

GRATIS

EDISI DESEMBER-FEBRUARI 2014

COKELAT

The advancement of communication

8 Cara Jitu
MEMASARKAN
KAKAO

KELOMPOK
PUNA LIPUT
JAGA TANAH

Mengumpulkan
Rp30 juta dalam
tiga tahun



18 ASAS MEMBANGUN
MITRA USAHA PETANI



CATATAN *editor*

APAKAH ANDA PERNAH BERTANYA DARI MANA PRODUK YANG ANDA BELI BERASAL, atau merenungkan bagaimana mereka dibuat? Komoditas seperti kakao, kopi, dan teh memiliki cerita manusia-manusia yang bekerja di belakangnya, cerita yang melibatkan ratusan manusia di seluruh dunia, namun hanya sedikit orang yang mau peduli.

Menurut Fairtrade Foundation, petani usaha kecil menghasilkan lebih dari 70% pasokan pangan dunia, namun yang mengejutkan mereka justru mewakili lebih dari 50% orang kelaparan di dunia. Apakah ini hasil dari sistem perdagangan yang adil dan merata? Jelas tidak, tetapi dengan manajemen rantai pasokan, perdagangan, pemerintah, dan investor yang tepat, dapat membuat neraca itu seimbang.

Laporan terbaru Fairtrade menguraikan lima pokok utama yang perlu ditangani demi memberdayakan petani usaha kecil. **Meningkatkan suara, pengaruh, dan organisasi petani:** termasuk akses yang lebih baik ke pasar, subsidi bahan bakar, benih, mesin, dan kesempatan bagi petani untuk memiliki hak atas tanah. **Nilai yang wajar:** saat ini petani kecil menerima nilai yang rendah dari produk yang mereka jual, terutama dalam rantai pasokan yang dikuasai oleh perusahaan-perusahaan global. Karena itu membangun model perdagangan yang lebih adil, meningkatkan posisi tawar petani, dan membangun kemitraan usaha secara langsung adalah kunci.

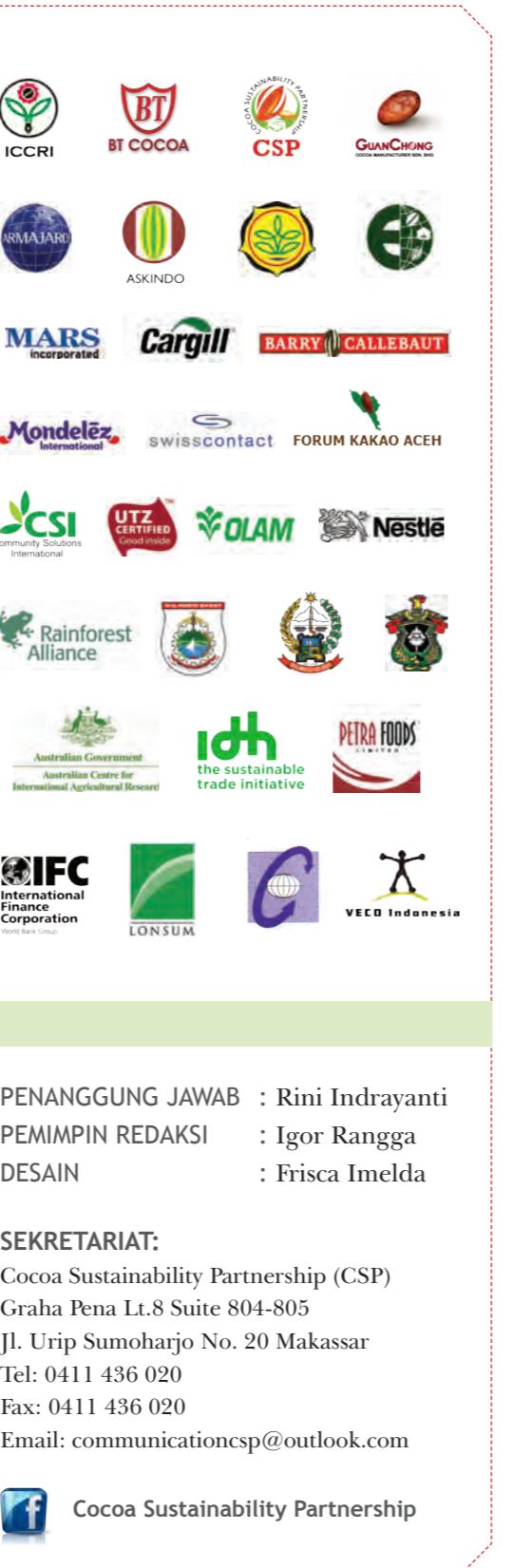
Lalu ada **akses ke keuangan:** kredit untuk petani kecil seringkali tidak tersedia dan terjangkau sehingga sulit bagi mereka untuk membeli input, teknologi, atau menganekaragamkan hasil panen. Skema kredit atau pinjaman dengan jaminan kepada bank dapat membantu ini. **Pertanian yang berkesinambungan:** meningkatkan praktik berkelanjutan dan membantu petani kecil untuk menyesuaikan diri dengan perubahan iklim membutuhkan investasi dalam bentuk pelatihan dan teknologi yang sesuai.

Yang terakhir adalah **sasaran pengeluaran pemerintah:** negara-negara berkembang yang masih bergantung pada pertanian justru hanya menyediakan rata-rata 5% dari anggaran nasional untuk sektor ini, bantuan internasional pun masih sangat rendah. Petani perempuan harus secara khusus menjadi sasaran, karena mereka menghasilkan 60-80% makanan di sebagian besar negara berkembang, tetapi justru seringkali dipandang sebelah mata atau tidak dilibatkan.

Mengambil langkah untuk memberdayakan petani usaha kecil akan membuka jalan mereka untuk membangun masa depan yang berkelanjutan, sekaligus membantu perusahaan dalam mengamankan pasokan terhadap komoditas-komoditas ini; selain menjaga lingkungan demi generasi mendatang, menekan limbah makanan, dan menyediakan petani alat-alat yang mereka butuhkan dalam mengatasi ancaman perubahan iklim.

Dari semua yang telah dijabarkan di atas, edisi 07 memperlihatkan sampai sejauh mana para pemegang kepentingan kakao Indonesia memenuhi paling tidak tiga dari lima kunci di atas. Praktik dan pelatihan yang mereka berikan, juga peningkatan kapasitas rumah tangga dan lingkungan sekitar kebun petani.

Jadi tunggu apa lagi, balik halamannya dan mulailah membaca.



Cocoa Sustainability Partnership

Daftar Isi

4. Tentang Peta Jalan CSP 2020.
6. Tradisi Berdialog Dalam Pengembangan Masyarakat.
8. Asas Membangun Mitra Usaha Petani.
11. Komitmen Cargill Dalam Menyokong Masyarakat Kakao.
12. Olam dan Pemberdayaan Masyarakat.
14. Usaha Fermentasi Kelompok Jaya Mandiri.
16. Cara Jitu Memasarkan Kakao.
18. Cocoa Life.
20. Kelompok Puna Liput Jaga Tanah.
24. Jamal: Cerita Sukses Berjualan Pupuk Organik.
26. Peresmian Pusat Belajar Kakao di Kabupaten Sikka.
28. Penjabaran Rantai Nilai Kakao oleh World Cocoa Foundation.
30. Pemberian beasiswa untuk keluarga petani di Pantai Gading.
32. Liputan Cocoa Day 2013.
33. Forum Pemegang Kepentingan Sulawesi Barat 2013.
34. Surat perpisahan Continaf.



8

► Tips: Membangun mitra usaha petani.



20 Pembelajaran dari Kelompok Tani Punaliput Jaga Tanah.



16

▼ 8 cara jitu memasarkan kakao.

PETA JALAN CSP 2020 MENJADIKAN KAKAO SEBAGAI KOMODITAS MASA DEPAN!

Indonesia adalah penghasil kakao terbesar ketiga dunia, namun kelangsungan hidup sektor ini berada di bawah tekanan yang besar. Produktivitas menurun dan petani kakao perlahan mulai meninggalkan kebunnya, mereka beralih ke tanaman lain seperti kelapa sawit.

KARENA KEADAAN TERSEBUT Indonesia bisa kehilangan kesempatan untuk memenuhi permintaan biji kakao dunia yang diperkirakan meningkat sampai 25% pada 2020. CSP dengan Peta Jalan 2020 berusaha menghilangkan kecenderungan ini dengan menjadikan kakao sebagai tanaman yang berkelanjutan dan menarik di masa depan.

September lalu NewForesight (atas nama CSP), suatu konsultan strategi alihbentuk yang bekerja untuk pasar berkelanjutan, berada di Indonesia untuk membantu mengembangkan Peta Jalan sektor kakao ini. CSP kemudian menyatakan seluruh pemangku kepentingan yang terlibat dalam produksi dan pemasaran kakao, dan

memberikan dorongan bagi para pemegang kepentingan tersebut demi mempertahankan kesinambungan kakao Indonesia.

CSP dan semua pemangku kepentingan, sekarang telah sepakat untuk melipatgandakan produktivitas petani dan menurunkan usia mereka sampai 40 tahun pada 2020. Dan pada Rapat Umum CSP 11 Desember ini, seluruh pemegang kepentingan akan mengembangkan sebuah strategi yang dapat memandu mereka dalam menerapkan segala hal yang diperlukan untuk mencapai tujuan tersebut.

Sukses untuk Peta Jalan 2020! ☺

Target Peta Jalan CSP 2020



LAPORAN UTAMA

12 Olam dan Pemberdayaan Masyarakat

14 Usaha Fermentasi Kelompok Jaya Mandiri

24 Jamal: Cerita Sukses Berjualan Pupuk Organik



DIALOG DALAM PENGEMBANGAN MASYARAKAT DAN METODE MEZZO

Ada beberapa budaya dalam praktik pengembangan masyarakat yang dipengaruhi oleh filsafat politik. Salah satu budaya yang berdasar pada ajaran Ghandi diperkenalkan oleh praktisi pengembangan masyarakat di Queensland, Australia yakni Anthony Kelly, Ingrid Burkett, Ann Ingamells, Peter Westoby, dan Gerard Dowling. Pendekatan itu disebut Dialog Pengembangan Masyarakat (DCD). OLEH: Rini Indrayanti

PARA AHLI PERCAYA BAHWA DIALOG BUKANLAH SUATU BENTUK PERCAKAPAN BIASA, melainkan proses yang memperkaya dan meningkatkan hasil suatu percakapan; melalui serangkaian permufakatan yang memandu percakapan itu (Barge & Kecil 2002). Oleh karenanya, menekankan dialog dalam praktik pembangunan memungkinkan orang untuk mendalami suatu pekerjaan dan tidak melulu sebatas pendekatan yang bersifat teknis (Kelly & Burkett, Westoby & Dowling 2009). Pada akhirnya, proses dialog akan menghasilkan rasa setia kawan dan kebersamaan di masyarakat.

Westoby dan Dowling (2009) menunjukkan bahwa untuk mempraktikkan kegiatan “dialog”, pekerja dalam bidang pengembangan masyarakat harus merubah kerangka berpikir

tentang suatu pekerjaan yang sifatnya sosial. Mereka harus menyerahkan diri sepenuhnya dan membungkus pekerjaan itu dengan komitmen dan rasa setia kawan. Hal tersebut dapat dilakukan jika si pekerja siap melayani orang lain dengan sepenuh hati.

PENDEKATAN DIALOG

Pendekatan dialog sejalan dengan teori modal sosial. Tesori-ero (2010) menunjukkan bahwa dialog yang tulus di antara masyarakat memberikan sumbangan besar dalam membangun masyarakat dan memperkuat modal sosial, itu karena pendekatan dialog membantu masyarakat memahami keadaan dan jenis tindakan sosial yang akan mereka ambil dengan lebih baik.

Modal sosial itu sendiri dapat diartikan sebagai jaringan sosial, yang di dalamnya termasuk norma-norma dan sangsi yang mengatur tingkah laku masyarakat. Modal sosial sangat berharga karena punya kemampuan untuk melancarkan tindakan perorangan maupun masyarakat, khususnya melalui penyelesaian masalah secara bersama-sama. Dalam modal sosial, jaringan sosial dipandang sebagai aset yang berharga karena memberikan landasan bagi masyarakat untuk berhubungan dan bekerja sama satu sama lain dan mendapatkan manfaat dari hubungan tersebut (Field 2008).

Modal sosial terjadi ketika hubungan antara manusia semakin kuat. Oleh karenanya, pembangunan modal sosial harus dengan cara memperkokoh hubungan itu sendiri. DCD mengadopsi pemahaman modal sosial tersebut demi memperkokoh masyarakat lewat kegiatan pengembangan masyarakat.

Membangun hubungan tidak hanya antara pribadi tetapi juga antara kelompok dan masyarakat; ini dikenal sebagai ikatan dan jembatan modal (Halpern 2005). Modal ikatan sosial selalu melihat ke dalam dan membangun kesetiaan kelompok atau masyarakat. Sementara itu, modal sosial yang menjembatani selalu melihat ke luar, sehingga menjadi penghubung ke kelompok atau masyarakat lain (Halpern, 2005; Putnam 2000).

Dalam DCD, merancang dan membangun suatu hubungan dikenal sebagai ikatan, kegiatan berkelompok, pembangunan, dan jembatan. Semuanya tertanam dalam empat metode yang membungkai pekerjaan-pekerjaan DCD. Metode ini digunakan dalam susunan masyarakat yang dikenal sebagai *Micro*, *Mezzo*, *Makro*, dan *Meta* (Kelly & Burkett, Westoby & Dowling 2009):

- Metode *Micro* adalah langkah pertama dalam kerangka kerja di mana pekerja mulai terlibat dengan masyarakat; langkah ini juga disebut sebagai kegiatan berkelompok. Tujuannya adalah untuk membangun hubungan dengan cara mendengarkan cerita-cerita masyarakat
- Metode *Mezzo* membawa masyarakat untuk membentuk sebuah kelompok yang memiliki tujuan. Proses ini mendorong masyarakat membuat sebuah kesepakatan dalam mengambil keputusan
- Metode *Makro* adalah tentang memelihara dan mengkokohkan hubungan antara masyarakat dalam kelompok. Tindakan ini disebut pembangunan
- Metode *Meta* adalah yang menjembatani, yang membuat jaringan lebih luas dan membentuk ikatan antara kelompok-kelompok yang beragam.

METODE MEZZO

Pusat metode *Mezzo* terletak pada sekelompok orang atau bagian dari masyarakat. Hal ini sesuai dengan prinsip-prinsip kunci metode *Mezzo* yang mengharuskan kelompok dibentuk sekecil mungkin agar setiap anggotanya bisa aktif (Kelly, A. &

Pekerja dalam bidang pengembangan masyarakat harus merubah kerangka berpikir tentang suatu pekerjaan yang sifatnya sosial.

Burkett, I. nd). Kelompok yang terlalu besar dapat mengakibatkan ketidakadilan dalam struktur yang berbeda. Ketika kelompok terlalu besar, hubungan bergeser kepada peran, dan pada akhirnya akan dikuasai oleh orang yang lebih kuat atau lebih pandai (Kelly, A. & Burkett, I. nd).

Ada beberapa konsep yang mendasari metode Mezzo (Kelly, A. & Burkett, I. n. D) seperti memindahkan keprihatinan pribadi ke dalam agenda masyarakat, gerakan “0-1-3” sebagai unit dasar untuk membangun tindakan masyarakat, peningkatan kapasitas dan pemberdayaan, penggunaan analisa pengembangan, model pekerjaan dalam masyarakat, dan struktur dalam proses pembangunan.

Dalam membangun sebuah tindakan ada langkah-langkah yang harus diambil. Langkah pertama adalah dengan menggunakan jargon yang menghubungkan tiga atau lebih orang dalam mengambil tindakan: “0-1-3” (Kelly, A. & Burkett, I. nd; Lathouras 2010). Yang penting dari pendekatan ini adalah keputusan masing-masing pribadi bisa terhubung sehingga menghasilkan satu tindakan. Oleh karena itu, hubungan yang saling menguntungkan akan tercipta melalui dialog. Jika kita melihat literatur tentang praktik-praktik pembangunan yang ditulis oleh badan-badan pembangunan seperti Bank Dunia, ILO dan IFAD, pendekatan yang mereka gunakan tidak berbeda dengan yang ditawarkan oleh DCD.

Namun, perbedaan dan inti dari DCD terletak dalam proses dialog yang terjadi. Program yang dijalankan oleh badan-badan pembangunan lebih berpusat pada sisi teknis. Hal ini sesuai dengan sifat program yang mengarah pada pelayanan. Dengan cara itulah program-program tersebut diterapkan di Indonesia. Masih belum jelas apakah DCD dapat diterapkan di Indonesia dalam program yang mengarah pada pelayanan lingkungan.

Uraian di atas mengenai pendekatan melalui pengembangan masyarakat, serta metode *Mezzo* dan DCD, diharapkan dapat meningkatkan praktik-praktik pembangunan yang menciptakan kemandirian masyarakat, terutama di daerah pedesaan. ©

TIPS: MEMBANGUN MITRA USAHA PETANI

BERDASARKAN KISAH SUKSES KOPERASI AMANAH



Meski diawali dengan dana dan anggota terbatas, koperasi ini tetap jalan sehingga akhirnya bisa memiliki aset sampai Rp2 miliar. Baca kisah sukses Koperasi Amanah berikut ini yang didapat berkat mengikuti panduan OKOP atau Optimalisasi Kapasitas Organisasi Petani tahun 2010.

OLEH: Peni Agustiyanto

PASCAPROYEK SUCCESS ALLIANCE di Polewali Mandar pada akhir 2005, beberapa komponen program yang terdiri dari petani, petani pemandu, dan penyuluh lapangan, memprakarsai pembentukan koperasi Amanah. Visinya adalah mewujudkan masyarakat tani yang sejahtera dan berkeadilan. Anggota awal koperasi ini hanya 27 orang, mereka adalah pengurus kelompok tani sebanyak lima orang, petani pemandu sebanyak 16 orang, dan penyuluh lapangan sebanyak enam orang.

Pada 2006 sampai 2007, yang merupakan masa prakoperasi, kegiatan usaha pun dilakukan, seperti penguatan modal intern melalui iuran anggota, memfasilitasi pemasaran bersama, serta mengembangkan warung serba cukup (wasercup)

pada tiga kelompok tani di kecamatan Tapango, Mapili, dan Luyo, Sulawesi Barat.

Dalam kurun waktu kurang dari enam tahun, usaha Amanah berkembang pesat hingga bisa memiliki anggota sampai 1,600 petani; sampai saat ini aset Amanah berikut usaha yang dijalankan telah mencapai Rp2 miliar. Segala keberhasilan tersebut tidak lepas dari rancangan dan mitra usaha yang tepat.

MODAL MEMBANGUN KEMITRAAN

Menurut panduan OKOP, ada delapan asas yang terkandung dalam kemitraan usaha, yang kemudian menjadi modal awal dalam membangun kemitraan, yaitu:

- Sahabat
- Rekan

- Teman
- Timbal balik
- Kolega
- Kebersamaan dan
- Sejawat
- Sama-sama menguntungkan

Kedelapan asas di atas memiliki lawan, inilah yang harus dibuang jauh-jauh, seperti memandang petani lain sebagai musuh, lawan, pesaing, dan harus ada yang menang dan yang kalah. Ke delapan asas di atas juga jangan hanya diingat, tetapi juga harus dijaga dan diutamakan, serta diperkuat dengan:

- Terobosan, bukan jalan pintas
- Kerjasama, bukan konflik
- Saling percaya, bukan saling curiga
- Mendukung, bukan mencela
- Bisa beradaptasi, tidak kaku
- Bisa berdialog, bukan *ngotot*
- Malu jika salah, jangan tidak tahu malu
- Mengedepankan prestasi, bukan kepopuleran
- Bertujuan pada hasil dan kinerja, bukan birokrasi
- Tanggap, tidak menunda.

Jika hal-hal di atas sudah dapat dipenuhi, maka arti kemitraan menjadi jelas, yaitu kerjasama dua atau lebih orang yang sepakat, punya pandangan yang sama, dan setuju pada tujuan yang sama. Kemudian baru dibuat rancangan usaha, arah pengembangan, serta pembagian tugas yang dikaitkan dengan keahlian dan ketrampilan setiap pihak.

Sedapat mungkin hindari pembagian tugas secara 50:50, karena akan menyulitkan pengambilan keputusan. Adakan pertemuan rutin, acara berbagi pengalaman, melakukan tinjauan, dan membuat kesepakatan (tertulis) untuk kemitraan tersebut.

KEUNTUNGAN KEMITRAAN

Kemitraan itu memperringan tugas yang dipikul oleh masing-masing pihak, selain menghemat tenaga, pikiran, dan dana yang biasanya sangat terbatas untuk melakukan satu kegiatan. Dengan kemitraan, hasil yang didapat akan lebih banyak karena dibangun dari dana, tenaga, dan pikiran yang sama; membuka kesempatan seluruh pihak untuk bergerak ke tahap selanjutnya.

