



JURNAL KAJIAN WILAYAH

p-ISSN: 2087-2119

e-ISSN: 2502-566x

UPAYA MEMPERKUAT POSISI BERAS VIETNAM DI PASAR GLOBAL MELALUI BRANDING

THE ATTEMPT TO STRENGTHEN VIETNAM'S RICE POSITION IN THE GLOBAL MARKET THROUGH BRANDING

Dina Srirahayu

Pusat Penelitian Kewilayahan, LIPI,

email: dina.andriyanto@gmail.com,

Diterima: 20-1-2020

Direvisi: 26-04-2020

Disetujui: 22-6-2020

ABSTRACT

Vietnam is one of the largest rice producing and exporting countries in Southeast Asia and in the world. Rice in Vietnam is not only a staple food but also as one of the main sources of state income. Therefore, in order to meet the changing export market demands, Vietnam needs to improve the quality of its rice products. This article aims to illustrate Vietnam's success in producing rice and the efforts of the Vietnamese Government to fulfill the changing export market demands. Data sources use literature review on related topics and use SWOT analysis to illustrate rice conditions in Vietnam. The results of the analysis show that one of the important things that the Vietnamese Government must do to be able to compete in the rice trade in the global market is to provide a trademark for each of its rice products that sold on local and international markets as their rice identity comes from Vietnam.

Keywords: brands, global markets, rice trade, Vietnamese rice.

ABSTRAK

Vietnam merupakan salah satu negara penghasil dan pengekspor beras terbesar di Asia Tenggara dan di dunia. Beras di Vietnam tidak hanya sebagai makanan pokok, tetapi juga sebagai salah satu sumber pendapatan negara yang utama. Oleh karena itu, agar dapat memenuhi permintaan pasar ekspor yang terus berubah, Vietnam perlu meningkatkan kualitas produk berasnya. Artikel ini bertujuan untuk menggambarkan keberhasilan Vietnam dalam memproduksi beras dan upaya Pemerintah Vietnam dalam memenuhi permintaan pasar ekspor yang terus berubah. Sumber data menggunakan studi literatur tentang topik-topik terkait dan menggunakan analisis SWOT untuk menggambarkan kondisi perberasan di Vietnam. Hasil dari analisis menunjukkan bahwa salah satu hal penting yang harus dilakukan Pemerintah Vietnam untuk mampu bersaing dalam perdagangan beras di pasar global adalah dengan memberikan merek dagang untuk setiap produk berasnya yang dijual di pasar lokal maupun internasional sebagai identitas beras asli asal Vietnam.

Kata kunci: beras Vietnam, merek, pasar global, perdagangan beras.

<https://doi.org/10.14203/jkw.v11i1.831>

2087-2119 / 2502-566X ©2020 Jurnal Kajian Wilayah.

This is an open access article under the CC BY-NC-SA license (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>).

Accreditation Number (RISTEKDIKTI): 34/E/KPT/2018

PENDAHULUAN

Vietnam merupakan salah satu negara penghasil dan pengeksport beras di dunia dan terbesar di Asia Tenggara. Pada tahun 2019 Vietnam masuk dalam urutan ketiga di bawah India dan Thailand sebagai negara pengeksport beras di dunia (Statiska, 2020). Produksi beras di Vietnam terus mengalami peningkatan terutama sejak akhir tahun 1980an yang ditandai dengan adanya peristiwa Doi Moi yang dianggap sebagai revolusi ekonomi baru Vietnam (Van Arkadie, 2004: 68). Setelah perang Vietnam, hasil produksi beras Vietnam sempat mengalami stagnasi selama periode 1976-1980 (Young, Wailes, Cramer, dan Tri Khiem, 2002: 5), bahkan pada masa itu Vietnam pernah mengalami kekurangan pangan yang menyebabkan kelaparan dan dampak lainnya baik di bidang ekonomi, sosial maupun politik. Sejak peristiwa Doi Moi pada tahun 1986, Vietnam perlahan-lahan bangkit dari keterpurukan dan kemiskinan. Doi Moi Vietnam sangat berkontribusi terhadap peningkatan produktivitas pertanian dan kualitas produksi, yang berdampak secara signifikan terhadap kondisi ketahanan pangan nasional Vietnam (Ngoc Luong, 2017: 11). Petani merespon positif atas pemberlakuan kebijakan yang baru. Hal tersebut dibuktikan dengan meningkatnya produktivitas padi. Setelah reformasi, hasil padi meningkat 3,23% setiap tahun pada periode 1981-1987 dan 2,80% setiap tahun pada periode 1988-1995. Total produksi padi meningkat 3,14% setiap tahun pada periode 1981-1987

dan 5,19% setiap tahun pada periode 1988-1995. Hasil padi tahunan per kapita (kasar) juga stabil pada periode 1976-1981 yaitu sekitar 217 kilogram (kg) dan selama dua puluh tahun berikutnya, output per kapita hampir dua kali lipat. Hingga pada tahun 1989 Vietnam mampu swasembada beras, dan berubah dari negara pengimpor beras menjadi negara pengeksport beras pada 1990-an bahkan terbesar kedua di dunia setelah Thailand (Young, Wailes, Cramer, dan Tri Khiem, 2002: 5).

Beras Vietnam telah diekspor ke banyak negara di beberapa benua, seperti benua Afrika, Asia, dan beberapa negara di benua Eropa. Negara pengimpor beras Vietnam terbesar pada pertengahan tahun 2018 adalah negara Tiongkok (1,13 juta ton), diikuti oleh negara Indonesia (776 ribu ton), Afrika (537 ribu ton), Filipina (429 ribu ton), Bangladesh (400 ribu ton), dan negara Malaysia (305 ribu ton) (English. vov.vn, 2018). Jenis beras yang diekspor pun juga bervariasi tergantung pangsa pasarnya. Pada tahun 2016, jenis beras yang diekspor adalah beras putih dengan kadar beras pecah 5-25%. Beras putih memiliki proporsi paling banyak dari total ekspor beras Vietnam, yaitu sekitar 70% dari total volume ekspor. Sedangkan beras beraroma hanya sebesar seperempat bagian dari total volume ekspor, termasuk beras Jasmin 85, Soc Trang, Nang Hoa, Huong Lai, KDM, dan VD20. Namun, dari kesemua jenis beras beraroma tersebut, beras Jasmin memiliki proporsi paling besar. Sedangkan 5 persen sisanya adalah untuk ekspor jenis beras ketan. Jenis beras yang diekspor,

juga menentukan negara tujuan ekspor. Beras kualitas premium biasanya diekspor ke pasar yang sulit seperti negara-negara Eropa dan Jepang. Sementara itu, beras dengan kualitas lebih rendah di ekspor ke pasar Asia seperti negara Cina, Malaysia, Filipina, Indonesia dan beberapa negara di Afrika seperti Ghana, Angola, dan Senegal (VIETRADE, 2017).

Namun apabila dibandingkan dengan beras Thailand, Laos dan Kamboja, pasar beras Vietnam masih terbatas. Beras Vietnam selama ini belum mampu lolos ke pasar Jepang. Berbeda dengan beras Laos dan Kamboja yang produksi dan jumlah ekspor mereka lebih sedikit dari Vietnam, beras mereka yang terkenal sebagai beras organik telah mampu menembus pasar konsumen di Jepang. Bahkan Pakistan, sebagai salah satu konsumen setia beras Vietnam, pada bulan Januari 2017 telah menandatangani perjanjian G to G dengan Pemerintah Myanmar untuk melakukan perdagangan beras (Chi Mai, 2017). Kondisi ini berakibat pada menurunnya jumlah ekspor Vietnam ke Pakistan. Tambahan pula, beras Vietnam sering di tuduh memiliki kualitas beras yang tidak konsisten dan terjadi kasus pemalsuan yang cukup marak (Kasikorn Research Center, 2006). Banyak perilaku nakal yang dilakukan oleh beberapa pihak (distributor dan pedagang) dengan mencampur bermacam-macam varietas beras. Beras Vietnam berkualitas baik, dicampur dengan beberapa jenis varietas lainnya kemudian di jual. Sehingga beras yang dikemas merupakan campuran dari beberapa jenis varietas beras (Rucianawati, 2015: 26).

