

## PENGEMBANGAN DAN PEMASARAN KOMODITAS KOPI: TRANSFORMASI DARI BUDAYA TRADISIONAL KE BUDAYA PETANI INDUSTRI

**Muhammad Zakki**

Universitas Sunan Giri Surabaya  
muhzakki@unsuri.ac.id

### **ABSTRACT**

*Food and Agriculture Organization of United Nation (FAO) 2017 data shows that Indonesia is the fourth largest coffee producing country. In this research, there is a focus on how coffee development and marketing strategies in East Java when viewed from the aspect of farmers cultural transformation and agricultural governance. The research methodology used in this research is observation, in-depth interview discussions with resource persons who are active and representative to be key informants. They were the speakers besides being industry players, farmers and exporters who were members of national and international coffee associations. From the results of the interview with the interviewees, we produce a finding and we do an analysis. The results are as follows: 1) In developing coffee business and marketing it is necessary to do an alternative and strategy that encourages the development of a national coffee business, especially in East Java, by doing; a) Revitalization of plantations; b) Support issues; c) Value added coffee (value added), d) Increased productivity and quality and quality of human resources. 2) The other efforts undertaken in this study are the importance of a transformation value for coffee farming, the transformation which originally adhered to traditionalist culture, namely stagnating to only produce coffee fruit harvest, it needs to be transformed into a modern farmer that is industrial-based agriculture.*

**Keywords:** *cultural transformation, industrial farmers, development and marketing of coffee*

### **PENDAHULUAN**

Potensi komoditas kopi Indonesia terbilang cukup besar. Data FAO 2017 menunjukkan Indonesia merupakan negara penghasil kopi terbesar keempat dunia setelah Brasil, Vietnam, dan Kolombia. Brasil memproduksi 2.680.515 ton kopi, disusul Vietnam 1.542.398 ton, Kolombia 754.376 ton, dan Indonesia sebesar 668.677 ton. Namun dari luas lahan kopi, Indonesia berada di urutan kedua (1,25 juta ha). Brasil tetap di nomor *wahid* seluas 1,8 juta ha, disusul Pantai Gading (sekitar 1 juta ha) dan Kolombia seluas 798.358 ha. (ekonomibisnis.com, diakses 30/01/2020).

Jika melihat data jumlah produksi dan luas lahan yang dimiliki Indonesia, terdapat indikasi bahwa tingkat produktivitas kita masih rendah, yaitu hanya 731 kg per hektare (Kementan 2018). Setidaknya faktor yang menyebabkan tingkat produktivitas petani dan produsen kopi rendah menurut Zakki (2007) adalah sebagai berikut:

#### 1. Faktor Budaya Petani Kopi (*Peasant Coffea*)

Kultur yang membentuk petani kopi masih berbasis konvensional hanya pada luas lahan dan tenaga kerja, tidak berorientasi dan berbasis teknologi. Namun demikian, satuan teknologi sebagai ukuran pertanian modern perlu diperkuat dengan organisasi kerja dengan budaya industrial, sehingga pertanian di masa depan adalah pertanian yang berbudaya industri. Dengan kata lain, pertanian dikelola secara industri dengan organisasi kerja yang terspesialisasi, efisien dan produktif. Karena itu, gagasan pertanian yang berbudaya industri perlu menjadi paradigma pembangunan pertanian.

Untuk memahami konsep budaya petani (*peasant*), kriteria sosial budaya perlu dibuat dalam kerangka memahami konsep tersebut, di antaranya: (1) Tingkat kontak dengan masyarakat luar (*degree of outside contact*). Petani *peasant* ini, tingkat kontak dengan masyarakat luar relatif rendah dan cenderung lokalistik; (2) Tingkat motivasi aktualisasi diri, umumnya petani ini motivasinya rendah

sehingga cenderung pasif dan tak berdaya menerima perubahan.

Wolf dalam Zakariya membuat tiga kategori ciri petani *peasant* ini: Seorang petani (*peasant*) menghasilkan komoditi pertanian dengan corak tanam (baca: tanam kopi); Seorang petani adalah pemilik atau penggarap yang mempunyai otoritas kontrol terhadap tanah yang digarapnya. Tujuan utama berproduksi bagi petani adalah untuk keperluan rumah tangganya (*subsistence oriented*). Petani menjual hasil tani untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Hal ini berbeda dengan petani yang menjual hasil tani untuk mendapatkan keuntungan sebagai modal (*investable profit*) (Wolf, 1974).

Budaya petani *peasant* ini membuat kreatifitas untuk melakukan inovasi teknologi dan menggunakan varietas unggulan menjadi hilang. Bertanam *alokadarnya* dan konvensional menjadi sebuah pilihan. Akibatnya, hasil jual produk tani menjadi rendah dan jauh dari standar ekspor. Karena itu, perlu transformasi budaya: Yakni transformasi dari budaya *peasant* ke budaya petani-industri.

Transformasi tersebut menjadi wacana, baik dalam studi antropologi ekonomi maupun politik. Dalam antropologi sering di sebut dengan Redfield yang memahami masyarakat tani (*peasant*) pada konteks budaya, yang dikaitkan dengan konsep *great tradition* (tradisi agung) dan *little tradition* (tradisi kecil).

Tradisi agung merupakan representasi budaya kota akan memberikan pengaruh besar pada tradisi kecil di pedesaan. Petani merupakan satu bagian dari sebuah peradaban besar, posisi dari masyarakat primitif ke masyarakat modern. Komunitas petani adalah dinamis karena mengalami transformasi akibat dari kontak budaya (*cultural contact*) dengan *great tradition*, dan kemudian menimbulkan satu kontinum yang kemudian di sebut sebagai *folk urban continuum*. Membangun paradigma budaya petani-industri agaknya menjadi pilihan mendesak karena pertimbangan perubahan dan tuntutan ekonomi.