Meski begitu kendala masih bisa terjadi, jika:

- Pihak-pihak yang berada di dalam kemitraan lekas puas dengan pekerjaannya
- Sering menyerahkan pekerjaan kepada orang lain
- Senang menampung semua pekerjaan
- Enggan menyerahkan sebagian wewenang
- Menutup diri dan tidak mengundang pihak lain untuk mencari jalan keluar
- Tidak bersedia berkorban demi mengubah keadaan menjadi lebih baik
- Tidak percaya pada kemampuan orang lain.



Dalam kurun waktu kurang dari enam tahun, usaha Amanah *berkembang pesat* hingga bisa memiliki anggota sampai 1,600 petani; sampai saat ini aset Amanah berikut usaha yang dijalankan telah *mencapai Rp2 miliar*.

Gambar 1. Model kemitraan - Pusat pembinaan



Tolok ukur berhasilnya kemitraan:

1. Meningkatnya produktivitas petani
2. Meningkatnya mutu
3. Tingkat pengembalian kredit mencapai 100 persen
4. Tercapainya kekuahan harga (kontrak penjualan dan harga minimum)
5. Pencairan kredit yang tepat waktu
6. Pengiriman hasil sesuai waktu yang telah ditentukan
7. Penyaluran benih dan sarana produksi pertanian (saprotan) yang tepat waktu
8. Tabungan kelompok tani yang terus meningkat
9. Meningkatnya pendapatan petani secara nyata
10. Kesepakatan dan kerjasama (serasi, seja sekata, dan berkesinambungan) ☺

Gambar 2.
Contoh model usaha kemitraan di Amanah, Polewali Mandar



Kesanggupan Cargill Mendukung Perkembangan Masyarakat Kakao

Mawarni menghadapi beberapa tantangan serius pada kebun kakanya di Kabupaten Bone, Sulawesi Selatan. Sepuluh tahun lalu ia mulai menanam kakao di tiga hektar kebun keluarganya.

"AWALNYA SAYA BISA MENGHASILKAN HINGGA SATU TON KAKAO PER HEKTAR PER TAHUN. Tapi dalam beberapa tahun terakhir, hama dan penyakit semakin marak dan merusak kakao saya," kata Mawarni. Hal tersebut menyebabkan dampak sangat buruk pada produktivitas kakao Mawarni. Untunglah, tak lama Mawarni mendengar mengenai Sekolah Lapangan Cargill di desanya dan memutuskan untuk ikut. Di sana, Mawarni belajar cara-cara untuk mengurangi serangan hama dan penyakit, serta bagaimana meremajakan tanaman kakao dengan teknik sambung samping dan pucuk. Ternyata berkat sekolah ini, panen Mawarni membaik bahkan ia telah memiliki pembibitan sendiri. Sekarang Mawarni adalah pemimpin dalam masyarakat tani di desanya, mengajar petani lain bagaimana meningkatkan hasil panen mereka.

Yang Mawarni alami adalah bagian dari Cargill Cocoa Promise, sebuah komitmen global dalam meningkatkan kesinambungan industri kakao dengan berpusat pada pelatihan petani, dukungan masyarakat, dan pengembangan pertanian. Cargill memperkenalkan program keberlanjutan kakao-nya itu di Indonesia pada 2012, kemudian memusatkannya pada keterlibatan perempuan. "Perempuan memiliki peran penting dalam penanaman, panen, dan produksi kakao," kata Jos De Loor, presiden usaha kakao dan cokelat Cargill.

MEMEMENUHI JANJI

Itulah kesanggupan Cargill untuk mendukung perkembangan masyarakat kakao Indonesia, termasuk lewat pendidikan. Cargill bertekad meningkatkan kehadiran siswa sampai 100 persen pada keluarga-keluarga yang ikut dalam program, serta aktif memasyarakatkan pentingnya mendahulukan anak-anak pergi ke sekolah daripada ke kebun.

Cargill mengakui bahwa untuk memenuhi permintaan pelanggan dan mendukung masa depan pertanian kakao mereka harus menanam modal besar dalam rantai pasokan. "Di Indonesia dan di seluruh dunia, pemberdayaan perempuan sangat penting bagi kami dalam memenuhi Cocoa Promise ini," pungkasnya. ☺

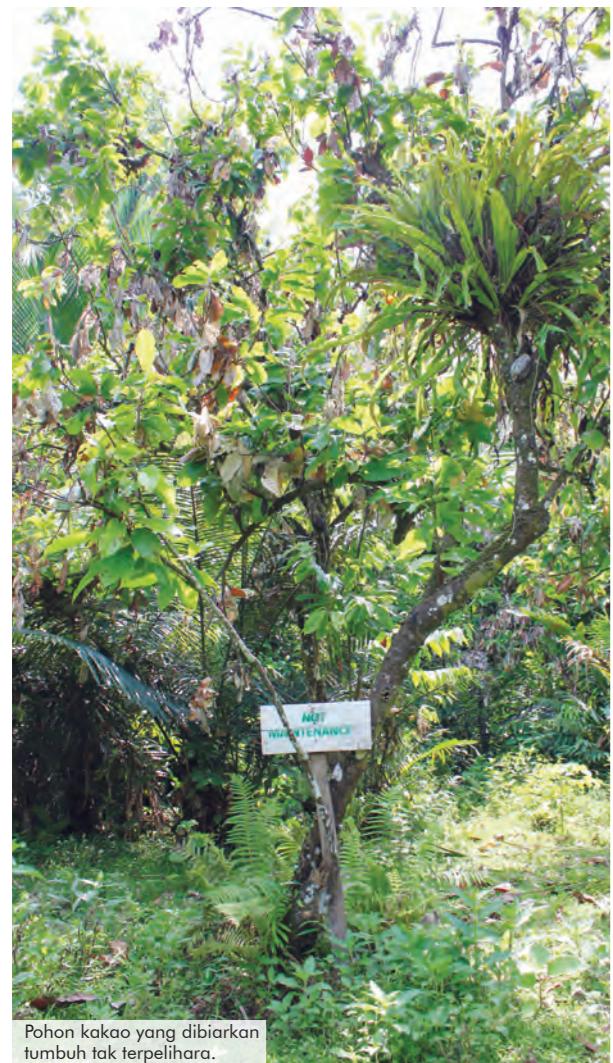


Foto: Cargill

OLAM

PEMBERDAYAAN DI SEGALA SISI

Akhir November lalu COKELAT diundang PT Olam Indonesia ke Kabupaten Luwu Utara (Lutra), Sulawesi Selatan, untuk melihat program pemberdayaan masyarakat yang telah mereka lakukan di sana. Mulai dari pengendalian lalat buah, sampai belajar memelihara lingkungan di sekolah. Berikut laporannya.



Pohon kakao yang dibiarkan tumbuh tak terpelihara.

WILAYAH YANG KAMI KUNJUNGI BERADA DI DESA KALOTOK, Kecamatan Sabbang. Di desa ini kami bertemu dengan Jalisman, ketua kelompok Tiroang Indah Permai yang bekerja sama dengan Olam sejak 2011. Jalisman mengatakan, pemberdayaan masyarakat saat itu dimulai dengan membentuk suatu kelompok konservasi desa; kelompok ini bertujuan untuk memelihara lingkungan di sekitar desa dan kebun. "Kami belajar membuat kompos, pupuk cair, dan tentang keselamatan kerja," kata Jalisman.

Menurut Jalisman, tanaman kakao adalah produk unggulan di Kabupaten Lutra, sehingga pemberdayaan petani, terutama yang berhubungan dengan pemeliharaan kebun, sangat diperlukan di sini. Ia mengatakan teknik penyambungan yang diajarkan Olam berhasil meremajakan kembali kebunnya. "Sambung salam yang paling sering kami pakai," kata Jalisman. Hal lain yang diajarkan adalah membuat daerah penyangga di sekeliling desa. Daerah penyangga tersebut kemudian ditanami serai dan nanas yang hasilnya bisa dijual atau dinikmati sendiri.

TANGGUNG JAWAB SOSIAL

Pemberdayaan petani yang dilakukan Olam sebenarnya merupakan suatu bentuk tanggung jawab sosial perusahaan kepada masyarakat. Dimulai pada 2005, Olam bersama produsen cokelat Blommer dari Amerika Serikat, membuka program yang diberi nama SAFOB (Sulawesi Alliance Farmer Olam and Blommer). Program tersebut juga menjadi jawaban atas persoalan yang dihadapi petani ketika itu, seperti serangan hama, umur tanaman, dan kondisi tanah yang memburuk.

Pengendalian lalat buah adalah salah satu program yang ditujukan untuk mengendalikan hama penggerek buah kakao (PBK). Caranya sangat mudah; buatlah perangkap, bisa berupa botol plastik bekas yang dilumuri hormon lalat buatan, lalu gantungkan di pohon kakao. Menurut Hardi Sewa, Kepala Cabang PT Olam Indonesia - Sulawesi Selatan, cara tersebut tepat sasaran, karena hanya membunuh lalat. "Kalau

Foto: Igor Rangga.

Kelak mereka akan menjadi *petani-petani yang berakhlek*, punya pengabdian tinggi terhadap kebunnya, dan menghormati alam.

makaik pestisida, lebah bisa ikut mati," katanya. Sampai saat ini sebanyak 4,491 petani telah dibekali ilmu tersebut, dan tingkat serangan PBK di wilayah Lutra mulai berkurang sampai 30% dari sebelumnya 50%.

Mulai 2013 kedua perusahaan memulai program baru bernama Grow Coco yang bekerja lebih menyeluruh dan sesuai dengan kebutuhan petani saat ini, seperti penyempurnaan pascapanen, *traceability*, dan pemeliharaan lingkungan. "Kami menargetkan sekitar 7,000 petani," kata Sewa.

Selain pengendalian hama, petani juga dibekali ilmu untuk mengatasi masalah pohon rebah. Ketika COKELAT berkunjung ke kebun, terlihat beberapa pohon kakao yang memiliki tiga batang utama. "Ini namanya teknik *tree balancing*," kata Sewa. Ia menjelaskan bahwa teknik ini sengaja diterapkan agar pohon kakao tidak mudah rebah, sangat berguna bagi petani agar mereka tidak buru-buru menebang pohnnya.

Selain itu juga ada satu pohon kakao di desa Kalotok yang dibiarkan tumbuh tinggi tak terpelihara. Di cabangnya bahkan sudah menempel parasit. "Pohon ini sengaja dibiarkan demikian sebagai contoh apa yang bisa terjadi jika petani enggan memeliharanya kakaonya," kata Sewa. Dengan demikian mendorong petani untuk lebih rajin datang ke kebun dan melakukan pemangkasan.

PEMBERDAYAAN USIA DINI

Olam tidak hanya memberdayakan orang dewasa, bekerja sama dengan Rainforest Alliance, mereka meningkatkan kapasitas anak-anak sekolah dasar dalam memelihara lingkungan. Sewa mengatakan bahwa sangat besar kesempatan bagi anak untuk merusak lingkungan, contohnya pada saat bermain, mereka bisa saja membakar semak atau membuang sampah ke sungai. "Karena pada umur ini mereka belum paham bagaimana menjaga lingkungannya, sehingga peningkatan kapasitas pada usia dini sangat penting," kata Sewa.

Anak tetap diberi keleluasaan untuk membantu orang tua di kebun, karena membantu orang tua juga merupakan proses belajar, hanya jangan pada jam sekolah. Mereka kemudian diberi pemahaman bahwa memegang benda tajam atau zat kimia belum dianjurkan untuk anak usia mereka. Tujuan lain mengenalkan anak-anak bagaimana cara memelihara lingkungan adalah mereka bisa dijadikan media untuk orang tua yang buta huruf. "Jadi mereka akan menyampaikannya langsung di rumah," kata Sewa.

Belajar memelihara lingkungan untuk murid sekolah dasar diberikan mulai dari kelas tiga sampai kelas enam. Kelas tambahan diberikan setelah pulang sekolah dan diisi dengan menyanyikan lagu-lagu bertema alam, permainan, sampai sandiwara. "Kami berharap dengan belajar sejak usia dini, mereka akan menjadi petani-petani yang berakhlek, punya pengabdian tinggi terhadap kebunnya, dan menghormati alam," kata Sewa menutup pembicaraan. ©



1. Hardi Sewa menunjukkan teknik *tree balancing*.

2. Tanaman nanas dan serai di wilayah penyangga.

Video kelas tambahan anak-anak desa Kalotok dapat ditonton di:
<https://www.youtube.com/user/CSPIndo>



1. Demo plot fermentasi yang juga dijadikan sebagai pusat pelatihan.

2. Kegiatan pembuatan kompos perempuan Pinrang.

KELOMPOK PEREMPUAN JAYA MANDIRI CONTOH TERBAIK USAHA FERMENTASI BERKELOMPOK

Permintaan pasar biji kakao fermentasi secara nasional maupun internasional mendorong Indonesia untuk menghasilkan biji fermentasi lebih banyak. Berikut salah satu contoh kegiatan Cocoa Innovations Project (CIP) bersama sekelompok perempuan di Pinrang, Sulawesi Selatan dalam memenuhi kebutuhan tersebut.

PINRANG DIKENAL SEBAGAI salah satu daerah penghasil kakao terbesar di Sulawesi Selatan, di mana kebun-kebun kakaonya merupakan warisan dari generasi ke generasi. Sebelumnya CIP telah memiliki keterlibatan kuat dalam kegiatan pasca panen di Pinrang, yang kemudian diikuti dengan pengembangan model usaha fermentasi berkelompok demi meningkatkan mutu biji di wilayah ini. Salah satu keterlibatan itu diwujudkan melalui kerja sama dengan sekelompok perempuan, yang sekaligus menjadi objek uji coba model tersebut.

Didirikan pada 2010, Jaya Mandiri merupakan kelompok di mana sebagian besar anggotanya adalah ibu-ibu rumah tangga, dan semua memiliki kebun kakao yang dikelola bersama suami mereka. Sejak didirikan, ibu-ibu Jaya Mandiri selalu terlibat langsung dalam kegiatan pemangkasan, panen, dan pascapanen, seperti pengeringan dan penjualan biji kakao.

Tujuan dibentuknya Jaya Mandiri adalah untuk melakukan pengembangan model usaha yang melibatkan lebih banyak perempuan dalam rantai nilai kakao dan menciptakan penghasilan tambahan bagi mereka. Ide untuk melibatkan Jaya Mandiri sebenarnya telah muncul sejak proyek sebelumnya, Amarta II, ketika salah seorang fasilitator mencari satu kelompok untuk dijadikan unit pembelian dan pengolahan biji kakao.

Pada awal-awal pendekatan, ibu-ibu Pinrang kurang yakin untuk bergabung dan membentuk unit pengolahan, terutama karena kurang-



kan mutu biji fermentasinya. Berdasarkan hasil uji mutu pada September 2013 menunjukkan peningkatan yang nyata: kadar air 7,5%, sama sekali tidak ada *slaty*, *purple* 7%, *brown* 93%, dan kotoran 2%. Anggota Jaya Mandiri akhirnya bisa menerima harga premium karena sanggup memberikan nilai tambah pada produk sebelum dijual.

Jaya Mandiri dan CIP cukup senang dengan hasil yang diperoleh sampai saat ini. Biji fermentasi mereka mampu memenuhi baku mutu dan sesuai dengan permintaan pembeli seperti Olam. Pengekspor pun ikut andil dalam kegiatan lapangan lewat pemberian uang muka ke kelompok untuk membeli biji basah.

PENDAPATAN PETANI MENINGKAT

Berdasarkan data yang dimiliki CIP, pendapatan petani meningkat setidaknya 10% setelah ikut dalam kegiatan fermentasi. Ini berarti, tujuan proyek Jaya Mandiri dalam meningkatkan kesejahteraan petani mulai terwujud. Selain itu, mulai banyak petani ikut kegiatan fermentasi dan bersemangat untuk mengambil keuntungan dari usaha tersebut. Ibu-ibu rumah tangga sekarang lebih percaya diri dalam mengelola keuangan keluarga karena bertambahnya pendapatan.

Dalam waktu dekat Jaya Mandiri dan CIP berencana meningkatkan volume yang lebih besar, sampai 15 ton per bulan. Agar rencana tersebut terwujud, Jaya Mandiri memperluas jaringannya dengan melibatkan tiga kelompok lain di wilayah Pinrang. Jaya Mandiri pun menjadikan dirinya kelompok yang tepat guna dengan melakukan semua kegiatan sendiri, yang artinya, menekan biaya operasional.

Ibu-ibu Jaya Mandiri telah membuktikan bahwa mereka mampu membangun suatu usaha dari nol dan tahu artinya kerja sama dalam membangun usaha. Semua tantangan yang berhasil dilalui menjadi kebanggaan ibu-ibu ini. Sebagai model yang dikembangkan CIP, kelompok perempuan Jaya Mandiri perlahan mampu menciptakan kehidupan yang berkelanjutan dan meningkatkan mutu dalam rantai nilai kakao. ©

nya modal untuk membeli peralatan dasar seperti timbangan dan karung goni. Tapi ternyata, tak lama setelah itu anggota Jaya Mandiri justru mengumpulkan sumbangan sendiri untuk memulai usahanya.

SESUAI PERMINTAAN PEMBELI

Dengan dukungan CIP, Jaya Mandiri memulai beberapa usaha lain untuk mengumpulkan modal, seperti pembuatan dan penjualan pupuk kompos, serta usaha pembuatan tas tangan dari wadah bekas minuman ringan. Mereka pun mengumpulkan biji kakao dari desa-desa lain, mengeringkannya, lalu menjualnya kepada pengekspor. Lewat praktik tersebut, pengetahuan Jaya Mandiri dalam menjalankan organisasi semakin terasah dan siap untuk menjadi sarana pembelian biji basah bagi para anggotanya.

CIP melihat bahwa Jaya Mandiri memiliki kemampuan untuk menjadi model usaha fermentasi berkelompok. Sebagian besar anggota Jaya Mandiri paham akan praktik pertanian terbaik dan penanganan pasca panen karena sering terlibat dalam kegiatan sekolah lapangan. Selain itu, berkat usaha pembuatan tas tangan, mereka pun berpengalaman dalam bidang pemasaran.

Karena pengalaman-pengalaman itulah, CIP tertarik untuk membentuk Jaya Mandiri menjadi kelompok usaha fermentasi yang kuat, caranya dengan memberikan bantuan pelatihan teknis dalam pengelolaan usaha. Tempat percontohan untuk kegiatan fermentasi juga dibangun di Pinrang. Selain itu CIP mulai mengenalkan Jaya Mandiri kepada kelompok-kelompok petani lain agar terangsang untuk menjadi mitranya.

Ketika usaha ini dimulai pada April 2013, mutu yang dihasilkan memang masih rendah. Kadar air masih 8%, *slaty* 10%, *purple* 27%, *brown* 63%, dan sampah 2,3%. Namun dalam tempo hanya lima bulan, Jaya Mandiri mampu meningkat-

Foto: Hasrun Hafid / Rosmini Mansur.

Artikel ini ditulis oleh tim Cocoa Innovations Project (CIP) yang melanjutkan sasaran proyek sebelumnya, AMARTA II, yaitu kegiatan agrofinansial, mobile money, dan model fermentasi berkelompok. Dukungan diperoleh dari Armajaro, Mars, Olam, Mondelez, Hershey, dan Continaf, melalui hibah dari World Cocoa Foundation (WCF) dan pendanaan dari ACDI/VOCA.

www.acdivoca.org

Video kegiatan pembuatan kompos perempuan Pinrang dapat diton-ton di <https://www.youtube.com/user/CSPIndo>

8 CARA JITU MEMASARKAN KAKAO

Berkebun kakao adalah tentang bagaimana menjual hasil kebun dengan cepat dan tepat. Baca perbincangan dengan Ina Murwani, Presiden Direktur Continaf/Nedcommodities, yang dengan senang hati membagikan kiat kepada Anda.

SEBELUM MASUK DALAM PEMBAHASAN, kita perlu tahu masalah pemasaran yang terjadi pada petani kakao sekarang ini. Memastikan apakah petani sudah melakukan empat unsur penting dalam pemasaran. Ke empat unsur itu adalah, seorang petani harus kenal betul produknya, berapa harga yang ingin ditetapkan, bagaimana distribusinya, "Dan ke empat, seberapa gencar ia mempromosikan produk tersebut," Ina menjabarkan.

Kenyataan menunjukkan bahwa petani kakao Indonesia sebagian besar belum melaksanakan keempat unsur tersebut secara bersamaan, hanya sejauh bagaimana menghasilkan kakao, alias produksi. "Bagaimana melakukan promosi, belum banyak yang tahu," kata Ina. Hal ini terjadi karena petani masih berpikir bahwa kakao adalah warisan, bukan suatu usaha yang harus dikembangkan. Petani pun tidak mengerti apakah produk yang ia jual menguntungkan atau tidak.

Ina mengatakan, jika seorang petani ingin berhasil memasarkan produknya, ia perlu berpikir sebagai pengusaha, tahu untung ruginya menanam kakao, dan mengenali siapa saja pembeli kakao. "Jika itu dipenuhi, usaha pasti jalan," kata Ina yakin. Sampai sejauh ini pemerintah berusaha memberikan pemahaman mengenai dinamika pasar kepada petani; namun menurut Ina, pemerintah belum paham betul mengenai hal tersebut. Dapat terlihat dari bagaimana cara pemerintah memberikan pendampingan di lapangan. "Pemerintah mengatakan bahwa nilai tambah bisa diperoleh jika kakao sudah berubah menjadi barang jadi, padahal kan tidak melulu begitu," kata Ina. Menurutnya, nilai tambah sudah bisa diperoleh jika petani menghasilkan biji kakao yang baik.



