

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Negara-negara di dunia menjadikan komoditas perkebunan sebagai sumber devisa kedua setelah minyak bumi dalam perdagangan global. Salah satu komoditas perkebunan yang berperan penting adalah kopi. Hal ini karena kopi telah memberikan sumbangan yang cukup besar bagi devisa negara produsen, dengan menjadi salah satu sumber ekspor non migas. Selain itu, komoditas ini dapat menjadi penyedia lapangan kerja dan sumber pendapatan bagi petani pekebun kopi maupun bagi pelaku ekonomi lainnya yang terlibat dalam budidaya, pengolahan, serta dalam mata rantai pemasaran kopi di dunia.<sup>1</sup> Industri kopi secara global mempekerjakan lebih kurang 25 juta pekerja dari seluruh dunia.<sup>2</sup>

Menurut data *International Coffee Organization* (ICO) tahun 2014 konsumsi kopi meningkat dari tahun ke tahun. Peningkatan produksi kopi oleh negara-negara produsen memiliki peluang besar untuk diekspor ke negara-negara konsumen kopi utama di dunia, seperti Uni Eropa, Amerika Serikat dan Jepang.<sup>3</sup> Pentingnya kopi dalam ekonomi global saat ini dapat tergambar dalam beberapa fenomena, antara lain: (a) lebih dari 90 persen produksi kopi berasal dari negara-negara berkembang, sementara konsumsi justru berada terutama di negara-negara industri; (b) dalam periode pasca Perang Dunia II, kopi telah menjadi komoditas kedua paling berharga yang diperdagangkan setelah minyak; (c) upaya untuk mengontrol perdagangan kopi internasional telah ada sejak awal abad ke-20, yang

---

<sup>1</sup> United States Department of Agriculture, *Coffee: World Market and Trade*, Desember 2014, hal.1.

<sup>2</sup> World coffee trade, <http://www.thecoffeeguide.org/coffee-guide/world-coffee-trade/>, diakses pada 18 November 2014.

<sup>3</sup> Ibid.

membuat kopi menjadi salah satu komoditas pertama yang diregulasi secara internasional; (d) sejumlah negara berkembang, bahkan mereka dengan pangsa pasar ekspor global yang rendah, mengandalkan kopi untuk pendapatan ekspor mereka, sehingga kopi merupakan sumber pendapatan bagi jutaan petani kecil dan buruh tani di seluruh dunia; dan (e) pemerintah negara produsen kopi secara historis memperlakukan kopi sebagai komoditas strategis.<sup>4</sup>

Sebanyak 60 negara yang terdaftar di Persatuan Bangsa-Bangsa (PBB) merupakan produsen kopi. Brazil adalah negara produsen kopi terbesar di dunia, disusul oleh Vietnam di posisi kedua dan Indonesia di posisi ketiga.<sup>5</sup> Sekitar 75 persen dari produksi masing-masing negara tersebut merupakan komoditi ekspor. Brasil mempertahankan posisinya sebagai eksportir kopi dunia terbesar pada tahun 2012 dengan pengiriman sebesar 28.260 juta karung, diikuti oleh Vietnam 25.047 juta dan Indonesia 10.620 juta.<sup>6</sup>

Seiring perubahan lingkungan strategis ekonomi global maka negara-negara eksportir kopi dunia terpacu untuk meningkatkan nilai ekspor, seperti Vietnam. Munculnya Vietnam dalam perdagangan kopi internasional yang cukup signifikan mempengaruhi jumlah perdagangan kopi di pasar global. Pertumbuhan yang cukup meningkat tajam dalam industri kopi Vietnam pada beberapa tahun ini membawanya sebagai negara produsen kopi terbesar kedua setelah Brazil. Sekitar 6 persen dari total produksi Vietnam saat ini dikonsumsi secara domestik,

---

<sup>4</sup> Stefano Ponte, *The 'Latte Revolution'? Regulation, Markets and Consumption in the Global Coffee Chain*, Januari 2002, hal. 5.

<sup>5</sup> World coffee trade, <http://www.thecoffeeguide.org/coffee-guide/world-coffee-trade/>, diakses pada 18 November 2014.

<sup>6</sup> All Exporting Countries, Total Production, Crop Years 2010/11 to 2012/13, <http://www.ico.org/historical/2010-19/PDF/TOTPRODUCTION.pdf>, diakses pada 18 November 2014.

dan selebihnya dijual ke luar negeri yang membuat kopi menjadi salah satu komoditas kunci dari ekspor negara Vietnam.<sup>7</sup>

Kopi telah ditanam di Vietnam sejak akhir abad ke-19 tetapi produksinya tidak diperhitungkan sebagai salah satu pemasukan penting oleh negara hingga pertengahan tahun 1990-an. Setelah unifikasi negara Vietnam pada tahun 1975, mulai diterapkan sistem ekonomi terpusat dan peningkatan investasi pada kopi mulai memperoleh perhatian. Pada tahun 1980-an, investasi semakin meningkat dengan pesat karena pendanaan oleh negara-negara sosialis Eropa Timur dan kuantitas ekspor kopi berorientasi ke negara-negara tersebut.

Tahun 1986 setelah reformasi Doi Moi, kepemilikan swasta mulai dibuka kembali secara luas oleh pemerintah Vietnam dan industri kopi mulai dikembangkan ke pasar luar negeri. Hal ini juga dilatarbelakangi oleh jatuhnya perekonomian nasional Vietnam. Sampai sebelum tahun 1994 Vietnam merupakan negara kecil pengeksport kopi dengan total hanya 90 ribu ton kopi. Pada periode berikutnya Vietnam menjadi salah satu negara besar pengeksport kopi di dunia dan menjadikan negara tersebut sebagai salah satu penyokong rantai komoditas kopi dunia.<sup>8</sup>

Volume ekspor kopi Vietnam mengalami peningkatan drastis yang dibuktikan dengan meningkatnya pangsa pasar Vietnam di Jerman (dari 0,22 persen menjadi 12,00 persen) dan Jepang (dari 0,04 persen menjadi 5,9 persen).<sup>9</sup> Bahkan di Amerika Serikat dimana rata-rata pangsa pasar Vietnam pada periode 1990-1995 yang hanya 3,2 persen, naik pada periode 2000-2004 menjadi 10,5

---

<sup>7</sup> Ibid, hal 3.

<sup>8</sup> Ipsos Business Consulting, *Vietnam's Coffee Industry*, Juli 2013, hal.2.

<sup>9</sup> Reni Kustiari, *Perkembangan Pasar Kopi Dunia dan Implikasinya Bagi Indonesia*, Jurnal Forum Penelitian Agro Ekonomi. Volume 25 No. 1, Juli 2007, hal 45.

persen.<sup>10</sup> Berikutnya pada tahun 2012 Vietnam mengekspor sekitar 1,7 ton kopi senilai USD 3,7 milyar.<sup>11</sup> Angka ini merupakan peningkatan volume sebesar 23 persen dari tahun sebelumnya.

Usaha pertanian kopi di Vietnam (sekitar 95 persen) merupakan usaha perkebunan rakyat dengan skala kecil<sup>12</sup>. Lebih 85 persen dari perkebunan rakyat tersebut memiliki luas lahan kurang dari 1 hektar dan hanya 1 persen lahan yang lebih dari 5 hektar.<sup>13</sup> Saat ini Vietnam memiliki sekitar 150 pelaku usaha pengolahan kopi yang telah memiliki lisensi dan sebagian merupakan usaha kerjasama dengan mitra internasional. Selain itu terdapat ribuan pelaku usaha yang bersifat lokal dan berskala kecil serta tidak memiliki lisensi.<sup>14</sup> Perusahaan utama di antaranya adalah Vinacafe, Trung Nguyen dan Highlands Coffee.

Vinacafe merupakan perusahaan kopi nasional Vietnam yang beroperasi dibawah Kementerian Agrikultur dan Industri Makanan. Vinacafe selaku Badan Usaha Milik Negara (BUMN) mempengaruhi pertumbuhan yang pesat dalam industri kopi. Kerjasama antara petani, produsen dan pemerintah menciptakan merek dagang kopi nasional yang khas dan membuka ekspor produk kopi untuk ritel. Sejak berkembangnya Vinacafe, mulai berdiri beberapa perusahaan baru yang terlibat dalam proses produksi kopi. Beberapa perusahaan yang berkembang yakni Đák Lak pada tahun 1996 (yang kemudian berubah nama menjadi Trung Nguyen) dan Highlands Coffee pada tahun 1998. Vinacafe selaku perusahaan kopi terbesar di Vietnam memegang otoritas administrasi atas sebagian besar BUMN kopi.

---

<sup>10</sup>Ibid, hal 45.

<sup>11</sup> Ibid, hal 2.

<sup>12</sup>Ipsos Bussiness Consulting, *Vietnam's Coffee Industry*, Juli 2013, hal 3.

