

**PELUANG INDONESIA DALAM PERDAGANGAN
MINYAK SAWIT DUNIA**

J. Panglima Saragih *)

Abstract

International trade intensively tends to be freer and more transparent. Global market doesn't deny on the entry barriers on trade. In one hand, free trade could be an opportunity to the involvement of every country in the world. It means that those which involve intensively would get more benefit from free trade. In the other hand, it could be a threat to those that produced low quality goods and services. Number and item of goods sold in free market tend to grow up and vary. One of them is Crude Palm Oil (CPO) product in which Indonesia exports to a great number of countries. Besides Indonesia, Malaysia, Niger and other producer countries also export this product to the international market. In this context, the question is what Indonesia's strategies to compete on free trade area, especially on Crude Palm Oil market ?

PENDAHULUAN

Globalisasi pasar merupakan salah satu fenomena dalam ekonomi internasional yang tidak dapat dihindari oleh negara-negara di dunia termasuk Indonesia. Tingkat penetrasi produksi suatu barang atau jasa dalam menembus batas-batas pasar suatu negara kini cenderung semakin tinggi.

Dimensi ruang dan waktu serta tempat yang sebelumnya menjadi kendala besar dalam menerobos pasar internasional sekarang semakin mudah dipecahkan dengan adanya perkembangan teknologi, kemampuan manajerial dan profesionalisme dalam pengelolaan bisnis internasional.

*) Penulis adalah asisten peneliti muda bidang ekonomi di PPPI. Kini sedang menempuh studi Program MM di STIE Gunung Sewu Jakarta.

Sementara itu, reformasi perekonomian yang tengah terjadi baik di kawasan Asia, Eropa, Amerika, Afrika dan belahan dunia lain semuanya mengarah kepada mekanisme perdagangan bebas di pasar global.

Oleh sebab itu sejalan dengan fenomena diatas maka blok-blok ekonomi/perdagangan regional, seperti AFTA dan APEC, tumbuh dan berkembang yang cenderung melahirkan hambatan-hambatan dalam perdagangan barang dan jasa-jasa dari luar kawasan perdagangan tersebut.

Kenyataan diatas mengharuskan negara-negara yang geografisnya berdekatan untuk melakukan berbagai strategi dalam menerobos pasar global yakni dengan membentuk blok-blok ekonomi atau perdagangan regional.

Salah satu strategi yang ditempuh Indonesia dalam kompetisi diatas adalah dengan meningkatkan daya saing setiap produk melalui perbaikan kualitas produk dan produktivitas agar mampu bersaing di pasar internasional.

Fenomena lain yang patut diantisipasi negara-negara didunia yakni dengan disepakainya perjanjian perdagangan multilateral dalam rangka **World Trade Organization (WTO)** paska Putaran Uruguay pada tahun 1995. Dengan kenyataan ini maka perdagangan internasional dan multilateral kini semakin terbuka (**free trade**) dan tanpa hambatan (**barriers**).

Perdagangan dunia yang semakin terbuka di atas merupakan suatu peluang sekaligus tantangan yang mendorong setiap negara berusaha merebut pasar dalam suasana persaingan yang sangat tajam.

Dalam konteks ini setiap negara termasuk Indonesia dituntut untuk melakukan penyesuaian di bidang perekonomian dan perdagangannya guna meningkatkan daya saing produk-produk ekspornya.

Dalam konteks ekonomi mikro, sektor industri atau dunia bisnis patut melakukan reorientasi atau restrukturisasi bisnis untuk menjawab tantangan dalam perdagangan dunia di masa datang.

Sementara peran pemerintah sangat diperlukan dalam mengembangkan struktur industri yang berorientasi pada efisiensi. Sebab hanya industri yang efisien yang akan mampu bersaing di pasar bebas.

Untuk mendukung momentum diatas, maka pemerintah perlu juga melakukan reformulasi kebijakan industri secara nasional guna memperkokoh pohon industri dalam negeri misalnya melalui upaya penciptaan iklim usaha yang kondusif dengan menghapuskan berbagai kendala yang menghambat pertumbuhan industri.

Di sisi lain, ketatnya persaingan dalam merebut pasar menghendaki perumusan strategi pemasaran ekspor secara makro. Dalam hal ini strategi pemasaran menjadi dasar pijakan bagi suatu pelaku bisnis untuk

dapat bertahan dan bersaing dalam pasar internasional.

PERMASALAHAN

Berbagai perkembangan yang terjadi dalam perdagangan dunia sebagaimana disebutkan diatas, disatu sisi merupakan peluang (**opportunity**) bagi Indonesia dalam merebut pasar, namun di sisi lain menjadi tantangan (**threat**) cukup berat karena semakin tajamnya persaingan dalam perdagangan bebas.

Beberapa produk industri Indonesia sejak beberapa dekade sudah mampu menembus pasar internasional. Terbukti dari peningkatan volume dan nilai ekspornya setiap tahun. Salah satu produk industri yang mampu menembus pasar global adalah minyak kelapa sawit (**Crude Palm Oil**) yang merupakan satu dari beberapa komoditas ekspor andalan Indonesia seperti tekstil, garmen, kayu lapis (**plywood**), pulp & paper dan produk elektronika yang nilai ekspornya menghasilkan devisa cukup besar.

Khusus komoditi ekspor CPO pesaing utama Indonesia di pasar internasional adalah Malaysia dan Nigeria, Afrika. Kontribusi kedua negara ini cukup besar dalam perdagangan CPO dunia. Bahkan Malaysia masih merupakan pemasok CPO terbesar di dunia terbukti dari pertumbuhan yang tinggi dari produksi CPO mereka.

Keberhasilan Malaysia dalam merebut pasar CPO di dunia merupakan tantangan bagi Indonesia di masa mendatang. Tulisan ini mencoba mengulas permasalahan yang dihadapi Indonesia dalam perdagangan CPO di pasar global dengan melihat kemampuan/potensi dan kelemahan serta peluang Indonesia dalam perdagangan CPO.

