

KONDISI PENGUSAHAAN TEH DI INDONESIA

Production of Tea in Indonesia

Antik Suprihanti

Jurusan Sosial Ekonomi Fakultas Pertanian UPN "Veteran" Yogyakarta

ABSTRACT

Indonesia is one of nation that producer and supplier tea in the world market. Indonesia tea production is held by three kind of entrepreneurship. They are government plantations (PBN), private plantations (PBS) and society plantations (PR). PBN is the biggest producer (56 percent) and the highest productivity, among of them. Export of Indonesian tea still have fluctuation in few years. It's caused by Indonesian tea market still depend on them five aim export countries. They are Pakistan, USSR, USA, England and Dutch. Therefore, economic and politic instabilities condition, changes of consumer taste that happened in these countries can make export of Indonesian tea decreasing. Furthermore, production of tea in Indonesia have few challenges to developing of export. Firstly, Indonesia have to start to expansion and promotion tea to the new markets like OKI countries and East Europe. Secondly, we have to increase demand of tea by support domestic tea consumption.

Key words: Tea, production, export

PENDAHULUAN

Teh dikenal sebagai minuman yang bermanfaat bagi kesehatan tubuh manusia. Teh berasal dari tanaman teh (*Camelia sinensis*). Tanaman ini tumbuh dan banyak terdapat di perkebunan-perkebunan teh di daerah dataran tinggi dengan ketinggian 250 – 1.500 m dan suhu 14 – 25 °C. Di Indonesia pengusahaan teh tersebar mulai dari sebagian besar Sumatera, Jawa serta sebagian kecil Kalimantan dan Sulawesi. Namun demikian produksi terbesar teh Indonesia masih terkonsentrasi di Jawa Barat.

Produksi teh Indonesia sebagian besar untuk keperluan ekspor. Indonesia juga menduduki peringkat ke lima dunia dalam pasar teh dunia. Dalam pemasaran, pangsa ekspor teh Indonesia selalu berfluktuasi baik dalam jumlah maupun harganya. Bagaimana sebenarnya kondisi pengusahaan teh Indonesia, upaya-upaya apa yang sebaiknya ditempuh pemerintah untuk peningkatan ekspor dan tantangan apa yang akan dihadapi pasar teh Indonesia saat ini? Hal tersebut merupakan pertanyaan yang menarik untuk dikaji mengingat potensi Indonesia juga untuk mendorong perolehan devisa dari sektor pertanian.

KERAGAAN PENGUSAHAAN TEH

Di Indonesia pengusahaan tanaman teh dilakukan oleh perkebunan milik pemerintah, swasta maupun rakyat. Dalam hal status pengusahaan tersebut, perkebunan teh dibagi dalam 3 bentuk, yaitu Perkebunan Besar Negara (PBN), Perkebunan Besar Swasta (PBS) dan Perkebunan Rakyat (PR). Total produksi teh di Indonesia, produksi teh dari PBN merupakan yang terbesar (56 persen), sedang sisanya oleh PBS dan PR masing-masing 22 persen.

Luas areal teh di Indonesia, PR mempunyai persentase areal lebih tinggi daripada PBN dan PBS (Tabel 1). Total luas areal perkebunan rakyat memang cukup besar tetapi sebenarnya merupakan kumpulan dari luas lahan yang sempit-sempit dan terpencar-pencar. Akibatnya dalam pengusahaan teh rakyat menjadi kurang terkoordinasi, tidak efektif, dan kurang efisien.

Dari perkembangan luas areal ternyata dari tahun ke tahun luas areal relatif stabil untuk PR. Pada PBN justru terjadi penurunan luas areal. Hal ini berkaitan dengan peremajaan perkebunan yang sebagian besar merupakan sisa-sisa tanaman peninggalan Belanda. Sebaliknya, pada PBS cenderung terjadi peningkatan luas areal karena masuknya investor-investor baru dari swasta baik dalam maupun luar negeri.

Luas areal PBN dan PBS meskipun relatif lebih sempit, namun mempunyai tingkat produktivitas yang lebih tinggi dibandingkan dengan PR. Oleh karena itu produksi teh lebih banyak dihasilkan oleh PBN dan PBS daripada PR. Tingkat produktivitas yang cukup tinggi tersebut juga berkaitan dengan kemudahan dalam koordinasi karena orientasi PBN dan PBS lebih besar untuk kebutuhan ekspor daripada lokal.