Sebagai contoh adalah beras Vietnam kualitas rendah IR50404 yang hingga saat ini masih dibudidayakan bahkan dalam jumlah yang cukup besar. Hal tersebut karena pedagang maupun distributor beras membutuhkan jenis beras IR50404 sebagai bahan campuran dengan jenis beras yang lain seperti beras putih panjang (long grain white rice). Beras campuran tersebut kemudian diberikan label baru seperti beras putih dengan kadar 5% beras patah, 10% hingga 25% beras patah. Padahal sebenarnya isi dari kemasan tersebut bukan murni beras putih melainkan campuran beras putih dengan beras IR50404 karena secara bentuk, beras IR50404 pendek-pendek sehingga penampakkannya seperti beras pecah/patah. Konsumen biasa tidak akan dapat mengenali perbedaan kedua jenis beras tersebut (Kien Nghiep, 2014: 15).

Kondisi yang demikian apabila tetap dilakukan oleh Vietnam, dapat menurunkan citra beras Vietnam dan berpotensi dapat menurunkan pangsa pasar beras Vietnam baik di pasar domestik maupun pasar internasional karena mengingat kompetisi Vietnam dengan negara-negara lain sesama penghasil beras cukup tinggi. Berdasarkan latar belakang tersebut, artikel ini bertujuan untuk mengetahui strategi yang dilakukan Vietnam untuk mempertahankan pangsa pasar berasnya baik di pasar domestik maupun pasar global.

PEMBAHASAN SISTEM PERTANIAN DAN PRODUKSI BERAS DI VIETNAM



Gambar 1. Tujuh Zona Agro-Ekonomi di Vietnam
Sumber: (Young, Wailes, Cramer, dan Tri Khiem, 2002: 6).

Vietnam memiliki 7 zona agro-ekonomi. Peta wilayah Vietnam pada gambar 1 diatas menunjukkan area produksi dan distribusi beras, yaitu: Kawasan Pegunungan Tengah

dan Utara (North Mountain Region), Delta Sungai Merah (Red River Delta/RRD), Wilayah Tengah dan Pesisir Utara (North Central and Coastal Region/NCC), Dataran Tinggi Tengah (Central Highland), Daerah Delta Mekong Timur Laut (Northeast Mekong Delta Region), Daerah Pesisir Tengah Selatan (South Central Coastal Region), Delta Sungai Mekong (Mekong River Delta/MRD).

Berdasarkan tabel 1 terlihat bahwa kawasan Central Highland merupakan kawasan yang memiliki area persawahan padi yang paling sempit yaitu 243,3 ribu ha dengan hasil produksi juga yang paling sedikit yaitu 3,19% dari total produksi nasional. Hal ini karena daerah Dataran Tinggi Tengah (Central Highland) lebih cocok dan memiliki potensi yang tinggi untuk budidaya tanaman industri seperti karet, teh, kopi, buah-buahan, dan sayuran bernilai tinggi dibandingkan dengan

Tabel 1. Data Luas Persawahan Padi, Jumlah Produksi, Luas Wilayah dan Kepadatan Penduduk Per Wilayah di Vietnam Tahun 2019

Nama Wilayah	Luas Lahan Pertanian (ribu ha)	Luas Lahan Pertanian (%)	Jumlah Produksi Padi (ribu ton)	Jumlah Produksi Padi (%)	Luas Wilayah (km ²)	Kepadatan Penduduk (jiwa/km ²)
Seluruh Negara	7,470.1	100	43,448.2	100	331.236,0	291
RRD	1,012.0	13.55	6,127.8	14.10	21.260,8	1,064
Mountains Area and Northern Midlands	669.1	8.96	3,373.8	7.77	95.221,9	132
NCC	1,208.9	16.18	6,861.9	15.79	95.875,8	211
Central Highlands	243.3	3.26	1,384.8	3.19	54.508,3	108
Southeast	267.4	3.58	1,417.9	3.26	23.552,8	761
MRD	4,069.7	54.48	24,282.0	55.89	40.816,4	423

Sumber: GSO, 2020.

budidaya padi. Selain kawasan Central Highland, kawasan Southeast (Tenggara) juga memiliki area persawahan padi yang cukup sempit, yaitu 267,4 ribu ha dengan hasil produksi padi hanya 3,26% dari total produksi nasional. Sementara kawasan Southeast adalah daerah terpadat kedua di Vietnam dengan tingkat kepadatan penduduk yaitu 761 jiwa/ km². Kawasan Tenggara sama halnya dengan kawasan Central Highland, yaitu lebih cocok untuk budidaya tanaman industri dan sayuran daripada untuk budidaya padi.

Dari keenam kawasan yang terdapat di Vietnam, kawasan Pegunungan Tengah dan Utara (Mountain Area and Northern Midlands), memiliki praktek pertanian yang cukup unik karena masih dilakukan dengan cara tradisional yaitu tebang dan bakar (slash and burn farming) karena mayoritas penduduk yang tinggal di kawasan ini adalah suku minoritas yang terbagi dalam kelompok-kelompok kecil dan tinggal di pedalaman pegunungan (Young, Wailes, Cramer, dan Tri Khiem, 2002: 8). Meskipun begitu jumlah produksi padi di kawasan Mountain Area and Northern Midlands cukup besar yaitu sebesar 7,77 % dari tingkat nasional dengan luas lahan 669,1 ribu ha atau sekitar 8,96 % dari total luas lahan nasional.

Kawasan selanjutnya adalah wilayah Tengah dan Pesisir Utara (North Central and Coastal Region/NCC). NCC memiliki tipe iklim yang mirip dengan daerah Vietnam bagian Utara. Kawasan ini terdiri atas bukit-bukit dan gunung-gunung serta gundukan pasir yang sebagian

besar terkikis di sepanjang pantai. Jumlah kepadatan penduduk di daerah Tengah dan Pesisir Utara adalah 211 jiwa/km² yang terkonsentrasi pada daerah delta kecil di sepanjang garis pantai. Luas lahan untuk produksi padi adalah 1.208,9 ribu ha atau sebesar 16.18% dari luas lahan nasional dengan hasil produksi padi sebanyak 6.861,9 ribu ton atau sebesar 15,79% dari keseluruhan total produksi nasional. Kawasan NCC sering bekejar-kejaran dengan kawasan RRD dalam jumlah produksi padi. Di sisi yang lain adalah kawasan Pesisir Tengah Selatan, di mana produksi padi sangat sulit karena wilayahnya merupakan daerah yang tidak subur dan kekurangan irigasi pada musim kemarau (Young, Wailes, Cramer, dan Tri Khiem, 2002: 8).

Dua kawasan sisanya dari tabel 1 adalah kawasan RRD dan MRD. Kedua wilayah ini dikenal sebagai kawasan penghasil padi di Vietnam. Sebagaimana disebutkan sebelumnya, kawasan RRD dan NCC merupakan daerah yang saling bersalipan dalam jumlah produksi padi. Namun dari segi luas area persawahan, wilayah NCC lebih luas daripada area persawahan di RRD. Dengan demikian kawasan RRD memiliki tingkat kesuburan dan produktivitas yang lebih tinggi dibandingkan dengan wilayah NCC. Namun pada tahun 2019, jumlah produksi padi di kawasan RRD lebih sedikit apabila dibandingkan dengan kawasan NCC yaitu sebesar 14,10% dari total produksi nasional dengan luas lahan pertanian padi di kawasan RRD seluas 1.012 ribu ha (13,55%). Namun juga, kawasan RRD merupakan kawasan

dengan tingkat kepadatan penduduk tertinggi di Vietnam yaitu 1.064 jiwa/km² (GSO, 2020).

