

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Gaya hidup pada zaman modern ini menuntun masyarakat untuk mengkonsumsi makanan dan minuman berkualitas. Salah satu contoh produk yang sangat diperhatikan kualitasnya adalah kopi. Rasa dan aromanya yang khas menjadikan komoditas ini diminati oleh masyarakat dunia secara luas. Konsumen bersedia membayar lebih (*premium fee*) untuk mendapatkan kopi dengan rasa dan aroma yang khas, seperti kopi luwak. Rasa dan aroma kopi yang khas hanya bisa didapatkan jika kopi diproduksi dengan cara yang berkualitas.

Terkait dengan terjadinya modernisasi pertanian, termasuk di dalamnya komoditas kopi, dalam beberapa tahun terakhir ekonomi kopi mengalami perubahan secara global. Perubahan ini dipicu oleh meluasnya sistem sertifikasi dan labelisasi produk, yang tidak hanya terjadi pada komoditas kopi, tetapi juga pada komoditas pertanian lainnya. Masyarakat dunia mulai menyadari bahwa penting untuk menetapkan standar sosial dan standar lingkungan pada setiap produk pertanian, termasuk kopi. Standar inilah yang dapat menjamin keberlanjutan kualitas lingkungan hidup serta ekonomi kopi itu sendiri.

Sebagai negara penghasil dan pengeksport kopi keempat terbesar di dunia setelah Brasil, Vietnam, dan Colombia sebagaimana tersaji dalam Tabel 1 (Tabel 32

mengenai rata-rata produksi terlampir), Indonesia memiliki potensi besar dalam meningkatkan cadangan devisa negara melalui ekspor kopi. Potensi ini akan semakin tajam apabila didukung jumlah produksi yang stabil dan kualitas yang terus ditingkatkan.

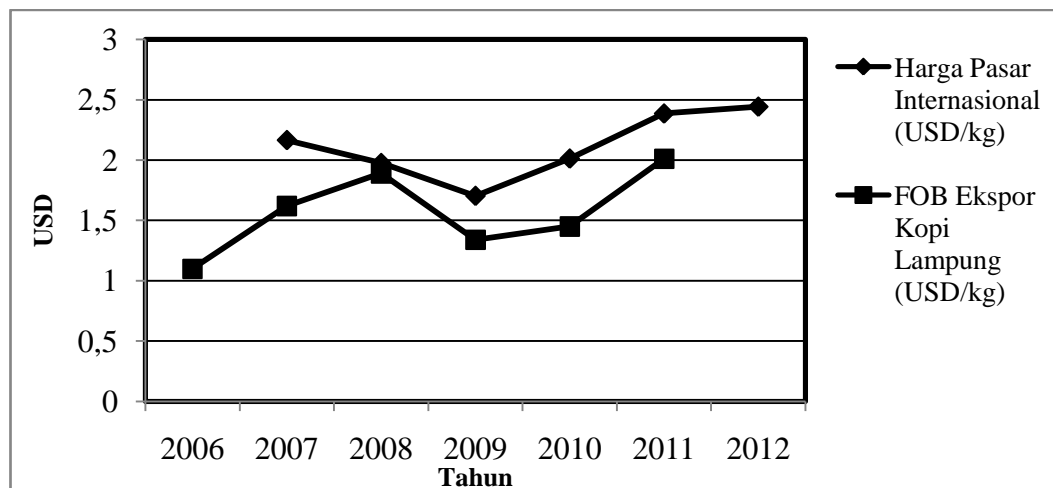
Tabel 1. Rata-rata total ekspor kopi oleh negara pengekspor terbesar selama tahun 2007-2011

No	Negara	Jumlah (ton)	Persentase (%)
1	Brazil	2.000.000	31
2	Vietnam	1.000.000	17
3	Colombia	464.000	9
4	Indonesia	376.000	6

Sumber : Fairtrade Foundation, 2012

Potensi besar pada ekspor kopi sebagai solusi peningkatan pendapatan negara juga didasarkan pada kenaikan harga kopi secara terus menerus dan signifikan di pasar internasional pada beberapa tahun terakhir. Hal ini dapat dilihat pada Gambar 1. Pada gambar tersebut dapat diketahui bahwa harga kopi internasional pada empat tahun terakhir telah mengalami kenaikan signifikan. Kenaikan harga ini mempertegas potensi kopi untuk dikembangkan agar dapat meningkatkan pendapatan negara.

