

# **SELERA PASAR TEH RUSIA TERHADAP TEH HITAM ORTHODOX CURAH**

**ROHAYATI SUPRIHATINI**

Lembaga Riset Perkebunan Indonesia (LRPI)  
Jl. Salak No. 1A Bogor

## **ABSTRACT**

A study on tea market preference is required in order to increase market share of Indonesian tea in Russian Federation. Russian Federation market prefers a medium grown tea, which dominate broken grade (91%). Minimum requirement for all organoleptic attributes (appearance, taste, colour, flavour, and infused leaf) is medium score. Most of tea defects are not accepted are only main defects. Packaging, delivery, and payment method prefer are paper sack, Free on Board (FOB), and Letter of Credit (L/C), respectively.

*Keywords : Tea, Market, Preference, Russian Federation*

## **PENDAHULUAN**

Salah satu negara tujuan ekspor teh Indonesia adalah negara-negara bekas Uni Soviet yaitu Federasi Rusia. Pada tahun 2002 ekspor teh Indonesia ke wilayah tersebut mencapai 14.713 ton atau 14,7% dari total volume ekspor teh Indonesia (ITC, 2003). Ekspor teh Indonesia ke wilayah tersebut selama lima tahun terakhir cenderung meningkat dengan laju peningkatan sebesar 13,3% per tahun. Pangsa pasar teh Indonesia di pasar tersebut juga meningkat dari 3,0% pada tahun 1997 menjadi 7,9% pada tahun 2002. Saat ini pasar di wilayah tersebut telah dikuasai oleh Sri Lanka dan India yang masing-masing telah menguasai pangsa pasar sebesar 38,8% dan 33,8%.

Pasar teh di Federasi Rusia termasuk pasar teh yang cukup besar, yang pada tahun 2002 mampu menyerap 164.367 ton atau 12,1% dari total volume impor teh dunia. Masyarakat di negara tersebut sangat fanatik terhadap minuman teh, seperti halnya masyarakat Inggris dan Arab. Konsumsi teh per kapita di negara tersebut cukup tinggi yakni pada tahun 2002 mencapai 750 gram/kapita. Diperkirakan tingkat konsumsi tersebut akan meningkat sejalan dengan pulihnya situasi politik dan daya beli masyarakat, karena pernah tercatat pada periode 1989-1991 tingkat konsumsi per kapita masyarakat Rusia mencapai 1.150 gram per kapita per tahun (ITC, 2003). Oleh karena itu, pemulihan kondisi ekonomi dan peningkatan konsumsi teh tersebut perlu diantisipasi oleh pihak Indonesia.

Dari hasil pendugaan tingkat konsumsi teh dunia dengan menggunakan model ekonometrika teh yang terdiri dari 22 persamaan (18 persamaan struktural dan empat persamaan identitas), diperkirakan selama periode 2003-2010 akan terjadi peningkatan konsumsi teh dunia menjadi rata-rata sekitar 1.337.148 ton, atau meningkat sebesar 16,6%

dibandingkan konsumsi selama periode 1995-2000 (Ditjen Bina Produksi Perkebunan, 2002). Diantara negara-negara pengimpor utama teh dunia, hanya pasar Federasi Rusia yang akan mengalami peningkatan impor yang cukup drastis dengan rata-rata jumlah impor selama periode 2003-2010 akan mencapai 261.796 ton per tahun atau meningkat sebesar 38,5% dibandingkan rata-rata konsumsi per tahun selama periode 1995-2000. Di lain pihak, volume impor teh Inggris, dan Pakistan diperkirakan akan sedikit menurun, sedangkan volume impor Amerika Serikat akan sedikit meningkat.

Dengan demikian., pasar teh Federasi Rusia diperkirakan akan menjadi pasar utama teh yang paling prospektif selama periode 2003-2010. Oleh karena itu, diperlukan upaya untuk mengembangkan pasar teh Indonesia di wilayah tersebut. Salah satu upaya yang perlu dilakukan adalah melakukan penyesuaian produk teh curah Indonesia dengan selera pasar industri hilir teh di wilayah tersebut. Penelitian untuk mengetahui selera pasar teh Federasi Rusia terhadap produk teh hitam curah *orthodox*, sebagai salah satu jenis teh yang paling banyak diproduksi Indonesia (65%), belum pernah dilakukan.

