

Peran Pemerintah dan swasta dalam peningkatan daya saing Kakao (Analisis Global Value Chain)

¹Rekza Burhan, ²Ade Irma Surani Haliq

¹ Institut Agama Islam Negeri Palopo

² Universitas Muhammadiyah Palopo

Emai: reksaburhan@gmail.com

Abstract

Cocoa production in Indonesia since the last ten years has captured the attention of the global market. Kako market has not only become a commodity in terms of economy, but more than that it has transformed into a political commodity. Involving government and non-government actors. This research will look at how the role and involvement of the government and private sector in increasing the competitiveness of cocoa in Indonesia. Using a literature study approach, this article seeks to answer how the role and involvement of the government and private sector in increasing the competitiveness of cocoa in Indonesia. The research location is South Sulawesi, one of the provinces with the largest cocoa production in Indonesia. This study uses the Global Value Chain (GVC) approach as an approach to explain the involvement of the role of government and the private sector in the cocoa market in Indonesia.

Keywords: GVC; Cocoa Market; Role of Government.

Abstrak

Produksi Kakao di Indonesia sejak sepuluh tahun terakhir telah menyita perhatian pasar Global. Pasar Kako tidak hanya menjadi komoditi dalam hal ekonomi, tetapi lebih dari itu telah bertransformasi menjadi komoditas politik. Melibatkan aktor government dan non government. Penelitian ini akan melihat bagaimana peran dan keterlibatan pemerintah serta swasta dalam meningkatkan daya saing Kakao di Indonesia. Menggunakan pendekatan studi literatur, artikel ini berusaha menjawab bagaimana peran dan keterlibatan pemerintah serta swasta dalam meningkatkan daya saing Kakao di Indonesia. Lokasi penelitian adalah Sulawesi Selatan, salah satu provinsi dengan produksi Kakao terbesar di Indonesia. Penelitian ini menggunakan pendekatan Global Value Chain (GVC) sebagai pendekatan untuk menjelaskan keterlibatan peran pemerintah dan swasta pada pasar kakao secara di Indonesia.

Keywords: GVC; Pasar Kakao; Peran Pemerintah.

PENDHAULUAN

Fenomena yang sangat menarik di era globalisasi saat ini adalah saling terhubungnya masyarakat dunia dalam semua aspek kehidupan, baik dalam budaya, ekonomi, politik, teknologi, maupun lingkungan. Dalam hal ekonomi, secara sederhana globalisasi ekonomi

merujuk pada menipisnya batas-batas negara dalam kegiatan ekonomi (pasar), yang diakibatkan karena semakin mengglobalnya aktor-aktor yang terlibat dalam proses kegiatan ekonomi tersebut. Globalisasi merupakan suatu dunia yang terintegrasi secara fisik, dengan melampaui batas-batas negara, baik

ideologis, dan lembaga-lembaga politik dunia. Integrasi ini akan mendorong penghilangan hambatan-hambatan terhadap perdagangan internasional, sehingga memudahkan arus perdagangan, investasi, mata uang dan informasi (Estuningtyas, 2018; Silitonga, 2020; Suprijanto, 2011).

Indonesia sendiri merupakan negara dengan sumber daya alam yang sangat melimpah. Salah satu komoditas alam Indonesia yang memiliki potensi yang baik dan memiliki prospek yang cerah adalah komoditas kakao dan produk olahannya. Indonesia merupakan produsen kakao terbesar ketiga di dunia setelah Pantai Gading dan Ghana (Kindangen et al., 2017; Muhammad et al., 2017; Naully et al., 2014; Tresliyana et al., 2004). Kakao juga merupakan sumber devisa ketiga Indonesia yang bersumber dari komoditas pertanian, setelah karet dan CPO.

Luas areal tanaman kakao Indonesia tercatat 1,4 juta hektar dengan produksi kurang lebih 500 ribu ton pertahun, menempatkan Indonesia sebagai negara produsen terbesar ketiga dunia setelah Ivory Coast (Pantai Gading) dan Ghana. Pantai Gading, dengan luas area 1,6 Ha

dan produksinya sebesar 1,3 juta ton per tahun dan Ghana sebesar 900 ribu ton per tahun.