Foto: Igor Rangga.

MENINGKATKAN KEMAMPUAN PETANI

Sebagai langkah awal untuk meningkatkan kemampuan seorang petani dalam melakukan pemasaran adalah dengan memberikan pemahaman tentang pengelolaan biaya, aliran dana, serta menyakinkan bahwa produk mereka lebih menguntungkan daripada produk lain. Setiap lembaga yang punya kepentingan dengan petani bertugas untuk meningkatkan kemampuan tersebut. "Mereka adalah pedagang, industri, penggilingan, dan siapa pun yang ingin membeli produk petani," kata Ina.

Langkah kedua adalah membuka jalan bagi petani untuk mengetahui harga pasar. Tapi jangan hanya dibukakan jalan, petani juga harus diberi pemahaman bahwa harga terdiri dari banyak unsur; harga yang lebih tinggi, bisa jadi potongannya lebih banyak. "Jangan sampai petani menjual ke penawar tertinggi, tapi pulang dengan membawa uang yang jumlahnya lebih rendah daripada yang ditawarkan oleh penawar terendah," Ina mengingatkan.

Selain mengetahui harga, petani pun harus yakin bahwa produk yang ia tawarkan mampu bersaing di pasar. Cara pertama adalah dengan menjaga mutu, diikuti dengan mempertahankan jumlah. Ketika seorang petani dapat memenuhi kebutuhan, sudah pasti ia akan dicari banyak pembeli. Hal ketiga yang tidak kalah penting adalah kesetiaan dan mau menepati janji. "Jika seorang petani menjanjikan mutu dan jumlah sekian, serta akan mengirimkan biji pada waktu yang telah ditentukan, maka ia harus menepati janji itu," kata Ina. Kesetiaan seperti ini yang diharapkan oleh pembeli, karena rantai nilai akan menjadi kuat, keuntungan pun didapat oleh kedua belah pihak.

WEWENANG PETANI

Seorang petani yang berhasil adalah petani yang pandangannya mengarah pada pasar; dan untuk membangun pandangan seperti itu, dibutuhkan kesadaran diri sendiri bahwa ia memang ingin menjadi pengusaha agrobisnis. "Bukan karena tanah warisan, atau harus membiayai sekolah anak," kata Ina. Ia juga mengingatkan bahwa agrobisnis memiliki risiko yang besar, baik risiko pasar maupun alam, sehingga kesadaran sebagai pengusaha dan memiliki pandangan yang mengarah ke pasar menjadi penting.

Setelah kesadaran petani terbentuk, maka andil pemegang kepentingan dibutuhkan dalam pemberdayaan petani. Jika berbicara mengenai pemberdayaan, maka akan muncul dua hal yang menjadi unsur penting di dalamnya, yaitu teknis dan wewenang. Ketika pemegang kepentingan ingin memberdayakan petani, mereka harus membekali petani dengan pelatihan. Tidak hanya pelatihan teknis sambung samping atau mengenal jenis hama, tapi juga pengelolaan biaya dan dana. "Uang dalam jumlah besar biasanya masuk saat panen. Jika tidak dikelola dengan baik, uang itu bisa lenyap dalam tempo tiga hari," kata Ina



Seorang petani usaha kecil menghitung hasil penjualannya.

yang juga yakin bahwa pengelolaan uang dapat menghindarkan petani dari tengkulak.

Unsur kedua yaitu wewenang, dimana seorang petani berkuasa penuh atas produksi yang ia hasilkan; kapan ia bisa mengirimkan hasilnya ke pembeli, dan memutuskan siapa pembeli terbaik.

MEMBESARKAN USAHA

Dalam kesempatan ini Coklat juga bertanya kepada Ina apa pendapatnya mengenai pemasaran bersama, sistem yang sedang berkembang pesat sekarang ini.

"Menurut saya, sistem tersebut membantu pembeli terutama dalam hal pencatatan, karena biji dikumpulkan dalam satu tempat," kata Ina. Jika petani datang sendiri-sendiri, lalu hanya membawa satu kilo biji, bahkan ada yang 500 gram, tentu akan repot. Jika dihubungkan dengan jumlah, pemasaran bersama adalah salah satu cara terbaik.

Ina memberi catatan, pemasaran bersama secara tidak langsung membentuk zona aman bagi petani, mereka tidak teranggang untuk menghasilkan biji dalam jumlah besar. Karena petani berpikir mereka masih bisa menjual bijinya dalam jumlah kecil, maka mereka pun terus berada di posisi 'kecil', yang berimbas pada tingkat kemakmurannya. Ina mengatakan, tidak masalah jika petani memilih usaha kecil-kecilan, asal produk yang ia jual harus punya kelebihan. "Entah itu biji kakao yang besar-besar, jumlahnya 40 biji per 100 gram, atau bijinya punya cita rasa tersendiri. Dengan begitu, kemakmurhan petani bisa terjamin, karena bijinya mahal," kata Ina.

Di akhir perbincangan Ina mengusulkan satu model pemasaran yang bisa dicoba oleh petani Indonesia. Dimulai dari pembentukan kelompok seperti biasa. Bedanya, petani yang ingin bergabung diberi syarat, yaitu mereka harus punya lahan sekian hektar, dengan hasil biji

sekian kilogram. Ina mengatakan, dengan memberlakukan syarat seperti itu, biji kakao akan lebih cepat tiba di pasar, dan pembeli lebih senang jika membawa hasil dalam jumlah besar. "Dan secara tidak langsung akan merangsang petani usaha kecil untuk semakin membesarkan usahanya," tutup Ina. ◉

tips

MODAL AGAR BERHASIL MEMASARKAN KAKAO

- ▶ Petani bangga akan pekerjaannya
- ▶ Petani perlu berpikir sebagai pengusaha
- ▶ Tahu untung ruginya menanam kakao
- ▶ Mengenali siapa saja pembeli kakao
- ▶ Yakin bahwa produk yang ditawarkan mampu bersaing di pasar (dengan menjaga mutu dan mempertahankan jumlah)
- ▶ Setia pada pembeli dan menepati janji pengiriman.

Para pemegang kepentingan harus:

- ▶ Memberikan pemahaman tentang pengelolaan biaya, aliran dana, serta menyakinkan petani bahwa kakao lebih menguntungkan dari pada komoditas lain
- ▶ Membuka jalan bagi petani untuk mengetahui harga pasar.

COCOA LIFE

Memberdayakan Masyarakat Dengan Sepenuh Hati



Pada Februari 2013, Mondelēz International meluncurkan program Cocoa Life di Pantai Gading, Afrika. Prakarsa yang dirancang oleh CARE International dan para pemegang kepentingan utama ini bertujuan untuk meningkatkan taraf hidup petani di wilayah penghasil kakao.

MONDELÉZ DAN CARE INTERNATIONAL UK telah menandatangi kemitraan demi lancarnya proyek di Pantai Gading tersebut. Cocoa Care dilaksanakan oleh CARE di 11 masyarakat sasaran wilayah Haut Sassandra. Artikel ini sendiri menjabarkan kegiatan CARE selama enam bulan pertama proyek tersebut (Februari sampai Juli 2013). Semester pertama ditandai dengan dimulainya penggerahan masyarakat di lapangan.

KEGIATAN YANG DILAKUKAN

Lokakarya menyeluruh mengenai Cocoa Life diadakan mulai 24 sampai 26 Juli 2013 (lokakarya mengenai hal-hal yang lebih luas diselenggarakan mulai 23 Juli sampai 2 Agustus). Kedua lokakarya tersebut diikuti oleh semua staf proyek Cocoa Life, Koordinator Pemberdayaan Ekonomi Perempuan, serta para Assistant Country Director yang bekerja pada proyek-proyek terkait.

Pada 9 April diadakan lokakarya tingkat lapangan bersama pedagang Zamacom yang menghasilkan pengembangan rencana kerja dengan produsen, anggota koperasi, serta ke-

giatan lainnya. Lokakarya tingkat lapangan tersebut kemudian membentuk dasar perjanjian yang akan ditandatangani antara Zamacom dan CARE. Kegiatan yang terkait dengan pengembangan masyarakat dan mata pencaharian tambahan dilakukan melalui:

- Pembentukan Komite Pengembangan Masyarakat (CDC) di empat daerah sasaran tahun pertama proyek
- Peluncuran Kelompok Desa Simpan Pinjam (sebuah metodologi CARE untuk meningkatkan peran serta keuangan lokal) di dua daerah: Bateguedia dan Molonou.

PRAKTIK PERTANIAN TERBAIK

Antara tanggal 23 dan 24 Mei, CARE melaksanakan pelatihan untuk 100 petani yang tergabung dalam kelompok Case du Planteur. Pelatihan ini dipusatkan pada praktik pertanian terbaik dan diselenggarakan oleh ahli agronomi dari Zamacom. Pelatihan dibagi menjadi dua tahap, pertama mengenai teori

dan konsep-konsep dasar, kedua melakukan praktik langsung di demo plot desa Sapia.

Sementara pada 6 Juni, CARE dan Zamacom memusatkan pelatihan pada kegiatan perdagangan, membangun toko, dan meningkatkan kapasitas petani dalam menghasilkan pupuk organik dari sisa-sisa pertanian; misalnya dengan membuat kompos dari kulit kakao. Sebuah dokumen resmi sedang diperbarui dan akan ditandatangani oleh para pemasok dan anggotanya.

Dimulai April 2013, sebuah diskusi dilakukan bersama perwakilan Dewan Kakao dan Kopi, membahas mengenai pelaksanaan mekanisme yang bisa membaca tanda-tanda penyimpangan harga, selain melihat potensi kerja sama dalam melakukan kegiatan tersebut.

Demi meningkatkan pemberdayaan perempuan dan keterlibatan pemuda, juga untuk mengurangi pengucilan sosial, CARE mengadakan pertemuan dengan organisasi-organisasi yang berlandaskan petani. Pertemuan ini dilakukan untuk menanamkan nilai bahwa perempuan dan remaja punya andil besar dalam organisasi-organisasi tersebut.

Dari 12 sampai 15 Juni 2013, dua staf CARE yang bekerja untuk program Global Fund/Malaria Round 8, dan seorang ahli dari pusat Training of Trainers pengendalian HIV/AIDS, melatih 27 teknisi pertanian Zamacom. Pelatihan meliputi pemahaman tentang dua penyakit tersebut, terutama mengenai teknik pencegahan, dan teknik komunikasi dalam perubahan perilaku.

MENINGKATKAN KAPASITAS MASYARAKAT

Kegiatan-kegiatan di atas terkait dengan penelitian dasar dan perencanaan masyarakat yang dilakukan selama tahap peluncuran proyek di Bateguedea, Nibass, Molonou, dan Sikaboutou.

Kepala desa Nibass berterima kasih atas apa yang telah dilakukan untuk masyarakatnya. Dia mengatakan bahwa mereka sempat tidak menganggap serius program ini, bahkan di awal, mereka tidak peduli betapa pentingnya program. "Tapi sekarang, kami tahu bahwa ini adalah masalah serius," katanya. Kepala desa bercerita bahwa CARE mau datang untuk menghabiskan malam di gubuk mereka¹, juga makan dan mandi di desa. Selain itu, CARE mengundang mereka mengunjungi desa lain². "Ketika pulang, kami menceritakan apa yang terjadi di desa lain kepada warga. Akhirnya kami menyadari bahwa desa ini, tempat yang kami remehkan, sebenarnya penting," kata kepala desa.

Sawadago Gueswindé Edward, Wakil Presiden Pemuda Burkina Faso, yang juga Sekretaris Jenderal Komite Pengembangan Masyarakat mengatakan bahwa pernah ada pertemuan antara masyarakat dan pelatih, dan itu benar-benar merugikan. Teman-teman sekelasnya tidak mau menyapa dan berbicara satu sama lain. Hubungan terhenti antara masyarakat luar dengan Bete³. "Tapi dengan kedatangan CARE,

semua berubah. Kami ditempatkan di ruangan yang sama sehingga kami lebih dekat sedikit demi sedikit. Akhirnya kami pun bicara dan terhubung kembali," kata Edward.

Mengenai perburuhan anak, CARE telah mengembangkan dan menandatangani kemitraan dengan International Cocoa Initiative (ICI) untuk bersama-sama mencapai tujuan Cocoa Life, yaitu menghapus perburuhan anak. Kemitraan ini meliputi:

- Pelatihan untuk pelatih (dari CARE, Zamacom, dan koperasi) dalam meningkatkan kapasitas dalam memerangi perburuhan anak
- Pelatihan yang diadakan di lokasi proyek, serta menghidupkan kembali mekanisme masyarakat yang dapat memerangi perburuhan anak
- Melakukan pengawasan dan evaluasi setelah pelatihan selesai. Dua lokakarya telah berlangsung antara 29 Juli dan 1 Agustus
- Enam direktur koperasi, empat wakil dari Case du Planteur, enam staf CARE dan 12 anggota Zamacom ikut serta dalam pelatihan di atas. Dari 28 peserta, ada tiga perempuan yang ikut pelatihan.

Edward sendiri adalah petugas penyemprot pestisida. Tanpa pelatihan tentang perburuhan anak, ia akan pergi ke kebun bersama anak-anaknya dan membiarkan mereka menyentuh produk-produk berbahaya. "Namun berkat pelatihan, saya tidak akan melakukan itu," kata Edward.

TERUS BERLANJUT

Sery Dohoré Vincent yang berasal dari desa Batéguédea, mengatakan bahwa kedatangan CARE telah mengubah banyak hal di masyarakat, terutama dalam hal hubungan antara warga. Sebelum ini, masyarakat asing dan Bete tidak bisa dekat satu sama lain karena selalu ada kecurigaan sejak konflik pecah pada 2011, saat di mana Vincent harus kehilangan kedua orang tuanya.

Vincent yang juga kepala suku Tchrégbéguhé mengatakan bahwa berbagai pertemuan telah mempersempit kesenjangan dan mengurangi kecurigaan di antara mereka; itu akan menjadi langkah awal dan CARE akan meneruskan langkah tersebut. Demikian pula mengenai kesadaran akan perburuhan anak, telah mengubah perilaku masyarakat. Mereka sekarang tahu bahwa anak-anak tidak boleh membawa beban melebihi 8 kg, menyemprot pestisida, atau mendekatinya. "Hal-hal seperti ini baik untuk diketahui. Kami harap CARE akan terus berada pada jalur ini," kata Vincent. ☺

Foto: The Frog Blog.

¹ Agustus 2012, selama Pengkajian Kebutuhan.

² Untuk bergabung dengan lokakarya pengesahan masyarakat, November 2012 di Daloa.

³ Batéguédea, suku asli Pantai Gading.



Dibalik Pembiayaan Sertifikasi Mete Organik: PEMBELAJARAN DARI KELOMPOK TANI PUNALIPUT JAGA TANAH

Ile Padung di kabupaten Flores Timur adalah desa penghasil mete terbesar di Pulau Flores, provinsi Nusa Tenggara Timur. Pantai yang mengelilingi Ile Padung pun menjadi nilai tambah, karena angin laut yang berembus ke arah pegunungan membantu mempertahankan tingkat kelembapan.

OLEH: Imam Suharto dan Etih Suryatin

METE (ANACARDIUM OCCIDENTALE. L) pertama kali diperkenalkan pemerintah daerah provinsi Nusa Tenggara Timur (NTT) pada dekade 1980an, sebagai tanaman konservasi lahan kritis. Pada awalnya petani, khususnya petani Ile Padung, tidak membayangkan bahwa mete bakal menjadi sumber pendapatan utama mereka. Mete saat itu dilihat sebagai tumbuhan konservasi, yang hanya berguna untuk penghijauan kembali dan mencegah erosi. Permintaan mete yang mulai bertambah pada awal 2000an membawa angin segar kepada petani, mendorong mereka untuk mulai membudidayakan mete.

Karena pedagang India semakin sering mencari mete, petani penghasil di Ile Padung mulai menyadari bahwa tumbuhan konservasi tersebut punya nilai tambah bagi mereka. Hal itu dibuktikan dengan meningkatnya harga mete (dengan kulit) di tahun-tahun berikutnya. Pada awal 2004, harga mete Rp3,000 - Rp4,000 per kg. Namun harga tersebut terus berubah secara tak pasti, tergantung kehendak pembeli yang seperti yang diketahui petani, adalah agen pedagang dari

kota-kota lain. Alasan utama petani tidak bisa menetapkan harga setiap kali panen, karena pembeli berasalan mete petani kualitasnya rendah, harga di pasar dalam negeri turun, atau biaya angkut yang tinggi.

Untunglah, kegiatan manipulasi harga seperti itu justru mendorong petani Ile Padung untuk menguatkan posisi tawar-menawar mereka. Sampai pada pertengahan 2004, petani Ile Padung, dengan bantuan fasilitator Swisscontact Indonesia, setuju untuk meningkatkan kualitas mete yang mereka hasilkan sekaligus untuk mengenalkan baku mutu.

Demi mewujudkan ide tersebut, petani-petani Ile Padung membentuk kelompok-kelompok penghasil mete organik yang disebut Puna Liput. Pada 2006 Puna Liput berubah nama menjadi Puna Liput Jaga Tanah (PLJT) ketika petani desa Lewobele ikut bergabung. Sekarang ada 299 petani di PLJT yang mengelola 332,25 ha lahan mete. Petani penghasil dibagi lagi menjadi kelompok-kelompok kecil yang diberi nama Riang Padang, Riang Bao, dan Lewobele. Tujuan pembentukan kelompok-kelompok itu adalah untuk melancarkan pengelolaan organisasi, pengelolaan produksi, pengawasan kualitas, dan pasar.

Berkat adopsi keempat mekanisme itulah PLJT berhasil mendapatkan sertifikat organik dari The Institute for Marketecology (IMO) Switzerland pada 2005 (*Suryatin. E, 2007¹; Sarwar R, 2007*). Sekarang ini, kelompok penghasil yang disebut kelompok produsen mete organik Flores Timur, memiliki anggota sebanyak 687 orang (61 diantaranya perempuan) dari enam desa termasuk Ile Padung, Lewolema, Painapang, Dulijaya, Lewokluok, and Balukhering.

PENGELOLAAN ORGANISASI PENGHASIL METE

Petani mete organik di Ile Padung dan Lewobele memiliki sebuah mekanisme organisasi kelompok yang berbeda dari kebanyakan kelompok petani. Petani mete organik memiliki sistem pengawasan organisasi yang kuat dan unik. Kuat karena memiliki mekanisme operasional yang jelas antara fungsi usaha dan fungsi organisasi sosial. Fungsi pengelolaan organisasi (secara sosial dan administrasi) diawasi oleh pemimpin kelompok, yang tugas utamanya adalah menguatkan organisasi tersebut dan anggotanya.

Produksi dari kebun ke pasar, adalah tanggung jawab *internal control system* (ICS) dan panitia intern (baca pembahasan mengenai pengelolaan produksi). Dengan kata lain, tugas para pengelola dan pemimpin kelompok petani penghasil lebih kepada penguatan organisasi dan sosial, sementara segi bisnis dipegang sepenuhnya oleh ICS. Gabungan antara kedua bagian tersebut dalam satu organisasi menjadi kunci sukses para petani mete PLJT (lihat diagram 1).

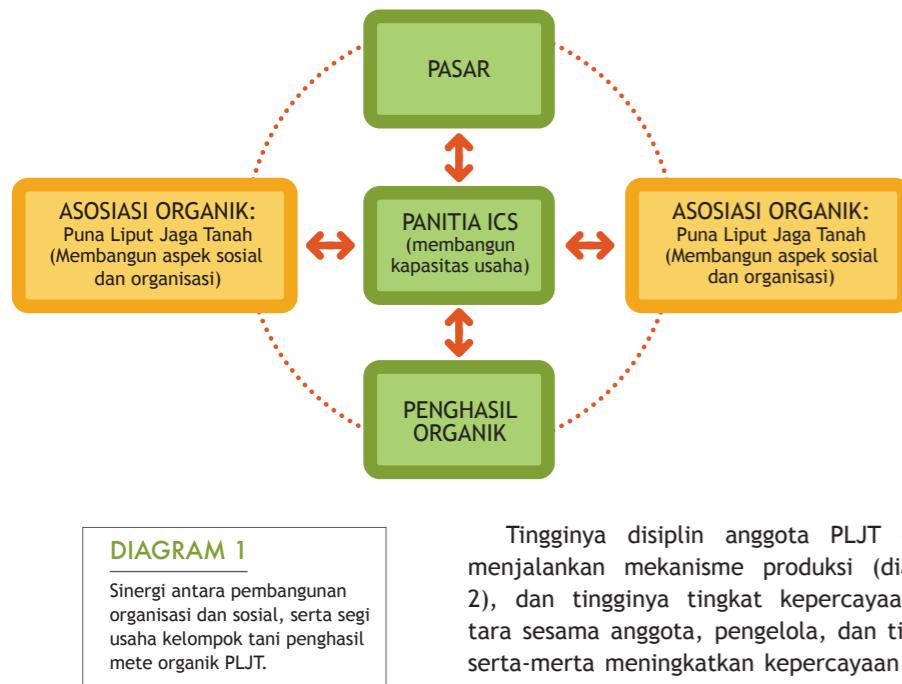
PENGELOLAAN PRODUKSI YANG EFEKTIF

Pengakuan internasional terhadap kualitas mete organik yang dihasilkan oleh kelompok penghasil akhirnya didapat berkat kerja keras anggota PLJT selama setahun penuh. Ini menjadi tanda keberhasilan tim ICS yang mampu mengangkat kualitas mete sesuai baku organik di pasar organik Eropa, Amerika Serikat, dan Swiss.