Penelitian untuk mengetahui selera pasar sangat diperlukan oleh industri teh Indonesia dalam rangka memenangkan persaingan di pasar tertentu melalui penerapan strategi diferensiasi produk. Ali *et al.* (1997) melaporkan bahwa dalam rangka memenangkan persaingan pasar teh, industri teh Sri Lanka telah mengalihkan strategi pemasarannya dari strategi produk masal ke strategi diferensiasi produk dan reposisi produk teh di masing-masing pasar. Drews (1992) mengemukakan bahwa beberapa kriteria produk makanan dan minuman yang dibutuhkan konsumen adalah rasa enak, harga terjangkau, mudah mengkonsumsinya, dan menyehatkan. Demikian pula Malik dan Suprihatini (2001) mengemukakan bahwa persaingan pasar produk perkebunan termasuk teh di pasar dunia saat ini sudah berada pada tingkat produk yang diperluas atau lebih baik, yaitu produk yang memenuhi tuntutan, harapan konsumen, persyaratan lingkungan, dan dapat memberikan manfaat tambahan yang membedakannya dengan produk-produk pesaing.

Dari hasil penelusuran artikel diketahui bahwa penelitian khusus untuk mengetahui selera konsumen industri teh di suatu target pasar negara tertentu terhadap teh curah masih sangat terbatas. Penelitian-penelitian yang telah dilaporkan, hampir seluruhnya merupakan penelitian untuk mengetahui perilaku dan selera konsumen akhir teh, bukan selera dan kebutuhan teh curah dari industri hilir teh (konsumen industri). Beberapa penelitian yang berhubungan dengan perilaku dan selera konsumen akhir teh tersebut adalah penelitian yang telah dilakukan oleh Segupta *et.al.* (1993) di pasar India; ERC Statistics International (1993) di pasar Eropa; Kaufman (1995), DeLouche Scott dan Vitasca (1996), di pasar Amerika

Serikat; Osterling dan Mansson (1994) di pasar Swedia; Provasi (1994) di pasar Argentina; Etherington dan Foster (1989) di pasar Cina. Selain itu, penelitian-penelitian untuk mengetahui selera konsumen akhir tersebut belum terintegrasi dengan rancangan teknologi proses produksi untuk memenuhinya.

Penelitian selera pasar industri teh yang pernah dilakukan hanya terhadap jenis teh hitam curah CTC (*Curling, Tearing and Crushing*) di pasar Federasi Rusia. Dari hasil penelitian *The United Planters' Association of Southern India* (UPASI) diketahui selera masyarakat Federasi Rusia terhadap produk teh hitam curah CTC, yakni menghendaki teh berbentuk *granular, blakish*, bersih dari kotoran, *correct size, medium infusion, liquor*, bebas cacat, *moderate colour*, dan *strength* (Suprihatini, 1998). Oleh karena itu, penelitian ini berfokus pada kajian selera pasar industri hilir teh (konsumen industri) di Federasi Rusia terhadap teh hitam curah *orthodox* Indonesia.

## METODOLOGI PENELITIAN

### **Pengumpulan Data**

Data dan informasi primer mengenai selera pasar dan pemilihan atribut selera pasar dikumpulkan melalui wawancara dengan para responden pembeli teh Indonesia pada bulan Agustus-Desember 2002. Wawancara dilakukan pada seluruh pembeli teh yang menjadi anggota *Jakarta Tea Buyers Association* (JTBA) yang berjumlah 22 perusahaan. Pengumpulan informasi proses produksi teh dalam rangka meningkatkan kesesuaian produk teh Indonesia dengan selera pasar, dilakukan melalui diskusi dan kesepakatan para pakar pengolahan teh yang berjumlah lima orang dan dua *tea taster*.

