

BAB III

PERKEMBANGAN PERDAGANGAN KAKAO DI PASAR AMERIKA

Pangsa pasar kakao di Amerika memang selalu menjanjikan, buktinya permintaan akan biji kakao selalu meningkat. Justru terkadang permintaan yang tinggi akan biji kakao tidak diimbangi dengan produksi, sehingga terjadilah ketidakseimbangan dan menimbulkan kelangkaan bahan baku dan harga pun secara otomatis akan ikut naik.

Akan menjadi baik bila kemampuan produksi negara pengespor seperti Indonesia dapat memenuhi kebutuhan kakao di pasar Amerika. Dengan demikian maka kebutuhan akan bahan baku pembuatan barang jadi berupa kakao akan terpenuhi dan Indonesia sebagai produsen kakao mendapatkan keuntungan berupa devisa terhadap pendapatan negara dari perdagangan internasional.

A. Kemampuan Produksi Kakao Dunia

Pada dasarnya, produksi kakao dunia di dominasi oleh negara-negara dari Asia dan negara-negara dari Afrika. Hal ini dikarenakan faktor Sumber Daya Alam (SDA) yang sangat mendukung. Pertumbuhan produksi kakao dunia relatif tinggi dengan rata-rata sebesar 5,8% per tahunnya. Indonesia merupakan pemasok ketiga terbesar di dunia setelah Pantai Gading dan Ghana dengan *market share* 13,6% dari total produksi dunia. Hingga tahun 2011, ICCO (International Cocoa Organization) memperkirakan produksi kakao dunia mencapai 4,05 juta ton,

sehingga akan terjadi defisit sekitar 50 ribu ton per tahun. Hal ini diperkirakan

akan terus berlangsung pada tahun-tahun selanjutnya. Pada 2009, produksi kakao dunia sempat mengalami penurunan, akibat penurunan produksi di Pantai Gading. Namun pada 2010, produksi kembali pada level sebelumnya dan bahkan lebih tinggi¹⁷.

Tabel 1 Jumlah Produksi Kakao Negara Dunia 2008-2010

NO.	Negara Produsen	Jumlah Produksi
1.	Pantai Gading	1.276.000 ribu ton
2.	Ghana	586.000 ribu ton
3.	Indonesia	456.000 ribu ton
4.	Kamerun	274.000 ribu ton
5.	Brasil	238.000 ribu ton
6.	Nigeria	229.000 ribu ton
7.	Ekuador	175.000 ribu ton
JUMLAH		3.234.000 ribu ton

SUMBER: ICCO (*International Cocoa Organization*)

Iklim dan cuaca suatu negara sangat mempengaruhi jumlah yang bisa diproduksi oleh negara. Pemasok utama kakao dunia adalah Pantai Gading (38,3%), Ghana (20,2%) dan Indonesia (13,6%). Pemasok lainnya adalah Kamerun (5,1%), Brasil (4,4%), Nigeria (4,9%) dan Ekuador (3,1%). Walaupun sebagai pemasok utama kakao dunia, selama tahun 2008-2010 rata-rata

pertumbuhan produksi Pantai Gading relatif rendah yakni hanya 1% per tahun, sebaliknya Ghana tumbuh sangat tinggi 10,5% per tahun. Sementara Indonesia dan Kamerun tumbuh moderat dengan masing-masing meningkat rata-rata 5,1% dan 4% per tahun¹⁸.

Setiap negara produsen kakao dunia hanya memproduksi kakao untuk memenuhi kebutuhan produksi domestik, hanya kelebihannya saja yang diekspor keluar negeri. Namun rata-rata produsen kakao dunia, negara-negara tersebut hanya mampu memproduksi kakao saja dan hanya sebagian kecil saja yang mampu dan memiliki alat untuk mengolah menjadi barang akhir atau cokelat. Oleh sebab itu, mayoritas hasil produksi kakao tersebut diekspor ke luar negeri. Karena bila kakao terlalu lama didiamkan akan menjadi busuk dan akan terkena jamur.

Pada 2011 produksi kakao dunia diperkirakan mencapai 4,05 juta ton atau tumbuh melambat menjadi 1,9% rata-rata per tahun (2007-2011), akibat makin tingginya ketidak-seimbangan iklim global yang pada akhirnya menyebabkan rendahnya produktivitas kakao. Selain itu melambatnya pertumbuhan produksi juga disebabkan masalah regulasi dan politik yang terjadi pada negara-negara produsen utama.

Sedangkan ICCO memperkirakan produksi kakao Indonesia di tahun 2011 akan mencapai 561 ribu ton/tahun atau tumbuh rata-rata 2,3% per tahun. Sementara itu Pantai Gading sebagai pemasok/ produsen terbesar di dunia diperkirakan tumbuh melamban hanya mencapai 1,3% per tahun akibat adanya

¹⁸ <http://www.pttanline.com/ptt/indonesia-2011-jurnal-peternakan-2011-2012> diunduh pada 05

regulasi pemerintah untuk mengurangi subsidi komoditas ini. Sebaliknya Ghana diperkirakan akan mengalami pertumbuhan produksi yang cukup tinggi, mencapai 4% per tahun yang disebabkan adanya insentif harga dari pemerintah.

Pada 2011 produksi kakao dunia diperkirakan mencapai 4,05 juta ton atau tumbuh melambat menjadi 1,9% rata-rata per tahun (2007-2011), akibat makin tingginya ketidak-seimbangan iklim global yang pada akhirnya menyebabkan rendahnya produktivitas kakao. Selain itu melambatnya pertumbuhan produksi juga disebabkan masalah regulasi dan politik yang terjadi pada negara-negara produsen utama.