Untuk kebun, pengawasan berpusat pada budi daya dan teknik panen, agar mete yang dihasilkan benar-benar organik dan berada di dalam lingkungan lokal; sebagai contoh memastikan bahwa tidak ada bahan kimia terlarang yang digunakan. Selama tahap pascapanen, ICS mengawasi bahan-bahan yang mencemari mete dan dilarang oleh baku yang berlaku, seperti bahan kimia yang digunakan untuk membasi malaria, atau pencemaran sisa-sisa pestisida nonorganik dan pupuk yang ada di dalam keranjang yang kotor. Hasil panen kemudian dicatat (pelacakan), dilakukan pemilihan secara acak, memastikan kebersihan tempat penyimpanan, serta pengangkutan dari titik produksi ke tempat penjualan.

Diagram menunjukkan bahwa tim ICS melakukan pengawasan kualitas dan produksi pada dua titik kunci: di tingkat kebun (pengelolaan kebun), dan di tingkat pascapanen, termasuk mengawasi pengangkutan dari titik-titik produksi ke pusat pengumpul. Karena kelompok menjual metenya dengan kulit, maka pengawasan di bagian pengolahan (produksi inti) dan tingkat pengumpulan mete organik bukan tanggung jawab petani penghasil dan ICS, namun tanggung jawab IMO sebagai badan pengawas dari luar.





Tingginya disiplin anggota PLJT dalam menjalankan mekanisme produksi (diagram 2), dan tingginya tingkat kepercayaan antara sesama anggota, pengelola, dan tim ICS serta-merta meningkatkan kepercayaan pasar terhadap mete organik PLJT. Pada akhir 2007, PLJT menandatangi kontrak penjualan dengan PT Flores Farm (Jerman), PT Bening BTF (Bali), PT Profil Mitra Abadi (Jakarta) dan UD Nusa Permai (Flores/unit pengolahan organik lokal) dengan harga premium 23%-25% di atas mete nonorganik (Rp10,000/kg)². Pada 2011, kelompok ini menandatangi kontrak penjualan dengan pembeli dan eksportir baru yaitu PT Kampung Kearifan Nusantara (Jakarta) dan CV URUKHOT (Bogor).

Kejadian di atas memperlihatkan bahwa ICS memiliki peran kunci dalam beberapa hal:

- Mengawasi mutu mete, yang dijalankan melalui rantai pengembangan mete organik
- Memastikan bahwa pasar menjamin harga yang berdasar pada perjanjian bersama (perdagangan adil), dan
- Peran sosial, mempertahankan kepercayaan antar anggota, dan membetuk kelompok yang tangguh.

Peran para pemegang kepentingan, seperti LSM dan pemerintah (tingkat desa dan kabupaten) adalah fasilitator di dalam wilayah peningkatan kapasitas kelompok, jaringan, akses ke pasar, dan kebijakan.

Dengan harga jual berada di antara Rp7,000 dan Rp8,500 per kg, petani dapat menyisihkan uang untuk sekolah anak-anak, memperbaiki rumah, dan biaya kesehatan. Sebagian besar

petani Ile Padung dan Lewobele pun untuk pertama kalinya dalam hidup membuka rekening di Bank BRI. Ada pula perjanjian bahwa petani akan menyisihkan tiap Rp700 sebagai urunan demi pengembangan kelompok dan biaya sertifikasi, selain sebagai biaya memperbaiki desa, dan operasi ICS. Urunan tersebut dibagi sebagai berikut:

- Rp500 untuk pengembangan kelompok dan biaya sertifikasi
- Rp100 untuk biaya perbaikan desa, dan
- Rp100 untuk biaya operasi ICS.

Dalam kurun waktu empat tahun, PLJT berhasil mengumpulkan dana yang mampu untuk mendanai kegiatan-kegiatan seperti rapat, pelatihan intern kelompok, dan biaya sertifikasi. Pelan tapi pasti, seperti dikatakan ketua PLJT Gabriel Belawa Maran bahwa perjuangan panjang kelompok untuk bisa berjalan adalah bagian dari persiapan PLJT untuk bisa berdiri sendiri. Pada akhir 2007, dana yang terkumpul mencapai Rp30,000,000. Dana tersebut terus kokoh antara 2008 sampai 2012. Pada 2013 kelompok diharapkan dapat mencapai Rp50,000,000 karena bertambahnya jumlah anggota.

Rasa tanggung jawab kelompok berkembang tidak hanya bagi anggotanya sendiri; PLJT juga peduli terhadap nasib para petani dan anggota masyarakat di luar desa. PLJT bersedia untuk menyisihkan sebagian dari harga premium yang mereka terima untuk membantu memperbaiki desa lain. Koordinator utama ICS Plasidus N. Aran menjelaskan bahwa sumbangsih untuk perbaikan desa merupakan:

- Bentuk kepedulian sosial dari petani ke petani;
- Rangsangan bagi petani lain untuk bertani organik. Urunan itu nantinya dapat menjadi imbalan bagi petani yang mau bergabung dalam mengembangkan mete organik; ini karena kebanyakan petani tidak mau menjalankan ide baru kecuali kalau sudah

DIAGRAM 2

Menggambarkan pengawasan produksi dan mutu yang dijalankan tim ICS PLJT.



terbukti suskes (Leeuwis C and van den Ban, 2004);

- Cara untuk mengurangi rasa iri dan perselisihan antara petani organik, non-organik, dan agen.

Dengan demikian, petani, agen, dan unsur-unsur masyarakat lainnya dapat merasakan bahwa mereka adalah bagian dari kegiatan pengembangan mete organik PLJT; sekaligus menciptakan suasana yang mendukung serta menumbuhkan rasa kepemilikan (Suharto I, 2006). Plasidus menambahkan bahwa urunan juga menutup biaya operasi ICS seperti fotokopi, imbalan untuk tim ICS, biaya rapat, dan perjalanan.

MENGHADAPI SEGALA TANTANGAN

Menghasilkan mete bersertifikat untuk pasar internasional bukan pekerjaan mudah. Selain rumitnya prosedur, dana yang dibutuhkan juga tinggi, terutama dana untuk mendapat sertifikat. Sadar akan tantangan tersebut, PLJT terus membangun kapasitas kelompoknya demi meningkatkan kualitas produk serta membangun keanekaragaman pasar, contohnya masuk ke dalam pasar lokal.

Prakarsa lain untuk menggalakkan kesinambungan kelompok dan usaha (akan) termasuk:

- Mengembangkan unit pengolahan untuk setiap subkelompok, sehingga mereka dapat menjual biji mete (putih dan merah) dengan mudah
- Memperluas jaringan pemasaran kelompok, khususnya untuk membuka jalan menuju pasar lokal dan harga premium
- Menyatukan pengembangan mete dengan ternak (kambing atau sapi)

Imam Suharto bekerja sebagai Program Manager VECO Indonesia, sementara **Etih Suryatin** bekerja sebagai Program Coordinator LED NTT Swisscontact Indonesia. Mereka dapat dihubungi di i.suharto@veco-indonesia.net dan eet@swisscontact.or.id.

Untuk menghubungi kelompok penghasil Flores Timur dapat melalui **Gabriel Belawa Maran** di gabriel.b.maran@hotmail.com.



DARI KANDANG JADI UANG

Berkat ide cemerlangnya, dibantu berbagai pelatihan dan magang, Jamal sekarang menjadi salah satu pemasok pupuk organik cair paling sukses di Sulawesi Barat. Berikut cerita singkatnya. OLEH: Peni Agustiyanto

USAHA JAMAL DIPICU OLEH ide sederhana yang tercetus di benaknya. Jamal berpikir, bagaimana memelihara kakao dengan cara yang paling alami, serta sejalan dengan kerangka sertifikasi.

Kelompok Rumah Hijau Organik ikut membesarkan usaha pupuk cair ini. Pusat kelompok tani (Puskoptan) Amanah sebagai induk Kelompok Rumah Hijau Organik pun tak mau ketinggalan dalam mengembangkan kapasitas Jamal sebagai pengusaha pupuk. Amanah bersama LSM Wahana Sukses Pertanian Terpandang (Wasiat) memberi kesempatan kepada Jamal untuk memperoleh berbagai pelatihan dan magang seputar pengemasan dan pemasaran pupuk dan pestisida organik.

LSM lain seperti VECO Indonesia memberi bantuan melalui pelatihan perencanaan usaha dan kunjungan lapangan ke beberapa tempat di Jawa. Kunjungan lapangan tentunya berguna untuk merangsang kemampuan petani dalam membangun usaha. Sementara pelatihan perencanaan usaha, berguna untuk mengasah kemampuan berhitung agar petani dapat memperoleh untung dan mampu menghidupi dirinya sendiri

dan kelompok sebelum masuk dalam persaingan usaha.

Untuk satu liter (botol) Bio Protecta yang dijual ke agen, Jamal mematok harga Rp23,000. Sementara konsumen bisa membelinya dengan harga Rp25,000. Saat ini, lewat puskoptan Amanah, Jamal mampu menjual pupuk dan pestisida organik sebanyak 800 sampai 900 botol per bulan. Pembeli Bio Protecta juga tidak hanya petani kakao, petani padi pun ikut membeli produk buatan Jamal. Karena terbuat dari bahan organik, Bio Protecta bisa dipakai untuk berbagai jenis tanaman.

Dengan semakin dikenalnya nama Bio Protecta oleh petani Sulawesi Barat, beberapa pihak yang membantu Jamal dalam merintis usaha tersebut sekarang mulai mengusahakan Bio Protecta untuk memperoleh sertifikat kelayakan dari Sucofindo (Superintending Company of Indonesia). Maksudnya, agar produk ini dapat diterima lebih luas lagi di masyarakat petani Indonesia. Jika sertifikat tersebut sudah dipegang, kesempatan Jamal untuk menjual Bio Protecta akan lebih luas, dan itu berarti keuntungan yang semakin berkali lipat! ☺



Foto: Peni Agustiyanto.



AKTIVITAS

26

Peresmian Pusat Belajar Kakao di Kabupaten Sikka

28

Penjabaran rantai nilai kakao oleh World Cocoa Foundation

30

Pemberian beasiswa untuk keluarga petani di Pantai Gading

32

Liputan Cocoa Day 2013



Pusat Belajar Kakao Sikka

SARANA DAN PELAYANAN SATU ATAP

Bupati Sikka, Drs. Yosef Ansar Rera, membuka Pusat Belajar Kakao Sikka pertengahan November lalu. Seperti apa layanan dan fasilitas yang diberikan? Baca laporan COKELAT langsung dari Desa Tebuk, Kabupaten Sikka, Nusa Tenggara Timur.

PUSAT BELAJAR KAKAO SIKKA atau dalam bahasa Inggris disebut Cocoa Learning Centre (CLC) dibangun sebagai wadah dan tempat pemindahan teknologi bagi petani kakao di Sikka. Pusat belajar ini dikelola oleh fasilitator, petugas penyuluhan lapangan, dan perorangan yang mempunyai kemauan untuk mengembangkan dan memajukan sektor kakao di Sikka. Selain sebagai pusat belajar, CLC nantinya akan dijadikan sebagai lembaga pelayanan jasa bagi petani kakao dan lembaga-lembaga lain yang membutuhkannya.

Pusat Belajar Sikka terbentuk atas kerja sama antara Support of Poor Small Cocoa Farmer (SPSCF), Yayasan Sahabat Cipta, World Vision Indonesia, Pemerintah Kabupaten Sikka, Hille Foundation, BMZ, Mars Incorporated, dan VECO Indonesia. Pusat belajar ini resmi dibentuk pada 25 Maret 2013.

Kegiatan pertama CLC adalah perlombaan Petani Kakao Andalan di Kabupaten Sikka yang tujuannya untuk memilih beberapa petani kakao yang pantas dijadikan calon pelatih. Mereka akan dilatih melalui Training of Trainer yang dikelola oleh Mars Incorporated. Dari lomba tersebut berhasil dipilih enam orang yang sekarang telah menyelesaikan pelatihannya. Mereka kemudian meneruskan ilmu yang telah didapat ke 80 petani kunci dan empat penyuluhan lapangan.

Dalam melakukan kegiatannya, baik penyuluhan lapangan maupun petani kunci didampingi dan dibiayai oleh SPSCF. Mereka akan menyelenggarakan Sekolah Lapangan I di tujuh kecamatan, yaitu Nita, Koting, Kewapante, Lela, Bola, Doreng, dan Hewokloang. Tujuh kecamatan itu mencangkup 24 desa dengan 40 sekolah lapangan.

Kawasan layanan CLC Sikka tentunya berpusat di Kabupaten Sikka, namun tidak menutup kemungkinan CLC akan melayani wilayah-wilayah lain di Nusa Tenggara Timur yang menjadi pusat pengembangan kakao. Kabupaten Sikka dipilih menjadi pusat belajar karena kabupaten ini memiliki lahan kakao paling luas, yaitu sekitar 22,257 ha (sumber: Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Sikka), dengan keterlibatan petani kakao lebih dari 32,738 orang (sumber: Komite Pemanfaatan Pelaksanaan Otonomi Daerah Sikka).

Harapannya keahlian dan kemampuan yang dimiliki para pelatih lulusan Pusat Belajar Kakao Sikka tidak hilang begitu saja, tapi terus menjadi manfaat bagi Kabupaten Sikka khususnya dalam sektor kakao. ☺

APA TUJUAN CLC SIKKA DIDIRIKAN?

- ▲ Sebagai kantornya petani kakao Sikka
- ▲ Tempat berdiskusinya petani kakao Sikka
- ▲ Sarana pelatihan teknis budi daya kakao
- ▲ Tempat penelitian bagi petani, pemegang kepentingan, maupun perguruan tinggi
- ▲ Pusat informasi terkini mengenai usaha dan budi daya kakao
- ▲ Tempat memperluas jaringan antara petani dan pemegang kepentingan baik di Kabupaten Sikka maupun Provinsi Nusa Tenggara Timur.

PROGRAM DAN PELAYANAN CLC SIKKA

- ① Menyediakan bibit, baik yang dihasilkan oleh perorangan maupun yang dihasilkan oleh kelompok tani
- ② Menyediakan tenaga untuk pemangkasan, pemupukan, dan panen
- ③ Menyediakan tenaga penyambungan
- ④ Menyediakan sarana produksi pertanian dan kompos
- ⑤ Menyediakan tenaga inspektor *internal control system* (ICS) dan sertifikasi
- ⑥ Mengelola pemasaran bersama
- ⑦ Melayani konsultasi kakao gratis
- ⑧ Membuka perpustakaan
- ⑨ Membuka CLC sebagai pusat agrowisata dan eduwisata

Foto: Igor Rangga.

PAKET-PAKET PELATIHAN

NO.	PELATIHAN	BAHAN-BAHAN
1.	Paket sekolah lapangan lengkap	Pertemuan sebanyak 16 kali dengan bahan P3S, peremajaan, pembibitan, hama/penyakit, dan pasca panen
2.	P3S	Pemangkasan, pemupukan, panen sering, dan sanitasi
3.	Hama dan penyakit	Pengenalan hama dan penyakit, pengenalan pestisida nabati, pengenalan pestisida anti jamur, dan pengendalian hama/penyakit
4.	Peremajaan	Sambung samping, sambung pucuk, dan tanam ulang
5.	Penanaman	Pengolahan lahan, pembuatan lubang tanam, pemupukan lubang, dan penanaman
6.	Pengelolaan bibit	Penentuan lokasi, pembangunan rumah pembibitan, pengolahan tanah, pengisian <i>poly bag</i> , pemupukan, pemilahan biji, dan sambung pucuk
7.	Pertanian lestari	Pengenalan sertifikasi, pengenalan baku-baku pertanian lestari (UTZ dan Rainforest Alliance), Standar Nasional Indonesia, Organik, Fair Trade, dan <i>internal control system</i> (ICS)

**PUSAT BELAJAR KAKAO SIKKA
(COCOA LEARNING CENTRE) DUSUN TEBUK II**
Desa Tebuk, Kecamatan Sikka, Kabupaten Sikka
Nusa Tenggara Timur

Kontak: Yosep Suyandi (0812 3796 8503 / 0823 4221 5437)

E-mail: kakaosikka@gmail.com

www.kakaosikka.wordpress.com

Memahami Rantai Nilai Kakao DARI TANGAN PETANI KE TANGAN KONSUMEN

Lebih dari lima juta keluarga petani di Indonesia, Pantai Gading, Kamerun, dan Brazil, menghasilkan lebih dari tiga juta ton biji kakao setiap tahunnya. OLEH: World Cocoa Foundation

BAGAIMANA AKHIRNYA biji-biji kakao itu bisa sampai di tangan kita dalam bentuk cokelat? Baca tahap-tahap berikut ini dan pahami apa yang disebut dengan ‘rantai nilai kakao’.

1 PENANAMAN



Petani bisa menanam kakao sepanjang tahun di perkebunan-perkebunan kecil beriklim tropis di sekitar khatulistiwa. Tanaman kakao sangat peka terhadap perubahan, karena itu petani harus melindungi pohon-pohnya dari unsur-unsur yang merugikan. Mereka juga harus rajin menyuburkan tanah serta membasihi hama dan penyakit.



2 PANEN



Tanaman kakao mulai menghasilkan buah pada tahun ke lima. Meskipun buah bisa matang setiap minggu, namun panen besar negara-negara penghasil kakao hanya dilakukan dua kali dalam setahun. Saat panen besar, petani bisa menghasilkan 20 sampai 50 biji kakao setiap buahnya.



3 PERAGIAN (FERMENTASI) DAN PENGERINGAN



Setelah biji dikeluarkan dari buah, petani akan mengemasnya ke dalam kotak-kotak atau menumpuknya di dalam satu tempat. Biji-biji ditutup dengan tikar atau daun-daun pisang yang berguna untuk menangkap panas dan memicu tahap peragian. Tahap tersebut biasanya memakan waktu tiga sampai tujuh hari. Peragian inilah yang memberikan cita rasa cokelat yang kita kenal.



4 PEMASARAN DAN PENGIRIMAN



Biji-biji kakao dikeringkan, dikarungkan, lalu dijual ke pusat pembelian atau agen lokal. Agen lalu mengangkut karung-karung tersebut ke pengekspor yang bertugas memeriksa kualitas biji. Setelah melewati pemeriksaan kualitas, kakao diangkut lagi ke tempat pengolahan atau pabrik.



5 PENGOLAHAN



Pada tahap ini biji-biji diolah menjadi *nib* (isi biji kakao yang telah dipanggang dan dikuliti, sehingga hanya tersisa bagian yang siap untuk dijadikan cokelat), ‘tuak’ kakao, mentega kakao, padatan dan bubuk kakao. Mentega kakao digunakan bersama bahan-bahan lainnya untuk membuat cokelat batangan, sabun, dan kosmetik. Sementara bubuk kakao dipakai untuk memberi cita rasa cokelat pada berbagai jenis produk.



6 PEMBUATAN COKELAT



Inilah tahap terakhir di mana ‘tuak’ kakao, mentega kakao, susu, dan gula dicampur untuk membuat cokelat. Campuran tersebut kemudian diuleni dan dituang ke dalam wadah besar, diaduk dan dihaluskan sembari dipanasi. Sampai saat ini di seluruh dunia ada sekitar 100,000 orang yang bekerja untuk membuat cokelat dan gula-gula cokelat. ☺



SEKILAS TENTANG WORLD COCOA FOUNDATION

Foto: Najemia / Igor Rangga.

Didirikan pada tahun 2000, World Cocoa Foundation (WCF) adalah organisasi Internasional yang mewakili lebih dari 100 perusahaan yang bekerja dalam rantai nilai kakao. WCF berkomitmen mengutamakan petani, menggalakkan sektor kakao, dan peduli terhadap lingkungan. WCF juga ikut memperkuat kapasitas masyarakat petani kakao.

WCF bekerja baik di tingkat lokal maupun global, menjembatani antara

kebutuhan petani kakao dan keluarganya dengan kebutuhan-kebutuhan industri dan lingkungan dalam sektor kakao. Mereka membangun kekuatan dan jaringan dengan para anggotanya. WCF menyatakan pengalaman masing-masing industri, keahlian, dan pengaruh agar tercipta kemajuan dalam bidang sosial, pertanian, dan ekonomi yang diperlukan demi tercapainya kakao yang sehat dan berkelanjutan.

Cocoa Community Development Fund BEASISWA UNTUK KELUARGA



1

Program Cocoa Community Development Fund, melalui komponen Beasiswa Untuk Keluarga, membantu tiap keluarga petani kakao di Pantai Gading dengan memperluas kesempatan usaha bagi perempuan.

OLEH: Marc Donaldson

BEASISWA INI RENCANANYA akan diberikan secara terus menerus demi menyokong pendidikan anak dan meningkatkan angka bertahan sekolah mereka mulai pendidikan dasar; di lain pihak ikut menambah penghasilan keluarga (melalui usaha kecil) sehingga anak-anak pun bisa mendapatkan pendidikan yang lebih baik.