### **Analisis Data**

Metode perhitungan bobot untuk pemilihan atribut (kriteria) selera pasar teh menggunakan metode *Eickenrode* (Ma'arif dan Tanjung, 2003), dengan langkah-langkah yaitu: (1) responden diminta untuk meranking setiap kriteria, dan (2) membuat tabulasi sebagai berikut:

Kriteria	Jumlah Ranking					Nilai	Bobot
	R1	R2	R3	...	Rn		
K1	Jr11	Jr12	J13	.....	Jr1n	N1	B1
K2	Jr21	Jr22	Jr23	....	Jr2n	N2	B2
K3	Jr31	Jr32	Jr33	....	Jr3n	N3	B3
.....	....	....	....	....	.....	....	....
Km	Jrm1	Jrm2	Jrm3	.....	Jrmn	Nn	Bn
Faktor Pengali	Rn-1	Rn-2	Rn-3	.....	Rn-n	Total Nilai	1,00

Perhitungan bobot (B1.....Bn) menggunakan rumus sebagai berikut.

$$N_i = \sum_{j=1}^n J_{rij} * R_{n-1}$$

$$\text{Total Nilai} = \sum_{I=1}^m N_i$$

$$B_i = N_i / \text{Total Nilai}$$

$N_i$  = Nilai untuk kriteria ke  $i$

$J_{rij}$  = Jumlah yang memilih ranking ke  $j$ , untuk kriteria ke  $i$

$R_{n-1}$  = Faktor Pengali

Metode pengolahan data untuk pengisian atribut-atribut selera teh di pasar Federasi Rusia menggunakan perhitungan modus (frekwensi yang terbanyak).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Prioritas Pemilihan Atribut Selera Pasar Teh

Dari hasil *brainstorming* dengan para responden, diperoleh 19 atribut yang dapat digunakan untuk analisis selera pasar. Hasil pemilihan prioritas atribut selera pasar disajikan pada Tabel 1. Terdapat 15 atribut yang digunakan untuk analisis selera pasar teh yaitu (1) jenis teh (*low, medium, high grown*); (2) *grade* teh yang diminta pasar (*small, broken, leafy, mix*); (3) rasa seduhan teh; (4) warna seduhan teh; (5) *appearance* atau kenampakan teh kering; (6) aroma seduhan teh; (7) *infused leaf* atau kenampakan ampas seduhan teh; (8) berbagai jenis cacat rasa seduhan teh; (9) berbagai cacat warna seduhan teh; (10) berbagai cacat *appearance*; /kenampakan teh kering; (11) berbagai jenis cacat ampas seduhan, (12) jenis dan kekuatan kemasan yang digunakan untuk mengekspor teh; (13).cara penyerahan teh; (14) cara pembayaran; dan (15) cara penjualan.

Tabel 1. Hasil pemilihan prioritas atribut yang digunakan untuk analisis selera pasar teh

No	Atribut Selera Pasar Teh	Bobot (%)	Prioritas
1	Jenis teh	9.05	1
2	Varietas tanaman	0.51	18
3	<i>Grade</i>	8.89	2
4	<i>Appearance</i>	8.02	5
5	Rasa	8.74	3
6	Warna	8.38	4
7	Aroma	7.87	6
8	<i>Infusion / Ampas</i>	6.84	7
9	<i>Cacat appearance</i>	5.91	10
10	Cacat warna	6.38	9
11	Cacat rasa	6.53	8
12	<i>Cacat infusion</i>	5.24	11
13	Jenis mesin pengolahan	0.41	19
14	Asal teh negara prod	0.62	17
15	Kemasan	4.52	12
16	Cara Penyerahan	4.32	13
17	Cara Pembayaran	3.96	14
18	Cara Penjualan	3.08	15
19	Cara Pengiriman	0.72	16

### Selera Pasar Teh Rusia

Dari hasil wawancara dengan para responden diketahui bahwa pasar teh di dunia dapat dikelompokkan menjadi 11 kelompok, yaitu: (1) pasar yang menghendaki teh jenis *low grown* dengan kombinasi seimbang antara *leafy* dan *broken grade* yaitu Timur Tengah (diluar Mesir, Pakistan, Afganistan, Iran dan Irak); (2) pasar yang menghendaki jenis *low grown* dengan dominasi *leafy grade* (lebih dari 65% kebutuhan) yaitu pasar Iran; (3) pasar yang menghendaki jenis teh *medium grown* dengan dominasi *broken grade* yaitu Federasi Rusia; (4) pasar yang menghendaki jenis teh *low* hingga *medium grown* dengan dominasi *small grade* antara lain Singapura, Malaysia, dan Mesir; (5) pasar yang menghendaki jenis teh *low* hingga *medium grown* dengan dominasi *broken grade* yaitu pasar Irak; (6) pasar yang menghendaki jenis teh *low* hingga *medium grown* dengan kombinasi seimbang antara *small* dan *broken grade* antara lain Pakistan dan Afganistan; (7) pasar yang menghendaki jenis teh *high* hingga *medium grown* dengan dominasi *small grade*, antara lain Polandia dan Hongaria; (8) pasar yang menghendaki jenis teh *high* hingga *medium grown* dengan dominasi *broken grade*, antara lain Jepang, Turki dan Eropa Timur pada umumnya; (9) pasar yang menghendaki jenis teh *high* hingga *medium grown* dengan kombinasi seimbang antara *small*