Tingginya produktivitas di kedua perusahaan (PBN dan PBS) wajar mengingat pengusahaannya telah mengikuti aturan baik bibit, teknik budidaya, pemeliharaan maupun teknik pemangkasan sehingga produksi lebih baik. Pada Tabel 2, menunjukkan produktivitas PBN lebih tinggi daripada PBS.

Produktivitas PR relatif rendah karena pengusahaannya masih bersifat tradisional kurang menerapkan aturan seperti halnya yang dilakukan oleh PBN dan PBS. Hal tersebut berkaitan dengan keterbatasan modal dan pengetahuan petani. Penggunaan bibit, teknik budidaya pemeliharaan, pemangkasan maupun teknologi pengolahan yang digunakan masih bersifat tradisional. Akibatnya dalam pengusahaan teh rakyat, mutu teh yang dihasilkan menjadi rendah. Akibat lebih jauh adalah pasar luar negeri lebih memilih teh bermutu yang dihasilkan oleh PBN dan PBS daripada teh yang dihasilkan oleh PR.

Tabel 1. Perkembangan Luas Areal Perkebunan Teh Menurut Status Pengusahaan di Indonesia Tahun 1969-1996

Tahun	PR (ha)	%	PBN (ha)	%	PBS (ha)	%	Total (ha)
1969	48 002	42.10	39 756	34.87	26 250	23.02	114 011
1979	39 829	36.88	40 807	37.78	27 352	25.33	107 998
1989	52 152	40.31	49 543	38.29	27 680	21.40	129 375
1990	51 238	39.69	49 495	38.34	28 347	29.71	129 080
1991	51 468	38.49	51 662	38.64	30 575	22.87	133 705
1992	53 040	38.57	51 322	37.32	33 145	24.10	137 507
1993	55 678	39.05	51 296	35.98	35 609	24.97	142 583
1994	57 517	39.52	50 507	34.71	37 500	25.77	145 524
1995*	59 711	39.39	51 993	34.30	39 888	26.31	151 592
1996**	62 123	39.32	53 558	33.90	42 310	26.78	157 991

Sumber : Direktorat Jenderal Perkebunan, 1996

* = Data sementara ** = Data estimasi

Tabel 2. Produktivitas Tanaman Teh Menurut Status Pengusahaan (kg/ha)

Tahun	PR	PBN	PBS	Total
1989	472	1 824	954	1 093
1990	612	1 926	1 030	1 208
1991	542	1 627	902	1 043
1992	600	1 832	840	1 118
1993	658	1 854	934	1 157
1994	527	1 552	815	957
1995	575	1 662	866	1 025
1996*	589	1 738	924	1 068
1997**	535	1 666	844	1 006

Sumber: Diolah dari Direktorat Jenderal Perkebunan, 1996

* = Data sementara ** = Data estimasi

EKSPOR TEH INDONESIA

Sejak awal pengusahaan, tanaman teh yang di Indonesia lebih berorientasi ekspor. Oleh karena itu Indonesia sebagai negara produsen utama teh kelima dunia. Saat ini ekspor teh Indonesia sebagian besar dalam bentuk *bulk*, namun sekarang Indonesia sudah mulai menggalakkan ekspor teh siap saji terutama teh kemasan (botol/kotak).

**Tabel 3. Volume Ekspor Teh Hitam dan Teh Hijau Indonesia
Tahun 1985 -1996**

Tahun	Teh Hitam (ton)	Teh Hijau (ton)	Total (ton)
1985	90 003	118	90 121
1987	90 246	176	90 422
1989	113 191	1 518	114 709
1990	109 231	1 733	110 964
1991	107 621	2 597	110 216
1992	116 714	4 530	123 926
1993	112 698	11 228	123 926
1994	77 326	7 590	84 916
1995	75 993	3 234	79 227
1996	97 207	4 325	101 532