Keadaan ini juga ditunjang dengan luasnya areal produksi kopi yang tersebar di beberapa tempat di Indonesia, yaitu sebesar 1.308.000 ha (Kementerian Pertanian, 2012) seperti yang dapat disimpulkan dari Tabel 2. Dari total luas perkebunan kopi Indonesia tersebut, perkebunan rakyat lah yang mendominasi. Lebih dari 90% luas areal maupun produksi total kopi Indonesia dihasilkan oleh perkebunan rakyat.



Sumber : indexmundi.com, 2012 dan BPS, 2012

Gambar 1. Harga kopi Robusta

Walaupun merupakan komoditas yang didominasi oleh peran rakyat, kopi telah mampu menjadi salah satu komoditas ekspor andalan di samping udang, teh, dan beberapa komoditas pertanian lainnya. Dalam beberapa tahun terakhir, *share*-nya semakin menunjukkan perbaikan terhadap ekspor sektor pertanian. Tahun 2010, *share* kopi pada ekspor sektor pertanian mencapai 16,24%. Meskipun terus meningkat, menurut BPS (2011) perkembangan komoditi ini lamban, antara lain dikarenakan selain diberlakukannya sistem kuota, juga banyaknya negara pesaing.

Tabel 2. Luas areal dan produksi perkebunan kopi menurut penguasaan lahan di Indonesia

Tahun	Luas (ha)			Total Luas	Produktivitas (ton/ha)		
	Perkebunan Rakyat	Perkebunan Besar Negara	Perkebunan Besar Swasta		Perkebunan Rakyat	Perkebunan Besar Negara	Perkebunan Besar Swasta
2007	1.423.429	23.721	28.761	1.475.911	0,458	0,575	0,365
2008	1.236.842	22.442	35.826	1.295.110	0,542	0,772	0,300
2009	1.217.506	22.794	25.935	1.266.235	0,537	0,631	0,551
2010	1.219.802	22.738	25.936	1.268.476	0,537	0,633	0,551
2011	1.254.921	23.167	29.912	1.308.000	0,541	0,626	0,506

Sumber: Ditjen Perkebunan, Kementerian Pertanian, 2012

Sudah sejak lama pasar dunia menaruh minat yang tinggi pada kopi asal Indonesia karena adanya kekhasan aroma dan rasa. Di lain hal, petani kopi Indonesia, yang didominasi oleh pekebunan rakyat berskala kecil, masih sulit menjawab permintaan tersebut akibat terbentur ketiadaan sertifikat dan label produk. Tanpa kedua hal tersebut, akan sulit bagi pasar dunia, terutama di negara-negara maju, untuk menerima suatu produk karena dianggap tidak memiliki jaminan mutu. Sebagai akibatnya, masyarakat dunia, terutama Eropa, kini banyak mengalihkan permintaannya ke negara lain yang merupakan pesaing sebagai produsen kopi.

Lampung sebagai sentra produksi kopi nasional kedua terbesar (Tabel 33 tentang kontribusi produksi kopi Lampung terlampir) seharusnya dapat memanfaatkan peluang ini. Ditambah lagi peluang dengan adanya Pelabuhan Internasional Panjang yang dapat mempermudah proses pengirimana barang ke luar negeri. Faktor ini dapat menggambarkan bahwa jika dari segi kualitas Lampung dapat memenuhi permintaan konsumen dunia maka Lampung akan mendapatkan tempat di hati konsumen internasional.