Budaya petani industri merupakan cerminan dari landasan sikap rasional sehingga lebih mengakses pada penguasaan teknologi untuk memacu kualitas, efisiensi dan produktifitas. Kerangka umum petani budaya-industri bagi pertanian diungkapkan Ginanjar kartasmita, bahwa ciri pokok landasan rasional dalam pertanian-industri, adalah

sebagai berikut: (1) Pengetahuan merupakan landasan utama dalam pengambilan keputusan (bukan intuisi atau kebiasaan saja), sehingga kebutuhan terhadap perkembangan dan kualitas informasi akan semakin tinggi; (2) Kemajuan teknologi merupakan instrument utama dalam pemanfaatan sumber daya; (3) Mekanisme pasar merupakan media utama dalam transaksi barang dan jasa; (4) Efisiensi dan produktifitas sebagai dasar utama dalam alokasi sumber daya karenanya membuat hemat dalam penggunaan sumber daya; (5) Mutu dan keunggulan merupakan orientasi, wacana, sekaligus tujuan; (6) Profesionalisme merupakan karakter yang menonjol; (7) Perekayasaan harus menggantikan ketergantungan pada alam, sehingga setiap produk yang dihasilkan senantiasa memenuhi persyaratan yang telah ditetapkan terlebih dahulu dalam hal mutu, jumlah, berat, volume, bentuk, ukuran, warna, rasa dan sifat lainnya dengan ketepatan waktu.

Budaya yang berorientasi pertanian industri akan dipengaruhi dan didukung oleh budaya modern. Budaya modern akan membentuk budaya pertanian industri. Masyarakat petani akan terbentuk dengan budaya modern yang menggitarinya. Dalam konteks tersebut, Alex Inkeles (1985) dalam Maryati (2001), bahwasannya dalam membuat rumusan budaya modern, sebagai berikut: (1) Kesediaan untuk menerima pengalaman-pengalaman baru dan keterbukaan bagi pembaharuan dan perubahan; (2) Memiliki kesanggupan untuk membentuk atau mempunyai pendapat mengenai jumlah persoalan dan hal-hal yang tidak saja timbul di sekitarnya; (3) Tanggapannya mengenai dunia opini lebih bersifat demokrasi. Ia akan sadar keragaman sikap dan opini di sekitarnya; (4) Pandangannya ditujukan pada masa kini dan masa depan, bukan masa lampau; (5) Menginginkan dan terlibat dalam perencanaan serta organisasi dan menganggapnya sebagai sesuatu yang wajar dalam hidupnya; (6) Berada dalam keadaan yang dapat diperhitungkan, percaya akan adanya sesuatu dunia yang cukup tertib di bawah kendali manusia; (7) Sadar akan harga diri orang lain dan bersedia menghargainya; (8) Percaya pada ilmu dan teknologi (9) Percaya bahwa imbalan yang diberikan sesuai dengan tindakan-tindakan, bukan karena hal-hal atau sifat-sifat yang dimiliki seseorang yang tidak ada hubungannya dengan tindakannya.

Dalam konteks tersebut, tampaknya menarik jika teori Emile Durkheim (1990), diangkat untuk menjelaskan fenomena budaya modern pada petani budaya-industri. Budaya modern adalah tipe solidaritas organis. Tipe solidaritas organis ini ditandai dengan adanya diferensiasi sosial melalui pembagian kerja yang tinggi. Adanya pembagian kerja ini akan meningkatkan hubungan kesalingtergantungan. Dalam pembagian kerja yang tinggi akan tercipta masyarakat yang heterogen. Namun demikian, ikatan kesadaran kolektif (*collective conscience*) yang mengikat masyarakat tradisional dalam suatu solidaritas berupa konsensus moral, kepercayaan, ikatan etnis, dan emosional lainnya, tidak akan hancur dengan berubahnya masyarakat menjadi modern. Hanya ikatan kesadaran kolektif akan kurang dominan dalam kehidupan sehari-hari, tetapi tetap menjadi landasan moral dalam hubungan-hubungan sosial modern yang bersifat kontraktual. Karena itu, ciri pertanian-industri dan budaya modern tersebut perlu dibentuk untuk mewujudkan pertanian yang berorientasi nilai tambah (*added value*). Dengan orientasi nilai tambah diharapkan petani mampu meningkatkan nilai tukar komoditi pertanian yang selama ini mengalami kelesuan. Pengolah produk hilirnya belum dilakukan secara intensif.

## 2. Faktor Tuntutan Pasar yang Berstandar Ekspor.

Kopi produksi petani harus berstandar ekspor, yakni hasil kopi yang memenuhi *health protect*, cara bertanam yang ramah lingkungan dan bebas dari jamur *Ochratoxin A*. Kualifikasi tersebut memang agak susah diterapkan petani kopi. Kualifikasi tersebut seringkali diabaikan sehingga berakibat rendahnya produktifitas dan hasil jualnya menjadi rendah. Di samping itu, tuntutan konsumen kopi dunia terhadap mutu hasil panen petani di Indonesia semakin tinggi. Buyer Jepang misalnya, meminta petani kopi Indonesia menerapkan sistem pertanian organik. Hal ini dilakukan guna meningkatkan kualitas kopi dan mendongkrak harga kopi. Untuk itu, budidaya kopi di Indonesia harus menerapkan standar organik. Bibit dan pemeliharaan kopi harus bebas dari peptisida dan herbisida.