PEMBAHASAN

Dalam upaya untuk memasarkan suatu produk ke pasar luar negeri maka perlu pertimbangan beberapa faktor antara lain adalah ; *pertama*, memutuskan pasar mana yang akan dimasuki; *kedua*, memutuskan bagaimana memasuki pasar tersebut; *ketiga*, membuat keputusan mengenai program pemasaran; *keempat*, memutuskan mengenai bentuk organisasi pemasaran yang akan dikelola.

Selanjutnya Kotler menjelaskan bahwa suatu perusahaan yang akan melakukan pemasaran produknya ke pasar luar negeri, maka alternatif yang dapat dilakukan yakni ; ekspor langsung, ekspor tidak langsung, lisensi, usaha patungan, investasi langsung dan proses internasionalisasi.

Pakar manajemen pemasaran global **Warren J. Keegan (1995)** menjelaskan :

"Exporting is the most traditional and well-established form of operating internationally. A company may engage in *direct exporting*, that is, sales between the company and a second country distributor or customer that functions as the importer. A company engaging in *indirect exporting* sells through an intermediary located in the home country. ... The decision to export or manufacture in the target country should not change the basic marketing program for the product in a market." ¹⁾

Dari uraian di atas dapat dikatakan bahwa pendekatan ekspor dalam memasuki pasar internasional atau pasar global merupakan salah satu strategi yang banyak dilakukan oleh perusahaan atau negara.

Pakar pemasaran internasional lainnya, Subhash C. Jain (1993) mengemukakan bahwa :

"Exporting is also a good way to gain international experience. A major part of the overseas involvement of large U.S. firms is through export trade." ²⁾

Menurut Subhash pendekatan ekspor merupakan strategi yang terbaik yang dilakukan suatu negara dalam keterlibatannya dalam perdagangan internasional.

TREND KOMODITAS EKSPOR

Secara umum, tingkat pertumbuhan output industri nonmigas di Indonesia sejak dekade 1980-an cenderung meningkat yang dapat dilihat dari peningkatan ekspor produk industri nonmigas dari tahun ke tahun.

Jika pertumbuhan PDB sektor industri tahun 1988 sebesar 18,2 % maka pada tahun 1993 menjadi 21,0 %, sementara pertumbuhan PDB sektor pertanian periode yang sama turun dari 21,0 % menjadi 17,5 %.

Mengecilnya kontribusi sektor pertanian secara keseluruhan disebabkan oleh laju pertumbuhan produksi pertanian yang lebih rendah jika dibandingkan dengan pertumbuhan sektor industri.

Meningkatnya pertumbuhan sektor industri di dalam negeri disebabkan oleh meningkatnya ekspor hasil industri nonmigas ke manca

1) Warren J. Keegan; GLOBAL MARKETING MANAGEMENT; Fifth Edition; Prentice Hall International Edition; New Jersey, USA, 1994

2) Subhash C. Jain; INTERNATIONAL MARKETING MANAGEMENT; Fourth Edition; Printed By PWS-Kent Publishing Company, California, USA; 1993

negara sebagai akibat dari meningkatnya investasi asing di sektor ini sejak tahun 1970-an.

Nilai total ekspor produk industri tahun 1981 sebesar 2.666,6 dolar AS dan pada tahun 1991 naik menjadi 15.067,5 dolar AS (lihat lampiran Tabel), atau selama kurun waktu 10 tahun tersebut, nilai ekspor produk industri tumbuh sebesar 465 % atau naik rata-rata naik sebesar 46,5 % setiap tahunnya.

Pertumbuhan ekspor diatas telah mampu merubah struktur perekonomian Indonesia dimana sektor industri nonmigas merupakan andalan utama dalam perolehan devisa. Perannya terhadap ekspor nonmigas semakin meningkat dari tahun ke tahun

Namun tahun 1990-an, nilai ekspor produk industri nonmigas mengalami fluktuasi disebabkan semakin ketatnya persaingan dari negara eksportir lainnya.

Beberapa komoditas industri yang menjadi andalan dalam perolehan devisa yang mampu memasuki pasar global adalah komoditas tekstil dan pakaian jadi, kayu olahan, karet olahan, alat-alat listrik, minyak kelapa sawit (CPO) dan produk dari logam.

PERKEMBANGAN PRODUKSI DAN PERDAGANGAN CPO DUNIA

Komoditas minyak kelapa sawit (CPO) merupakan salah satu komoditas strategis nonmigas Indonesia yang memiliki prospek relatif cerah di pasar internasional. Komoditas CPO merupakan salah satu produk bahan mentah pertanian yang dapat diolah menjadi berbagai produk. Berbagai produk yang dapat dihasilkan Industri pengolahan bahan mentah CPO yakni melalui **Industri Tahap I dan II**. Indonesia kini telah mampu membangun kedua tahap industri tersebut.

Industri Tahap I dapat menghasilkan produk : *a) carotene, b) tocopherol, olein, stearin, soap stock, dan free fatty acid (FFA)*. Sedangkan **Industri Tahap II** menghasilkan produk seperti ; *cocoa-butter, minyak goreng (minyak nabati), minyak padat, sabun, gluserine*.

Sementara jenis-jenis produk industri pengolahan biji sawit antara lain adalah *CPO, refinery bleach deodorized palm oil (RBD palm oil), crude olein (CRD olein) dan refinery bleach deodorized olein (RBD olein)*.

Indonesia telah mengenakan pajak ekspor terhadap 4 jenis produk kelapa sawit diatas antara 40 hingga 75 % melalui SK. Menteri Keuangan No. 539/KMK/017/1994 tanggal 31 Agustus 1994.

