

DESK STUDY

“Mendorong Pemanfaatan CSPO di Indonesia”

Promoting Green Lifestyle for Responsible Consumption and Production in Indonesia towards Zero Deforestation



Dafatar Isi

Daftar Singkatan	iii
BAB I	1
Latar Belakang.....	1
1.1. Konteks Desk Study	1
1.2. Tujuan Studi	3
1.3. Metodologi	3
1.4. Output	3
BAB II	4
Potensi CPO dan Perkembangan Produk Sawit Berkelanjutan (CSPO)	4
2.1. Potensi Luas Area dan Produktivitas Kelapa Sawit (CPO)	4
2.2. Gambaran Umum Perkebunan Sawit Berkelanjutan (CSPO)	6
BAB III	8
Aktor Kunci dalam Mendorong Produk Sawit Berkelanjutan di Rantai Nilai Kelapa Sawit	8
3.1. Value Chain dan Supplay Chain Industri Kelapa Sawit	8
3.2. Aktor Kunci dan Peranannya dalam Mendorong Industri Kelapa Sawit Berkelanjutan	11
3.3. Pola Konsumsi dan Produksi Produk Minyak Kelapa Sawit Berkelanjutan	15
3.4. Pergeseran Komitmen Perusahaan Untuk Produk Sawit Berkelanjutan	17
BAB IV	21
Tantangan dalam Mendorong Produk Sawit Berkelanjutan	21
BAB V	22
Penutup	22
5.1. Kesimpulan	22
5.2. Saran	22
Referensi.....	23

Daftar Singkatan

CPO	: <i>Crude Palm Oil</i>
CSPO	: <i>Certified Sourcing Palm Oil</i>
CSPO	: <i>Certified Sustainable Palm Oil</i>
RSPO	: <i>Roundtable Sustainable Palm Oil</i>
ISPO	: <i>Indonesia Sustainable Palm Oil</i>
PKS	: Perkebunan Kelapa Sawit
PKO	: <i>Palm Kernel Oil</i>
PDB	: Produk Domestik Bruto
IBCSD	: <i>Indonesia Business Council for Sustainable Development</i>
FMCG	: Fast Moving Consumer Good
HCV	: High Conservation Value
IUCN	: Internasional Union for Conservation Nature
Kemenperin	: Kementerian Perindustrian
NGO	: Non-Governmental Organization

BAB I

Latar Belakang

1.1. Konteks Desk Study



Kelapa Sawit (*Elaeis spp.*) merupakan jenis spesies tanaman *Arecaceae* atau family palma yang digunakan untuk pertanian komersil. Sejak decade tahun 70an tanaman penghasil minyak nabati mulai dikembangkan di Indonesia, 20 tahun kemudian tepatnya pada awal tahun 90 tanaman kelapa sawit berkembang pesat menjadi salah satu tanaman di industry perkebunan selain cengkeh, karet, kopi dll. Tercatat pada era tahun 90, jumlah luasan Areal pekebunan sawit di Indonesia mencapai 1 .126.677 Ha dengan hasil produksi kelapa sawit (Minyak Sawit) mencapai 2 .412.612 ton. Perkembangan luasan dan hasil produksi kelapa sawit Indonesia dari tahun ketahun terus mengalami peningkatan, dan pada tahun 2016 mencapai 11.914.499 Ha dengan hasil produksi CPO mencapai 33.229.381 ton (Sumber: Statistik Perkebunan Indonesia 2015-2017). Jumlah luasan penguasaan lahan kelapa sawit tersebut dikelola oleh tiga kategori pengelolaan diantaranya adalah PR/ Smallholders, PBR/Government dan PBS/ Private. Dari ketiga jenis perusahaan tersebut, PBS menguasai 50,77% luas areal kelapa sawit Indonesia, PR 37,45%, dan PBN hanya 11,67% (Outlook Kelapa Sawit 2016).

Jika melihat data tersebut, lompatan perkembangan perkebunan sawit di Indonesia baik dari sisi luasan maupun dari sisi produksi yang dihasilkan, maka industri kelapa sawit di Indonesia dapat dikatakan memiliki nilai strategis, menurut Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian Sekretariat Jenderal - Kementerian Pertanian dalam Analisis PDB Sektor Pertanian Tahun 2015, menyebutkan komoditas kelapa sawit pada subsector perkebunan tahun 2014 telah memberikan kontribusi terhadap PDB pertanian sempit sebesar 16,69%, nilai ini jauh di atas komoditas perkebunan lainnya seperti karet dan penghasil getah lainnya sebesar 4,76%, kelapa sebesar 1,44%, tebu dan tanaman pemanis lainnya sebesar 1,08% dan komoditas perkebunan lainnya sebesar 10,30%.

Data lain yang bersumber dari Rencana Aksi Nasional Kelapa Sawit Berkelanjutan Periode 2018 – 2023 (2017) menyebutkan bahwa pada tahun 2015 komoditas ini telah menyumbang 8% PDB berupa berupa nilai ekspor ketiga terbesar (USD 18,1 milyar atau setara dengan 13.7% dari total ekspor Indonesia). Dan pada tahun yang sama komoditas ini telah menyumbang IDR 22.27 trilyun dalam penerimaan negara berupa pajak; sementara pada tahun 2016 telah menyumbang sebesar IDR 11.7 trilyun penerimaan negara dari pungutan ekspor melalui Badan Pengelola Dana Perkebunan Kelapa Sawit (BPDP-KS).

Tingginya tingkat penerimaan Negara dari industri kelapa sawit tidak lepas dari tingginya tingkat kebutuhan akan konsumsi minyak kelapa sawit baik di Indonesia maupun di dunia. Tingkat konsumsi minyak kelapa sawit disebabkan oleh semakin berkembangnya varian produk turunan yang dihasilkan oleh produsen, diantaranya sebagai bahan pangan, kosmetik, dan bahan bakar. Secara umum konsumsi CPO di Indonesia menunjukkan kecenderungan meningkat. Pada tahun 2002 konsumsi minyak sawit hanya sebesar 1,69 juta ton, dan meningkat cukup tajam menjadi 4,2 juta ton pada tahun 2015 dengan rata-rata pertumbuhan mencapai 7,52% per tahun. Sedangkan ekspor Indonesia dalam bentuk wujud minyak sawit, minyak sawit lainnya, minyak inti sawit dan minyak inti lainnya mencapai 32,54 juta ton dengan nilai US\$ 17,36 milyar (Outlook Kelapa Sawit 2016).

Besarnya potensi yang dimiliki oleh kelapa sawit ini, pada saat yang sama juga menimbulkan berbagai persoalan, baik secara social maupun lingkungan; Deforestasi, gas rumah kaca (GRK), konflik sosial serta mengakibatkan hilangnya habitat penting dan keanekaragaman hayati yang unik merupakan dampak- dampak yang timbulkan oleh industry ini. Berbagai permasalahan tersebut pada dasarnya membutuhkan penanganan tersendiri agar minyak sawit tetap memiliki prospek besar di pasar, industri memiliki tanggung jawab untuk menghentikan praktek-praktek ilegal dan tidak bertanggung jawab dan memastikan minyak sawit diproduksi secara berkelanjutan.

Inisiatif-inisiatif untuk menuju industry kelapa sawit yang berkelanjutan telah muncul, *Roundtable on Sustainable Palm Oil (RSPO)* yang dibentuk atas prakarsa para pemangku kepentingan di bidang kelapa sawit global dibentuk tahun 2004, dengan tujuan untuk mempromosikan pertumbuhan dan penggunaan produk-produk minyak sawit berkelanjutan melalui standar global yang kredibel. Sementara di Indonesia Indonesia, pemerintah melalui Kementerian Pertanian telah membentuk *Indonesian Sustainable Palm Oil (ISPO)* dengan tujuan untuk meningkatkan daya saing minyak sawit Indonesia di pasar dunia dan ikut berpartisipasi dalam rangka memenuhi komitmen Pemerintah Republik Indonesia untuk mengurangi gas rumah kaca serta memberi perhatian terhadap masalah lingkungan.

Idealnya, produk kelapa sawit yang telah memenuhi standar dan kriteria berkelanjutan akan menjadi lebih kompetitif dikarenakan tekanan global yang mulai mementingkan produk berkelanjutan di tengah isu perubahan iklim. Hal ini menjadi urgen untuk pelaku bisnis kelapa sawit di Indonesia agar produk kelapa sawit tetap dapat bersaing di pasar internasional. kesadaran akan produk kelapa sawit yang berkelanjutan seharusnya tidak hanya dari tingkat produsen saja tetapi juga dari konsumen yang perlu sadar bahwa pilihan mereka akan menentukan pengambil kebijakan di tingkat pemangku kepentingan baik pemerintah maupun pihak perusahaan. Proses adopsi minyak kelapa sawit berkelanjutan atau *Certified Sustainable Palm Oil (CSPO)* oleh perusahaan akan lebih cepat jika konsumen bisa memaksa pelaku bisnis untuk hanya menggunakan minyak kelapa sawit berkelanjutan dalam suplai bisnis mereka.

Oleh karenanya, dalam mengatasi persoalan di atas, IBCSD melalui program *Green Lifestyle* mendorong industri manufaktur hingga retail untuk dapat memanfaatkan CSPO. Sebagai awal dari program tersebut, dibutuhkan studi untuk memetakan stakeholders, berbagai inisiatif yang telah ada, komitmen perusahaan, kendala dan peluang dalam mendorong produk sawit yang berkelanjutan untuk menyusun strategi yang tepat terhadap situasi yang ada.

1.2. Tujuan Studi

Studi ini bertujuan untuk memberikan analisa sebagai referensi untuk pemetaan aktor yang terlibat dalam rantai nilai kelapa sawit beserta pemangku kepentingan yang terkait. Selanjutnya, studi ini juga bertujuan untuk memberikan analisa yang bisa dijadikan landasan untuk pengembangan program yang dapat mengarusutamakan *green lifestyle* pada produk-produk berbasis kelapa sawit. Terdapat empat bagian utama dari tujuan studi:

1. **Identifikasi pemangku kepentingan:** identifikasi aktor-aktor penting pada rantai nilai kelapa sawit yang mampu memberikan dampak signifikan untuk mendukung gaya hidup yang ramah lingkungan termasuk di dalamnya pemetaan rantai nilai dari produsen, *refinery* hingga retail. Selain itu, juga memetakan aktor pendukung lainnya yang berkontribusi dalam rantai nilai tersebut
2. **Memetakan komitmen perusahaan** dari *refinery* hingga retailer dalam pemanfaatan CSPO.