B. Tingkat Konsumsi Kakao Dunia

Negara-negara besar mendominasi tingkat konsumsi kakao di dunia, namun mayoritas merupakan produk impor dari Afrika dan dari Asia. Di sisi lain konsumen utama kakao dunia adalah Belanda, Amerika Serikat dan Pantai Gading. Ketiga negara tersebut mengkonsumsi 36,2% kakao dunia dengan pertumbuhan 2%-4% per tahun. Namun pertumbuhan tingkat konsumsi tertinggi selama 2004-2006 dicapai Selandia Baru dan Jerman dengan pertumbuhan signifikan sebesar 11% dan 16,1% per tahun. Saat ini 73% pasar kakao olahan (cocoa processing) dunia hanya dikuasai 14 perusahaan.¹⁹

Dari jumlah tersebut hanya ada 5 perusahaan yang menguasai pasar terbesar yaitu *Archer-Daniels-Midland* (ADM) (15%), *Cargill* (15%), *Barry Callebaut* (15%), *Blommer* (5%) dan *Petra Foods* (5%). Sedangkan industri

¹⁹ <http://www.peta.com/2006/11/27/artikel.php?id=00726> diunduh pada 03 april 2010

kakao diperkirakan akan menurun, namun di bulan Des 2010 harga kakao kembali *
meningkat mencapai US\$ 2.113/ ton. Karena permintaan yang tinggi dan peningkatan produksi yang terus meningkat.

Disisi konsumsi, ICCO memperkirakan pada tahun 2011 AS, Jerman, Inggris, Perancis, Rusia dan Jepang merupakan negara konsumsi utama kakao dunia. AS diperkirakan akan menguasai konsumsi kakao dunia dengan pertumbuhan konsumsi 16,2% per tahun. Pertumbuhan konsumsi tertinggi selama 2007-2011 dicapai Jepang dan Rusia dengan pertumbuhan 32,6% dan 28,6% pertahun.

Namun yang cukup punya peluang untuk kakao Indonesia adalah pangsa pasar eropa, karena selama ini ekspor kakao Indonesia ke negara-negara Eropa masih dalam jumlah rendah. Pesaing kakao Indonesia di pasar Uni Eropa cukup banyak dan datang dari negara-negara yang memperoleh fasilitas bebas bea masuk, seperti: Pantai Gading yang menguasai hampir setengah (41,54%) dari pasokan yang dibutuhkan UE, Ghana, Nigeria, Kamerun, Brazil, Ekuador dan Swiss.

Hampir semua negara tersebut kecuali Swiss merupakan negara *beneficiaries* dari *General System of Preferences* (GSP) UE. Fasilitas yang diperoleh melalui skema GSP tersebut tidak sama antara satu negara dengan negara lainnya. Negara produsen kakao yang merupakan negara miskin akan memperoleh fasilitas pembebasan bea masuk. Sementara negara lain seperti Indonesia yang masuk dalam kelompok negara berkembang hanya memperoleh pengurangan tariff sebesar 3.5% dari tarif yang berlaku umum (*Most Favoured*

Nations). Disamping itu, perlakuan khusus juga diberikan bagi negara (Swiss dan Norwegia) yang memiliki perjanjian perdagangan bebas dengan UE.

Jenis kakao yang terbanyak diimpor oleh Uni Eropa adalah biji kakao (cocoa beans). Besarnya permintaan ini berkaitan langsung dengan tingginya permintaan biji kakao dari industri cokelat di negara anggota. Untuk memasok biji kakao, industri cokelat juga telah menetapkan berbagai persyaratan yang harus dipenuhi oleh importir antara lain adalah standar mutu biji, persyaratan kesehatan, lingkungan dan yang paling penting dari semuanya itu, biji kakao tersebut harus difermentasikan terlebih dahulu sebelum diekspor.

Kakao yang diimpor UE dari negara berkembang kemudian diolah menjadi berbagai komoditi berbeda. Produk hasil olahan kakao tersebut kemudian diekspor kembali ke berbagai negara asal bahan mentahnya termasuk ke Indonesia. Umumnya produk olahan kakao yang di ekspor kembali oleh UE adalah cokelat dan produk makanan yang mengandung cokelat. Namun demikian disamping produk olahan kakao, diantara negara UE juga terjadi perdagangan ekspor biji kakao untuk keperluan industri pengolahan yang membutuhkan kakao sebagai bahan bakunya.

C. Kebijakan Impor Amerika Serikat Dalam Perdagangan Internasional

Dalam perdagangan internasional di setiap negara mempunyai aturan yang berbeda-beda, tetapi ketika suatu negara menjalin hubungan bilateral maupun multilateral ada suatu kesepakatan yang disetujui bersama tentunya tanpa mengesampingkan prinsip dasar dari peraturan negara tersebut. Seperti yang

dilakukan oleh Indonesia dan Amerika Serikat adanya suatu kesepakatan bersama tentang perdagangan, khususnya dalam hal prosedur-prosedur yang harus dilalui ketika melakukan kegiatan ekspor-impor.²¹

Seorang individu mungkin membuat sendiri barang impor untuk penggunaan pribadi atau bisnis. Semua barang dagangan yang datang ke Amerika Serikat harus jelas Bea dan tunduk tugas Bea Cukai kecuali secara khusus dikecualikan oleh hukum. Hal ini melibatkan beberapa langkah diantaranya adalah: masuk, pemeriksaan, penilaian, klasifikasi dan likuidasi.