<sup>13</sup>Ibid, hal 6.

<sup>14</sup>Ibid, hal 6.

Pesatnya perkembangan Vietnam menjadi salah satu produsen kopi terbesar di dunia diimbangi dengan perubahan yang cepat dalam kebijakan dan struktur pasar. Dalam dekade terakhir Vietnam telah berubah dari ekonomi terpusat ke sistem pasar dengan orientasi yang jauh lebih terbuka. Akibatnya Vietnam menjadi salah satu negara Asia dengan pertumbuhan tercepat. Ekspansi kopi Vietnam yang dramatis dalam beberapa tahun terakhir dilatarbelakangi oleh beberapa rangkaian tindakan yaitu: (1) stimulus langsung pemerintah, (2) liberalisasi pertanian dan (3) kondisi unik yang menguntungkan dalam perkembangan kopi di pasar dunia.<sup>15</sup>

Perdagangan kopi di Vietnam secara garis besar masih dikendalikan oleh pemerintah dengan BUMN. BUMN ini memainkan peran penting dan merupakan bagian dari aset industri dan menghasilkan pendapatan negara berupa 38 persen produk domestik bruto (PDB), 50 persen ekspor negara dan 70 persen penerimaan pajak. Pada akhir tahun 2005, Vietnam memiliki sekitar 5.000 perusahaan milik negara dengan modal gabungan sekitar 60 persen dari total modal bisnis di negara ini.

Vietnam saat ini sedang melaksanakan proyek percontohan untuk merestrukturisasi BUMN kopi dengan dukungan dari *World Bank*, tetapi kemampuan mereka untuk bersaing dengan sektor swasta dalam jangka panjang membutuhkan dukungan pemerintah. Akibat proses restrukturisasi BUMN perkebunan kopi tersebut, Vinacafe bergerak maju. Hampir semua produksi akan menjadi kepemilikan pihak swasta dalam beberapa tahun ke depan.<sup>16</sup>

---

<sup>15</sup> The World Bank Agriculture and Rural Development Department, *The Socialist Republic of Vietnam: Coffee Sector Report*, Juni 2004, hal. 9.

<sup>16</sup> Vu Quoc Ngu, *The State-Owned Enterprise Reform in Vietnam: Process and Achievements*, Agustus 2002, hal. 2

Untuk melihat bagaimana perkembangan Vietnam dalam perdagangan kopi global, salah satu analisa yang dapat digunakan adalah *Global Value Chains* (GVCs). GVCs merupakan konsep yang dapat digunakan dalam menganalisis permasalahan dari perspektif ekonomi dan politik. Dalam konsep ini dijelaskan mengenai jaringan aktifitas yang dilakukan oleh-perusahaan-perusahaan secara menyeluruh. Tujuannya adalah untuk menjelaskan ruang organisasi dari produksi, perdagangan dan konsumsi ekonomi global.<sup>17</sup>

Pertumbuhan Vietnam yang pesat dalam perdagangan kopi global tentu melibatkan aktor-aktor yang dapat dijelaskan dalam dimensi GVCs. Hal ini dikarenakan GVCs memiliki 4 dimensi yang melibatkan struktur output input, pertimbangan geografis, struktur pemerintah serta kelembagaan yang ada. Selain itu, dalam GVCs juga dapat dilihat mengenai pertumbuhan sektor kopi Vietnam serta dinamikanya. Hal inilah yang kemudian melatarbelakangi penelitian ini. Terbukti dengan naiknya Vietnam menjadi negara produsen kopi terbesar kedua di dunia sehingga memberikan ketertarikan tersendiri untuk melihat faktor-faktor pertumbuhan ekspor kopi oleh negara Vietnam.

## 1.2. Rumusan Masalah

*Global Value Chain* (GVCs) telah menjadi instrumen penting dalam menganalisis perdagangan global. Para ahli ekonomi menyatakan bahwa peran *global value chains* mampu meningkatkan nilai tambah pada sektor industri barang dan jasa. Keterbukaan pasar yang telah mempermudah lalu lintas produk dari satu negara ke negara lainnya tentunya akan berimplikasi positif jika negara mampu meningkatkan daya saing dan nilai tambah produknya.

---

<sup>17</sup> Stefano Ponte, *The 'Latte Revolution'? Regulation, Markets and Consumption in The Global Coffee Chain*, Januari 2002.

Menuju era perdagangan bebas, persaingan global semakin ketat memaksa negara harus kompetitif untuk meningkatkan daya saing komoditi ekspornya dalam rangka mempertahankan perekonomian. Sebagai produk terbesar kedua yang diperdagangkan di dunia, kopi memiliki potensi yang besar dan pasar yang sangat kompetitif. Kopi juga merupakan salah satu komoditas pertanian yang diharapkan mampu meningkatkan nilai ekspor bagi negara produsen. Hal ini dikarenakan permintaan dunia terhadap komoditas kopi semakin tinggi, terbukti dari jumlah total ekspor kopi dunia yang semakin meningkat setiap tahunnya hingga 141,6 juta karung pada periode 2014-2015.<sup>18</sup>

Negara-negara pengeksport kopi terbesar dunia secara berurutan yakni Brazil, Vietnam, Kolumbia dan Indonesia. Di antara negara tersebut, upaya Vietnam menjadikannya negara yang berhasil menyaingi negara-negara lain dalam perdagangan kopi dunia dapat dijadikan suatu kajian penelitian. Munculnya Vietnam sebagai negara kedua terbesar pengeksport kopi menjadi menarik untuk dikaji lebih dalam, terutama tentang faktor-faktor yang terkait yang dalam mempengaruhi pertumbuhan ekspor kopi yang signifikan di negara Vietnam.

### **1.3. Pertanyaan Penelitian**

Pertanyaan yang muncul dalam penelitian ini, yaitu: Bagaimana bentuk struktur tata kelola (*Global Value Chains*) produk kopi Vietnam dalam perdagangan kopi global?

### **1.4. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan diatas maka tujuan penelitian ini adalah untuk:

---

<sup>18</sup> World Coffee Trade, diakses dari [http://www.ico.org/trade\\_e.asp?section=About\\_Coffee](http://www.ico.org/trade_e.asp?section=About_Coffee) pada 18 November 2014.

- a. Menganalisis bentuk struktur pemerintahan *global value chains* produk kopi Vietnam guna meningkatkan daya saing produk di pasar internasional.
- b. Menjelaskan faktor-faktor partisipasi yang dilakukan pemerintah Vietnam dalam GVCs kopi.

### 1.5. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan beberapa manfaat antara lain:

- a. Sebagai proses pembelajaran bagi penulis dalam mengembangkan pengetahuan dan ilmu dalam bidang hubungan internasional.
- b. Menambah referensi dan kepustakaan Ilmu Hubungan Internasional tentang perkembangan sektor kopi di Vietnam terhadap rantai nilai perdagangan internasional.

### 1.6. Studi Pustaka

Pada penelitian yang dilakukan oleh Budiman Hutabarat dalam Kondisi Pasar Dunia dan Dampaknya Terhadap Kinerja Industri Perkopian Nasional, dibahas mengenai faktor yang berpengaruh terhadap industri perkopian Indonesia, penawaran produksi dan permintaan ekspor kopi.<sup>19</sup> Penelitian ini dilatarbelakangi oleh kondisi yang dinilai tidak menguntungkan bagi petani kopi terhadap industri. Sebagian besar ekspor Indonesia berupa kopi biji (*green coffee*) dan sisanya kopi *soluble* (*roasted coffee, instant coffee, roasted and ground coffee* dan lainnya), sementara industri kopi raksasa dunia menguasai pangsa pasar siap saji (*roasted ground coffee* dan *soluble* dan *instant coffee*) dengan citra produk masing-masing yang telah melekat di ingatan konsumen. Oleh karena itu,

---

<sup>19</sup> Budiman Hutabarat, Kondisi Pasar Dunia dan Dampaknya Terhadap Kinerja Industri Perkopian Nasional, Oktober 2004.

Indonesia sulit bersaing dan mengembangkan produknya ke negara-negara konsumen. Dalam menganalisis kinerja dan berbagai faktor yang mempengaruhi industri perkopian di Indonesia penelitian ini menggunakan analisis deskriptif berbagai gejala dan fakta yang ada melalui penelusuran informasi dan data dari berbagai kalangan, pihak yang terkait (*stakeholders*) dan dokumentasi. Analisis menggunakan model regresi berganda dengan memperhitungkan penawaran dan permintaan impor/penawaran ekspor.