1.3. Metodologi

Metode *desk study* yang dilakukan diantaranya pengumpulan data dan informasi melalui pemeriksaan dan analisis data dan informasi yang menggunakan data sekunder, baik berupa dokumen-dokumen internal/eksternal perusahaan, peraturan perundang-undangan yang terkait CSPO (RSPO dan ISPO), laporan, data statistik, studi pustaka, peta-peta dan sebagainya.

1.4. Output

Output yang diharapkan dari studi ini adalah:

1. **Pemetaan aktor** di sepanjang rantai nilai mulai produsen dari *refinery* hingga retail
2. **Informasi mengenai komitmen** perusahaan dan konsumen untuk memperoleh produk minyak kelapa sawit berkelanjutan beserta praktik atau peningkatannya
3. **Identifikasi peluang dan hambatan** dalam memperoleh produk minyak kelapa sawit berkelanjutan oleh aktor-aktor yang terlibat secara umum
4. **Rekomendasi strategi** dalam mendorong pemanfaatan minyak kelapa sawit berkelanjutan berdasarkan temuan tersebut

BAB II

Potensi CPO dan Perkembangan Produk Sawit Berkelanjutan (CSPO)

2.1. Potensi Luas Area dan Produktivitas Kelapa Sawit (CPO)



Saat ini, Indonesia dan Malaysia merupakan negara produsen minyak kelapa sawit terbesar di dunia, dengan nilai kontribusi sebesar 85% dari total produksi minyak kelapa sawit global. Menurut data statistik Perkebunan Indonesia¹, perkembangan luasan dan hasil produksi kelapa sawit Indonesia dari tahun 1970 – 2010 terus mengalami peningkatan. Tahun 1990 merupakan puncak perkembangan perkebunan kelapa sawit di Indonesia. Peningkatan luasan dan produktivitas kelapa sawit, disajikan pada tabel di bawah ini:

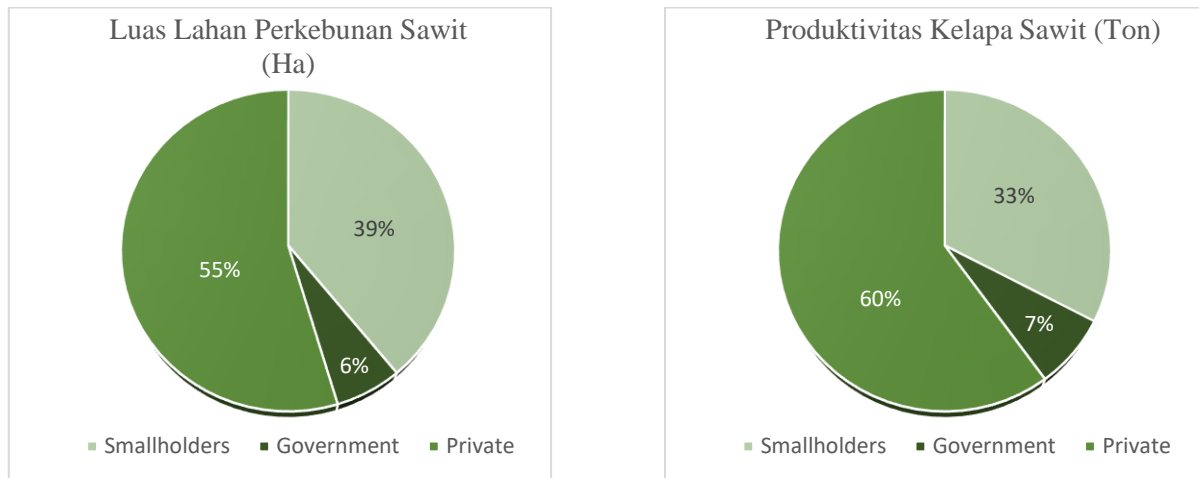
Tabel 1: Luas Areal dan Produksi Kelapa Sawit (Minyak Sawit), Menurut Status Pengusahaan 5 Dekade terakhir

Tahun/ Year	Luas Areal/Area (Ha)			Jumlah/ Total	Produksi/Production (Ton)			Jumlah/ Total
	PR/ Smallholder	PBN/ Government	PBS/ Private		PR/ Smallholder	PBN/ Government	PBS/ Private	
1970	-	86.640	46.658	133.298	-	147.003	69.824	216.827
1980	6.175	199.538	88.847	294.560	770	498.858	221.544	721.172
1990	291.338	372.246	463.093	1.126.677	376.950	1.247.156	788.506	2.412.612
2000	1.166.758	588.125	2.403.194	4.158.077	1.905.653	1.460.954	3.633.901	7.000.508
2010	3.387.257	631.520	4.366.617	8.385.394	8.458.709	1.890.503	11.608.907	21.958.120

Sumber: Statistik Perkebunan Indonesia Komoditas Kelapa Sawit 2015– 2017

¹ Sumber: Statistik Perkebunan Indonesia 2015-2017

Pada tahun 2016, luasan area perkebunan kelapa sawit mencapai 11.914.499 Ha dengan hasil produksi CPO mencapai 33.229.381 Ton. Berikut merupakan diagram luas dan produktivitas kelapa sawit tahun 2016 menurut status pengusaha:



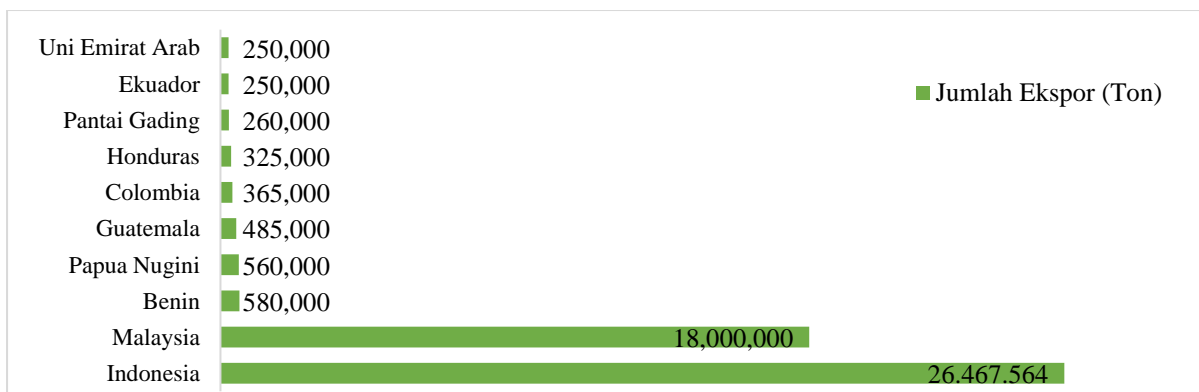
Gambar 1. Luas Areal dan Produksi Kelapa Sawit (Minyak Sawit), Menurut Status Pengusahaan Tahun 2016 (Sumber: Statistik Perkebunan Indonesia 2015-2017)

Dengan besarnya potensi luasan dan produksi, Indonesia telah menjadi produsen dan eksportir terbesar minyak sawit di dunia. Trend ekspor minyak kelapa Indonesia menunjukkan peningkatan setiap tahunnya, seiring meningkatnya jumlah populasi dunia yang mencapai 9 miliar. Hal ini berdampak pada meningkatnya konsumsi produk berbahan dasar minyak kelapa sawit seperti produk makanan, kosmetik dan biodisel. Secara rinci peningkatan ekspor impor minyak sawit (CPO) Indonesia tahun 2011-2016, disajikan pada tabel berikut:

Tabel 2. Volume dan Nilai Ekspor Minyak Sawit (CPO) Tahun 2011-2015

Tahun/ Year	Minyak Sawit / Crude Palm Oil		Minyak Sawit lainnya / others of Crude Palm Oil		Jumlah / Total	
	Volume / Volume (Ton)	Nilai / Value (000 US\$)	Volume / Volume (Ton)	Nilai / Value (000 US\$)	Volume / Volume (Ton)	Nilai / Value (000 US\$)
2011	10.428.085	10.960.993	6.008.117	6.300.255	16.436.202	17.261.247
2012	7.262.831	6.676.504	11.588.006	10.925.676	18.850.836	17.602.180
2013	6.584.732	4.978.533	13.993.244	10.860.317	20.577.976	15.838.850
2014	5.726.820	4.206.741	17.165.567	13.258.163	22.892.387	17.464.905
2015	7.788.550	4.388.094	18.679.014	10.997.181	26.467.564	15.385.275

Keterangan: *) Sementara / Preliminary - Statistik Perkebunan Indonesia 2015-2017



Gambar 2. Negara pengeksport minyak kelapa sawit terbesar (sumber data diola)

Kelapa sawit menjadi penyumbang terbesar penerimaan negara (PDB) dari sektor pertanian. Menurut Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian Sekretariat Jenderal - Kementerian Pertanian dalam Analisis PDB Sektor Pertanian Tahun 2015, menyebutkan komoditas kelapa sawit pada subsector perkebunan tahun 2014 telah memberikan kontribusi terhadap PDB pertanian sempit sebesar 16,69%, nilai ini jauh di atas komoditas perkebunan lainnya seperti karet dan penghasil getah lainnya sebesar 4,76%, kelapa sebesar 1,44%, tebu dan tanaman pemanis lainnya sebesar 1,08% dan komoditas perkebunan lainnya sebesar 10,30%. Merujuk dari data PDB, maka komoditas kelapa sawit memiliki nilai strategis dalam pertumbuhan perekonomian negara.

2.2. Gambaran Umum Perkebunan Sawit Berkelanjutan (CSPO)

Berkembangnya industri perkebunan kelapa sawit di Indonesia, pada saat yang sama juga menimbulkan dampak-dampak negatif bagi social dan lingkungan. Ekspansi perkebunan kelapa sawit telah menyebabkan kerusakan hutan hujan tropis, meningkatnya gas rumah kaca, menurunnya keanekaragaman hayati spesies penting, pengusiran penduduk lokal atau pemberian kompensasi yang tidak memadai pada penduduk yang tinggal di daerah tersebut. Belum lagi kondisi kerja di perkebunan yang sering tidak mengikuti standar internasional ataupun mengikuti standar hukum setempat.



Untuk menekan dampak negatif yang ditimbulkan, berbagai inisiasi muncul untuk menuju pengelolaan kelapa sawit berkelanjutan. Dukungan global (terutama Uni Eropa) melalui *Roundtable on Sustainable Palm Oil (RSPO)* yang dibentuk tahun 2014 merumuskan aturan bagi anggotanya untuk menerapkan praktek pengelolaan kelapa sawit berkelanjutan. Sementara di Indonesia sendiri, pemerintah berkomitmen mendorong pembangunan kelapa sawit berkelanjutan lewat Peraturan Menteri Pertanian No.19 tahun 2011 yang diperbaharui dengan Peraturan Menteri Pertanian No. 11

tahun 2015 mengenai penerapan sistem sertifikasi *Indonesia Sustainable Palm Oil (ISPO)*.