dan *broken grade*, antara lain Eropa Barat pada umumnya (khususnya Inggris, Belanda, Jerman) dan Australia; (10) pasar yang menghendaki semua jenis teh (*low, medium, high grown*) dengan dominasi *small grade*, antara lain Amerika Serikat dan Kanada; (11) pasar yang menghendaki semua jenis teh (*low, medium, high grown*) dengan komposisi seimbang antara *small* dan *broken grade* yaitu Amerika Utara dan Amerika Selatan.

Dengan demikian, pasar teh Federasi Rusia dikelompokkan sebagai pasar yang menghendaki jenis teh *medium grown* dengan dominasi *broken grade* (91% dari total permintaan). Secara lengkap selera pasar teh Federasi Rusia disajikan pada Tabel 2. Teh *broken grade* yang dikehendaki pasar Federasi Rusia hanya terdiri dari BOPI (27,3%), BOP II (4,6%), BP (9,1%), BT (27,3%) dan BOP Fanning (22,7%). *Small grade* yang dibutuhkan hanya sedikit yaitu sebesar 9% yang terdiri dari *Fanning* (4,5%) dan PF (4,5%).

Tabel 2. Selera pasar industri hilir teh di Federasi Rusia

No.	Kriteria Selera Pasar	Jumlah/Nilai	No.	Kriteria Selera Pasar	Jumlah/Nilai
1.	<i>Grade (%)</i>		10.	Cacat rasa:	
	<i>Broken grades:</i>	90,91			<i>Stewed</i>
	• BOPI/BOP	27,27			<i>Washy</i>
	• BOP II	4,55			<i>Weathery</i>
	• BP	9,09			<i>Gone off</i>
	• BT	27,27			<i>Coarse</i>
	• BOP Fanning	22,73			<i>Raw</i>
	<i>Small grades:</i>	9,08			<i>Sweaty</i>
	• F	4,54			<i>Tainted</i>
	• PF	4,54			<i>Over fired</i>
2.	<i>Appearance</i>	3			<i>Smoky</i>
3.	Rasa	3			<i>Bakey</i>
4.	Warna	3			<i>Burnt</i>
5.	Aroma	3			<i>Fruity</i>
6.	Ampas	3			<i>Sour</i>
7.	<i>Cacat appearance:</i>		11.	Kemasan	
		<i>Brownish</i>		• <i>Paper sack</i>	60
		<i>Grayish</i>		• Karung Plastik Berlapis	40
		<i>Reddish</i>	12.	Cara Penyerahan	
		<i>Stalky</i>		• FOB	100
		<i>Fibrous</i>	13.	Cara Pembayaran	
8.	Cacat warna :			• <i>Irrevocable L/C</i>	80
		<i>Dull</i>		• CAD	20
9.	Cacat ampas :		14.	Cara Penjualan	
		<i>Greenish</i>		• Jual beli sesuai kebutuhan	100
		<i>Dark</i>			

Persyaratan nilai minimal untuk kriteria organoleptik (*apperarance*, rasa, warna, aroma, dan ampas seduhan) masing-masing hanya membutuhkan nilai 3 (mutu sedang). Pada aspek cacat teh yang tidak diterima di pasar tersebut sebagian besar merupakan cacat teh yang utama saja.. Pada rasa air seduhan teh, cacat yang tidak diterima adalah: *Stewed, washy, weathery, gone off, coarse, raw, sweaty, tainted, over fired, smoky, bakey, burnt, fruity*, dan *sour*. Pada kriteria warna, cacat warna seduhan teh yang tidak diterima hanya *dull*. Untuk kriteria *appearance* teh kering, beberapa cacat yang tidak dapat diterima adalah *brownish, grayish, reddish, stalky*, dan *fibrous*.. Untuk cacat ampas seduhan yang tidak diterima adalah *greenish* dan *dark*.