Kawasan yang terakhir yaitu kawasan MRD, suatu daerah produksi padi terbesar di Vietnam dengan luas sawah untuk tanaman padi sebesar 54,48% dari total lahan padi yang terdapat di Vietnam (7.470,1 ribu ha) (GSO, 2020). Total produksi padi dari kawasan MRD juga merupakan yang paling banyak yaitu 24.282 ribu ton atau sebesar 55,89%. Lebih dari setengah produksi beras di Vietnam dihasilkan dari kawasan MRD ini. Kawasan MRD menerapkan sistem pertanian dari tanaman tunggal ke sistem pertanian ganda bahkan triple dengan menggunakan varietas padi modern dan masa tanam yang lebih pendek (Young, Wailes, Cramer, dan Tri Khiem, 2002: 8). Ekspansi tersebut menjadikan MRD sebagai daerah surplus beras yang utama di Vietnam.

Vietnam memiliki iklim yang sangat beragam sebagai sebuah negara tropis dan iklimnya cenderung bervariasi dari satu tempat ke tempat lain karena kisaran besar lintang dan ketinggiannya. Bagian Selatan panas dan lembab sepanjang tahun dan memiliki musim hujan dari Mei hingga Oktober dan musim kemarau dari November hingga Maret. Bagian Utara sebagian besar panas dan lembab dan memiliki musim dingin yang sejuk dan kering dari bulan November hingga Maret dan musim hujan yang basah antara bulan April dan Oktober (Fact and Details.com, 2014). Musim angin topan terjadi dari Mei hingga Januari dan Vietnam kadang-kadang terkena badai

tropis ini. Hujan deras di Vietnam, dianggap sebagai berkah untuk masyarakat di bagian Selatan karena dapat menyuburkan tanaman, tetapi hal tersebut dapat menyebabkan banjir di bagian Vietnam Utara. Berdasarkan kondisi iklim dan cuaca yang terdapat di Vietnam tersebut, maka sistem tanam beras di Vietnam bagian Utara menjadi berbeda dengan di Selatan.

Sistem atau teknik produksi beras di Vietnam dibagi dalam beberapa jenis, yaitu 1) padi dataran rendah dan sawah irigasi; 2) padi dataran tinggi; 3) sawah tadah hujan dan rawan banjir; serta 4) sawah musiman. Padi dataran rendah/sawah irigasi memiliki jumlah paling banyak di Vietnam yaitu sekitar 80% dari total luas sawah Vietnam. Area padi sawah irigasi terkonsentrasi di dua delta, yaitu RRD di Utara dan MRD di Selatan. Luas sawah irigasi di daerah RRD lebih luas daripada dibagian MRD yang hanya 40% dari total luas sawah yang ada. Hambatan utama sawah dataran rendah/irigasi adalah banjir pada akhir musim hujan dan kekeringan di musim kemarau (Young, Wailes, Cramer, dan Tri Khiem, 2002: 11). Infrastruktur yang terpenting dalam sawah dataran rendah beririgasi adalah sistem irigasi dan Pemerintah Vietnam telah banyak berinvestasi untuk membangun infrastruktur pertanian tersebut terutama di daerah RRD. Sistem drainase sangat penting di kawasan RRD karena lebih rentan terhadap hujan badai yang berlebihan daripada di MRD. Meskipun sistem drainase RRD berkembang dengan baik, masih terdapat sekitar 100-150 ribu ha lahan yang terkena banjir selama periode hujan deras.

Sistem irigasi RRD dibangun dengan membuat jaringan tanggul-tanggul yang tinggi untuk menahan banjir akibat musim hujan, ditambah stasiun pemompaan dan kanal-kanal untuk mengeringkan kelebihan air di musim hujan dan untuk menyediakan irigasi di musim kemarau. Sistem ini memungkinkan sistem pertanian double cropping dilakukan di sebagian besar RRD. Sementara sistem irigasi yang ada di MRD beroperasi terutama sebagai sumber irigasi, dengan saluran irigasi ke masing-masing sawah menjadi tanggung jawab petani. Saluran irigasi di MRD melayani tujuan ganda yaitu sebagai sistem irigasi-drainase dan juga untuk transportasi (Young, Wailes, Cramer, dan Tri Khiem, 2002: 11).

Sistem pertanian padi di wilayah Utara dikenal dengan sistem pertanian dobel (double cropping), yaitu secara umum beras ditanam pada musim Lua Mua (monsoon/bulan ke-10 musim hujan) dan musim Dong Xuan (musim dingin-semi). Sementara itu, di bagian Selatan terjadi dalam tiga periode tanam (triple cropping), yaitu dengan penambahan masa tanam pada musim He Thu (musim panas-musim gugur/summer-autumn). Hasil panen beras Dong Xuan secara umum lebih besar dari rata-rata hasil panen beras Lua Mua atau He Thu (Agrifood Consulting International, 2002: 25). Begitu pula dengan sistem perbenihannya, pemindahan bibit di RRD umumnya dilakukan secara manual, sedangkan di wilayah MRD adalah penyemaian langsung (direct seeding) atau penyemaian penyebaran (broadcast seeding). Hal ini menyebabkan peningkatan

jumlah benih yang digunakan per hektar di wilayah MRD relatif lebih banyak daripada di RRD (Young, Wailes, Cramer, dan Tri Khiem, 2002: 16). Kedua wilayah ini, yaitu RRD dan MRD menjadi kawasan pusat produksi padi dan disebut sebagai Vietnam rice bowl (Vietnamonline.com, 2017).

Beras yang dihasilkan dari kawasan RRD digunakan untuk memenuhi kebutuhan pangan di pasar domestik (wilayah RRD sendiri). Berbeda dengan kawasan RRD, beras dari MRD diproduksi baik untuk memenuhi permintaan pasar domestik (wilayah MRD dan daerah-daerah lain di Vietnam termasuk RRD dan wilayah lain yang kekurangan pangan) maupun pasar ekspor (Cong Thang, 2017). Pendistribusian beras dari RRD, MRD maupun ke seluruh wilayah Vietnam termasuk untuk ekspor dilaksanakan oleh dua BUMN yang penting di Vietnam yaitu Vinafood I (Vietnam Northern Food Corporation/VNF-1) dan Vinafood II (Vietnam Southern Food Corporation/VNF-II) (Baylis, Fulton, and Reynolds, 2016: 180). Vinafood-1 dan Vinafood-2 menguasai 50 persen pasar beras Vietnam. Khusus untuk urusan perdagangan beras di dalam negeri dipegang oleh Vinafood-1 yang mengurus pasokan beras bermerek dan berkualitas super ke toko swalayan dan supermarket di daerah Vietnam bagian Utara. Sedangkan untuk ekspor dilakukan oleh Vinafood II (Alavi, 2012: 237).

DAYA SAING KUALITAS BERAS VIETNAM

Vietnam identik dengan beras, tidak hanya memiliki banyak jenis beras tetapi juga bahasa Vietnam yang sangat kaya dalam mendeskripsikan variasi beras tersebut beserta ekspresi yang menyertainya. Beras secara umum di Vietnam disebut dengan *Gạo, Cốm, Lúa, Thóc* (Giuong, 2016: 85). Jenis beras yang utama adalah *lúa tẻ/gạo tẻ* (beras/nasi biasa, tidak pulen/non sticky rice) dan *lúa nếp/gạo nếp* (beras pulen/glutinous/sticky rice) (Dana, 2012). Kemudian beras (*gạo*) dalam pemakaian konsumsi sehari-hari dibedakan lagi atas beberapa jenis. Beras panjang (*gạo tẻ/long-grain rice*), beras pecah panjang (*gạo tẻ/broken long-grain rice*), beras ketan (pulen) pendek dan panjang (*gạo nếp/short-and long-grain sticky rice*), beras ketan (pulen) coklat pendek (*gạo nếp lức/short-grain brown sticky rice*), dan beras ketan (pulen) hitam panjang (*gạo nếp thành/long-grain black sticky rice*). Ada lagi sebutan untuk beras dari hasil padi musiman yaitu untuk beras musim panas adalah *gạo chiêm*, beras musim gugur adalah *gạo mùa*, dan beras musim dingin adalah *gạo mùa đông*. Produksi beras musiman ini cenderung mengalami ketidakstabilan produksi karena hasil produksinya yang secara tiba-tiba bisa naik atau turun dalam setiap tahun (GSO, 2017).