Pembangunan Perkebunan kelapa sawit berkelanjutan atau *Sustainable Palm Oil* merupakan kewajiban yang harus diterapkan oleh pemerintah dan perusahaan-perusahaan perkebunan sawit dalam upaya memelihara lingkungan, meningkatkan kegiatan ekonomi, sosial dan penegakan peraturan perundangan Indonesia di bidang perkebunan kelapa sawit.

Tren pengelolaan PKS berkelanjutan menunjukkan tren positif dari tahun ke tahun, angka PKS yang telah disertifikasi baik melalui RSPO maupun ISPO mengalami peningkatan. Menurut Dirjen Perkebunan dalam *International Conference on Indonesia Sustainable Palm Oil (ISPO)* per Januari 2017 menyebutkan dari 1.600 perusahaan yang telah beroperasi di Indonesia, sebanyak 266 perusahaan PKS dan dua perkebunan rakyat telah tersertifikasi ISPO dengan jumlah luasan lahan mencapai 1.4 Juta Ha. Berdasarkan publikasi BPS bertajuk Direktori Perusahaan Perkebunan Sawit 2016 – Data per Desember 2017 terjadi penambahan sebanyak 88 perusahaan dengan jumlah total 1.688 perusahaan aktif, sebanyak 346 perusahaan

tersertifikasi ISPO. Produksi minyak kelapa sawit (CPO) dari 346 perusahaan bersertifikat ISPO tercatat sebanyak 8,757 juta ton atau 24% dari keseluruhan produksi CPO Indonesia. Sedangkan menurut *Roundtable on Sustainable Palm Oil (RSPO)*, luas tanaman sawit berkelanjutan di Indonesia pada Juni 2017 sebesar 1,72 juta Ha. Jumlah itu baru sekitar 14% dibandingkan luas keseluruhan kebun sawit yang mencapai 11,67 juta Ha.

Berdasarkan data RSPO, sudah ada 139.123 petani swadaya dengan luas lahan bersertifikat 333.345 hektar. petani swadaya di Indonesia, sudah mendapatkan sertifikasi 111,816 sertifikasi dengan luasan 190.064 hektar per 30 Juni 2017. Hingga per 30 November 2017, ada 10 grup petani swadaya mendapatkan sertifikat RSPO, tersebar di Riau, Jambi, Kalimantan Tengah, Sumatera Utara dan Sumatera Selatan. Dengan total luasan 4.358 hektar dengan 1.761 petani. Secara global, total perkebunan bersertifikat RSPO mencakup 3,2 juta hektar di 16 negara, naik 14% per 30 juni 2016-30 Juni 2017. Untuk Indonesia, luasan tersertifikasi naik, dari 1.547.241 jadi 1.719.606 hektar dan paling tinggi dibandingkan Malaysia, Amerika Latin maupun negara lain, luasan lahan bersertifikasi RSPO tersaji dibawah ini:²

Tabel 3. Luas lahan bersertifikasi RSPO global-internasional (tahun 2017)

Kebun Sawit Berkelanjutan di Negara	Luas Lahan 2016 (Ha)	Luas Lahan 2017 (Ha)
Indonesia	1,540,000	1,720,000
Malaysia	756,590	945,620
Amerika Latin	258,180	286,680
Asia Pasifik (selain ketiga wilayah)	235,950	230,360
Afrika	32,380	55,150

Keterangan: data RSPO - Sumber <https://katadata.co.id>

Data dari WWF dalam *Palm Oil Buyers Scorecard-Measuring the Progress of Palm Oil Buyers* (2016) menyebutkan hingga Juli 2016 rata-rata produksi global produk kelapa sawit yang berkelanjutan mencapai 11 juta ton. Sementara data lain menyebutkan per Mei 2015, kapasitas produksi minyak sawit mentah (crude palm oil/ CPO) global yang bersertifikat berkelanjutan (certified sustainable palm oil/ CSPO) mencapai 12,74 juta metrik ton, Angka ini bertambah sekitar 690 ribu ton dibandingkan 2014 yang tercatat 11,95 juta metrik ton atau baru 18% dari minyak sawit dunia. Dari total kapasitas produksi CSPO dunia sejak 2008 hingga Maret 2015, Indonesia memproduksi 51% dari total produksi dunia. Dari angka 12,74 juta metrik ton CSPO tersebut yang mampu diserap pasar global terbilang masih rendah hanya berkisar sekitar 48,6%.

Sementara itu, di Indonesia serapan hasil produksi sawit yang sudah tersertifikasi sangat rendah, setiap tahunnya Indonesia mampu memproduksi sebanyak 9 juta CSPO, Produksi CSPO Indonesia baru bisa suplai kebutuhan dunia sebanyak 15%, diserap oleh pasar domestic sebesar 6 juta ton dan selebihnya CSPO dipasarkan dengan standar CPO biasa.³

² <http://www.mongabay.co.id/2017/12/05/ketika-rspo-dorong-perluasan-sertifikasi-kebun-sawit-petani-kecil/>

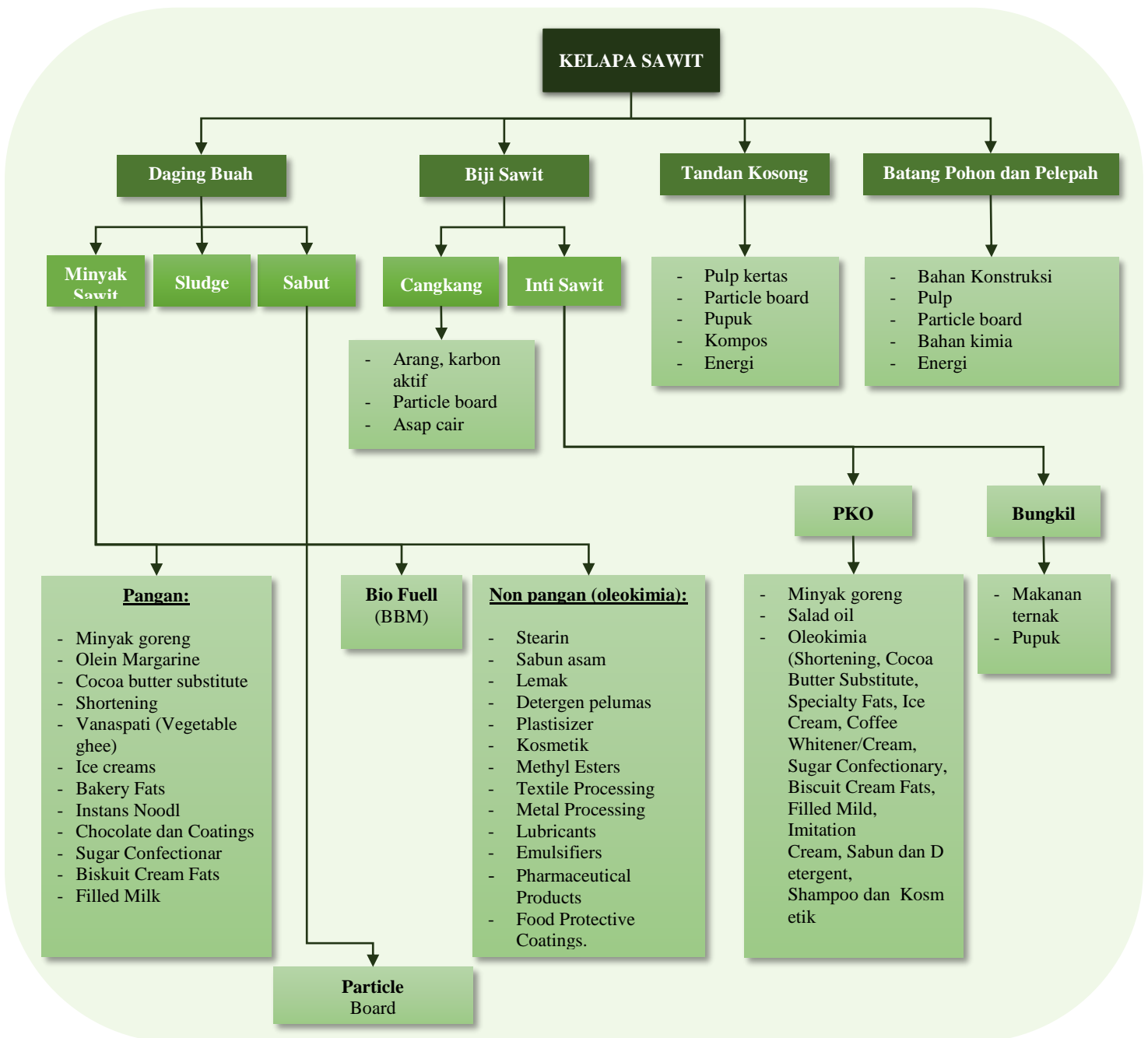
³ <http://republika.co.id/berita/ekonomi/ritel/13/10/30/mvh7p5-sawit-ramah-lingkungan-butuh-pasar>

BAB III

Aktor Kunci dalam Mendorong Produk Sawit Berkelanjutan di Rantai Nilai Kelapa Sawit

3.1. Value Chain dan Supplay Chain Industri Kelapa Sawit

Kelapa sawit dinilai sebagai salah satu komoditas perkebunan yang memiliki potensi pengembangan produk turunan cukup banyak. Mencermati struktur industri kelapa sawit dan turunannya, secara umum dapat dilihat pada gambar di bawah ini.



Gambar 3. Bagan perubahan nilai buah kelapa sawit menjadi produk turunan (value chain)

Berdasarkan rantai nilai tersebut (**Gambar 3**), kelapa sawit memiliki dua jenis produk utama yaitu minyak dari daging buah (CPO) dan minyak dari kernel (PKO). Kedua jenis minyak ini, hampir 80% menjadi bahan baku produk makanan, sementara sisanya digunakan sebagai bahan baku untuk keperluan non-makanan.

Produk – Produk Turunan Mulai dari Industri Hulu sampai Industri Hilir:

Industri hulu perkebunan kelapa sawit menghasilkan berbagai produk primer berupa minyak kelapa sawit dan minyak inti kelapa sawit. Kedua jenis produk tersebut kemudian dikembangkan menjadi bermacam-macam produk industri hilir. *Pada intinya, kedua produk tersebut termasuk ke dalam jenis ester asam lemak dan gliserol yang disebut trigliserida. Trigliserida dari minyak kelapa sawit (CPO) banyak mengandung asam palmitat, linoealat, stearat, dan gliserol. Sementara, trigliserida dari minyak inti sawit (PKO) mengandung asam laurat, miristat, stearat, gliserol, dan sedikit palmitat.* Baik minyak kelapa sawit maupun inti sawit merupakan sumber energi pangan, seperti minyak goreng, margarin, shortening, dan vanaspati serta sumber karbon di dalam industri oleokimia. Penggunaan ini terkait dengan sifat senyawa karbon minyak nabati yang relatif lebih mudah terurai di alam dibandingkan dengan senyawa turunan yang berasal dari minyak bumi (Pratomo & Puraka, 2008).

