murni	Tangerang Jawa	15.000	15.000	15.000	15.000
PT. Teja Sekawan Cocoa Industries	Surabaya Jawa	15.000	15.000	15.000	15.000
PT. Budidaya Kakao Lestari	Surabaya Jawa	15.000	15.000	15.000	15.000
PT. Unicomm Makassar	Makassar Sulawesi	10.000	10.000	10.000	10.000
PT. Cocoa Ventures Indonesia	Medan Sumatera	7.000	10.000	10.000	10.000
PT. Kopi Jaya Kakao*	Makassar Sulawesi	0	0	10.000	10.000
PT. Kakao Mas Gemilang	Tangerang Jawa	6.000	6.000	6.000	6.000
PT. Mas Ganda	Tangerang Jawa	6.000	6.000	6.000	6.000
PT. Poleco Cocoa Industry	Makassar Sulawesi	6.000	6.000	6.000	6.000
Total		232.000	259.000	279.000	279.000
Realisasi Produksi Industri di Indonesia****		116.000	129.500	139.500	139.500

Sumber : Ditjen PPHP (2010)



Keterangan:

- Industri kakao baru
- ** Belum beroperasi
- *** Sudahtidakoperasisejakawaltahun 2005
- **** Saat ini industri pengolahan kakao di Indonesia hanya beroperasi 50% dari kapasitas terpasang dan hanya 6 pabrik saja yang mampu terus beroperasi.

Sasaran Jangka Menengah

Dari analisa SWOT dan analisis literatur serta informasi dari pakar, maka sasaran jangka menengah agar industrialisasi hilir kakao berjalan dengan baik adalah :

- Produksi kakao mencapai 0,9 juta ton/thn
- Produktivitas mencapai 1,2 ton/hektar/thn
- Luas areal tanaman unggul mencapai 30%
- Pendapatan petani US \$ 1500/thn
- Harga ditingkat petani 75% dari harga FOB
- Penerapan GAP dan sistem jaminan mutu mencapai 40%
- Petani telah dikonsolidasi ke dalam kelembagaan koperasi secara efektif 40%
- Kelembagaan ditingkat nasional sudah terbentuk

- Kapasitas terpakai industri mencapai 75 % dari kapasitas terpasang.
- Meningkatnya investasi dibidang pengolahan dan industri coklat
- Meningkatnya konsumsi coklat dalam negeri sebesar 50%

Strategi Percepatan Pengembangan Industri Pengolahan Kakao dan Industri Coklat

Untuk membangun agroindustri hilir di tanah air diperlukan berbagai persiapan dan strategi untuk digunakan sebagai pemandu dan pengkayaan kemampuan penyelenggara pembangunan tersebut. Untuk itu diperlukan kelembagaan baik di tingkat pusat maupun daerah dan bahkan di perguruan tinggi. Penciptaan keterpaduan antar sektor yang dijalankan oleh departemen di tingkat pusat sampai di tingkat daerah dalam pembangunan agroindustri hilir sangat penting dan mendesak untuk dilaksanakan. Karena dengan keterpaduan antar sektor seperti penyediaan sarana perhubungan dan transportasi, komunikasi, sarana air bersih, penanganan limbah dsb. dapat meningkatkan produktivitas, efisiensi dan penjaminan mutu. Sementara keterpaduan antar wilayah dapat menekan pembiayaan pembangunan infrastruktur seperti jalan, jaringan distribusi tenaga listrik, jaringan telekomunikasi, dan distribusi air bersih dll., dan selanjutnya akan diperoleh efisiensi dalam penggunaannya (Sutardi, 2007).

Pembangunan agroindustri hilir yang berspektrum luas, terutama berorientasi ke pasar dalam negeri atau substitusi impor adalah dalam kerangka pengembangan sistem agribisnis sebagai paradigma pembangunan pertanian berkebudayaan industri. Pembangunan agroindustri hilir adalah sebagai jembatan antara sektor industri yang memiliki produktivitas tinggi dengan sektor pertanian yang menjadi lahan kehidupan sebagian besar masyarakat Indonesia.