Produksi pangan terutama beras sangat penting bagi Vietnam. Di Vietnam seperti sebagian besar negara di Asia lainnya, beras merupakan makanan utama

dan mendampingi setiap menu makanan yang ada di Vietnam. Nilai penting beras bagi negara Vietnam telah disebutkan pada bagian pendahuluan artikel ini. Secara umum, Vietnam memiliki kondisi yang menguntungkan untuk produksi beras dengan cuaca tropis, lahan yang tersedia, sumber daya air yang signifikan dan pengalaman dalam budidaya padi. Tidak mengherankan apabila Vietnam mampu menjadi salah satu negara pengekspor beras terbesar di Asia Tenggara dan dunia. Akan tetapi sayangnya dari segi kualitas, beras Vietnam kurang mampu bersaing dengan beras dari beberapa negara pengekspor beras lainnya, seperti Thailand, Myanmar dan Kamboja. Pertanian padi Vietnam didominasi oleh petani kecil (*smallholders*) yang seringkali kurang memiliki pengetahuan yang diperlukan untuk menghasilkan beras berkualitas. Produksi beras di Vietnam selama ini masih dalam range kualitas beras medium ke bawah karena galur beras Vietnam cenderung memiliki kualitas rendah atau sedang dibandingkan dengan pesaing yang memiliki spesialisasi pada beras wangi (Rikolto, tanpa tahun). Perbedaan kualitas beras Vietnam dengan negara pesaing misalnya dapat dilihat dari segi harga jual beras. Selisih harga beras Vietnam dengan beras impor dari Thailand ataupun Kamboja di pasar domestik Vietnam adalah 3-4 kali lipat lebih mahal harga beras impor daripada beras lokal. Beras Vietnam rata-rata dijual dengan harga VND10.000 per kilo. Sedangkan harga beras impor antara VND170.000-VND200.000 per kemasan

5 kilogram atau antara VND34.000-VND40.000 per kilogram (Kim Chi, 2017). Selain itu terdapat beberapa faktor lain yang menyebabkan rendahnya kualitas beras Vietnam, di antaranya adalah penggunaan pupuk kimia, buruknya proses pascapanen, jeleknya sistem pemasaran dan perdagangan, kualitas kemasan yang tidak memadai serta tidak adanya merk untuk produk beras Vietnam (Vuong Dinh Hue, 2013 dalam Rucianawati, 2015: 25). Meskipun kualitas beras Vietnam cenderung di kelas medium ke rendah, Vietnam mampu menjadi salah satu negara yang berperan penting dalam penentuan harga beras dunia.

Hal tersebut dapat terjadi karena Vietnam mampu memproduksi beras dalam jumlah yang banyak tetapi dengan biaya produksi yang rendah, sehingga Vietnam mampu memenuhi permintaan beras dari negara pengimpor dan menjual berasnya dengan harga yang rendah berdasarkan kontrak antar pemerintah seperti ke pasar Asia, Afrika dan Timur Tengah (Rikolto, tanpa tahun). Meski demikian, terdapat pasar-pasar tertentu yang tidak dapat ditembus oleh Vietnam karena beras Vietnam dianggap tidak memenuhi kualifikasi misalnya dari segi kualitas dan

keamanan pangan karena masih banyak menggunakan pupuk kimia. Kondisi yang demikian menempatkan beras Vietnam pada posisi yang belum kuat untuk bersaing di pasar global khususnya dalam hal keamanan dan kualitas produk pertanian. Berikut adalah tabel penggunaan pestisida dan insektisida di Vietnam.

Penggunaan pupuk kimia dan pestisida dalam jumlah yang banyak secara kuantitas memang dapat meningkatkan hasil produksi. Akan tetapi secara kualitas, produk yang dihasilkan akan mengandung lebih banyak bahan kimia. Secara tidak langsung, beras yang mengandung lebih banyak bahan kimia, dalam proses pasca panennya pun juga beresiko lebih cepat mengalami pembusukan (Rucianawati, 2015: 26). Buruknya proses pasca panen, salah satunya disebabkan oleh proses penggilingan gabah dilakukan saat gabah belum terlalu kering. Beras hasil penggilingan menjadi mudah patah dan tidak awet apabila disimpan dalam waktu yang cukup lama. Selain itu, mesin penggilingan yang dimiliki oleh petani beras Vietnam mayoritas adalah penggilingan sederhana milik pribadi dengan kapasitas penggilingan yang sangat kecil yaitu kurang dari 1 ton perhari dan

Tabel 2. Penggunaan Pestisida, Insektisida dan Fungisida di Vietnam tahun 1994-2001

Tahun	Pestisida	Insektisida	Fungisida	Total
1994	20.912	15.226	3.139	39.277
1995	24.896	16.452	3.465	44.813
1996	32.745	17.352	8.188	58.285
1997	33.019	17.851	7.684	58.554
1998	20.841	9.714	5.474	36.029
1999	16.695	8.567	4.504	29.766
2000	16.502	8.428	4.614	29.544
2001	19.154	9.661	5.391	34.206
Total	184.764	103.251	42.459	330.474

Sumber: FAOSTAT, 2018.

hanya dioperasikan oleh 1-2 orang saja. Hanya beberapa daerah di kawasan MRD yang memiliki penggilingan gabah yang lebih modern dengan kapasitas yang lebih besar yaitu antara 1-10 ton per hari untuk penggilingan menengah, dioperasikan oleh 3-5 orang dan penggilingan besar dengan kapasitas lebih dari 10 ton yang dijalankan oleh 5-10 orang (Minot dan Goletti, 2000: 25-6).

Permasalahan lain dalam perberasan Vietnam adalah terkait pemberian merek (branding) pada beras Vietnam. Sebagaimana dijelaskan pada subbab pendahuluan, pedagang beras Vietnam sering mencampur beberapa jenis varietas beras dengan kualitas yang berbeda kemudian diberikan label atau merek tertentu. Pelabelan dan pemberian merek pada kemasan beras di Vietnam secara bebas tersebut dapat terjadi karena Vietnam tidak memiliki merek tertentu untuk setiap produk berasnya. Masing-masing hasil produksi beras Vietnam yang di jual di pasaran hanya dilabeli berdasarkan jenis berasnya secara umum, seperti white rice, jasmine rice, glutinous rice dan sebagainya. Untuk beberapa tahun yang lalu, kualitas beras Vietnam mungkin masih dapat diterima dan tidak terlalu berpengaruh terhadap penerimaan beras Vietnam di pasar domestik maupun internasional. Namun seiring dengan peningkatan pendapatan dan kesadaran masyarakat akan keamanan dan kualitas pangan, beras Vietnam dengan kualitas menengah ke bawah mulai ditinggalkan. Bahkan masyarakat Vietnam sendiri lebih memilih untuk membeli beras dengan harga

yang lebih mahal untuk mendapatkan beras dengan kualitas yang lebih tinggi dan rasa yang lebih enak. Dalam pasar domestik pun, masyarakat Vietnam tidak ragu untuk lebih memilih dan membeli beras impor dari Thailand dan Kamboja meskipun dengan harga yang lebih mahal daripada membeli beras produksi lokal (Kim Chi, 2017).

