

Menilik Potensi Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Kopi dan Kakao

Lya Aklimawati¹⁾ dan Wahyu Abidin Shaf²⁾

¹⁾Pusat Penelitian Kopi dan Kakao Indonesia, Jl. PB. Sudirman 90 Jember 68118

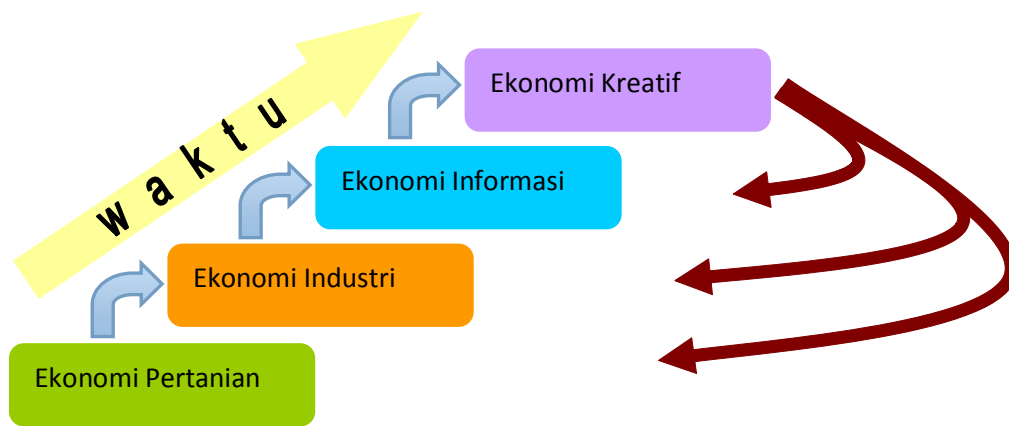
²⁾Dinas Kehutanan dan Perkebunan, Jl. Argulobang 19, Baciro, Yogyakarta 55225

Berkembangnya pertumbuhan ekonomi dunia telah memunculkan gelombang ekonomi baru yang dikenal dengan istilah “Ekonomi Kreatif”. Melalui kreativitas, peluang bisnis di berbagai sektor dapat digarap dengan optimal. Begitu pula di sektor perkebunan, ekonomi kreatif menjadi solusi penting untuk meningkatkan daya saing produk di sektor tersebut. Perpaduan konsep ekonomi kreatif dengan sumber daya di sektor kopi dan kakao akan mampu membuka peluang bisnis dengan penciptaan produk-produk kreatif melalui riset dan pengembangan.

Saat ini, istilah ekonomi kreatif telah banyak diperbincangkan oleh berbagai kalangan di Indonesia terutama sejak peluncuran program *Indonesia Design Power* pada tahun 2006 oleh Departemen Perdagangan RI²⁾. Namun, arti ekonomi kreatif itu sendiri masih belum begitu banyak dipahami oleh kalangan masyarakat. Oleh karena itu, tulisan ini akan memaparkan mengenai pengertian ekonomi kreatif dan pemanfaatan peluang usaha dengan mendasarkan pada konsep ekonomi kreatif. Istilah ekonomi kreatif diperkenalkan pertama kali oleh John Howkins pada tahun 2001 di dalam terbitan bukunya yang berjudul *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas*. Melalui buku tersebut, konsep ekonomi kreatif mulai dikenal secara global dan kemudian disebut sebagai “era baru” dalam gelombang teori ekonomi. Kemunculan gelombang ekonomi baru ini mulai disadari pada tahun 1996 melalui tingginya nilai ekspor produk-produk Hak Kekayaan Intelektual (HKI) yang dihasilkan oleh Amerika Serikat³⁾. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa bermula dari ide dan

kreativitas akan dapat menciptakan suatu produk yang memiliki nilai ekonomi tinggi.

Sejalan dengan pertumbuhan ekonomi dunia, sistem ekonomi juga turut mengalami perkembangan. Hal ini ditandai dengan mulai bergesernya sistem ekonomi yang semula berbasis pertanian menuju sistem ekonomi yang berlandaskan pada ide dan kreativitas. Secara teori, perkembangan peradaban ekonomi tersebut dibagi menjadi empat gelombang, yaitu gelombang ekonomi pertanian, ekonomi industri, ekonomi informasi dan ekonomi kreatif. Diungkapkan oleh John Howkins bahwa gelombang ekonomi keempat, yaitu ekonomi kreatif, juga disebut sebagai ekonomi kultural. Dari segi keilmuan, ekonomi kreatif diartikan sebagai ilmu ekonomi yang berbasis pada ide atau gagasan, kreativitas dan pengetahuan, dengan menempatkan sumber daya manusia sebagai faktor produksi utama dalam menggerakkan kegiatan ekonominya. Konsep ekonomi kreatif ini tidak hanya memayungi konsep teori ekonomi sebelumnya, tetapi juga dapat melebur dengan teori-teori ekonomi lainnya.