Dengan menguji berbagai pengaruh peubah harga terhadap penawaran harga diperoleh gambaran bahwa areal dan produksi kopi Indonesia lebih responsif terhadap harga kopi arabika dunia, karena elastisitas penawaran terhadap harganya paling besar. Dalam jangka lima tahun (1997-2001), beberapa negara utama importir kopi dunia adalah Amerika Serikat, Jerman, Jepang, Belanda, Italia, Perancis dan negara-negara Eropa lainnya. Perkembangan impor beberapa negara seperti Jepang, AS, Jerman, Italia dan Belanda selama lima tahun terakhir memberikan kekhawatiran bagi Indonesia sebagai salah satu negara produsen dan pemasok kopi dunia, kecuali terhadap Italia. Penelitian ini menyarankan agar Indonesia mempertimbangkan untuk tidak menambah areal penanaman kopi, tetapi sebaiknya menggantikannya dengan tanaman perkebunan lain untuk sementara atau meningkatkan mutu produksi tanaman yang sudah ada.

Dalam penelitian yang berjudul Persaingan Ekspor Kopi Indonesia di Pasar internasional oleh Nuhfil Hanani, Rosihan Asmara dan Fahriyah ditujukan untuk melihat kinerja ekonomi kopi Indonesia dan menganalisis tingka persaingan ekspor Indonesia di pasar Internasional. Penelitian ini menggunakan data sekunder. Dalam penelitian ini digunakan beberapa pendekatan, yakni pendekatan

statistik deskriptif untuk melihat kinerja ekonomi Indonesia, statistik trend line untuk membandingkan dengan negara eksportir utama, dan terakhir menggunakan pendekatan market share model untuk mengetahui tingkat persaingan ekspor kopi Indonesia.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perkembangan kopi sangat ditentukan oleh perluasan dan produktivitas. Indonesia dinilai memiliki luas areal kopi yang besar tetapi tidak diikuti oleh produksi kopi. Laju pertumbuhan pangsa ekspor dari Brazil dan Vietnam sangat tinggi, di sisi lain pangsa pasar ekspor kopi Indonesia cenderung rendah, sehingga dapat menjadi ancaman bagi perekonomian Indonesia. Berdasarkan hasil analisis dengan model fungsi pangsa pasar ekspor dapat diidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi pangsa ekspor kopi Indonesia. Terdapat faktor internal yakni luas areal, produktivitas dan permintaan domestik. Faktor eksternal yakni ekspor negara-negara produsen utama.

Dalam *The 'Latte Revolution'? Regulation, Markets and Consumption in the Global Coffee Chain* yang ditulis oleh Stefano Ponte dijelaskan bahwa rantai kopi global telah berubah secara dramatis sebagai akibat dari deregulasi, pola konsumsi baru, dan strategi perusahaan berkembang.<sup>20</sup> Dari persaingan seimbang antara negara produsen dan konsumen dalam *International Coffee Agreement* (ICA) hubungan kekuasaan bergeser ke keuntungan korporasi transnasional. Sebuah lingkungan yang awalnya relatif stabil antar lembaga dengan distribusi yang asli antara produksi dan konsumsi berubah menjadi fenomena yang tidak formal, tidak stabil, dan tidak merata. Melalui lensa analisis *Global Commodity Chain* (GCC), makalah ini meneliti bagaimana transformasi ini

---

<sup>20</sup> Stefano Ponte, *The 'Latte Revolution'? Regulation, Markets and Consumption in the Global Coffee Chain*, Januari 2002.

mempengaruhi negara-negara berkembang dan apa instrumen kebijakan yang tersedia untuk mengatasi munculnya ketidakseimbangan tersebut.

*Global Commodity Chain* (GCC) merupakan pendekatan yang digunakan dalam menganalisis permasalahan dari perspektif pembangunan ekonomi dan politik. Dalam pendekatan ini, struktur internasional dan produksi, perdagangan dan konsumsi komoditas dipisahkan ke dalam tahapan jaringan aktifitas yang dikendalikan oleh perusahaan-perusahaan. Tujuannya adalah untuk menjelaskan ruang organisasi dari produksi, perdagangan dan konsumsi ekonomi dunia global. Rantai komoditas merupakan satu set jaringan antar organisasi yang berpusat pada satu komoditas atau produk, di mana jaringan tersebut terintegrasi secara situasional dan spesifik dalam konstruksi sosial dan local. Terdapat 4 dimensi dari GCC, yaitu struktur input-output, cakupan geografis, struktur pemerintahan, dan kerangka kelembagaan melalui kondisi dan kebijakan nasional dan internasional yang membentuk proses globalisasi pada setiap tahapan rantai. Struktur input-output dan cakupan geografis dalam GCC digunakan untuk mendeskripsikan garis konfigurasi dari rantai tertentu. Struktur tata kelola memisahkan antara kategori *producer-driven* dan *buyer-driven*. Rantai *producer-driven* biasanya ditemukan pada sektor dengan syarat teknologi dan kapital yang tinggi dengan produk yang dihasilkan seperti pesawat terbang, komputer. Sedangkan *buyer-driven* lebih ditemukan pada sektor intensif tenaga kerja dengan produk seperti garmen, alas kaki, dan lainnya.

*The "Latte Revolution"* sendiri merujuk pada munculnya pola konsumsi baru dengan penyebaran rantai kedai kopi secara dramatis. Simbol yang melekat pada minuman kopi tidak lagi sama dengan kondisi dua puluh tahun

yang lalu. Pola konsumsi baru tersebut muncul dengan menjual suasana dan posisi sosial yang lebih dari sekedar meminum kopi. Konsumen dapat memilih (dan membayar mahal untuk) ratusan kombinasi berbagai kopi, asal, dan metode penggilingan dan pembuatan, rasa, kemasan, "isi" sosial, dan suasana. Pada waktu yang sama industri kopi di negara berkembang menjadi kacau, karena kebutuhan tidak lagi pada produk berkualitas tinggi, melainkan pada produksi sebanyak-banyaknya untuk memenuhi kebutuhan atas permintaan yang drastis. Secara keseluruhan kompetisi merk dan perdagangan mengambil alih tempat pertama di kebutuhan ekonomi, sehingga produk sendiri kemudian terabaikan. Homogenisasi dan pemasaran besar-besaran semakin meningkat dengan berkembangnya kebutuhan akan kopi instan dan kopi olahan setelah globalisasi.

Hasil analisis dari penelitian ini menunjukkan bahwa pendekatan GCC mengindikasikan *buyer-driven* (rantai supermarket dan pedagang internasional) telah meningkatkan dominasi pada beberapa rantai komoditi. GCC menggarisbawahi bahwa akhir dari perjanjian komoditas dan liberalisasi pasar telah berkontribusi dalam perpindahan kekuasaan dari produsen (yang berbasis di negara berkembang) ke konsumen (berbasis di negara maju). Penelitian ini menyarankan untuk mengatasi krisis yang dihadapi petani dan negara produksi adalah tidak hanya menakar produksi, tetapi juga mengubah struktur perdagangan dan kerangka institusional dalam rantai kopi global. Secara teknis hal ini dapat dilakukan dengan 3 langkah, yakni (1) memfasilitasi dan membangun asosiasi antara kelompok tani dan produsen dan jaringan mereka terhadap konsumen, (2) mempromosikan regulasi yang mensyaratkan pembeli kopi di negara produksi

untuk membayar tinggi para tenaga kerja untuk kopi berkualitas tinggi, dan (3) membangun sistem yang serupa dengan sistem industri anggur.

Pada makalah yang berjudul *The State-Owned Enterprise Reform in Vietnam: Process and Achievements* oleh Vu Quoc Ngu dibahas mengenai hal-hal empiris yang menyangkut BUMN di Vietnam.<sup>21</sup> Pada bagian awal diulas mengenai proses reformasi di Vietnam yang diiringi juga dengan reformasi ekonomi secara umum di Vietnam untuk periode 1976 - 1998. Penulis menilai bahwa langkah-langkah reformasi tampaknya memiliki efek positif pada peningkatan kinerja ekonomi BUMN. Hal ini tercermin dari rata-rata tingkat total pertumbuhan produktivitas tahunan sebesar 3.05 persen.

Krisis ekonomi memaksa pemerintah untuk secara resmi meninggalkan model ekonomi terpusat demi mendukung sistem ekonomi yang berbasis pasar mendukung satu berbasis pasar atau dengan kata lain lebih terbuka pada tahun 1986. Penerapan model ekonomi baru ini mencakup sektor BUMN. Sejak saat itu, proses reformasi BUMN difokuskan pada penghapusan mekanisme ekonomi perencanaan pusat, membangun sistem lembaga baru berbasis pasar dan tata kelola perusahaan, memberikan otonomi dan insentif yang lebih besar, dan diversifikasi kepemilikan BUMN.