Berbeda dengan Thailand, India dan Kamboja yang memberikan merek (*brand*) yang jelas pada produk beras mereka seperti: *Dao Market's Fragrant Rice, Fragrant Nhen, Tai Nguyen, Red Dust, dan Dragon Blood*. Sebenarnya Vietnam memiliki beberapa varietas beras wangi yang dikembangkan oleh peneliti, seperti OM 3536, OM 4900, OM 7347, OM 6162, ST 3, ST 5 dan MTL 495. Sayangnya beras-beras tersebut tidak dieksplorasi lebih jauh dan bukan menjadi komoditas beras ekspor. Beras wangi yang dijadikan komoditas ekspor oleh Vietnam sebagian besar justru berasal dari negara-negara asing seperti Thailand yang diimpor oleh Vietnam kemudian dikemas ulang dan diekspor lagi oleh Vietnam ke luar negeri. Beberapa jenis beras wangi yang diimpor oleh Vietnam untuk dikemas ulang dan diekpor misalnya adalah beras Jasmine 85, Khao Dwak Mali 105 (KDML 105), DS 10 dan DS 20. Dengan demikian, apabila Vietnam harus memberikan merek dagang terhadap beras yang mereka jual, Vietnam sendiripun juga akan merasa kesulitan (Kien Nghiep, 2014: 15). Apabila dipetakan dengan menggunakan analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Threats*), beberapa kondisi perberasan di Vietnam dapat dirincikan sebagai berikut:

Tabel 3. Analisis SWOT Kondisi Perberasan di Vietnam

Kekuatan (<i>Strength</i>)	Kelemahan (<i>Weakness</i>)
• Pengalaman para petani dalam bertani padi • Lingkungan yang sesuai dan mendukung untuk bercocok tanam (untuk banyak jenis tanaman) • Infrastruktur yang baik untuk produksi padi (sistem irigasi) • Hasil pertanian tinggi • Dukungan dan ekstensi dari Pemerintah • Kekayaan varietas	• Tidak cukupnya <i>branding</i>, pengembangan dan strategi pasar • Harga beras rendah • Pengemasan yang kurang menarik • Penggunaan pestisida yang banyak • Pertanian berukuran kecil • Tidak terdapat jaringan dan hubungan yang kuat dalam rantai nilai • Infrastruktur pasca panen belum memadai menyebabkan kerugian baik kuantitas maupun kualitas hasil panen • Investasi yang belum mencukupi dalam mesin (teknologi) pertanian
Peluang (<i>Opportunity</i>)	Ancaman (<i>Threats</i>)
• Menumbuhkan pasar ekspor karena pertumbuhan penduduk • Pasar domestik yang besar • Mengadopsi teknologi yang canggih • Diversifikasi dan produk sampingan • Meningkatkan fokus pada investasi pertanian	• Perubahan iklim • Meningkatnya persaingan global di pasar dunia • Persyaratan dan permintaan untuk keamanan pangan • Strategi swasembada beras nasional di negara-negara pengimpor • Sumber daya alam yang berkurang

Sumber: Thi Duong Nga dan Flordeliza, 2009: 25.

Realitas yang demikian mendorong Pemerintah Vietnam untuk melakukan beberapa perubahan dalam bidang pertanian padi. Beberapa langkah yang diambil ditujukan untuk memperbaiki kelangsungan ekspor beras sekaligus kualitasnya. Arah produksi beras tidak lagi hanya mengejar kuantitas tetapi juga harus memperhatikan kualitas, sehingga Vietnam tetap eksis sebagai negara pengekspor beras, bahkan dapat menembus pasar-pasar yang dianggap sulit seperti negara Jepang, beberapa negara di Eropa dan Amerika.

BERAS VIETNAM DAN PASAR GLOBAL

Kualitas beras Vietnam secara umum tidak setinggi beras Thailand karena banyaknya kerugian yang signifikan dalam kuantitas dan kualitas yang ditimbulkan oleh perawatan yang lebih rendah dalam penanganan pasca panen, kegiatan pra-penyimpanan, dan kontrol kualitas. Beberapa negara yang menjadi kompetitor Vietnam dalam pasar ekspor beras adalah Thailand, India dan Pakistan. Namun beras Vietnam seringkali diperbandingkan dengan beras Thailand. Selain karena letak kedua negara tersebut yang berbatasan sehingga memungkinkan terjadinya perdagangan antar perbatasan (baik legal maupun illegal), Vietnam dan Thailand sejak dulu telah muncul sebagai dua negara pengekspor beras terbesar di Asia Tenggara. Berikut adalah beberapa perbedaan performa beras Vietnam dan beras Thailand dalam pasar ekspor:

Tabel 4. Perbedaan Beras Vietnam dan Beras Thailand

Keterangan	Thailand	Vietnam
Kualitas Beras Ekspor	Lebih tinggi dan lebih sedikit variasi ketersediaan	Tidak setinggi kualitas beras Vietnam dan kurangnya kontrol kualitas
Sektor Pemasaran Beras	Jaringan pasar lebih terorganisasi dan terintegrasi dari produsen ke konsumen	Belum memiliki banyak pengalaman dalam perdagangan internasional terutama memenuhi ketentuan kontrak Kapasitas terbatas untuk melakukan peramalan dan analisis pasar.
Pasokan beras yang handal	Thailand memiliki kapabilitas ekspor yang tinggi, pasokan berkelanjutan, kualitas yang konsisten, dan pengalaman perdagangan panjang	Belum memiliki konsistensi dalam kualitas beras
Kompetisi antara Perusahaan Pengekspor Beras	Memiliki "klub" eksportir beras dibawah <i>Thai Exporters' Association</i> dimana setiap anggota dapat bersaing satu sama lain dalam pasar ekspor beras, tetapi pengaturannya dikondisikan oleh aturan-aturan tertentu yang memastikan persaingan yang lebih baik di pasar beras dunia.	Perusahaan eksportir berada dibawah naungan <i>Vietnam Food Association (VFA)</i> , belum ada aturan penetapan harga yang konsisten untuk perusahaan pengekspor dan persaingan yang kuat antara mereka sendiri sehingga menurunkan harga untuk mendapatkan kontrak baru.
Standarisasi Beras dan Merek Dagang	Pasar ekspor Thailand dapat memenuhi beragam permintaan negara pengimpor. Beras Thailand digolongkan dalam 32 kategori kualitas berdasarkan persentase beras yang rusak, tingkat pemolesan, ukuran biji-bijian, dan kadar air. Thailand terkenal dengan sejumlah beras berkualitas tinggi seperti <i>Jasmine</i> (beras <i>Thai Hom Mali</i>)	Beras di Vietnam dirakit oleh banyak agen perantara dan dijual ke perusahaan pengekspor dengan berbagai varietas yang berbeda (beras campuran). Beras yang dijual tidak memiliki merek dagang/label tertentu, hanya disebut berdasarkan jenis dan varietasnya misalnya <i>Vietnam White Rice, 5% Broken Rice</i> .
Kebijakan Pemerintah	Dukungan yang bagus dari Pemerintah. R&D yang kuat, dukungan pemasaran, sedikit hambatan perdagangan.	Terdapat beberapa aturan tentang larangan ekspor, kuota ekspor yang dapat mempengaruhi persepsi negara luar.

Sumber: Thi Duong Nga dan Flordeliza, 2009: 25.

Terkait dengan usaha Pemerintah Vietnam untuk meningkatkan kualitas ekspor beras Vietnam dan mampu bersaing di pasar global, maka terdapat beberapa program dan kebijakan yang telah dikeluarkan oleh Pemerintah Vietnam, diantaranya yaitu (Presilla, 2015: 92-115):

- a. *No early spray campaign* yang dikeluarkan sejak tahun 1994 bertujuan untuk mengurangi penggunaan pestisida pada pertanian,

khususnya pada 40 hari pertama penanaman benih, terutama benih padi.

- b. *3 Reduction 3 Grain Program/3 Giam 3 Tang*, pertama kali diluncurkan pada tahun 2003 di Provinsi Can Tho, Vietnam Selatan. Tujuan awal dari 3R3G adalah untuk pengurangan penggunaan input pertanian berupa benih, pupuk kimia, dan pestisida yang berlebihan. Para petani percaya

bahwa dengan penggunaan ketiga input pertanian tersebut dalam jumlah yang banyak dapat meningkatkan hasil produksi pertanian. Padahal yang sebenarnya terjadi dampaknya adalah penggunaan pupuk kimia yang berlebihan dapat merangsang pertumbuhan hama dan penyakit semakin banyak, dan penggunaan pestisida kimia yang terlalu banyak dapat menyebabkan kerusakan lingkungan. Penerapan program 3R3G di Can Tho telah menjadikan Can Tho sebagai Kota Berteknologi Terbaik pada tahun 2005 dan mendapat penghargaan “*Golden Rice Award*”. Pada tahun 2008 media kampanye program 3R3G mendapatkan penghargaan internasional dari *The Dubai International Award for Best Practices* (DIABP) *Technical Advisory Committee* (TAC) sebagai salah satu dari 100 praktek media kampanye terbaik. Program 3R3G kemudian diperluas prakteknya ke dua propinsi penghasil beras terbesar lainnya di wilayah Vietnam Selatan, yaitu Provinsi Kien Giang dan An Giang.