Secara umum terdapat sekitar 50 negara produsen kakao, yang terbagi dalam 3 benua yaitu Afrika yang menguasai sekitar 65 persen kakao dunia, Asia sekitar 20 persen dan Amerika latin sekitar 15 persen. Sedangkan dari sisi industri (world cocoa brinding), Indonesia berada di nomor tujuh dunia dibawah Belanda, Amerika, Jerman, Pantai Gading, Malaysia dan Brazil. Luas perkebunan kakao di Indonesia terus meningkat sepanjang 5 tahun terakhir. Dengan demikian peluang peningkatan produksi terbuka luas termasuk penambahan nilai tambah produk-produk dari kakao.

Pada tahun 2012 jumlah ekspor kakao Indonesia sebesar 387.790 ton, dengan nilai mencapai US \$1.053.533. Seiring dengan meningkatnya ekspor biji kakao Indonesia, maka ekspor kakao Indonesia pada tahun 2013 adalah 414.092 ton, sedangkan untuk ekspor kakao olahan setengah jadi, masing-masing jadi kakao pasta 65.337 ton, kakao butter 86.806 ton, kakao bubuk 44.188 ton, coklat dan produk coklat 10.144 ton.

Dari data diatas terlihat bahwa Indonesia lebih banyak mengekspor dalam bentuk komoditas biji dibandingkan dalam dalam produk olahan kakao. Padahal Indonesia akan mendapat nilai tambah yang lebih besar apabila kakao yang diekspor dalam bentuk olahan. Indonesia memiliki peluang yang baik untuk mengolah kakaonya menjadi produk turunan terutama industri makanan dan coklat, karena kakao Indonesia memiliki keunggulan yaitu keras dan tidak mudah meleleh.

Di Sulawesi Selatan sendiri, sejak 1960, orang-orang sudah membicarakan budidaya kakao. Kemudian tak begitu lama sejak saat itu, lahan perlahan dibuka untuk perkebunan kakao, dan kemudian saat ini menjadi paling besar di Indonesia. "Jika di Indonesia kita gunakan skala 100, sekitar 65% lahan kakao ada di pulau Sulawesi. Jika disempitkan lagi, yang ada di Provinsi Sulawesi Selatan 70%, dari luas yang ada di Sulawesi."

Untuk pulau Sulawesi sendiri menyumbang hampir 60% produksi kakao Indonesia (Nielson, 2007). Sebagian besar produksi kakao diekspor dalam bentuk biji (bahan baku) sedangkan ekspor dalam bentuk olahan baru mencapai 17-20% (Dirjen Bina

Produksi Perkebunan, 2012). Padahal nilai tambah terbesar diperoleh dari produksi olahannya seperti kakao pasta, lemak kakao, bungkil dan bubuk kakao untuk makanan dan minuman.

Untuk meningkatkan produksi kakao di Indonesia, saat ini pemerintah melakukan upaya perbaikan melalui pelaksanaan Program Revitalisasi Perkebunan sejak tahun 2007 yang selanjutnya lebih diperkuat lagi melalui Program Gernas Kakao sejak tahun 2009. Sejak awal tahun 2000an Pemerintah Provinsi Sulawesi Selatan juga sudah menanam kurang lebih 19 Juta pohon Kakao yang disebar kepada para petani kakao di Sulawesi Selatan, dengan luas lahan yang kini ditanami komoditas yang menjadi sumber devisa kedua setelah Nikel ini mencapai 250.670 hektare yang tersebar hampir diseluruh wilayah Sulawesi selatan.

METODE PENELITIAN

Obyek pengamatan pada penelitian ini adalah kebijakan Kakao serta keterlibatan baik oleh pemerintah maupun swasta dalam pasar Kakao di Indonesia. Metode pengumpulan data dilakukan melalui studi literatur. Peneliti mengumpulkan berbagai dokumen dan laporan baik yang telah di rilis oleh pemerintah atau non-pemerintah.