Dalam pengembangan kakao, Malaysia menggunakan pendekatan keberlanjutan (*sustainability*, yakni *Economic Sustainability*, untuk meningkatkan pendapat petani kakao; *Environmental Sustainability*, bagikeseimbangan lingkungan dan *Social Sustainability*, yang berarti bahwa pengembangan industri kakao dan coklat dapat diterima oleh masyarakat (Azhar, I., 2008).

Berdasarkan dari Rencana Strategis Kementerian Pertanian, arah kebijakan industri hilir adalah dalam rangka revitalisasi industri hilir, sehingga dipilih komoditas yang bisa dijadikan sebagai penghela tumbuhnya industri pedesaan yang mempunyai potensi ntuk peningkatan nilai tambah dan daya saing serta mempunyai *multiplier effect*

yang luas terhadap peningkatan nilai tambah (Kementan, 2010).

Berikut ini adalah strategi percepatan pengembangan industri pengolahan kakao dan industri coklat di Indonesia dari pendapat pakar dan hasil analisis SWOT. Urutan strategi tidak menunjukkan tingkat kepentingan penerapannya.

1. Pengembangan *mutual public-private partnership* antara petani kakao dengan industri pengolahan kakao dalam sistem agroindustri yang utuh.

Bahkan dalam kerangka sistem pengembangan kakao yang utuh Sianipar dan Widaretna (2012) mengusulkan sebuah sistem yang lebih komprehensif melibatkan Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM/NGO) sebagai fasilitator pengembangan kakao. LSM menjadi penghubung antara petani atau kelompok tani dengan perusahaan pengolah, pemerintah dan lembaga keuangan. LSM juga menjadi fasilitator dan peningkatan mutu kakao. Konsep ini disebut dengan triple helix axis.

Konsep pengembangan yang mirip dengan triple helix ini juga diusulkan oleh Sutardi (2007). Sutardi mengusulkan konsep Tiga Pilar dalam mengembangkan agoroindustri hilir. Pada dasarnya keterkaitan tiga komponen (pemerintah, perguruan tinggi dan pelaku usaha) dimaksudkan untuk menjalin kerjasama guna mewujudkan kesejahteraan seluruh pemangku kepentingan (*stakeholders*).

- a. Pemerintah

Sebagaimana dijelaskan oleh Soetrisno (2006) bahwa peran aktif pemerintah diyakini dapat membantu menumbuhkembangkan UMKM menjadi unit-unit usaha yang lebih maju dan mandiri. Namun pada kenyataannya pemerintah masih “memandang dengan sebelah mata” terhadap potensi UMKM yang jumlahnya mencapai + 4 juta unit usaha dan terbukti mampu menyerap kurang lebih 79 juta tenaga kerja. Saat ini tampaknya pemerintah masih sangat optimistik dengan konsep “*capital-intensive industries*” bahwa persoalan mendasar bangsa seperti kemiskinan (+ 17,4% dari jumlah penduduk) dan pengangguran (+10,1% dari jumlah penduduk) dapat diatasi dengan baik dan cepat. Oleh sebab itu berbagai upaya telah dilakukan untuk menarik investor asing agar datang ke Indonesia, seperti dari China, Jepang, Amerika Serikat dan Rusia dll., namun kenyataannya banyak investor asing enggan

menanamkan modalnya di Indonesia karena konduktivitas Indonesia memang masih sangat rendah. Apabila kondisi yang tidak kondusif bagi masuknya investor asing ini berlarut-larut, maka program yang sebenarnya secara internal sangat penting dan mendesak untuk dilakukan justru terabaikan. Upaya penting dan mendesak adalah bagaimana memberdayakan dan mengembangkan potensi UMKM pangan dan hasil pertanian untuk mengatasi ketidakstabilan sosial-ekonomi masyarakat (kemiskinan dan pengangguran).