Makalah ini berfokus pada reformasi sektor BUMN di Vietnam, dimana reformasi sektor BUMN memiliki tahap perkembangan yang berbeda-beda, selain itu penulis juga memberikan penilaian empiris pada keseluruhan proses reformasi tersebut. Setelah perang melawan Perancis berakhir pada tahun 1954, sektor BUMN di Vietnam langsung dinasionalisasikan baik dari perusahaan

---

<sup>21</sup> Vu Quoc Ngu, *The State-Owned Enterprise Reform in Vietnam: Process and Achievements*, Agustus 2002, hal. 2.

swasta maupun pendirian BUMN baru. Mengingat negara Vietnam yang tertinggal dalam ekonomi agraria, para pemimpin Vietnam saat itu berpendapat bahwa sektor BUMN harus dibangun menggunakan model ekonomi Uni Soviet, karena pada waktu itu model ini dianggap sebagai cara yang tercepat untuk mengembangkan perekonomian. Sebagai hasil dari strategi pembangunan ini, pada akhir 1960, seluruh perusahaan industri, perusahaan komersial dan sarana transportasi yang dulu milik kapaitalis asing berubah menjadi BUMN. Dalam operasinya BUMN ini berada di bawah kontrol dan manajemen langsung oleh kementerian pemerintah pusat atau departemen pemerintah daerah. BUMN dipandang sebagai unit produksi dan tidak memiliki peran dalam memutuskan apa hasil akhir produksi, bagaimana dan untuk diproduksi. Satunya tugas mereka adalah untuk menerima dan melaksanakan rencana yang dirumuskan oleh berbagai kementerian dan departemen, yang menetapkan target produksi rinci (bersama dengan berbagai target wajib lainnya), sumber input dan output. Laba operasi yang dihasilkan harus ditransfer ke anggaran pemerintah, termasuk kerugian dari anggaran belanja pemerintah juga harus dilaporkan.

Sehingga pada Desember 1986, Kongres Nasional Partai Komunis Vietnam memutuskan untuk meninggalkan mekanisme perencanaan pusat dan menggantinya dengan mekanisme pasar untuk mengembangkan ekonomi berorientasi pasar di Vietnam. BUMN kemudian diberikan otonomi untuk merumuskan dan melaksanakan rencana operasi jangka panjang, jangka menengah dan jangka pendek sendiri berdasarkan pedoman pembangunan sosial-ekonomi yang ditetapkan oleh pemerintah. Target wajib dikurangi, pemberian input oleh pemerintah dihapuskan. Output yang sebelumnya harus dijual kepada

pembeli yang ditunjuk sekarang bisa dijual ke pedagang atau perusahaan lain bahkan kepada konsumen secara langsung. Laba dihitung berdasarkan biaya yang sebenarnya, dan kecuali untuk transfer wajib APBN, keuntungan dipertahankan oleh perusahaan dan digunakan atas kebijakannya sendiri.

Hasilnya selama periode tersebut, investasi dalam sektor BUMN ini membawa hasil ekonomi yang mengesankan. Untuk lima tahun pertama dari 1961-1965, nilai tingkat pertumbuhan rata-rata output bruto adalah 13,6 persen untuk semua BUMN industri; 19,3 persen untuk BUMN industri berat dan 10,4 persen untuk BUMN industri ringan. Penulis menilai terdapat kekurangan yang mendasari proses reformasi BUMN ini yakni inefisiensi dan ketergantungan pada bantuan asing.

Literatur selanjutnya adalah laporan Bank Dunia dalam sektor kopi Vietnam pada Juni 2004.<sup>22</sup> Laporan ini menjadi salah satu acuan penulis dalam mengumpulkan data perkembangan sektor kopi di Vietnam. Pada bagian awal dijelaskan mengenai latar belakang sektor kopi di Vietnam, dengan statistic dan gambaran pembangunan sektor swasta. Bagian selanjutnya memaparkan kerangka dan struktur institusional. Bagian ketiga membahas struktur sektor kopi. Bagian keempat membahas resiko, manajemen resiko dan diversifikasi. Bagian kelima membahas aspek social dan aspek lingkungan kopi. Terakhir laporan ini memberikan kesimpulan dan rekomendasi terhadap sektor kopi Vietnam.

Secara ringkas laporan ini membahas mengenai keseluruhan sektor kopi Vietnam yang meroket menjadi produsen kopi terbesar kedua di dunia. Dibandingkan dengan pesaingnya, Kolombia, yang butuh waktu 75 tahun untuk

---

<sup>22</sup> The World Bank Agriculture and Rural Development Department, *The Socialist Republic of Vietnam: Coffee Sector Report*, Juni 2004

mencapai laju pertumbuhan volume kopi yang dicapai oleh Vietnam dalam waktu sekitar 10 tahun. Produksi besar-besaran Vietnam terhadap komoditas kopi telah berkontribusi dalam perubahan yang mendasar dalam struktur industri kopi global.

## 1.7. Kerangka Konseptual

### 1.7.1. Global Value Chains

*Global Value Chains* (GVCs) merupakan semua aktivitas yang mencakup suatu perusahaan, di dalam atau di luar negeri, untuk membawa sebuah produk ke pasaran, dari mulai berupa konsepsi sampai penggunaan akhir.<sup>23</sup>

Menurut seorang ahli yakni Gary Gereffi *global value chain* adalah:

*“A commodity chain encompasses the whole range of activities involved in the design, production, and marketing of product. The value chain also called the commodity chain and production consumption chain is described as a comprehensive set of activities that are required to bring a product from a concept stage to marketing and consumption of and product”.*<sup>24</sup>

Konsep ini menyatakan bahwa rantai nilai komoditas meliputi semua kegiatan yang terkait dari hulu hingga hilir penjualan suatu produk. Rantai nilai juga disebut dengan rantai komoditi, kemudian rantai produksi sampai konsumsi.

Perdagangan dunia, investasi dan produksi semakin terorganisir di sekitar rantai nilai global ini. Kegiatan-kegiatan dalam rantai nilai global berkisar dari desain, produksi, pemasaran, logistik dan distribusi untuk mendukung ke konsumen akhir. Hal ini mungkin dilakukan oleh perusahaan yang sama atau dibagi antara beberapa perusahaan. Ketika mereka telah menyebar, rantai nilai pun menjadi semakin global.

---

<sup>23</sup> Dr. Timothy J. Sturgeon, *Global Value Chains and Economic Globalization*, Mei 2013, hal 10.

<sup>24</sup> Gary Gereffi, & Karina Fernandez- Stark, “*Global Value Chain Analysis : A Primer*”, Center On Globalization, Governance & Competitiveness (CGGC), USA, Mei 2011

Tentu saja ekonomi yang sesungguhnya tidak begitu sederhana, linear ataupun searah. Rantai nilai yang mendalam dibentuk oleh lembaga dan rezim di mana mereka berada. Dalam tingkat yang paling sederhana, rantai nilai dapat dikatakan terdiri dari empat langkah, 1) penelitian, desain, dan pengembangan produk; 2) input; 3) produksi; dan 4) pemasaran, penjualan, distribusi, dan layanan purna jual.

Terdapat 4 dimensi dasar dalam metodologi GVCs untuk melihat perubahan rantai produksi satu ke rantai lainnya antara lain.

1. Struktur input dan output, menjelaskan proses perubahan dari bahan mentah menjadi produk jadi.
2. Pertimbangan geografis, dimana bahan tersebut diperoleh serta siapa yang membelinya.
3. Struktur tata kelola, sejauh mana pemerintah mengendalikan rantai nilai ini.
4. Serta lembaga-lembaga mana saja yang terkait dalam konteks GVCs.

Struktur input-output dan cakupan geografis dalam GVCs digunakan untuk mendeskripsikan garis konfigurasi dari rantai tertentu. Struktur pemerintahan memisahkan antara kategori *producer-driven* dan *buyer-driven*. Rantai *producer-driven* biasanya ditemukan pada sektor dengan syarat teknologi dan kapital yang tinggi dengan produk yang dihasilkan seperti pesawat terbang, komputer. Sedangkan *buyer-driven* lebih ditemukan pada sektor intensif tenaga kerja dengan produk seperti garmen, alas kaki, dan lainnya.

GVCs cenderung memiliki beberapa karakteristik dasar dari ekonomi global saat ini, antara lain:<sup>25</sup>

---

<sup>25</sup> Ibid, hal 12.

- a. Keterkaitan pertumbuhan ekonomi. Dalam GVCs kegiatan ekonomi terfragmentasi dan tersebar di seluruh negara. Saat ini, lebih dari setengah impor manufaktur dunia adalah barang setengah jadi (barang primer, bagian dan komponen, dan produk setengah jadi), dan lebih dari 70 persen impor dunia adalah layanan menengah, seperti layanan bisnis. Ekspor termasuk nilai tambah yang diimpor dari luar negeri.
- b. Spesialisasi perusahaan dan negara-negara dalam tugas-tugas dan fungsi bisnis. Saat ini, sebagian besar barang dan bagian pertumbuhan jasa yang ada di dunia, berbeda dengan perusahaan dan negara-negara yang mengkhususkan diri dalam fungsi dan tugas-tugas tertentu yang secara kolektif merupakan GVCs. Namun, banyak kebijakan yang masih didasarkan pada asumsi bahwa barang dan jasa yang diproduksi hanya dalam satu negara.
- c. Jaringan pembeli dan pemasok global. Dalam GVCs peran sentral dimainkan oleh kontrol perusahaan dan koordinasi kegiatan dalam jaringan pembeli dan pemasok, dan perusahaan multinasional (MNCs). Kebijakan mempengaruhi bagaimana jaringan ini terbentuk dan di mana kegiatan mereka berada.
- d. Driver kinerja ekonomi baru. Dalam GVCs, perdagangan dan pertumbuhan bergantung pada sumber efisien input luar negeri, serta akses terhadap produsen dan konsumen akhir di luar negeri. Fragmentasi produksi di GVCs merupakan sarana meningkatkan produktivitas dan daya saing. GVCs juga mempengaruhi tenaga kerja pasar, terutama dengan mempengaruhi permintaan kelompok keahlian yang berbeda.

