

## UPAYA INDONESIA DALAM PENINGKATAN EKSPOR CRUDE PALM OIL (CPO) KE NIGERIA.

**Firanty Maulidani Ansori<sup>1</sup>**  
**NIM. 1402045007**

### *Abstract*

*This research comes from two major questions. First, Indonesian as the great producer CPO in the world often experience export losses, and second volume export CPO Indonesian still low in Nigeria. The research use a descriptive method which data from books, journal, and websites. The main idea purpose in the research to how efforts Indonesian government to improve export CPO to Nigeria. however, to analyze the case study, author uses the diplomacy by Holsti and Competitive Advantage as Michael Porter. The result shows to efforts Indonesian government to improve CPO to Nigeria, conducted by sending trade envoys such as ministers or diplomats to negotiate the Nigerian government against policies applied to imported good including CPO. Then by having competitive advantages such a geographical factors, human resource factor and abundant factor production make Indonesian continues to innovate such as exploration, upgrading, and promotion to make improve the quality and standards of export CPO to Nigeria market and in internasional market.*

**Keywords:** *Palm Oil, Export Crude Palm Oil, Indonesia, Nigeria*

### **Pendahuluan**

Nigeria merupakan salah satu penghasil tanaman kelapa sawit terbesar dikawasan Afrika. (<http://www.onlinenigeria.com/links/economy> diakses pada 30 Januari 2018). Lebih lanjut, kelapa sawit sendiri merupakan tanaman yang tumbuh dan dalam hal ini cocok untuk berkembang di Nigeria. Untuk itu, tanaman kelapa sawit menjadi salah satu sektor penting untuk bisa memenuhi kebutuhan dalam negeri maupun ekspor sejak tahun 1960an. Selanjutnya, pada saat itu kondisi tanaman kelapa sawit yang surplus dimanfaatkan dengan cara diolah kembali menjadi minyak kelapa sawit atau *Crude Palm Oil (CPO)* oleh Nigeria. (<https://www.onlinenigeria.com/links/economy> diakses pada 30 Januari 2018)

Namun kondisi tersebut tidak bertahan lama ketika harga pasaran CPO dunia mulai mengalami penurunan dan pada saat kondisi yang sama Nigeria masih menerapkan harga CPO yang cukup tinggi. Sehingga CPO Nigeria mulai kalah saing dengan negara produsen CPO lainnya seperti Indonesia dan Malaysia. Sehingga dari negara-negara lain yang sebelumnya mengimpor dari Nigeria mulai beralih dan sejak saat itu permintaan ekspor CPO dari Nigeria juga semakin berkurang. Untuk itu upaya menutupi hal tersebut yang dilakukan oleh Nigeria adalah beralih ke sektor minyak mentah. Beralihnya Nigeria dari CPO ke minyak mentah diawali dengan adanya penemuan minyak mentah yang ditemukan oleh perusahaan multinasional yakni *Shell*

---

<sup>1</sup> Mahasiswa Program SI Hubungan Internasional Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman. Surel : firantymaulidaniansori@gmail.com

*Protelium Development Company* (SPDC) milik belanda pada tahun 1985 (<http://www.onlinenigeria.com/links/economy> diakses melalui 30 Januari 2018)

Lebih lanjut memasuki tahun 2001 adanya penurunan produksi CPO Nigeria yang mulai terasa yang disebabkan adanya eksplorasi yang berlebihan dari sektor minyak mentah. Sehingga dari kondisi tersebut berpengaruh terhadap kelestarian sumber daya alam (SDA) yang sebagian besar meliputi lahan-lahan pertanian hingga perkebunan yang terus diambil kandungannya. Sehingga hal tersebut menyebabkan lahan menjadi tidak subur tanahnya untuk melakukan penanaman kelapa sawit akibat adanya penggalian dari minyak mentah tersebut.

Sehingga dalam hal ini para petani mulai beralih menjadi pekerja tambang atau penggali minyak mentah dibandingkan dengan menjadi petani kelapa sawit karena melihat susahnya untuk mengembangkan serta meningkatkan tanaman hasil tanaman kelapa sawit untuk kebutuhan bahan baku produksi CPO tersebut tanpa adanya dukungan dari pemerintah Nigeria. (Niki Adea Putri, Respon Indonesia Terhadap Kebijakan Proteksionisme Ekonomi Nigeria Tahun 2013-2016 diakses melalui jurnal Jom Fisip Vol 5 No 1 April 2018 diakses pada 28 Mei 2018)

Lebih lanjut, menurunnya hasil produksi CPO Nigeria dari tahun 2001, memaksa Nigeria harus membuka kran impor karena hasil produksi yang tidak mencukupi kebutuhan domestik. Sehingga dalam hal ini, Nigeria mengimpor kembali CPO dari Indonesia di tahun 2002 setelah kebijakan larangan impor tersebut dicabut oleh Nigeria. Setelah masuknya CPO impor malah membuat produksi CPO lokal asli Nigeria kurang diminati dan kalah saing. Sehingga dalam hal ini Nigeria pada tahun 2004 mengeluarkan kebijakan proteksi untuk melindungi para industry CPO lokal. ([http://itpclagos.com/document/\\_MonthlyReport\\_january-pdf](http://itpclagos.com/document/_MonthlyReport_january-pdf) diakses pada 27 Desember 2017)

Adanya kebijakan tersebut bukan malah mengurangi impor malah permintaan impor semakin meningkat. Sehingga apabila impor masih tetap dibatasi maka kerugian akan dirasakan para petani hingga industri yang akan kesusahan untuk mencukupi dan memenuhi kebutuhan domestik yang disebabkan oleh kurangnya infrastruktur yang lengkap dalam pengelolaan kelapa sawit yang sudah menjadi CPO. Sehingga dari kondisi tersebut berpengaruh kepada hasil produksi yang hanya dibawah 850rb per to sedangkan konsumsi mencapai 1,3-1,4 juta per tonnya. ([www.fao.org/a-at585e.pdf](http://www.fao.org/a-at585e.pdf) diakses pada 19 Februari 2018)