b. Perguruan Tinggi

Berbagai program yang dapat dilakukan oleh perguruan tinggi terkait dengan pengembangan UMKM pangan dan hasil pertanian adalah pengembangan budaya dan jiwa kewirausahaan bagi mahasiswa (seperti: kuliah kewirausahaan, kuliah kerja usaha, magang kewirausahaan, karya alternatif mahasiswa, inkubator wirausaha baru, konsultasi bisnis dan penempatan kerja). Gejala umum penyelenggaraan pendidikan tinggi adalah untuk meningkatkan nilai jual lulusan dalam pasaran kerja, namun kurang disertai pembekalan yang memadai tentang kualitas “*leadership*” dan “*entrepreneurship*”nya (Brodjonegoro, 1999). Oleh sebab itu iklim pendidikan tinggi di tanah air lebih banyak melahirkan lulusan sebagai “pencari kerja” daripada “pencipta lapangan kerja” baik bagi diri sendiri maupun untuk masyarakat.

c. Pelaku Usaha

Melalui kerjasama penelitian terapan maka persoalan yang dihadapi oleh UMKM dapat dipecahkan secara bersama-sama dengan pemerintah dan perguruan tinggi, mengingat banyak UMKM di lapangan juga memiliki kemampuan untuk melakukan penelitian terapan. Dengan demikian terjadi kerjasama sinergi dalam mengembangkan usaha melalui kerjasama atau kemitraan (Sutardi, 2004).

2. Penguatan *capacity building* untuk penanganan pasca panen di tingkat petani.

Peningkatan kapasitas kelembagaan petani ini erat kaitannya dengan motivasi petani. Menurut penelitian Gafur (2009), faktor internal petani guna meningkatkan motivasi petani dalam menerapkan teknologi produksi kakao adalah luas lahan garapan dan akses informasi, sedangkan faktor eksternalnya adalah ketersediaan sarana dan prasarana serta

sifat inovasi yang berkaitan dengan kompleksitas teknologi, dan motivasi intrinsik berhubungan sangat nyata dengan tingkat penerapan teknologi produksi kakao, semakin tinggi motivasi petani semakin tinggi tingkat penerapan teknologi produksi kakao.

3. Penerapan SNI wajib segera dilaksanakan setelah fasilitas pendukungnya terpenuhi dan diterapkan secara disiplin baik kakao yang dipasarkan di dalam negeri maupun untuk ekspor.

Agar standar SNI ini bisa dicapai maka berdasarkan Permentan No. 51 tahun 2012, telah ditetapkan standar fermentasi untuk kakao (Kementerian Pertanian, 2012). Salah satu kelemahan dalam perdagangan kakao adalah karena standar nasional Indonesia (SNI) masih bersifat *voluntary* (belum diwajibkan), sehingga semua jenis panen yang kurang bermutu tetap diterima pasar dengan harga yang berbeda. Oleh karena itu pemerintah harus lebih keras lagi menegakkan hukum dan mewajibkan dipatuhinya SNI dalam perdagangan komoditas kakao (Sa'id, 2009).

4. Pemberian skim insentif bagi petani dan industri pengolahan dalam negeri.

Arsyad et al. (2007) dan Arsyad dan Sanim (2004) melaporkan bahwa pemberian subsidi pupuk dan pajak ekspor (bea keluar/BK) berdampak terhadap harga kakao dunia dan ekspor kakao Indonesia. Subsidi pupuk diberikan kepada petani sedangkan pajak ekspor diberikan untuk industri pengolahan di dalam negeri.

5. Pendalaman dan pengembangan diversifikasi produk kakao yang lebih ke hilir untuk menahan nilai tambah yang sebesar-besarnya di dalam negeri.

Pengembangan sistem informasi yang bisa membantu petani untuk mengembangkan produk-produk khusus merupakan hal yang penting. Seperti pengembangan sistem informasi kopi (CINFO) oleh *Niederhauser* (2008) untuk pengembangan kopi khusus berbasis internet untuk pengembangan produk diferensiasi kopi.