Pendekatan yang digunakan pada penelitian ini adalah pendekatan GCV (*Global Change Value*) sebuah pendekatan untuk memotret rantai pasar Global. Pendekatan ini relevan untuk melihat pasar Kakao, sebab pasar Kakao telah menembus pasar global.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Global Value Chain

Kerangka analisis Global Value Chain adalah salah satu cara dalam rangka meningkatkan daya saing industri kakao di Luwu Raya. Untuk memperlihatkan yang dimaksud daya saing penulis menggunakan teori yang dikemukakan oleh Michael E. Porter. Menurut Porter daya saing diidentikkan dengan produktivitas, yakni peningkatan produktivitas yang disebabkan oleh peningkatan modal, tenaga kerja, kualitas bahan baku, dan peningkatan teknologi (*total factor productivity*) serta faktor-faktor pendukung lainnya (Porter, 1981, 2000). Porter mengatakan bahwa terdapat empat faktor utama yang menentukan keunggulan bersaing industri nasional, yaitu kondisi faktor (*factor condition*), kondisi permintaan (*demand condition*), industri terkait dan industri pendukung (*related and supporting industry*), dan struktur

persaingan dan strategi industri (*firm strategy, structure and rivalry*). Disamping itu, terdapat dua faktor yang mempengaruhi interaksi antara keempat faktor tersebut yaitu faktor kesempatan (*chance event*) dan faktor pemerintah (*government*).

Kondisi faktor Indonesia telah menunjukkan keunggulannya. Selain ketersediaan kakao Indonesia yang melimpah, Indonesia juga unggul dari faktor kondisi alam yang mendukung, jenis kakao yang dihasilkan yang cocok dijadikan untuk produk olahan makanan, serta ketersediaan lahan dan tenaga kerja yang melimpah.

Kondisi permintaan kakao dunia dari tahun ke tahun terus mengalami peningkatan. Peningkatan pendapatan dan taraf hidup dunia mengakibatkan konsumen mulai bergerak ke premium level *consumtion*, sehingga mengkonsumsi coklat sudah menjadi prestise tersendiri. Tentunya kondisi ini merupakan kesempatan yang besar bagi Indonesia dalam meningkatkan industri kakao dalam negeri melalui struktur industri dan strategi industri nasionalnya. Hal ini akan mendorong industri-industri terkait lainnya, dan mewujudkan

Indonesia sebagai negara industri baru yang bertumpu pada potensi nasional.

Porter mengatakan bahwa pola perdagangan saat ini menunjukkan bahwa peran factor cost dan factor endowment yang cukup berarti. Ini disebabkan adanya technological change, comparable factor endowment dan globalization. Dalam perkembangannya, konsep keunggulan tersebut berkembang menjadi dua konsep, yaitu: (1) keunggulan komperatif alami (*natural comparative advantage*), dan (2) keunggulan komparatif yang diciptakan (*created comparative advantage*) yang seringkali disebut sebagai keunggulan kompetitif (*kompetitif advantage*).

Perkembangan tersebut karena adanya faktor teknologi yang dapat menciptakan spesifikasi produk tertentu (*differensiasi*) sehingga mempunyai keunggulan tertentu. Hal ini menunjukkan bahwa daya saing komoditas kakao Indonesia tidak akan terjadi apabila Indonesia hanya mengandalkan keunggulan komperatif yang disebabkan oleh keberuntungan faktor alam saja. Indonesia harus mulai memfokuskan diri untuk mengembangkan industri-industri yang berkompetensi dalam menciptakan

produk-produk olahan kakao yang bersaing.