Adanya penurunan ekspor CPO Indonesia di Nigeria disebabkan oleh beberapa faktor seperti pengaruh *black campaign* yang masih terasa untuk menjatuhkan CPO Indonesia yang menyebabkan persaingan CPO dengan Malaysia. Selain itu, adanya kebijakan CET yang dikeluarkan oleh Nigeria dirasa merugikan bagi Indonesia. (<http://www.ecowas.int/ecowas-sectors/> diakses pada 28 Januari 2018)

## **Kerangka Dasar Teori atau Konsep**

### ***Konsep Diplomasi***

Diplomasi merupakan penghubung antar negara dengan aktor-aktor hubungan internasional lainnya. Dimana negara yang diwakili secara resmi berusaha untuk

menyampaikan, mengkoordinasikan dan mengamankan kepentingan nasional secara khusus maupun lebih luas kaitannya yang sesuai dengan korespondensi, pembicaraan tidak resmi, saling menyampaikan cara pandang, lobby, kunjungan dan aktivitas-aktivitas lainnya yang berkaitan dengan diplomasi. Diplomasi juga dikaitkan sebagai metode dalam penyampaian pesan dan kepentingan negara yang berkaitan dengan politik, ekonomi, sosial, budaya dan sebagainya yang terbingkai dalam sebuah hubungan internasional. Fungsinya adalah untuk mencapai saling pengertian antara dua negara (bilateral) atau beberapa negara (multilateral). (Djelantik Sukawarsini, 2008. *Diplomasi Teori dan Praktik*. Graha Ilmu, Yogyakarta)

Selain itu, menurut Harlod Nicolson, Diplomasi bisa menyelesaikan semua permasalahan dengan jalur damai tanpa disertai dengan konflik. Dimana peran diplomat atau utusan sebuah negara harus bisa mempengaruhi sebuah keputusan negara lain untuk mau melakukan negosiasi untuk mendapatkan kesepakatan bersama. (Derek Drinkwater, dan Sir Harlod Nicolson and internasional relation: *The Practitioner as Theorist*. New York: Oxford University Press Inc 2005. Hal 89)

### ***Teori Keunggulan Kompetitif***

Keuntungan diperoleh suatu negara dari aktivitas perdagangan, yang berkaitan dengan kegiatan ekspor dan impor. Perdagangan melalui ekspor dan impor seharusnya memberi keuntungan bagi seluruh negara yang terlibat di dalamnya. Adanya persaingan antara negara pengekspor dengan negara asal selalu krusial dalam mempersiapkan suatu perusahaan untuk pasar internasional. Teori keunggulan kompetitif yang dikemukakan oleh Michael E. Porter dalam bukunya *The Competitive Advantage of Nation* (1990). (<https://www.scribd.com/book/224326158.pdf> pada 12 Desember 2017)

Menurut pandangan ini, dapat digambarkan sebuah definisi tentang industri sebuah negara yang akan sukses dalam persaingan pasar internasional apabila memiliki daya saing serta bergantung pada kualitas dan kapasitas industrinya untuk selalu berinovasi dan siap melakukan pembaharuan yang sifatnya terus menerus. Teori keunggulan kompetitif memperkirakan bahwa adanya persaingan dengan negara lain itu lumrah. Namun, teori ini terfokus pada cara Negara atau perusahaan yang bersaing dalam pasar global memiliki banyak cara untuk memperoleh keunggulan bersaing yang berkelanjutan (*sustained competitive advantage*).

Adapun 4 cara yang biasa ditempuh untuk memperoleh keunggulan tersebut diantaranya

- a. **Melihat Faktor Produksi**  
Mengacu pada input yang digunakan sebagai sarana produksi seperti tenaga kerja, dapat mengelola sumber daya alam (SDA) dengan baik, memanfaatkan modal hingga memperbaharui infrastruktur maupun teknologi yang membantu meningkatkan hasil produksi
- b. **Permintaan Domestik**  
Mengacu pada ketersediaan pasar domestik yang mampu berperan menjadi salah satu unsur elemen penting dalam menghasilkan sebuah daya saing. Keadaan pasar domestik ditandai dengan kemampuan untuk menjual produk-produk superior yang dalam hal ini didorong dengan adanya permintaan barang-barang serta jasa yang berkualitas dan harga yang relatif bersaing

- c. Industri terkait dan pendukungnya  
Mengacu kepada adanya ketersediaan dan keterkaitan hubungan yang kuat antara industri kecil, perusahaan dan pemerintah yang positif untuk selalu terus berinovasi agar produk yang dijual dapat diterima dan dipasarkan dengan baik.
- d. Perilaku perusahaan yang mampu menerapkan manajemen secara the best practice  
Mengacu kepada sebuah strategi dan melihat keadaan struktur yang ada pada sebagian perusahaan untuk terus melihat intensitas persaingan terhadap industri tersebut. Sehingga dalam hal ini dari perusahaan maupun pemerintah harus menyiapkan aspek pendukung lain untuk memperkuat hasil produksi untuk meningkatkan daya saing maupun daya beli melalui media pasar modal dan juga perkuat dipilihan pasar perdagangan.