- c. Program 1 *Must Do*, 5 Reduction Program, dicanangkan oleh Pemerintah Vietnam pada tahun 2008 sebagai kelanjutan dari program 3R3G dan secara tidak langsung juga menjawab permintaan atas keikutsertaan Vietnam dalam *World Trade Organization* (WTO) pada tahun 2007. Arti dari program

1M5R yaitu 1 *Must Do* adalah keharusan menggunakan bibit yang bersertifikasi; sedangkan 5 Reduction adalah pengurangan penggunaan benih, pupuk, pestisida, air dan pengurangan kerugian pasca panen. Pada awalnya program 1M5R diimplementasikan di 11 distrik di Provinsi An Giang. Kemudian pada tahun 2013 diperluas hingga ketujuh provinsi yang ada di kawasan MRD.

- d. Private-Public Partnership. Untuk meningkatkan performa Vietnam di pasar internasional dan meningkatkan kualitas beras ekspor mereka, maka Pemerintah Vietnam bersama Kementerian Pertanian dan Pembangunan Pedesaan melakukan restrukturisasi bidang pertanian dengan membuat kerjasama kemitraan publik-swasta (*private-public partnership* / PPP) dan kebijakan penggunaan lahan untuk produksi padi. Melalui Keputusan Perdana Menteri No. 62/2013-QD-TTg diatur juga hubungan dan kerjasama antara seluruh stakeholders sektor pertanian yang terlibat di dalam produksi dan konsumsi dalam program pembangunan pertanian skala besar. Bentuk hubungan kemitraan tersebut yaitu membangun kerjasama antara petani dan perusahaan dalam skala besar untuk meningkatkan produktivitas dan produk pertanian yang berkualitas bagus sehingga dapat meningkatkan daya saing produk di pasar internasional. Salah

satu realisasi utama dari kerjasama tersebut adalah kontrak penyediaan input pertanian. Selain itu juga pemberian insentif dari perusahaan misalnya: biaya penggunaan lahan, sewa lahan, kontrak ekspor, pembiayaan proyek infrastruktur dan pemberian pelatihan kepada petani. Sementara itu, insentif yang diterima oleh organisasi petani adalah sama tetapi dengan tambahan penyediaan pestisida, tenaga kerja, dan persewaan mesin pertanian. Sedangkan bagi petani, insentif yang utama adalah pelatihan dan pendampingan teknik, dan dukungan biaya dalam pembenihan dan perawatan.

- e. *Foreign Direct Investment*. Bentuk nyata kerjasama kemitraan publik-swasta yang lain adalah investasi di bidang pertanian dengan mengundang investasi asing ke Vietnam. Pada tahun 2014 terdapat 512 proyek investasi asing langsung (Foreign Direct Investment/FDIs) di bidang pertanian dengan total nilai 3,34 triliun dolar Amerika. Salah satu bentuk FDIs adalah kerjasama antara perusahaan Jepang dengan perusahaan Vietnam pada tahun 2009, *The An Giang Import-Export Company* (Angimex) menjadi Angimex-Kitokuberlokasi di Provinsi An Giang, salah satu proyeknya adalah untuk memproduksi beras berkualitas bagus.
- f. Pengembangan Varietas Padi dan Pendaftaran Hak Cipta Benih.

varietas padi yang dimiliki oleh Vietnam sebenarnya sangat banyak. Terdapat 379 varietas padi yang terdiri atas 270 varietas padi inbrida, 88 varietas padi hibrida dan 21 varietas beras ketan/glutinous. Selain itu masih terdapat 122 varietas yang tidak lagi diproduksi; dan terdapat hampir 100 varietas yang memiliki kekhasan tersendiri dan ditanam di daerah-daerah kecil dan tersebar. Beberapa jenis padi inbrida Vietnam yaitu IR50404, OM5451, OM4900, OM6976, OM4218, OM5954, BC15 dan TH 3-3 varietas (beras hybrid). Akademi Ilmu Pengetahuan Pertanian Vietnam ([Vietnam Academy of Agricultural Sciences/VAAS](#)) adalah institusi yang bertugas mengembangbiakkan dan memilih benih padi. Selain itu, beberapa varietas padi juga berasal dari Cina atau negara lain, tetapi mereka akan dipilih kembali oleh perusahaan atau Akademi Ilmu Pertanian ([Anh, 2016: 4](#)).

STRATEGI VIETNAM DI PASAR GLOBAL DAN PENGUATAN BRANDING PRODUK BERAS VIETNAM

Menurut Acharya (2003) dalam Bao Linh dan Cong Thang (2014) terdapat tiga komponen sistem pemasaran pertanian, yaitu: (i) kinerja infrastruktur fisik dan kelembagaan untuk mentransfer hasil pertanian dari petani ke konsumen; (ii)

penentuan harga pada berbagai tahap pemasaran; dan (iii) transmisi harga dalam rantai pemasaran khusus dari konsumen ke petani. Pemasaran pertanian menciptakan nilai tambah untuk produk pertanian melalui perbaikan waktu pengiriman, daya tawar di pasar dan diversifikasi produk. Pemasaran pertanian juga membutuhkan pembangunan infrastruktur baik dari segi kondisi fisik maupun kondisi kelembagaan. Prasarana fisik untuk pemasaran pertanian dapat berupa toko penjualan, supermarket atau gudang penyimpanan, jalan dan tempat pemasaran, sarana transportasi, fasilitas pengemasan, pabrik pengolahan, dan gerai ritel. Infrastruktur kelembagaan terdiri dari organisasi (publik, swasta atau koperasi) dan mekanisme untuk menjalankan berbagai fungsi pemasaran. Di Vietnam karena mayoritas pertanian padinya dilakukan oleh petani kecil, sehingga membutuhkan sistem pemasaran dan infrastuktur untuk mengakomodasi hal tersebut.

Dari beberapa kelemahan sistem produksi beras Vietnam, satu diantaranya yang cukup berpengaruh adalah belum adanya merek dagang untuk setiap produk kemasan beras Vietnam yang dijual, baik di pasar lokal maupun pasar internasional. Selama ini beras Vietnam yang ada di pasar lokal malah dilabeli dengan merek luar negeri seperti dari Thailand, Kamboja dan Jepang. Dari 67 produk beras Vietnam, hanya sebanyak 21 produk yang diberi label nama Vietnam, lainnya menggunakan label luar negeri. Hal tersebut terjadi karena masyarakat Vietnam sudah terstigma sesuai dengan apa yang mereka dengar, seperti

bahwa beras dari Thailand, Kamboja dan Jepang rasanya lebih enak dan diolah dengan menggunakan teknologi yang tinggi. Stigma tersebut telah mengubah selera dan preferensi masyarakat Vietnam yang lebih memilih beras impor daripada beras produksi lokal. Padahal Vietnam sendiri memiliki banyak varietas beras yang lezat dengan kualitas bagus yang belum banyak diketahui (Dat Viet, 2017). Kondisi tersebut berimbas terhadap perilaku pedagang yang pada akhirnya juga lebih memilih untuk melabeli beras Vietnam dengan merek luar negeri. Berdasarkan pada anggapan bahwa masyarakat lebih melirik pada beras impor daripada beras lokal. Selain itu juga karena beras Vietnam belum memiliki merek dagang yang kuat yang dapat digunakan untuk menarik konsumen. Oleh karena itu, pedagang harus mencari jalan keluar untuk menarik minat konsumen. Melihat kondisi yang demikian, maka pembuatan merek dagang untuk beras Vietnam sangat perlu dilakukan, tidak hanya untuk identitas dan pengenalan sebuah produk tetapi juga untuk menarik pasar.