Dalam pelayanan dari Amerika tidak memerlukan importir untuk memiliki *lisensi* atau izin. Lembaga lain mungkin memerlukan izin, *lisensi*, atau sertifikasi lain, tergantung pada apa yang sedang diimpor. formulir pendaftaran Bea dan Cukai melakukan meminta nomor importir. Ini adalah salah satu bisnis IRS nomor registrasi, atau jika bisnis yang dilaukakan tidak terdaftar dengan IRS atau terancam tidak memiliki bisnis, nomor jaminan sosial.

Importir harus menyatakan nilai kena pajak barang dagangan. Pada penilaian akhir ditetapkan oleh Bea dan Cukai. Beberapa metode penilaian digunakan untuk sampai pada nilai ini, nilai transaksi berfungsi sebagai dasar utama penilaian. Nilai transaksi adalah harga yang sebenarnya dibayar atau dibayar oleh pembeli kepada penjual untuk barang impor.

Faktor lain juga dapat menambah nilai kena pajak barang dagangan, seperti biaya pengepakan, penjualan, lisensi royalti atau biaya komisi, dll bila nilai transaksi tidak dapat ditentukan, maka nilai dari barang impor yang dinilai adalah

nilai transaksi identik barang dagangan. Jika barang dagangan identik dengan barang impor tidak dapat ditemukan atau nilai transaksi yang diterima untuk barang dagangan tersebut tidak ada, maka nilai tersebut adalah nilai transaksi barang serupa. dagangan serupa berarti dagangan yang dihasilkan di negara yang sama dan oleh orang yang sama sebagai barang dagangan yang sedang dinilai. Ini harus barang komersial yang dipertukarkan dengan barang dagangan yang sedang dinilai. Atau serupa barang identik harus sudah diekspor ke Amerika Serikat pada atau sekitar waktu yang sama barang yang sedang dinilai diekspor ke Amerika Serikat.

Importir harus menentukan nomor klasifikasi barang yang diimpor produk. *Harmonized* Tarif Jadwal Serikat Serikat (HTSUS), yang dikeluarkan oleh Amerika Serikat Komisi Perdagangan Internasional, menetapkan klasifikasi barang menurut jenis produk, misalnya, sayuran dan hewan, serat tekstil dan produk tekstil. Importir harus membayar tugas estimasi dan biaya pemrosesan jika berlaku. Bea Cukai membuat keputusan akhir mengenai tingkat yang benar tugas.

Tingkat Tugas item terikat ke nomor klasifikasinya. HTSUS menyediakan beberapa tingkat tugas untuk setiap item: tarif umum bagi negara-negara dengan yang kita menjaga hubungan perdagangan normal (NTR), tarif khusus untuk program khusus (gratis, atau lebih rendah dibandingkan tingkat saat ini diberikan NTR negara), dan kolom 2 tingkat untuk impor tidak memenuhi syarat untuk salah satu atau khusus tarif umum.

Pabean mempunyai tugas yang biasanya dinilai dengan tarif *ad valorem*, suatu persentase yang diterapkan pada nilai kena pajak barang impor. Beberapa

artikel, bagaimanapun, adalah kena pajak pada tingkat tertentu (begitu banyak per buah, liter, kilo, dll); lain di tingkat senyawa tugas (yaitu, kombinasi keduanya valorem iklan dan tarif spesifik). Jika surat formal diperlukan - importir mungkin harus *posting surety bond*. Adalah tanggung jawab importir untuk memastikan bahwa barangnya atau dia yang diimpor memenuhi persyaratan diterimanya seperti yang tepat tanda, standar keamanan, dll dan bahwa izin yang tepat, jika diperlukan, telah diperoleh sebelum barang tiba di Amerika Serikat negara.

Barang-barang impor tidak dapat secara masuk perdagangan Amerika Serikat sampai pengiriman telah tiba di pelabuhan masuk dan Bea Cukai telah resmi pengiriman barang dagangan. Hal ini biasanya dicapai dengan mengajukan dokumen yang sesuai, baik oleh importir atau oleh importir agen. Untuk mendapatkan daftar importir di Amerika Serikat. Untuk mempercepat proses ini, kertas entri Bea Cukai dapat disajikan sebelum barang tiba, tetapi masukan tidak akan berlangsung hingga barang tiba dalam batas-batas pelabuhan.

Layanan Bea Cukai tidak memberitahukan kepada importir kedatangan pengiriman. Pembawa barang biasanya membuat pemberitahuan kedatangan. Pengaturan harus dilakukan untuk memastikan bahwa importir atau agen mereka diberitahu segera kedatangan sehingga entri dapat diajukan dan penundaan dalam memperoleh barang dihindari.

Layanan Pabean mendefinisikan "masuk" bukan hanya sebagai kedatangan barang di pelabuhan, tetapi sebagai proses penyajian dokumentasi untuk kliring barang melalui Bea Cukai. Barang impor tidak masuk melalui Bea Cukai pada waktu yang tepat (dalam waktu 15 hari kalender kedatangan) dikirim oleh Bea

Cukai ke gudang ketertiban umum yang akan diselenggarakan sebagai tidak diklaim. Importir bertanggung jawab untuk membayar biaya penyimpanan sementara barang yang tidak diklaim diadakan di gudang. Jika tetap tidak diklaim pada akhir enam bulan, barang tersebut dijual di lelang.