Analisis GVCs merupakan alat analisis yang digunakan untuk memahami secara lebih baik terhadap keunggulan kompetitif, untuk

mengidentifikasi dimana value pelanggan dapat ditingkatkan atau penurunan biaya, dan untuk memahami secara lebih baik hubungan perusahaan dengan pemasok/supplier, pelanggan, dan perusahaan lain dalam industri.<sup>26</sup> GVCs mengidentifikasikan dan menghubungkan berbagai aktivitas stratejik diperusahaan dengan sifat GVCs tergantung pada sifat industri dan berbeda-beda untuk perusahaan manufaktur, perusahaan jasa dan organisasi yang tidak berorientasi pada laba.<sup>27</sup>

Fragmentasi produksi di negara-negara bukanlah suatu fenomena baru. Yang baru adalah skala dan ruang lingkup yang semakin meningkat. Perusahaan saat ini dapat menurunkan produksi di seluruh dunia karena biaya perdagangan telah menurun secara signifikan karena kemajuan teknologi telekomunikasi, perangkat lunak manajemen informasi serta biaya komputer pribadi yang lebih murah, dapat diandalkan sehingga telah menurunkan biaya kegiatan koordinasi yang kompleks di antara perusahaan yang memiliki jarak yang jauh. Kemajuan pesat dalam teknologi informasi dan komunikasi semakin meningkatkan daya jual berbagai barang dan jasa. Selain itu, pengiriman kemas, standardisasi, otomatisasi dan intermodalitas lebih besar dari barang telah memfasilitasi pergerakan barang di GVCs, meskipun jarak masih penting.

Analisis GVCs melihat *upgrade* dimulai dengan *process upgrade* (misalnya produser mengadopsi teknologi yang lebih baik untuk meningkatkan efisiensi), kemudian lanjut ke *product upgrade* di mana kualitas atau fungsi dari produk diupayakan dengan menggunakan bahan berkualitas tinggi atau sistem manajemen mutu yang lebih baik, dan kemudian ke *functional upgrade* di mana

---

<sup>26</sup> Ibid, hal 16.

<sup>27</sup> Agus Widarsono, Strategic Value Chain Analysis: Suatu Pendekatan Manajemen Biaya, 2009, hal.5.

perusahaan mulai merancang produk sendiri dan mengembangkan kemampuan pemasaran dan branding serta mulai memasok untuk pasar akhir atau ke konsumen secara langsung. Selanjutnya, proses upgrade mungkin juga mencakup upgrade antar sektoral atau yang dikenal sebagai *sectoral upgrade*.

Dalam makalahnya tahun 1994, Gereffi mengidentifikasi dua jenis *driven* ekonomi dilihat dari pilihan kebijakan ekonomi yang diambil. Pertama adalah rantai *buyer-driven*, di mana perusahaan-perusahaan utama adalah pembeli akhir seperti rantai ritel dan produsen produk bermerek seperti produk konsumen akhir non-tahan lama (misalnya, pakaian, alas kaki dan makanan). Tipe pemerintahan yang kedua diidentifikasi oleh Gereffi adalah rantai *produser-driven*. Di sini kompetensi teknologi dari perusahaan utama mendefinisikan daya saing rantai. Dalam sebuah makalah mengenai pertimbangan-pertimbangan inisiatif GVCs, diidentifikasi beberapa pola pemerintahan GVCs:

- i. Rantai hirarkis merupakan operasi yang sepenuhnya diinternalisasi oleh perusahaan, umumnya pola ini terintegrasi secara vertikal;
- ii. Kuasi-hirarkis (atau penangkaran rantai) yang melibatkan pemasok atau pelanggan kelas menengah dengan rendahnya tingkat kemampuan yang membutuhkan dukungan tingkat tinggi dan merupakan subyek dari manajemen rantai pasokan yang dikembangkan dari perusahaan;
- iii. Rantai hubungan relasional dan modular antara perusahaan dan pemasok utama dengan para pelanggan dalam rantai, dengan rendahnya tingkat rantai dalam pemerintahan yang sering terjadi karena pemasok utama dalam rantai memiliki kompetensi mereka sendiri yang tergolong unik dan dapat beroperasi secara independen dari perusahaan utama; dan

iv. Rantai pasar klasik yang mewakili hubungan jangka panjang seperti yang ditemukan di banyak pasar komoditas.

Untuk negara-negara berkembang dan perusahaannya, peluang potensial untuk bergabung GVCs cenderung substansial. Integrasi ke GVCs telah menjadi salah satu pilar penting dari kebijakan negara berkembang untuk pembangunan ekspor.<sup>28</sup> GVCs memungkinkan produsen dalam rantai global untuk mendapatkan pengetahuan manajemen modern dan informasi langsung mengenai standar kualitas dan teknologi, agar menjadi lebih kompetitif. Produsen juga cepat belajar tentang pola permintaan pasar yang tinggi dan preferensi konsumen di pasar tersebut. Partisipasi dalam GVCs juga bisa membuat eksternalitas ekonomi yang luas untuk negara-negara berkembang, seperti peningkatan lowongan pekerjaan, peningkatan teknologi dan keterampilan, peningkatan kapasitas produktif dan diversifikasi ekspor dengan nilai tambah. Eksternalitas ini kemudian akan meningkatkan daya tarik mereka untuk investasi asing langsung (FDI).

### 1.7.2. Rezim Kopi Internasional

*International Coffee Organization* (ICO) merupakan organisasi kopi internasional yang didirikan pada tahun 1963.<sup>29</sup> Organisasi ini beroperasi di bawah naungan PBB. Kesepakatan tahun 1962 dirundingkan di New York pada konferensi yang diadakan dengan bantuan PBB. Berturut-turut *International Coffee Agreement* (ICA) tahun 1968, 1976, 1983 dan 1994 dirundingkan di kantor

---

<sup>28</sup> Allesandro Nicita, Victor Ognitsev, dan Miho Shirotori, *Global Supply Chains: Trade and Economic Policies for Developing Countries*, 2013, hal.1.

<sup>29</sup> Organisasi Kopi Internasional, diakses dari <http://ditjenkpi.kemendag.go.id> pada tanggal 18 Februari 2015, hal.4.

pusat ICO di London, seperti juga perjanjian terbaru dirundingkan pada tahun 2001.

ICO mempunyai tujuan sebagai berikut<sup>30</sup>:

- Mempromosikan kerjasama internasional dalam bidang perkopian;
- Menyediakan suatu forum konsultasi antar pemerintah, dan negosiasi apabila diperlukan, tentang masalah perkopian dan cara untuk mencapai keseimbangan yang layak antara penawaran dan permintaan dunia atas dasar yang menjamin penawaran kopi yang memadai pada harga yang wajar bagi para konsumen dan pasar-pasar kopi dengan harga yang menguntungkan bagi para produsen, dan yang akan mendukung keseimbangan jangka panjang antara produksi dan konsumsi;
- Menyediakan suatu forum konsultasi tentang permasalahan kopi dengan sektor swasta;
- Memfasilitasi perluasan dan transparansi perdagangan kopi internasional;
- Bertindak sebagai suatu pusat untuk melakukan pengumpulan dan analisis serta penyebaran dan publikasi informasi ekonomi dan teknik, data statistik dan hasil-hasil studi, penelitian dan pengembangan bidang perkopian;
- Mendorong negara anggota untuk mengembangkan ekonomi perkopian yang berkesinambungan;
- Mempromosikan, mendorong dan meningkatkan konsumsi kopi;
- Menganalisis dan memberikan saran dalam persiapan proyek-proyek yang memberikan manfaat bagi ekonomi perkopian dunia
- Mempromosikan kualitas kopi; dan

---

<sup>30</sup> Ibid, hal 5.

- Mempromosikan pelatihan dan program-program informasi yang dirancang untuk membantu alih teknologi yang berkaitan dengan bidang perkopian kepada para anggota.

Dalam perjanjian ini yang dimaksud kopi adalah biji dan buah dari pohon kopi, baik buah kopi yang masih berkulit, kopi hijau atau kopi panggang dan termasuk kopi bubuk, kopi tanpa kafein, kopi cair dan kopi soluble.