Dalam analisis GVC, ada 2 konsep kunci yang menjadi inti GVC sebagai suatu alat analisa yakni *Governance* dan *Upgrading*. Kedua hal ini sesungguhnya berkaitan satu dengan yang lain. *Governance* secara umum dipahami sebagai model posisi pelaku/ firma dalam suatu rantai nilai (*value chain*) dan tipe *governance* dapat berubah tergantung pada strategi *upgradingnya* yang dijalankan. Fokus *governance* adalah relasi asimetris kekuasaan antara pelaku atau firma dalam suatu rantai nilai. Secara sederhana, *governance* ini digambarkan melalui hubungan antar firma atau inter firma dimana salah satu pelaku merupakan penentu atau pengontrol dari rantai nilai tersebut dalam proses produksi. Selain itu, ketersediaan rente juga sangat menentukan peluang bagi strategi *upgrading* yang dijalankan oleh suatu firma dan strategi *upgrading* sangat berkaitan dengan sinergi antara pemerintah (pusat dan daerah), sektor swasta dan masyarakat.

Rantai Nilai Global Kakao Sulawesi (PT. Mars Symbioscience Indonesia)

Sekarang ini di Kota Makassar sudah ada industri Pengolahan lemak dan Kakao Bubuk seperti PT Mars Symbioscience

Indonesia, PT Effem Indonesia dan PT Poleko Cocoa Industries), yang produksinya untuk pasar ekspor karena industri ini merupakan anak perusahaan dari industri pengolahan produk-produk cokelat yang ada diluar negeri ataupun perusahaan ini telah menjalin kerjasama dengan industri pengolahan kakao yang ada diluar negeri.

PT Mars Symbioscience Indonesia (PT MSI) mulai beroperasi di Indonesia pada tahun 1996 dengan didirikannya pengolahan Mars Symbioscience dan fasilitas pemrosesan biji kakao di Makassar, Sulawesi Selatan. Pabrik bertaraf internasional adalah pabrik pengolahan kakao pertama di Sulawesi. Pabrik tersebut memproses 23.000 ton biji kakao setiap tahun menjadi lemak kakao, bubuk kakao dan pasta kakao.

PT Mars Symbioscience Indonesia (Effem) adalah Perusahaan swasta yang bergerak dibidang industri pengelolaan coklat terpadu, yang bisnisnya menfokuskan industri makanan ringan terutama permen. Beberapa merek terbesar yang dikenal oleh konsuen seperti : Mars, Snickers, M&M's, Starburst, Pedigree dan Dove. Yang mungkin tak banyak diketahui, bahan baku cokelat beken itu berasal dari

Indonesia. Ya, Mars Incorporated – produsen merek-merek itu yang juga perusahaan cokelat terbesar dunia asal AS beromset US\$ 22 miliar/tahun memang mengambil pasokan bahan baku cokelat dari Indonesia. Maklum, Indonesia adalah produsen kakao (cokelat) terbesar ketiga dunia setelah Pantai Gading dan Ghana.

Indonesia sungguh negeri yang amat penting bagi Mars Inc. Bukan semata potensi pasarnya yang kelewat besar, melainkan karena kemampuannya menghasilkan kakao yang merupakan bahan baku utama dalam sistem rantai pasokan bisnis mereka. Di dunia, hanya beberapa negara yang bisa ditumbuhi tanaman kakao, yakni yang letaknya sekitar 12 derajat di seputar garis khatulistiwa, termasuk Indonesia.

Di Indonesia, sejak awal Mars sangat serius mengamankan pasokan bahan bakunya ini. Antara lain dengan mendirikan perusahaan di Makassar tahun 1996, PT Mars Symbioscience Indonesia (MSI), yang berkuat di pengadaan dan pengolahan bahan baku kakao dari Indonesia. Dipilih Makassar karena 80% hasil kakao Indonesia disumbang Sulawesi Selatan yang notabene beribu kota di Makassar.

Sebelum penetrasi Mars tahun 1996, di Makassar belum ada investor cokelat lain yang tertarik menjalankan pengolahan cokelat. Memang kala itu sudah banyak pengusaha dan perusahaan cokelat yang berkecimpung, tapi umumnya sekadar menjadi eksportir dan pedagang. Mereka membeli biji kakao dari para petani, lalu sedikit dikeringkan dan langsung diekspor ke beberapa negara maju yang tingkat kebutuhan bahan baku coklatnya tinggi seperti AS dan negara-negara di Eropa. Jadi, tanpa pengolahan dan program pengembangan produk dalam jangka panjang. Mars kemudian masuk dengan mendirikan pabrik pengolahan, dan memandang kehadirannya di Sulawesi Selatan sebagai bagian dari strategi manajemen pasokan di grup itu.