Dalam pertemuan yang di ikuti peneliti pada forum Dewan Kopi Jawa Timur 12/01/2020 di Surabaya, ada Perwakilan dua orang dari Luar negeri (buyer): Mr Yoshi dan

Mr. Watanabe ketika mengunjungi petani kopi di Jawa Timur mempertegas perlakuan kopi di Indonesia. Kopi produk Indonesia harus memenuhi standar pasar Jepang. Mr. Yoshi mengatakan: “Perusahaan kami akan sangat senang jika petani kopi di Indonesia menerapkan pertanian sistem organik tanpa menggunakan peptisida dan pupuk kimia.” Bahkan, lebih jauh dan teliti pasar Jepang dan Eropa memperhatikan proses penanaman, pengelolaan dan perlakuan petani untuk mendapatkan produksi kopi bermutu, petik merah, dan proses penjemuran pasca panen. Hal ini perlu diperhatikan, karena aroma biji kopi sangat peka terhadap keadaan sekitar. Bila dijemur di atas tanah tanpa alas, kopi akan berbau tanah. Demikian juga jika disimpan di gudang harus hati-hati terhadap kontaminasi bau asing. Pihaknya akan melakukan tes langsung mengenai mutu kopi Indonesia dengan merasakan dan mencium langsung bau kopi. Hal ini untuk memastikan apakah aroma biji kopi tidak tercampur bau lain. Selain itu, diuji juga kadar air yang terdapat di dalam biji kopi. Memang konsumen Jepang dan Eropa sangat peduli dengan mutu kopi. Orang Jepang menyukai biji kopi berukuran sedang (kurang lebih 5,5 mm), sedangkan pasar Eropa lebih menyukai biji kopi yang besar.

Untuk itu, pemeliharaan tanaman, pasca panen dan penanganan pada setiap tahapan pengolahan kopi perlu mendapatkan perhatian serius dengan memenuhi standar kualifikasi ekspor. Hal itu dilakukan untuk memperoleh hasil kopi dan harga yang baik. Peningkatan produktifitas dan mutu kopi dapat dicapai melalui penyempurnaan aspek prapanen, pasca panen, lembaga pemasaran dan diferensiasi harga. Aspek prapanen dapat ditempuh dengan penggunaan bahan tanam unggul dan teknologi perbanyakan massal. Khusus untuk pascapanen, perlu menggalakkan sistem pengolahan basah, baik untuk kopi Arabika maupun Robusta.

Sisi pemasaran perlu digagas pola kemitraan terpadu antara petani, eksportir dan perbankan dengan pola plasma dan inti plasma.

## 3. Faktor Keterbatasan Teknologi, Sarana Pendukung dan Belum Optimalnya Pembinaan Petani Kopi.

Faktor tersebut menyebabkan rendahnya mutu kopi yang berakibat pada rendahnya penghasilan petani kopi. Untuk itu, pemerintah dan lembaga terkait bersama-sama menyediakan teknologi, sarana dan prasarana

guna menunjang kelangsungan petani kopi dengan memberikan pembinaan dan penyuluhan secara intensif dan optimal.

Pengembangan teknologi yang dapat menghasilkan produk khusus, seperti kopi spesial agaknya perlu mendapatkan perhatian utama. Termasuk teknologi pasca panen sehingga dapat menjadi *trend setter* bagi penikmat kopi dunia. Di samping upaya inovasi pengembangan tersebut dapat menciptakan agrobisnis pada komoditas kopi tetap menjadi menarik bagi dunia usaha.

Untuk itu, pemerintah dan semua pihak yang terkait dapat menghasilkan berbagai inovasi dan pengembangan teknologi untuk terus mendorong kemajuan perkopian nasional, khususnya di tataran tingkat petani.

PTPN XII di Surabaya misalnya, telah berhasil memasarkan kopi spesial ke mancanegara. PT. Aneca Coffee Industri (ACI) juga bisa memasarkan kopi hasil produksinya hingga ke berbagai manca negar. Bahkan ada juga yang berasal dari pengusaha kelas menengah (UMKM) bisa menembus pasar Australia, waktu itu ekspor perdananya tahun 2016.

Dalam riset ini, memiliki fokus pada bagaimana strategi pengembangan dan pemasaran kopi di Jawa Timur jika ditinjau dari aspek transformasi budaya petani dan tata kelola pertanian?

### Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, karena untuk mengeksplorasi dan memahami makna yang dianggap berasal dari masalah sosial (2014).

### Metode Pengumpulan Data

#### *Indepth Interview*

*Indepth interview* memiliki beberapa tahapan dalam proses pengumpulan datanya, tahapan tersebut yaitu sebagai berikut:

- a) Persiapan awal  
Peneliti membuat janji dengan informan untuk melakukan wawancara.
- b) Proses wawancara  
Peneliti menyampaikan isu yang menjadi topik dalam penelitian.

Pelaksanaanya dengan langsung melakukan wawancara secara mendalam kepada narasumber atau informan di departemen pemasaran dan pengembangan usaha.

### Teknik Analisis

Teknik analisis pada penelitian ini menggunakan rekaman dan hasil rekaman kemudian ditranskrip menggunakan teknik *verbatim* yang bertujuan untuk menuliskan satu per satu kata yang diucapkan dalam setiap pembicaraan yang sudah direkam. Setelah itu peneliti mengelompokkan (kategorisasi) dan dilanjutkan dalam proses pembahasan. Membahas dan menganalisa setiap kutipan yang berhubungan dengan konten bahasan penelitian dengan bantuan lampiran hasil transkrip.