Berdasarkan data yang ada, konsumsi komoditas CPO dunia pada tahun 2000 diperkirakan naik menjadi sebesar 10,5 juta ton. Sementara untuk tahun 2010 konsumsi CPO di pasar dunia diproyeksikan mencapai 13,0 juta ton.

Dari sisi permintaan, pada tahun 1995/96 permintaan terhadap komoditas CPO di pasar dunia mencapai 9,0 juta ton. Dengan proyeksi diatas, maka peranan minyak kelapa sawit akan menggeser minyak kebele dalam perdagangan dunia pada tahun 2000.

Negara pemasok terbesar minyak kelapa sawit untuk pasar dunia sampai sekarang adalah Malaysia. Pada tahun 1995, Malaysia mampu memasok CPO ke pasar dunia sebesar 7,2 juta ton. Menjelang tahun 2000 nanti, negara tetangga dekat ini mampu memproduksi CPO sebesar 9,6 juta ton. (lihat Lampiran).

Pada tahun 2012 produksi CPO Malaysia diperkirakan sebesar 11,8 juta ton. Posisi Indonesia berada di urutan kedua. Sedangkan Nigeria dan RRC masing-masing merupakan produsen CPO ketiga dan keempat di dunia.

Sementara itu luas areal tanaman kelapa sawit di Indonesia pada tahun 1993 sekitar 1,65 juta hektar dengan asumsi bahwa sebesar 12 % merupakan tanaman sawit yang belum menghasilkan biji sawit (**palm kernel**). Jika produktivitas setiap hektar sebanyak 3,5 %, maka dalam 2-3 tahun rata-rata produksi nasional CPO akan mencapai 5 juta ton per tahun.

Walaupun dari tahun ke tahun luas perkebunan kelapa sawit di dalam negeri meningkat namun percepatan kebutuhan kelapa sawit di dalam negeri belum mampu mengimbangi percepatan produksi minyak kelapa sawit nasional.

Hal ini diindikasikan dari semakin banyaknya investasi industri hilir minyak sawit yang memproduksi minyak goreng dan oleo-kimia yang disetujui oleh BKPM sejak tahun 1990 hingga tahun 1994. Investasi baru industri minyak goreng tersebut sebagian besar adalah untuk menambah pasokan minyak goreng akibat peningkatan konsumsi masyarakat di pasar dalam negeri.

Misalnya, kebutuhan minyak goreng secara nasional pada tahun 1995 sebesar 2,071 juta ton. Tahun 1996 diperkirakan naik menjadi 2,210 juta ton atau naik sebesar 6,7 %. Pada tahun 1998 kebutuhan minyak goreng di pasar domestik diperkirakan naik menjadi 2,515 juta ton atau naik sebesar 13,8 % (lihat Tabel).

Proyeksi Kebutuhan Nasional Minyak Goreng *)

Tahun	Jumlah (juta ton)
1994	1.941
1995	2.071
1996	2.210
1997	2.358
1998	2.515

*Keterangan *) Kebutuhan minyak goreng di atas termasuk pasokan dari produk minyak kelapa*

Sumber : Diolah kembali dari Harian Bisnis Indonesia, 20 - 12 - 1994

Dari Kebutuhan nasional minyak goreng tahun 1995 yang sebesar 2,071 juta ton, maka sekitar 1,242 juta ton (atau 60%) dipenuhi oleh minyak sawit dan sisanya yang sebesar 828.564 ton (atau 40%) berasal dari minyak kelapa yang banyak dimiliki oleh konglomerat Salim Group dan Sinar Mas Group. Tetapi sebagian besar produk olahan mereka berorientasi kepada pasar domestik guna memenuhi lonjakan permintaan akan minyak goreng di dalam negeri.

Sementara konsumsi CPO di dalam negeri tahun 1995 mencapai 3,4 juta ton. Peningkatan kebutuhan akan CPO di pasar domestik ini mendorong impor CPO dari luar negeri (misalnya dari Malaysia) karena produksi CPO nasional belum mampu mencukupi kebutuhan dalam negeri³⁾.

Dibandingkan dengan Malaysia, sejak tahun 1980 s/d 1995 produksi CPO Indonesia jauh lebih kecil dari produksi Malaysia. Padahal setiap tahun luas areal perkebunan kelapa sawit di dalam negeri terus bertambah terutama sejak tahun 1980. Pasokan CPO untuk pasar dalam negeri sebagian besar dilakukan oleh PT. Perkebunan milik negara, seperti PT. Perkebunan VII.

Dalam periode 1991 - 1995 konsumsi CPO di dalam negeri meningkat rata-rata sebesar 16,4% setiap tahun. Namun jika dikaji lebih mendalam, kebutuhan akan CPO di dalam negeri tidak melebihi angka 2,5 juta ton. Sementara produksi tahun 1995 mencapai 4.731 ribu ton (lihat lampiran).

Disamping kendala produksi CPO di dalam negeri, kendala lain yang

3) Harian Ekonomi Neraca, tanggal 19 Agustus 1996

masih dihadapi industri minyak kelapa sawit Indonesia adalah kebijakan pajak ekspor CPO di atas. Instrumen ini jelas akan mengurangi ekspor CPO ke pasar dunia.

Misalnya, penerimaan ekspor dari CPO pada tahun 1995 sebesar 1.148 juta dolar AS atau sekitar Rp. 2,5 triliun. Tetapi karena adanya pajak ekspor sebesar 40% hingga 75% dimana harga dasar CPO ditetapkan oleh pemerintah sebesar US\$ 435 per ton. Jika pemerintah tidak mengenakan Pajak Ekspor CPO dengan asumsi kapasitas produksi yang ada saat ini berjalan normal maka produsen akan mampu mengekspor CPO sebanyak 1,944 juta ton.