Ibu-ibu yang dipilih untuk mendapat manfaat beasiswa ini telah menjalani pelatihan selama tiga hari mengenai pokok-pokok dasar membangun usaha. Pelatihan tersebut bertujuan untuk mening-

katkan kapasitas mereka dalam memulai usaha yang menguntungkan, selain belajar mengelola usaha tersebut. Sebanyak 30 ibu-ibu mendapat sokongan dari World Cocoa Foundation (WCF) dan Petra Foods yang bersedia menjalankan berbagai kegiatan ekonomi, seperti kegiatan produksi sayur dan makanan, usaha rumah makan, serta perdagangan produk makanan.

Pada Kamis 12 September 2013, upacara penyerahan beasiswa akhirnya dilakukan berkat kerja sama antara Cémoi (rekan kerja Petra Foods di lapangan)

Foto: Marc Donaldson.



2

dan kantor WCF di Abidjan, Pantai Gading. Upacara tersebut dilakukan dalam wilayah Paulybrousse, di mana program Processors Alliance for Cocoa Traceability and Sustainability (PACTS) dilaksanakan.

ACARA PENYERAHAN BEASISWA

Acara diawali dengan sambutan dan ucapan terima kasih kepala desa. Ucapan terima kasih terutama ditujukan kepada para donor yang telah memberikan dukungannya kepada ibu-ibu di wilayah Paulybrousse serta memberikan kesempatan kepada anak-anak mereka untuk sekolah. Perwakilan organisasi penghasil UCAS, yang telah menyatukan 22 organisasi tingkat pertama di wilayah itu, ikut menyaksikan penyambutan tersebut.

Wakil Kementerian Pendidikan Pantai Gading mengatakan bahwa mereka menyambut baik pemberian beasiswa ini. Jean Yves Couloud dari WCF Programs ikut mengingatkan ibu-ibu untuk menggunakan dana beasiswa hanya untuk pendidikan. Perwakilan pemerintah daerah pun menggaris bawahi tujuan ganda beasiswa, yaitu membantu keluarga dalam mencukupi kebutuhan sekolah, dan untuk melawan kemiskinan di daerah pedesaan.

HARI ISTIMEWA UNTUK SEMUA

Setiap ibu, didampingi oleh anaknya, satu per satu maju ke depan dan menerima langsung dana bantuan yang jumlahnya setara dengan Rp2,700,000.

Perwakilan para ibu, Ny. Kouassi Akissi Odette, berterima kasih kepada semua donor karena telah memilih Paulybrousse, terutama karena suami mereka juga dikutsertakan dalam program PACTS. "Hari ini adalah hari yang istimewa bagi kita semua, karena mimpi menjadi kenyataan. Terus terang, sejak diumumkannya rencana beasiswa sampai dimulainya tahap pelatihan kami semua ragu. Tapi sekarang kami takjub dan berterima kasih kepada suami-suami, para penghasil kakao, berkat mereka kami bisa mendapatkan bantuan sebanyak ini, hanya empat hari sebelum dimulainya tahun ajaran baru," demikian kata Odette. ©



3

1. Sebagian ibu-ibu penerima manfaat dengan anak-anak mereka berfoto bersama.
2. Bapak-bapak mengikuti acara dengan seksama.
3. Salah satu ibu penerima manfaat dengan anak perempuannya.
4. Bapak dan ibu menari bersama selepas acara.



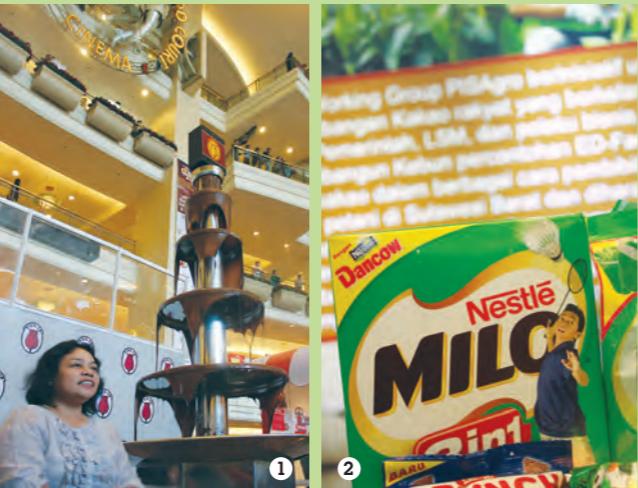
4

Kami takjub dan berterima kasih kepada suami-suami, para penghasil kakao, *berkat mereka kami bisa mendapatkan bantuan sebanyak ini*.

Indonesia Cocoa Day Expo 2013

MEMPERINGATI HARI KAKAO INDONESIA KE-1

Pada 18 sampai 22 September 2013 lalu pemerintah menyelenggarakan Cocoa Day Expo 2013 yang berlangsung di pusat perbelanjaan Taman Anggrek, Jakarta Barat. Tema expo yang sekaligus memperingati Hari Kakao Indonesia ke-1 ini adalah *Cokelatku, Budayaku, Indonesiaku.*



1. Air mancur cokelat setinggi tiga meter.
2. Nestle yang juga anggota CSP.
3. Demo masak "Crazy Cup Cake".

Foto: Igor Rangga.

Penetapan Hari Kakao Indonesia sendiri telah dilakukan pada 2012 oleh sejumlah pemangku kepentingan di sektor kakao, mulai dari Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian, Kementerian Pertanian, Kementerian Perdagangan, Kementerian Perindustrian, dan kementerian lain yang terkait. Sejumlah asosiasi dan peneliti biji kakao pun mendukung penetapan Hari Kakao tersebut. Hari Kakao Indonesia ini akan diperlakukan setiap tahun dan diisi dengan pekan promosi kakao dan cokelat bersama seluruh masyarakat Indonesia.

Cocoa Day Expo 2013 menghadirkan berbagai hiburan dan edukasi lengkap tentang pengolahan cokelat Indonesia dari hulu ke hilir dan berbagai acara seru lainnya seperti:

- Demo masak cokelat
- Membuat mozaik cokelat
- Lokakarya *Peningkatan Produktivitas dan Kualitas Menuju Kakao Indonesia Berkelanjutan*
- Lomba mendekorasi kue dengan cokelat, serta
- Lomba foto cokelat

Perkembangan produksi kakao Indonesia memiliki arti penting karena pasar ekspor biji kakao sangat terbuka semestinya pasar domestik sendiri siap untuk digarap. Sekarang sektor kakao Indonesia sendiri mulai menerapkan teknik fermentasi pada pengolahan biji pasca panen serta pengembangan produk hilir kakao berupa bubuk kakao. Diharapkan di masa mendatang Indonesia dapat meningkatkan produksi lebih baik lagi terutama untuk pengolahan produk-produk berbahan baku kakao.

Forum Stakeholders Kakao Sulawesi Barat Mewujudkan Pengelolaan Kakao yang Berkelanjutan



PT Nestlé Indonesia bekerja sama dengan Swisscontact, Pemerintah Provinsi Sulawesi Barat, Pemerintah Daerah Mamuju, IDH, BT Cocoa, dan Syngenta, menyelenggarakan acara forum pemegang kepentingan kakao Sulawesi Barat 2013.

ACARA INI DISELENGGARAKAN SEBAGAI SARANA untuk saling berbagi pengalaman antara sesama pemangku kepentingan sektor kakao Sulawesi Barat. Semua pemegang kepentingan tersebut tentunya terhubung satu sama lain dalam Cocoa Sustainability Partnership (CSP) di Makassar serta jaringan kakao internasional di luar negeri. Forum ini dihadiri oleh Wakil Menteri Pertanian DR. Rusman Heriawan serta lebih dari 180 perwakilan pemangku kepentingan dalam sektor kakao.

Tujuan forum diadakan juga sebagai usaha pemerintah daerah dalam mengembalikan kejayaan Sulawesi Barat sebagai penghasil kakao utama Indonesia. Hal tersebut disampaikan oleh Arshad Chaudry, Presiden Direktur PT Nestlé Indonesia, yang saat itu di-

Foto: Igor Rangga.

Forum Pemegang Kepentingan Kakao Sulawesi Barat 2013

MENGEMBALIKAN SULAWESI BARAT SEBAGAI PENGHASIL KAKAO UTAMA INDONESIA

dampingi oleh Gubernur Sulawesi Barat Drs. Anwar Adnan Saleh.

Demi mengembalikan kejayaan tersebut, PT Nestlé Indonesia, lewat program Nestlé Cocoa Plan, menjalankan pola penanganan kakao terpadu yang bertujuan untuk meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan petani, khususnya petani usaha kecil di Sulawesi Barat. "Ini bisa dicapai jika daya saing dan nilai tambah komoditas kakao meningkat, juga kapasitas pelaku kakao," kata Manfred Borer selaku Direktur Program Sustainable Cocoa Production Program (SCPP) - Swisscontact.

Chaudry menambahkan bahwa Nestlé Cocoa Plan berhasil mendorong petani, yang tadinya hanya mampu panen 500 kg per hektar, untuk menghasilkan kakao tiga kali lipat lebih banyak.

Forum pemegang kepentingan ini diadakan dua hari berturut-turut.

Agenda hari pertama yaitu:

- Pengukuhan Pengurus Forum Kakao Sulawesi Barat (FKSB) periode 2013 - 2018
- Pernasyarakatan nota kesepahaman antara Pemerintah Provinsi Sulawesi Barat dengan Bank Indonesia, Badan Pertanahanan, Swisscontact, Nestlé, dan Bank Nasional Indonesia.
- Pameran pengembangan kakao berkelanjutan di hotel d'Maleo, Mamuju.

Hari kedua diisi dengan kunjungan lapangan ke kebun contoh milik kelom-

pok tani di desa Tadui, serta meninjau sekolah lapangan di kelurahan Kalukku. Acara diakhiri dengan melihat pusat pembelian biji kakao milik BT Cocoa juga di kelurahan Kalukku.

Turut hadir dalam rangkaian kegiatan ini semua kelompok tani Provinsi Sulawesi Barat, Ketua DPRD Provinsi Sulawesi Barat, Ketua Bappeda Sulawesi Barat, ketua Indonesian Cocoa and Coffee Research Institute (ICCR), ketua Forum Kakao Aceh dan Sulawesi Tenggara, serta BPD Sulawesi Barat. ©



• KEGIATAN ANGGOTA •



CONTINAF MENGGUCAPKAN SELAMAT BERPISAH



CONTINAF ADALAH SALAH SATU RUMAH DAGANG INTERNASIONAL TERKEMUKA yang didirikan pada tahun 1930, dan melalui anak usahanya yaitu PT Makmur Jaya Nedcommodities, mereka mulai membeli kakao di Indonesia sejak tahun 2001. Pada 2011, dua proyek kakao lestari di Lampung Timur, Lampung dan Parigi Moutong, Sulawesi Tengah mulai dikembangkan dan mendapat sertifikasi dari UTZ dan Rainforest Alliance pada 2013.

Sejalan dengan itu, rantai nilai kakao Indonesia berubah sangat pesat dalam dua tahun terakhir, terutama sejak sistem ekspor baru diberlakukan. Keadaan ini membuat Continaf/Nedcommodities harus meninjau kembali peran mereka dalam rantai nilai Indonesia dan sebagai rumah dagang internasional. Hasil tinjauan itu menghasilkan bahwa kami tidak bisa lagi memberikan peran besar dalam model yang berkembang saat ini, karena belum sejalan dengan model usaha kami sendiri.

Dan akhirnya, setelah lebih dari 10 tahun bekerja di Indonesia, Continaf/Nedcommodities harus memberikan salam perpisahan kepada masyarakat kakao Indonesia.

Continaf/Nedcommodities mengucapkan terima kasih kepada setiap mitra, pemasok, petani, dan organisasi yang telah menjalin hubungan baik dengan kami selama beberapa tahun terakhir. Kantor kami secara resmi ditutup pada 30 November 2013, dan kami berharap yang terbaik untuk semuanya.

Sampai jumpa Indonesia ... Sampai kita bertemu lagi!

INA MURWANI

Presiden Direktur
Continaf/Nedcommodities

FREE

ISSUE DECEMBER-FEBRUARY 2014

COKELAT

The advancement of communication

8 Accurate Ways
IN MARKETING
COCOA

PUNA LIPUT
JAGA TANAH
GROUP

Collecting
IDR30 million in
three years

18 PRINCIPLES
TO BUILD A FARMER
BUSINESS PARTNERSHIP



EDITOR'S note

DO YOU EVER LOOK AT WHERE THE PRODUCTS YOU BUY COME FROM OR PONDER OVER HOW THEY WERE MADE? Staple commodities such as cocoa, coffee, and tea all have a human story behind them, one involving hundreds of people across the world, that consumers are largely blinkered to.

According to the Fairtrade Foundation, smallholder farmers produce more than 70% of the world's food supply, yet shockingly they represent over 50% of the world's hungriest people. Is this the result of a fair and equitable trade system? Clearly not, but with the correct supply chain management, business, governments, and investors can have a powerful impact on tipping the scales.

A new report from Fairtrade outlines five key points that need to be addressed to empower smallholders. **Increasing farmers' voice, influence, and organisation:** this includes better access to markets, subsidies for inputs such as fuel, seed, machinery, and the opportunity for smallholder farmers to secure land rights. A **fair value:** currently smallholder farmers receive low returns on their produce in supply chains that are dominated by global corporations. So building fairer trading models, improving their negotiating power, and building direct business partnerships is key.

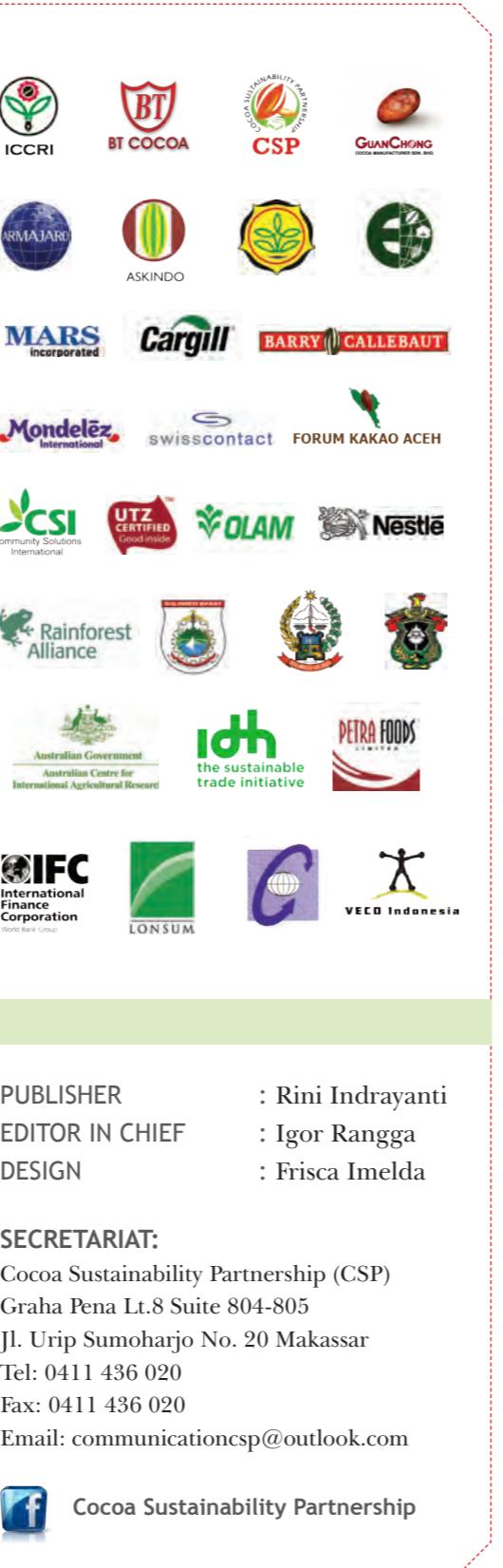
Then there is **access to finance:** credit for smallholder farmers is often unavailable or unaffordable making it difficult for them to buy inputs, technologies or diversify their crop base. Subsidies for credit schemes or loan guarantees to banks can help this. **Future-proofed farming:** increasing sustainable practice and helping smallholder farmers to adapt to the demands of climate change will require investment in training and adaptive technologies.

The last one is **targeted government spending:** developing countries dependent on agriculture currently allocate an average of just 5% of their national budgets to the sector and international aid is also very low. Women farmers should be targeted specifically; they produce 60-80% of food in most developing countries but are often dis-empowered and isolated.

Taking steps to empower smallholder farmers that will enable them to build sustainable futures will help companies secure future supply of key food commodities; safeguard the environment for generations to come, curb escalating food waste and give producers the tools they need to tackle threats from climate disruption.

From all that has been outlined, edition 07 shows the extent of Indonesian cocoa stakeholders meet at least three of the five keys above. Practice and training they provide, as well as an increase in the capacity of households and farmers around the cocoa environment.

So turn this page and start reading.



Cocoa Sustainability Partnership

Contents

4. Regarding CSP Road Map 2020.
6. Dialogical Tradition of Community Development.
8. Principles to Build Farmer Business Partnership.
11. Cargill's Commitment to Support Cocoa Growing Communities.
12. Olam and Community Empowerment.
14. Fermentation Business Jaya Mandiri Group.
16. Ways to Market Your Cocoa.
18. Cocoa Life.
20. Puna Liput Jaga Tanah Group.
24. Jamal: Success Story in Selling Organic Fertilizer.
26. Inauguration of Cocoa Learning Centre in Sikka.
28. Description of the Cocoa Value Chain.
30. Scholarship for family farmers in Ivory Coast.
32. Cocoa Day 2013 Coverage.
33. West Sulawesi Cocoa Stakeholders Forum 2013.
34. Continaf farewell letter.



8

► Tips: Building farmer business partnership.



20 Lesson learned from Punaliput Jaga Tanah farmers' group.

16

▼ 8 accurate ways in marketing cocoa.



THE CSP 2020 ROADMAP

TO MAKE COCOA AS A SUSTAINABLE CROP FOR THE FUTURE!

Indonesia is the world's third largest producer of cocoa beans, but the viability of the sector is under serious pressure. Productivity has been declining and entrepreneurial farmers are abandoning cocoa, switching to other crops such as palm oil.

AS A RESULT THE COUNTRY may miss out on supplying the forecasted surge of global consumption by 25% in 2020. The CSP 2020 Roadmap is seeking to reverse the trend and make cocoa an attractive, sustainable crop for the future.

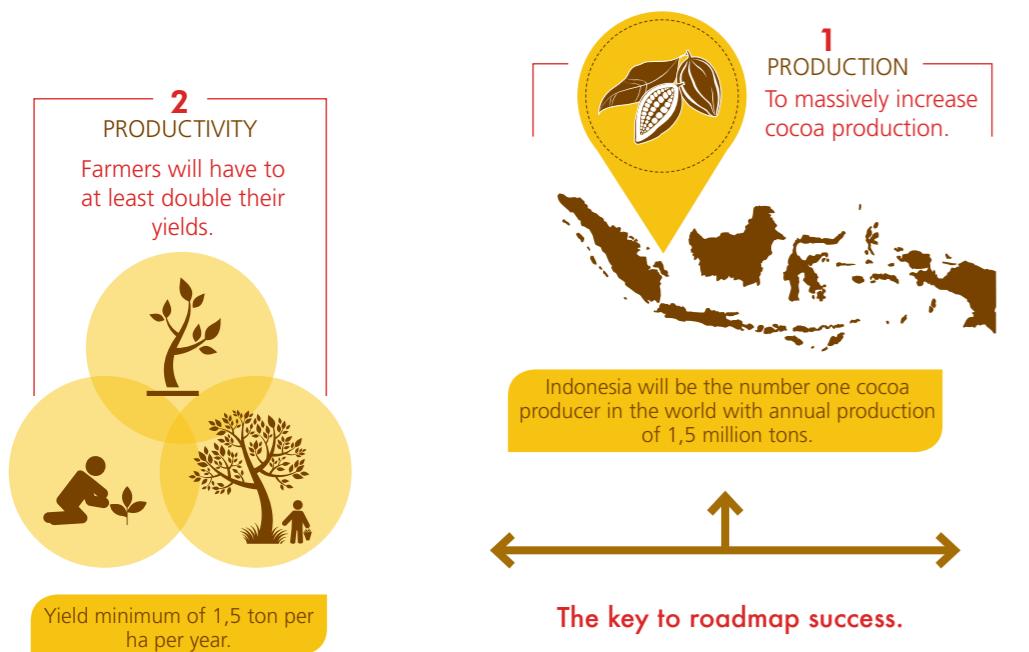
Last September NewForesight (on behalf of the CSP), a strategic consultancy firm specialized in sustainable market transformation, was in Indonesia to facilitate the development of a Roadmap for the Indonesian cocoa sector. CSP then unites all the significant stakeholders involved in producing and marketing Indonesian cocoa, and

is looking to provide a boost to their efforts in making the sector more sustainable.

CSP and all stakeholders have now agreed to double the productivity of their farmers and bring down the (steadily rising) age of cocoa farmers to 40 by 2020. And at the CSP General Assembly this December 11th, all stakeholders will develop a strategy that guides the sector towards implementing what is required to reach these goals.

Good luck to the Road Map 2020!