Areal perkebunan Kopi Robusta mendominasi tingkat produksi sektor pertanian propinsi Lampung. Dominasi tercermin dari luas perkebunan kopi yang menempati posisi pertama seluas 163.123 ha dengan jumlah produksi 144.803 ton, disusul oleh luas lahan kelapa sawit di peringkat kedua dengan luas 157.723 ha (Tabel 34 mengenai luas areal dan jumlah produksi komoditas pertanian Lampung terlampir). Selanjutnya, komoditas yang memiliki areal terluas di propinsi Lampung adalah kelapa (128.076 ha), tebu (113.779 ha), dan karet (112.183 ha). Luasan tersebut juga cenderung stabil jika dibandingkan dengan tahun-tahun sebelumnya. Dengan begitu dapat dikatakan bahwa masih banyak

rakyat yang merasakan manfaat dari melaksanakan usahatani kopi sehingga tetap bersedia memproduksi komoditas yang sama.

Bila dibandingkan data yang menunjukkan luas total perkebunan kopi Lampung tahun 2010 sebesar 163.123 ha (tabel luas areal dan jumlah produksi komoditas pertanian propinsi Lampung terlampir) dengan Tabel 3, dapat diketahui bahwa pada tahun 2010 seluruh perkebunan kopi yang ada di Provinsi Lampung dikuasai oleh perkebunan rakyat. Dalam skala nasional pun, perkebunan kopi rakyat yang ada di Lampung memiliki *share* yang cukup tinggi yakni 12,86% pada tahun 2010. Perkebunan rakyat dicirikan dengan pengelolaan dilakukan oleh banyak petani, produktivitas rendah, dan mutu kopi yang dihasilkan rendah. Hal tersebut menunjukkan bahwa urgensi untuk dapat meningkatkan mutu kopi sangat tinggi. Upaya ini sejalan dengan tujuan untuk meningkatkan kesejahteraan petani kecil. Kopi yang merupakan tanaman tahunan, memiliki jeda waktu yang cukup panjang antara pengeluaran dan pendapatan petani. Dengan demikian, solusi untuk meningkatkan pendapatan petani melalui efisiensi usahatani perlu ditemukan.

Tabel 3. Luas areal perkebunan kopi rakyat di Propinsi Lampung

Tahun	Luas Areal (ha)		<i>Share</i> Perkebunan Rakyat Lampung (%)
	Perkebunan Rakyat Lampung	Total Perkebunan Nasional	
2006	163.837	1.263.203	12,97
2007	163.893	1.475.911	11,10
2008	162.830	1.295.110	12,57
2009	162.954	1.266.235	12,87
2010	163.123	1.268.476	12,86

Sumber: BPS, 2011

Kopi tetap menjadi komoditas unggulan di sektor Pertanian Lampung sampai tahun 2011. Pada Tabel 4 dapat dilihat bahwa nilai ekspor kopi (nilai *Free on*

Board) mengalami peningkatan sebesar 7,25% walaupun secara bobot menurun 22,35% (dari 253.739 ton menjadi 196.565 ton). Hal ini menunjukkan bahwa jika Lampung dapat meningkatkan volume produksi kopi yang sesuai dengan standar ekspor, maka kontribusi ekspor kopi terhadap pendapatan nasional akan semakin baik karena nilai ekspor kopi terus meningkat.

Tabel 4. Perkembangan volume dan nilai FOB ekspor kopi Lampung

Tahun	Volume Ekspor (kg)	Kontribusi terhadap Volume Ekspor Sektor Pertanian (%)	Nilai FOB (USD)	Kontribusi terhadap FOB Sektor Pertanian (%)
2006	266.140.684	72,5	291.644.119	51,1
2007	189.932.169	68,2	308.615.978	53,2
2008	326.085.383	72,4	615.121.378	58,0
2009	348.208.475	74,3	467.599.155	56,6
2010	253.739.947	67,3	368.240.364	45,9
2011	196.565.431	60,0	394.952.227	41,2

Sumber: BPS, 2012

Perlunya meningkatkan produksi yang sesuai dengan permintaan pasar internasional adalah untuk menghindari ditolaknya kopi Indonesia di pasar luar negeri. Alasan lain adalah untuk mendapatkan tempat di hati konsumen internasional. Dengan adanya loyalitas dari konsumen, maka akan timbul kesediaan untuk membayar lebih. Hal ini sesuai dengan teori ekonomi permintaan, dimana permintaan dipengaruhi oleh lima faktor, salah satunya adalah selera konsumen (T). Semakin tinggi selera konsumen terhadap suatu barang, dalam hal ini kopi, semakin tinggi pula kesediaan untuk membayar. Harga kopi di suatu negara dengan negara lain akan dapat berbeda karena adanya perbedaan selera ini. Apalagi masyarakat Eropa dan negara pecinta kopi lainnya yang sudah termasuk kategori negara maju akan bersedia membayar dengan

harga yang lebih tinggi jika kualitas kopi yang dikirimkan sesuai dengan standar yang mereka tetapkan.