Dari 4 cara yang sudah dijabarkan melalui keunggulan kompetitif, selanjutnya Indonesia bisa melakukan dengan cara yang lebih spesifik untuk meningkatkan produktivitas dan inovasi suatu produk melalui 3 cara :

- a. Eksplorasi SDA  
Eksplorasi SDA merupakan salah satu cara untuk menggali potensi yang dimiliki SDA Indonesia agar bisa dimanfaatkan dan dikelola baik pemerintah maupun swasta. Lebih lanjut, dengan adanya eksplorasi maka Indonesia mempunyai potensi untuk terus melakukan inovasi karena memiliki SDA yang cukup. Namun dari pemerintah harus memperhatikan lagi untuk bagian eksplorasi SDA agar tidak merusak dan juga tidak mengganggu ekosistem lingkungan.
- b. Upgrading  
Upgrading adalah upaya peningkatan standar mutu dan kualitas yang telah diterapkan oleh Indonesia untuk bersaing dalam pasar perdagangan internasional. Lebih lanjut, dengan adanya upgrading bisa mempercepat inovasi dalam persaingan kompetitif yang akan selalu muncul ancaman dari pemain baru atau negara baru yang menghasilkan produk yang sama namun ada perbedaan dari barang yang negara tersebut juga yaitu perbedaan dari segi harga dan kualitas. Untuk itu upgrading bisa menjadi upaya dari pembaharuan infrastruktur maupun teknologi. Dengan memiliki standar teknologi yang sudah bagus, maka akan mempercepat hasil produksi dan memangkas waktu dalam pengerjaan tersebut.
- c. Promosi  
Promosi merupakan suatu kegiatan yang berupaya untuk menawarkan segala produk atau jasa dengan cara menarik calon konsumen untuk dapat membeli dan mengkonsumsi jangka panjang dan berkelanjutan. Lebih lanjut, promosi ini dapat meningkatkan angka penjualan baik ekspor maupun impor. Selanjutnya dari promosi ini bisa menjadi sebuah upaya dari Indonesia untuk bersaing di pasar perdagangan internasional.

### **Metodologi Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif Dimana penulis menggambarkan bagaimana upaya Indonesia dalam peningkatan ekspor CPO ke Nigeria. Adapun jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder,

yaitu data yang diperoleh dari penelaahan studi kepustakaan dan hasil pencarian data melalui internet. Teknik pengumpulan data yang digunakan penelitian ini adalah telaah pustaka. Teknik analisis data yang digunakan teknik analisis data kualitatif yaitu penulis menggunakan data sekunder, kemudian menggunakan teori untuk menggambarkan suatu fenomena atau kejadian yang penulis teliti.

### **Hasil Penelitian**

#### ***Mengirimkan Perwakilan atau Utusan Dagang***

Adanya saling mengirimkan misi perdagangan ke dua arah merupakan metode klasik dalam mempromosikan perdagangan. Langkah-langkah persiapan yang sungguh-sungguh untuk mendapatkan hasil yang baik, yang terdiri dari perencanaan program secara matang dan berkualitas, persiapan sebelum kedatangan hingga mengidentifikasi kepentingan yang sungguh-sungguh di antara kedua kelompok negara maupun bisnis. Perkembangan globalisasi mempermudah komunikasi dua negara dengan cara yang lebih praktis dan cepat. Dari perkembangan globalisasi tersebut, bisa diketahui apa saja yang dibutuhkan oleh negara lain untuk memenuhi kebutuhan dengan adanya media massa seperti internet yang dapat mempermudah para duta besar (dubes) atau diplomat untuk melakukan misi dagang. (Clarisa Gabriela. "Peran Diplomasi Kebudayaan dalam Pencapaian Kepentingan Nasionalnya." Universitas Hasanuddin Makassar 2013 diakses pada 2 September 2017).

Lebih lanjut, perkembangan globalisasi yang mempermudah komunikasi dua negara dengan cara yang lebih praktis dan efisien. Sehingga dengan perkembangan globalisasi tersebut menjadi salah satu strategi tentang apa saja yang dibutuhkan dengan negara lain untuk memenuhi kebutuhan domestiknya sehingga perwakilan dari duta besar (dubes) ataupun menteri bisa melakukan misi dagang ke negara tersebut. Selain itu perkembangan globalisasi dari sektor ekonomi juga seharusnya dapat menciptakan peluang sekaligus tantangan bagi negara maju dan juga negara berkembang.

Dalam hal ini, masalah yang timbul disetiap negara beraneka ragam, apalagi dari sektor perdagangan yang merupakan isu penting untuk negara mempertahankan ekonominya seperti munculnya kebijakan proteksi untuk barang-barang ekspor yang akan masuk ke dalam sebuah negara. Biasanya kebijakan proteksi tersebut diterapkan oleh negara-negara berkembang. Dalam hal ini, contohnya adalah Nigeria. Nigeria merupakan salah satu negara yang menerapkan kebijakan proteksi untuk memproteksi barang-barang ekspor yang akan masuk. Dari kebijakan proteksi tersebut termasuk kepada barang-barang produksi CPO dari Indonesia.

Padahal jika dilihat dari peluang untuk pengembangan kelapa sawit masih cukup terbuka bagi Indonesia, terutama karena memiliki ketersediaan dari sumberdaya alam atau lahan, tenaga kerja, teknologi maupun tenaga ahli. Dengan menguasai sebagai produsen terbesar kedua saat ini dan menuju produsen utama di dunia pada masa depan, Indonesia perlu memanfaatkan peluang ini dengan sebaik-baiknya, mulai dari perencanaan sampai dengan upaya menjaga agar tetap bertahan pada posisi sebagai *a country leader*

*production.*(<http://www.litbang.pertanian.go.id/special/komoditas/files/0507L-KSAWIT.pdf> diakses pada 9 Agustus 2018)

Pada tahun 2015, Nigeria mengeluarkan kebijakan CET. Dimana kebijakan CET adalah sebuah aturan untuk mengatur tentang eksternal tariff diluar dari negara-negara Afrika. Isi dari CET tersebut berupa larangan produk jadi untuk di impor, kenaikan tariff dan bea cukai sebesar 10-35% serta menetapkan standar produk untuk barang impor yang akan akan dikonsumsi di Nigeria. (<http://www.republika.html>.)