### Profil Informan/Narasumber

No	Nama	Jabatan/Organisasi
1	Dr. Hutama Sugandi (58 th)	Ketua GAEKI (Gabungan Eksportir Kopi Indonesia)
2	Isdarmawan Asrikan, MBA (63 th)	Eksportir Kopi
3	Heri Cahyo BS, MM (29 th)	FUKJ (Forum Urusan Kopi Jawa Timur)
4	Misbachul Khoiri, SP (48 th)	Petani dan Ketua Asosiasi Petani Kopi Jawa Timur
5	Sukarmanto (59 th)	Petani Kopi Tulungagung
6	Ir. Sukri (43 th)	Manajer Kebun Kopi PT. Indoco Jaeyen
7	Nurul Huda (44 th)	Petani Kopi Bondowoso
8	Abdul Ghofur (49 th)	Petani Kopi dan Dewan Kopi Jawa Timur

### Trianggulasi

Riset ini menggunakan triangulasi sumber. Sumber yang didapatkan ialah hasil dari wawancara mendalam (*indepth interview*).

### Analisis dan Pembahasan

Dalam analisis dan pembahasan dalam riset ini akan di memaparkan sebuah analisa terkait pengembanagan usaha kopi dan pemasaran ditinjau dari aspek budaya perilaku petani dan produsen kopi yang aktif pada sebuah perhimpunan, asosiasi dan forum yang

menangani probelmatikan perkopian di Jawa Timur.

### **Strategi Pengembangan dan Pemasaran Kopi**

Sebagai komoditas unggulan, pengembangan kopi di masa mendatang agaknya menjadi sangat penting. Komoditas ini banyak mempunyai nilai unggulan, di antaranya: Masih memungkinkan terjadinya peningkatan daya saing secara optimal; peluang peningkatan produktifitas dan kualitas lahan/ tanaman masih terbuka lebar; kesediaan ilmu pengetahuan dan teknologi serta penyerapan tenaga kerja yang masih memadai; terbukanya peluang peningkatan nilai tambah; eksistensi kopi Indonesia masih diperhitungkan di dunia terbukti permintaan luar negeri terhadap kopi produk Indonesia makin meningkat; karakteristik kopi Indonesia sangat khusus yang tidak dimiliki oleh kopi produk negara lain; dan potensi pengembangan produk spesiality dan organik serta potensi lahan yang memungkinkan.

Dalam konteks tersebut, strategi pengembangan kopi ke depan adalah mewujudkan sistem dan usaha agribisnis kopi dalam suatu Kawasan Industri Masyarakat Perkebunan (KIMBUN) yang berdaya saing, berkeadilan dan terdesentralisasi untuk sebesar-besarnya bagi kemakmuran rakyat.

Peningkatan daya saing, harus dimulai dari keberanian pemerintah untuk memberikan insentif fiskal dalam berbagai kegiatan investasi di Indonesia. Karena itu, untuk meningkatkan daya saing industri perkopian nasional, tidak hanya sekadar membutuhkan kebijakan industri perkopian nasional, melainkan membutuhkan keselarasan dengan kebijakan fiskal yang menentukan keberhasilan target industri perkopian.

Dalam konteks keadilan dan otonomi, pembangunan kawasan industri agribisnis ini merupakan salah satu faktor amat vital dalam desentralisasi ekonomi karena hal itu akan sangat kompatibel dengan kebutuhan dan potensi sebagian besar daerah otonom Indonesia. Karena itu, upaya peningkatan kemandirian daerah dalam melakukan promosi investasi dan penciptaan lapangan kerja menjadi penting dilakukan. Konsep desentralisasi ekonomi merupakan tuntutan efisiensi dan skala ekonomi yang lebih adil

antara pusat dan daerah, sehingga lebih menguntungkan secara ekonomi dan sosial dalam skala yang lebih makro. Di samping itu, otonomi daerah harus diterjemahkan sebagai suatu kewenangan daerah agar lebih leluasa mengembangkan kombinasi strategi pemanfaatan suatu keunggulan komperatif dan keunggulan kompetitif yang ada di suatu daerah otonom.

Pemerintah pusat dan daerah harus merangsang dunia usaha swasta untuk menggarap dan memanfaatkan inisiatif investasi baru di tingkat daerah untuk mengembangkan agribisnis dan basis sumberdaya alam lain. Pemerintah pusat perlu memberikan insentif lebih besar untuk inisiatif investasi di tingkat daerah demi masa depan ekonomi Indonesia yang cerah dan berkelanjutan (Bustanul Arifin, 2004)

Mengacu pada staregi di atas, kebijakan yang di tempuh pemerintah pada sektor agribisnis perkopian, setidaknya adalah sebagai berikut:

#### **1. Peningkatan Produktifitas dan Mutu Kopi**

Kebijakan tersebut dimaksudkan untuk meningkatkan produktifitas tanaman serta mutu kopi. Menueurt Bapak Heri Cahyo, 29 th dari FUKJ (Forum Urusan Kopi Jawa Timur) pada wawancara 10 November 2019, sebagai berikut:

*“...bahwa, secara bertahap dapat ditempuh, antara lain melalui: Pertama, rehabilitasi kopi rakyat dengan klon unggul dan intensifikasi yang didukung dengan pembinaan mutu di tingkat petani. Orientasi penanaman bibit kopi harus memenuhi kualifikasi: Produktifitas, kualitas dan ketahanan terhadap gangguan hama dan penyakit. Kedua, pembinaan dan sosialisasi teknik budidaya kopi yang berorientasi pada peningkatan kualitas dan produktifitas. Ketiga, pemerintah harus memberikan fasilitas sarana dan pra sarana produksi. Mengingat petani kopi masih menggunakan alat sederhana dan masih konvensional, jauh dari teknologi modern. Keempat, akselerasi peningkatan produksi dan produktifitas kopi disertai dengan kegiatan evaluasi untuk exiting area yang secara kultur teknis tidak cocok untuk tanaman kopi. Kelima, membangun usaha penangkaran benih di sentra tanaman kopi yang berbasis teknologi dan bervariasi pasar dengan model Waralaba*

*yang di dukung unit perbenihan yang ada di tingkat kabupaten”.*

Hal yang disampaikan BapK Heri yang merupakan *representative* dari forum urusan kopi di Jawa Timur sungguh telah memberikan pencerahan terkait dengan permasalahan SDM petani.

Peningkatan mutu SDM Pertanian dilaksanakan melalui tiga misi: Penyuluhan, pendidikan dan pelatihan. Operasionalnya dijabarkan ke berbagai kegiatan pokok penguatan dan pengembangan kelembagaan penyuluhan petani; penataan ketenagaan dan mekanisme kerja penyuluhan; pengembangan program penyuluhan; pengembangan sumber-sumber pembiayaan; pengembangan pendidikan tinggi penyuluhan menjadi lembaga pencetak penyuluh pertanian ahli; penyelenggaraan pendidikan kejuruan menengah pertanian; penyelenggaraan pelatihan pertanian yang berbasis kompetensi kerja; dan upaya-upaya khusus penanggulangan kemiskinan dan pemberdayaan masyarakat tertinggal/ lokal.

## **2. Peningkatan Ekspor dan Nilai Tambah Kopi**

Barangkali obsesi besar bagi kalangan pelaku usaha perkopian adalah bagaimana ekspor kopi tidak berupa bahan mentah, melainkan juga dalam bentuk produk olahan dengan mutu bagus yang dikendaki konsumen. Karena itu, obsesi ini bisa terwujud.

*“...setidaknya ada empat hal penting yang harus dilakukan; 1) pengembangan produk hilir; 2) melakukan negosiasi dengan eksportir kopi; 3) mengadakan kesepakatan-kesepakatan dan kerjasama kemitraan dengan pihak lain yang terkait di bidang produksi dan pemasaran; 4) mendukung terwujudnya jaringan (neet working), kerjasama dan koordinasi yang harmonis dan berkelanjutan antarpelaku yang terkait di bidang usaha agribisnis”* (Asrikan, 63 th)

Meneurut analisa peneliti bahwa apa yang disampaikan oleh Bapak Isdarmawan Asrikan selaku Eksportir kopi ini cukup meyakinkan bahwa upaya pembentukan jaringan kelembagaan ekonomi ideal agaknya penting dilakukan.

Pak Ir. Sukri (43 th) beliau adalah Manajer Kebun di perusahaan perkebunan PT. Indoco Jaeyen yang berlokasi di Tulungagung dengan luas lahan 650 hektar, juga menyampaikan hal yang sama, sebagai berikut:

*“...jaringan dan kerjasama, setidaknya petani, pelau industry dan pemerintah bersatu mengawal masa depan pertanian kita...”*

Jaringan kelembagaan ekonomi yang secara operasional dapat dikembangkan sebagai kelembagaan pengaman produksi hingga terbentuknya kelembagaan niaga, terutama untuk tujuan meningkatkan efisiensi ekonomi dalam pengelolaan *surplus* produksi (*marketable surplus*). Karena itu, perlu mengintegrasikan tiga tingkat pengelolaan usaha sekaligus: Kelembagaan produksi (berbasis sumber daya alam, hayati, dan tenaga kerja keluarga), pelembagaan processing lokal dan kelembagaan pemasaran hasil akhir.

## **3. Dukungan Permodalan**

Maksud dari kebijakan permodalan ini adalah tersediannya pembiayaan guna pengembangan kopi Indonesia. Menurut dr. Hutama Sugandhi (58 th) selaku Eksportir yang juga sebagai ketua GAEKI (Gabungan Eksportir Kopi Jawa Timur) menyampaikan sebagai berikut:

*“Kebijakan dukungan permodalan sangat penting, karena kami sering menjumpai para petani kopi yang ingin di support terkait permodalan agar bisa menghasilkan kualitas hasil panen yang bagus, modal ini aan diperuntukkan seperti pembelian pupuk dan biaya perawatan hasil panen.... Dan.... hal ini itu bisa dilakukan oleh pemerintah dan swasta. Kebijakan ini harus ditempuh secepatnya oleh pemerintah dengan melakukan gerakan ke arah tersebut, misalnya pemberian fasilitas kredit kepada petani melalui koperasi atau usaha-usaha lain dengan suku bunga yang rendah, barangkali bisa membantu teman-teman mereka para petani, jujur kami sangat butuh kopi hasil anen petani yang berkualitas yang tidak kalah dengan negara Vietman...”*

Pemberian fasilitas kredit kepada petani kopi melalui koperasi atau usaha-usaha lain menjadi kebutuhan mendesak. Membangun kemitraan terpadu antara pemerintah, perbankan dan pabrikan (eksportir) agaknya solusi yang arif dan bijaksana untuk diwujudkan. Hal yang sama juga disampaikan oleh Bapak Ghofur (49 th), petani yang juga pengurus Dewan Kopi Jawa Timur, sebagai berikut:

“...ya, penting modal bagi teman-teman petani sangat penting sekali, termasuk bagi kami eksportir kopi yang mengambil biji kopi dari petani”.