6. Peningkatan dan pemantapan kelembagaan pemasaran mulai dari tingkat petani sampai ekspor.

Coe (2006) mengusulkan peranan petani dalam hal motivasi untuk mengembangkan produk-produk yang khusus (*specialty*) bisa membantu meningkatkan harga. Harga kopi dunia merupakan contoh dari penguatan kelembagaan petani kopi di berbagai belahan dunia.

7. Melakukan promosi kakao Indonesia secara lebih intensif dengan memfokuskan keunggulannya seperti "*Light breaking effect*", "*hard butter*", aroma dan cita rasa prima serta pengembangan kerjasama bisnis dan R&D dengan institusi dan industri kakao di luar negeri.

Sebagai contoh pengembangan konsep zero waste dalam pertanian atau closed system agroindustry yang memanfaatkan keseluruhan aspek dari suatu komoditi pertanian menjadi prosuk-produk yang bermanfaat berdasarkan nilainya (value), akan meningkatkan nilai tambah produk tersebut. Hal ini seperti yang dikembangkan oleh Murthy dan Naidu (2012) untuk komoditi kopi. Pemanfaatan biji kopi, pulp, kulit kopi dan nilai-nilai intrinsik di dalam kopi digali untuk dikembangkan menjadi produk yang lebih bernilai.

Kakao Indonesia memiliki nilai intrinsik (intrinsic value) yang kuat. Hasil olahan kakao biji kakao Indonesia terdiri atas pasta kakao, bubuk coklat dan lemak coklat. Hasil riset menunjukkan bahwa Kakao Indonesia memiliki karakteristik khusus yang tidak dimiliki negara lain yaitu tidak mudah meleleh (*melting point* tinggi) dan kadar asam lemak bebas (FFA) yang rendah.

8. Menggencarkan advokasi tentang manfaat coklat bagi kesehatan untuk mendongkrak *demand*.

Advokasi dapat dilakukan kepada konsumen secara langsung dengan membentuk nilai (value creation) sehingga diperoleh produk yang sesuai dengan harapan konsumen. Walter, et. al (2001) mengusulkan tujuh fungsi bagi hubungan dengan pelanggan. *Volume function* merupakan nilai yang harus diproduksi oleh/bagi pemasok/perusahaan agar bisa menghasilkan keuntungan. Arus kas yang positif bagi pemasok merupakan *profit function* agar terjalin hubungan dengan pelanggan. Kestabilan dan kontrol yang dapat dilakukan terhadap pasar merupakan *safeguard function*. Ketiga fungsi ini berhubungan langsung dengan pemasok/manufaktur. Melalui *innovation function* yang disampaikan oleh pelanggan muncul ide kreatif yang dibutuhkan oleh pelanggan. Ide-ide ini akan menciptakan pasar baru yang disebut dengan *market function*. *Scout function* merupakan fungsi untuk menangkap informasi kritis dan umpan balik dari pelanggan dan *access function* yang dapat memberikan umpan balik dan kritik bagi pengembangan nilai produk. Keempat fungsi yang terakhir tidak berdampak langsung kepada

perusahaan dalam waktu saat ini, namun akan bermanfaat untuk pengembangan di masa depan.

Untuk mendukung strategi di atas perlu juga stakeholder yang terkait, dalam hal ini Kementerian Pertanian dan Dinas-dinas perkebunan di daerah untuk melakukan strategi on-farm pada budidaya kakao. Strategi on-farm berdasarkan Renstra Kementan tahun 2010-2014 adalah :

- Rehabilitasi kebun dengan menggunakan bibit unggul dengan tekniksambung samping.
- Peremajaan kebun tua/rusak dengan bibit unggul.
- Perluasan areal pada lahan-lahan potensial dengan menggunakan bibitunggul.
- Peningkatan upaya pengendalian hama PBK.
- Perbaikan mutu produksi sesuai dengan tuntutan pasar.
- Pengembangan sub sistem penunjang agribisnis kakao yang meliputi:bidang usaha pengadaan sarana produksi, kelembagaan petani dan lembaga keuangan.