TABEL
NILAI EKSPOR CPO, SERTA PERANANNYA
TERHADAP EKSPOR NONMIGAS
Tahun 1985 - 1995

(dalam juta dolar AS)

Tahun	Ekspor CPO	% Terhadap Ekspor nonmigas	Ekspor nonmigas
1985	166,2	2,8 %	5.868,8
1990	203,6	1,4 %	14.604,2
1991	335,4	1,8 %	18.247,5
1992	356,6	1,5 %	23.296,1
1993	472,4	1,7 %	27.077,2
1994	717,8	2,4 %	30.359,7
1995	747,4	2,3 %	31.458,2

Sumber : Diolah dari berbagai sumber

Selama tahun 1991-1995 ekspor CPO Indonesia ke pasar dunia antara lain adalah ke MEE, khususnya Belanda, Eropa Timur, Korsel, Jepang, AS, RRC. Di pasar global produk CPO Indonesia relatif memiliki daya saing walaupun untuk negara tujuan ekspor tertentu masih kalah dibandingkan CPO dari Malaysia. Kendati terjadi kampanye nasional anti-minyak kelapa sawit yang konon diberitakan mengandung kolesterol yang tinggi-tetapi tidak mempengaruhi ekspor CPO Indonesia secara nasional.

Jika dilihat volume ekspor CPO, maka setiap tahun mengalami peningkatan. Contoh, volume ekspor CPO Indonesia periode 1985-1990 naik sebesar 86,2 %. Sedangkan volume ekspor tahun 1994 naik sebesar 18,9 % dari tahun 1993 atau sebesar 1631,2 ribu ton.

Menurut data Direktorat Jenderal Perkebunan, Deptan, kapasitas produksi CPO Malaysia periode tahun 1995-2005 tumbuh sebesar

30,3%. Sedangkan produksi CPO Indonesia tumbuh sebesar 109,1 %. Walaupun pertumbuhan produksi CPO Indonesia cukup tinggi, tetapi diperkirakan belum mampu melampaui produksi CPO Malaysia. Baru tahun 2010 mendatang Indonesia diproyeksikan menjadi produsen CPO terbesar di dunia melampaui produksi Malaysia.

Produksi CPO Malaysia tahun 1995 mencapai 50 % dari total produksi CPO dunia. Tahun 2005 mendatang dengan asumsi diberlakukannya perdagangan bebas AFTA tahun 2003-porsi produksi CPO Malaysia mencapai 40,84 %. Sementara porsi Indonesia dalam produksi CPO dunia tahun 1995, tahun 2000 dan tahun 2005 masing-masing sebesar 30,8%, 37,4 % dan 40,79 %.

Sedangkan porsi CPO Nigeria tahun 2000 dan 2005 mencapai 5,09% dan 5,35 % terhadap total produksi CPO dunia. Produksi CPO Nigeria dalam perdagangan dunia relatif masih kecil. Dengan kata lain produksi CPO Nigeria relatif belum berdampak besar pada pasar CPO.

Persoalan jangka pendek yang dihadapi industri kelapa sawit domestik menjelang tahun 2000 adalah meningkatkan pasar ekspor CPO setiap tahun. Sebagai ilustrasi, nilai ekspor CPO tahun 1994 tumbuh sebesar 52% dari tahun 1993.

Suatu hal yang membebani industri minyak kelapa sawit di dalam negeri untuk meningkatkan ekspor adalah kebijakan pajak ekspor melalui skema SK. Menkeu diatas. Tataniaga CPO dalam negeri ini bertujuan untuk mengendalikan gejolak harga minyak goreng di dalam negeri jika terjadi kekurangan pasok di pasar.

Atas dasar SK ini ditetapkan pula harga dasar masing-masing komoditas yakni CPO, RBD Palm Oil, Crude Olein dan RBD Olein. Besarnya tarif pajak ekspor diatas ditetapkan berdasarkan harga rata-rata ekspor yang penetapannya dilakukan sekali sebulan.

Dengan kata lain, jika harga CPO di pasar internasional naik, maka pajak ekspor juga naik. Dengan diberlakukannya SK. Menkeu ini margin keuntungan yang diperoleh para eksportir CPO semakin kecil. Dilain pihak dengan penerapan pajak ekspor, penerimaan negara semakin bertambah.

Masalah yang cenderung sering timbul di permukaan dengan skema SK diatas bahwa karena harga ekspor CPO yang dijadikan dasar dalam perhitungan besarnya tarif pajak ekspor CPO, maka besar riilnya menjadi terlambat dibandingkan keadaan harga yang sebenarnya.

Selama ini terdapat kecenderungan, bahwa jika harga minyak goreng di pasar dalam negeri naik, maka yang paling dahulu mendapat pembatasan adalah harga CPO. Kecenderungan pembatasan harga ekspor CPO ini akan mengurangi pendapatan produsen CPO dan petani kelapa sawit yang menghasilkan tandan buah sawit segar (palm

kernel).

Yang perlu diperhatikan adalah mengembangkan industri pengolahan minyak sawit lebih besar yang menghasilkan **processed palm oil** dengan berbagai produk olahannya.

Pembangunan industri minyak sawit tersebut terutama berlokasi pada sentra-sentra produksi CPO seperti di Sumut, Riau, Kalimantan dan Irija.

Untuk mengantisipasi perkembangan dalam perdagangan CPO dunia hingga tahun 2005, maka diperlukan beberapa strategi dalam persaingan pasar CPO dunia yakni : **pertama, peningkatan efisiensi dalam produksi pertanian.**

Artinya produktivitas lahan pertanian kelapa sawit setiap Ha., perlu ditingkatkan melalui pemeliharaan tanaman seperti pemupukan dan pemberantasan hama tanaman. Intensifikasi tanaman kelapa sawit yang efisien akan menurunkan biaya pengolahan, meningkatkan produksi per Hektar serta kualitas kelapa sawit.