Setiap hari MSI membeli biji kakao dari para pemasoknya di seputar Sulawesi Selatan, lalu diolah secara modern di pabrik di Makassar itu hingga menjadi mentega kakao dan bubuk kakao. Produk olahan setengah jadi inilah yang kemudian dibawa ke AS untuk diproses menjadi produk yang siap dikonsumsi seperti M&M, Snickers, Mars, Twix, Skittles, dan lain-lain. Pabrik di Makassar seluas 2,5 ha yang menelan investasi US\$ 15 juta itu tiap tahun mengolah tak

kurang dari 17 ribu ton biji kakao, menghasilkan 6 ribu ton mentega kakao, dan 7.500 ton bubuk kakao.

PT MSI membangun rantai dan jejaring pemasok dengan strategi jemput bola. Maklum, karakteristik pasokan di bisnis kakao ini memang unik, sangat berbeda dari pengolahan sawit (CPO). Di dunia industri kakao, tidak ada perkebunan kakao yang dimiliki dan dikelola perusahaan. Tidak ada konsesi perkebunan cokelat milik perusahaan. Semua kebun bertipe perkebunan rakyat, jadi milik petani kakao yang rata-rata hanya punya 1-2 ha. Para petani bisa menjual hasil kebunnya secara bebas kepada yang mereka pilih. Maka dengan itu perusahaan seperti MSI, selain harus pandai mendekati seluruh petani juga harus membangun hubungan jangka panjang. Tanpa itu, rantai pasokan untuk produksi mereka akan putus dan pabrik bisa berhenti operasional.

PT MSI menerapkan beberapa strategi untuk mengatasi masalah itu. Antara lain, pertama, memperbanyak kanal sumber pembelian bahan baku, yakni melalui pedagang, petani pengumpul, dan petani. Dulu pabrik hanya membeli kakao melalui pedagang. Jadi yang bersentuhan langsung dengan petani bukan Mars, tapi para pedagang.

Lalu dikembangkan ke para petani pengumpul, yang biasanya mewakili petani-petani di sekitarnya yang lokasinya jauh dari pusat pembelian kakao milik Mars. Kepada para pengumpul ini Mars memberi uang transpor Rp 200 per kg.

Dan yang sekarang sedang aktif dikembangkan, pola pembelian langsung ke petani. Jadi tanpa melalui pedagang atau pengumpul. Para petani mengantar sendiri cokelat hasil kebun mereka ke Mars. Untuk harga sudah dibuat standar di semua lokasi pembelian Mars. Pengumuman harga selalu ditempelkan di halaman depan pabrik, sehingga sangat transparan dan semua petani mengetahui. Harganya sendiri bisa berubah tiap hari, sesuai dengan perubahan harga cokelat dunia di bursa komoditas New York.

Demi mengoptimalkan pasokan, selain memperbanyak kanal sumber pembelian bahan baku, PT Mars juga memperbanyak pula lokasi pembelian biji kakao. Pembelian tak hanya dilakukan di Makassar, tapi juga di pelosok Sulawesi Selatan. Dalam hal ini PT MSI mendirikan unit pembelian di kabupaten, seperti di Luwu, Luwu Utara dan Masamba. Bahkan ada pula di Flores. Unit pembelian ini

sekaligus difungsikan sebagai subpabrik yang aktivitasnya melakukan proses fermentasi dan pengeringan biji kakao dan dari unit pembelian ini MSI menerima 200 ton biji kakao per hari.

