

DAMPAK INVESTASI STARBUCKS COFFEE TERHADAP PENJUALAN PRODUKSI KOPI LOKAL DI INDONESIA

Oleh : Meriza Sastri Nenda

Email: merizasastri@yahoo.co.id

Pembimbing: Drs. Syafri Harto, M.Si

Jurusan Ilmu Hubungan Internasional Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Riau
Kampus Bina Widya Jl. H. R. Soebrantas Km. 12,5 Simp. Baru Pekanbaru
Telp/Fax.0761-63277

Abstract

In terms of the domestic economy of a country, foreign companies or have significant influence. For example, the presence of starbucks i which one is a multinational enterprise corporation. In addition to providing benefits for their country Starbucks kiosks are established in various kinds of places in Indonesia of course there are also some disadvantages that arise. Losses arising in the social field carried by the company Starbucks itself is their consumer behavior.

This research was used comparative advantage where people tend to prefer to buy products Starbucks just because the product was derived from foreign companies and has international labels as well as consumption of the product is done to show the social strata in life community.

It was the indirect effects that are not good local coffee production in the country itself and be detrimental to farmers to local entrepreneurs in the country. Starbucks invesment growth was affected for a local coffee prices. Instability of the local coffee prices for farmers confused indetermining the income of coffee beans that wether or not a request and many or not request.

Key words: Starbucks, Coffe, Farmers

PENDAHULUAN

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan bagaimana dampak investasi *starbucks* terhadap penjualan kopi lokal di Indonesia. Pada tahun 1996 *Starbuck Coffee* melakukan ekspansi ke Asia. Kedai pertamanya di Asia dibuka di Tokyo, Jepang. Sejak saat itulah *Starbucks Coffee* berkembang pesat dengan membuka cabang toko retailnya hampir di seluruh belahan dunia. Tidak hanya berdiri sendiri sebagai kedai kopi, tetapi Starbucks juga membuka kedai kopinya di tempat-tempat yang cukup strategis seperti di bandara, mall maupun hotel berbintang. Starbucks sendiri merupakan sebuah perusahaan *multinasional corporation* (MNC) atau ditujukan untuk perusahaan asing yang beroperasi di Indonesia.

Pada tanggal 17 Mei 2002, *Starbucks Coffee* membuka kedai pertamanya di Indonesia. PT. Sari Coffee Indonesia merupakan anak perusahaan dari PT. Mitra Adi Perkasa. Kedai tersebut berlokasi di Plaza Indonesia, Jakarta Pusat. Sejak saat itu, perkembangan pasar *Starbucks Coffee* di Indonesia melaju dengan pesat. Starbucks berhubungan dengan Indonesia sejak 1970-an. Meski hubungannya sudah cukup lama, ada banyak pertimbangan untuk membuka gerai di Indonesia. Baru setelah evaluasi di akhir 1999, *Starbucks* menyeleksi 200 perusahaan calon mitra di Indonesia. Dalam setahun, menargetkan untuk menambah 25-30 gerai. *Starbucks Coffee* membuka kedai kedainya di

kota-kota besar di Indonesia, seperti di Bandung, Surabaya, Yogyakarta, Semarang, Medan, Bali, Makassar, Jakarta, Pekanbaru dan di kota-kota besar lainnya.

Dengan adanya kios-kios *Starbucks* yang didirikan diberbagai macam tempat di Indonesia tentu saja ada beberapa kerugian-kerugian yang muncul. Kerugian tersebut ada di berbagai macam bidang baik di bidang sosial, maupun ekonomi. Kerugian yang timbul di dalam bidang sosial yang dibawa oleh perusahaan *Starbucks* sendiri adalah adanya perilaku konsumtif, Dimana masyarakat cenderung lebih memilih untuk membeli produk *Starbucks* hanya karena produk tersebut berasal dari perusahaan asing dan memiliki label internasional serta konsumsi produk tersebut dilakukan demi memperlihatkan strata sosial dalam kehidupan bermasyarakat, Karena adanya anggapan bahwa dengan mengkonsumsi produk yang memiliki label internasional akan menunjukkan bahwa mereka adalah orang yang memiliki strata sosial tinggi.