Disamping itu, pemilihan bibit kelapa sawit yang baik hasil dari riset dilapangan dapat menghasilkan tandan kelapa sawit yang baik pula. Teknik pemetikan buah sawit yang efektif perlu disebarluaskan kepada para petani untuk menghasilkan tandan buah yang segar yang siap diolah di pabrik.

Sebab tandan sawit yang diterima dari petani sering menunjukkan kandungan minyak yang relatif rendah disebabkan oleh buah sawit yang dipanen masih mentah.

Biji sawit yang mentah yang diolah oleh pabrik kelapa sawit (PKS) akan menurunkan kualitas produksi tetapi biaya olah masih tinggi. Jika proses ini terus berkembang tanpa perbaikan dalam proses panen, maka mengakibatkan penurunan produksi per Ha.

Jika dibandingkan dengan Malaysia, PKS mereka sebagian besar memiliki tahap atau prosedur pengolahan yang sistematis dan terprogram sejak menanam sampai pada panen.

Teknik pengelolaan atau pemeliharaan tanaman sawit di Indonesia sebenarnya tidak kalah dengan Malaysia, tetapi petani sering membutuhkan uang sesegera mungkin untuk menjualnya ke PKS. Sehingga biji sawit yang relatif mentah sudah dipanen.

Di Malaysia, manajemen PKS dikendalikan oleh para manajer berpengalaman yang berbeda dengan PKS milik PT.Perkebunan (PTP) Negara di Indonesia yang masih banyak dikendalikan oleh administratur perkebunan dan asisten kepala pabrik yang bertanggungjawab langsung kepada para direksi. Perbedaan manajemen diatas terletak pada kontrol terhadap proses panen tandan buah sawit segar.

Produktivitas pabrik pengolahan dapat diketahui melalui kualitas tandan buah sawit segar yang diperoleh dari petani. Untuk mengantisipasi

produksi CPO tahun 2000 dan 2005, maka Indonesia harus mempersiapkan pabrik pengolahan biji sawit relatif banyak.

Hingga tahun 1995, pabrik pengolahan sawit di tanah air mencapai 152 unit yang tersebar disentra-produksi dengan total kapasitas 4.708 ton/jam. PKS yang perlu diperbanyak adalah berkapasitas 30 ton/jam sebanyak kurang lebih 86-90 unit. Malaysia kini memiliki 289 PKS dengan produksi sebesar 7,2 juta ton (tahun 1995).

Kedua, penerapan manajemen mutu. Ketidakmampuan dalam persaingan pasar CPO dunia dapat disebabkan oleh faktor kualitas dan harga CPO. Bila pasokan lebih besar dari permintaan di pasar internasional, maka kualitas produk CPO yang akan mampu memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen. Sehingga dalam hal ini faktor kualitas menjadi penting.

Komoditas CPO sebagai bahan baku olahan untuk berbagai produk harus pula memenuhi syarat kesehatan yang ditetapkan oleh Organisasi Pangan Dunia (FAO) dan FDA. Pengawasan mutu CPO akan lebih terjamin jika dalam proses produksi telah diterapkan manajemen mutu sesuai dengan standardisasi mutu internasional dalam ISO 9002.

Berdasarkan data yang dikumpulkan dari berbagai sumber, penerapan sistem jaminan mutu dalam ISO 9002 relatif agak lambat, karena harga CPO relatif tinggi di pasar internasional dan kebutuhan CPO cenderung meningkat tajam, sehingga konsumen belum mencantumkan syarat atau kualifikasi mutu pada persyaratan perdagangan CPO.

Ketiga, peningkatan investasi khususnya bagi investor domestik sektor perkebunan sawit dan industri hulu minyak sawit. Sudah cukup lama perkebunan sawit dan pabrik kelapa sawit (PKS) didominasi oleh PT. Perkebunan Negara. Untuk memenuhi kecenderungan terjadinya lonjakan permintaan CPO di pasar domestik dan internasional, maka pemerintah perlu memperluas perkebunan sawit dan industri pengolahan kelapa sawit milik swasta khususnya swasta nasional.

Baru sejak awal tahun 1990-an, pemerintah membuka kesempatan luas investasi perkebunan kelapa sawit dan industri pengolahannya. Hal ini terlihat dari semakin banyaknya industri pengolahan sawit milik swasta yang sebagian besar investornya adalah swasta nasional.

Keempat, seleksi terhadap investasi asing pada industri hilir CPO. Disamping pemerintah memprioritaskan pengembangan industri minyak sawit kepada swasta nasional, tetapi tidak tertutup kemungkinan untuk mengundang investasi asing dengan berbagai pendekatan kerjasama bisnis seperti usaha patungan (**joint venture**), investasi portofolio, dan bentuk kerjasama bisnis lain. Kini terdapat kecenderungan investor swasta domestik bekerjasama dengan investor Malaysia dalam

perkebunan kelapa sawit di berbagai daerah (lihat Tabel).

Tabel. Beberapa Perusahaan Patungan Malaysia dan Indonesia
Dalam Perkebunan Kelapa Sawit
(Tahun 1994-Januari 1996)

Nama Perusahaan	Luas	Lokasi (Ha.)
PT. Bina Pitri Jaya	10.000	Riau
PT. Anam Koto	12.300	Sumbar
PT. Gunung maras L.	10.000	Sumsel
PT. Bohindomas P.	17.500	Kalteng
PT. Sarpindo GST.	8.498	Riau
PT. Bumipermai S.	8.000	Sumsel
PT. Sumber MG.	15.000	Kalteng
PT. Graha C.	15.000	Kalteng
PT. Gunungsawit B.	12.000	Sumsel
PT. Dendymarker I.	64.000	Sumsel, Bengkulu
PT. Agritasari P.	9.000	Riau
PT. Pinang WS.	14.000	Sumsel
PT. Sadin TI.	32.000	Sumsel
PT. Tidar Sungkai S.	10.000	Sumbar
PT. Agroindo CC.	5.000	Sumut
PT. Guthrie PI.	60.000	Sumsel
PT. Sime Indo Agro	20.000	Kalbar
Total =	322.298	

Sumber : Kantor Meninvest./BKPM

Keuntungan usaha patungan Indonesia dengan Malaysia ini selain karena pengalaman dan manajemen pertanian Malaysia yang lebih baik, melainkan juga untuk mengantisipasi kecenderungan membaiknya harga CPO di pasar internasional di masa mendatang. Sebab baiknya kualitas CPO banyak tergantung kepada teknik dan manajemen perkebunan untuk menghasilkan tandan buah sawit segar yang siap diolah.