Beberapa jenis entri Pabean harus dilakukan di pelabuhan pertama kedatangan. Biasanya entri dibuat di sana untuk konsumsi, untuk masuk ke gudang berikat, atau untuk transportasi di obligasi ke port mana atau gudang entri konsumsi akan dibuat. Jika importir tidak berada di sana untuk mempersiapkan dan file entri, broker komersial, dikenal sebagai pialang pabean dan izin dari Dinas Pabean, dapat bertindak sebagai agen untuk importir. Ini broker mengenakan biaya untuk layanan mereka. Daftar pialang pabean dapat diperoleh dari kantor Pabean setempat atau ditemukan di halaman kuning buku petunjuk telepon lokal.

Dalam kasus pengiriman non-komersial tunggal, atau individu yang relatif dapat bertindak sebagai importir agen untuk keperluan pabean. Orang ini harus mengetahui fakta-fakta yang berkaitan dengan pengiriman dan harus berwenang secara tertulis untuk bertindak untuk importir.

Karyawan Bea Cukai dilarang oleh hukum dan *America Import Association* karyawan dilarang oleh undang-undang oleh-dari melakukan tugas-tugas ini bagi publik pengimpor. Namun, kebiasaan karyawan akan memberikan saran dan memberikan informasi kepada importir tentang persyaratan pabean.

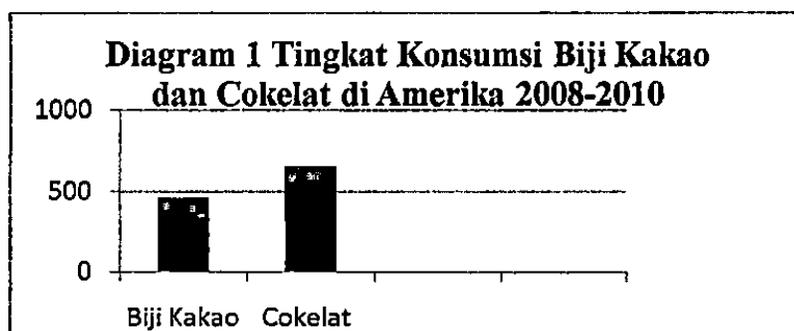
Akan tetapi akan ada sanksi yang berat bila ada yang melanggar peraturan yang

ada pada undang-undang tersebut yaitu berupa surat peringatan bahkan yang lebih berat adalah berupa pemecatan.

Peraturan Amerika tentang ekspor-impor barang memang sangat ketat guna melindungi konsumen yaitu masyarakat Amerika yang punya selera konsumtif tinggi pada cokelat. Standar yang digunakan untuk barang-barang impor juga diterapkan dengan standar yang cukup ketat, karena seperti halnya merkantilisme yang menggunakan tariff tinggi guna memproteksi produk dalam negeri. Karena bila tidak demikian, maka masyarakat Amerika akan memilih produk-produk impor yang harganya tentu lebih ekonomis.

Dengan demikian maka pabrik-pabrik akan mengurangi produksi yang berdampak pada pemecatan buruh dan pemasukan pada negara. Antisipasinya adalah dengan mengenakan tariff yang tinggi kepada barang-barang impor agar hal-hal yang demikian tidak terjadi.

Tidak dapat diragukan lagi bahwa negara-negara yang memproduksi barang akhir seperti cokelat di dunia telah mengetahui produksi kakao Indonesia, karena itu banyak dari negara-negara tersebut seperti Amerika Serikat yang menjalin kerjasama dalam perdagangan internasional dalam ekspor kakao Indonesia.



2008 berupa biji dan cokelat. Sedangkan Angka tersebut terbilang cukup besar yang menjadikan Indonesia sebagai negara pengekspor kakao ketiga terbesar di dunia setelah Pantai Gading, Afrika. Nilai ekspornya mencapai 1 miliar dollar AS. Jenis kakao yang diekspor berupa biji yang telah difermentasi dan nonfermentasi. Sehingga Indonesia hanya mampu memenuhi kebutuhan konsumsi kakao Amerika sebesar 13,6% saja.

Tercatat pada tahun 2009 ekspor kakao Indonesia ke Amerika Serikat mengalami penurunan yang cukup signifikan jika dibandingkan angka ekspor pada tahun 2008, hal ini disebabkan karena Indonesia sedang mengalami cuaca yang buruk sepanjang tahun 2009. Namun kinerja yang bagus dapat ditunjukkan dengan kembali meningkatnya ekspor kakao Indonesia ke Amerika Serikat pada tahun 2010 yang mencapai 827 ribu ton.

Tanaman perkebunan ini telah mendorong dunia agribisnis Indonesia menjadi lebih meningkat. Hal ini dibuktikan dengan penyerapan tenaga kerja yang cukup besar. Pada tahun 2008-2010, tercatat 900.000 kepala keluarga petani kakao di Indonesia. Perkebunan kakao di Indonesia tercatat seluas 914.051 ha sebagian besar (87,4%) merupakan perkebunan rakyat sedangkan sisanya dikelola perkebunan besar (6%) dan perkebunan swasta (6,7%).²³ Yang mayoritas berlatar belakang pendidikan yang rendah dan pada umumnya pengetahuan tentang kakao berasal dari turun temurun.