Point penting dalam penelitian ini adalah salah satunya dukungan permodalan.

#### 4. Revitalisasi Perkebunan

Kepedulian pemerintah terhadap revitalisasi perkebunan menjadi sebuah keharusan, terutama perkebunan komoditas kopi. Revitalisasi ini diharapkan bisa memberikan nilai tambah (*added value*) yang tinggi demi meningkatkan kesejahteraan rakyat, terutama petani kopi. Karena itu, pemerintah harus membuat blue print bisnis proses pengembangan revitalisasi perkebunan yang terintegrasi, baik pada aktifitas utama (*primary activities*) maupun aktifitas pendukung (*support activities*) dalam upaya mencapai nilai tambah yang signifikan demi tercipta pertumbuhan ekonomi yang sehat.

Bapak Heri Cahyo Bagus (FUKJ) menyampaikan dalam wawancara kami formulasi dari aspek revitalisasi perkebunan, sebagai berikut:

“Aktifitas utama dapat diformulasikan mulai dari: (1) Ketersediaan lahan, bibit dan pupuk; (2) Pengolahan hasil produksi; (3) Pemasaran dan distribusi penjualan. Dari tiap-tiap aktifitas utama tersebut dapat diformulasikan dengan keterlibatan instansi-instansi pemerintah dan swasta untuk mendorong dan menjaga efektifitas pengelolaan sumberdaya perkebunan. Keuntungannya, di samping secara intens terjalin koordinasi dan sinergi antardepartemen/ instansi, juga mengeliminasi diskomunikasi atau tumpang tindih program dan sistem. Aktifitas pendukung dapat diformulasikan mulai dari: (1) Infrastruktur; (2) Birokrasi dan SDM; (3) Teknologi; (4) Pembiayaan; (5) Pengawasan; (5) Hukum dan keamanan. Pemerintah harus mencermati bahwa program revitalisasi perkebunan yang berorientasi petani *people driven* disesuaikan dengan dengan kebutuhan dan kemampuan petani. Di samping itu, program tersebut harus berbasiskan nilai tambah. Pemerintah harus membangun skala usaha petani yang bankable dan *farming driven*, sehingga penyatuan petani/ lahan ke dalam unit usaha (Misalnya: plasma dan inti plasma) adalah sangat

penting. Penyatuan unit usaha tersebut harus berlandaskan pola kemitraan sejati yang menjunjung tinggi kejujuran, bukan kemitraan semu. Membangun kemitraan semu akan tetap memposisikan petani dalam posisi lemah yang tidak mempunyai *bergaining* kuat. Kegagalan kemitraan dalam bentuk plasma dan inti plasma pada masa lalu karena yang terbangun hanya kemitraan semu....” (Heri, 29).

Dalam analisa riset kami maka kami berpandangan bahwa industri perkopian nasional perlu direvitalisasi melalui peningkatan produktifitas dan mutu, diversifikasi produk dan perluasan pasar. Peningkatan produktifitas dan mutu kopi dapat dicapai melalui penyempurnaan aspek prapanen, pasca panen, lembaga pemasaran dan diferensiasi harga. Aspek prapanen dapat ditempuh dengan penggunaan bahan tanam unggul dan teknologi perbanyak massal.

Aspek pasca panen dapat ditempuh melalui upaya memaksimalkan penggunaan pengolahan secara basah, baik pada kopi jenis Arabika maupun Robusta. Aspek lembaga pemasaran dapat ditempuh melalui pola kemitraan terpadu antara petani dengan eksportir dan perbankan.

#### 5. Kebijakan Melindungi Produk Nasional

Pemerintah diharapkan memberikan kebijakan terhadap perlindungan produk nasional, terutama produk hasil perkebunan. Kebijakan ini penting untuk menciptakan sebuah keseimbangan usaha yang sehat dan fair, di samping memberikan perlindungan kepada pelaku usaha. Menurut Pak Sukarmanto (59 th) petani kopi dari Tulungagung, sebagai Eksportir Kopi menyampaikan sebagai berikut:

“...peranan dan memaksimalkan kinerja BSN (Badan Standarisasi Nasional) sangat penting dan signifikan. Produk Indonesia hingga sekarang banyak yang belum menggunakan Standar Nasional Indonesia (SNI), padahal seharusnya memiliki standar itu. Keuntungan menggunakan SNI sangat banyak, di antaranya: Melindungi keselamatan pengguna produk, kesehatan dan lingkungan hidup serta persaingan dan tingkat mutu produk. Sampai saat ini SNI ditetapkan secara sukarela dan tidak diwajibkan. Namun, jika produk itu menyangkut keselamatan dan kesehatan penggunaannya, maka SNI menjadi wajib...”. (Sukarmanto, 59 th).

Menurut analisis kami bahwa SNI perlu ditingkatkan supaya terjadi perdagangan fair,

menentukan produk dalam negeri yang bermutu sehingga dapat bersaing di pasar global serta dapat meningkatkan nilai tambah produk. Dengan adanya SNI konsumen dapat terlindungi dari produk impor yang mutunya kurang baik. Dia mengakui, bahwa belum banyak SNI yang menjadi acuan mutu dalam perdagangan internasional, misalnya, *Standart International Rubber* (SIR) yang diakui pasar internasional.