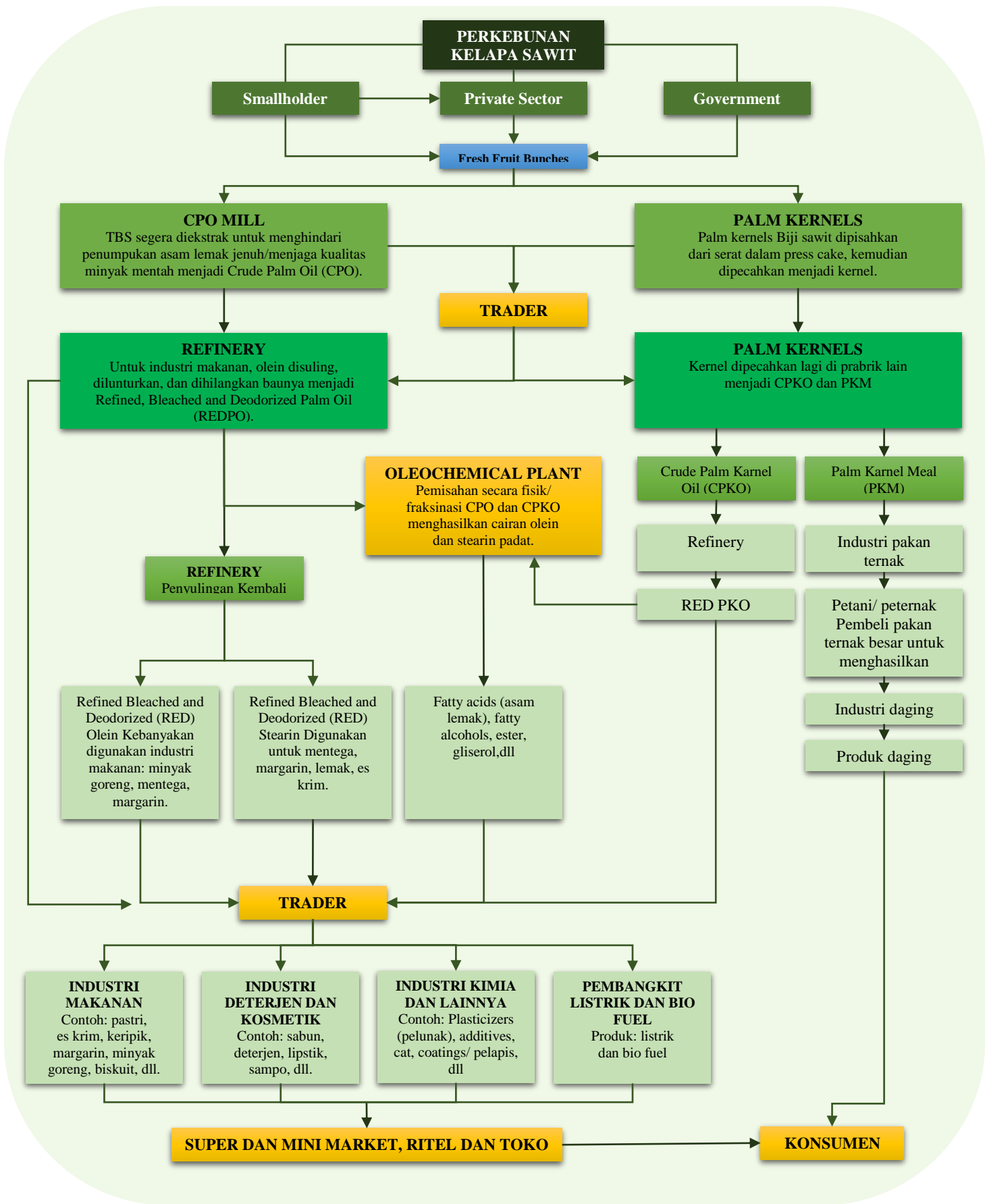
Pada industri hilir, terdapat beberapa produk jadi lainnya, baik itu berupa makanan maupun non-pangan. Produk pangan yang dihasilkan antara lain adalah kue, roti, biskuit, cokelat, kembang gula, es krim, tepung susu nabati (*filled milk*), *coffee whitener (coffee mate)*, serta mie siap saji (mie instan). Dalam industri farmasi, penggunaannya terutama pada produk vitamin A dan E. Sedangkan, untuk produk-produk non-makanan di antaranya adalah sabun, cream lotion, shampoo, "sabun metalik" untuk minyak pelumas dan campuran cat, pelumas dan pelindung karat permukaan lembaran baja pada industri baja canai dingin (cold rolling mill), bahan pengapung (floatation agent) yang digunakan untuk memisahkan biji tembaga atau cobalt dari baja, industri karoseri, serta industri tinta cetak, lilin, dan crayon (Pratomo & Puraka, 2008).

Banyaknya kegunaan dan produk turunan dari kelapa sawit inilah yang menyebabkan kelapa sawit menjadi salah satu komoditas yang laku di pasar internasional. Terlebih saat ini juga dikembangkan sumber energi pembangkit listrik dan bahan bakar nabati (biodiesel). Minyak kelapa sawit menjadi salah satu bahan baku yang relatif sangat ekonomis untuk dikembangkan sebagai bahan baku biodiesel. Kadar minyak yang dihasilkan oleh kelapa sawit merupakan yang terbesar dibandingkan dengan beberapa produk lainnya. Dalam hal ini, perusahaan bio energi juga memainkan peran yang semakin besar dalam sektor minyak kelapa sawit.⁴

Dilihat dari proses pengembangan produk, masing – masing produk memiliki perjalanan rantai produksi yang berbeda. Rantai supply produk merupakan aktifitas yang berawal dari bahan mentah sampai dengan penanganan purna jual dan mencakup aktivitas yang terjadi karena hubungan dengan pemasok (*supplier linkages*) dan hubungan dengan konsumen (*consumer linkages*), aktifitas ini merupakan kegiatan yang terpisah tapi saling ketergantungan.

Secara detail *Supply Chain* industry kelapa sawit dapat dilihat pada **Gambar 4. Supply Chain Industri kelapa Sawit.**

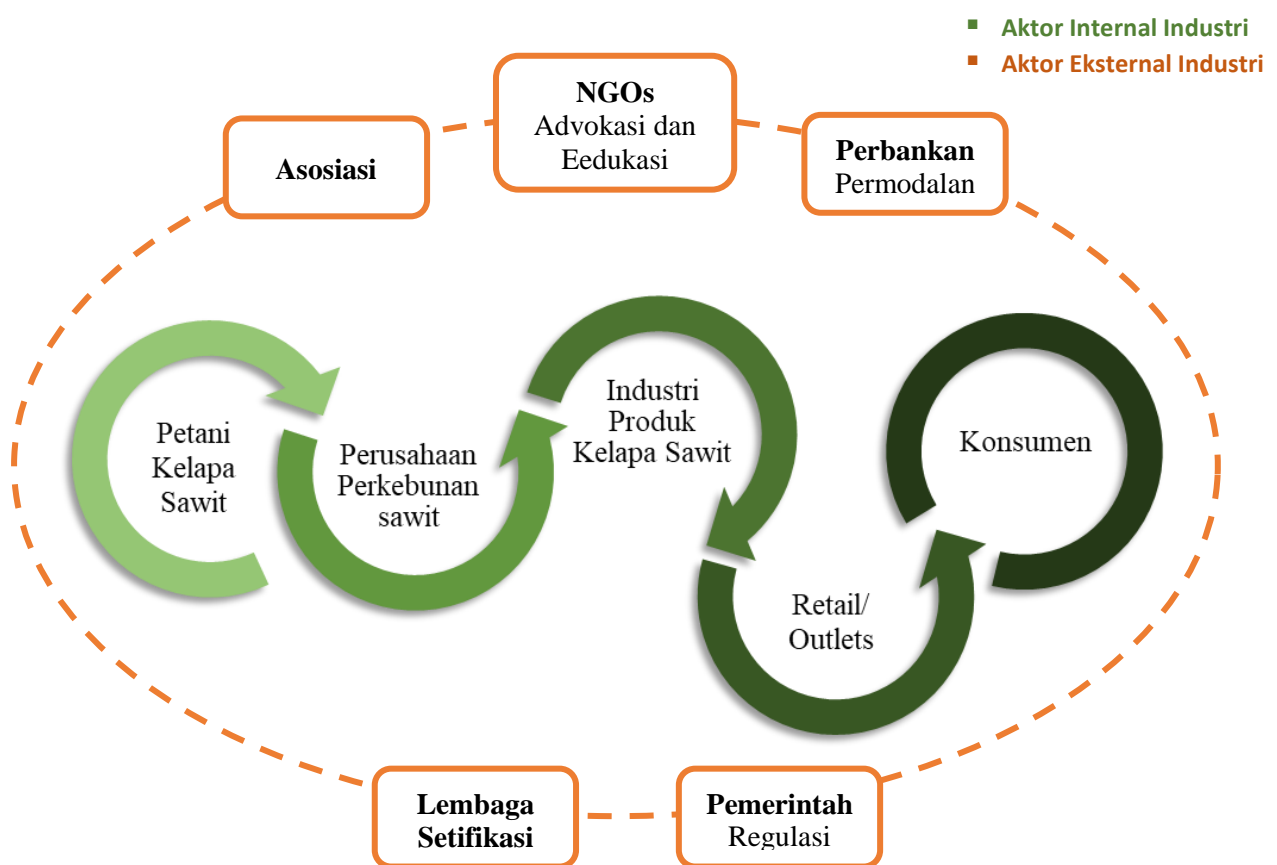
⁴ Panduan Pembiayaan Kelapa Sawit Berkelanjutan Panduan Praktis Pembiayaan Berkelanjutan Sektor Kelapa Sawit - Vol. 1;Ojk;Tanpa Tahun



Gambar 4. Supplay Chain Industri Kelapa Sawit

3.2. Aktor Kunci dan Peranannya dalam Mendorong Industri Kelapa Sawit Berkelanjutan

Mengacu dari **Gambar 4** di atas, actor kunci yang mempengaruhi industri kelapa sawit berkelanjutan dapat digolongkan menjadi dua yaitu **Aktor Internal**, merupakan pelaku utama/terlibat langsung dalam rantai supply industri kelapa sawit diantaranya suppliers, manufacturer, distributor, retail outlets, dan customers. Sedangkan **Aktor Eksternal** merupakan pelaku pendukung/tidak langsung berjalannya rantai supply industri diantaranya Pemerintah, perbangan kelompok *civil society* (NGOs). Peran actor kunci baik internal maupun eksternal, akan saling terintegrasi dan mempengaruhi guna mendorong berjalannya rantai supply industri kelapa sawit yang berkelanjutan, mulai dari on farm, produksi sampai pemasaran produk ke konsumen. Berikut merupakan bagan actor kunci pada supply chain industry sawit berkelanjutan:



Gambar 5. Peta actor kunci internal dan eksternal industry kelapa sawit

Aktor- aktor di lingkaran internal dan eksternal industri manufacturer minyak sawit berperan penting dalam membangun kerangka sawit berkelanjutan. Para aktor ini dapat mempengaruhi kebijakan dan permintaan pasar melalui penyediaan produk-produk menggunakan minyak kelapa sawit yang berkelanjutan. Peran industri manufacturer dan retail sangat penting dalam menentukan arah kemauan konsumen, ketika para pemilik brand dan retail mengintegrasikan kriteria berkelanjutan pada pembelian produk minyak kelapa sawit dan hanya mau membeli suplai minyak kelapa sawit yang berkelanjutan, maka akan memaksa para produsen minyak kelapa sawit (PKS) untuk menyediakannya.