²³ Anonim. Profil Singkat Komoditi Kakao.

http://asiapacificinvestmart.com/initial/id/user/files/komoditi/2/kakao_profil singkat.pdf diunduh

D. Persaingan Pasar Kakao di Amerika Serikat

Amerika merupakan pengimpor kakao terbesar di dunia, Permintaan biji kakao dunia hingga saat ini diperkirakan sekitar 2.848.900 ton per tahun dengan rincian pasar: Eropa 1.495.100 ton, Amerika Serikat 1.008.500 ton, Asia dan Oceania 278.100 ton, dan Afrika 67.200 ton. Pertumbuhan kebutuhan meningkat terus dan dikhawatirkan suatu saat akan terjadi kekurangan pasokan biji kakao.

Tabel 1.4-Kebutuhan Kakao Dunia Dalam Ton

NO	NAMA NEGARA/BENUA	JUMLAH
1	Eropa	1.495.100 ton
2	Amerika Serikat	1.008.500 ton
3	Asia/Oceania	278.100 ton
4	Afrika	67.200 ton

Produksi kakao Indonesia hanya 15% dari produksi dunia. Negara Amerika merupakan negara sasaran terbesar ekspor kakao dari Indonesia, karena permintaan kakao dari negara "Paman Sam" itu terbilang tinggi. Negara Amerika merupakan negara yang memiliki tingkat permintaan kakao yang cukup tinggi di dunia. Permintaan negara Amerika akan kakao cukup tinggi dengan mengandalkan negara pengeksport kakao seperti Indonesia.

Indonesia yang merupakan salah satu wilayah yang memiliki tingkat produksi kakao nomor tiga di dunia, memenuhi permintaan kakao negara Amerika rata-rata sekitar 300 ton pertahun. Sehingga kata Zulkifli, Amerika merupakan negara tujuan ekspor kakao terbesar di Indonesia, dibandingkan negara di Eropa

Indonesia sedang mengupayakan pemenuhan ekspor negara Amerika tersebut dengan gencar mengiatkan program gerakan nasional peningkatan mutu dan produksi kakao (*Gernas pro kakao*) yang dicanangkan pemerintah pusat di daerah ini. Produksi kakao terbesar Indonesia adalah Sulbar yang setiap tahun sekitar 180,000 ton per tahun dari lahan seluas 332.902 hektare.

Amerika Serikat merupakan pasar tradisional tujuan ekspor kakao Indonesia. Impor kakao USA dari dunia mencapai US\$ 3,1 miliar. Besarnya pasar di Amerika membuat Indonesia juga harus bersaing dengan produk kakao yang berasal dari sejumlah negara. Negara pesaing Indonesia untuk produk kakao di pasar USA adalah Pantai Gading dan Kanada.

Selama tahun 2008-2010 pasokan kedua negara tersebut masing-masing mencapai 18,9% dan 23,4%. Sementara ekspor kakao Indonesia menguasai pasar di USA mencapai 8,7% masih lebih tinggi dibandingkan Mexico dan Malaysia, yaitu masing-masing sebesar 5% (*Un-Comtrade, 2010*). Pertumbuhan ekspor kakao Indonesia ke negara Paman Sam itu juga terus meningkat selama lima tahun terakhir rata-rata mencapai 5,7% per tahun.

Relatif kecilnya ekspor kakao Indonesia di USA salah satunya masih ada kendala non tarif yaitu *Automatic detention* (potongan harga) yang dikenakan sejak tahun 1991 sampai sekarang. Hal ini dikarenakan produk ekspor kakao Indonesia masih banyak dalam bentuk *unfermented*. Negara pesaing bagi kakao Indonesia saat ini justru dari negara-negara yang belum lama bermain pada komoditas ini seperti negara-negara di Afrika yang mendapatkan premium harga

Relatif kecilnya ekspor kakao Indonesia di USA salah satunya masih ada kendala non tarif yaitu *Automatic detention* (potongan harga) yang dikenakan sejak tahun 1991 sampai sekarang. Hal ini dikarenakan produk ekspor kakao Indonesia masih banyak dalam bentuk *unfermented*. Negara pesaing bagi kakao Indonesia saat ini justru dari negara-negara yang belum lama bermain pada komoditas ini, seperti negara-negara di Afrika yang mendapatkan premium harga lebih tinggi sampai US\$ 300/ton.

E. Upaya Ekspor Kakao Indonesia Dalam Bersaing Pasar di Amerika Serikat

Perdagangan internasional merupakan suatu kegiatan baru dalam hubungan internasional, dengan alasan bahwa adanya kebutuhan yang tidak bisa dipenuhi secara nasional oleh Negara tersebut, sehingga membutuhkan kemampuan produksi dari Negara lain. Amerika Serikat dan Indonesia adalah salah satu Negara yang tidak bisa memenuhi kebutuhannya sendiri, sehingga memerlukan Negara lain untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Hubungan internasional tersebut bisa berupa multilateral, ataupun hubungan bilateral sesuai dengan kesepakatan yang telah disetujui oleh Negara-negara tersebut.

Indonesia juga memproduksi biji kakao untuk memenuhi kebutuhan Negara Amerika Serikat sebagai bahan baku utama pembuatan cokelat, tetapi komoditi ini bukanlah satu-satunya komoditi yang di ekspor oleh Indonesia ke Amerika Serikat. Contoh Negara yang paling potensial dalam memproduksi biji kakao untuk pasar internasional adalah Pantai Gading di urutan pertama dan Ghana pada urutan kedua yang memenuhi kebutuhan dunia akan kakao. Oleh

karena itu, Indonesia yang berada dalam posisi terbesar ketiga pemasok kakao dunia harus mempunyai strategi untuk dapat mempertahankan kualitas dan mutu produk yang dihasilkan.