Jika dalam kurun waktu 5 - 10 tahun mendatang perkebunan dan industri patungan diatas sudah dapat menghasilkan CPO, maka pada tahun 2005 diproyeksikan akan menggeser posisi Malaysia.

Alternatif strategi yang juga dapat dilakukan adalah meningkatkan intensifikasi tanaman sawit milik PT. Perkebunan Negara. Sebab perkebunan milik negara tidak seluruhnya jelek karena telah berpengalaman crelatif lama dalam perkebunan kelapa sawit.

Selain itu industri CPO milik pemerintah harus meningkatkan efisiensi produksi sehingga kapasitas produksi dapat dicapai. Perbaikan manajemen di setiap lini khususnya manajemen produksi misalnya

dengan pendekatan “functional management” , sangat membantu dalam meningkatkan kinerja industri kelapa sawit milik pemerintah. Pencapaian efisiensi akan menghasikan produk CPO yang berdaya saing tinggi dengan kualitas yang baik.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

V.1. KESIMPULAN

Dari analisa sederhana diatas, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Produksi CPO nasional Indonesia setiap tahun menunjukkan peningkatan sesuai dengan dibukanya berbagai lahan baru pertanian sawit di sentra-sentra produksi sawit. Diperkirakan produksi CPO Indonesia akan menggeser produksi CPO Malaysia tahun 2005.
2. Peningkatan CPO nasional tidak otomatis dapat mendongkrak laju ekspor CPO ke pasar internasional. Hal ini tergantung kepada beberapa faktor antara lain kualitas dari tandan sawit segar dan minyak sawit, perkembangan harga CPO di pasar internasional. Tetapi dari data beberapa tahun terakhir telah terjadi peningkatan harga rata-rata CPO di pasar dunia.
3. Potensi produksi CPO Indonesia cukup prospektif untuk pasar ekspor. Hal ini dapat dilihat dari peningkatan volume dan nilai ekspor setiap tahunnya. Tetapi kontribusi nilai ekspornya relatif kecil terhadap ekspor nonmigas yakni rata-rata di bawah 5 %.
4. Sebelum dikeluarkannya skema SK. Menkeu. tentang Pajak Ekspor CPO sebesar 40 % hingga 75 %, nilai ekspor CPO ke pasar internasional naik drastis sebesar 52 % pada tahun 1994 dibanding tahun 1993. Sejak diberlakukannya pajak ekspor CPO akhir tahun 1994, pertumbuhan ekspor CPO menjadi melamban yakni mencapai 4,1 % pada tahun 1995.
Skema pajak ekspor diatas jelas sangat memukul produsen dan para petani perkebunan kelapa sawit nasional apalagi jika harga CPO meningkat di pasar dunia.
5. Beberapa langkah strategis untuk meningkatkan nilai ekspor CPO adalah mencabut pajak ekspor. Sebab sulit untuk menaikkan nilai ekspor jika CPO masih dikenakan pajak oleh negara. Disamping itu melakukan perbaikan manajemen perkebunan sawit, peningkatan efisiensi pada industri hulu yang mengolah biji sawit menjadi minyak kelapa sawit, meningkatkan mutu produk CPO dan perluasan investasi baru bidang perkebunan sawit.

6. Alternatif lain yang dapat dilakukan adalah perluasan industri hilir minyak sawit yang menghasilkan produk jadi seperti ; minyak goreng, gluserine, sabun, cocoa-butter, mentega, dan lain-lain. Berkembangnya industri hilir CPO yang berorientasi ekspor jelas akan mendorong perkembangan perkebunan kelapa sawit di beberapa daerah.
7. Untuk mengantisipasi era perdagangan bebas dunia, produk CPO Indonesia tidak mustahil akan kalah dari pesaing utama Malaysia jika tidak dilakukan perbaikan, sejak penanaman pohon sawit hingga distribusi CPO ke pasar dunia. Indonesia juga perlu menerobos pasar baru selain pasar yang sudah ada di beberapa negara.

V.2.SARAN-SARAN

1. Untuk mendorong pertumbuhan produksi CPO nasional maka industri pengolahan sawit milik PT. Perkebunan negara disarankan untuk melakukan perbaikan manajemen, rasionalisasi dan restrukturisasi untuk meningkatkan produktivitas usaha.
2. Pemerintah perlu mengkaji lebih dalam pengaruh pencabutan pajak ekspor terhadap suplai CPO di pasar domestik, terhadap pendapatan produsen dan petani, efisiensi produksi serta pengaruhnya terhadap harga CPO Indonesia di pasar internasional. Akan tetapi tidak selamanya pajak ekspor CPO akan menyebabkan mahalnya harga CPO Indonesia di pasar dunia.

Sebab jika industri CPO dalam negeri sudah memproduksi secara efisien maka pajak ekspor bukan alasan kuat untuk tidak mampu bersaing dengan produk CPO Malaysia, Nigeria dan negara lain di pasar global.