Beberapa persyaratan tambahan yaitu jenis kemasan, cara penyerahan barang, cara pembayaran, dan cara penjualan di pasar Federasi Rusia juga disajikan pada Tabel 2.. Untuk jenis kemasan, sebagian besar para importir teh Federasi Rusia (60%) menginginkan kemasan jenis *paper sack*, selebihnya (40%) dalam bentuk kemasan karung plastik berlapis. Hal ini dapat dimaklumi mengingat kemasan dalam *paper sack* lebih praktis, mengurangi masalah limbah, cukup aman, dan murah.

Pada aspek cara penyerahan barang, para responden menghendaki seluruhnya menggunakan cara penyerahan *Free on Board* (FOB). Pada aspek cara pembayaran, menghendaki pembayaran melalui *Letter of Credit* (L/C) sejumlah 80% responden, selebihnya (20%) menghendaki cara pembayaran melalui *Cash Against Document* (CAD). Dalam hal cara penjualan yang umum dilakukan di pasar tersebut adalah jual beli sesuai dengan kebutuhan, bukan kontrak berjangka. Hal ini berkaitan dengan sangat fluktuasinya harga teh di pasar dunia.

### **Kondisi Mutu Teh Indonesia**

Kondisi mutu teh Indonesia disajikan pada Tabel 3. Indonesia menawarkan semua jenis teh mulai dari *high, medium* hingga *low grown tea*. Teh Indonesia yang ditawarkan sebagian besar (50%) adalah jenis *medium grown tea*, selebihnya 30% *low grown* dan hanya 20% yang termasuk *high grown tea*. Untuk jenis *grade* yang ditawarkan, sebagian besar (56%) merupakan *broken grade*. Jumlah *small grade* mencapai 40% dari jumlah teh yang ditawarkan, sedangkan jumlah *leafy grade* yang ditawarkan sangat kecil yaitu rata-rata hanya 4% dari jumlah teh yang ditawarkan Indonesia.

Untuk atribut mutu organoleptik, ternyata seluruh nilai atributnya berkisar antara skor 3 (mutu sedang) hingga skor 4 (mutu tinggi). Keunggulan teh Indonesia terletak pada

aromanya yang rata-rata mencapai nilai 4 (aroma baik). Di lain pihak, nilai *appearance* teh kering, rasa, warna, dan ampas seduhan kesemuanya hanya mencapai skor 3 (mutu sedang).

Jenis cacat *appearance* yang sering dijumpai pada teh Indonesia adalah *few tips*, *brownish*, *reddish*, *stalky*, *fibrous*, dan *cleanliness*. Cacat warna yang sering dijumpai adalah *light* dan *dull*. Jenis cacat rasa yang sering dijumpai adalah *high fired*, *smoky*, *bakey*, *burnt*, dan *fruity*. Untuk atribut ampas seduhan, jenis cacat yang sering dijumpai hanya *dark*.

Kemasan teh Indonesia untuk tujuan ekspor hampir seluruhnya menggunakan *paper sack*. Cara penyerahan barang sebagian besar (80%) dengan cara FOB, selebihnya 10% menggunakan *Cost Insurance and Freight* (CIF) dan 10% lagi menggunakan *Cost and Freight* (C&F). Dalam hal cara pembayaran, 80% menggunakan *irrevocable L/C*, dan selebihnya menggunakan CAD, *Telegraph Transfer* (TT), dan *Promisory Note* (PN). Untuk cara penjualan, sebagian besar (80%) merupakan cara jual beli yang disesuaikan dengan kebutuhan, namun terdapat pula cara penjualan kontrak berjangka (20%) yang biasanya paling lama menggunakan jangka waktu satu tahun.