Yang antara lain adalah: mengekspor biji kakao yang sudah difermentasi dan mengolah biji kakao tersebut menjadi barang jadi. Karena itu perlu adanya kesadaran untuk membangun pengolahan fermentasi kakao yang memadai agar dapat menampung hasil biji kakao yang ada di pasar domestik Indonesia.

1. Mengekspor biji kakao yang sudah difermentasi.

Strategi yang dilakukan oleh para eksportir untuk memasuki pasar Amerika Serikat salah satunya adalah dengan mengekspor biji kakao yang sudah difermentasi. Karena dengan mengekspor biji kakao yang sudah difermentasi keuntungan yang didapat akan semakin tinggi. Perbedaan harga biji kakao mentah dan yang sudah difermentasi antara Rp.3000 sampai Rp.3500.

Ada berbagai macam olahan yang bisa dilakukan untuk biji kakao sebelum diekspor ke pasar internasional. Untuk kakao pasta dan powder Indonesia belum termasuk eksportir utama (lima terbesar) dunia, akan tetapi untuk kakao butter, sebagai eksportir Indonesia menempati posisi nomor 4 terbesar setelah Belanda, Malaysia dan Perancis.

Pasar utama Indonesia adalah Amerika Serikat Belanda, Perancis, Australia dan Belgia. Indonesia mengisi pangsa pasar kakao butter AS sebesar 18,6% sedangkan Malaysia 30% dari total impor kakao butter AS tahun 2007.

Selama ini pengolahan biji kakao masih dilakukan di Negara Malaysia Indonesia

Bila melihat terus meningkatnya jumlah ekspor kakao Indonesia maka bila Indonesia dapat mengolah biji kakao itu menjadi kakao yang sudah difermentasi maka ditargetkan pada awal tahun 2011 ekspor kakao Indonesia akan mencapai US\$ 65,9 juta atau naik menjadi 70,51 persen dari sebelumnya²⁵. Cara untuk meningkatkan kualitas kakao tersebut, sekarang ini sedang dilakukan program fermentasi. Dengan peningkatan tersebut diharapkan dapat meningkatkan nilai tambah penjualan sebesar USD150 hingga USD200 per ton kakao.

Pada tahun ini luas lahan kakao diperkirakan akan meningkat seluas 10.000 hingga 20.000 hektar, terutama sekali pada wilayah bagian barat Indonesia. Indonesia mengespor kakao ke Amerika, Brazil, China, Singapura dan Malaysia. Melalui berbagai upaya perbaikan dan perluasan, areal perkebunan kakao Indonesia pada tahun 2010 diperkirakan mencapai 1,1 juta ha dan diharapkan mampu menghasilkan produksi 730 ribu ton/tahun biji kakao.

Pada tahun 2025, sasaran untuk menjadi produsen utama kakao dunia bisa menjadi kenyataan karena pada tahun tersebut total areal perkebunan kakao Indonesia diperkirakan mencapai 1,35 juta ha dan mampu menghasilkan 1,3 juta ton/tahun biji kakao. Untuk mencapai sasaran produksi tersebut diperlukan investasi sebesar Rp.16,72 triliun.

2. Kerjasama Pemasaran Internasional ke Amerika Serikat

Kerjasama pemasaran internasional adalah strategi perusahaan kakao di Indonesia dalam hal produk, harga, promosi, dan distribusi. Kerjasama yang

²⁵ <http://www.tempointeraktif.com/hg/bisnis/2010/09/03/brk,20100903-276204,id.html>
diunduh pada tanggal 3 september oktober 2010

dimaksudkan adalah kesepakatan kedua pelaku perdagangan internasional yaitu eksportir Indonesia dengan perusahaan-perusahaan di Amerika Serikat.

Perdagangan internasional yang dilakukan ini adalah model *people to people* atau individu ke individu, walaupun individu yang dimaksud melakukan perdagangan internasional tetap saja ada sebuah wilayah negara yang harus dilalui, dan Negara tersebut mempunyai aturan-aturan sendiri dalam melakukan perdagangan internasional. Kesepakatan tersebut merupakan suatu kerjasama dalam pemasaran internasional, diantaranya:

a) Kerjasama di Bidang Produk Internasional

Strategi produk adalah suatu strategi yang dilaksanakan oleh suatu perusahaan yang berkaitan dengan produk yang dipasarkan, tidak hanya produk tetapi terkait dengan hal lain seperti; bungkus, merek, label, dan sebagainya. Produk yang dipasarkan atau dijual hendaknya produk yang diinginkan konsumen sehingga dengan demikian konsumen merasa puas.

Dalam suatu produk tentu saja seperti bentuknya yang manis, daya tahannya yang tinggi, warnannya yang menarik, atau pun mereknya yang terkenal bahkan bisa saja pelayanan purna jual yang berupa servis yang baik terhadap konsumen, dengan pelayanan yang sangat baik diharapkan kelangsungan hubungan terus terjalin²⁶.

Oleh karena itu kerjasama harus dilakukan oleh kedua Negara yang melakukan hubungan dagang adanya pemberian informasi tentang produk yang boleh di impor ke Negara tersebut, seperti perusahaan kakao. Karena

²⁶ <https://www.researchgate.net/publication/355514675>

dengan informasi yang diperoleh maka tidak akan terjadi pencekalan atau larangan terhadap suatu produk karena aturan yang diberlakukan oleh Negara tujuan ekspor tersebut.

b) Kerjasama di Bidang Harga Internasional

Para eksportir juga perlu memikirkan tentang penetapan harga jual produk secara tepat karena harga yang tidak tepat akan berakibat tidak menarik para pembeli tidak selalu bahwa harga haruslah ditetapkan serendah-rendahnya mungkin atau setidaknya dapat dijangkau.