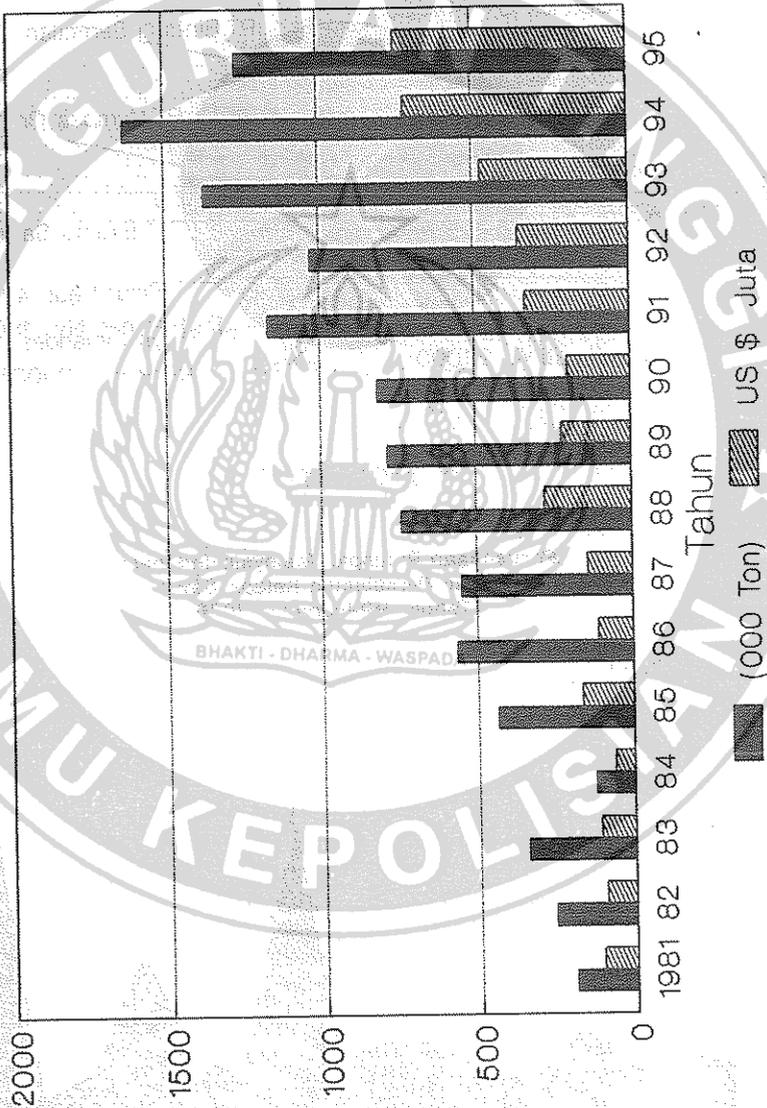
DAFTAR PUSTAKA

1. Keegan, Warren J.; **GLOBAL MERKETING MANAGEMENT**; Fifth Edition; Prentice Hall International Editions; 1995
2. Subhash C. Jain ; **INTERNATIONAL MARKETING MANAGEMENT**; Fourth Edition; 1993; Printed By PWS-KENT Publishing Company, California, USA
3. Sairi Erfanie ; **Makalah dalam Teknologi Pemasaran Dalam Meningkatkan Daya Saing di Pasar Global**; PEP-LIPI; 1996
4. Indikator Ekonomi; BPS Jakarta ; Februari 1996
5. Majalah **WARTA EKONOMI**, No. 14/Th.VIII/26 Agustus 1996
6. **Harian Bisnis Indonesia**, tgl. 20 Desember 1994;
4 Juli 1995;
21 Februari 1995;
5 Maret 1996;
20 Juli 1996;
7. **Harian Ekonomi Neraca**, Tgl. 19 Agustus 1996