Lebih lanjut, untuk membatasi produk CPO impor dan mengalihkan ke produk CPO lokal. Setelah kebijakan CET itu keluar, yang dulunya Indonesia melakukan ekspor CPO mentah harus bersaing dengan Malaysia yang dulunya mengekspor CPO olahan mulai mengalihkan ekspornya ke CPO curah. Sehingga dalam posisi ini Malaysia sangat diuntungkan ketika Malaysia sudah mempunyai Preferential Trade Agreement (PTA) dengan Nigeria akhir tahun 2015. Sehingga untuk tariff pun mendapatkan potongan 10-15%, dibandingkan dengan Indonesia yang belum ada terbentuknya PTA. Dalam hal ini untuk itu peran perwakilan atau utusan dagang sangat penting bahwa pada kegiatan diplomasi memberikan penekan yang sama pada kegiatan ekonomi dan politik untuk saling bertukar informasi maupun bertukar dagang. Dimana negara kaya dan negara berkembang sama-sama berusaha untuk mempertimbangkan adanya *Foreign Direct Investment* (FDI) dan promosi ekspor sebagai salah satu kepentingan di negara tersebut ke negara lain melalui sektor perdagangan. (Kementerian Luar Negeri, kebijakan kerjasama bilateral. Diakses melalui (<https://www.kemenlu.go.id/id/kebijakan/detail-kerjasama-bilateral.aspx?id=125> diakses pada 6 April 2018 )

Sehingga pada 25 Juli 2016, melalui menteri perdagangan mulai melakukan kunjungan guna merevitalisasi hubungan dagang antara Indonesia dan Nigeria pasca kebijakan tersebut keluar. Selain tujuan dari kunjungan ini untuk segera terbentuk PTA antara Indonesia dan Nigeria. Adapun misi dari Indonesia agar PTA segera terbentuk guna menekan biaya tariff masuk yang diterapkan Nigeria bisa berkurang sesuai dengan yang diterapkan nanti dan menjaga citra CPO Indonesia di pasar Nigeria agar tetap dikonsumsi pasca ada black campaign tersebut. (<http://www.kemendag.go.id/zn/news/2013/02/28/indonesia-jajaki-pasar-cpo-nigeria>)

Lebih lanjut, pada 24 Juli 2017, Indonesia kembali mengirimkan utusan dagangnya melalui menteri luar negeri, Retno LP Marsudi dan menteri perdagangan Engartiasto Lukita langsung menemui wakil presiden Nigeria yakni Yemi Osinbajo di Abuja, Nigeria. Dalam kunjungan ini berisi pertemuan bilateral dengan menteri luar negeri (menlu) Nigeria membahas keinginan dari Indonesia untuk merevitalisasi perdagangan bilateral yang selalu turun dalam tiga tahun ini. Untuk itu dengan melakukan kunjungan ke Nigeria melalui menlu yang diharapkan bisa melakukan negosiasi terhadap Nigeria terkait kebijakan proteksi dan standarisasi produk tersebut. Dan Indonesia menawarkan dan merencanakan skema *couter treat* (perjanjian timbal-balik) dimana Indonesia mengekspor Migas dan Nigeria mengekspor CPO dari Indonesia untuk bahan baku untuk kebutuhan domestik Nigeria. Selain itu, Indonesia menanyakan kembali terhadap tawaran terkait adanya PTA antara Indonesia dan Nigeria tersebut.

### ***Melakukan Negosiasi***

Negosiasi merupakan bagian yang tidak dapat terpisahkan dalam pelaksanaan diplomasi antar negara. Indonesia merupakan salah satu negara yang menerapkan negosiasi sebagai strategi politik luar negeri. Dalam hal ini, Indonesia melakukan negosiasi kepada negara-negara yang hubungan dagangnya tidak terlalu signifikan dengan Indonesia salah satunya adalah Nigeria. Munculnya persaingan produk CPO lokal dan CPO impor membuat Nigeria mengeluarkan kebijakan CET.

Dimana dengan adanya kebijakan tersebut dapat menaikkan jumlah produksi CPO lokal. Namun ketika kebijakan tersebut mulai diterapkan, adanya pro-kontra dari produsen lokal yang masih belum bisa memenuhi kebutuhan domestik menjadikan CPO sempat mengalami kelangkaan sehingga Nigeria tetap butuh impor. Adanya negosiasi yang dilakukan Indonesia terhadap Nigeria agar bisa meningkatkan ekspor CPO Indonesia dan menjaga posisi Indonesia sebagai pemasok CPO di Nigeria.

Dalam hal ini, munculnya persaingan ketika Malaysia mulai mengekspor CPO olahan ke Nigeria yang dimana menjadikan Indonesia harus segera mengambil tindakan agar ekspor CPO tidak terus menurun. Untuk itu Indonesia mengambil sejak tahun 2016 hingga sekarang terus melakukan kunjungan secara intensif ke Nigeria untuk menegosiasikan pembentukan PTA agar biaya tariff yang dikenakan bisa disesuaikan dalam negosiasi tersebut. (<http://itpclgs.com/indonesian-trade-mission/> diakses pada 20 Maret 2018)

Salah satu upaya negosiasi yang dilakukan Indonesia dengan mengusulkan PTA. Itu melihat dari keberhasilan Indonesia dengan negara lain yakni Pakistan yang juga menerapkan kebijakan tarif produk CPO dari Indonesia yang telah digunakan sejak tahun 2007. Namun pada 2010 Indonesia telah berhasil mengupayakan PTA dengan Pakistan sehingga tarif awal yang diterapkan sebesar 25% turun menjadi 15%. Dalam hal ini Indonesia ingin menerapkan PTA dengan Nigeria. Lebih lanjut, secepatnya Indonesia ingin terbentuknya PTA dengan Nigeria untuk meringankan biaya masuk untuk CPO karena CPO termasuk dalam list larangan impor namun boleh impor dalam bentuk curah dan dikenakan tariff sebesar 35%. Untuk itu pentingnya PTA karena dengan adanya PTA bisa menurunkan tariff eksternal kepada negara yang bukan anggotanya.