Literasi pada label bahan baku (Logo CSPO) merupakan kunci utama kesadaran konsumen terhadap produk-produk berbahan minyak kelapa sawit dan turunannya. Produk-produk yang menggunakan minyak kelapa sawit tidak terbatas pada penggunaan minyaknya saja, tetapi juga pada produk turunannya. Hingga saat ini, belum ada label khusus atau keterangan yang mengindikasikan bahwa produk yang dijual menggunakan turunan minyak kelapa sawit, terutama produk turunan oleokimia golongan fatty acid seperti stearate dan glyceryl (Philadelphia Zoo, 2017).

Absennya keterangan pendukung bahwa nama-nama tersebut adalah produk turunan kelapa sawit menyebabkan konsumen tidak sadar bahwa banyak produk selain makanan yang menggunakan minyak kelapa sawit dan turunannya. Padahal kesadaran akan banyaknya produk yang menggunakan minyak kelapa sawit dan turunannya berperan penting dalam edukasi konsumen untuk isu-isu keberlanjutan, terlepas dari sebanyak apa minyak kelapa sawit atau turunannya digunakan oleh perusahaan dalam produk mereka.

Para aktor internal bisnis kelapa sawit harus lebih berusaha aktif untuk mengedukasi konsumen terhadap produk-produk yang menggunakan kelapa sawit sehingga konsumen sadar akan banyaknya produk yang menggunakan minyak kelapa sawit dan turunannya yang bisa mengubah perspektif masyarakat akan besarnya dampak minyak kelapa sawit pada lingkungan. Sedangkan actor eksternal dapat menciptakan kondisi pemungkin dalam mendukung berkembangnya industri kelapa sawit berkelanjutan.

Berdasarkan analisis, berikut beberapa peran dari beberapa aktor penting dalam mendorong rantai supply kelapa sawit berkelanjutan:

A. Aktor Internal:

1. Industri Manufactur dan Retail

Industri dan retail dapat mengambil peran proaktif untuk memperoleh sertifikasi (CSPO), walaupun penggunaan logo sertifikasi belum diwajibkan oleh pemerintah. Semakin banyak industri yang menggunakan logo sertifikasi, maka semakin sadar pengguna akan keberadaan logo diproduk-produk pangan dan non makanan yang berbahan baku minyak kelapa sawit dan turunannya.

Industri dan retail harus memberikan informasi secara eksplisit tentang kandungan bahan turunan kelapa sawit dan mencantumkan logo sertifikasi pada setiap produk yang berbahan kelapa sawit, maka konsumen akan mengerti sebesar apa peran minyak kelapa sawit pada produk-produk yang mereka pakai. Hal ini juga dapat menciptakan stigma pada perusahaan yang memperoleh minyak kelapa sawit berkelanjutan sebagai perusahaan baik dan perusahaan yang menggunakan minyak kelapa sawit konvensional sebagai perusahaan buruk sehingga bisa menggiring preferensi konsumen dalam membeli produk yang berkelanjutan.

Pemetaan pasokan rantai juga penting dalam usaha untuk menuju keberlanjutan. Industri manufacture harus memetakan rantai pasok minyak kelapa sawit agar bisa mengawasi dan memastikan bahwa minyak kelapa sawit dari PKS menerapkan prinsip-prinsip keberlanjutan.

Namun, kompleksnya rantai pasokan di industri kelapa sawit membuat usaha suatu perusahaan tidak akan efektif untuk memastikan tercapainya produksi yang berkelanjutan dalam waktu cepat. Diperlukan adanya kolaborasi industri yang mempunyai visi yang sama atas isu keberlanjutan sehingga kolaborasi antar sesama perusahaan manufaktur dan retail bisa mempercepat adopsi minyak kelapa sawit berkelanjutan (Wollmuth and Ivanova, 2014).

2. Lembaga Sertifikasi

RSPO : *Roundtable on Sustainable Palm Oil* (RSPO) yang dibentuk tahun 2014 merumuskan aturan bagi anggotanya untuk menuju kelapa sawit berkelanjutan. Sistem Sertifikasi RSPO dibangun untuk memastikan perusahaan menerapkan praktek produksi kelapa sawit berkelanjutan serta memberikan jaminan bahwa produk CPO yang dihasilkan berasal dari kelapa sawit berkelanjutan.

ISPO: Berdasarkan Peraturan Menteri Pertanian No.19 tahun 2011 yang diperbaharui dengan Peraturan Menteri Pertanian No. 11 tahun 2015 mengenai penerapan sistem sertifikasi Indonesia Sustainable Palm Oil (ISPO) tentang sertifikasi kelapa sawit berkelanjutan Indonesia (*Indonesian Sustainable Palm Oil Certification System/ISPO*).

Kedua lembaga sertifikasi independen menyusun prinsip-prinsip produksi sawit berkelanjutan untuk memastikan perusahaan kelapa sawit dan usaha perkebunan usaha kelapa sawit telah menerapkan prinsip dan kriteria keberlanjutan dalam setiap rantai nilai produksi.

Tabel 4. Prinsip - prinsip pengelolaan sawit berkelanjutan

Prinsip	ISPO	RSPO
Prinsip 1	Legalitas usaha perkebunan	Komitmen terhadap transparansi
Prinsip 2	Manajemen perkebunan	Mematuhi hukum dan peraturan yang berlaku
Prinsip 3	Perlindungan terhadap hutan alam primer dan lahan gambut	Komitmen terhadap kelayakan ekonomi dan keuangan jangka panjang
Prinsip 4	Pengelolaan dan Pemantauan Lingkungan	Penggunaan praktik terbaik dan tepat oleh perkebunan dan pabrik
Prinsip 5	Tanggung jawab terhadap pekerja	Tanggung jawab lingkungan dan konservasi kekayaan alam dan keanekaragaman hayati
Prinsip 6	Tanggung jawab sosial dan pemberdayaan ekonomi masyarakat	Tanggung jawab kepada pekerja, individu-individu dan komunitas dari kebun dan pabrik
Prinsip 7	Peningkatan usaha yang berkelanjutan	Pengembangan perkebunan baru secara bertanggung jawab
Prinsip 8		Komitmen terhadap perbaikan terus-menerus pada wilayah – wilayah utama aktivitas

3. Konsumen

Pengguna akhir produk-produk yang berbahan minyak kelapa sawit sangat menentukan sikap pasar dan industri terhadap isu keberlanjutan karena konsumenlah yang menentukan permintaan terhadap suatu barang. Konsumen dapat memainkan peran penting dalam meningkatkan produksi sawit berkelanjutan. Perusahaan manufaktur cenderung merespons permintaan pasar sebagai sinyal kuat untuk melakukan transformasi bisnis termasuk dalam pemenuhan kebutuhan produk-produk berkelanjutan. Jika konsumen sadar dan hanya mau membeli produk-produk yang menggunakan kelapa sawit tersertifikasi maka perusahaan bisa dipastikan akan merespons dengan memproduksi produk yang sumbernya berkelanjutan.

B. Aktor Eksternal

4. Pemerintah

Sejumlah regulasi penting yang telah diberlakukan pemerintah Indonesia menunjukkan bahwa Indonesia tengah menuju perubahan mendasar pada sektor perkebunan sawit, memastikan kelapa sawit memberikan kontribusi yang lebih besar bagi pembangunan berkelanjutan. Kecenderungan ini akan berlanjut dan meningkat di tahun-tahun mendatang sejalan dengan langkah-langkah Indonesia untuk memenuhi komitmen global yang mengikat secara hukum di bawah Perjanjian Paris dan bertumbuhnya kesadaran nasional akan isu-isu keberlanjutan.

- Moratorium izin baru pada hutan primer dan lahan gambut : Di tahun 2011, Presiden Susilo Bambang Yudhoyono menerbitkan moratorium atas izin baru di hutan primer dan lahan gambut yang berlaku selama dua tahun sebagai bagian dari upaya mengurangi deforestasi dan emisi. Moratorium tersebut telah diperpanjang tiga kali dan saat ini berlaku hingga tahun 2019 setelah diperbarui di tahun 2017 oleh Presiden Joko Widodo.
- ISPO sebagai sertifikasi wajib: Masih di tahun 2011, pemerintah Indonesia menetapkan sertifikasi Indonesian Sustainable Palm Oil (ISPO), sebuah standar legalitas yang hanya mencakup peraturan yang berlaku. Skema ini berlaku wajib untuk perusahaan kelapa sawit dan diperbarui di tahun 2015.
- Luasan maksimal penguasaan kelapa sawit: Untuk mengatasi korupsi dan konsentrasi penguasaan pada sektor kelapa sawit, di bulan September 2013 pemerintah Indonesia menetapkan aturan bahwa satu perusahaan kelapa sawit maksimal memegang konsesi seluas 100.000 hektar per provinsi.
- Komitmen iklim global Indonesia: Indonesia mengumumkan kontribusi yang ditentukan secara nasional (NDC) di bawah Perjanjian Paris untuk Perubahan Iklim di tahun 2015 dengan menetapkan target pengurangan emisi tanpa syarat sebesar 29 persen dari skenario *business as usual* di tahun 2030. Untuk mencapai target ini, tata guna lahan yang lebih ketat kemungkinan akan diberlakukan karena 63 persen dari emisi GRK Indonesia berasal dari perubahan penggunaan lahan serta kebakaran hutan dan lahan gambut.
- Moratorium atas pembukaan lahan gambut dan ekspansi kelapa sawit: Setelah krisis kebakaran dan kabut asap di tahun 2015, Presiden Joko Widodo memperketat larangan pembukaan lahan gambut, termasuk di lahan konsesi yang sudah ada, dan mengumumkan moratorium selama lima tahun untuk

semua izin kelapa sawit baru. Di tahun 2016 pemerintah menerbitkan peraturan baru tentang perlindungan lahan gambut diikuti dengan pembentukan Badan Restorasi Gambut.