Menurut Simatupang dan Purwanto (1999) dalam Andriyanti (2005), untuk memperoleh biji kopi yang berkualitas baik, diperlukan kesepakatan antara pihak-pihak yang terkait, yakni pihak produsen, pedagang perantara, eksportir maupun pabrik kopi di negara importir. Kesepakatan itu berisi dasar-dasar atau syarat-syarat untuk memperoleh biji kopi yang baik, seperti tidak tercampur dengan biji cacat dan kotoran yang akan merusak mutu kopi. Hal ini sejalan dengan tujuan untuk meningkatkan mutu kopi sebagaimana yang telah diungkapkan sebelumnya demi mencapai efisiensi usahatani yang lebih baik.

Pada umumnya kopi yang dijual petani di Provinsi Lampung adalah kopi mutu *non-grade* (mutu asalan). Oleh karena itu untuk memperbaiki kualitas kopi rakyat, pemerintah dalam hal ini Dinas Perkebunan dan Kehutanan bekerjasama dengan Asosiasi Eksportir Kopi Indonesia (AEKI) dan beberapa pihak mitra melakukan pelatihan pada petani kopi, baik yang berkaitan dengan teknik budidaya, manajemen maupun pascapanen (Agustian dkk, 2003 dalam Andriyanti, 2005). Salah satu pihak mitra yang terlibat dalam pembinaan petani ini adalah PT Nestlé Indonesia, produsen kopi instant 'Nescafé'. Rendahnya skala pengusahaan lahan serta cara budidaya yang masih sangat tradisional menyebabkan mutu kopi yang dihasilkan petani kopi di Kabupaten Tanggamus masih tergolong rendah. Berangkat dari permasalahan rendahnya mutu, PT Nestlé berinisiatif melakukan pembinaan melalui konsep kemitraan. Melalui

Agrucultural Service Department, Nestlé melakukan pembinaan yang berbasis sistem verifikasi 4C (*Common Code for Coffee Community*).

Program pembinaan (pelayanan pertanian) Nestlé dimulai sejak tahun 1995.

Konsep kemitraan dan pembinaan yang dikembangkan Nestlé adalah memberikan penyuluhan-penyuluhan dan pelatihan-pelatihan melalui demo plot (laboratorium lapang) yang diorientasikan pada peningkatan mutu dan produksi kopi rakyat, dalam aspek *pertama* budidaya perkebunan dan penanganan pascapanen kopi, *kedua*, pengetahuan tentang sistem pengujian mutu kopi, dan *ketiga* adalah pengembangan sumberdaya manusia melalui pembentukan kelembagaan petani serta penyuluhan dan pelatihan manajemen organisasi petani. Untuk meningkatkan semangat petani, Nestlé juga menyiapkan penghargaan yang diberikan pada acara tertentu yang berkaitan dengan materi pembinaan.

Sistem sertifikasi kopi dunia mulai merebak pada tahun 2008. Sehingga, sejak tahun 2010 Nestlé mulai melaksanakan verifikasi kepada para petani kopi yang telah mengikuti pembinaan agar memiliki sertifikat dan nilai kopi akan meningkat di pasar internasional. Verifikasi merupakan suatu sistem yang memiliki standar di bawah sertifikasi. Jika sertifikasi hanya memiliki 2 kategori penilaian, yaitu diterima atau ditolak, maka verifikasi masih memiliki kategori ketiga yaitu dapat diterima dengan persyaratan peningkatan kualitas yang terus dilakukan agar dapat lulus standar. Verifikasi dilakukan langsung oleh Asosiasi 4C yang diwakili pelaksanaannya oleh Control Union.