Adanya negosiasi PTA yang ditawarkan oleh Indonesia dengan Nigeria yang dianggap negara potensial bagi ekspor CPO Indonesia. Namun karena memang Indonesia awalnya tidak terlalu fokus kepada negara-negara non-tradisional seperti Nigeria, malah sekarang mulai memfokuskan ekspor ke Nigeria. hal ini juga dipengaruhi oleh permintaan di negara-negara besar seperti Uni Eropa, Amerika Serikat selalu menurun, sehingga Indonesia melakukan alternatif lain untuk menjaga keuntungan ekspornya. Diharapkan dari adanya PTA tersebut bisa meningkatkan ekspor CPO ke Nigeria. Lebih lanjut, hasil dari Negosiasi yang dilakukan Indonesia dari tahun 2016-2017 akan menemui hasil. Hasil tersebut akan disepakati pada akhir tahun 2018 ketika ada kunjungan dari Nigeria ke Indonesia untuk melakukan

penandatanganan PTA antara Indonesia dan Nigeria yang dilakukan pada forum Indonesia bisnis. ([www.kemenlu.go.id/berita/pages/Menlu-RI-Peningkatan-kerja-sama-ekonomi-dengan-nigeria](http://www.kemenlu.go.id/berita/pages/Menlu-RI-Peningkatan-kerja-sama-ekonomi-dengan-nigeria) diakses pada 15 Mei 2018)

### ***Eksplorasi SDA***

Eksplorasi SDA merupakan salah satu untuk menggali potensi dari SDA untuk bisa dimanfaatkan dan dikelola oleh pemerintah, swasta maupun masyarakat. Dalam hal ini sektor pertanian dan perkebunan mempunyai luas lahan memiliki keuntungan tersendiri bagi Indonesia untuk mengembangkan hasil dari tanaman atau perkebunan tersebut. Adanya tujuan dari Eksplorasi SDA adalah untuk meningkatkan dan memanfaatkan sumber daya alam yang berupa lahan pertanian dan perkebunan. Setelah adanya eksplorasi perlu adanya peran dari pemerintah Indonesia untuk menjaga lahan yang telah digunakan untuk industri dan produksi. (<http://litbang.pertanian.go.id/special/komoditas/file/0507L.K.SAWIT> Pdf diakses pada 9 Agustus 2018)

Untuk eksplorasi lahan dari tanaman kelapa sawit sendiri, merupakan salah satu sektor pertanian yang mempunyai kemampuan cukup besar untuk karena penggunaan input dari impor relatif lebih rendah dari sektor lain, terutama untuk kebutuhan bahan baku sektor industri CPO. Potensi SDA yang dimiliki oleh Indonesia diharapkan bisa menjamin posisi Indonesia sebagai negara produsen CPO terbesar di dunia.

Industri CPO adalah industri yang memiliki ketergantungan pada sumber daya alam. Tanaman kelapa sawit hanya tumbuh di wilayah dengan iklim tropis yang hanya tumbuh pada wilayah katulistiwa dan negara-negara tertentu di Amerika Latin, Afrika dan Asia Tenggara yang dapat terlibat pada industri. Di Asia Tenggara untuk negara yang jumlah produk CPO masih mendominasi adalah Indonesia dan Malaysia. (<http://epublikasi.setjen.pertanian.go.id/> diakses pada 1 April 2018)

Adanya upaya yang sedang dilakukan Indonesia untuk menjaga kelestarian hutan pasca eksplorasi dilakukan dengan empat cara, yakni:

Pertama dengan melakukan konservasi. Dimana pentingnya konservasi ini untuk membedakan mana hutan produksi dan mana hutan lindung. Sehingga lebih mudah menjaga kelestariannya. (<http://www.menlhk.go.id/halperaturan-50.html>)

Kedua, dengan cara reboisasi. Pasca eksplorasi SDA terutama kelapa sawit penting segera dilakukan reboisasi. Karena sehabis tanaman kelapa sawit ditebang maka tanah tersebut sudah tidak subur lagi. Sehingga pentingnya adanya reboisasi untuk bisa digunakan kembali baik untuk tanaman kelapa sawit maupun lainnya.

Ketiga, adalah sistem tebang pilih. Sebelumnya Indonesia menggunakan pembakaran untuk mempermudah pengambilan pohon. Adanya peraturan baru yang dikeluarkan dalam peraturan presiden nomor 61 tahun 2015 tentang pengembangan kelapa sawit yang diambil secara berkelanjutan. Dimana maksud dari berkelanjutan adalah dengan cara tidak membakar, melainkan hanya ditebang.



Keempat, mengundang para ahli maupun dosen untuk memberikan seminar tentang pelestarian SDA yang ada didalam hutan. Dimana pentingnya para ahli tersebut untuk mengukur kerusakan lingkungan yang ada di Indonesia terutama sehabis penanaman kelapa sawit. Untuk itu, para ahli tersebut memberikan saran tentang pengelolaan pasca pengambilan pohon sawit, sistem tebang pilihnya hingga melakukan reboisasi yang berkelanjutan.

Hasil dari pencapaian upaya pelestarian hutan tersebut terlihat sejak tahun 2015 pasca dikeluarkannya ISPO dan adanya peran pemerintah yang turun langsung terhadap kerusakan hutan mulai mengalami penurunan terhadap kebakaran dan kerusakan hutan kelapa sawit yang terjadi di Indonesia.

### ***Melakukan Upgrading***

Upgrading merupakan salah satu strategi dan inovasi dari Indonesia dalam menghadapi persaingan pasar CPO. Lebih lanjut, dalam hal ini sebagai negara pengekspor CPO Indonesia harus terus meningkatkan standar mutu dan kualitas agar bisa menjaga konsistensi sebagai pemasok bahan baku CPO. Di kawasan asia tenggara terkenal bahwa negara pengekspor terbesar CPO adalah Indonesia dan Malaysia. Namun berkembangnya industrialisasi perdagangan, muncul pemain baru seperti Thailand sebagai negara eksportir baru CPO yang mempunyai daya saing yang cukup bagus dan menjanjikan serta memiliki lahan tanam yang masih luas untuk perkebunan kelapa sawitnya.