Tabel 3.. Identifikasi kondisi mutu teh Indonesia

No	Kriteria	Jumlah/ Nilai	No.	Kriteria	Jumlah/ Nilai
1.	Jenis Elevasi Teh (% jumlah Penawaran) <i>High grown</i> <i>Medium grown</i> <i>Low grown</i>	20 50 30	10.	Cacat Rasa :	
2.	<i>Grade</i> (%)				<i>High fired</i>
	<i>Leafy grades:</i>	4			<i>Smoky</i>
	<i>Broken grades:</i>	56			<i>Bakey</i>
	<i>Small grades:</i>	40			<i>Burnt</i>
3.	<i>Appearance</i> teh kering	3			<i>Fruity</i>
4.	Rasa	3	11.	Cacat Ampas:	
5.	Warna	3			<i>Dark</i>
6.	Aroma	4	12.	Kemasan (%)	
7.	Ampas	3		• <i>Paper sack</i>	100
8.	Cacat <i>Appearance</i>		13.	Cara Penyerahan (%)	
	<i>Few tips</i>			• FOB	80
	<i>Brownish</i>			• CIF	10
	<i>Reddish</i>			• C&F	10
	<i>Stalky</i>		14.	Cara Pembayaran	
	<i>Fibrous</i>			• L/C	80
	<i>Cleanliness</i>			• Lainnya	20
9.	Cacat Warna :		15.	Cara Penjualan (%)	
	<i>Light</i>			• Kontrak berjangka	20
	<i>Dull</i>			• Jual beli sesuai kebutuhan	80



## Saran Penyempurnaan Proses Produksi Teh Indonesia

Dengan memadukan data dan informasi selera pasar teh Federasi Rusia (Tabel 2) dengan kondisi mutu teh Indonesia (Table 3) maka dapat diperoleh analisis perbedaan, atau *gap* antara selera dengan fakta mutu teh Indonesia yang dihasilkan sehingga diperlukan penyempurnaan proses produksi teh di Indonesia untuk melayani selera pasar Federasi Rusia. Dalam merumuskan saran-saran perbaikan proses selain mengacu pada analisis perbedaan tersebut juga mengacu pada hasil kesepakatan lima pakar pengolahan dan dua *tea taster*.

Pasar teh Federasi Rusia merupakan pasar dengan selera sedang yang sesuai dengan rata-rata mutu teh Indonesia, sehingga penyempurnaan proses produksi yang dilakukan tidak terlalu sulit. Analisis perbedaan antara selera pasar Federasi Rusia dengan fakta produksi teh Indonesia serta saran perbaikan proses produksi teh Indonesia secara lengkap disajikan pada Tabel 4. Pasar Federasi Rusia tersebut menghendaki jenis teh *medium grown* yang sebagian besar (91%) dalam bentuk *broken grade*. Oleh karena itu, pasar Federasi Rusia hanya sesuai untuk teh yang dihasilkan oleh kebun-kebun teh yang terletak pada elevasi antara 800 hingga 1200 meter dari permukaan laut (dpl) yang banyak terdapat di Indonesia. Untuk jenis *grade* yang sebagian besar (91%) menghendaki jenis *broken grade*, sedangkan produksi *broken grade* teh Indonesia hanya 56%, maka diperlukan penyesuaian program pelayuan, penggulungan, penggilingan, sortasi basah dan sortasi kering teh hingga dihasilkan *broken grade* yang maksimum.

Persyaratan nilai minimum untuk kriteria organoleptik (*apperarance*, rasa, warna, aroma, dan ampas seduhan) masing-masing hanya membutuhkan nilai 3 (mutu sedang), sedangkan skor mutu organoleptik teh Indonesia telah mencapai skor 3. hingga 4, sehingga perbaikan proses produksi untuk perbaikan mutu organoleptik tidak terlalu intensif. Hanya diperlukan upaya untuk meniadakan cacat-cacat organoleptik yang tidak diterima di pasar Federasi Rusia, namun sering dijumpai pada teh Indonesia.