Harga jual yang terendah akan memberikan kepuasan bagi golongan orang-orang yang disebut sebagai golongan "*Economic man*", manusia-manusia yang senang pengiritan. Bagi orang-orang yang memiliki sifat "*psychologic man*" manusia-manusia yang tidak menyenangi barang-barang yang harganya murah, mereka menganggap barang murahan, oleh karena itu maka terdapat dasar penetapan harga.

Namun dalam penentuan harga, perusahaan di Amerika Serikat dapat menolak ketika harga tersebut tidak sesuai dengan pasar internasional tentunya dengan kualitas yang sesuai, oleh karena itu para eksportir harus menyesuaikan harga dengan biaya produksi pokok ditambah dengan biaya pengiriman. Sehingga harga yang diberikan terjangkau ditambah dengan biaya pengiriman, asuransi, dan lain lain, ketika akan dipasarkan kembali keuntungan yang akan diambil oleh importir tidak boleh melebihi 40% dari harga eksportir. Ketika harga telah

disepakati oleh kedua belah pihak maka kerjasama harga pun telah ditentukan.

c) Kerjasama di Bidang Promosi Internasional

Strategi promosi adalah salah satu langkah dalam hal memperkenalkan produk dan memperkenalkan produk dan memperkenalkan perusahaan. Dalam mempromosikan produk banyak cara yang dapat dilakukan yaitu dengan cara iklan atau *advertising*, promosi penjualan, publikasi, *personal selling*.²⁷ Dalam hal ini para eksportir kakao lebih fokus pada *personal selling* dengan proses sebagai berikut:

➤ Introduction Letter

Upaya untuk memperkenalkan komoditi unggul ke pada pembeli

➤ Inquiry Letter

Surat importir/calon pembeli kepada eksportir untuk mendapatkan informasi harga, kualitas, kuantitas, waktu penyerahan dan contoh,

➤ Offersheet Letter

Surat penawaran eksportir kepada importir dengan menginformasikan hal-hal sebagai berikut: nama, kualitas barang, harga, cara pembayaran, waktu pengapalan, cara pengepakan dan lain-lain, sehingga calon pembeli tahu proses

yang berjalan sebelum barang tersebut sampai ke tangan calon pembeli,

➤ Ordersheet

Surat kepada importir kepada eksportir yang berisi persetujuan atau perubahan syarat-syarat dalam Offersheet atau biasa disebut juga dengan counter offer jika ada perubahan dalam permintaan persyaratan.

d) Kerjasama di Bidang Distribusi Internasional

Distribusi yang dilakukan oleh para eksportir adalah langsung ke perusahaan-perusahaan yang ada di Amerika Serikat, tanpa melalui atau menggunakan agent yang berada di Indonesia. Dengan kata lain melakukan kontak langsung, ketika produk sampai ke perusahaan-perusahaan di Amerika Serikat, produk tersebut masuk ke pabrik-pabrik olahan dan kemudian dipasarkan kembali kepada konsumen di dalam negeri dan ada sebagian yang di ekspor ke luar negeri.

Para eksportir Indonesia mayoritas hanya melakukan perdagangan internasional dengan perusahaan-perusahaan yang sudah menjadi mitra, jadi komoditi yang diperdagangkan berupa biji kakao yang masih mentah. Tanggungjawab untuk penjualan kepada konsumen akhir adalah oleh perusahaan-perusahaan yang ada di Amerika Serikat.

Strategi distribusi yang dilakukan oleh para eksportir adalah strategi distribusi selektif jika dilihat dari produk, karena distribusi yang

dilakukan hanya beberapa pelaku ekspor saja. Bukan diberikan kepada perusahaan yang menjual barang konsumsi sehari-hari seperti.

3. Kebijakan Ekonomi Dalam Negeri Amerika Serikat

Dengan kemampuan produksi yang belum maksimal dalam memenuhi kebutuhan-kebutuhan bahan baku maupun yang lainnya, maka pemerintah Amerika Serikat menerapkan kebijakan untuk mengimpor bahan baku untuk produksi pabrik-pabrik di Amerika Serikat dengan mengimpornya dari negara-negara lain. salah satunya adalah Indonesia, produksi kakao Indonesia masih berada pada urutan ketiga setelah Pantai Gading dan Ghana.

Kendati sebagai produsen terbesar ketiga di dunia, Indonesia masih mengimpor bijih kakao sekitar 22.967 ton per tahun yang telah difermentasi. Direktur Eksekutif Asosiasi Kakao Indonesia (Aiki) Sindra Wijaya mengataakan hampir 80%-90% diekspor dalam bentuk bijih kakao, sedangkan sisanya diolah oleh industri pengolahan di dalam negeri. Untuk mengurangi ekspor bijih besi dan memperbanyak industri pengolahan kakao di dalam negeri, pemerintah akan mengenakan bea keluar untuk ekspor bijih kakao.

Peran pemerintah sebagai sebuah “sutradara” dalam perdagangan internasional memang sangat vital. Adanya hubungan bilateral dengan salah satu Negara tertentu didunia ini maka tercipta pula hubungan perdagangan dengan Negara tersebut. Namun sebaliknya, bila tidak ada hubungan bilateral yang terjalin maka sangat tidak mungkin tercipta hubungan perdagangan.