Selain itu, bukan hanya munculnya negara eksportir baru yang mejadi pesaing untuk perkembangan ekspor CPO Indonesia namun munculnya jenis minyak lain seperti minyak kedelai dan minyak biji bunga matahari juga menjadi saingan produk CPO Indonesia. Minyak nabati lain berfungsi sebagai produk pelengkap maupun produk pengganti dari minyak sawit. Data *oil world* menunjukkan jumlah konsumsi minyak kedelai sekitar 25,1 juta mendekati jumlah konsumsi minyak sawit senilai 29,7 juta. (<http://epublikasi.setjen.pertanian.go.id/> diakses pada 1 April 2018)

Pentingnya dari Indonesia untuk melakukan upgrading standard kualitas dan teknologi untuk menjaga kestabilan dari ekspor CPO di pasar perdagangan agar bisa terus meningkat. Maka dari itu adanya upaya yang dilakukan Indonesia dalam melakukan upgrading terbagi atas tiga cara yakni:

pertama, terus meningkatkan keterampilan petani atau masyarakat tani sehingga mampu meningkatkan produktivitas tanaman kelapa sawit. Selanjutnya dengan mengupgrade sarana produksi yang mencukupi saat diperlukan dengan harga yang terjangkau. Dan yang terakhir menyediakan infrastruktur baik dari institusi atau perusahaan yang dapat mendukung untuk meningkatkan nilai tambah hasil produksi yang setelahnya akan diolah menjadi CPO untuk kebutuhan domestik dan impor. (<http://epublikasi.setjen.pertanian.go.id/> diakses pada 1 April 2018).

Kedua, adanya permintaan domestik. Dalam hal ini, hampir seluruh wilayah Indonesia mayoritas budidaya kelapa sawit. Sehingga menciptakan sebuah pasar domestik karena saling bersaing dalam hal memenuhi kebutuhan domestik. Untuk itu karena terciptanya pasar domestik tentu terus diminta untuk melakukan inovasi dalam

menjual produk-produk superior yang berkualitas. Untuk itu dari ekspor kelapa sawit yang sering dilakukan oleh Indonesia, dikembangkan lagi menjadi minyak sawit sehingga bisa meningkatkan keuntungan karena barang yang diekspor sudah dalam bentukolahan yang mempunyai nilai jual yang tinggi. (<http://epublikasi.setjen.pertanian.go.id/> diakses pada 1 April 2018)

Ketiga, adanya industri terkait dan pendukungnya. Adanya ketersediaan dari industri kecil milik petani sebagai industri pendukung yang mampu bersinergi dengan perusahaan swasta dan pemerintah yang menjadikan hubungan tersebut menjadi positif, dimana sama-sama saling mendukung untuk menciptakan dan menjual produk-produk CPO dan turunannya yang berkualitas dan layak untuk di konsumsi. (<http://epublikasi.setjen.pertanian.go.id/> diakses pada 1 April 2018).

Selain itu ada juga yang perlu diperhatikan oleh pemerintah yakni membuka peluang investasi. Penting adanya sebuah investasi agar bisa memberikan modal yang cukup untuk para pelaku usaha untuk meningkatkan hasil dan menekan biaya produksi apabila mempunyai teknologi yang memadai. Seperti terciptanya sebuah iklim investasi yang mencakup berbagai dukungan kebijakan integral(sektoral, regional,dan komoditas) dan aturan pelaksanaan yang kondusif untuk investasi pada industri kelapa sawit. Selanjutnya menciptakan hasil yang memudahkan untuk meningkatkan produksi yang aman serta berkualitas yang menggunakan teknologi ramah emisi. Dalam hal ini yang diuntungkan bukan dari industri kecil saja namun pemerintah pun merasakan hasil dari investasi tersebut. (<http://epublikasi.setjen.pertanian.go.id/> diakses pada 1 April 2018)

Dengan demikian dari pihak swasta dan pemerintah harus melakukan peningkatan standar kualitas CPO baik untuk domestik maupun ekspor, dengan cara peremajaan lahan-lahan perkebunan untuk penanaman kelapa sawit yang bersifat *go green* atau ramah lingkungan serta melakukan peningkatan terhadap ketersediaan teknologi kepada industri kecil serta menjaga kualitas CPO dalam kondisi yang baik pada saat melakukan ekspor serta peningkatan fasilitas teknologi yang modern dan canggih serta pelatihan-pelatihan untuk para petani atau akademisi agar bisa menghasilkan tanaman kelapa sawit yang bagus dalam peningkatan ekspor.

### ***Melakukan Promosi***

Promosi merupakan suatu kegiatan yang berupaya untuk menawarkan segala produk atau jasa dengan cara menarik calon konsumen untuk dapat membeli dan mengkonsumsi jangka panjang. Dengan adanya promosi diharapkan adanya kenaikan dalam angka penjualan. Promosi sangat penting untuk menjalankan sebuah perdagangan. Di era globalisasi sekarang, dituntut untuk selaku melakukan inovasi untuk melakukan promosi baik secara langsung maupun tidak langsung.

Bentuk promosi secara langsung adalah melibatkan media komunikasi cetak maupun elektronik dalam advokasi dan promosi CPO Indonesia terutama di negara-negara yang menjadi tujuan ekspor CPO Indonesia melalui jalur diplomasi, forum bisnis, dan forum pertemuan ilmiah. Adanya pertemuan atau kunjungan yang dilakukan oleh Indonesia ke Afrika pada 2017 dengan membawa misi dagang baik dari pemerintah dan swasta untuk ikut dalam *market place* yang diadakan oleh negara-negara Afrika

salah satunya adalah Nigeria merupakan upaya Indonesia untuk memperkenalkan kembali bahwa baik dari perusahaan swasta maupun perusahaan milik negara telah meregulasi standar pengolahan CPO Indonesia.