Perkembangan gelombang teori ekonomi

Bagi Indonesia, munculnya konsep ekonomi kreatif ini dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan daya saing produk baik di pasar domestik maupun pasar internasional. Namun, perlu diketahui bahwa keberhasilan peningkatan daya saing produk melalui penerapan konsep ekonomi kreatif terletak pada sumber daya manusianya yang kreatif⁴). Dalam konsep ekonomi kreatif, dijelaskan bahwa ekonomi kreatif mencakup industri kreatif yang merupakan bagian atau sektor yang tak terpisahkan dari ekonomi kreatif itu sendiri. Industri kreatif didefinisikan sebagai industri yang bertumpu pada kreativitas, keterampilan dan bakat individu yang berpotensi dalam menciptakan kesejahteraan dan lapangan kerja melalui daya kreasi dan daya cipta dari individu tersebut. Industri kreatif yang dikembangkan di Indonesia dikategorikan dalam 14 subsektor yang meliputi (1) Periklanan; (2) Arsitektur; (3) Pasar barang seni; (4) Kerajinan; (5) Desain; (6) *Fashion*; (7) Film, video dan fotografi; (8) Permainan interaktif; (9) Musik; (10) Seni pertunjukan; (11) Penerbitan dan percetakan; (12) Layanan komputer dan piranti lunak; (13) Televisi dan radio; dan (14) Riset dan pengembangan¹).

Mengacu pada ke-14 kelompok industri kreatif, tampak bahwa produk-produk kreatif bukan hanya berasal dari bidang seni, budaya dan informasi, melainkan juga dapat digali dari riset dan pengembangan (R & D) terutama melalui pemanfaatan sumber daya alam. Namun, potensi subsektor tersebut dalam menciptakan peluang bisnis masih belum banyak digarap, sedangkan sumber daya alam yang prospektif untuk

dikembangkan juga masih tersedia dalam jumlah yang cukup besar. Salah satu sektor yang dapat dimanfaatkan sumber daya alam dan budaya lokalnya adalah sektor perkebunan. Dalam konteks ekonomi kreatif ini, komoditas perkebunan yang akan dibahas utamanya adalah kopi dan kakao. Kedua komoditas tersebut dipandang mempunyai nilai ekonomi dan peluang bisnis yang cukup potensial untuk dikembangkan. Nilai ekonomi kedua komoditas akan semakin tinggi jika dapat diciptakan produk kreatif yang memberikan nilai tambah lebih besar melalui riset dan pengembangan.

Melalui ide-ide kreatif, kopi dan kakao tidak hanya dikembangkan dalam bentuk produk minuman maupun makanan, tetapi juga dapat dimanfaatkan untuk membuat produk-produk lainnya. Dengan memanfaatkan daya kreasi dan daya cipta individu di bidang riset dan pengembangan, produk kreatif dapat dibuat dan dikembangkan dari berbagai sisi ruang lingkup kegiatan. Pada ruang lingkup pengembangan produk, kakao dapat dikembangkan dalam berbagai variasi produk hilir. Selama ini, kopi dan kakao sebagian besar dimanfaatkan untuk pembuatan produk makanan dan minuman. Selain produk pangan tersebut, kreativitas produk berbahan dasar kopi dan kakao yang dapat dikembangkan adalah produk kesehatan dan produk kecantikan. Di bidang kecantikan, kakao telah banyak digunakan sebagai bahan produk kecantikan seperti *hand & body lotion*, lulur mandi, sabun mandi dan produk kecantikan lainnya. Demikian juga dengan kopi, beberapa produk kecantikan berbahan



(Foto: Puslitkoka)

Produk hasil olahan kopi dan kakao

dasar kopi adalah masker wajah, lulur dan parfum. Sedangkan untuk bidang kesehatan, kandungan polifenol pada kakao dan kafein pada kopi dapat digunakan sebagai bahan pada produk-produk farmasi.