Sumber: ITC, 1997

Keseluruhan total ekspor teh Indonesia terdapat pada Tabel 3. Terlihat bahwa volume ekspor jenis teh hitam lebih banyak dibandingkan jenis teh hijau. Teh hitam lebih laku mengingat negara pembeli lebih mengutamakan mutu teh. Teh hitam banyak dihasilkan oleh PBN dan PBS, sedangkan teh hijau lebih banyak dihasilkan oleh PR. Teh hitam mempunyai mutu tinggi karena dihasilkan hanya dari pucuk daun teh. Selain itu pucuk hanya dihasilkan dari tanaman teh di dataran tinggi, sehingga mempunyai cita rasa yang khas. Teh hijau lebih rendah mutunya karena bagian yang dipetik kurang disortasi misalnya bagian bawah pucuk juga ikut diolah. Jenis teh ini biasanya hanya untuk keperluan konsumsi domestik dan sering digunakan sebagai bahan baku teh wangi yang pembuatannya dicampurkan dengan bunga melati.

Pada Tabel 4. terlihat distribusi ekspor teh sedunia menurut andil dari negara produsen utama. Indonesia menduduki peringkat ke lima dunia setelah Kenya, Sri Lanka, India, dan China. Namun pangsa pasar teh Indonesia masih berfluktuasi dibandingkan dengan negara produsen besar lainnya. Pangsa pasar Sri Lanka dan Kenya bahkan terlihat cenderung meningkat. Dari tahun 1987-1996, total ekspor negara-negara Asia relatif menurun. Namun, negara produsen utama di Asia yaitu Sri Lanka mempunyai laju pertumbuhan ekspor yang terus meningkat. Pangsa ekspor negara-negara Afrika cenderung meningkat dengan sumbangan terbesar dari negara Kenya yang mencapai 22.1 persen pada tahun 1996.

Tabel 4. Distribusi Ekspor Teh Sedunia Menurut Andil dari Negara Produsen Utama Tahun 1987-1996 (dalam Persen)

Negara/ Tahun	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996
India	20.7	19.4	18.8	18.4	18.7	17.1	15.1	14.4	15.1	13.9
Bangladesh	2.2	2.5	2.1	2.4	2.4	2.7	2.8	2.3	2.4	2.4
Sri Lanka	20.6	21.2	18.1	19.0	19.6	17.5	18.2	21.7	21.7	21.1
Indonesia	9.3	9.0	10.2	9.8	10.2	11.9	10.8	8.3	7.3	9.2
China	17.9	19.2	18.2	17.2	17.2	17.3	17.5	17.6	15.8	15.3
Taiwan	0.8	0.7	0.6	0.5	0.5	0.5	0.4	0.4	0.3	0.3
Turki	0.0	0.0	2.2	2.4	0.2	0.5	3.4	0.5	0.2	0.2
Vietnam	1.2	1.4	1.3	1.2	0.9	1.3	1.4	1.4	1.3	1.4
Asia lainnya	0.4	0.3	0.3	0.3	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2
Jumlah Asia	73.1	73.7	71.8	71.2	69.9	69.0	69.8	66.8	64.1	64.0
Kenya	13.9	13.3	14.5	15.0	16.3	16.4	16.4	17.7	22.0	22.1
Malawi	3.4	3.6	3.5	3.6	3.4	3.5	3.1	3.7	3.0	3.3
Rwanda	0.7	0.8	1.0	0.9	1.0	1.3	0.8	0.5	0.3	0.3
Tanzania	1.2	1.0	1.1	1.3	1.6	1.8	1.7	1.8	1.9	1.7
Uganda	0.2	0.3	0.3	0.4	0.7	0.8	0.9	1.1	1.0	1.4
Zimbabwe	1.0	1.2	1.1	1.0	1.1	0.6	0.7	0.9	0.8	1.0
Afrika lainnya	1.5	1.2	1.4	1.3	1.4	1.4	1.5	1.5	1.5	1.1
Jumlah Afrika	21.9	21.4	22.9	23.5	25.5	25.8	24.9	27.2	30.5	30.9
Amerika Selatan	4.3	4.3	4.7	4.8	4.2	4.6	4.7	5.2	4.6	4.4
Negara lainnya	0.7	0.6	0.6	0.5	0.4	0.6	0.6	0.8	0.8	0.7
Total	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Sumber : *Annual Bulletin of Statistic 1997, ITC*

Pangsa pasar teh Indonesia pernah mencapai titik tertinggi pada tahun 1992 yakni 11.9 persen dunia, namun kemudian anjlok pada tahun 1995 yaitu hanya 7.3 persen. Pada tahun 1996 pangsa ekspor teh Indonesia mulai membaik kembali menjadi 9.2 persen. Hal tersebut menunjukkan bahwa pangsa pasar teh Indonesia di luar negeri masih berfluktuasi.