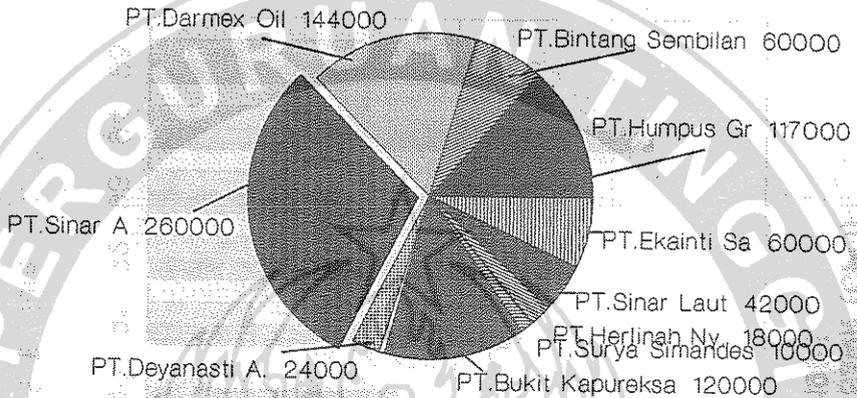
AKSI POLISIA



**Perkembangan Ekspor Minyak Sawit (CPO)
Indonesia Tahun 1981-1995**

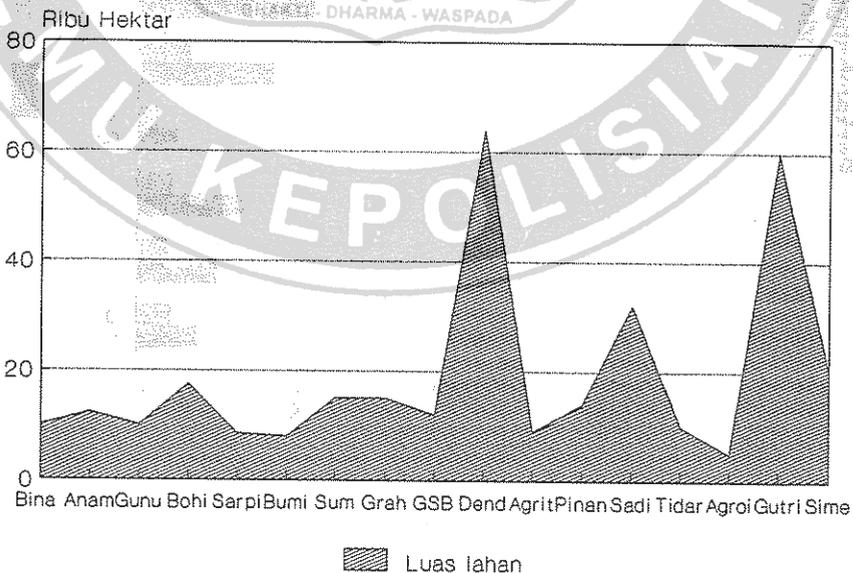


**Persetujuan Investasi Baru Industri
Minyak Goreng Thn 1990 - 26 Nopember 1994
(dalam ton)**



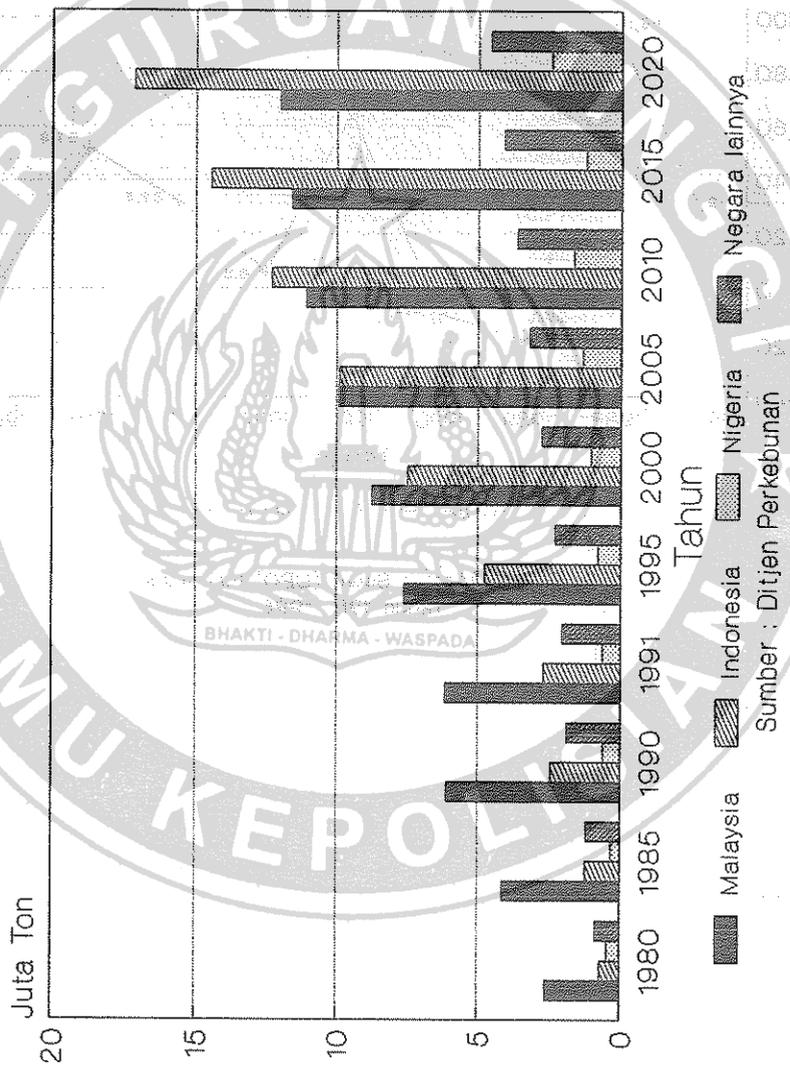
Sumber : Diolah dari Bisnis Indonesia
20 Desember 1994

**Perusahaan Patungan Malaysia-Indonesia
Dalam Perkebunan Kelapa Sawit
(Tahun 1994-Januari 1996)**



Sumber :Kantor Meninvest./BKPM

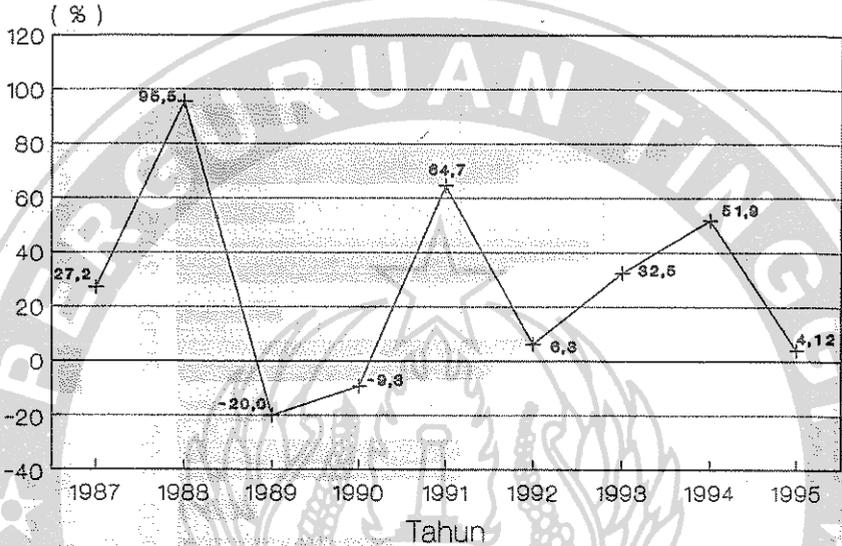
Proyeksi Produksi Minyak Sawit Dunia Tahun 1980 s/d 2020



Sumber : Ditjen Perkebunan

BHAKTI - DHARMA - WASPADA

**Pertumbuhan Nilai Ekspor CPO Indonesia
Tahun 1987-1995**



Sumber : BPS, Bulan Februari 1996

**Ekspor Minyak Sawit (CPO) Indonesia
Tahun 1981-1995**

BHAKTI - DHARMA - WASPADA