Munculnya isu-isu negatif yang berupa *black campaign* terhadap produk CPO Indonesia sejak tahun 2013, membuat citra CPO Indonesia menurun yang berdampak pada penurunan volume ekspor CPO Indonesia di beberapa negara besar seperti Uni Eropa, Asia dan Afrika. Dari ketiga negara tersebut membatasi penggunaan CPO dari Indonesia yang dianggap tidak ramah lingkungan tersebut. Dengan demikian Indonesia melakukan promosi terkait isu-isu tersebut agar tidak mempengaruhi volume ekspor ke negara lain.

Adanya upaya untuk mengoptimalkan menaikkan ekspor CPO melalui promosi ada beberapa cara yakni:

Pertama, Meningkatkan intensitas promosi dan advokasi yang terintegrasi dalam menghadapi kampanye negatif terhadap kelapa sawit, antara lain melalui kegiatan *Green Campaign* ke negara-negara konsumen kelapa sawit Indonesia yang bertujuan untuk meluruskan persepsi yang salah terhadap kelapa sawit. Bentuk dari kegiatan ini adalah workshop, seminar, diskusi, dan berbagai kegiatan promosi dan advokasi yang lain dengan melibatkan seluruh *stakeholder* perkelapasawitan baik swasta, rakyat maupun nasional bersama dengan perwakilan luar negeri untuk mempromosikan CPO tersebut. (Aridik Bou. Strategi Ekspor Crude Palm Oil (CPO) Indonesia ke Uni Eropa. Hal 39-40 Universitas Mulawarman 2016)

Kedua, untuk memenuhi standar produk yang diterapkan oleh Nigeria terhadap produk CPO Indonesia, Indonesia telah memiliki sistem tersendiri tentang pembangunan kelapa sawit atau olahannya yang sesuai pada prinsip *sustainability* (berkelanjutan) yang berwawasan lingkungan yakni *Indonesian Sustainable Palm Oil System*. (Aridik Bou. Strategi Ekspor Crude Palm Oil (CPO) Indonesia ke Uni Eropa. Hal 39-40 Universitas Mulawarman 2016)

*Indonesia Sustainable Palm Oil* (ISPO) adalah langkah yang diambil oleh pemerintah Indonesia untuk mengurangi *black campaign*. Dalam hal ini, dari kementerian pertanian membuat ISPO dengan tujuan untuk meningkatkan daya saing CPO Indonesia di pasar dunia maupun dipasar non tradisional seperti Nigeria. Serta dengan adanya ISPO ini Indonesia telah ikut berpartisipasi dalam rangka memenuhi komitmen Indonesia untuk mengurangi efek gas rumah kaca serta memberi perhatian terhadap masalah lingkungan yang menjadi isu bagi produk CPO Indonesia. (<http://perundingan.pertanian.go.id/admin> diakses pada 13 April 2018)

ISPO mulai diterapkan dan di implementasikan berdasarkan surat edaran Permentan No 11 tahun 2015. Isi dalam surat edaran ISPO tersebut diterapkan berdasarkan tuntutan dari pengembangan sektor perkebunan kelapa sawit dan olahannya yaitu CPO yang sifatnya berkelanjutan yang sesuai pada peraturan perundang-undangan yang berlaku di Indonesia dan merespon tuntutan yang diminta oleh pasar global untuk produk CPO dan turunannya.

Prinsip dari munculnya ISPO sendiri merupakan inisiatif dari pemerintah Indonesia atas adanya kesadaran atau sebuah deklarasi bahwa dalam pengelolaan sumber daya alam yang termasuk kelapa sawit harus melalui sistem yang berkelanjutan. Adanya empat prinsip-prinsip yang dilaksanakan dalam ISPO seperti:

1. Adanya sistem perjanjian dari manajemen perkebunan terkait tata cara pengelolaan CPO yang berkaitan dengan lingkungan.
2. Penerapan pedoman teknis budi daya dan pengolahan kelapa sawit
3. Tanggung jawab kepada pekerja serta pemberdayaan ekonomi masyarakat
4. Peningkatan usaha baik swasta, rakyat maupun milik negara secara berkelanjutan.

Tujuan ISPO adalah meningkatkan kesadaran tentang pentingnya CPO yang ramah lingkungan demi meningkatkan posisi daya saing CPO Indonesia di pasar Internasional. Selain itu mendukung komitmen yang berkaitan dengan mengurangi emisi gas rumah kaca. Dengan adanya ISPO sebagai alat promosi, advokasi, dan kampanye publik untuk meningkatkan daya saing CPO Indonesia di Nigeria menjawab kekhawatiran dari Nigeria terkait CPO Indonesia yang tidak ramah lingkungan tersebut dan juga memperkuat posisi tawar CPO Indonesia di pasar global.

Selanjutnya, diharapkan dari terbentuknya ISPO dan diterapkan ISPO bisa memudahkan upaya Indonesia untuk memperluas pasar ekspor CPO yang biasanya terfokus di kawasan Uni Eropa, dan Asia saja, namun bisa meningkatkan ekspor CPO hingga Nigeria yang selama ini nilai permintaan impornya selalu menurun.

Lebih lanjut, untuk itu dari ISPO juga membuktikan bahwa produk CPO Indonesia mempunyai sertifikat dan berkualitas berstandar internasional dalam hal lingkungan. Apabila kondisi tersebut berhasil maka Indonesia akan melakukan peningkatan ekspor CPO ke Nigeria sekitar 500 juta per ton setiap tahunnya. (<https://www.kemlu.go.id/id/berita/Pages/Menlu-RI-Peningkatan-Kerja-Sama-Ekonomi-dengan-Nigeria> diakses pada 15 Mei 2018). Adanya hambatan yang beberapa kali dialami Indonesia ketika melakukan peningkatan ekspor CPO, yakni:

1. Kurangnya kunjungan misi dagang dan kurangnya sarana publikasi untuk mengurangi *black campaign* terhadap citra CPO Indonesia.
2. Mempertimbangkan jalan terdekat dalam pengiriman CPO dari Indonesia ke Nigeria yang cukup jauh
3. Belum ada perjanjian seperti PTA yang mengatur perdagangan antar Indonesia dan Nigeria.