Keberlanjutan pasokan juga dilakukan PT MSI dengan mengembangkan program berdampak luas yang hasilnya bisa jadi tidak dirasakan dalam jangka pendek. MSI memelopori program yang mereka sebut Cocoa Sustainability Program (CSP). Awalnya program ini dijalankan sendiri, tapi sejak akhir 2005 berkolaborasi dengan lembaga lain seperti Askindo, IFC, Indonesian Cocoa and Coffee Research Institute (ICCRI), Dinas Perkebunan, Universitas Hasanuddin (Unhas), ACDI/Voca dan GTZ (lembaga riset Jerman). Mereka duduk bareng dan bersepakat menjalankan program pengembangan kakao, selalu berkoordinasi, dan membentuk forum CSP.

Strategi Pengembangan Daya Saing Kakao Sulawesi

Upaya-upaya peningkatan daya saing kakao berkaitan langsung dengan program pengembangan industri nasional. Sebagaimana yang dilakukan Pemerintah, strategi pengembangan

industri kakao nasional terbagi menjadi dua katagori yaitu dari sisi penawaran (supply) dan yang kedua dari sisi permintaan (demand). Sisi supply dimaksudkan kakao nasional berupa intensifikasi dan ekstensifikasi lahan kakao nasional, pengembangan bahan baku kakao, peningkatan kapasitas sumber daya manusia, penyediaan insentif bagi investasi produk-produk berbahan baku kakao atau powder cocoa nasional serta kemudahan dalam permodalan. Sedangkan dari sisi demand berupa pengembangan kualitas kakao nasional, adanya diversifikasi produk dari kakao, pengembangan dan perluasan pasar domestik serta pengembangan dan perluasan pasar luar dan dalam negeri melalui berbagai pameran, promosi maupun expo.

Prospek kakao ke depan diperkirakan masih terus meningkat dan menguntungkan pelaku usaha. Peluang ini semestinya dimanfaatkan secara maksimal oleh para pelaku usaha dalam negeri dengan jalan meningkatkan daya saing usaha dan produk yang dihasilkan. Upaya peningkatan produktivitas kebun dan efisiensi usaha produk dari kakao serta peningkatan kualitas bahan olahan.

Program Gerakan Kakao Nasional

Program ini dimaksudkan sebagai gerakan nasional untuk meningkatkan produksi dan kualitas kakao nasional. Peningkatan produksi dapat dilakukan melalui perluasan lahan tanaman kakao, yang dicanangkan 450 ribu hektar, yang bukan saja terkonsentrasi di wilayah Sulawesi saja tetapi ke beberapa wilayah lainnya seperti wilayah Sumatra, Nusa Tenggara Barat, Bali dan Papua. Program ini mempunyai tiga kegiatan yaitu peremajaan tanaman kakao, rehabilitasi lahan dan intensifikasi melalui pemberian bantuan kepada petani berupa bibit unggul, pupuk dan sarana produksi lainnya.

Peningkatan Mutu Produk Kakao

Untuk meningkatkan nilai tambah produk kakao di Sulawesi semestinya para pelaku usaha kakao akan mengeksport hasil produknya bukan saja biji kakao tetapi biji kakao yang sudah diolah. Karena nilai tambah kakao olahan lebih tinggi. Di sisi lain, peningkatan nilai tambah dapat terus ditingkatkan seiring dengan pemanfaatan kakao untuk bahan baku berbagai produk inovasi lainnya seperti berbagai aneka hasil olahan seperti coklat atau makanan.

Penciptaan Iklim Usaha Yang Kondusif dan Perbaikan Sistem Birokrasi

Iklim usaha yang kondusif dengan perbaikan dan kemudahan birokrasi merupakan langkah peningkatan daya saing, yaitu memudahkan pemberian izin pendirian usaha-usaha kecil pengolahan produk turunan kakao dan pemangkasan rentang pengurusan izin ekspor impor. Termasuk dalam akses perbankan dan fasilitas investasi permesinan dan pengolahan yang akan dapat meningkatkan kakao dan produk-produk turunannya. Demikian juga kemudahan berinvestasi di Indonesia sehingga perusahaan-perusahaan pengolahan seperti Nestle, Cargil Cocoa dan Chocolate Inc, akan dapat memperluas usahanya di Indonesia.