Pemerintah Vietnam sendiri telah memulai sebuah proyek untuk membuat merek dagang nasional yang kuat untuk setiap produk beras Vietnam. Rencana proyek tersebut harus sudah selesai pada tahun 2020 sebagai merek dagang pertama produk pertanian dan menjadi percontohan untuk produk utama yang lainnya. Proyek pembuatan merek dagang/label atas nama Vietnam ini bertujuan untuk meningkatkan citra beras Vietnam dan memperluas pangsa pasarnya di dunia. Merek beras yang akan

diambil dalam proyek ini, harus dapat menggambarkan dan mengkomunikasikan sejarah, budaya dan tradisi Vietnam kepada dunia. Kemudian pada tahun 2030 diharapkan 50% beras nasional yang diekspor sudah dibawah merek Vietnam (VNS, 2015). Membangun merek dagang untuk beras Vietnam diharapkan dapat mendefinisikan kembali dan meningkatkan nilai ekspor beras Vietnam serta memperluas jangkauannya. Sebagaimana yang dilakukan oleh Thailand yang telah berhasil dalam membangun merek dagang berasnya. Thailand memfokuskan diri pada beberapa varietas yang sudah terjamin kualitasnya dan memberikan merek dagang kemudian dijadikan sebagai komoditas ekspor unggulan.

Berbeda dengan Vietnam yang belum memiliki varietas unggulan untuk diberikan label dan dijadikan produk ekspor unggulan. Vietnam dapat meniru strategi yang dilakukan oleh Thailand dengan melakukan seleksi dan memilih varietas-varietas beras yang dimiliki, kemudian memilih beberapa varietas yang baik dan unggul serta melestarikan gennya untuk menjamin stabilitas dalam produksi beras (VSN, 2015). Apabila stabilitas dalam memproduksi beras yang unggul telah dapat dilakukan, langkah selanjutnya yang harus dilakukan oleh Vietnam adalah membuat dan memberikan merek dagang pada setiap produk beras yang mereka jual, baik di tingkat nasional maupun internasional.

Hal tersebut ternyata telah disambut baik oleh Pemerintah Vietnam. Pada 18 Desember 2018, merek beras nasional

(logo beras Vietnam) secara resmi diumumkan oleh Kementerian Pertanian dan Pembangunan Pedesaan (MARD). Meskipun pengumuman logo merek beras nasional Vietnam memang terlambat, namun tetap memainkan peran penting bagi industri ekspor beras karena akan membuat tanda identifikasi/identitas yang khas dan menimbulkan efek spill over untuk produk beras Vietnam. Selain mengumumkan logo merek beras Vietnam, MARD juga telah mengajukan pendaftaran merek dagang internasional di bawah sistem Madrid, yang dibangun berdasarkan Protokol dan Perjanjian Madrid. Kedua dokumen ini menetapkan proses administratif yang memungkinkan pendaftaran merek di banyak negara hanya melalui penggunaan satu permohonan merek dagang (CCIPV.com, 2019).



Gambar 2. Logo Merek Beras Vietnam
Sumber: CCIPV.com, 2019.

Gambar 2 merupakan logo merek beras Vietnam. Logo beras Vietnam memiliki gambar bunga beras dengan gaya simbol burung Lac Viet, yang terletak di latar belakang elips hijau yang melambangkan butiran beras. Daun padi yang diubah menjadi gambar burung Lac Viet berterbangan di sawah, mengingatkan pada peradaban padi basah yang sudah

lama berdiri; simbol khas Vietnam yang telah diakui dunia. Logo berlatar hijau memberikan pesan bahwa Vietnam adalah negara yang telah mengembangkan produksi pertanian dengan produk yang bersih, aman dan ramah lingkungan (CCIPV, 2019).

Meksipun Vietnam telah menetapkan logo merek beras Vietnam, akan tetapi tidak semua perusahaan/pengusaha beras dapat memakai logo merek beras Vietnam tersebut. MARD telah mengeluarkan standar dan peraturan tentang penggunaan merek beras Vietnam melalui Keputusan 1499/QD-BNN-CBTTNS tahun 2018 tentang penggunaan tanda sertifikasi beras nasional Vietnam. Dalam peraturan tersebut, disebutkan bahwa individu, organisasi dan perusahaan yang dapat menggunakan merek beras Vietnam tersebut apabila memenuhi persyaratan sebagai berikut: 1) memiliki surat tanda daftar usaha atau perusahaan, atau sertifikat investasi beserta isi pendaftaran pabrik, pengolahan dan perdagangan hasil beras; 2) memiliki sertifikat yang dikeluarkan oleh otoritas yang kompeten bahwa perusahaan memenuhi syarat untuk keamanan pangan (*food safety*) terkait dengan pemrosesan, penyimpanan atau perdagangan, atau pendirian usaha telah memiliki salah satu dari sertifikat sebagai berikut: *Good Manufacturing Practice* (GMP), *Hazard Analysis and Critical Control Points* (HACCP) *system*, *Sistem Manajemen Keamanan Pangan ISO 22000*, *International Food Standards* (IFS), *Global Food Safety Standards* (BRC), Sertifikasi Sistem Keamanan Pangan (FSSC 22000) atau sertifikat valid yang setara (CCIPV.

com, 2019).

Selain itu, perusahaan juga harus memiliki sertifikasi yang valid untuk produk beras sesuai dengan standar Vietnam dan memenuhi kewajiban perpajakan, serta menerapkan perlindungan lingkungan dengan baik. Produk beras bermerek bersertifikat di Vietnam antara lain adalah beras putih (*white rice*), beras putih wangi (*fragrant white rice*), dan beras ketan putih (*white glutinous rice*). Dari segi kualitas produk, beras dengan merek Vietnam harus memenuhi syarat mutu sesuai standar nasional, untuk beras putih harus memenuhi standar TCVN 11888: 2017; beras putih wangi harus memenuhi standar TCVN 11889: 2017 dan untuk beras ketan putih harus memenuhi standar TCVN 8368: 2010. Kemudian dalam Keputusan 1499/QD-BNN-CBTTNS juga ditetapkan bahwa individu atau perusahaan dapat menggunakan merek dengan mencantumkan private label perusahaan pada kemasan produk, sarana perdagangan, iklan dan dokumen transaksi lainnya untuk beras yang memenuhi syarat sesuai ketentuan. Jika terjadi perubahan standar, maka perusahaan harus menyesuaikan dan memenuhi standar terbaru (CCIPV.com, 2019).

PENUTUP

Surplus beras di Vietnam memiliki peran yang penting dalam menjaga stabilitas pasokan pangan baik dalam tingkat lokal maupun regional yaitu di kawasan Asia Tenggara maupun kebutuhan pangan di dunia. Akan tetapi Vietnam masih memiliki

banyak pekerjaan rumah agar dapat bersaing dengan beras dari negara lain dalam pasar ekspor dunia. Kompetitor terbesar Vietnam dalam kawasan Asia Tenggara dalam perdagangan beras di dunia adalah Thailand, ditambah lagi sekarang banyak bermunculan negara pengekspor beras yang baru seperti Kamboja, India, Pakistan dan Amerika Serikat yang menambah panjang daftar persaingan. Dari sekian banyak usaha yang telah dilakukan oleh Pemerintah Vietnam untuk meningkatkan kualitas hasil produksi beras Vietnam agar mampu bersaing di pasar global, yang menjadi sorotan dan dianggap sangat penting dalam artikel ini adalah komitmen pelaku pasar untuk tidak mencampur berbagai macam varietas beras kemudian menjualnya ke pasar ekspor dan kebutuhan Vietnam untuk membangun sebuah merek dagang untuk komoditas beras ekspor mereka.