Pada rasa air seduhan teh, cacat yang tidak diterima dan sekaligus banyak dijumpai pada teh Indonesia adalah *high fired*, *smoky*, *bakey*, *burnt* dan *fruity*. Pada kriteria warna, cacat warna air seduhan teh yang tidak diterima dan juga banyak dijumpai di Indonesia hanya *dull*. Untuk kriteria *appearance* teh kering, beberapa

Tabel 4. Selera pasar, analisis perbedaan mutu dan saran perbaikan proses untuk melayani pasar teh di Federasi Rusia

No	Kriteria Selera Pasar	Selera Pasar Federasi Rusia	Mutu Teh Indonesia	Saran Perbaikan Proses
1.	<i>Grade (%)</i>			
	<i>Broken grades:</i>	91	56	Perlu penyesuaian program pelayuan, penggulangan, penggilingan, program sortasi basah dan sortasi kering sehingga diperoleh <i>broken grade</i> secara maksimum
	<i>Small grades:</i>	9	40	
2.	<i>Appearance</i>	3	3	
3.	Rasa	3	3	
4.	Warna	3	3	
5.	Aroma	3	4	
6.	<i>Infusion/Ampas</i>	3	3	
7.	Cacat <i>appearance:</i>			
		<i>Brownish</i>	<i>Brownish</i>	Bagi kebun dengan ketinggian di bawah 1000 m dpl., perlu peningkatan % pucuk halus (minimal 65%), perbaikan pelayuan (derajat layu sekitar 44 - 46%), jangan terlalu banyak tekanan pada proses penggulangan, penggilingan dan proses sortasi teh kering.
		<i>Reddish</i>	<i>Reddish</i>	Perlu peningkatan % pucuk halus hingga minimal 65%
		<i>Stalky</i>	<i>Stalky</i>	Perlu peningkatan % pucuk halus dan peningkatan ketelitian pada proses sortasi teh kering.
		<i>Fibrous</i>	<i>Fibrous</i>	Sama dengan upaya pencegahan cacat <i>stalky</i>
8.	Cacat warna :			
		<i>Dull</i>	<i>Dull</i>	Tingkatkan kebersihan pabrik, hindari ceceran pucuk di lantai, jaga kebersihan mesin-mesin dan alat-alat sebelum digunakan, kendalikan suhu pelayuan dan waktu oksidasi enzimatik

Tabel 4. Lanjutan

No	Kriteria Selera Pasar	Selera Pasar Federasi Rusia	Mutu Teh Indonesia	Saran Perbaikan Proses
9.	Cacat ampas			
		<i>Dark</i>	<i>Dark</i>	Tingkatkan kebersihan mesin-mesin dan alat-alat sebelum digunakan, kendalikan suhu pelayuan, upayakan derajat layu 44 - 46% dan kendalikan waktu oksidasi enzimatik
10	Cacat rasa:			
		<i>High fired</i>	<i>High fired</i>	Kurangi suhu <i>inlet</i> dalam <i>drier</i> hingga mencapai 95 °C dan suhu <i>outlet</i> hingga 50 °C pada <i>Endless Chain Pressure Drier</i> (ECP)
		<i>Smoky</i>	<i>Smoky</i>	Cek kebocoran pada penukar panas ( <i>heat exchanger</i> ) mesin pengering dan cegah polusi asap di sekitar pabrik dan gudang
		<i>Bakey</i>	<i>Bakey</i>	Sama dengan upaya pencegahan cacat <i>high fired</i>
		<i>Burnt</i>	<i>Burnt</i>	Sama dengan upaya pencegahan cacat <i>high fired</i>
		<i>Fruity</i>	<i>Fruity</i>	Perbaiki penanganan pucuk, hindari menumpuk pucuk terlalu lama dalam jumlah banyak, berikan udara yang cukup pada pucuk segar, cegah ceceran pucuk dimana-mana, dan tingkatkan kebersihan pabrik, cuci mesin-mesin dan alat-alat pengolahan sebelum digunakan.
11.	Kemasan (%)			
	<i>Paper sack</i>	60	100	
	Karung Plastik Berlapis	40	-	Pertimbangkan menggunakan kemasan karung plastik berlapis, selain <i>paper sack</i>

cacat yang tidak dapat diterima dan juga banyak dijumlahi pada teh Indonesia adalah *brownish*, *reddish*, *stalky*, dan *fibrous*.. Untuk cacat ampas seduhan, yang tidak diterima dan banyak terdapat pada teh Indonesia hanya *dark*. Penyempurnaan proses produksi untuk mencegah cacat-cacat rasa tersebut dan perbaikan pelayanan penjualan disajikan pada Tabel 4. Dalam hal cara penyerahan barang, cara pembayaran dan cara penjualan, tidak diperlukan penyesuaian karena sudah sesuai dengan cara-cara yang digunakan Indonesia.