Peningkatan Infrastruktur

Peningkatan infrastruktur seperti sarana jalan, pelabuhan dan lain-lain sebaiknya terus dilakukan pemerintah guna mendukung kegiatan industri dalam negeri. Dukungan dana APBN sebesar lebih dari 5 persen khusus pengembangan infrastruktur diperlukan guna percepatan dan pengembangan infrastruktur dalam rangka peningkatan daya saing sektor riil. Di sisi lain terus dilakukan peningkatan infrastruktur untuk mengurangi biaya tinggi (high cost) dalam kegiatan distribusi bahan baku dan

ekspor. Termasuk pengadaan resi gudang di daerah-daerah sentra kakao. Hal ini dimaksudkan untuk menampung kakao yang siap ekspor pada saat panen raya yang biasanya harganya akan jatuh. Sehingga diperlukan gudang penyimpanan.

Peningkatan Kemampuan dan Kualitas Petani Kakao

Petani kakao merupakan faktor utama dalam kegiatan produksi. Motivasi dan budaya kerja khususnya pada sektor industri berbahan kakao mempengaruhi produktivitas dan kreativitas kerja.. Untuk itu guna meningkatkan keterampilan dan kemampuan petani serta kualitas kerja tenaga kerja Indonesia perlu dilakukan penyuluhan, kursus maupun pelatihan. Dengan harapan dapat meningkatkan kualitas produk yang berstandar internasional sekaligus tercapainya efisiensi.

Peningkatan Produksi dan Inovasi Produk Dari Kakao

Diperlukan peningkatan produksi, inovasi produk dan peningkatan kualitas produk guna meningkatkan daya saing kakao Indonesia. Disisi lain terus dilakukannya penelitian dan pengembangan (research and

development) kakao dan produk berbahan kakao nasional.

KESIMPULAN

Dalam analisis Global Value Chain (GVC), yang menjadi perhatian adalah nilai tambah setiap rantai itu dihasilkan. Peningkatan nilai tambah dalam setiap rantai akan meningkatkan daya saing dari produk tersebut. Peningkatan ini dapat dilakukan dengan Upgrading dan Governance.

Saat ini Indonesia berada di Posisi ketiga produsen Kakao dunia, dengan Sulawesi Selatan sebagai daerah penghasil terbesar, dengan kualitas biji kakao yang cukup bagus. Tetapi dalam hal pengelolaan, produk yang dihasilkan masih belum begitu mendapatkan tempat di pasar Internasional. Hal ini menandakan daya saing kakao Sulawesi masih lemah.

Pada dasarnya Kakao Sulawesi memiliki peluang yang besar untuk memasuki pasar Internasional dalam hal produk olahan kakao. Tetapi hali ini menjadi sulit karena masih kurangnya peran pihak terkait dalam upaya Upgrading yang baik dalam rantai produksi Kakao di Sulawesi Selatan.

Kakao Sulawesi memiliki daya saing secara komparatif, namun keunggulan kompetitif yang rendah menjadikan daya

saing tersebut tidak dapat diandalkan terus menerus. Karena itu, sebagai prospek jangka panjang Indonesia harus berbenah diri melalui bentuk-bentuk kegiatan upaya peningkatan daya saing produk olahan kakao.

Strategi yang digunakan dalam meningkatkan daya saing sebaiknya lebih memfokuskan pada pengembangan mutu produk olahan. Sedangkan untuk kegiatan Upgradingnya, yaitu membentuk cluster industry dan branding produk. Dengan mengoptimalkan kinerja klaster industri diharapkan value added dalam setiap rantai produksi dapat meningkat.

Selain itu dalam penguatan daya saing produk jadi kakao sulawesi, usaha branding produk oleh produsen lokal dapat menjadi alternatif pilihan. Memberikan branding pada produk, tentu akan berkaitan dengan nilai-nilai yang dijual dalam kaitannya dengan branding yang diusung. Selain kualitas yang harus tetap terjaga tentu terdapat penguatan berupa inovasi-inovasi yang menjadi nilai tambah produk tersebut agar diminati konsumen.