Selain itu dampak yang terjadi adalah menurunnya penjualan kopi lokal karena produksi kopi lokal yang menurun. Permintaan dari sejumlah pengusaha lokal mulai rendah di akibatkan usaha-usaha kopi lokal mereka kurang diminati oleh masyarakat yang lebih memilih *starbucks coffee*. Dalam tahun 2011 sampai tahun 2015 *starbucks* mulai mengembangkan investasinya lebih luas lagi bahkan di kota-kota yang belum ada sebelumnya di

tempatkannya gerai *starbucks coffee*. Lalu lima tahun itulah yang dapat dilihat bagaimana penurunan minat masyarakat terhadap mengunjungi gerai-gerai kopi lokal.

TINJAUAN PUSTAKA

Teori Investasi

Investasi merupakan kegiatan dalam menanamkan modal dana dalam suatu bidang tertentu. Investasi dapat dilakukan melalui berbagai cara, salah satu di antaranya adalah investasi dalam bentuk saham. Pemodal atau investor dapat menanamkan kelebihan dananya dalam bentuk saham di pasar bursa. Tujuan utama investor dalam menanamkan dananya ke bursa efek yaitu untuk mencari pendapatan atau tingkat pengembalian investasi (*return*) baik berupa pendapatan dividen maupun pendapatan dari selisih harga jual saham terhadap harga belinya (*capital gain*).

Teori Keunggulan Komparatif (*comparative advantage*)

Teori keunggulan komparatif (*theory of comparative advantage*) merupakan teori yang dikemukakan oleh David Ricardo. Menurutnya, perdagangan internasional terjadi bila ada perbedaan keunggulan komparatif antarnegara dan berpendapat bahwa keunggulan komparatif akan tercapai jika suatu negara mampu memproduksi barang dan jasa lebih banyak dengan biaya yang lebih murah daripada negara

lainnya. Dalam teori keunggulan komparatif, suatu bangsa dapat meningkatkan standar kehidupan dan pendapatannya jika negara tersebut melakukan spesialisasi produksi barang atau jasa yang memiliki produktivitas dan efisiensi tinggi.

Perspektif Neoliberalisme

Membicarakan neoliberalisme sangat tidak mungkin kita lakukan tanpa menyinggung liberalisme. Kata neo dalam neoliberalisme merujuk pada bangkitnya kembali bentuk aliran ekonomi liberalisme lama yang cikal bakalnya dipicu oleh karya Adam Smith, yang mempropagandakan pentingnya penghapusan intervensi pemerintah dalam mekanisme ekonomi. Sebagai gantinya, Smith menganjurkan agar pemerintah membiarkan mekanisme pasar bekerja dengan logikanya sendiri, melakukan deregulasi, serta menghilangkan seluruh hambatan (tarif dan non tarif) dan restriksi.

Kompetisi dan kekuatan individu yang bekerja dalam mekanisme pasar akan menciptakan keteraturan ekonomi. Smith menggunakan teorinya tentang “tangan-tangan tersembunyi” (*invisible hand*) yang menurutnya bakal mengatur dan mengorganisir seluruh relasi dan kehidupan ekonomi dan juga mendorong setiap individu untuk mencari sebanyak-banyaknya keuntungan ekonomi.¹

Neoliberalisme sangat memuja

¹ Setawan, B. *Peralihan Kapitalisme di Dunia Ketiga*, Yogyakarta: Insist Press, 1999. hal. 11

pasar. Neoliberalisme percaya bahwa tidak hanya faktor produksi, konsumsi, dan distribusi yang tunduk pada hukum pasar, tapi seluruh aspek kehidupan. Dia juga mengkritik dan menolak segala campur tangan negara, termasuk minggir dari aktivitas program kesejahteraan karena program ini menimbulkan defisit. Dengan mengurangi program kesejahteraan, kas negara akan diringankan. Situasi ini memungkinkan pemerintah untuk menurunkan pajak pada para pelaku bisnis, yang pada gilirannya akan memicu gairah baru berproduksi.²

METODE PENELITIAN

1. Metode Kualitatif

Metode kualitatif yang akan dipergunakan dengan menggunakan studi pustaka atau *library research*, terhadap dokumen dan literatur yang ada. Sumber data dalam penelitian ini adalah sumber data primer dan sekunder.