The CSP 2020 Roadmap Targets



MAIN REPORT

12

Olam and Its Community Empowerment

14

Jaya Mandiri Group Fermentation Business

24

Jamal: Success Story of Organic Fertilizer Sales



DIALOGICAL TRADITION OF COMMUNITY DEVELOPMENT AND MEZZO METHOD

There are several traditions in community development practice that is influenced by political philosophies. One of the traditions is based on Ghandian's teachings introduced by community development practitioners in Queensland, Australia such as Anthony Kelly, Ingrid Burkett, Ann Ingamells, Peter Westoby, and Gerard Dowling. This approach is called Dialogical Community Development (DCD). BY: Rini Indrayanti

THEORISTS OF DIALOGUE BELIEVE THAT DIALOGUE IS NOT AN ORDINARY FORM OF CONVERSATION but it is enriching the process and the outcome through a set of conventions that guide the conversation (Barge & Little 2002). Therefore, emphasising dialogue in development practice allows depth to the work and not just the shallow technically oriented approach (Kelly & Burkett ; Westoby & Dowling 2009). At the end, the dialogical process will result in solidarity and mutuality among the people.

Westoby and Dowling (2009) suggest that in order to be able to practice "dialoguing", the community development

worker has to have a change of paradigm about social practice work. They have to give soulful orientation towards the work and surround the work with commitment to solidarity. This can be done if the worker allows themselves hospitality towards others.

DIALOGICAL APPROACH

The dialogical approach is concurrent with the theory of social capital. Tesoriero (2010) points out that genuine communication and dialogue among the community contributes to robust community building and social capital because it helps com-

munity understand of their situations better and what kind of social actions that they are going to take.

Social capital itself can be defined as social networks including the norms and sanctions that regulate their character. It is valued for its potential to facilitate individual and community actions, especially through the solution of collective action problems (Halpern 2005). In social capital, social networks are seen as valuable assets since they provide a basis for people to interact and cooperate with one another and get benefit from that interaction (Field 2008).

Social capital exists when the relationships between the people are stronger. Therefore, the focus of building social capital is on establishing and strengthening relationship. The DCD adopts this understanding of social capital to build the community for its developmental work.

The relationship building is not only between individuals but also between groups and communities, known as bonding and bridging capital (Halpern 2005). Bonding social capital is inward looking and building cohesiveness of a group of people or communities. Meanwhile, bridging social capital is outward looking, meaning building connections with other groups or communities (Halpern 2005; Putnam 2000).

In DCD the relationship building concept is known as bonding, banding, building and bridging. These are embedded in the four methods that framed the works in DCD. These methods are used to level the structure of the community and known as *Micro*, *Mezzo*, *Macro*, and *Meta* (Kelly & Burkett ; Westoby & Dowling 2009):

- Micro method is the first step in this framework where the community worker starts to engage with people, which is also called as banding. The aim is to build a purposeful relationship with the people by listening to their stories
- Mezzo method is about bringing the people together and to form a purposeful and participatory action group. This process involves banding, linking people and made them come into an agreement to take action together
- Macro method is about nurturing and stabilising the relationship among the people within that action group and this is called building
- Meta method is about bridging, or making connection to the wider network and forming alliances between diverse groups.

THE MEZZO METHOD

The centre of Mezzo method lies on a group of people or the sub community. This is in accordance with key principles of Mezzo method which is the group should be small enough to

Photo: Igor Rangga.

In order to be able to practice "dialoguing", the community development worker has to *have a change of paradigm about social practice work*.

be participatory (Kelly, A. & Burkett, I. n. d.). Community is often too large to deal with, which can result in inequities within the different structures. When the group is too large, the relationship is shifted into roles, from a group to an organisation and thus eventually, there will be a domination by the more powerful and more resourceful people (Kelly, A. & Burkett, I. n. d.).

There are several concepts that underlay the work of Mezzo method (Kelly, A. & Burkett, I. n. d) such as moving people private concerns to a public agenda, the "0-1-3" movement as the basic unit to build public action, capacity building and empowerment, the use of development analysis, models of works in the community and structure of development process.

In building the action group there are steps that have to be taken. The first step is known with its shorthand jargon for the linking together of three or more people to take action: "0-1-3" (Kelly, A. & Burkett, I. n. d.; Lathouras 2010). What is important with this approach is the decision of the connected individuals to take action. Therefore, the mutuality of the relationships is established through a dialogue. If we look at the literature on the development practices that are written by development agencies such as the World Bank, ILO and IFAD, the approaches they use are not dissimilar to the one is offered by the DCD.

However, the differences and the highlight of the DCD are on the process and dialogue that occurs in the process. Programs run by development agencies are more focused on the technical side. This is consistent with the nature of these programs which is service oriented. That is how those programs are being implemented in Indonesia. It remains unclear whether the DCD can be applied in Indonesia in the service oriented programs environment.

The above descriptions on the approach of community development as well as the Mezzo method and DCD, bring promises to improve the development practices in order to create self-reliance communities, especially in the rural areas. ©

TIPS: BUILDING FARMER BUSINESS PARTNERSHIP

BASED ON AMANAH COOPERATIVE SUCCESS STORY



Although starting with limited fund and member, the cooperative was still on its way until it could eventually owned up to Rp2 billion of assets. Read the following Amanah Cooperative success story which they obtained by following OKOP manual or the Capacity Optimization of Farmers Organization in 2010.

BY: Peni Agustiyanto

IN THE POST PROJECT OF SUCCESS ALLIANCE in Polewali Mandar late 2005, several program components consisting of farmers, key farmers, and extension workers, initiated the establishment of Amanah cooperative. The vision is to create a society that is prosperous and equitable farm. Initial members of the cooperative was only 27 people, they were five people of farmer group administrators, as many as 16 guide farmers, and field extension as many as six people.

In 2006 to 2007, which was the pre-cooperative period, business activities have been undertaken, such as the strengthening of internal capital through membership dues, to facilitate the collective marketing, and developing the self-sufficient stalls (wasercup) in three groups of farmers in district Tapango, Mapili, and Luyo, West Sulawesi.

In less than six years, the business is growing rapidly until Amanah could have up to 1,600 members; the current Amanah's assets along with its running business have eventually reached Rp2 billion. All this success cannot be separated from the design and the right business partners.

HOW TO BUILD A PARTNERSHIP

According to OKOP manual, there are eight principles contained in the partnership business, which then become the start in building partnership, namely:

- Friend
- Comrade
- Colleague
- Peer
- Partner
- Mutual
- Togetherness, and
- Win - win solution

The eight principles above have opponents, those are what should be thrown away, such as regard other farmers as enemies, opponents, competitors, and there always must be winners and losers. The principles not only to be remembered, but also must be maintained and prioritized, and reinforced with:

- Breakthrough, not shortcut
- Cooperation, not conflict
- Mutual trust, not mutual suspicion
- Support, not reproach
- Adaptable, not rigid
- A dialogue, not a stickler
- Be ashamed when wrong, don't be shameless
- Emphasizes merit, not popularity
- Aiming at results and performance, not bureaucracy
- Responsive, no delay.

If things above are met, then it becomes clear that the meaning of partnership is cooperation of two or more people who agree, have the same view, and common purpose. Then we could create a business design, development direction, and division of tasks and skills associated with each party.

Whenever possible avoid 50:50 labour division, because it would complicate the decision-making. Hold regular meetings and events to share experiences, conduct reviews, and make an (written) agreement for the partnership.

ADVANTAGE OF THE PARTNERSHIP

Is to lighten the task incurred by each party, in addition to save energy, mind, and fund which are usually limited even only to conduct one activity. With partnership, results obtained will be doubled because they are built out of the same fund, personnel, and mind; this opens opportunity for all parties to move onto the next stage.

Even so problems could still occur, if:

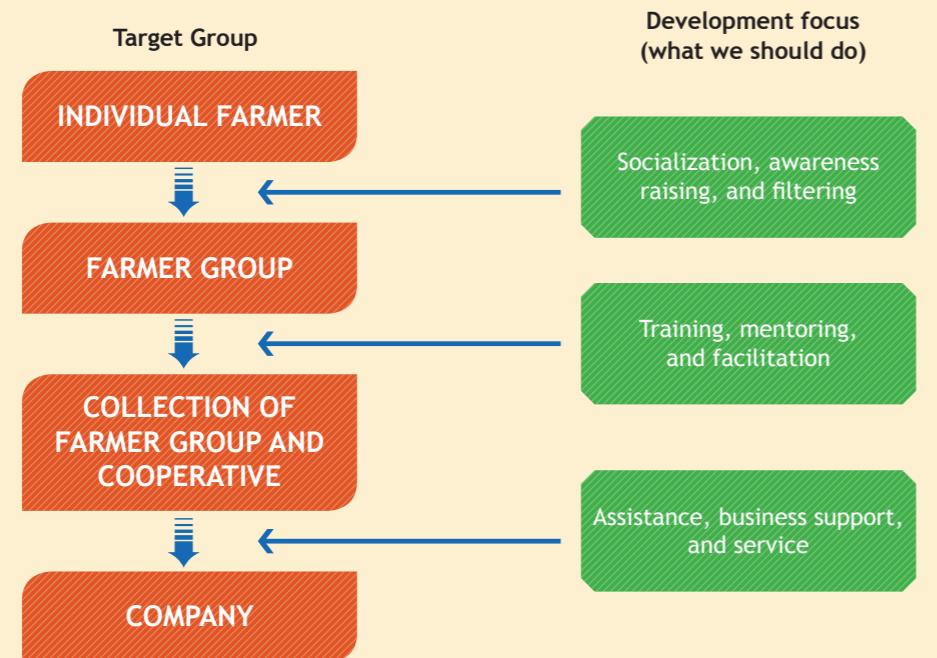
- Parties are quickly satisfied with the result
- Often giving up work to others
- Feeling able to accommodate all the works
- Reluctant to give up some authority
- Introverted and never invite other party to find solutions
- Not willing to sacrifice for the sake of betterment
- Never trust other's abilities.

Photo: Najemia / Igor Rangga.

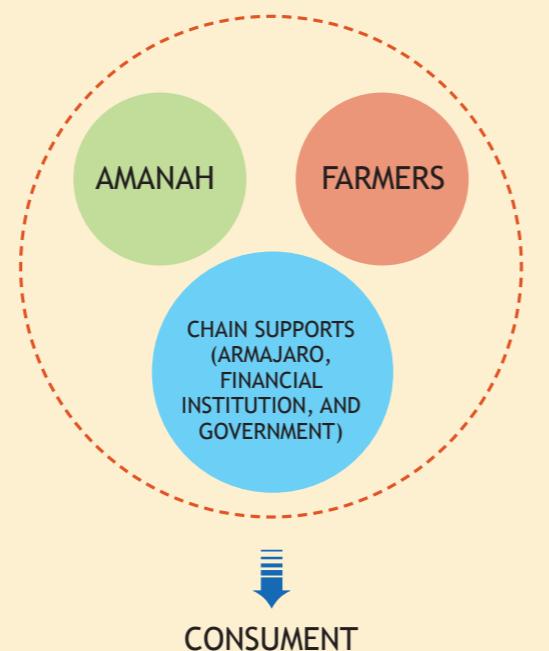


In less than six years, the business is **growing rapidly** until Amanah could have up to 1,600 members; the current Amanah's assets along with its running business have eventually **reached Rp2 billion**.

Picture 1. Partnership model - Development focus

**Success indicators of the partnership:**

1. Farmer's productivity is increased
2. Quality is increased
3. Loan repayment rate is reached 100 percent
4. A substantial price is achieved (minimum price and sales contract)
5. Timely disbursement of loans
6. Delivery of outputs according to timeline
7. Timely distribution of seeds and agricultural inputs (saprotan)
8. Farmer group's saving is increasing
9. Farmers' income is significantly increased
10. Agreement and cooperation (harmonious and sustainable) ☺

Picture 2.
Example of partnership business model
in Amanah, Polewali Mandar

Cargill's Commitment to Support Cocoa Growing Communities

Mawarni was facing some serious challenges on her cocoa farm in Bone district of South Sulawesi. Ten years ago she started planting cocoa in her family's three-hectare cocoa farm.

AT FIRST, she was able to produce up to one ton of cocoa per hectare per year. But in recent years, pests and cocoa diseases were increasingly prevalent and were damaging her cocoa. This led to a very adverse impact on Mawarni's cocoa productivity. Luckily, Mawarni had heard about a Cargill Farmer Field School in her village and decided to attend. There, she learned ways to reduce pests and diseases as well as how to rehabilitate aging cocoa trees with side and top grafting techniques. Mawarni's yields improved as a result of the training, and she even started her own cocoa nursery. Today, she is a leader in her farming community, helping to teach others how to improve their yields.

What Mawarni experienced was part of the Cargill Cocoa Promise, a global commitment to improve the sustainability of the cocoa industry by focusing on farmer training, community support and farm development. Cargill introduced its world-leading cocoa sustainability program to Indonesia in 2012, and has been keenly focused on ensuring women are involved. "Women have a crucial role in cocoa planting, harvesting and production," said Jos De Loor, president of Cargill's cocoa and chocolate business. "It is important that we are reaching women with our training programs so that they are empowered to enhance their productivity and incomes," said Loor.

HAVE MANY ROLES

As of October 2013, Cargill's training program has reached 1,134 cocoa farmer households in Indonesia. Of the current 299 registered participants in Cargill's Farmer Field Schools, 26 percent are women.

To build participation among females, Cargill highlights aspects of cocoa production and processing where women have a culturally strong role. For example, women generally manage post-harvest handling, which is critical to determine cocoa quality and potential prices when beans are sold. Like-

wise, women are often in charge of household finances, which impact a household's ability to save, invest and obtain credit for agricultural inputs. "Our approach aims to highlight the importance of including women in the farmer group decision making structure," said Loor.

Farmer groups are a vital part of Cargill's program, creating reliable centres for knowledge-sharing, giving farmers improved access to infrastructure and providing an outlet to sell their crop at the best possible price. So far Cargill has formed 50 farmer groups in Bone district, and they want women to be front and centre at the meetings. Loor said that Cargill wanted to inspire women to take on new roles. "We need more female leaders like Mawarni in our farmer groups," he added.

Cargill acknowledges that women typically have many roles, including often making nutritional decisions for their households. "Our nutritional training provides a foundation of understanding and credibility that empowers women to make good decisions and gives them the tools to communicate effectively about their decisions to their families," said Loor.

DELIVERING THE PROMISE

It's Cargill's commitment to support cocoa growing communities in Indonesia, addressing a range of issues including education. Cargill aims for a 100 percent school attendance among students whose families are participating in its program, and actively promotes the importance of keeping children in school instead of in the field.

Cargill recognizes that in order to meet the growing demand from their customers and to support the future of cocoa farming, they must invest in their own operations and in the supply chain. "In Indonesia and around the world, empowering women will be critical for us to deliver on our Cocoa Promise," Loor concluded. ☺



Photo: Cargill.

OLAM

EMPOWERMENT ON ALL SIDES

Last November COKELAT was invited by PT Olam Indonesia to visit Luwu Utara (Lutra) District, South Sulawesi, to see the community empowerment program that they have done there. From controlling fruit flies, to conducting natural preservation classes in school. Here is the report.



THE AREA WE VISITED WAS LOCATED IN KALOTOK VILLAGE, Sabbang sub district. In this village we met Jalisman, chairman of Tiroang Indah Permai group who has been collaborating with Olam since 2011. Jalisman said, community empowerment in his village began with the forming of a conservation group; this group aims to preserve the environment in surrounding villages and farms. "We learn how to make compost, liquid fertilizer, and safety management," said Jalisman.

According to Jalisman, cocoa is a superior product in Lutra District, thus farmer empowerment, especially those related to farming management, is very necessary. He said, the grafting techniques taught by Olam was successfully rejuvenate his garden back. "Salam grafting we used most often," said Jalisman. Another thing that they had been taught was to create buffer zone around the village. This zone is then planted with lemongrass and pineapple which results can be sold or enjoyed by farmers.

SOCIAL RESPONSIBILITY

Farmer empowerment that Olam does is actually a form of corporate social responsibility to community. Beginning in 2005, Olam with chocolate manufacturer Blommer from United States, opening a program called SAFOB (Sulawesi Farmer Alliance Olam and Blommer). The program was also an answer to the problems faced by farmers at that time, like pests, aging trees, and deteriorating soil conditions.

Controlling fruit flies was one of the program's objectives in order to eradicate cocoa pod borer (CPB). It is very easy; farmers can make traps from used plastic bottles covered with artificial fly hormones, then hang them on cocoa trees. According to Hardi Sewa, Head of Branch PT Olam Indonesia - South Sulawesi, it works accurately, be-

Photo: Igor Rangga.

One day they will be *farmers who have certain morals*, have high devotion to their farms, and respect for nature.

cause it only kills the flies. "If you use pesticides, bees can also be killed," he said. Until now, as much as 4,491 farmers have been given such knowledge, and the rate of CPB attacks in Lutra region have decreased for 30% from previously 50%.

Starting in 2013 the two companies started a new program called Grow Coco which works more thoroughly and in accordance with today's farmer needs, such as post-harvest improvement, traceability, and environmental preservation. "We are targeting around 7,000 farmers," said Sewa.

In addition to pest control, farmers are also equipped with science to overcome fallen trees problem. When COKELAT visited the farm, it could be seen that some of the cocoa trees had three main trunks. "It's called tree balancing technique," Sewa said. He explained that this technique was deliberately applied in order to prevent cocoa trees from falling, very useful for farmers so that they do not rush to cut down their trees.

There is also a cocoa tree in Kalotok village that is allowed to grow tall and unkempt. Parasites are even adhered on its branches. "This tree is intentionally left behind so as an example of what can happen if farmers reluctantly maintaining their cocoa trees," said Sewa. Thus encouraging farmers to be more diligent to come into the garden and do pruning.

EARLY AGE EMPOWERMENT

Olam is not only empowering the adults, in collaboration with Rainforest Alliance, they increase the capacity of primary school children in preserving the environment. Sewa says that there is a very large opportunity for children to destroy the environment, for example when they are playing, they could just burn the bush or throw garbage into the river. "Because at this age they do not understand on how to preserve the environment, thus increasing the capacity at an early age is very important," said Sewa.

Children are given the freedom to help their parents in the farm, because helping parents is also a learning process, but only after school hours. They are then given the understanding that holding sharp objects or chemicals is not recommended for children their age. Another goal from introducing children on how to look after the environment is that they can be used as media to teach illiterate parents. "So they will deliver it directly at home," said Sewa.

Learning on how to preserve the environment for elementary school are given ranging from grades three through grade six. Additional classes are given after school and filled with singing nature themed songs, playing games, and drama. "We hope that learning from an early age, one day they will be farmers who have certain morals, have high devotion to their farms, and respect for nature," said Sewa concluded. ©



1. Hardi Sewa is showing the tree balancing technique.

2. Pineapple trees and lemongrass that grow on the buffer zone.

Video of Kalotok village children additional classes can be watched at:
<https://www.youtube.com/user/CSPIndo>



1. Fermentation demo plot which also serves as training ground.

2. Pinrang women's activity in producing compost.

JAYA MANDIRI WOMEN GROUP BEST EXAMPLE OF A FERMENTATION BUSINESS GROUP

Fermented cocoa bean market demand both nationally and internationally has encouraged Indonesia to produce more fermented beans. Here's one example of activity conducted by Cocoa Innovations Project (CIP) and a group of women in Pinrang, South Sulawesi in order to meet the demand.

PINRANG IS KNOWN AS ONE OF the largest cocoa-producing areas in South Sulawesi, where cocoa farms are inherited from generation to generation. Previously CIP has had a strong involvement in post-harvest activities in Pinrang, which was then followed by development of a business model in order to improve the quality of fermented beans in the region. One engagement was manifested in cooperation with a group of women, which also becomes the object of testing the model.

Established in 2010, Jaya Mandiri is a group in which the majority of members are housewives, and all are managing the farms with their husbands. Since its establishment, women of Jaya Mandiri are always involved in pruning, harvesting, and post-harvest activities, such as drying and selling.

Jaya Mandiri's objective is to develop a business model involving more women in cocoa value chain and to create additional income for them. Actually, idea to involve Jaya Mandiri had emerged since the previous project, Amarta II, when one of the facilitators had been seeking a group to serve as cocoa bean purchasing and processing unit.

At the beginning of the approach, Pinrang women were not sure in joining or forming a unit, mainly due to lack of capital to purchase basic equipment such as scales and burlap sacks. But shortly after, it turned out that the women actually began collecting donations to start the Jaya Mandiri business.



MEET WITH BUYER'S DEMAND

With the support of CIP, Jaya Mandiri started several other businesses to raise capital, such as producing and selling compost, as well as producing handbags made from used soft drink plastic containers. They also collect beans from other villages, dry them, and then sell them to exporters. Through these practices, Jaya Mandiri's knowledge in running an organization is honed and ready to be a wet bean purchasing tool for its members.

CIP sees that Jaya Mandiri has the ability to be a fermentation business group model. Most members of Jaya Mandiri understand best agricultural practices and post-harvest handling because they are often involved in field school activities. In addition, thanks to the handbag business, they are experienced in marketing activity.

Because of those experiences, CIP was interested in forming Jaya Mandiri as a strong fermentation business group, by providing technical assistance training in business management. A fermentation demo plot was also built in Pinrang. In addition, CIP began introducing Jaya Mandiri to other farmer groups in order to attract them to be a Jaya Mandiri's partner.