Kesimpulan

Komoditi kakao merupakan komoditi utama dan komoditi unggulan Indonesia. Pengembangan hilirisasinya masih mengalami kendala. Diperlukan suatu strategi untuk mempercepat pengembangan hilirisasi kakao ini. Strategi yang disarankan adalah:

- Pengembangan *mutual public-private partnership* antara petani kakao dengan industri pengolahan kakao dalam sistem agroindustry yang utuh.
- Penguatan *capacity building* untuk penanganan pasca panen di tingkat petani.
- Penerapan SNI wajib segera dilaksanakan setelah fasilitas pendukungnya terpenuhi dan diterapkan secara disiplin baik kakao yang dipasarkan di dalam negeri maupun untuk ekspor.
- Pemberian skim insentif bagi petani dan industri pengolahan dalam negeri.
- Pendalaman dan pengembangan diversifikasi produk kakao yang lebih ke hilir untuk menahan nilai tambah yang sebesar-besarnya di dalam negeri.
- Peningkatan dan pemantapan kelembagaan pemasaran mulai dari tingkat petani sampai ekspor.
- Melakukan promosi kakao Indonesia secara lebih intensif dengan memfokuskan keunggulannya seperti "*Light breaking effect*", "*hard butter*", aroma dan cita rasa

prima serta pengembangan kerjasama bisnis dan R&D dengan institusi dan industri kakao di luar negeri.

- Menggencarkan advokasi tentang manfaat coklat bagi kesehatan untuk mendorong *demand*.

Daftar Pustaka

- Arsyad, M., B. Sanim, BM. Sinaga. (2004). The Impact of Fertilizer Price and Devaluation on Cocoa Export and Production. *Journal of Forum Pascasarjana, IPB*, Vol. 27 (3): 255-269.
- Arsyad, M., S. Yusuf, Hasnah, B. M. Sinaga, H. Siregar. (2007). *Evaluation of Government Policy Impact on Indonesian Cocoa Export and Production Post Uruguay Round*. Final Report for HIBAH PEKERTI. Depdiknas. Jakarta.
- Azhar, I. (2008). *The Ways Towards Sustainability of Cocoa Industry in Malaysia*. Malaysian Cocoa Board. Kota Kinabalu, Sabah, Malaysia.
- Brodjonegoro, S.S. (1999). *Strategi Manajemen Perguruan Tinggi untuk Membentuk Hasil Didik yang Berwawasan Pencipta Kerja. Proyek Pemandu (Pilot Project) Pengembangan Budaya Entrepreneurship di Perguruan Tinggi*. Pusat Pengkajian dan Perencanaan Pendidikan, Lembaga Pembinaan dan Pengembangan Pendidikan, Universitas Gadjah Mada. Bekerjasama dengan Direktorat Jendral Pendidikan Tinggi, Departemen Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia. Jakarta.
- Budiharjo. (2011). *Produce Marketing Indonesia – Langkah Kecil Sekelompok Pelaku 'Produce Business'*. *Produce Marketing Indonesia*. Makalah pada Simposium Nasional Agroindustri – IV, Bogor, 24 September 2011.
- Coe, C.A. (2006). *Farmer Participation in Market Authorities of Coffee Exporting Countries*. *World Development* Vol. 34, No. 12, pp. 2089–2115.
- Gafur, S. (2009). *Motivasi Petani dalam Menerapkan Teknologi Produksi Kakao (Kasus Kecamatan Sirenja Kabupaten Donggala, Sulawesi Tengah)*. (Tesis). Bogor (ID): Institut Pertanian Bogor.
- Direktorat Jenderal Perkebunan. (2010). *Statistik Perkebunan Indonesia*. Direktorat Jenderal Perkebunan, Kementerian Pertanian RI, Jakarta.
- Direktorat Jenderal Pengolahan dan Pemasaran Hasil Pertanian. (2010). *Road Map Kakao*. (tidak dipublikasikan). Direktorat Jenderal Pengolahan dan Pemasaran Hasil Pertanian, Kementerian Pertanian RI, Jakarta.
- Sa'id, E. Gumbira. (2009). Review Kajian, Penelitian dan Pengembangan Agroindustri Strategis Nasional: Kelapa Sawit, Kakao dan Gambir. *Jurnal Teknologi Industri Pertanian* Vol. 19(1), hal : 45-55.
- Kementerian Pertanian RI. (2010). *Rencana Strategis Kementerian Pertanian tahun 2010-2014*. Kementan RI, Jakarta.
- Niederhauser, N. Thomas Oberthür, Sibylle Kattinig, James Cock. (2008). *Information and its management for differentiation of agricultural products: The example of specialty coffee*. *computers and electronics in agriculture* 61 (2008) 241–253.
- Ismail, M.M., and Radam, A. (2010). Measuring the Effect of Asian Financial Crisis on the Comparative Advantage of the Food Processing Industry. *International Journal of Economics and Management* 4(2): 271 – 284 (2010).
- Sutardi. (2007). *Pembangunan Agroindustri Hilir Hasil Pertanian dalam Perspektif Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah*. Pidato Pengukuhan Jabatan Guru Besar pada Fakultas Teknologi Pertanian Universitas Gadjah Mada. Diucapkan di depan Rapat Terbuka Majelis Guru Besar Universitas Gadjah Mada Tanggal 24 April 2007 di Yogyakarta.
- Deperindag. (2003). *Kebijakan Pengembangan Industri Kecil dan Menengah*. Direktorat Jenderal Industri dan Dagang Kecil Menengah, Departemen Perindustrian dan Perdagangan Republik Indonesia. Jakarta.
- Departemen Perindustrian. (2009). *Buku II Peta Panduan (Road Map) Pengembangan Klaster Industri Prioritas Industri Berbasis Agro Tahun 2010 – 2014*. Departemen Perindustrian RI, Jakarta.