2. Teknik Pengumpulan Data

Sementara itu data sekunder didapat dari buku-buku, jurnal ilmiah, laporan tertulis, dan media masa. Data-data yang dikumpulkan kemudian diolah dan dianalisa dengan analisa eksplanatif, selanjutnya melakukan interpretasi hasil analisa tersebut dengan berpedoman pada teori-teori yang sesuai.

² Khudori. Op. Cit. hal. 3

PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN

Perkembangan Investasi *Starbucks Coffee* di Indonesia

PT. Mitra Adi Perkasa, pemimpin di Indonesia dalam *franchise* merek retail, memenangkan perjanjian Lisensi Master untuk mengoperasikan *Starbucks* di Indonesia. Mengingat semakin banyak perusahaan-perusahaan waralaba seperti *starbucks* di Indonesia maka pemerintah Indonesia pun memberikan kebijakan-kebijakan serta persyaratan dalam bentuk perjanjian dengan perusahaan bersangkutan. Waralaba diselenggarakan berdasarkan perjanjian tertulis antara pemberi waralaba dengan penerima waralaba dengan memperhatikan hukum Indonesia. Pemberian izin *starbucks* adalah wewenang dari kementerian perdagangan itu sendiri. Izin yang di dapatkan oleh *starbucks* adalah hasil dari ketertibannya dalam menjalani prosedur-prosedur yang sudah di tetapkan oleh pemerintah. Seperti contohnya adalah pembayaran pajak, karena *starbucks* termasuk perusahaan yang menjadi penyumbang pajak terbesar di Indonesia. *Starbucks* termasuk investasi langsung luar negeri yang ciri-ciri perekonomiannya semakin mengglobal.

Pada tahun 2002 *Starbucks* membuka toko pertamanya di Plaza Indonesia, Jakarta dan unggulan

pertama di Plaza Senayan, Jakarta. Toko pertama di Surabaya juga dibuka di Tunjungan Plaza 4. Di tahun 2003 *Starbucks* membuka toko bandara pertama di Indonesia di Bandara Soekarno-Hatta, Cengkareng dan toko Bali pertama di Hard Rock Hotel Bali. Sedangkan toko 24 jam pertama di Skyline Building Thamrin. Sebagai bagian dari komitmennya untuk terus berinovasi, Starbucks memperkenalkan *WiFi* ke toko untuk pertama kalinya. Starbucks juga membuka toko pertamanya di Sumatera di Sun Plaza Medan dan dilakukan Kompetisi *Coffee Ambassador* pertama. Di tahun 2005 dan 2006 Starbucks membuka drive-thru toko pertamanya di Asia Tenggara di KM 19 Cikampek dan dilakukan *Coffee Ambassador* Kompetisi ke-2 dan membuka toko di Margo City Depok dan Botani Square Bogor.

Dunia Kopi Indonesia

Pada awalnya pemerintah Belanda menanam kopi di daerah sekitar Batavia (Jakarta), Sukabumi, Bogor, Mandailing dan Sidikalang. Kopi juga ditanam di Jawa Timur, Jawa Tengah, Jawa Barat, Sumatra, Sulawesi, Timor dan Flores. Pada permulaan abad ke-20 perkebunan kopi di Indonesia mulai terserang hama, yang hampir memusnahkan seluruh tanaman kopi. Pada akhir abad ke 17 mereka mencoba untuk memassalkan jenis Arabika-Malabar di daerah Bogor dan Batavia. Untuk menggenjot produksinya maka pemerintah Hindia

Belanda menerapkan *culturstelsel*, yang berarti mewajibkan rakyat untuk menanam kopi. Hasil melimpah di kopi Jawa ini kemudian mulai dilelangkan di Amsterdam dan menghasilkan keuntungan yang besar. *Java Coffee* menjadi begitu terkenalnya di Eropa saat itu bahkan kemudian kata *java* dapat disubstitusikan untuk kata benda kopi itu sendiri. Robusta menggantikan kopi Liberika. Walaupun ini bukan kopi yang khas bagi Indonesia, kopi ini menjadi bahan ekspor yang penting di Indonesia.