5. NGOs

NGOs merupakan kelompok yang berperan dalam melakukan pengawasan, edukasi, kampanye dan advokasi khususnya dalam isu sawit berkelanjutan. Contoh: “kampanye WWF **#BeliYangBaik** untuk mendorong kehadiran produk-produk berbasis minyak sawit berkelanjutan di pasar Indonesia”. Kampanye yang baru-baru ini diluncurkan oleh WWF Indonesia (10 Juni 2015) mengajak konsumen untuk lebih bijak dalam memainkan perannya dengan membeli produk ramah lingkungan dan melakukan perubahan positif dalam gaya hidupnya

6. Asosiasi (GAPMMI, Consumer Goods Forum)

Di Indonesia, GAPMMI belum terlalu menyentuh aspek bisnis keberlanjutan. GAPMMI masih berfokus pada tantangan bunga bank di Indonesia yang mahal dalam mendukung industri hilir F&B, kendala peraturan impor bahan baku, kendala luasan lahan, logistic, kesiapan UKM, serta penyesuaian standar internasional untuk kebutuhan industri ekspor dalam negeri. Namun di luar negeri, asosiasi makanan dan minuman (F&B) sudah membicarakan aspek keberlanjutan.

Consumer Goods Forum, suatu Lembaga yang mendorong produsen dan pengecer barang konsumsi untuk dapat melakukan praktik bisnis untuk efisiensi dan perubahan positif di industri yang menguntungkan pembeli, konsumen dan dunia tanpa menghambat persaingan. telah bekerja pada isu-isu keberlanjutan lingkungan dan sosial, program kepatuhan sosial global, serta rantai nilai dan standard.

7. Perbankan

Regulasi tentang Keuangan Berkelanjutan: Di bulan Juli 2017, Otoritas Jasa Keuangan Indonesia (OJK) mengeluarkan regulasi tentang keuangan berkelanjutan. Aturan ini mewajibkan semua emiten saham dan obligasi di pasar saham Indonesia, termasuk sejumlah besar perusahaan kelapa sawit, untuk mulai melaporkan strategi dan praktik bisnis berkelanjutan serta pengelolaan risiko sosial dan lingkungan yang mereka jalankan.

3.3. Pola Konsumsi dan Produksi Produk Minyak Kelapa Sawit Berkelanjutan

Produk kelapa sawit berkelanjutan di Indonesia tergolong sangat kecil jika dibandingkan dengan jumlah total produksi yang dihasilkan setiap tahunnya, dari 33 juta ton yang dihasilkan baru 9 juta ton yang bersertifikasi. Hal ini disebabkan belum semua produsen kelapa sawit (PKS) melakukan praktek kelapa sawit berkelanjutan (CSPO). Di sisi lain, serapan pasar domestic juga tergolong rendah, dari 9 juta ton hanya mampu diserap pasar domestic sebesar 6 juta ton. Rendahnya permintaan pasar sawit berkelanjutan, tidak hanya ditentukan oleh industri hulu dan hilir, konsumen sebagai tujuan akhir rantai nilai produk juga memegang andil dalam mendorong berkembangnya produk kelapa sawit berkelanjutan (Demand customer).

Pada level global diketahui bahwa konsumen mau memilih produk yang lebih sustainable, baik dari aspek sosial dan lingkungan. Berdasarkan riset dari Nielsen tahun 2016, di Asia Pasifik permintaan untuk produk yang sustainable meningkat. Selain itu, konsumen yang menginginkan produk yang lebih ramah terhadap lingkungan ternyata lebih tinggi daripada produk yang ramah pada sosial.

Korelasi antara demand konsumen dan hasil penjualan sustainable product, dari 1.300 brand pada 13 kategori di 13 negara yang dianggap sebagai market, perusahaan yang menerapkan strategi promosi yang baik mengalami peningkatan 4% penjualan produk, sedangkan perusahaan yang hanya *claim* produk bersifat sustainable tanpa mempromosikan dengan sebuah strategi marketing yang baik maka peningkatannya hanya 1%. Berdasarkan data penjualan sustainable products beberapa perusahaan non-food seperti Caterpillar, GE dan beberapa perusahaan lainnya dari tahun ke tahun mengalami peningkatan, sempat turun di 2011, kemudian di tahun 2013 ke 2014 terjadi peningkatan yang signifikan hingga 26%.

Sementara kondisi sebaliknya di Indonesia, dari hasil kajian yang dilakukan oleh RSPO dan Daemeter dalam dokumen kelapa sawit dari kacamata konsumen: dampak baik dan buruk (2015) menunjukan bahwa, pertimbangan konsumen di Indonesia dalam membeli product tidak dipengaruhi oleh produk tersebut ramah terhadap lingkungan sebagaimana hasil Nielsen (2016), tetapi faktor utama dalam memilih produk ditentukan harga produk, keistimewaan, dan kualitasnya. Sedangkan produk makanan atau produk untuk anak, konsumen lebih memperhatikan kandungan nutrisinya. Pemahaman konsumen Indonesia tentang dampak kelapa sawit terhadap lingkungan dan masyarakat masih sangat rendah hanya sekitar 16%.

Namun demikian, hasil kajian tersebut mencatat masih terbukannya peluang pasar Indonesia untuk produk sawit berkelanjutan, hal ini terlihat dari 27% atau setara 7,9 Juta konsumen siap mendukung dan beralih ke produk kelapa sawit berkelanjutan. Bahkan lebih dari 60% menyatakan bersedia membayar jauh lebih mahal untuk produk kelapa sawit berkelanjutan.

Upaya menuju konsumen yang peduli terhadap dampak lingkungan dari pemanfaatan produk berbasis minyak kelapa sawit berkelanjutan di Indonesia, lembaga independent seperti RSPO dan ISPO menjadi motor penggerak bagi industri hulu, maka disektor hilir (industry-konsumen) tersedianya dukungan *Sustainable Consumption and Production* (SCP). SCP adalah kesepakatan global yang diadopsi pada konferensi Rio+20 tahun 2012, dimana penerapan SCP merupakan kelanjutan Deklarasi Rio pada 1992 terkait dengan pengubahan pola konsumsi dan produksi. SCP memiliki tujuan untuk peningkatan kualitas hidup masyarakat Indonesia melalui perubahan perilaku produksi dan konsumsi yang ramah lingkungan dan berkelanjutan. SCP memberikan multi manfaat penting, diantaranya: Pertama, perubahan pola konsumsi masyarakat yang efisien dan ramah lingkungan; Kedua, pencegahan pencemaran dan perusakan lingkungan; Ketiga, tumbuhnya kapasitas industri produk dan jasa yang ramah lingkungan.

3.4. Pergeseran Komitmen Perusahaan Untuk Produk Sawit Berkelanjutan

Perusahaan besar Fast Moving Consumer Goods (FMCG) seperti *Nestlé, PepsiCo, Coca-Cola, Unilever, Danone, General Mills, Kellogg's, Mars, Associated British Foods, dan Mondelez* merupakan perusahaan yang sering disorot dalam diskusi kelapa sawit berkelanjutan. Hal ini dikarenakan perusahaan tersebut merupakan pemegang brand paling banyak untuk produk-produk yang ada dipasar, sehingga kebutuhan mereka akan minyak kelapa sawit juga tinggi. Inisiatif perusahaan ini dalam mengambil kebijakan internal terkait rantai pasokan kelapa sawit berkelanjutan sangat mempengaruhi respons penyuplai minyak kelapa sawit dan juga aktor lainnya di industri FMCG.

Setelah terbentuknya RSPO dan maraknya isu deforestasi yang terjadi di negara berkembang tempat perkebunan kelapa sawit banyak NGO lingkungan yang menuntut agar perusahaan manufaktur dan retail untuk hanya memperoleh minyak kelapa sawit yang berkelanjutan. Hal ini dikarenakan perusahaan manufaktur dan retail adalah pembeli dari minyak kelapa sawit yang menciptakan mekanisme *supply and demand* sehingga mereka mempunyai opsi untuk tidak membeli minyak kelapa sawit dari PKS yang terbukti melanggar aturan dan tidak bersertifikasi. Dapat dipastikan peran perusahaan manufaktur dan retail sangat vital untuk menekan para PKS untuk menerapkan praktik berkelanjutan pada proses bisnis mereka.

Ada tiga hal utama dalam mengukur komitmen perusahaan manufaktur dan retail dalam penggunaan minyak kelapa sawit berkelanjutan yaitu perolehan minyak yang berkelanjutan, transparansi, dan reformasi industri (Greenpeace, 2016). Perusahaan manufaktur dan retail harus memastikan bahwa suplai minyak kelapa sawit yang diperoleh berasal dari produsen sawit yang tersertifikasi (CSPO). Selain itu, perusahaan manufaktur dan retail lebih transparan dalam menerbitkan nama-nama produsen minyak, sehingga publik dan pihak-pihak berkepentingan bisa melacak rantai pasok perolehan minyak kelapa sawit. Terakhir adalah transformasi bisnis tidak menjadikan isu keberlanjutan sebagai jargon/*greenwashing* tetapi terintegrasi dalam praktik perusahaan secara menyeluruh.

Commitment to Sustainable Palm Oil Product in Europe:

Perubahan perilaku kelapa sawit bersertifikat CSPO di Eropa, banyak dipengaruhi oleh adanya kebijakan dan komitmen antar pihak (pemerintah dan perusahaan) dalam penggunaan minyak sawit bersertifikat. Kebijakan dan komitmen ditabel 5 berperan penting dalam mempengaruhi perilaku konsumen Eropa untuk menggunakan minyak sawit bersertifikat. Di Eropa masih belum terpetakannya secara pasti bahwa konsumen itu sendiri yang menginginkan produk minyak sawit bersertifikat. Hal ini sesuai dengan pernyataan direktur European outreach and engagement RSPO, bahwa: "Kami tidak secara akurat tahu di mana CSPO berakhir karena diperdagangkan dan tunduk pada kontrak komersial, tetapi banyak berakhir di Eropa dan sangat sedikit di Asia".