Pushpa S. Murthy, dan M. Madhava Naidu. (2012). *Sustainable management of coffee industry by-products and value addition—A review*. Resources, conservation and Recycling 66 (2012) 45– 58.

World Growth. (2011). *Manfaat Minyak Sawit bagi Perekonomian Indonesia*. Jakarta.

Goenadi, H.D., Baon, J.B., Herman, Purwoto, A. (2005). *Prospek dan Arah Pengembangan Agribisnis Kakao di Indonesia*. Badan Litbang Pertanian Departemen Pertanian Indonesia.

Rachbini, D.J., Arifin, B., Yustika, A.E., Hartati, E. S., Listiyanto, E., Firdaus, A.H., Ghani, A. P., Abdullah, I. (2012). *Outlook Industri 2012. Strategi Percepatan dan Perluasan Agroindustri*. Kementerian Perindustrian RI, Jakarta.

Soetrisno. (2006). *Strategi Sinergi, Dual-Scheme, Paradigm Shift dan Pajak untuk Penyelesaian Krisis*. Makalah Seminar Nasional Revitalisasi Kebijakan Menuju Industrialisasi Pertanian yang Berkeadilan dan Berkelanjutan. Balai Senat UGM, 8 – 9 Desember 2006.

Sutardi. (2004). *Karakter dan Budaya Wirausaha Baru*. Editor: Suhono Harso Supangkat, Purnomo Yustianto dan Sigit Purwanto. Entrepreneurial Economic Development Strategy. Pusat Inkubator Bisnis ITB. Bandung. Hal: 11 – 22.

Sutardi, Ali Agus dan Nurul Indarti. (2004). *Evaluasi Perkembangan Sentra Usaha Kecil dan Menengah*. Kerjasama Antara Lembaga Pengabdian Masyarakat, UGM dengan Kementerian Negara Koperasi dan UKM. Jakarta.

Walter, A., Ritter, T., and Gemünden, H.G. (2001). Value Creation in Buyer–Seller Relationships Theoretical Considerations and Empirical Results from a Supplier’s Perspective. *Industrial Marketing Management* Vol. 30, p: 365–377 (2001), Elsevier Science Inc.