When the business began in April 2013, produced quality was still low. Water content was still 8%, 10% slaty, 27% purple, 63% brown, and 2, 3% waste. But in just five months, Jaya Mandiri was able to improve quality of their fermented beans. Based on quality test resulted in September 2013, Jaya Mandiri showed a significant improvement: water content of 7,5%, with absolutely no slaty, 7% purple, 93% brown, and 2% of waste. Jaya Mandiri members finally received a

premium price because they were able to add value to the product before it was sold.

Jaya Mandiri and CIP were quite pleased with the results obtained today. They are able to meet the quality standard of fermented beans and in accordance with buyer's demand such as Olam. Exporters also took part in field activities through provision of advances for the group so they could purchase more wet beans.

FARMERS' INCOME ARE INCREASED

Based on CIP data, farmers' income are increased by at least 10% after participating in fermentation activities. This means, Jaya Mandiri's objective in improving farmers' welfare began to materialize. In addition, more farmers began to join the activities and eager to take advantage from the business. Housewives are now more confident in managing family finances due to increased revenue.

In the near future Jaya Mandiri and CIP plan to increase the volume, up to 15 tons per month. In order for the plan to materialize, Jaya Mandiri is expanding its network with three other groups in Pinrang region. Jaya Mandiri also makes itself as an efficient group by doing all activities themselves, which means, reducing operational costs.

Jaya Mandiri women have proven that they are able to build a business from scratch and know the meaning of co-operation when building a business. All the challenges they had successfully passed had become the women's pride. As a model developed by CIP, Jaya Mandiri women group slowly able to create a sustainable living and improve the quality of cocoa value chain.®

This article was written by Cocoa Innovations Project (CIP) team who are now continuing previous project's objectives, AMARTA II, namely agro financing activities, mobile money, and fermentation group model. Support is obtained from Armajaro, Mars, Olam, Mondelez, Hershey, and Continaf, through a grant from World Cocoa Foundation (WCF) and funding from ACDI/VOCA.

ACDI/VOCA is based in Washington D.C., United States and is a non-profit organization that encourages widespread economic growth, improve living standards, and create a dynamic society. ACDI/VOCA established in 1963 and has implemented projects in 146 countries on behalf of the public, private, and multilateral funders.

www.acdivoca.org

Video of Pinrang women composting activity can be viewed at <https://www.youtube.com/user/CSPIndo>

8 ACCURATE WAYS IN MARKETING COCOA

Farming is also about understanding on how to sell one's product in a quick and precise way. Read our conversation with Ina Murwani, President Director of Continaf/Nedcommodities, who gladly share her tips.

BEFORE ENTERING THE DISCUSSION, we need to know about marketing problem that occurs today, and ascertain whether farmers are already doing four important elements in marketing. The four elements are, a farmer must know the product well, what price that needs to set, how the product is distributed, "And fourth, how aggressively a farmer is promoting the product," Ina outlines. Based on these four elements, we could see what exactly the marketing constraints are now.

The fact is the majority of Indonesian cocoa farmers have not implemented the four elements simultaneously, just as far as how to produce cocoa, a.k.a. production. "Not so many farmers know how to run a promotion," said Ina. This happens because farmers still think that cocoa is inherited, not a business that needs to be developed. Even farmers do not understand if they are selling profitable products or not.

Ina says, if a farmer wants to successfully market his product, he needs to think as an entrepreneur, knows the pros and cons in planting cocoa, and recognizing the buyers. "If this is fulfilled, his business will run," said Ina convinced. So far the government is trying to provide an understanding of



market dynamics to farmers; however according to Ina, the government do not understand well about it. Can be seen from how they provided assistance in the field. "The government says that the added value could be obtained if cocoa is turned into finished goods, but it's not always so," said Ina. According to her, added value can be obtained if farmers produce good cocoa beans.

IMPROVING FARMER'S ABILITY

As an initial step to improve farmers' marketing ability, is to provide understanding on cost management, cash flow, and ensure that their products are more profitable than other products. Any institution that has interests on farmers has duties to increase the capacity. "Including traders, industries, grinder, and anyone who wants to buy the products," said Ina. She added that a farmer who understands on farming management and cash flow is guaranteed to be a successful businessman.

The second step is to open the way for farmers to know market price. Once again, all stakeholders have a duty to do that. Only, do not just open up the road, farmers should also be given understanding that a price consists of many elements; higher prices, could be more cuts. "Do not let farmers sell to the highest bidder, only to come home with a lower amount of money than offered by the lowest bidder," Ina warned. Farmers should be helped to discern the price component.

In addition to knowing the price, a farmer also needs to be sure that the product he offers able to compete in market. The first way is to keep quality, followed by maintaining volume.

Photo: Igor Rangga.

When a farmer can meet both of them, surely a lot of buyers would look for him. The third thing that is important, is loyalty and able to keep promises. "If a farmer promises quality and umpteen number, and will send the beans at a specified time, then he should keep that promise," said Ina. Such loyalty expected by buyers, because only then the value chain will be strong, profits will be gained by both parties.

FARMER'S AUTHORITY

A successful farmer is a farmer who leads his views on the market; and to build a view like that, it takes self-awareness that he wanted to be an agribusiness entrepreneur. "Not because of inherited land, or he must pay for children's school," said Ina. She also warned that agribusiness has significant risks, market and nature risk, so that consciousness as an entrepreneur and market views are becoming important. "Farmers must also be proud of his work," Ina said.

Once the awareness formed, then stakeholders' interests are required in conducting farmer empowerment. When it comes to empowerment, it would be appear two important elements, namely technical and authority. When stakeholders want to empower farmers, they



A smallholder is counting her proceeds.

must equip farmers with training. Not only technical training like side-grafting or pests' comprehension, but also cost management and funding. "Money in large numbers usually comes in harvest time. If not managed properly, the money could be gone in three days," said Ina who also believes that fund management could prevent farmers from middlemen.

The second element is authority, where a farmer has full power over his production; when he could send the result directly to a buyer, or decide who the best buyers are. If such authority is being run properly, we could say the farmers are perfectly empowered.

RAISING THE EFFORT

On this occasion Cokelat also asked Ina what she thought about collective marketing, a system which is emerging today. "In my opinion, the system helps buyers especially in terms of recording, because the beans are collected in one place," said Ina. If farmers come one by one, carry a kilo of beans, some even only 500 grams, it would be a hassle. "It can be a very long list," Ina proceeds. While connected to volume, collective marketing is one of the best ways.

Ina notes that collective marketing indirectly establish a safe zone for farmers, they are not stimulated to produce large amounts of bean. Farmers think they can still sell beans in small quantities, so they continue to be in a 'small' position, which impact on their level of prosperity. Ina says it does not matter if farmer chooses a small business, as long as the product is superior. "Whether he sells enormous beans, 40 beans per 100 grams, or produces uniquely flavour beans. That way, a farmer can be assured of his prosperity," said Ina.

At the end of conversation, Ina proposed a marketing model that can be tested by Indonesian farmers. Start from formatting a group as usual. But the

difference is, farmers who want to join the group are given conditions, for example, they need to have an extensive farm, and yield umpteen pounds. Ina says, to impose such conditions, cocoa beans would be arrived faster to the market, and buyers are happy because they prefer to take large results. "It will indirectly stimulate smallholders to extend their business," Ina concluded. ☉

tips

IN ORDER TO SUCCESSFULLY MARKETING THE COCOA

- ▲ Farmers should be proud of their work
- ▲ Farmers need to think as an entrepreneur
- ▲ Know the pros and cons in cocoa farming
- ▲ Recognizing all the buyers
- ▲ Convinced that products offered are competitive in market (by maintaining quality and volume)
- ▲ Loyal to buyers and committed to delivery.

What the stakeholders should do:

- ▲ Provides an understanding of cost management, cash flow, and ensure farmers that cocoa is more profitable than other commodities
- ▲ Pave the way for farmers to market price.

COCOA LIFE

Wholeheartedly Empowering The Community



In February 2013, Mondelēz International launched the Cocoa Life programme in Côte d'Ivoire, Africa. This initiative, designed with CARE International and key stakeholders during the launch phase of this programme, aims at improving the living conditions of farming communities in particular cocoa producers.

MONDELÉZ AND CARE INTERNATIONAL UK signed a partnership for the implementation of this project in Côte d'Ivoire. This project is implemented by CARE in 11 target communities in the Haut Sassandra region. This article covers CARE's activities over the first six months of the Project (February to July 2013). The semester was characterized by the start-up phase of the project and the preparatory activities for community mobilization in the field.

ACTIVITIES UNDERTAKEN

A full Cocoa Life orientation workshop was held from July 24th to 26th (during a broader field mission organized from July 23rd to August 2nd, 2013). This brought together all of the Cocoa Life project staff, as well as the Assistant Country Director for Programmes and the Women's Economic Empowerment Coordinator, working on other related projects.

On April 19th a field level working session with trader Zamacom resulted in the development of a joint work plan

for training of producers, the cooperative members, as well as for other joint activities. This joint work-plan forms the basis for the MoU to be signed between Zamacom and CARE, as foreseen in the project design. The monitoring of activities linked to community development and additional livelihoods, in particular:

- The establishment of Community Development Committees (CDCs) in the four localities targeted for the first year of the project
- The launch of Village Savings and Loans Associations (CARE's methodology to enhance local financial inclusion) in two localities: Bateguedia and Molonou.

BEST AGRICULTURAL PRACTICES

Between May 23rd and 24th, CARE participated in the training of 100 farmers, who are members of the Case du Planteur group. The training focused on best agricultural practices and was organized by agronomists from Zamacom. It was split into

two stages, one theoretical to explain the basic concepts and principles, and the other practical in a demonstration plot in Sapia village.

Meanwhile on June 6th, CARE and Zamacom worked on inputs trading, establishment of input shops and capacity building of farmers in the production of organic inputs by using agricultural residues, for example by making compost with cocoa shells. A protocol is in the process of being updated and signed between inputs suppliers and the members.

Started in April 2013, discussions are underway with the Regional Delegation of Coffee Cocoa Council for the implementation of a mechanism to signal irregularities with regard to the implementation of the guaranteed price, and to collaborate to monitor activities as well as potentially offer support.

To raise awareness, improve women's empowerment and youth engagement, also to reduce social exclusion, CARE held meetings with farmer-based organisations to verify that women and youth are adequately represented within them and to assess their involvement within these organisations.

From June 12th to 15th 2013, two CARE staffs working on Global Fund/Malaria Round 8 Programme, and a training expert from national pool of Training of Trainers on the fight against Malaria and HIV/AIDS, trained 27 agricultural technicians from Zamacom. The training covered understanding of the two illnesses, prevention techniques, and communication techniques for behavioural change.

IMPROVING COMMUNITY CAPACITY

Such activities are linked to baseline study and community planning undertaken during the launch phase of the programme in Bateguedea, Nibass, Molonou, and Sikaboutou.

Chief of Nibass village was thanking the programme for what had been done to his community. He said that they were once not taking the programme seriously, even at the beginning, they had not understood how important it was. "But now, we do know that it is a serious matter," he said. The chief stated that CARE had come to spend the night with them there¹ and had shared their huts, untreated well and meals. In addition, CARE had invited them to go outside the area². "Upon our return, we reported exactly what happened. And then, CARE have once more travelled to join us here. We have realized that our village, a place that we underestimate, is actually important," said the chief.

Sawadago Gueswindé Edward, Vice President of Burkina Faso Youth, also as Secretary General of Community Development Committee said that there were once conflict between community and their tutors, and it was really harmed them. His classmates did not greet and talk each other anymore.

Photo: The Frog Blog.

There was no more communication between foreign communities and Bete³. "But with the arrival of CARE, it has changed. Putting us in the same room for meetings and brought us closer little by little, we began to talk and reconnected," said Edward.

Regarding child labour, CARE had developed and signed a partnership with the International Cocoa Initiative (ICI) to jointly reach the Cocoa Life objectives with regard to the reduction of child labour. This partnership includes:

- Training of trainers (for CARE staff, Zamacom, and cooperatives) on awareness raising on the fight against child labour
- Awareness raising sessions to be held in project locations, combined with establishing or reviving community-level mechanisms for the fight against child labour
- Monitoring and evaluation of these activities once the trainings have been undertaken. Two training workshops were planned, one took place between July 29th and August 1st
- Six directors of cooperatives, four representatives from Case du Planteur, six members of CARE staff and 12 members from Zamacom participated. Out of 28 participants, three were women and 25 were men.

Edward himself is an applicator of pesticides. Without the training on the worst forms of child labour, he would have gone to the field with his children to apply products because he did not know it was dangerous. "But thanks to the training, I will not do it," he said.

CONTINUE ON

Sery Dohoré Vincent, a native of Batéguédea village, also a native in Bete community said that the arrival of CARE had changed many things in his community, especially in terms of social cohesion. Before, foreign communities and Bete did not approach each other because there was a great suspicion since the 2011 conflict where Vincent lost his parents.

Vincent who also Head of Tchrégbéuhé family said that various meetings and awareness raising sessions had decreased the gap of mistrust considerably between them; it was a first step and CARE should continue on this way. Similarly, awareness of child labour had changed people's behaviour. They know now for example that children should not carry loads beyond 8 kg and apply pesticides or approach them. "Knowing this was very good to us. CARE should continue in this direction," said Vincent. ©

¹ August 2012, during the Needs Assessment.

² To join the community validation workshop, November 2012 in Daloa.

³ Native Ivorian people of Batéguédea.



Behind the Expense of Organic Cashew Certification: LESSON LEARNED FROM PUNALIPUT JAGA TANAH FARMERS' GROUP

Ile Padung in Flores Timur district is a major cashew producing village on the island of Flores, Nusa Tenggara Timur province. With sea breezes blowing towards the mountains helping to maintain a level of moisture and flow of air that favours development of cashew.

BY: Imam Suharto and Ethi Suryatin

CASHEW (*ANACARDIUM OCCIDENTALE*.L) was introduced by Nusa Tenggara Timur (NTT) provincial government in the 1980s, as a conservation crop for critical lands. Initially, farmers did not imagine that cashew might become a main economic resource for farmers in NTT, including farmers in Ile Padung village. Cashew was seen purely as a conservation crop, for reducing soil erosion and re-greening. Rising demand for cashew in the early 2000s brought a breath of fresh air to cashew farmers, encouraging them to turn their attention to cultivating cashew.

With traders from India constantly seeking out cashew, producer farmers in Ile Padung came to realise that this conservation crop had economic potential for them. This was demonstrated by the increasing price of cashew (in shell) over the years. In early 2004, the price of cashew in shell was Rp3,000 - Rp4,000 per kg. But the price continued to fluctuate uncertainly, depending on the whim of the purchaser, which as far as the farmers were concerned, were agents of traders

from other cities. The main reason that farmers were unable to get set prices each harvest season was because the purchasers used poor quality, falling prices on the national market, increasing transport costs and so on, as excuses for reducing prices.

This price manipulation by the agents motivated the cashew farmers in Ile Padung to strengthen their bargaining position. Finally in mid-2004, the Ile Padung farmers, with the help of facilitators from Swisscontact Indonesia, agreed to improve the quality of cashew they produced, in other words to introduce quality standardisation.

To realise this idea, the Ile Padung farmers formed an organic cashew producers groups called Puna Liput, which in 2006 changed its name to Puna Liput Jaga Tanah (PLJT), when farmers from Lewobele village joined this producers' association. There are 299 farmers in PLJT, who cultivate a total of 335, 25 ha of cashew. Producer farmers are organised into subgroups called Riang Padang, Riang Motong, Riang Bao, and Lewobele. The purpose of forming these subgroups was to facilitate organisational management, management of production, quality control, and markets.

It was the adoption of these four mechanisms that helped Puna Liput Jaga Tanah obtains organic certification from IMO Switzerland in 2005 (Suryatin. E, 2007¹; Sarwar R, 2007). Nowadays, the so called East Flores organic cashew producer group is contained 687 members (61 members are women) of six villages including Ile Padung, Lewolema, Painapang, Dulijaya, Lewokluok, and Balukhering.

MANAGEMENT OF CASHEW PRODUCERS' ORGANISATIONS

Organic cashew farmers in Ile Padung and Lewobele have a group organising mechanism that is different from that of most other farmer groups. The organic cashew farmers have a strong and unique organisational control system. Strong because there is a clear operational mechanism between the business function and the social organisation function. The organisational management function (social and administrative) is controlled by the chair of the association, whose main task is to strengthen the organisation and its members.

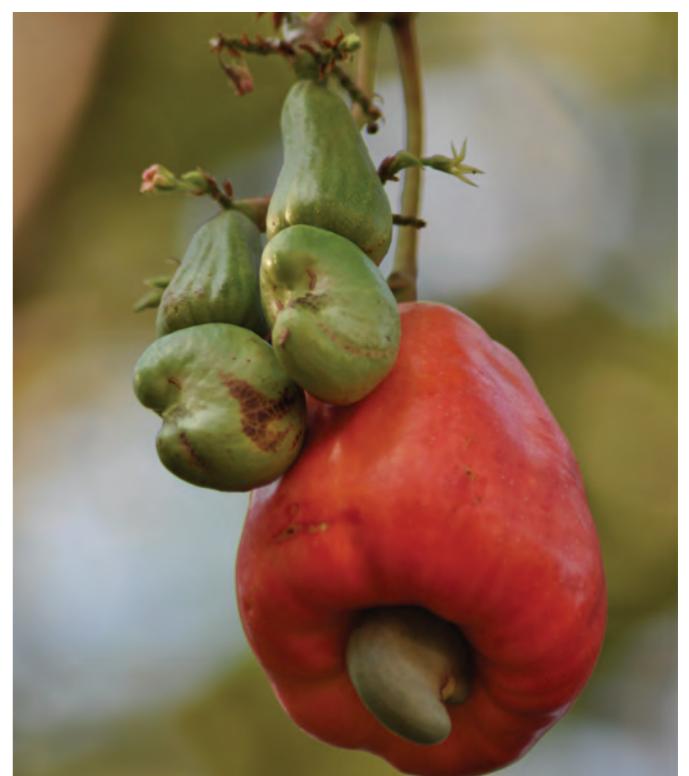
Production, from farms to markets, is the responsibility of internal control system (ICS) and its internal committee (see section on production management). In other words, the role of managers and chair of producer farmers' association has more to do with the social and organisational strengthening aspects, while the business aspect is the domain of ICS. Integration between these two organs of the organisation is the key to the success of Puna Liput Jaga Tanah cashew farmers (see diagram 1).

EFFECTIVE PRODUCTION MANAGEMENT

International recognition of the organic quality of cashew produced by the producer groups was achieved as a result of a year's hard work by the PLJT members. This is an indication of success of work of the ICS team, which has been able to raise the quality of cashew produced to organic standards on the organic markets in Europe, US and Switzerland. The control mechanism implemented by the ICS begins in the farms (production points), extending through processing by groups of farmers/individual farmers (harvesting, washing, drying, grading, storing and delivery), and sales (in shell).

In the farms, control focuses on cultivation and harvesting techniques to ensure that they are organic, and on the local environment, for instance to ensure that no chemicals prohibited according to organic standards are being used. During the postharvest phase, ICS focuses on controlling contamination of the cashew with materials that are prohibited by the standards, such as the chemicals used in fogging against malaria, or contamination by residues of inorganic pesticides or fertilisers in dirty baskets; recording harvests (traceability), rapid grading; and ensuring contaminant-free storage and transportation (handling), from production point to sale.

The diagram shows that ICS team implements quality control and production control at two key points: at the farm (farm management) level, and at the postharvest level, which includes control of handling from the production points to the collection stations. Because the group sells



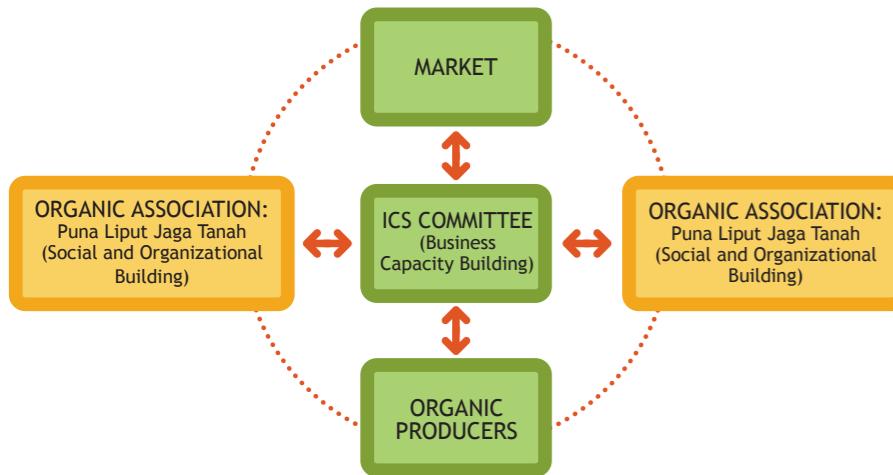


DIAGRAM 1

The synergy between the social and organisational building, and business aspects of the Puna Liput Jaga Tanah organic cashew producer farmer association.

its cashew in shell, control at the processing unit (kernel production) and organic cashew collector levels are not the responsibility of the producer farmers and ICS, but that of IMO, as verifier and external control body.