Maka dari itu, pasar Eropa menjadi pasar yang paling potensial menyerap produk sawit berkelanjutan dibandingkan pasar Asia. Kebutuhan konsumen akan minyak yang lestari di pasar Eropa terus mengalami peningkatan, terutama untuk dijadikan bahan dasar makanan. Ini dibuktikan peningkatan nilai impor minyak sawit bersertifikat RSPO ke Uni Eropa meningkat pesat dari sekitar 300.000 ton pada tahun 2012 untuk 2,5 juta ton pada tahun 2016 (ESPO 2017).

Selain itu, pasar Eropa akan terus tumbuh menjadi pasar potensial sebagai importer minyak sawit dengan standar RSPO, hal ini dinyatakan dalam komitmen Negara-negara di Eropa dan pelaku industri untuk memastikan penggunaan 100% minyak sawit berkelanjutan di Eropa dalam makanan, pakan dan oleokimia sektor pada tahun 2020.

Table 5. Komitmen terhadap Produk Minyak Sawit Berkelanjutan di Eropa 2020

No	Negara	Komitment Pasar Eropa
1	Belgia	<ul style="list-style-type: none">• Aliansi Belgia untuk Minyak Sawit Berkelanjutan (BASP) didirikan pada tahun 2012. Keanggotaannya terdiri dari sektor federasi dan anggota perusahaan langsung. Jumlah total perusahaan yang terlibat adalah sekitar 500, mewakili UKM dan produsen besar di seluruh rantai nilai (untuk makanan dan oleokimia). BASP mencapai tujuan 100% minyak sawit berkelanjutan bersertifikasi (CSPO) pada tahun 2015 dan saat ini bekerja menuju target yang lebih ambisius di bidang keterlacakan, perlindungan hutan dan lahan gambut, dan dukungan bagi petani kecil untuk 2020.• Minyak Sawit Berkelanjutan Bersertifikat berarti bahwa minyak sawit telah disertifikasi sesuai dengan prinsip dan kriteria RSPO dan bahwa minyak kelapa sawit diperdagangkan sesuai dengan salah satu dari tiga sistem perdagangan yang disetujui RSPO: Segregasi, Mass Balance atau Buku & Klaim.
2	Denmark	Konfederasi inisiatif yang dipimpin Industri Denmark membuat komitmen pada Juni 2014 untuk membeli 100% CSPO pada tahun 2016, termasuk pembelian sertifikat GreenPalm, dan memiliki 100% minyak sawit tersertifikasi terpisah pada tahun 2018. Pada tahun 2016, lebih dari setengahnya (53%) dari perusahaan yang terlibat dalam prakarsa Denmark menggunakan lebih dari 90% minyak sawit segregated bersertifikat dan seperempat dari perusahaan (27%) menggunakan lebih dari 90% mass balance certified palm oil.

No	Negara	Komitment Pasar Eropa
3	Prancis	<ul style="list-style-type: none"> • Terdiri dari 12 anggota (termasuk para pemimpin global seperti Nestlé dan Unilever dan perusahaan menengah seperti Labeyrie Traiteur Surgelés dan Royale Lacroix), Aliansi memiliki dua tujuan utama: memberikan informasi kepada warga negara Perancis tentang minyak sawit; dan untuk mendorong penggunaan minyak sawit yang diproduksi dalam kondisi yang sangat berkelanjutan, dengan memobilisasi industri secara keseluruhan. • Anggota Aliansi juga telah membuat dua komitmen utama: untuk menggunakan 100% minyak sawit bersertifikasi RSPO dalam produk mereka pada akhir 2015; dan menggunakan 100% minyak sawit berkelanjutan, menurut kriteria yang lebih ketat, pada tahun 2020. Kriteria: tidak ada kerusakan gambut, tidak ada deforestasi dan tidak ada konflik
4	Jerman Austria Swiss	<ul style="list-style-type: none"> • Anggota Forum Minyak Sawit Jerman (FONAP) telah membuat komitmen publik bahwa pada akhir tahun 2014 mereka hanya akan menggunakan minyak sawit berkelanjutan bersertifikat dalam semua opsi rantai pasokan produk mereka. • Semua anggota telah menetapkan komitmen mereka untuk tahun 2015 dan seterusnya. Selain komitmen penggunaan 100% minyak sawit bersertifikasi, ada komitmen baru berkaitan dengan penggunaan opsi rantai pasok khusus untuk produk tertentu dan juga untuk mengambil tanggung jawab yang lebih besar untuk rantai pasokan mereka sendiri.
5	Italy	<p>Pada 29 Oktober 2015, Konferensi Minyak Sawit Eropa (EPOC 2015) yang diadakan di Milan menyambut baik peluncuran Uni Italia untuk Minyak Sawit Berkelanjutan (<i>Unione Italiana per l'olio di palma sostenibile</i>). Unione baru saja mulai bekerja pada tugas meningkatkan kesadaran akan manfaat dan kontribusi minyak sawit berkelanjutan yang bersertifikat untuk industri makanan. Asosiasi industri seperti Aidepi dan Assitol dan pabrikan seperti Ferrero dan Nestlé sudah menjadi anggota Perhimpunan, dan tujuannya adalah untuk mencapai 100% sasaran CSPO pada 2020.</p>
6	Belanda	<p>Anggota DASPO berkomitmen untuk: 1) mempertahankan komitmen terhadap minyak sawit berkelanjutan 100% yang diproses di Belanda dan diperuntukkan bagi pasar Belanda. 2) Merangsang anggota mereka untuk menggunakan minyak sawit berkelanjutan fisik, minyak inti sawit, fraksi dan turunannya di RSPO (<i>Identity Preserved, Segregated and Mass Balance</i>) - atau yang setara. 3) Mengajukan permohonan, dan mendorong peningkatan berkelanjutan sistem sertifikasi untuk minyak sawit berkelanjutan seperti RSPO - atau yang setara - sejalan dengan perkembangan yang relevan.</p>
7	Norwegia	<p>Anggota the National Initiative in Norway telah berkomitmen untuk mengurangi penggunaan minyak sawit dalam produk atau hanya menggunakan minyak sawit CSPO pada tahun 2015. Mereka telah lebih lanjut berkomitmen bahwa pada tahun 2018 setiap produk minyak sawit yang digunakan akan dipisahkan dan dapat dilacak.</p>

No	Negara	Komitment Pasar Eropa
		Komitmen Norwegia berlaku baik untuk impor minyak sawit atau produk jadi yang dikonsumsi di Norwegia..
8	Polandia	Polandia adalah importir minyak sawit yang penting di kawasan Eropa Tengah dan Timur. Minyak sawit adalah minyak nabati impor kedua yang paling banyak dikonsumsi di negara ini setelah minyak rape seed. UE adalah mitra dagang utama bagi Polandia karena sebagian besar minyak sawitnya diimpor dari UE.
9	Spanyol	The Spanish Foundation for Sustainable Palm Oil didirikan pada bulan Juni 2017. Tujuan yayasan ini adalah untuk menyeimbangkan debat minyak sawit di Spanyol pada isu-isu kesehatan dan keberlanjutan, dan untuk mempromosikan penyerapan minyak sawit berkelanjutan. Yayasan akan bekerja untuk memastikan bahwa semua perusahaan di Spanyol menggunakan 100% minyak berkelanjutan dalam produk mereka sebelum akhir dekade ini.
10	Swedia	<ul style="list-style-type: none"> • Tujuan utama dari inisiatif Swedia tentang minyak sawit berkelanjutan adalah untuk mencapai 100% CSPO di sektor makanan Swedia pada akhir 2015, melalui metode pengiriman rantai pasokan, termasuk Buku & Klaim. • Ada inisiatif terpisah dalam industri deterjen yang mengadopsi pernyataan serupa dengan industri makanan. • Sementara sektor lain saat ini bukan bagian dari inisiatif, pengecer telah mengadopsi komitmen masing-masing, tetapi tidak melalui asosiasi karena hanya ada tiga atau empat pengecer besar di Swedia.
11	Inggris	<ul style="list-style-type: none"> • Komitmen yang dibuat oleh organisasi-organisasi ini adalah untuk mencapai 100% sumber minyak sawit berkelanjutan dari sumber yang kredibel pada akhir 2015. • Komite sektor pemasok Agricultural Industries Confederation (AIC) menegaskan pada tahun 2014 bahwa perusahaan mereka akan membeli minyak sawit berkelanjutan untuk semua kontrak baru yang diperoleh dari musim gugur 2014 • Pada tahun 2017, sektor swasta dan LSM menegaskan kembali janji mereka dengan menandatangani komitmen untuk mendukung 100% minyak sawit berkelanjutan di Eropa pada tahun 2020. Bergantung pada data perdagangan dasar yang digunakan, pangsa minyak sawit berkelanjutan yang diimpor ke Inggris adalah 86% atau 108 % pada tahun 2015.

Source: Making sustainable palm oil the norm in europe – Progress report on the import and use of sustainable palm oil in europe – ESPO, November 2017

BAB IV

Tantangan dalam Mendorong Produk Sawit Berkelanjutan

Industri manufaktur dan retail mempunyai peran penting dalam menekan produsen minyak kelapa sawit untuk menerapkan praktek berkelanjutan. Namun belum banyak industry manufaktur dan retail yang memproduksi produk turunan berbahan baku minyak kelapa bersertifikasi, hal ini disebabkan oleh berbagai faktor:

- a. **Harga.** Faktor harga menjadi pertimbangan utama untuk menggunakan produk kelapa sawit berkelanjutan. Banyak industri manufaktur dan retail yang menyatakan keengganan mereka untuk menggunakan produk minyak kelapa sawit bersertifikasi disebabkan harga yang tinggi (WWF, 2013). Minyak kelapa sawit yang tersertifikasi lebih mahal 8-15% dibandingkan minyak kelapa sawit yang tidak tersertifikasi (Maritzova, 2014). Harga merupakan faktor penting dalam penyerapan produk kelapa sawit yang berkelanjutan terutama pada entitas bisnis, harga bahan dasar yang mahal akan membuat produk yang dijual ke pasaran menjadi lebih tinggi daripada produk sejenis. Sehingga perusahaan enggan untuk menggunakan minyak sawit bersertifikasi terlebih dengan kurangnya insentif eksternal dari pemerintah dan konsumen yang bisa menjadi kompensasi dari harga minyak bersertifikasi yang lebih tinggi.
- b. **Insentif.** Selain itu kesulitan yang umumnya pada manufaktur untuk menggunakan kelapa sawit berkelanjutan adalah tidak adanya insentif dari segi regulasi. Pemerintah Indonesia hingga saat ini belum mewajibkan perusahaan manufaktur dan retail untuk mencantumkan logo sertifikasi pada produk berbahan minyak kelapa sawit dan turunannya sehingga perusahaan cenderung memilih untuk tidak menggunakan produk minyak kelapa sawit yang berkelanjutan kecuali perusahaan multinasional seperti Unilever, Nestle, Danone, dan Coca Cola.