## KESIMPULAN DAN SARAN

1. Pasar Federasi Rusia menghendaki jenis teh *medium grown* dengan dominasi *grade* yang dikehendaki *broken grade* (91%). Persyaratan nilai minimal untuk kriteria organoleptik (*apperarance*, rasa, warna, aroma, dan *infusion*) masing-masing hanya membutuhkan mutu sedang.
2. Jenis kemasan, cara penyerahan, cara pembayaran, dan cara penjualan yang dikehendaki masing-masing adalah berupa kemasan *paper sack*, cara penyerahan *Free on Board* (FOB), cara pembayaran *Letter of Credit* (L/C) dan cara penjualan melalui jual beli sesuai dengan kebutuhan, bukan kontrak berjangka.
3. Pasar Federasi Rusia hanya sesuai untuk teh yang dihasilkan dari kebun-kebun teh dengan elevasi antara 800 hingga 1200 meter dari permukaan laut (dpl).
4. Untuk melayani pasar Federasi Rusia, diperlukan penyesuaian program pelayuan, penggulungan, penggilingan, sortasi basah dan sortasi kering teh sehingga dihasilkan *broken grade* yang maksimum.
5. Diperlukan penyempurnaan proses produksi teh Indonesia untuk mencegah timbulnya beberapa cacat rasa air seduhan teh (*high fired, smoky, bakey, burnt* dan *fruity*), cacat warna air seduhan teh (*dull*), cacat *appearance* teh kering (*brownish, reddish, stalky*, dan *fibrous*) dan cacat ampas seduhan (*dark*).

## DAFTAR PUSTAKA

- Ali, R.; Y.A.Choudry, and D.W. Lister. 1997. Sri Lanka's tea industry : succeeding in the global market. Word Bank Discussion Papers No.368.
- Ditjen Bina Produksi Perkebunan. 2002. Laporan Studi Kebijakan Penggunaan Model Komoditi untuk Penilaian Prospek dan Analisis Kebijakan Komoditi. Ditjen Bina Produksi Perkebunan.
- Drews, M. 1992. Innovation on the food market. *Kieler Milchwirtschaftliche Furschungberichte* 44 (3) p : 183-210.
- DeLouche Scotts, J. and C. Vitaska. 1996. Today's fickle consumer : are brands in trouble ?. *Journal of Food Products* 3 (1), p : 37-50.
- ERC Statistics International. 1993. The market for tea in Europe. ERC Statistics International, London
- Etherington , D.M. and K. Foster. 1989. The resurgence of the tea industry in China : "beware the tail of the sleeping dragon." *Outlook on Agriculture* 18 (1), p : 28-37.
- International Tea Committee. 2003. Annual Bulletin of Statistics 2003. International Tea Committee, London.
- Kaufman, P. 1995. Fewer but larger supermarkets. *Food Review* 18 (2), p : 26-29.

- Malik, I, dan R. Suprihatini. 2001. Harapan perusahaan perkebunan terhadap hasil penelitian Bioteknologi. Prosiding Pertemuan Bioteknologi Perkebunan, tanggal 19 September 2001 di Jakarta. Unit Penelitian Bioteknologi Perkebunan. Asosiasi Penelitian Perkebunan Indonesia.
- Ma'arif, M.S. dan H. Tanjung. 2003. Manajemen Operasi. Grasindo. PT., Jakarta.
- Osterling, A; and H. Mansson. 1994. Consumption of foodstuffs in Sweden. *Jordbruksekonomiska Meddelandden* 56 (7-8).
- Provasi, A.A. 1994. The process of tea commercialization : basic conditions of the tea market. *Informe Technico Estacion Experimental Agropecuaria Cerro Azul* No.59.
- Segupta, U.; Mulky, M.J. and Sharma, V.S. 1993. Tea : Culture, Processing, and Marketing. Oxford & IBH Publishing, Co., New Delhi.
- Suprihatini, R. 1998. Selera pasar masyarakat Rusia. Infoteh No.2, Mei 1998.