Dalam proses produksi kopi dan kakao, akan diperoleh hasil samping dan limbah baik yang berasal dari pengolahan di kebun maupun dari proses pengolahan hulunya. Hasil samping dan limbah tersebut dapat diubah sedemikian rupa menjadi produk yang memiliki nilai tambah. Melalui pengetahuan dan kreativitas, hasil samping pengolahan kakao yang berupa pulpa dapat diproses lebih lanjut menjadi produk kreatif berupa minuman *nata de cacao*. Selain pulpa, kakao juga menghasilkan limbah berupa kulit buah yang jarang dimanfaatkan oleh petani karena dianggap kurang memiliki nilai jual. Untuk mengubah persepsi tersebut, pemanfaatan kreativitas perlu ditonjolkan untuk mengolah kulit buah kakao

menjadi produk yang bernilai guna. Beberapa produk yang dapat diciptakan dengan memanfaatkan kulit buah kakao adalah pakan ternak, sabun tangan dan sabun cuci piring. Seperti halnya kakao, kopi juga banyak menghasilkan limbah dari pengolahan hulunya yang berupa kulit buah kopi, namun belum banyak orang yang mengetahui bahwa kulit buah kopi dapat dimanfaatkan dalam pembuatan produk pangan yang dapat dikomersialkan. Melalui beberapa tahapan pengolahan, kulit buah kopi dapat diproses menjadi produk teh yang dikenal dengan sebutan teh "cascara". Teh "cascara" ini merupakan teh hasil olahan dari kulit buah kopi terutama yang berwarna merah. Petani kopi Indonesia yang telah memanfaatkan kulit buah kopi menjadi minuman teh adalah petani kopi di Gayo.

Untuk pengembangan di bidang kerajinan, kopi juga dapat dikreasikan menjadi produk yang bernilai seni. Misalnya, pembuatan produk kerajinan

dengan memanfaatkan tanaman kopi tua, tetapi batang kayunya masih dalam kondisi bagus. Batang tanaman kopi tersebut dapat digunakan sebagai bahan untuk membuat *furniture*. Lekukan dari batang tanaman kopi akan memberikan kesan unik dan nilai estetika pada produk *furniture* yang dihasilkan. Selain batang tanamannya, limbah minuman kopi berupa ampas juga dapat diubah menjadi produk seni dalam bentuk lukisan atau hiasan dinding. Sentuhan kreativitas ini perlu dikembangkan karena mampu menghasilkan produk yang mempunyai nilai jual dan tentunya untuk mengurangi jumlah limbah yang dapat mencemari lingkungan.

Pemanfaatan limbah tidak terbatas pada produk pangan dan kerajinan, tetapi dapat pula dikembangkan untuk kategori energi baru terbarukan. Limbah kopi dan kakao ini umumnya diaplikasikan untuk memproduksi biogas. Hasil produksi biogas tersebut nantinya digunakan untuk keperluan rumah tangga, misalnya untuk memasak. Kreasi dalam pembuatan biogas ini sebaiknya dirancang dengan penggunaan teknologi dan peralatan yang sederhana agar bisa diadopsi dan diaplikasikan secara luas oleh konsumen, terutama petani atau peternak.

Sebagai sarana hiburan, perkebunan kopi dan kakao dapat dimodifikasi dan dikembangkan menjadi lokasi eduwisata bagi siswa sekolah, mahasiswa maupun khalayak umum. Kegiatan eduwisata ini merupakan gabungan antara kegiatan di bidang pendidikan dan wisata/hiburan dengan tujuan untuk memperluas pengetahuan pengunjung terkait kopi dan kakao. Dari sisi ekonomi, pengembangan eduwisata juga berguna sebagai media promosi kepada publik dan sekaligus dapat meningkatkan pendapatan perusahaan melalui penjualan produk atau *merchandise*.

Pada bidang perkebunan, terciptanya produk kreatif dapat dilakukan dengan menelusuri hal-hal yang berhubungan dengan pertanaman kopi maupun kakao. Sebagai contoh, adanya permasalahan terkait rendahnya produktivitas tanaman, maka dapat dikembangkan bahan tanam unggul yang mempunyai potensi produksi tinggi dan tahan terhadap serangan hama penyakit. Kaitannya dengan kelestarian lingkungan dan adanya perkembangan tuntutan konsumen untuk melakukan proses produksi yang ramah lingkungan, produk kreatif yang dapat dikembangkan adalah pupuk organik dan bio insektisida. Pengembangan produk pupuk organik maupun bio insektisida telah



Kreasi *furniture* berbahan batang tanaman kopi

(Foto: Puslitkoka)



Produk alat mesin pengolahan hulu kopi (a) dan pengolahan hilir kakao skala rumah tangga (b)

banyak dilakukan oleh pelaku usaha. Beberapa produk pupuk organik untuk tanaman kopi dan kakao yang telah beredar di pasar adalah pupuk organik Granule Modern SUPER-G, pupuk organik Power Nutrition, pupuk organik POP SUPERNASA, pupuk hayati ULTRA GEN dan merek lainnya.