Dalam sebuah tata Negara yang baik seperti halnya yang ada di Indonesia,

urusan perdagangan diatur dan dikelola oleh kementerian perdagangan Indonesia

yang dipimpin oleh seorang menteri yang bertanggungjawab langsung kepada kepala pemerintahan dan kepala Negara Indonesia yaitu presiden. Dalam ekspor seperti ini, kementerian perdagangan juga telah mengatur dengan kebijakan-kebijakan yang diambil.

Walaupun terkadang kebijakan yang diambil tidak selalu dapat diterima oleh semua pihak termasuk salah satunya adalah petani. Namun kebijakan yang diambil telah melalui beberapa tahapan kajian dan tinjauan yang teliti. Sehingga tak ada yang perlu diragukan lagi dengan langkah-langkah pemerintah yang bercita-cita mensejahterakan seluruh masyarakatnya. Apalagi pemerintah juga punya proyek jangka panjang terhadap nasib para petani kakao yang ada di Indonesia ini.

Kekhawatiran akan nasib petani yang kian hari semakin memburuk karena ekonomi mereka yang masih dibawah garis kemiskinan di Indonesia ini membuktikan bahwa memang dengan bertani kakao pemerintah belum bisa menjamin masa depan keluarga para petani.

Kebijakan Pemerintah Indonesia Mengenakan Bea Keluar Ekspor Kakao
Pemerintah Indonesia mengeluarkan kebijakan yang berdasarkan peraturan Menteri Keuangan No. 67/PMK.011/2010 tentang penetapan barang ekspor yang dikenakan bea keluar dan tarif bea keluar, dalam peraturan tersebut menyebutkan ekspor biji kakao dikenakan bea keluar mulai april 2010²⁸.

Hal ini dirasa perlu karena beralasan bahwa pemerintah ingin melindungi pasar kakao yang ada didalam negeri. Karena menurut pemerintah Indonesia, sangat ironis melihat pasar kakao didalam negeri dinilai sangat mahal. Hal ini disebabkan karena para petani lebih memilih menjual kakaonya ke luar negeri untuk diekspor, karena keuntungan yang didapat dari ekspor masih lebih tinggi daripada menjualnya didalam negeri yang lebih rendah keuntungannya.

Pabrik-pabrik pembuatan coklat juga mulai kwalahan mencari bahan baku biji kakao didalam negeri, akibatnya produksi yang dihasilkan juga semakin berkurang dan menyebabkan kerugian yang cukup signifikan. Konsumsi didalam negeri sendiri sebenarnya juga tidak terlalu rendah dibandingkan dengan Negara-negara lain didunia, namun karena kelangkaan bahan baku pembuat coklat itu sendiri juga berdampak pada turunnya tingkat konsumsi masyarakat Indonesia terhadap coklat.

Banyak yang merasa dirugikan dalam kebijakan pemerintah ini, Asosiasi Kakao Indonesia (Askindo) mendesak pemerintah meninjau penerapan Bea Keluar (BK) untuk ekspor kakao dengan alasan pihaknya tidak dilibatkan dalam pembuatan peraturan tersebut. Kekecewaan ini karena pemerintah tidak melibatkan Askindo sebagai *stakeholder* terbesar di industri coklat, dalam pembuatan Peraturan Menteri Keuangan (PMK) yang mewajibkan pengenaan BK. Karena ASKINDO merasa punya peran terhadap perkembangan perdagangan kakao di Indonesia.

Pertanyaan basis harga dan besaran tarif yang dikenakan pemerintah terhadap kakao terus mengalir. Penerapan basis harga kakao kena bea sebesar

2.000 dolar AS per ton akan menyulitkan petani. Karena, menurut perhitungan, dengan level harga seperti itu, pendapatan petani kakao hanya Rp 7,2 juta per tahun.

Selama ini memang sektor pendanaan menjadi kekurangan yang dialami oleh pemerintah Indonesia, akibatnya petani banyak yang menggunakan modal dari swadaya masyarakat. Memang ada yang mengandalkan investor asing untuk menadani perkebunan yang dikelolanya, namun para investor asing tersebut tidak bisa diharapkan dalam jangka panjang karena harga kakao yang fluktuatif dan mekanisme penentuan harga yang belum jelas.

Hal ini jelas menjadi pertimbangan para investor untuk menanamkan modalnya di sektor kakao, karena modal yang dikeluarkan untuk kakao diharapkan mendatangkan keuntungan namun justru yang didapat adalah ketidakjelasan pasar kakao didalam negeri.

Yang paling penting adalah mengambil alih kembali beberapa perkebunan-perkebunan yang pembiayaannya didapat dari modal asing. Data menyebutkan bahwa hampir 80% perkebunan kakao berasal dari modal asing. Ini adalah imbas dari kurangnya subsidi yang diberikan oleh pemerintah kepada para petani kakao untuk mengelola perkebunan kakao.

Seharusnya yang dilakukan oleh pemerintah adalah dengan mengalokasikan dana untuk mensubsidi para petani agar para investor asing yang ada di Indonesia tidak bisa leluasa memainkan peranan yang merugikan Indonesia dan mempermainkan harga dipasar dalam negeri. Dengan modal yang berasal dari pemerintah dengan cara subsidi ini pemerintah juga dapat mengontrol pengelolaan

dan perdagangan yang ada, karena itu merupakan solusi yang tepat sebagai langkah untuk meningkatkan mutu kakao Indonesia dipasar internasional dan mampu bersaing dengan negara-negara produsen kakao lain.