Dalam pemasaran teh untuk keperluan ekspor, sistem penjualan yang digunakan Indonesia adalah sistem *Auction on Sample* atau lelang (Setiawati dan Nasikun, 1991). Penjualan sistem ini lebih menguntungkan daripada sistem alokasi sebelum tahun 1972. Jakarta sebagai kota pusat lelang teh pasar internasional. Dalam sistem lelang, penjualan berdasarkan pada persediaan *ready to stock* dan pemberian informasi kepada calon pembeli dengan fasilitas pemberian barang contoh (*sample*) dari produk teh bersangkutan. Penjualan teh untuk ekspor dikoordinasikan oleh Kantor Pemasaran Bersama (KPB) yang seminggu sekali mengadakan pelelangan di Jakarta. Sistem lelang ini mengetahui

situasi pasar, mutu dan jenis teh yang sedang *trend* di masyarakat dunia. Pelaksanaan pemasaran ekspor maupun lokal di KPB mengikuti Juklak Surat Keputusan Menteri Pertanian Nomor:617/KPTS/HK-050/9/1991 tentang pemasaran teh (Setiawati dan Nasikum, 1991).

Namun berdasarkan hasil penelitian (Suprihanti, 1998), ternyata peranan sistem pemasaran melalui KPB kurang mendapatkan harga yang tinggi dibandingkan dengan sistem pemasaran yang langsung (*direct marketing*). Hal ini terutama dirasakan oleh perusahaan-perusahaan yang sudah memiliki pasar sendiri di luar negeri dan telah mempunyai akses informasi yang akurat dan cepat dari pasar di negara-negara pesaing lain.

Dengan sistem langsung pembeli akan datang sendiri ke penjual dan melihat mutu barang serta melakukan tawar-menawar harga. Jalinan kerjasama perdagangan dan komitmen bersama untuk mematuhi peraturan merupakan jaminan untuk kelancaran perdagangan antara penjual dan pembeli. Akibatnya peranan KPB bagi perusahaan-perusahaan tersebut menjadi berkurang. Perusahaan akan lebih memanfaatkan direksi pemasarannya sendiri dibandingkan melalui jasa KPB.

UPAYA PENINGKATAN EKSPOR TEH

Melihat kondisi ekspor teh hitam Indonesia tersebut menunjukkan rendahnya pangsa pasar teh Indonesia. Kesulitan terbesar dalam pengembangan pasar adalah akibat *over supply* di pasar internasional yang mendorong merosotnya kinerja ekspor teh Indonesia. Saat ini upaya yang ditempuh pemerintah untuk pengembangan ekspor diantaranya : pemerintah bersama-sama dengan ATI tengah memprioritaskan program pengembangan ke pasar-pasar baru khususnya Eropa Timur dan negara-negara anggota Organisasi Konferensi Islam (OKI). Untuk pengembangan ekspor, pemerintah juga memberikan dukungan, antara lain berupa pembebasan pajak ekspor dan pajak penjualan untuk produk teh. Dalam perluasan pasar ke Timur Tengah misalnya Mesir, yang mensyaratkan segi kesehatan dan ketentuan otoritas pelabuhan. Proses pengajuan penawaran di beberapa negara mensyaratkan semua eksportir harus mengikuti tender.

TANTANGAN PENGEMBANGAN EKSPOR TEH INDONESIA

Pengembangan pangsa pasar teh Indonesia di luar negeri masih memiliki banyak tantangan, diantaranya adalah karena ketergantungan Indonesia terhadap lima pasar utamanya (Tabel 5) yaitu Pakistan, bekas USSR, USA, Inggris, dan Belanda. Negara-negara tersebut menyerap

sekitar 60 persen dari seluruh ekspor teh Indonesia, sedangkan struktur pasar ekspor relatif tetap.