ICO yang didirikan berdasarkan ICA tahun 1962 hadir untuk mengatur ketentuan-ketentuan dan mengawasi pelaksanaan perjanjian tersebut. ICA muncul dari pelonjakan harga kopi pada tahun 1902 oleh Brazil dikarenakan besarnya pangsa produksi Brazil di dunia (antara 75-90 sen USD per karung)<sup>31</sup>. Sejak itu mulai dirumuskan perjanjian untuk menanggulangi masalah pelonjakan harga kopi ini hingga ICA akhirnya ditandatangani tahun 1962 dan dengan ditandatangani oleh sebagian besar negara produsen dan konsumen. Di bawah sistem ICA diatur regulasi mengenai target harga untuk kopi dan kuota ekspor yang dialokasikan untuk masing-masing negara produsen. Ketika harga diatas indikator yang ditetapkan, kuota cenderung stabil; dan ketika harga jatuh di bawah indikator yang ditetapkan, kuota diperketat.

Meskipun ada masalah dengan sistem ini, sebagian besar analis setuju bahwa sistem ini berhasil menaikkan dan menstabilkan harga kopi. Keberhasilan rezim ini telah dikaitkan dengan berbagai faktor, antara lain: (1) partisipasi negara dalam kerja sistem kuota; (2) keberadaan negara produsen sebagai "unit pasar", di mana pemerintah berada dalam kontrol keputusan mengenai ekspor; (3) penerimaan pangsa pasar Brazil menyusut yang dihasilkan dari perjanjian yang

<sup>31</sup>Stefano Ponte, *The 'Latte Revolution'? Regulation, Markets and Consumption in the Global Coffee Chain*, Januari2002, hal. 16.

dilaksanakan berturut-turut; dan (4) strategi substitusi impor di negara-negara produsen.<sup>32</sup>

Namun masalah muncul ketika meningkatnya volume kopi yang diperdagangkan dengan atau melalui non-anggota negara pengimpor (dengan harga yang lebih rendah), fragmentasi geografi produksi secara terus menerus, dan heterogenitas meningkatnya model pembangunan, seperti Brazil dan Indonesia yang orientasinya bergerak menuju ekspor strategi industri. Selain itu, kuota yang cenderung stabil mengakibatkan mahalannya negosiasi komoditas. Akibatnya, campuran kopi yang disediakan oleh produsen cenderung tetap stabil, sementara pada tahun 1980-an konsumen di Amerika Serikat (AS) semakin lama mulai beralih dari kopi larut (dengan proporsi robusta yang tinggi) ke kopi darat (bahwa penggunaan proporsi arabika yang lebih tinggi). Hal ini merusak kerjasama negara-negara anggota dalam sistem ICA. Akhirnya pembaruan ICA gagal pada tahun 1989.<sup>33</sup>

Meskipun ICA tahun 1994 tidak mempunyai ketentuan yang memungkinkan diadakannya intervensi pasar, namun peranan ICO masih memberikan manfaat terutama sebagai forum konsultasi antara negara-negara produsen dan konsumen. Melalui kerjasama dengan *Common Fund for Commodities* (CFC) dan Bank Dunia, ICO membantu negara-negara anggotanya dengan mengadakan proyek-proyek penelitian dan pengembangan perkopian yang dapat menunjang perekonomian negara yang bersangkutan.

Pada mulanya manfaat ICO dirasakan sangat membantu dalam menstabilkan harga kopi melalui sistem kuota sesuai ketentuan ekonomis dalam

---

<sup>32</sup> Organisasi Kopi Internasional, diakses dari <http://ditjenkpi.kemendag.go.id> pada tanggal 18 Februari 2015, hal.13.

<sup>33</sup> Ibid, hal 14

ICA tahun 1984. Namun sejak tahun 1989 sistim kuota mengalami pembekuan dan bersamaan dengan itu dunia mulai memasuki era pasar bebas dan segera setelah itu serta merta harga kopi dipasar internasional jatuh.

ICO mencoba merumuskan kembali fungsi lembaga ini setelah sistim kuota ditiadakan dengan melaksanakan beberapa tindakan, antara lain<sup>34</sup>:

- a. pembentukan forum *Private Sector Consultative Board* (PSCB);
- b. program peningkatan mutu kopi *Coffee Quality Improvement Programme* (CQIP);
- c. penyempurnaan data statistik kopi; dan
- d. rencana penyelenggaraan *International Coffee Conference* (ICC).

Dalam upaya memperbaiki harga kopi robusta pihak ICO pernah merumuskan idealnya selisih harga kopi arabika komersial (C Contract) dengan harga kopi robusta di terminal London seharusnya hanya sekitar USD 30 cents/kg, namun dalam kenyataannya selisih harga arabika dan robusta sampai saat ini masih tetap berada diatas USD 1/kg dan perkembangannya tidak mudah diantisipasi.

Berbagai upaya negara-negara produsen kopi untuk memberlakukan kembali sistim kuota tidak membawa hasil terutama sejak AS secara resmi keluar dari ICO pada tahun 1993, kemudian negara-negara produsen mendirikan lembaga unilateral yakni *Association of Coffee Producing Countries* (ACPC) dengan menerapkan *Retention Plan Program* dan kemudian *Export Program*, namun ternyata tidak memberikan hasil sebagaimana diharapkan, sehingga pada awal tahun 2002 ACPC dibubarkan.

---

<sup>34</sup> Organisasi Kopi Internasional, diakses dari <http://ditjenkpi.kemendag.go.id> pada tanggal 18 Februari 2015, hal.14

Sesuai dengan ketentuan Pasal 13 ICA tahun 2001, suara anggota ICO seluruhnya berjumlah 2000 suara yang dibagikan sama besarnya antara kelompok negara produsen sebanyak 1000 suara dan kelompok negara importir 1000 suara. Setiap negara produsen diberi hak suara dasar sebanyak 5 suara. Selanjutnya sisanya dibagikan secara proporsional dengan volume realisasi ekspor masing-masing negara yang bersangkutan pada tahun kopi yang bersangkutan. Anggota yang merupakan negara produsen dan eksportir kopi diantaranya terdiri dari Brazil, Cote d'Ivoire, Ghana, Indonesia, Panama, Philipina, Vietnam. Sementara anggota yang merupakan negara importir dan konsumen kopi diantaranya Austria, Belgia, Denmark, Perancis, Jerman, Italia, Belanda, Spanyol, Inggris, dan Amerika Serikat.

### **1.7.3 Badan Usaha Milik Negara**

Ada beberapa nama atau istilah yang digunakan untuk merujuk pada Badan Usaha Milik Negara (BUMN) baik yang komersial dan non-komersial. Beberapa nama yang populer digunakan untuk BUMN yang melayani jasa dan sebagian besar tidak komersial meliputi badan publik, lembaga milik negara, badan milik negara non-komersial. Nama-nama yang sering digunakan untuk menunjuk badan milik negara yang memiliki mandat komersial dan seluruh atau sebagian sahamnya dimiliki oleh negara meliputi: badan milik negara komersial, perusahaan milik pemerintah, bisnis milik pemerintah, pemerintah terkait perusahaan, organisasi semi-pemerintah, perusahaan milik negara, badan usaha milik negara, milik publik korporasi, usaha pemerintah, atau parastatal.<sup>35</sup>

---

<sup>35</sup> Common Understanding and Definition Of State-Owned Entities, diakses dari [http://www.thepresidency.gov.za/electronicreport/downloads/volume\\_3/development\\_and\\_transformation/A\\_Common\\_understandin\\_and\\_definition.doc](http://www.thepresidency.gov.za/electronicreport/downloads/volume_3/development_and_transformation/A_Common_understandin_and_definition.doc). pada 24 Maret 2015.

Dalam mendefinisikan BUMN dibedakan antara BUMN komersial dari BUMN non-komersial. Sebuah BUMN komersial, atau perusahaan milik pemerintah, atau perusahaan pemerintah terkait, atau organisasi semi-pemerintah, atau perusahaan milik negara, atau perusahaan milik publik, atau usaha pemerintah, korporasi bisnis pemerintah atau parastatal didefinisikan sebagai badan hukum yang dibuat oleh pemerintah untuk melakukan kegiatan komersial atas nama pemiliknya yaitu pemerintah. Status hukum dari BUMN komersial bervariasi dari sebagai bagian dari pemerintah untuk sebuah perusahaan swasta dengan negara sebagai pemegang sahamnya. BUMN non-komersial sebagian besar merupakan entitas yang dibuat dan dimiliki oleh pemerintah untuk melakukan fungsi-fungsi tertentu dengan tujuan meningkatkan pelayanan pengiriman ke warga. Biasanya BUMN non-komersial adalah instansi pemerintah atau badan negara yang didirikan untuk mengejar tujuan-tujuan murni non-keuangan dan mereka bertujuan atau tidak memiliki target untuk menyenangkan para pemegang saham dengan laba atas investasi mereka.