### **Kesimpulan**

Indonesia merupakan negara yang berpotensi untuk mengembangkan pasar baik dalam negeri maupun luar negeri karena permintaan kelapa sawit untuk konsumsi yang besar, sehingga dari para produsen dalam negeri mengembangkan kelapa sawit yaitu dengan melakukan budidaya sawit dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan dengan cara mengekspor kelapa sawit dalam bentuk olahan yakni CPO. Adanya permasalahan ekspor CPO Indonesia ke beberapa negara seperti Eropa dan Asia menjadikan Indonesia memperluas pasar baru yakni Nigeria. Nilai perdagangan CPO antara Indonesia dan Nigeria tidak terlalu besar yakni hanya 1 %. Indonesia

melihat Nigeria memiliki potensi besar sebagai pasar tujuan ekspor CPO bagi Indonesia.

Nigeria merupakan salah satu negara produsen CPO di kawasan Afrika. Namun ketidakmampuan dari Nigeria dalam pengelolaan CPO yang menyebabkan Nigeria melakukan Impor. Namun dalam perjalanannya, CPO asing lebih diminati daripada CPO lokal karena harga CPO lokal lebih mahal dibanding CPO asing. Sehingga Nigeria mengeluarkan beberapa kebijakan proteksi untuk melindungi produsen lokal. Dari kebijakan proteksi tersebut salah satunya berupa kebijakan penerapan tariff sebesar 35% untuk produk CPO dari Indonesia dan itu dianggap merugikan bagi Indonesia.

Dalam hal ini dilakukan berbagai cara untuk dapat mengatasi hambatan perdagangan CPO dan isu negatif mengenai kelapa sawit asal Indonesia di Nigeria yaitu melalui upaya yang dilakukan oleh Indonesia yakni diplomasi dengan mengirimkan utusan dagang serta melakukan negosiasi terhadap kebijakan tersebut hingga meningkatkan keunggulan kompetitif seperti melakukan eksplorasi, upgrading, promosi untuk produk olahan CPO Indonesia.

#### **Daftar Pustaka**

##### ***Buku***

Djelantik Sukawarsini ,2008. Diplomasi antara Teori dan Praktik. Graha Ilmu, Yogyakarta.

##### ***Buku Elektronik***

Clarisa Gabriela. “Peran Diplomasi Kebudayaan dalam Pencapaian Kepentingan Nasionalnya.” Universitas Hasanuddin Makassar diakses pada [repository.unhas.ac.id/123456789/6316](http://repository.unhas.ac.id/123456789/6316)

Drinkwater Derek dan Harold Nicolson and International Relations, *The Practitioner as Theorist*, New York, Oxford University Press Inc.

Porter, Michael. E., *The Competitive Advantage of Nation*, (New York: The Free Press, 1990) diakses melalui <https://www.scribd.com/book/224326158.pdf> pada 12 Desember 2017

FAO, *Analysisi of Incentives and Disincentives for Palm Oil in Nigeria* diakses melalui <http://www.fao.org/3/a-at585e.pdf>

##### ***Tesis***

Aridik Bou. “Strategi Ekspor Crude Palm Oil (CPO) Indonesia ke Uni Eropa” Universitas Mulawarman 2016

Niki Adea Putri, Respon Indonesia Terhadap Kebijakan Proteksionisme Ekonomi Nigeria Tahun 2013-2016 diakses melalui jurnal Jom Fisip Vol 5 No 1 April 2018 diakses pada 28 Mei 2018

##### ***Situs Web***

Ecowas. Ecowas sektor diakses melalui <http://www.ecowas.int/ecowas-sectors/> diakses pada 28 Januari 2018

Itpclgs, Indonesian trade mission diakses melalui <http://itpclgs.com/indonesian-trade-mission/> diakses pada 20 Maret 2018

Itpclagos, Laporan Bulanan ITPC Lagos- Nigeria, diakses melalui [http://itpclagos.com/documents/\\_MonthlyReport\\_January-pdf](http://itpclagos.com/documents/_MonthlyReport_January-pdf). Diakses pada 27 Desember 2017

Kementerian luar Negeri, diakses melalui <https://www.kemlu.go.id/id/berita/Pages/Menlu-RI-Peningkatan-Kerja-Sama-Ekonomi-dengan-Nigeria>

Kemenlu, “Kebijakan dan detail kerjasama bilateral“ <https://www.kemlu.go.id/id/kebijakan/detail-kerjasama-bilateral.aspx?id=125>

Kemlu, Kedutaan Besar Republik Indonesia di Abuja. “*Hubungan Bilateral RI Dengan Negara Akreditasi dan Perkembangan Terkini Negara Akreditasi di Bidang Ekonomi.*” Diakses melalui <http://www.kemlu.go.id/abuja/Pages/Divisions.aspx?IDP=15>

Menlhk, Peraturan kelestarian SDA baik perkebunan maupun hutan diakses melalui <http://www.menlhk.go.id/halperaturan-50.html>

Online Nigeria, “re oil boom era” (1960-1970) diakses melalui <http://www.onlinenigeria.com/links/economy>

Permentan. ISPO 11-2015 diakses melalui <http://perundingan.pertanian.go.id/admin>

Punchng, Revitalising oil palm cultivation in Nigeria diakses melalui <https://punchng.com/revitalising-oil-palm-cultivation-in-nigeria/>

Republika, kebijakan Nigeria bidang ekonomi diakses melalui <http://www.republika.html>.

Setjen Pertanian, Outlook kelapa sawit diakses melalui <http://epublikasi.setjen.pertanian.go.id/>