Sementara produk bioinsektisida dapat dikembangkan dengan memanfaatkan keberadaan hama atau penyakit yang sifatnya patogen bagi hama atau penyakit lainnya. Sebagai contoh, pemanfaatan jamur *Beauveria bassiana* sebagai agensia hayati untuk mengendalikan serangan hama dan penyakit seperti hama penggerek buah kopi, kepik penghisab buah/pucuk kakao, penggerek batang/cabang kakao dan ulat kantung. Selain itu, terdapat pula jamur antagonis lain sebagai pengendali hayati adalah jamur *Trichoderma* spp. Jamur antagonis ini berguna dalam mengendalikan busuk buah dan kanker batang pada tanaman kakao, serta jamur akar. Kedua jenis jamur patogen tersebut telah banyak diproduksi oleh industri dengan beberapa merek dagang, misalnya Natural BVR, Tricho Plus, Greemi-G dan merek-merek lainnya. Di samping penggunaan jamur patogen, senyawa atraktan dapat juga digunakan untuk menekan serangan hama pada tanaman kopi maupun kakao. Senyawa atraktan ini telah dikemas menjadi suatu produk dan dipasarkan dengan beberapa merek dagang, misalnya Hypotan, Atrakop 500L, Del-ta (feromon trap),

Fero-PBK dan sebagainya. Beberapa produk kreatif tersebut merupakan produk HKI yang bernilai dari segi ekonomi dan prospektif untuk dikembangkan.

Hasil kreasi dari sisi pengolahan dapat berupa pengembangan alat mesin tepat guna untuk mengolah kopi dan kakao menjadi produk yang bermutu tinggi. Dalam pembuatan alat mesin, perekayasa membutuhkan daya kreasi tinggi karena harus menuangkan ide kreatifnya menjadi suatu produk baru atau pun memodifikasi produk lama dengan nilai kegunaan yang lebih tinggi. Selain itu, kreasi alat mesin juga harus memperhatikan berbagai hal terutama kinerja alat mesin dan sasaran penggunaannya karena alat mesin yang didesain dengan “apik” belum tentu sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Sebagai contoh kasus, desain alat mesin yang diproduksi kurang diminati oleh konsumen karena sulit dioperasikan dan harganya relatif mahal. Dengan demikian, pembuatan produk alat mesin harus dikreasikan dengan mempertimbangkan kemampuan sosial ekonomi konsumen dan kondisi tempat untuk operasional alat mesin tersebut. Kreativitas alat mesin tidak hanya diperlukan dari sisi produksinya, melainkan juga kreativitas dalam hal pemasarannya karena tidak semua alat mesin yang diciptakan dapat diakses dengan mudah oleh konsumen yang menginginkan produk tersebut.

Penutup

Berbagai produk kreatif yang tercipta seperti yang telah disebutkan sebelumnya diharapkan mampu memberikan kontribusi dalam meningkatkan nilai tambah komoditas kopi dan kakao. Dengan kreasi dan inovasi, pelaku usaha dapat menciptakan berbagai produk komersial yang layak untuk dipasarkan. Peluang bisnis berbasis kreativitas dan inovasi teknologi perlu digali, terutama untuk meningkatkan keuntungan usaha. Bisnis kreatif juga memberikan peluang untuk memperluas pangsa pasar dan memasuki pasar baru. Memasuki jalur bisnis kreatif, pelaku ekonomi dapat mempromosikan sumber daya lokal dengan menjadikannya produk yang berharga dan bernilai tinggi.

Sumber Pustaka

- ¹⁾Depdag RI (2008). *Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2025: Rencana Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2009-2015*. Departemen Perdagangan Republik Indonesia, Jakarta.
- ²⁾Faisal, A. (2012). *Pilar-Pilar Ekonomi Kreatif*. <http://www.feb.unpad.ac.id/id/arsip-fakultas-ekonomi-unpad/opini/2198-pilar-pilar-ekonomi-kreatif>. Diakses tanggal 12 Oktober 2015.
- ³⁾Howkins, J. (2001). *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas*. London: Penguin Books.
- ⁴⁾Sumotarto, U. (2010). Industri kreatif berbasis sumber daya alam. *Simposium Nasional 2010: Menuju Purworejo Dinamis dan Kreatif*, p. 6–17. Yogyakarta, Indonesia.

0