Maksud dan tujuan pendirian BUMN antara lain:

- a. memberikan sumbangan bagi perkembangan perekonomian nasional pada umumnya dan penerimaan negara pada khususnya;
- b. mengejar keuntungan;
- c. menyelenggarakan pemanfaatan umum berupa penyediaan barang dan/atau jasa yang bermutu tinggi dan memadai bagi pemenuhan hajat hidup orang banyak;
- d. menjadi perintis kegiatan-kegiatan usaha yang belum dapat dilaksanakan oleh sektor swasta dan koperasi; dan

- e. turut aktif memberikan bimbingan dan bantuan kepada pengusaha golongan ekonomi lemah, koperasi, dan masyarakat.

Dalam sistem perekonomian, BUMN memegang beberapa peranan yaitu sebagai penghasil barang dan/atau jasa yang diperlukan dalam rangka mewujudkan kemakmuran masyarakat, sebagai pengelola bidang-bidang usaha yang strategis dan pelaksana pelayanan publik, penyeimbang kekuatan-kekuatan swasta besar, turut membantu pengembangan usaha kecil/koperasi, dan sumber pendapatan negara. BUMN juga merupakan salah satu sumber pendapatan negara yang signifikan dalam bentuk pajak, deviden dan hasil privatisasi. Sehubungan dengan peranannya tersebut, BUMN mempunyai tujuan ganda yaitu sebagai agen pembangunan nasional dan sebagai organisasi yang mencari keuntungan.

Secara garis besar terdapat 2 jenis klasifikasi yang digunakan untuk mengkategorikan BUMN, yaitu klasifikasi primer dan klasifikasi sekunder.<sup>36</sup> Klasifikasi primer mencakup sektor nasional dan provinsi, dan bidang daerah. Sedangkan klasifikasi sekunder menggolongkan hanya sektor strategis. Dengan kata lain, klasifikasi BUMN dapat digolongkan mencakup bidang publik dan swasta.

Beberapa jenis klasifikasi primer yang umum digunakan meliputi (i) sumber kontrol; (ii) kegiatan komersial; (iii) kegiatan ekonomi; (iv) kegiatan jasa pengiriman; (v) sumber pendanaan; (vi) jenis investasi; (vii) personalitas hukum; (viii) peran fungsional seperti regulator, badan penelitian, dan lain-lain; dan (ix) sektor kepemilikan pemerintah misalnya nasional, provinsi dan daerah.

---

<sup>36</sup> Common Understanding and Definition Of State-Owned Entities, diakses dari [http://www.thepresidency.gov.za/electronicreport/downloads/volume\\_3/development\\_and\\_transformation/A\\_Common\\_understandin\\_and\\_definition.doc](http://www.thepresidency.gov.za/electronicreport/downloads/volume_3/development_and_transformation/A_Common_understandin_and_definition.doc). pada 24 Maret 2015.

Sedangkan klasifikasi sekunder cenderung lebih bersifat ekonomis, seperti agrikultur, manufaktur, konstruksi, pertambangan dan lain-lain.

Perilaku perusahaan atau BUMN yang dibentuk oleh berbagai karakteristik negara masing-masing.<sup>37</sup> Karakteristik tersebut termasuk undang-undang, peraturan dan praktek-praktek tradisional, dan carapemisahan kepemilikan dan manajemen perusahaan. Tata kelola perusahaan berkaitan dengan masalah bagaimana pemasok modal terjamin kepentingannya oleh manajemen. Dengan kata lain, harus ada mekanisme yang memastikan bahwa perusahaan efisien dalam menjalankan perusahaan dan tidak hanya mengalihkan modal untuk kepentingan sendiri.

Untuk mendorong efisiensi, harus dibentuk suatu pengaturan untuk memastikan bahwa pengelolaan seperti itu tidak disalahgunakan. Ada mekanisme yang sering digunakan: kepemilikan pusat, perlindungan hukum terhadap hak-hak investor, dan acaman pengambilalihan.<sup>38</sup> Tujuan BUMN seringkali tidak tercapai biasanya apabila terjadi 2 hal: Pertama, tujuan perusahaan mungkin tidak didefinisikan secara jelas, karena keputusan diambil berdasarkan pada negosiasi. Kecenderungan ini mengakibatkan kurangnya kedisiplinan perusahaan dan tersamar-samarnya perolehan keuntungan. Kedua, banyaknya pemilik BUMN (yang publik) membuatnya sangat sulit untuk menentukan kontrak dan juga merupakan faktor yang sering menyebabkan perubahan tujuan yang ditetapkan oleh perusahaan. Masalah-masalah ini akan mengakibatkan pengurusan anggaran publik dan juga peningkatan inefisiensi.

---

<sup>37</sup> Fredrik Sjöholm, *State Owned Enterprises And Equitization In Vietnam*, Working Paper 228, August 2006, hal.3.

<sup>38</sup> Ibid, hal 5

Lingkungan usaha BUMN saat ini cenderung dominan dalam hal privatisasi. Masing-masing negara berbeda dalam cara mereka menerapkan privatisasi, yang mana sering tergantung pada kelembagaan dan konteks historis. Terdapat klasifikasi metode privatisasi, antara lain:<sup>39</sup>

1. Privatisasi meskipun restitusi (perusahaan diberikan kembali ke pemilik lama);
2. Privatisasi melalui penjualan milik negara;
3. Massa atau privatisasi voucher (warga negara dapat memanfaatkan voucher untuk mengajukan tawaran sahan pada asset yang sedang diprivatisasi); dan
4. Privatisasi dari bawah.

Kebanyakan privatisasi mengambil bentuk penjualan langsung BUMN kepada individu atau perusahaan lain. Tetapi ada banyak faktor yang perlu diperhatikan sebelum penjualan dapat terjadi, atau setidaknya membuat penjualan tersebut lebih mudah untuk melaksanakan. Faktor-faktor penting tersebut termasuk kerangka hukum dengan hak kekayaan yang terdefinisi dengan baik dan penyediaan catatan kinerja yang memadai untuk BUMN.

Privatisasi merupakan alat dan cara pembenahan BUMN untuk meningkatkan kinerja dan nilai tambah perusahaan, perbaikan struktur keuangan dan manajemen, penciptaan industry yang sehat dan kompetitif, pemberdayaan BUMN yang mampu bersaing dan berorientasi global, penyebar kepemilikan publik serta pengembangan pasar modal domestic. Selain itu privatisasi juga merupakan upaya mengurangi keterlibatan langsung pemerintah dalam urusan ekonomi, hal ini ditempuh dengan cara menjual sebagian saham kepada investor atau publik sehingga membuka peluang bagi masyarakat untuk mengontrol

---

<sup>39</sup> Ibid, hal 10

BUMN. Pelaksanaan privatisasi harus tetap berpegang pada prinsip *good corporate governance* yang meliputi:

- a. Transparansi, yaitu keterbukaan dalam melaksanakan proses pengambilan keputusan dan keterbukaan dalam mengungkapkan informasi material dan relevan mengenai perusahaan;
- b. Kemandirian; yaitu keadaan dimana perusahaan dikelola secara profesional tanpa benturan kepentingan dan pengaruh atau tekanan dari pihak manapun yang tidak sesuai dengan peraturan hukum negara dan prinsip-prinsip korporasi yang sehat; dan
- c. Akuntabilitas, yaitu kejelasan fungsi, pelaksanaan dan pertanggungjawaban organisasi sehingga pengelolaan perusahaan terlaksana secara efektif.

Selain itu umumnya BUMN cenderung memperluas pasar ke luar negeri, terkait kebijakan pemerintah dan beberapa faktor internal mengenai perusahaan masing-masing dan dinamika pasar dimana BUMN beroperasi. Dari perspektif perdagangan, ekspansi BUMN ini bersangkutan dengan kondisi kompetisi di pasar internasional.<sup>40</sup> Pertama, beberapa negara mungkin menggunakan BUMN sebagai kendaraan untuk mengejar tujuan non-komersial atau tujuan strategis dan ini akan melibatkan efek anti-kompetitif untuk mitra dagang mereka. Kedua, ketika BUMN ekspansi ke pasar internasional, sejumlah isu yang konteksnya menyangkut hal-hal di dalam negeri akan menjadi perhatian internasional. Ketiga, skema kompensasi BUMN tertentu untuk kewajiban pelayanan publik dapat membuat distorsi dan pemerintah cenderung mendukung insentif untuk ekspansi komersial, termasuk ke pasar luar negeri. Keempat, dukungan untuk BUMN

---

<sup>40</sup> Przemyslaw Kowalski, Max Büge, Monika Sztajerowska, Matias Egeland; *State-owned Enterprises: Trade Effects and Policy Implications*, OECD Trade Policy Papers No. 147, 2013, hal.5.

dalam mengejar skala ekonomi dapat dibenarkan dengan alasan keuntungan ekonomi di dalam negeri.