**Tabel 5. Ekspor Teh Indonesia Menurut Negara Tujuan
Tahun 1992-1996**

Negara Tujuan	Volume (ton)				
	1992	1993	1994	1995	1996
Pakistan	29 705	26 355	19 645	15 294	22 760
Inggris	10 779	11 991	9 237	7 117	10 553
USA	15 228	9 318	10 888	7 589	10 805
USSR/CIS	5 500	7 184	5 457	6 694	7 896
Belanda	8 271	30 587	9 180	8 617	7 536
Singapore	2 854	3 873	3 026	1 953	2 519
Australia	5 373	4 986	4 533	3 277	4 893
Malaysia	2 527	2 644	4 289	4 557	5 542
Egypt	20 378	8 084	2 401	2 392	2 877
Jerman	3 452	2 855	3 340	3 622	4 125

Sumber: ITC, 1997

Ketergantungan ini sangat berpengaruh terutama apabila ada perubahan politik, daya beli maupun selera negara konsumen. Sebagai contoh perubahan politik dan menurun daya beli di negara bekas USSR, perubahan selera konsumen di Pakistan yang kurang diantisipasi, dan konflik Timur Tengah berakibat langsung menurunnya ekspor teh Indonesia. Kondisi ketergantungan tersebut perlu diantisipasi agar kehilangan pasar dan kelebihan produksi dapat diserap.

Untuk mengantisipasi hal tersebut, maka perlu pula digalakkan permintaan konsumsi domestik. Apalagi dengan jumlah penduduk Indonesia yang cukup besar. Pada tahun 1994 konsumsi teh Indonesia adalah yang terendah (261 gr/kapita/th) di antara negara produsen teh lainnya seperti Sri Lanka yang mencapai 1 270 gr/kapita/th dan India 630 gr/kapita/th. Andaikan konsumsi teh di Indonesia dapat ditingkatkan menjadi 500 gr/kapita/th seperti tingkat konsumsi di negara produsen Kenya saja, maka pasar dalam negeri dapat menyerap sekitar 60 persen dari total produksi teh Indonesia. Mengingat potensi yang besar ini maka sangatlah tepat jika dilakukan promosi teh secara tepat dan gencar (Suprihatini, 1996).

KESIMPULAN

Dengan melihat kondisi pengusahaan teh di Indonesia, maka perlu bagi pemerintah dan semua pihak untuk terus memanfaatkan potensi yang masih cukup besar bagi pengusahaan teh di Indonesia. Peningkatan untuk luas areal, budidaya dan proses pengolahan dengan penggalangan investasi dari dalam maupun asing perlu terus dipupuk. Namun hal tersebut tidak terlepas dari iklim usaha yang menyenangkan yang diciptakan tidak hanya oleh pemerintah tetapi juga oleh semua pihak.

Potensi untuk ekspor bagi pasar-pasar baru juga perlu dilakukan dengan menjalin kerjasama perdagangan antarnegara dan membuka pasar baru yang berpotensi. Kerjasama dilakukan dengan berlandaskan komitmen bersama untuk mematuhi segala peraturan perdagangan yang ada. Meneruskan budaya untuk minum teh sebagai minuman jamuan formal maupun non formal merupakan tindakan yang bijaksana dalam upaya menggalakkan permintaan teh dalam negeri.

DAFTAR PUSTAKA

- Asosiasi Teh Indonesia. 1996. *Perkembangan Industri Teh Dunia dan Posisi Industri Teh Indonesia*. Temu Karya Industri Teh Indonesia Menghadapi Persaingan Bebas. Jawa Tengah.
- Direktorat Jenderal Perkebunan. 1996. *Statistik Perkebunan Indonesia 1995-1997*. Komoditi Teh. Jakarta.
- International Tea Committee. 1997. *Annual Bulletin of Statistics 1997*. International Tea Committee. London.
- Rohayati, S. 1996. *Peta Pemasaran Teh Indonesia*. Makalah dalam pertemuan anggota Asosiasi Teh Indonesia I. Bandung.
- Setiawati, I., Nasikun. 1991. *Teh kajian Sosial Ekonomi*. Aditya Media. Yogyakarta.
- Spilane, J. 1992. *Komoditi Teh Peranannya Dalam perekonomian Indonesia*. Kanisius. Yogyakarta.
- Suprihanti, A. 1998. *Analisis daya Saing Teh Hitam Indonesia di Pasar Internasional*. Tesis Pasca Sarjana. Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Suprihatini, R. dan M. Partosoedarso. 1996. *Perkembangan dan Prospek Industri Teh Indonesia*. Asosiasi Teh Indonesia. Jakarta.