Sedangkan kebanyakan produk industri lainnya masih tergantung pada standar yang ditetapkan oleh negara tujuan ekspor. Bahkan, beberapa produk ekspor Indonesia mengalami penolakan karena tidak memenuhi standar internasional, misalnya komoditas udang. Karena itu, SNI diharapkan dapat menampilkan citra produk Indonesia di pasar Internasional. Dengan citra mutu baik akan memudahkan produk Indonesia menembus pasar Internasional. Perusahaan pengguna SNI harus konsisten menjaga mutu produknya bukan hanya sisi fungsional produk, melainkan juga sisi proses, konsumsi, pengiriman dan komunikasi. Sebab, dalam perdagangan internasional tidak hanya terbatas pada desain, harga dan kualitas, namun juga pada metode pengadaan bahan baku, proses pembuatan serta pengemasan.

### **Transformasi dari Budaya Tradisional ke Budaya Petani-Industri**

Komoditas kopi adalah komoditas andalan ekonomi bisnis yang prospektif. Pemerintah, pelaku usaha kopi dan perbankan harus melakukan upaya-upaya konkret untuk meningkatkan kesejahteraan petani. Karena itu, perlu membangun proyek kemitraan terpadu di antara ketiga komponen tersebut. Pola kemitraan yang disertai dengan transformasi budaya. Transformasi budaya petani dari petani yang berorientasi pada tradisional ke modern yakni pada budaya petani pertanian yang berbasis industry.

Pak Heri Cahyo (FUKJ) pada 28 November 2019 menyampaikan kepada peneliti sebagai berikut:

*"...petani harus ditransformasi pengetahuan dan orientasinya, yang tadinya hanya tradisional maka harus diajari bagaimana menjadi petani yang berorientasi ekspor, industry dan modern... karena itu proyek kemitraan harus dibangun, apa itu proyek kemitraan? Adalah sebuah proyek yang melibatkan usaha besar atau usaha kecil*

*termasuk petani dan melibatkan pihak perbankan..."* (Heri, 29 th).

Proyek Kemitraan Terpadu (PKT) merupakan program kemitraan terpadu yang melibatkan usaha besar atau perusahaan (inti), usaha kecil atau petani (plasma) dengan melibatkan perbankan sebagai pemberi kredit dalam suatu ikatan kerjasama yang dituangkan dalam Nota Kesepakatan. Pemerintah ikut memfasilitas dengan memberikan berbagai program kebijakan yang mendorong terwujudnya kemitraan tersebut. Tujuannya meningkatkan kelayakan plasma, meningkatkan keterkaitan dan kerjasama yang saling menguntungkan antara inti dan plasma, serta membantu bank dalam meningkatkan kredit usaha kecil secara lebih aman dan efisien.

Maka dapat disimpulkan bahwa, dalam analisa penelitian ini adalah proyek PKT ini merupakan kerjasama kemitraan dalam bidang usaha yang melibatkan tiga unsur, yaitu: Petani atau kelompok tani atau usaha kecil, pengusaha atau eksportir, bank pemberi kredit. Masing-masing pihak memiliki peranan di dalam PKT yang sesuai dengan bidang usahanya. Hubungan kerjasama antara kelompok petani/ usaha kecil dengan pengusaha atau eksportir dalam PKT, dibuat seperti halnya hubungan antara plasma dengan inti di dalam pola Perusahaan Inti Rakyat (PIR). Petani/ usaha kecil merupakan plasma dan perusahaan/ eksportir sebagai inti. Kerjasama kemitraan ini kemudian menjadi terpadu dengan pihak bank yang memberi bantuan pinjaman bagi pembiayaan usaha petani plasma. Proyek ini disiapkan dengan mendasarkan pada adanya saling berkepentingan di antara semua pihak yang bermitra.

Pak Isdarmawan (63) Eksportir Kopi dan juga Pak Misbachul Munir SP (48 th) adalah Sarjana Pertanian, Petani, Aktivis Perkopian saat ini sebagai Ketua Asosiasi Petani Kopi Jawa Timur, sepakat proyek kemitraan sebagai model pola kerjasama yang saling menguntungkan, sebagai berikut:

Isdarmawan:

*"...bagus ide itu cocok untuk pengembangan usaha kopi kedepan.... Petani harus ditransformasi dari hanya sekedar panen harus diajarkan membangun jejaring juga berfikir maju alias mikir kedepan modern, dan bahkan petani bila perlu bisa eksor dan punya pabrik industry pengolahan kopi...."* (Isdarmawan, 63 th).



Hal yang sama, Pak Misbachul Munir (48 th), mengatakan:

“...Harus dibudayakan. Menjadi budaya baru dalam kemajuan petani yaitu orientasi kedepan modern, dan visioner...” (Munir, 48 th).

Hal yang sama juga dikuatkan oleh statement dari Pak Nurul Huda (44 th) adalah petani kopi dari Bondowoso, sebagai berikut:

“... kayak saya gini ini harus banyak belajar dan berfikir maju, coba-coba meninggalkan budaya lama dan saya ganti cara fikir saya dengan mengganti budaya baru yaitu harus modern, pertanian di arahkan ke ranah industri...” (Munir, 48 th).

Hasil wawancara dengan para narasumber, kami berkesimpulan bahwa proyek PKT ini polanya harus berbeda dengan pola Proyek Perkebunan Inti Rakyat (PIR) yang dinilai mempersubur fenomena kegagalan pasar (*market failures*) yang ditunjukkan oleh struktur pasar yang sangat tidak sehat. Perusahaan Inti yang semula diharapkan bisa membina petani plasma, justru memanfaatkan power yang dimilikinya untuk menciptakan struktur pasar monopsonis. Perusahaan sebagai inti menjadi penentu harga (*price determinant*) untuk produk yang dihasilkan petani plasma, sedangkan para petani plasma hanya menjadi penerima harga (*price taker*) karena kemampuan tawar yang demikian rendah.