Pertumbuhan BUMN yang sangat cepat dalam ukuran, jumlah dan pengaruhnya meningkatkan signifikansi partisipasi BUMN dalam hal politik, industri, dan strategi ekonomi serta sektor penting lainnya. Di Vietnam sendiri BUMN memiliki peran penting. BUMN masih menjadi bagian signifikan dalam asset negara dan berperan penting dalam kapitalisasi pasar saham. Strategi Vietnam saat ini untuk meningkatkan kinerja BUMN meliputi *equitization* atau privatisasi (konversi menjadi saham bersama/perusahaan saham), restrukturisasi menjadi perseroan terbatas, *mentransfer*, menjual, kontraktor, dan penyewaan.<sup>41</sup> Saham mayoritas dan semua keputusan manajemen terkait BUMN masih dipegang oleh negara. Meskipun ekuitas tersedia untuk pembelian pribadi, hanya sedikit bukti banyaknya perubahan dalam manajemen organisasi. Lembaga kementerian langsung mengendalikan keputusan manajemen melalui kepemilikan hak, namun sistem memiliki keterbatasan tanggung jawab. Dapat disimpulkan bahwa BUMN masih bergantung pada instansi pemerintah.

Vietnam saat ini memiliki kode hukum yang terpisah untuk perusahaan milik negara dan swasta, yang dikenal sebagai Hukum BUMN dan Hukum Enterprise.<sup>42</sup> Hukum-hukum ini ditentukan oleh Pemerintah Korporasi di Vietnam. Proses *equitisasi* BUMN menyebabkan konvergensi dalam dua undang-undang tersebut. Vietnam juga menghapus penerapan yang fragmentaris dan berbeda dalam sistem hukum di perusahaan (Hukum Enterprise 1999; Undang-Undang (UU) BUMN tahun 2003 dan UU investasi asing di Vietnam tahun 1996).

---

<sup>41</sup> Nguyen Hoang Duong, *New Enterprise Law and Changes Related to State Management Over SOEs*, 2005, hal.3.

<sup>42</sup> *Ibid*, hal 14.

Perubahan aturan hukum perusahaan ini diharapkan dapat menciptakan lingkungan usaha yang sehat dan menguntungkan untuk semua jenis perusahaan.

Di Vietnam terdapat 4 tipe perusahaan, yaitu perusahaan perseroan terbatas, perusahaan pemegang saham, perusahaan kemitraan, dan perusahaan kepemilikan mutlak yang terlepas dari sektor ekonomi (sektor negara, sektor swasta, atau sektor investasi asing). Perubahan kebijakan di Vietnam yang berlaku sejak 1 Juli 2006 kemudian mewajibkan semua BUMN yang terbentuk dibawah Undang-undang BUMN tahun 2003 harus diubah mejadi perusahaan perseroan terbatas atau perusahaan kemitraan. Hal ini harus diselesaikan dalam kurun waktu 4 tahun.

Dari konsep-konsep yang diungkapkan diatas maka peneliti merumuskan kerangka berpikir penelitian sebagai berikut:

- a. Mengidentifikasi bidang isu akan berfokus pada rantai nilai sektor kopi di Vietnam, menggunakan analisis *global value chain* melalui 4 dimensi dari GVCs, yaitu struktur input-output, cakupan geografis, struktur tata kelola, dan kerangka kelembagaan yang ada. Mengidentifikasi hubungan antara dimensi-dimensi tersebut terhadap hasil yang diperoleh negara.
- b. Analisis GVCs mencakup penjelasan dan pemaparan mengenai tindakan yang diambil oleh pemerintah Vietnam yang terjadi dalam selang waktu tertentu, dan dalam penelitian ini akan dilihat semenjak tahun 1999-2008.

## **1.8. Metodologi Penelitian**

### **1.8.1 Jenis Penelitian**

Metode penelitian yang dipilih untuk menjelaskan dan menganalisis permasalahan yang diangkat dalam tulisan ini adalah pendekatan kualitatif,

dengan jenis penelitian deskriptif analisis. Penelitian kualitatif sederhananya dipahami sebagai metode untuk memaknai dan menginterpretasikan data-data empiris ke dalam suatu ilmu pengetahuan dan pemahaman baru yang bertujuan untuk menjawab suatu permasalahan sosial. Tujuan utama dari penelitian deskriptif adalah untuk memberikan representasi akurat dan valid dari faktor-faktor atau variabel yang berkaitan atau relevan dengan pertanyaan penelitian. Penelitian deskriptif dimulai dengan mengumpulkan data, menganalisis data dan menginterpretasikannya.

Dengan menggunakan metode analisis deskriptif, akan digambarkan data-data terkait perkembangan pembangunan sektor kopi Vietnam melalui analisis GVCs. Metode ini digunakan untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam tentang bentuk struktur pemerintahan GVCs produk kopi Vietnam serta faktor yang berpengaruh terhadap produksi kopi Vietnam. Metode ini membuat penulis dapat menghasilkan deskripsi yang rinci tentang upaya Vietnam dalam memaksimalkan perkembangan perekonomian dari sektor kopi di negaranya.

### **1.8.2 Batasan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perkembangan ekspor kopi Vietnam selama 1999-2008. Penelitian ini membatasi jangka waktu dalam periode 10 tahun untuk melihat bagaimana dinamika perkembangan ekspor kopi Vietnam. Selain itu menarik untuk dibahas, karena perubahan kebijakan di Vietnam yang berlaku sejak 1 Juli 2006 kemudian mewajibkan semua BUMN yang terbentuk dibawah undang-undang BUMN tahun 2003 harus diubah mejadi perusahaan perseroan terbatas atau perusahaan kemitraan. Hal ini terlihat sebagai bentuk

reformasi BUMN nasional Vietnam, sehingga dalam rentang periode 10 tahun tersebut merupakan awal industri kopi Vietnam mulai memperlihatkan peningkatan ekspor yang signifikan. Sebelumnya Vietnam merupakan negara kecil pengeksport kopi, namun sejak dibukanya kepemilikan swasta maka sedikit demi sedikit Vietnam menjadi salah satu negara pengeksport kopi berpengaruh di dunia dengan peningkatan yang drastis.

### **1.8.3 Tingkat Analisis dan Unit Analisis**

Tingkat analisis merupakan tingkat dimana pengetahuan itu berada sedangkan unit analisis adalah objek kajian dari penelitian yang bersangkutan. Oleh karena itu, tingkat analisis dari penelitian ini yaitu sistem internasional dan unit analisisnya berupa negara.

### **1.8.4 Teknik Pengumpulan Data**

Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data melalui studi kepustakaan (*library research*). Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder, yaitu data terpercaya yang telah terlebih dahulu dikumpulkan oleh peneliti lain. Selain itu data dan informasi juga didapat dari situs-situs *shareholder* yang terlibat. Berbagai sumber antara lain data hasil produksi dan ekspor negara-negara produsen kopi di dunia yang diperoleh dari situs resmi ICO, data dari penelitian terdahulu, jurnal, buku dan lain-lain. Untuk mendapatkan data sekunder dalam penelitian ini menggunakan teknik studi dokumenter, yaitu cara memperoleh data dengan menyelidiki dan mempelajari dokumen-dokumen sesuai dengan variabel-variabel dalam model penelitian. Mengingat keanekaragaman sumber informasi yang dapat diperoleh, maka dalam

penulisan ini dilakukan seleksi dan pemilihan atas sumber yang dianggap paling relevan dengan tujuan penelitian.

## **1.9 Sistematika Penulisan**

### **BAB I Pendahuluan**

BAB ini merupakan BAB Pengantar yang berisi latar belakang masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, rumusan masalah, pertanyaan penelitian, konsep yang akan dipakai dalam penelitian, metodologi penelitian, pembatasan masalah dan sistematika penulisan. Menggambarkan secara keseluruhan tentang penelitian yang akan dilakukan.

### **BAB II Kerangka Konseptual**

Pada BAB ini akan menjelaskan mengenai konsep GVCs dari kemunculannya hingga *upgrade* GVCs yang ada, rezim kopi internasional serta badan usaha milik negara.

### **BAB III Struktur Kepemerintahan GVCs Kopi di Vietnam**

BAB ini akan menganalisis mengenai bentuk struktural pemerintahan GVCs produk kopi Vietnam dengan melihat di level supplier.

### **BAB IV Faktor Pembangunan Sektor Kopi di Vietnam**

BAB ini akan memaparkan mengenai partisipasi dan posisi Vietnam dalam pasar kopi global, serta aktor yang terlibat dalam GVCs sektor tersebut.

### **BAB V Kesimpulan dan Saran**

BAB ini berisi ringkasan dan kesimpulan dari keseluruhan penelitian berdasarkan pertanyaan penelitian yang diangkat. BAB ini juga menyuguhkan kontribusi yang didapat dari penelitian ini.