Komitmen untuk tidak mencampurkan beberapa varietas untuk kemudian dijual, adalah upaya untuk menghindari beras dari beberapa grade kualitas yang dicampur menjadi satu yang justru akan menurunkan kualitas. Dengan menjual beras secara terpisah sesuai varietas dan kualitasnya masing-masing, pembeli dimudahkan dalam mengenali produk dan mengenali setiap cita rasa varietas beras. Dari situ juga akan memudahkan penjual ataupun pabrik untuk memberikan label di masa yang akan datang. Merek dagang sangat diperlukan apalagi dalam pasar global. Branding dapat berfungsi sebagai sarana untuk identifikasi, diferensiasi, personifikasi dan branding sebagai aset (Roper dan Cathy, 2006: 57-

59). Oleh karena itu, dengan branding yang kuat sebuah produk akan memiliki nama yang berbeda dan/atau simbol (seperti logo, merek dagang, desain kemasan) sendiri-sendiri untuk mengidentifikasi produk itu sendiri ketika dari satu penjual ke penjual yang lain, dari satu daerah ke daerah yang lain dan untuk membedakannya dengan produk yang lain terutama untuk produk sejenis yang tampak identik. Dengan telah dibentuknya logo merek beras Vietnam diharapkan menjadi suatu langkah awal yang baik untuk memperkuat posisi beras Vietnam di pasar global.

PUSTAKA ACUAN

- Agrifood Consulting International. (2002). Rice Value Chain Study: Vietnam. A Report Prepared For The World Bank. Vietnam: Agrifood Consulting International.
- Anh, Dao The. (2016). IP Protection and Commercialization Of Innovative Seeds in Vietnam: Situation And Challenges. FFTC-MARDI International Workshop. Selangor, Malaysia: 18-20 Oktober 2016.
- Bao Linh, Dinh dan Tran Cong Thang. (2014). Agricultural Marketing Policies in Vietnam. Diakses dari <https://ap.fttc.org.tw/article/736> pada 17 Desember 2020.
- CCIPV. Com. (2019). Vietnam Has A National Rice Brand. Diakses dari <https://www.ccipv.com/single-post/2019/01/07/Vietnam-Has-a-National-Rice-Brand> pada 18 Desember 2020.
- Chi Mai. (2017). Rescuing Vietnam's Rice Sector by Improving Quality, Branding. Diakses dari <https://english.vietnamnet.vn/fms/business/171719/rescuing-vietnam-s-rice-sector-by-improving-quality--branding.html>. Pada 13 Oktober 2018, pukul 11.56 WIB.
- Cong Thang, Tran. (2017). Current Status of Vietnam Rice Export Quality. Diakses dari http://ap.fttc.agnet.org/ap_db.php?id=782. Pada 24 September 2018, pukul 17.28 WIB.
- Dat Viet. (2017). Vietnamese Rice Labeled with Foreign Names Sells Better Than Domestic Brand. Diakses dari <https://english.vietnamnet.vn/fms/business/179732/vietnamese->

- rice-labeled-with-foreign-names-sells-better-than-domestic-brands.html. Pada 17 oktober 2018, pukul: 12.10 WIB.
- Demont, Matty dan Pieter Rutsaert. (2017). Restructuring The Vietnamese Rice Sector: Towards Increasing Sustainability. *Sustainability* 2017, 9, 325. Hlm: 1-15.
- Fact and Details.com. (2014). Land, Geography, Weather and Climate Of Vietnam. Diakses dari http://factsanddetails.com/south-east-asia/Vietnam/sub5_9h/entry-3488.html. Pada 13 Oktober 2018, pukul 12.15 WIB.
- General Statistic Office (GSO). (2017). Planted Area and Production Of Paddy by Items, Year, and Crop. Diakses dari http://gso.gov.vn/default_en.aspx?tabid=778. Pada 15 Oktober 2018. Pukul: 14.00 WIB.
- _____. (2019). Statistical Summary Book of Viet Nam. Vietnam: Statistical Publishing House.
- _____. (2020). Area, Population and Population Density by Province by Cities, Provinces, Year and Items. Diakses dari <https://www.gso.gov.vn/en/px-web/?px-id=E0201&theme=Population%20and%20Employment> pada 17 Desember 2020.
- _____. (2020). Planted Area of Paddy by Province by Cities, Provinces and Year. Diakses dari <https://www.gso.gov.vn/en/px-web/?px-id=E0613&theme=Agriculture%2C%20Forestry%20and%20Fishing> pada 17 Desember 2020.
- _____. (2020). Production of Paddy by Province by Cities, Provinces and Year. Diakses dari <https://www.gso.gov.vn/en/px-web/?px-id=E0615&theme=Agriculture%2C%20Forest> pada 17 Desember 2020.
- Giuong, Phan Van. (2016). Compact Vietnamese Dictionary: Vietnamese-English, English-Vietnamese. Tokyo, Rutland, Singapore: Tuttle Publishing.
- Kasikorn Research Center. (2006). Vietnamese Rice: Thailand's Arch Rival ... Worth Watching. Diakses dari <https://kasikornresearch.com/en/analysis/k-econ/business/Pages/5632.aspx> pada 16 Desember 2020.
- Kien Nghiep, Nguyen. (2014). Analysis and Forecast of Building Business Strategies Rice Vinh Long Import-Export Joint Stock Company Period 2014-2020. Master Thesis. Taiwan: Departement of Business Administration, I-Shou University.
- Kim Chi. (2017). Vietnamese Prefer Thailand's Expensive Rice to Vietnam's Cheap Rice. Diakses dari <https://english.vietnamnet.vn/fms/business/175470/vietnamese-prefer-thailand-s-expensive-rice-to-vietnam-s-cheap-rice.html>. Pada 15 Oktober 2018, pukul: 14.26 WIB.
- Minot, Nicholas and Francesco Goletti. (2000). Rice Market Liberalization and Poverty in Vietnam. IFPRI Reserach Report 114. Washington D.C.: International Food Policy Research Institute.
- Ngoc Luong, Luu. (2017). Overview of Agricultural Development in Vietnam. Dalam Elizabeth Petersen (Ed.). (2017). Vietnam Food Security Policy Review. ACIAR Monograph 196. Canberra: ACIAR. Halaman: 11-17.
- Presilla, Mayasuri. (2015). The Improvement of Agricultural Sector Competitiveness in Vietnam dalam Asean Economic Community and The Competitiveness of Vietnam's Agricultural Sector. Research Report. Jakarta: Pusat Penelitian Sumber Daya Regional-LIPI. (Laporan Tidak Diterbitkan). Hal: 89-125.
- Rikolto Worldwide. (Tanpa Tahun). Sustainable and Inclusive Rice in Vietnam. Diakses dari <https://www.rikolto.org/en/project/sustainable-and-inclusive-rice-vietnam> pada 17 Desember 2020.
- Roper, Stuart dan Cathy Parker. (2006). Evolution of Branding Theory and Its Relevance To The Independent Retail Sector. *The Marketing Review*, 2006, 1, 55-71.
- Rucianawati. (2015). Sfaety and Quality Of Agricultural Product in Vietnam dalam Asean Economic Community and The Competitiveness of Vietnam's Agricultural Sector. Research Report. Jakarta: Pusat Penelitian Sumber Daya Regional-LIPI. (Laporan Tidak Diterbitkan). Hal: 21-41.
- Statistika. (2020). Principal Rice Exporting Countries Worldwide in 2018/2019 (in 1.000 metric tons). Diakses dari <https://www.statista.com/statistics/255947/top-rice-exporting-countries-worldwide-2011/> pada 16 Desember 2020.
- Thi Duong Nga, Nguyen dan Flordeliza A. Lantican. (2009). Spatial Integration of Rice Markets in Vietnam. *Asian Journal of Agriculture and Development (AJAD)*, Vol. 6 No. 1, hlm: 13-28.
- Tran Cong Thang. (2017). Income Distribution in Vietnam's Rice Value Chain. Diakses dari http://ap.iftc.agnet.org/ap_db.php?id=751&print=1. Pada 8 Oktober 2018, pukul: 16.44 WIB.
- Van Arkadie, Brian and Raymond Mallon. (2004). Vietnam a Transition Tiger?. Australia: ANU Press.
- Vietnam News (VNS). (2015). Why Vietnam