Ketiadaan aturan kewajiban label sertifikasi membuat tidak adanya insentif dari segi regulasi sehingga tidak memunculkan mekanisme *reward and punishment* yang bisa secara efektif memaksa industry manufaktur menggunakan produk minyak kelapa sawit berkelanjutan.

- c. Secara permintaan, **konsumen di Indonesia saat ini belum sadar akan pentingnya produk bersertifikasi** terlebih masyarakat kelas menengah ke bawah yang sensitif terhadap perubahan harga. Data dari Deloitte menunjukkan bahwa produk berkelanjutan biasanya dijual dengan harga yang lebih tinggi dibandingkan produk biasa (Deloitte, 2009). Pada umumnya kelas menengah ke bawah lebih memprioritaskan nilai ekonomis dibandingkan nilai berkelanjutan dari sebuah produk. Hasil riset yang dilakukan RSPO dan Daemeter (2015), pertimbangan konsumen dalam membeli produk ditentukan oleh harga yang terjangkau, keistimewaan dan kualitas. Sementara dampak lingkungan tidak menjadi pertimbangan konsumen Indonesia.

BAB V

Penutup

5.1. Kesimpulan

Indonesia merupakan negara produsen minyak kelapa sawit terbesar di dunia dan menyumbang 16,69% PDB dari pertanian sempit. Tingginya tingkat penerimaan Negara dari industri kelapa sawit tidak lepas dari tingginya tingkat kebutuhan akan konsumsi minyak kelapa sawit baik di Indonesia maupun di dunia. Pada saat yang sama, juga menimbulkan berbagai persoalan, baik secara social maupun lingkungan; Deforestasi, gas rumah kaca (GRK), konflik sosial serta mengakibatkan hilangnya habitat penting dan keanekaragaman hayati yang unik merupakan dampak- dampak yang timbulkan oleh industry ini. Inisiatif-inisiatif untuk menuju industry kelapa sawit yang berkelanjutan telah muncul dalam bentuk *Roundtable on Sustainable Palm Oil* (RSPO) dan *Indonesian Sustainable Palm Oil* (ISPO) dengan tujuan untuk mempromosikan pertumbuhan dan penggunaan produk-produk minyak sawit berkelanjutan. Tahun 2016 – 2017 menunjukkan trend peningkatan jumlah luasan PKS yang telah tersertifikasi RSPO ataupun ISPO.

Industri kelapa sawit berkelanjutan memiliki peluang untuk berkembang, diperlukan adanya sinergi dan kolaborasi antara pemangku kepentingan mulai dari PKS, industri manufaktur dan retail, pemerintah, perbankan dan konsumen. Masing-masing dari pemangku kepentingan ini mempunyai peran yang strategis dalam mendorong meningkatkan produksi minyak kelapa sawit berkelanjutan.

Konsumen sebagai pengguna akhir produk turunan minyak kelapa sawit dapat menekan PKS, Industri manufaktur dan retail sebagai produsen untuk memproduksi minyak kelapa sawit berkelanjutan. Pemerintah sebagai regulator dapat mewajibkan para perusahaan manufaktur dan retail untuk menerapkan penggunaan kelapa sawit yang menerapkan prinsip-prinsip produksi kelapa sawit berkelanjutan mulai dari hulu sampai ke hilir.

5.2. Saran

Berdasarkan *desk research* dalam menyusun strategi dalam mendorong produk sawit yang memanfaatkan CSPO perlu dikaji lagi beberapa hal berikut:

1. Perlunya sinergisitas dan komitmen antara actor kunci dalam mendorong penerapan produksi kelapa sawit berkelanjutan
2. Perubahan paradigma di hulu perlu didukung oleh kesadaran yang sama di industry hilir. Peningkatan produksi minyak disektor hulu yang tersertifikasi memerlukan perluasan dan pendalaman di sektor hilir agar peningkatan jumlah produksi dapat terserap oleh pasar
3. Edukasi melalui kampanye, workshop, serta melalui media pemasaran produk yang massif
4. Regulasi yang mengatur pemberian insentif (*reward and punishment*) yang bisa secara efektif memaksa industry manufaktur menggunakan produk minyak kelapa sawit berkelanjutan.
5. Mengingat luasan area perkebunan yang dimiliki smallholders yang signifikan, maka diperlukan dukungan semua actor kunci bagi Smallholders agar memiliki kesadaran yang sama untuk melakukan sertifikasi

Referensi

- BCG (2013) *bcg.perspectives - Indonesia's Rising Middle-Class and Affluent Consumers*. Available at: https://www.bcgperspectives.com/content/articles/center_consumer_customer_insight_consumer_products_indonesias_rising_middle_class_affluent_consumers/ (Accessed: 7 November 2017).
- BPS (2017) *Badan Pusat Statistik*. Available at: <https://www.bps.go.id/brs/view/1363> (Accessed: 7 November 2017).
- Deloitte (2009) 'Finding the green in today's shoppers: Sustainability trends and new shopper insights', prepared by Deloitte for GMA (*The Association of Food, Beverage and Consumer Products Companies*), pp. 1–24. doi: papers://248E978A-D3F2-453E-A670-D29D7166B452/Paper/p3777.
- Ditjenbun (2017) *ISPO Mewujudkan Pembangunan Perkebunan Kelapa Sawit Berkelanjutan*. Available at: <http://ditjenbun.pertanian.go.id/berita-479-ispo-mewujudkan-pembangunan-perkebunan-kelapa-sawit-berkelanjutan.html> (Accessed: 7 November 2017).
 - Efeca (2016) 'Comparison of the ISPO, MSPO and RSPO Standards', (November), pp. 1–6. Available at: http://spop.zslwebsites.wpengine.com/wp-content/uploads/sites/2/2015/09/Efeca_PO-Standards-Comparison.pdf.
 - Ethical Consumer (2016) *Company Research*. Available at: <http://www.ethicalconsumer.org/ethicalcampaigns/palmoilcampaign/palmoilcompanyresearch.aspx> (Accessed: 7 November 2017).
 - FERN (2017) *Company promises*. Available at: http://www.fern.org/sites/fern.org/files/Company_promises.pdf.
 - GAPKI (2017) *Industri Minyak Sawit Merupakan Industri Strategis Nasional | Indonesian Palm Oil Association (IPOA)*. Available at: <https://gapki.id/industri-minyak-sawit-merupakan-industri-strategis-nasional/> (Accessed: 7 November 2017).
 - Greenpeace (2016) 'Cutting Deforestation Out of the Palm Oil Supply Chain - Company scorecards', p. 15.
 - IISD (2014) 'Palm Oil Market', *The State of Sustainability Initiative (SSI) Review*, pp. 235–252. Available at: https://www.iisd.org/pdf/2014/ssi_2014_chapter_11.pdf.
 - Investment Indonesia (2017) *Minyak Kelapa Sawit Indonesia - Produksi & Ekspor CPO _ Indonesia Investments*. Available at: <https://www.indonesia-investments.com/id/bisnis/komoditas/minyak-sawit/item166> (Accessed: 10 October 2017).
 - IUCN (2016) *The IUCN Red List of Threatened Species*, IUCN. IUCN Global Species Programme Red List Unit. Available at: <http://www.iucnredlist.org/photos/2016> (Accessed: 7 November 2017).
 - Maritzova, C. (2014) 'From partnerships to sustainability', *Glopolis*, (1), pp. 1–14. Available at: https://glopolis.org/en/_publications/palm-oil-certification-from-partnerships-to-sustainability.
 - Nielsen (2015) 'Green Generation: Millennials say sustainability is a shopping priority', *The Nielsen Global Survey of Corporate Social Responsibility and Sustainability*, pp. 2015–2017. Available at: <http://www.nielsen.com/us/en/insights/news/2015/green-generation-millennials-say-sustainability-is-a-shopping-priority.html> (Accessed: 7 November 2017).
 - Pacheco, P., Gnych, S., Dermawan, A., Komarudin, H. and Okarda, B. (2017) 'The palm oil global value chain: Implications for economic growth and social and environmental sustainability W O R K I N G P A P E R 2 2 0 The palm oil global value chain Implications for economic growth and social and environmental sustainability', p. 46. Available at: http://www.cifor.org/publications/pdf_files/WPapers/WP220Pacheco.pdf.
 - Perkebunan, D. J. (2017) *Statistik Perkebunan Kelapa Sawit*. Available at: <http://ditjenbun.pertanian.go.id/tinymcepuk/gambar/file/statistik/2017/Kelapa-Sawit-2015-2017.pdf>.
 - Philadelphia Zoo (2017) *Common Names for Palm Oil and Palm Oil Derivatives*. Available at: <https://philadelphiazoo.org/unless-pdfs/Common-Names-for-Palm-Oil-and-Palm-Oil-Derivatives.htm>.

- Sime Derby (2014) 'Palm Oil Facts and Figures'.
- Sustainable Brands (2015) *Study: 81% of Consumers Say They Will Make Personal Sacrifices to Address Social, Environmental Issues*, http://www.sustainablebrands.com/news_and_views/stakeholder_trends_insights/sustainable_brands/study_81_consumers_say_they_will_make_. Available at: http://www.sustainablebrands.com/news_and_views/stakeholder_trends_insights/sustainable_brands/study_81_consumers_say_they_will_make_ (Accessed: 7 November 2017).
- Thomas, M., McLaughlin, D., Grubba, D. and Buchanan, J. (2015) 'Sustainable Sourcing Guide for Palm Oil Users', *A practical handbook for US consumer goods and retail companies*, (May), p. 83.
- UN (2017) *World Population Prospects: The 2017 Revision / Multimedia Library - United Nations Department of Economic and Social Affairs*. Available at: <https://www.un.org/development/desa/publications/world-population-prospects-the-2017-revision.html> (Accessed: 7 November 2017).
- Unilever (2017) 'Unilever Sustainable Palm Oil Sourcing Policy – 2016 Principles for Sustainable Palm Oil', pp. 1–5.
- Wollmuth, J. and Ivanova, V. (2014) *6 steps for a more sustainable supply chain | GreenBiz*. Available at: <https://www.greenbiz.com/blog/2014/01/24/6-steps-more-sustainable-supply-chain> (Accessed: 7 November 2017).
- Wright, T. and Rahmanulloh, A. (2015) 'Indonesia Biofuels Annual Report 2015', *Global Agricultural Information Network (GAIN) Report*, p. 12.
- WWF (2013) 'Palm Oil Buyers Scorecard: Measuring the Progress of Palm Oil Buyers', pp. 1–62.