Bencana alam, Perang Dunia II dan perjuangan kemerdekaan semuanya mempunyai peranan penting bagi kopi di Indonesia. Pada awal abad ke-20 perkebunan kopi berada di bawah kontrol pemerintahan Belanda. Infrastruktur dikembangkan untuk mempermudah perdagangan kopi. Sebelum Perang Dunia II di Jawa Tengah terdapat jalur rel kereta api yang digunakan untuk mengangkut kopi, gula, merica, teh dan tembakau ke Semarang untuk kemudian diangkut dengan kapal laut. Kopi yang ditanam di Jawa Tengah umumnya adalah kopi Arabika. Kopi Arabika juga banyak diproduksi di kebun-kebun seperti (Kayumas, Blawan, Kalisat/Jampit)di Bondowoso, Jawa Timur.

Sedangkan kopi robusta di Jawa Timur, banyak diproduksi dari kebun - kebun seperti Ngrangkah Pawon (Kediri), Bangelan (Malang), Malangsari, Kaliselogiri (Banyuwangi). Di daerah pegunungan dari Jember hingga Banyuwangi terdapat banyak perkebunan kopi Arabika dan

Robusta. Kopi Robusta tumbuh di daerah rendah sedangkan kopi Arabika tumbuh di daerah tinggi. Setelah kemerdekaan banyak perkebunan kopi yang diambil alih oleh pemerintah yang baru atau ditinggalkan. Saat ini sekitar 92% produksi kopi berada di bawah petani-petani kecil atau koperasi.

DAMPAK DARI INVESTASI STARBUCKS COFFEE BAGI KOPI LOKAL INDONESIA

1. Dampak dari Investasi Starbucks Coffee Terhadap Produksi Kopi Lokal Yang Menurun

Sebagian besar petani mengusahakan kopi dengan luas garapan rata-rata berkisar antara 0,5-1 ha. Namun didalam dunia perindustrian selalu ada yang namanya rintangan yang dihadapi untuk meningkatkan hasil-hasil produksi yang membaik atau paling tidak untuk mempertahankannya. Di tahun 2008 produksi kopi dapat dilihat perkembangannya yang baik dari tahun ke tahun. Namun itu tidak menjamin bahwa produksi kopi lokal terus maju, dikarenakan pada tahun 2011 investasi asing berupa *starbucks* mempunyai strategi dalam 5 tahun ke depan yaitu dari tahun 2011 sampai tahun 2015 untuk mengembangkan bisnisnya membangun gerai-gerai yang menargetkan 50-100 gerai di setiap kota Indonesia.

Pada tahun 2011 jumlah produksi kopi lokal berjumlah dengan total 1.265.734 ton atau (73,28%). Namun Penurunan tidak terlihat di tahun

2012 yaitu dengan total produksi 1.271.540 ton atau (69,35%). Tidak sama di tahun sebelumnya 2012, di tahun 2013 kopi lokal kembali lemah dalam produksinya yaitu sebesar 1.240.754 ton atau (68,53%). Pada tahun 2014 produksi kopi lokal kian melemah dengan jumlah total produksi kopi lokal menjadi 1.232.350 ton dan di tahun selanjutnya, tahun 2015 menjadi 1.224.258 ton atau (55,43%).

2. Dampak dari Investasi Starbucks Coffee Terhadap Penjualan Kopi Lokal Yang Menurun

Kondisi tersebut berdampak langsung pada harga kopi-kopi lokal yang diusahakan oleh para petani lokal. Harga kopi di tingkat petani tersebut menjadi tidak stabil yang terkadang naik dan turun yang disebabkan oleh menurunnya produksi kopi lokal yang terus membuat para petani kopi susah memberi harga untuk setiap jenis biji kopi. Karena menurunnya produksi kopi lokal, petani sempat menaruh harga yang tinggi akan tetapi tingkat konsumsi kopi lokal yang menurun dari masyarakat menjadikan pengusaha-pengusaha kopi lokal enggan membeli kopi dari petani lokal yang menaruh harga tinggi.