B. Perumusan Masalah

Verifikasi merupakan suatu proses penilaian dan pembuktian apakah petani tersebut telah melaksanakan kesepakatan-kesepakatan yang ditetapkan dalam suatu badan verifikasi. Verifikasi 4C dilakukan dengan menggunakan kriteria dimensi sosial, dimensi ekonomi, dan dimensi lingkungan. Pembinaan yang dilakukan Nestlé bertujuan untuk membantu petani agar dapat lolos verifikasi. Sejauh ini, hasil dari adanya pembinaan dan verifikasi petani menunjukkan adanya perubahan positif terhadap produktivitas dan mutu kopi yang dihasilkan petani. Namun, sejauh mana perbaikan mutu ini perlu dikaji lebih lanjut melalui persepsi petani sebagai produsen serta sebagai anggota pembinaan.

Perubahan dari adanya sistem ini berdampak positif terhadap perusahaan.

Namun, falsafah utama yang diberlakukan di seluruh pabrik Nestlé di seluruh dunia adalah Nestlé tidak memproduksi sendiri bahan baku yang dibutuhkannya melainkan harus memperolehnya dari produsen setempat. Berarti bahwa, Nestlé akan tumbuh dan berkembang bersama dengan komunitas penghasil bahan baku lokal. Sehingga diharapkan pabrik-pabrik Nestlé dapat memberikan dampak yang positif bagi masyarakat sekitarnya.

Mengacu kepada falsafah tersebut, perlu adanya kajian lebih lanjut mengenai perubahan positif yang terjadi pada petani kopi yang mendapatkan binaan itu sendiri sebagai subjek dari program verifikasi 4C. Manfaat yang dikaji tersebut sesuai dengan kriteria 4C, yaitu manfaat dari segi ekonomi, sosial, dan lingkungan, serta mutu kopi yang dihasilkan. Manfaat dari segi ekonomi dapat berupa peningkatan pendapatan dan kelayakan usahatani secara finansial.

Manfaat ini perlu dikaji secara kuantitatif agar terlihat sejauh mana perbedaan kelayakan usahatani antara petani yang melakukan verifikasi dan tidak.

Pada akhirnya, untuk melihat manfaat program secara umum dan langsung kepada subjek adalah dengan mengetahui persepsi petani terhadap manfaat verifikasi ini terhadap semua aspek 4C, yaitu manfaat terhadap lingkungan, ekonomi, sosial, dan tentu saja mutu kopi. Persepsi petani dapat ditinjau dari segi manfaat pembinaan secara langsung terhadap kegiatan produksi dan pengaruhnya terhadap mutu, maupun persepsi petani atas perubahan-perubahan yang terjadi di lingkungan dan masyarakat setelah verifikasi dilaksanakan. Dengan demikian diharapkan penelitian ini dapat mengkaji manfaat dari sudut pandang pihak yang menjadi subjek utama program verifikasi, yaitu petani kopi.

Berdasarkan uraian di atas, terdapat beberapa permasalahan yang dibahas dalam penelitian ini, yaitu :

- 1) Apakah program pembinaan dan verifikasi memberikan manfaat finansial bagi petani kopi?
- 2) Apakah menurut persepsi petani program pembinaan dan verifikasi kopi dapat memberikan manfaat sosial, lingkungan, dan ekonomi?
- 3) Apakah menurut persepsi petani program pembinaan dan verifikasi kopi dapat meningkatkan mutu kopi yang dihasilkan?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan, maka penelitian ini bertujuan untuk:

- 1) Mengkaji manfaat finansial program pembinaan dan verifikasi kopi

- 2) Mengkaji manfaat sosial, ekonomi, dan lingkungan menurut persepsi petani dari program pembinaan dan verifikasi kopi
- 3) Mengkaji persepsi petani tentang manfaat program pembinaan dan verifikasi kopi dalam meningkatkan mutu kopi

D. Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi :

- 1) Pemerintah, para pemangku kepentingan, serta pelaku sistem pembinaan dan verifikasi produk, sebagai masukan dan bahan pertimbangan dalam penentuan dan perumusan kebijakan terkait upaya peningkatan mutu kopi melalui sistem verifikasi produk.
- 2) Peneliti lain, sebagai informasi dan bahan referensi dalam melakukan penelitian lain yang sejenis.