Kebijakan pemerintah terhadap mendorong terciptanya merek nasional maupun merek produk oleh industri pengolahan belum berfungsi secara efektif. Keberhasilan dalam

membranding produk mayoritas dilakukan oleh perusahaan swasta itu sendiri. Terciptanya indikasi geografis dapat digunakan sebagai alternatif dalam pengembangan citra kakao Sulawesi. Bagaimana hal ini dapat diwujudkan tentu saja dengan seringnya Indonesia berpartisipasi dalam event-event Kakao Internasional serta berperan aktif dalam organisasi kakao nasional maupun internasional.

REFERENSI

- Bisnis.com 2 Desember 2015, "Produksi Kakao: Sulawesi masih menjadi andalan Indonesia di 2016". Diakses pada tanggal 7 Juni 2016
- Estuningtyas, R. D. (2018). Dampak globalisasi pada politik, ekonomi, cara berfikir dan ideologi serta tantangan dakwahnya. *Al-Munzir*, 11(2), 195–218.
- Fitriani, "Analisis Pengembangan Industri pengolahan kakao" Yogyakarta, 2010
- Gerrefi, Humphrey, Sturgeon, "The Governance of Global Value Chains", *Review of International Political Economy* 12:1 February 2005: 78-104.
- Kaplinsky, Raphael & Mike Morris, A Handbook for Value Chain Research. www.ids.ac.uk/ids/global/pdfs/VchNov01.pdf
- Kindangen, H., Hartoyo, S., & Baga, L. M. (2017). Perkembangan Produktivitas, Luas Lahan, Harga Domestik, Permintaan dan Ekspor Biji Kakao Indonesia Periode 1990-2013. *Jurnal Manajemen Dan Agribisnis*, 14(2), 118–126. <https://doi.org/10.17358/jma.14.2.118>
- Koran Tempo, 14 Juni 2012 "Program Gernas Kakao dilanjutkan". Diakses pada tanggal 7 Juni 2016
- Muhammad, [Al Ghozy, R., Soelistyo], A., & Kusuma, H. (2017). Analisis Ekspor Kakao Indonesia Di Pasar Internasional. *Jurnal Ilmu Ekonomi*, 1(Machfudz 2007), 453–473.
- Media Perkebunan edisi 125 April 2014. Diakses pada tanggal 7 Juni 2016.
- Nauliy, D., Daris, E., & Nuhung, I. A. (2014). Daya Saing Ekspor Kakao Olahan Indonesia. *Agribusiness Journal*, 8(1), 15–28. <https://doi.org/10.15408/aj.v8i1.5126>
- Porter, M. E. (1981). The Contributions of Industrial Organization To Strategic Management , . *Academy of Management Review*, 6(4), 609–620. <https://doi.org/10.5465/amr.1981.4285706>
- Porter, M. E. (2000). Location, competition, and economic development: Local clusters in a global economy. *Economic Development Quarterly*, 14(1), 15–34. <https://doi.org/10.1177/089124240001400105>
- Silitonga, T. B. (2020). Tantangan globalisasi, peran negara, dan implikasinya terhadap aktualisasi nilai-nilai ideologi negara. *Jurnal Civics: Media Kajian Kewarganegaraan*, 17(1), 15–28. <https://doi.org/10.21831/jc.v17i1.29271>
- Suprijanto, A. (2011). Dampak globalisasi ekonomi terhadap perekonomian Indonesia. *Jurnal Imiah CIVIS*, 1(2), 100–119.

Statistik Perkebunan Indonesia 2013-2015 KAKAO, Direktorat Jenderal Perkebunan, 2014

Sulawesi Selatan Dalam Angka 2015, Badan Pusat Statistik, 2016

Tresliyana, A., Fariyanti, A., & Rifin, A. (2004). Daya Saing Kakao Indonesia Di Pasar Internasional. *Jurnal Manajemen Dan Agribisnis*, 12(2), 150-162.

<https://doi.org/10.17358/jma.12.2.150>

Winarno, Budi. *Pertarungan Negara Vs Pasar*, Yogyakarta: Media Pressindo, 2009.