The combination of discipline of the PLJT members in their application of the production mechanism (shown in diagram 2), and the high degree of trust between members, managers, and the ICS team has enhanced market confidence in PLJT organic cashew. At the end of 2007, PLJT signed sales contracts with PT Flores Farm (Germany), PT Bening BTF (Bali), PT Profil Mitra Abadi (Jakarta) and UD Nusa Permai (Flores/local organic processing unit) at a premium of 23%-25 % above the price of non organic cashew (Rp10,000/kg)². In 2011, the group signed sales contracts with new buyer and exporter such as PT. Kampung Kearifan Nusantara (Jakarta) and CV. URUKHOT (Bogor).

The description above emphasises that ICS has a key role in several aspects:

- Cashew quality control, which is implemented throughout organic cashew development chain
- Ensuring that markets guarantee prices based on joint agreements (fair trade), and
- Social function, maintaining trust among group members, and building solid groups.

The role of other stakeholders, such as NGOs and government (village and district) is as facilitator in the areas of group capacity building, networking, market access, and policy.

With the selling price varying between Rp7, 000 and Rp8, 500 per kg, farmers are able to set aside income to pay for children's school fees, home improvements, and health care. Most of the Ile Padung and Lewobele farmers have opened savings accounts for the first time ever at Bank BRI. There is an agreement that a portion of revenue on sales of Rp700 is to be managed as an eco-fund for the purposes of group development and certification costs, contribution to village development, and ICS operating costs. The eco-fund is divided up as follows:

- Rp500 for group development and certification costs
- Rp100 for contribution to village development, and
- Rp100 for ICS operating costs.

Within the space of four years, PLJT has built up an eco-fund that covers the costs of organisational activities such as meetings, group internal training, and certification costs. 'Slowly but surely', as PLJT chair Gabriel Belawa Maran says, the group's long struggle to get its eco-fund up and running is part of the effort to make PLJT self-reliant. By end 2007, the eco fund is reached Rp30, 000,000. The fund was steady between of 2008 to 2012. In 2013 the group expected eco-fund will be extended to Rp50, 000,000 due to increased number of member and their business as well.

The group's sense of responsibility extends not only to its members; PLJT also cares about the fate of farmers and community members in other villages too. Thus, PLJT made the decision to set aside a portion of the premium prices it receives to contribute to village development. ICS lead coordinator Plasidus N. Aran explains that the contribution to village development is:

- A form of members' social concern for farmers;
- Also to interest other farmers in organic farming. Thus, this contribution could be an incentive to other farmers to get

DIAGRAM 2

Illustrates the production and quality control process implemented by the PLJT ICS team.



involved in developing organic cashew; since most farmers will adopt the new if they have seen proven evidence of its success (*Leeuwis C and van den Ban, 2004*);

- To minimise envy and conflict between organic farmers, non-organic farmers, and agents.

In this way, other farmers, agents, and components of the village community feel that they are a part of PLJT's organic cashew development activities; while creating a conducive atmosphere and a sense of collective ownership (*Suharto I, 2006*). Plasidus adds that the eco fund also covers ICS operating costs, such as photocopying, incentives for the ICS team, meeting costs, and travel costs.

FACING THE CHALLENGES

Producing organically certified cashew for the international market is no easy task. Besides the complicated procedures involved, there is high investment cost, notably the high cost of certification. Aware of these challenges, PLJT will continue to build the capacity of its group to improve product quality and build market diversification, for example into local markets.

Other initiatives to promote the sustainability of the group and its business (will) include:

- Developing processing units for each subgroup, enabling them to sell cashew kernel (white and red)
- Networking to extend the group's market network, in particular to open access to local markets at premium prices

- Integrating development of cashew with livestock (goat or cattle) rearing in farms
- Replacing plants and increasing productivity by improving farm management skills
- Intercropping (food crops and fruit crops) in the spaces between young cashew trees and along the boundaries between gardens.

The hope is that these initiatives will allow PLJT and East Flores organic cashew producer group to continue to realise its dream of escaping the shackles of poverty and developing villages through organic cashew development. ☺

Imam Suharto works as the Program Manager VECO Indonesia, while **Etih Suryatin** works as the Program Coordinator LED NTT Swisscontact Indonesia. They can be contacted at i.suharto@veco-indonesia.net and eet@swisscontact.or.id.

To reach East Flores producer group you can contact **Gabriel Belawa Maran** at gabriel.b.maran@hotmail.com.



FROM BARN TO FORTUNE

Thanks to his brilliant idea, aided with training and apprenticeship, Jamal is now one of the most successful liquid organic fertilizer supplier in West Sulawesi. **BY: Peni Agustiyanto**

JAMAL EFFORT WAS TRIGGERED by a simple idea which was sparked in his mind. Jamal was thinking, how to maintain cocoa farm with the most natural way, and in line with certification framework.

Kelompok Rumah Hijau Organik helped him to enlarge his liquid fertilizer business. Pusat Kelompok Tani (Puskoptan) Amanah as the parent group of the Kelompok Rumah Hijau Organik did not want to miss in developing Jamal's capacity as a businessman. Amanah with NGO Wahana Sukses Pertanian Terpanjang (Wasiat) provide an opportunity for Jamal to obtain a variety of trainings and internships about packaging and marketing of organic fertilizers and pesticides.

Other NGO like VECO Indonesia gives provision through business planning training and field visits to several places in Java. Field trips are useful to stimulate the ability of farmers in building a business. While business planning is useful to sharpened the skills so that farmers can make profits and be able to support themselves and the group before entering business competition.

For one litter (bottle) of Bio Protecta sold to agents, Jamal set prices at Rp23, 000. While consumers can buy it at a price of Rp25, 000. Currently, through puskoptan Amanah, Jamal is able to sell his organic fertilizers and pesticides as many as 800 to 900 bottles per month. Bio Protecta buyer are not only cocoa farmers, rice farmers have come to buy this product as well. Since it is made from organic materials, Bio Protecta can be used for various types of plants.

With the growing recognition of Bio Protecta in West Sulawesi, some of those who had helped Jamal to commercialize the product, are now beginning to give their efforts to obtain a certificate of eligibility from Sucofindo (Superintending Company of Indonesia). So that Bio Protecta could be more widely acceptable for Indonesian farmers. If the certificate is held, opportunity to sell Jamal's Bio Protecta will be more extensive, and that means more profit to come.

So ladies and gentlemen, do not be afraid of new things. Spiked with willingness and spirit, it is not impossible that new things can be turned into profit! ☺



ACTIVITIES

26

Inauguration of Cocoa Learning Centre in Sikka District

28

Description of cocoa value chain by World Cocoa Foundation

30

Student scholarship for farmer families in Ivory Coast

32

Cocoa Day 2013 Coverage



Sikka Cocoa Learning Centre

ONE-STOP FACILITIES AND SERVICES

Sikka Regent, Drs. Yosef Ansar Rera, inaugurated the Sikka Cocoa Learning Centre on mid-November. What kind of services and facilities are provided? COKELAT direct report from Tebuk village, Sikka regency, Nusa Tenggara Timur.

SIKKA COCOA LEARNING CENTRE (CLC) was built as a technology transfer vessel for cocoa farmers in Sikka. This learning centre is managed by facilitators, extension workers, and individuals who have willingness to develop and advance the cocoa sector in Sikka. In addition, the learning centre will be used as a service agency for cocoa farmers and other institutions that need it.

Sikka Learning Centre was formed in cooperation between Support of Small Poor Cocoa Farmer (SPSCF), Yayasan Sahabat Cipta, World Vision Indonesia, Sikka District Government, Hille Foundation, BMZ, Mars Incorporated, and VECO Indonesia. The learning centre was officially established on March 25, 2013.

The first CLC activity was Petani Kakao Andalan championship which aim to select some of Sikka cocoa farmers to be trained as trainers. They will be trained through Training of Trainers which is managed by Mars Incorporated. From this championship, six people had been successfully selected and who have now completed their training. They then passed on the knowledge to 80 key farmers and four extension workers.

In conducting its activities, whether key farmers or extension workers are accompanied and supported by SPSCF. They will organizing Field School I in seven districts, namely Nita, Koting, Kewapante, Lela, Bola, Doreng, and Hewokloang. These seven districts include 24 villages with 40 field schools.

CLC service area is centred in Sikka Regency, but does not rule out other areas in Nusa Tenggara Timur, especially if it has a role as cocoa development centre. Sikka was selected as a learning centre because it has the most extensive cocoa farm, which is about 22,257 ha (source: Sikka Regional Development Planning Agency), with involvement of more than 32,738 people (source: Sikka Regional Autonomy Implementation Monitoring Committee).

The hope is, expertise and capabilities of the trainers graduated from the learning centre do not fade away, but continue to be a benefit to Sikka, especially in cocoa sector. ☺

WHAT IS THE PURPOSE OF CLC SIKKA?

- ▲ As an office for cocoa farmers
- ▲ As a discussion spot for cocoa farmers
- ▲ As a cocoa cultivation technical training facility
- ▲ Research centre for farmers, stakeholders, and universities
- ▲ Centre for latest information on businesses and cocoa cultivation
- ▲ A place to extend network between farmers and stakeholders in Sikka or East Nusa Tenggara Province.

SIKKA CLC PROGRAMS AND SERVICES

- ① Provide seeds, whether produced by individuals or produced by farmers' group
- ② Provide service for pruning, fertilization, and harvest
- ③ Provide grafting service
- ④ Provide inputs and compost
- ⑤ Provide inspector services for internal control system (ICS) and certification
- ⑥ Coordination for collective marketing
- ⑦ Provide free cocoa consultation
- ⑧ Provide library service
- ⑨ To open the CLC as agro-tourism and education-tourism centre

Photo: Igor Rangga.

TRAINING PACKAGES

NO.	PACKAGE	MATERIALS
1.	Complete field school package	Contain 16 sessions including P3S material, rehabilitation, seeding, pests/diseases, and post-harvest
2.	P3S	Pruning, fertilizing, frequent harvest, and sanitation
3.	Pests and diseases	Introduction of pests and diseases, introduction of vegetable pesticide, and introduction of anti-fungal pesticide
4.	Rehabilitation	Side grafting, top grafting, and replanting
5.	Cultivation	Land preparation, to create planting hole, fertilization hole, and cultivation
6.	Seed management	Determination of location, nursery development, land cultivation, poly bags filling, fertilizing, seed sorting, and top grafting
7.	Sustainable agriculture	Introduction of certification, introduction of sustainable farming standards (UTZ and Rainforest Alliance), Indonesian National Standard, Organic, Fair Trade, and the internal control system (ICS)

SIKKA COCOA LEARNING CENTRE DUSUN TEBUK II
Desa Tebuk, Kecamatan Sikka, Kabupaten Sikka
Nusa Tenggara Timur

Contact: Yosep Suyandi (0812 3796 8503 / 0823 4221 5437)

E-mail: kakaosikka@gmail.com

www.kakaosikka.wordpress.com

Understanding the Cocoa Value Chain FROM FARMERS TO CONSUMERS

More than five million farming families in Indonesia, Ivory Coast, Cameroon, and Brazil, producing more than three million tonnes of cocoa beans annually. BY: World Cocoa Foundation

HOW COULD THESE COCOA BEANS eventually get onto our hands in the form of chocolate?
Read these following steps and understand what is called as the 'cocoa value chain'.

1 GROWING



Farmers grow cocoa trees year-round on small farms in tropical environments around the equator. The cocoa crop is sensitive and therefore, farmers must protect trees from natural elements, fertilize soil, and ward off pests and disease.



2 HARVESTING



At peak production, most cocoa trees begin to yield pods by the fifth year. Although ripe pods can be found on cocoa trees at any time, most countries have just two periods per year of peak production, and farmers can expect 20 to 50 beans per pod.



3 FERMENTING AND DRYING



Once beans are removed from the pods, farmers pack them into boxes or gather them into piles. The beans are covered with mats or banana leaves, trapping heat and beginning the fermentation process. This three to seven day process is what gives chocolate its familiar flavour.



4 MARKETING AND SHIPPING



The cocoa beans are dried, packed, and sold to a buying station or local agent. The buyer transports the sacks to an exporting company who inspects and packs the beans. After passing a quality check, the cocoa is exported to a processor or manufacturer.



5 PROCESSING



During processing, beans are converted into nibs, cocoa 'liquor', butter, cake and powder. Cocoa butter is used alongside other ingredients to make chocolate, soaps and cosmetics, while cocoa powder is used for chocolate flavoured products.



6 CHOCOLATE MAKING



This is the last step when chocolate is made by mixing cocoa 'liquor', cocoa butter, milk, and sugar. The blend is refined and poured into conches - large agitators that stir and smooth the mixture under heat. Until today the cocoa, chocolate, and confectionary industry employs more than 100,000 people globally. ☺



WORLD COCOA FOUNDATION AT A GLANCE

Photo: Najemia / Igor Rangga.

Founded in 2000, the World Cocoa Foundation (WCF) is an international membership organization representing more than 100 member companies across the cocoa value chain. We are committed to putting farmer first - promoting agricultural & environmental stewardship, and strengthening development in cocoa-growing communities.

We operate at the local and global level, bridging the needs of cocoa farmers and their families with the needs of the cocoa industry and environment. Drawing on the strength of our network of members and partners, WCF combines industry experience, expertise and influence to deliver the necessary social, agricultural and economic advances for a healthy, sustainable cocoa economy.

Cocoa Community Development Fund FAMILY SUPPORT SCHOLARSHIPS



1

The Cocoa Community Development Fund program, through its component Family Support Scholarships, aids cocoa growers' families by expanding business opportunities for women.

BY: Marc Donaldson

THESE SCHOLARSHIPS ARE used simultaneously to support children education by increasing retention probability from the primary to the secondary level; while enhancing family's income (through small economic activities) for a better schooling of the children.

The selected mothers who benefit from the scholarships, have received a training over three days on basic entrepreneurship principles. This training aimed to strengthen their capacity on setting up the generating income activi-

ties, and better manage their businesses. Thirty mothers supported by World Cocoa Foundation (WCF) and Petra Foods, are willing to conduct various economic activities, as vegetables and food crops production, restaurant business, commerce of food products.

On Thursday 12 September 2013, a scholarship' giving ceremony was jointly organized by Cémoi (Petra Foods' partner on the ground) and WCF office in Abidjan, Ivory Coast, in the community of Paulybrousse, where Processors

Photo: Marc Donaldson.



2

Alliance for Cocoa Traceability and Sustainability (PACTS) program is being implemented.

THE SCHOLARSHIPS' GIVING CEREMONY

The chief of the village welcomed the officials and thanked the donors for empowering Paulybrousse women and for giving the opportunity of schooling the children in the best conditions. The representative of the producers' organization UCAS, that unites 22 first grade organizations, witnessed their gratitude towards the donors.

The representative of the Ministry of Education showed the great interest of their department on the scholarships activities. Jean Yves Couloud from WCF Programs encouraged the mothers to use the grants only for the purpose of education. The local representative of the state, underlined the double objective of the scholarships that help families in covering education needs, and fight against poverty in rural area.

A SPECIAL DAY FOR ALL

Each beneficiary, accompanied by her child, was asked to come and receive from the hands of the various representatives an amount of USD242, 60.

The representative of the beneficiaries, Mrs. Kouassi Akissi Odette, thanked the donors for selecting Paulybrousse, mainly their husband involved in the PACTS program. "Today is a special day for all of us, for our dreams became true. Frankly, from the announcement of the scholarships activity to the training session we were all sceptic. We could not believe that thanks to our husbands, who are cocoa producers, we will be receiving this amount to support our respective families, just four days before the opening of the new academic year," said Odette. ☺



3

1. Most beneficiaries with their children photographed together.

2. Husbands were following the event closely.

3. One of the beneficiaries with her daughter.

4. Ladies and gentlemen were dancing together after the event.



4

Thanks to our husbands, who are cocoa producers, we will be receiving this amount to support our respective families.

Indonesia Cocoa Day Expo 2013

CELEBRATING THE 1ST INDONESIAN COCOA DAY 2013

On 18 to 22 September 2013 Indonesian government was holding the Cocoa Day Expo 2013 which took place in Taman Anggrek shopping centre, West Jakarta. In commemorating with the first Indonesian Cocoa Day, a theme was picked for the expo: *My Chocolate, My Culture, My Indonesia.*



1. Three meters chocolate fountain
2. Nestle, one of CSP member
3. "Crazy Cup Cake" cooking demo

Photo: Igor Rangga.



The Indonesian Cocoa Day's determination itself had been carried out in 2012 by a number of stakeholders in the cocoa sector, ranging from Coordinating Ministry for Economic Affairs, Ministry of Agriculture, Ministry of Commerce, Ministry of Industry, and other related ministries. A number of associations and research institutions also supported the commencement of this Cocoa Day. Indonesian Cocoa Day will be celebrated every year and filled with cocoa and chocolate promotion together with all the people of Indonesia.

The Cocoa Day Expo 2013 presented a variety of entertainment and comprehensive education about Indonesian cocoa processing from upstream to downstream and other exciting events such as:

- Chocolate cooking demo
- Chocolate mozaic making
- Workshop *Productivity and Quality Improvement Towards Sustainable Cocoa Indonesia*
- Chocolate cake decorating contest, and
- Chocolate photography contest

Development of Indonesian cocoa production is significance because cocoa export markets are still open while the domestic market itself is ready to be worked on. Now the Indonesian cocoa sector began applying fermentation techniques on post-harvest processing and the development of downstream cocoa products such as cocoa powder. Indonesia is expected in the future to increase production even better, especially for the processing of products made from raw cocoa.



West Sulawesi Cocoa Stakeholders Forum 2013

RE-ESTABLISHING WEST SULAWESI AS THE LARGEST COCOA PRODUCER IN INDONESIA

PT Nestlé Indonesia in cooperation with Swisscontact, West Sulawesi Provincial Government, Mamuju Local Government, IDH, BT Cocoa, and Syngenta, held the cocoa stakeholders forum 2013.

THE EVENT WAS ORGANIZED as to share experiences among stakeholders in cocoa sector of West Sulawesi. All stakeholders are of course connected to each other through Cocoa Sustainability Partnership (CSP) in Makassar and international cocoa networks abroad. The forum was attended by Deputy Minister of Agriculture DR. Rusman Heriawan as well as more than 180 representatives of stakeholders in the sector.

The purpose of the forum also as to restore the glory of West Sulawesi as a major cocoa producer in Indonesia. This statement was submitted by Arshad Chaudhry, President Director of PT Nestlé Indonesia, who was accompanied by the Governor of West Sulawesi Drs. Anwar Adnan Saleh.

In order to restore the glory, PT Nestlé Indonesia, through Nestlé Cocoa Plan program, is running a cocoa inte-

grated treatment that aims to improve the incomes and welfare of farmers, especially small business farmers in West Sulawesi. "This could only be achieved if the competitiveness and value-added of cocoa increase, also the capacity of actors in cocoa industry," said Manfred Borer as Director of Program Sustainable Cocoa Production Program (SCPP) - Swisscontact. Chaudry added that Nestlé Cocoa Plan had successfully encouraged farmers, who was only able to harvest 500 kg per hectare, to produce cocoa three times as much.

This stakeholder's forum was held two days in a row. The first day's agenda were:

- Inauguration of Cocoa Board Forum West Sulawesi (FKSB) period 2013 - 2018
- Socialization of memorandum of understanding between the Government of West Sulawesi province with Bank Indonesia, Land Agency, Swisscontact, Nestlé, and Bank Nasional Indonesia
- Sustainable of cocoa development exhibition in d'Maleo Hotel, Mamuju.

The second day was filled with field trips to demo farms belonged to several farmer groups in Tadui village, as well as reviewing a field school in Kalukku village. The event concluded with a quick look at a purchasing centre

owned by BT Cocoa which was also located in Kalukku.

Presented in the event all farmer groups in West Sulawesi, West Sulawesi DPRD, West Sulawesi Regional Development Planning Board chairman, chairman of the Indonesian Cocoa and Coffee Research Institute (ICRI), chairman of Forum Kakao Aceh and Southeast Sulawesi, also West Sulawesi BPD. ©



• MEMBER ACTIVITIES •



CONTINAF SAYS FAREWELL TO INDONESIA



CONTINAF IS ONE OF PROMINENT INTERNATIONAL TRADE HOUSE founded in 1930, and through its subsidiary PT Nedcommodities Makmur Jaya, it has started buying cocoa in Indonesia since 2001. In 2011, two sustainability projects in East Lampung, Lampung and Parigi Moutong, Central Sulawesi have been developed and got certification from UTZ and Rainforest Alliance in 2013.

The Indonesian cocoa value chain has been evolved dramatically in the past two years since the export was effectively implemented. This situation has made Continaf/Nedcommodities to review their role in the Indonesian value chain as an international trading house. The conclusion is that we can no longer significantly contribute in this current model, because it is not sustainable for our own business model.

And finally, after more than 10 years working in Indonesia, Continaf/Nedcommodities has to give farewell to the Indonesian cocoa community.

Continaf/Nedcommodities would like to thank every partner, supplier, farmer, and organization for a good relationships for the past years. Our office was officially closed down on 30 November 2013, and we wish you all the best.

So long Indonesia... Until we cross our path again!

INA MURWANI

President Director
Continaf/Nedcommodities