## KESIMPULAN

1. Dalam mengembangkan usaha dan pemasaran kopi perlu dilakukan sebuah alternatif dan strategi yang mendorong agar perkembangan usaha perkopian nasional, khususnya di Jawa Timur adalah dengan melakukan;
  - a. Revitalisasi perkebunan
  - b. Dukungan permoalan
  - c. Nilai tambah kopi (*value added*), dan,
  - d. Peningkatan produktifitas dan mutu dan kualitas SDM.
2. Upaya lain yang penting dalam penelitian ini adalah pentingnya sebuah nilai transformasi bagi pertanian kopi, transformasi yang semula menganut budaya tradisional yakni stagnan berkuat hanya menghasilkan panen buah kopi, maka perlu di transformasi menjadi petani modern yaitu pertanian yang berbasis industri.

## Implikasi Praktis

Diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a) Diharapkan menjadi bahan pemikiran kebijakan Pemerintah Pusat, khususnya Pemerintah Provinsi Jawa Timur mengenai pemetaan ulang kondisi pertanian dan khususnya petani kopi rakyat.
- b) *Review* berbagai kebijakan pengembangan pemasaran dan pemberdayaan petani kopi dan usaha eksportir pada komoditas tersebut; serta juga agar mengadopsi dan modifikasi pola-pola yang telah dikembangkan subsektor lain yang telah terbukti efektif; Lebih mempertimbangkan partisipasi, potensi, dan kearifan masyarakat lokal guna mensejahterakan masyarakat Indonesia, khususnya masyarakat Jawa Timur.

## Implikasi Bagi Riset Kedepan

Untuk riset ke depan, riset ini dapat dilanjutkan dengan melakukan riset dalam konteks kebijakan, peluang dan tantangan mengembangkan usaha perkopian dengan skala usaha UKM, Koperasi, PT dan lainnya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, Bustanul. (2004). Analisis Ekonomi Pertanian Indonesia, Kompas.
- Bryson, John. (2005). Perencanaan Starategis bagi Organisasi Sosial, Pustaka Pelajar, Yogyakarta.
- Chambers, Robert (1996). Memahami Desa Secara Partisipatif, Kanisius, Yogyakarta.
- Darmawan Salma. (1995). Arah Perubahan Sosial di Pedesaan Pasca Revolusi Hijau (Analisis 1, CSIS).
- Durkheim, Emile (1964). The Devision of Labour in Society, Free Press, Now York.
- Durkheim, Emile. (1990). Pendidikan Moral Suatu Studi Teori dan Aplikasi Sosiologi Pendidikan, Jakarta. Erlangga.
- Inkeles, Alex. (1985). Menuju Suatu Defenisi Mengenai Sosiologi: Tata Sosial, Keteraturan Sosial, dan Perubahan Sosial, dalam Kamanto Sunarto (Ed.). Pengantar Sosiologi: Suatu Bunga Rampai (hlm.32-37). Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.

- Juster, F Thomas (1974). *Education, Income and Human Behavior*, McGraw Hill Book Company, New York.
- Kartasasmita, Ginanjar. (1996). *Membangun Pertanian Abad Ke-21 Menuju Pertanian Yang Berkebudayaan Industri*. Bappenas, Jakarta.
- Nugraha, Arief (2019). *Opini: Membuat Kopi Indonesia lebih Berjaya*, from Available: <https://ekonomi.bisnis.com/read/20190422/99/914050/opini-membuat-kopi-indonesia-lebih-berjaya> diakses pada 30/01/2020
- Ronald Coase. (1992). *The Institutional Structure of Production*". *American Economic Review*, September.
- Wawancara dengan Bapak Heri Cahyo Bagus MM (Forum Urusan Kopi Jawa Timur) pada 10 November 2019
- Wawancara dengan Bapak Isdarmawan Asrikan, MBA (Eksportir Kopi), pada 11 November 2019
- Wawancara dengan Bapak dr. Utama Sughandi (Ketua GAEKI), pada 11 November 2019
- Wawancara dengan Bapak Ir. Sukri (Manajer Kebun Kopi, PT. Indoco Jaeyen Tulungagung), pada 21 November 2019
- Wawancara dengan Bapak Sukarmanto (Petani Kopi dari Tulungagung), pada 21 November 2019
- Wawancara dengan Bapak Nurul Huda (Petani Kopi dari Bondowoso), pada 21 November 2019
- Wawancara dengan Bapak Ir. Sukri (Manajer Kebun Kopi, PT. Indoco Jaeyen Tulungagung), pada 21 November 2019
- Wawancara dengan Bapak Abdul Ghofur (Petani Kopi dan Dewan Kopi Jawa Timur), pada 29 November 2019
- Wawancara dengan Bapak Misbachul Munir (Petani, Aktivistis, dan Ketua Asosiasi Petani Kopi), pada 12 Desember 2019
- Zakaria, Saidah (1974). *Definisi Masyarakat Tani-Satu Tinjauan dalam Manusia dan Masyarakat*. University of Malaya
- Zakki, Muhammad. (2007). *Kopi Ekspor: Integrasi Industri Hulu-Hilir*. Lembaga Penelitian dan Penerbitan Provinsi Jawa Timur, Surabaya