Akhirnya harga jual kopi pun diturunkan oleh petani lokal karena tidak mau biji-biji kopi yang siap untuk di jual hanya tersimpan di dalam gudang yang disebabkan karena menurunnya penjualan kopi tersebut. Seperti kopi jenis robusta sebelumnya diletak dengan harga sebesar 23.000 rupiah hingga 40.000

rupiah di tahun 2009 sampai 2010 namun menjadi 11.000 rupiah dari awal tahun 2013 hingga 13.000 rupiah saja. Para petani mulai saling menjatuhkan harga agar biji-biji kopi segera terjual. Karena jika tidak segera terjual maka ada dari beberapa biji kopi yang terlalu disimpan digudang akan menjadi tidak bagus lagi atau busuk.

3. Dampak Terhadap Usaha-Usaha Pengusaha Kopi Lokal dan Petani Lokal

Situasi menurunnya penjualan produksi kopi lokal membuat pendapatan pengusaha lokal dan para petani lokal menurun. Hal lainnya adalah tergesernya pengusaha kopi lokal yang kalah bersaing dengan kopi asing milik *starbucks coffee*. Misalkan pendapatan total yang diterima oleh petani kopi lokal akan dikenakan biaya-biaya lainnya seperti biaya penyimpanan, pemeliharaan, bunga bank dan bongkar muat. Sehingga pendapatan yang diterima oleh petani kopi lokal tidak berjumlah dalam harga total yang didapat semula. Disamping itu para pengusaha kopi lokal mulai merugi dan menutup gerai-gerai kopi lokalnya. Pertama, kehadiran usaha-usaha kopi asing seperti *starbucks coffe* merupakan pesaing yang bermodal jauh lebih besar dibandingkan dengan pengusaha-pengusaha kopi lokal., sehingga menggeser gerai-gerai kopi lokal di tempat-tempat pasar besar seperti pusat perbelanjaan *mall* karena harga sewa tidak sebanding dengan modal maupun hasil pendapatan yang kian menurun.

KESIMPULAN

Sebuah perusahaan *multinational corporation* (MNC) yaitu *starbucks coffee* telah banyak berkembang di Indonesia. Investasi-investasi *starbucks* telah dikembangkan di berbagai kota yang ada di Indonesia. Perusahaan yang bergerak di bidang retail minuman ini secara cepat menarik masyarakat-masyarakat untuk menikmati kopi di gerainya. Ada beberapa dampak yang terjadi yang diakibatkan oleh luasnya perkembangan *starbucks coffee* di Indonesia, diantaranya;

- Minat masyarakat. Masyarakat cenderung lebih memilih kopi atau berada di gerai kopi asing di era yang semakin modern hanya untuk memperlihatkan strata sosialnya.
- Pengusaha kopi lokal mulai merugi jika dilihat dari kondisi pangsa pasar yang mulai meninggalkan kopi-kopi lokal. Akibatnya beberapa gerai kopi lokal mulai tutup
- Para petani merasakan jika produksi kopi mulai menurun karena para pengusaha kopi lokal juga mulai minim permintaan terhadap biji-biji kopi yang akan di olah..
- Menurunnya produksi kopi membuat harga kopi kian tidak stabil dan membuat harga kopi lama-lama menurun agar segera terjual sebelum membusuk.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

Anindita, Ratya dan Michael R.Reed.
2009. *Bisnis dan Perdagangan Internasional: Perdagangan dan Lingkungan*. Andi:Yogyakarta

Nancy F. Koehn dalam Howard Schultz and Starbucks Coffee Company, Harvard Business School Entrepreneur Cases, November 2001

Henricus, W. Ismanthono,2006. *Kamus Istilah Ekonomi Populer*.PT Kompas Media Nusantara. Jakarta

P.S. Siswoputranto, Kopi Internasional Dan Indonesia, Penerbit Kanisius, 1993

Joseph A. Michelli, *The Starbucks experience*, 2007

Jurnal

http://journal.bakrie.ac.id/index.php/jurnal_ilmiah_ub/article/view/634

Laporan dan Dokumen Resmi

Starbucks company information

Management strategi starbucks