

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kopi merupakan salah satu produk pertanian unggulan Provinsi Lampung dengan jangkauan pemasaran mencakup dalam (lokal) dan luar negeri (ekspor). Kopi juga merupakan tanaman tahunan yang menjadi sumber pendapatan perkebunan sebagian besar masyarakat petani Lampung. Keberadaan kopi di Lampung menambah daftar kekhasan Lampung sebagai daerah penghasil produk pertanian selain kelapa sawit, tebu, kelapa, kakao dan karet. Berdasarkan luas tanam pada Tabel 1, luas lahan kopi di Lampung pada tahun 2014 menduduki lahan perkebunan terluas kedua setelah kelapa sawit dengan luas 172.174 hektar selanjutnya diduduki oleh karet (133.168 ha), kelapa (130.331 ha), dan tebu (117.344ha) (Disbun Lampung, 2014).

Tabel 1. Urutan komoditas perkebunan Provinsi Lampung berdasarkan luas areal tanam tahun 2011-2013

No	Komoditas	Luas Lahan (ha) 2011	Luas Lahan (ha) 2012	Luas Lahan (ha) 2013
1	Kopi	161.677	163.123	172.174
2	Kelapa	128.076	130.153	130.331
3	Karet	112.183	123.624	133.168
4	Tebu	113.779	107.903	117.344
5	Kelapa sawit	157.723	194.616	196.553
6	Kakao	45.114	50.401	53.832
7	Lada	63.679	73.753	76.509

Sumber: Dinas Perkebunan Lampung, 2013

Produksi kopi di Lampung yang mencapai 134.700 ton pada 2013 dan terus meningkat hingga tahun 2014 memberikan kontribusi tertinggi terhadap total produksi kopi nasional dibandingkan produksi kopi di provinsi lainnya.

Peningkatan produksi kopi di Lampung yang cukup tinggi tersebut mempengaruhi peningkatan persentase terhadap produksi kopi nasional yang sebelumnya hanya berkontribusi sebesar 22,06 % pada tahun 2012 dan kini mencapai angka 26,00 % pada tahun 2014 yang di sajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Kontribusi rata-rata sentra produksi kopi terhadap total produksi kopi nasional beserta produktivitas tahun 2014

No	Provinsi	Produksi (%)	Produktivitas (kg/ha/th)
1	Lampung	26,00	1.001
2	Sumatera Selatan	21,03	652
3	Bengkulu	8,49	746
4	Sumatera Utara	8,38	1.022
5	NAD	7,26	1.156
6	Sulawesi Selatan	5,40	734

Sumber: Ditjen Perkebunan 2014

Kabupaten Tanggamus merupakan salah satu daerah di Provinsi Lampung yang mengusahakan kopi dengan jumlah petani yang bekerja disektor pertanian sebanyak 1.420.000,61 jiwa dan terbanyak pada subsektor perkebunan sebesar 873.000,08 jiwa (Sensus Pertanian Tanggamus, 2013). Kecamatan Pulau Pangung yang terletak di Kabupaten Tanggamus adalah wilayah sentra kopi yang sudah dikenal secara luas dengan total lahan seluas 6.099 hektar kopi yang disajikan pada Tabel 3.

Tabel 3. Luas areal, produksi, dan tingkat produktivitas kopi Kabupaten Tanggamus Tahun 2013

No	Kecamatan	Luas Areal (Hektar)	Produksi (Ton)	Produktivitas (Kg/Ha)
1	Wonosobo	2.241	1.5	806,89
2	Semaka	415	4.42	1.3
3	Bandar Negeri Semuong	805	451,30	6.92
4	Kota Agung	325	234,80	860,07
5	Pematang Sawa	1.624	1.500	846,15
6	Kota Agung Barat	215	150	898,20
7	Kota Agung Timur	352	155	775
8	Pulau Panggung	6.099	3.901,5	741,59
9	Ulu Belu	5.411	2.799,99	622,22
10	Air Nanigan	5.127	654,25	155,7
11	Talang Padang	218	125	856,16
12	Sumberejo	1.647	1.500	977,2
13	Gisting	1.198	580,18	519,97
14	Gunung Alip	1.18	108,53	109,08
15	Pugung	5.864	7.489,90	1546,56
16	Bulok	2.247	640	696,41
17	Cukuh Balak	3.376	2.886,99	1.003,82
18	Kelumbayan	251	155	671
19	Limau	1.34	630	700
20	Kelumbayan Barat	445	250	657,89
Jumlah		40.38	24.252,07	741,79

Sumber: Badan Pusat Statistik Kabupaten Tanggamus, 2013

Keunggulan kopi Lampung yang sudah menjadi ciri melekat ialah rasa dan aroma yang menonjol, karena dua hal tersebut kopi Lampung memiliki tempat tersendiri dihati pecinta kopi. Pecinta kopi tidak hanya berasal dari dalam wilayah Indonesia saja, tetapi juga berasal dari mancanegara. Negara tujuan ekspor kopi Indonesia masih didominasi oleh negara-negara Eropa, USA, dan beberapa negara Asia seperti Jepang, Malaysia, Korea Selatan, Taiwan, Pilipina, Singapura dan beberapa negara Afrika seperti Afrika Selatan, Mesir dan UEA (Ditjen

Perdagangan Luar Negeri, 2011) yang mengkonsumsi kopi lebih banyak dibandingkan masyarakat Indonesia sendiri.

Jumlah ekspor kopi setiap tahunnya terus meningkat seiring perkembangan permintaan dunia terhadap kopi. Hal tersebut seharusnya menjadi bekal petani untuk dapat memanfaatkan peluang dalam memperbanyak penjualan kopi sekaligus memacu petani untuk meningkatkan produksi kopi (intensifikasi) yang akan memberikan dampak kepada peningkatan pendapatan petani. Berdasarkan data statistik, lebih dari 50% kopi di Indonesia untuk memenuhi kebutuhan ekspor.

Penjualan kopi baik untuk kebutuhan lokal maupun ekspor dihantarkan melalui perantara-perantara dalam saluran pemasaran. Perantara tersebut dapat berupa lembaga maupun individu yang berperan dalam pemasaran kopi. Kecamatan Pulau Panggung yang merupakan wilayah dengan populasi petani kopi tertinggi mengundang banyak para pelaku pemasaran untuk datang dan melakukan transaksi kopi.

Rantai pemasaran kopi di Kecamatan memiliki beberapa alur penjualan, diantaranya penjualan petani kepada tengkulak dan penjualan petani kepada eksportir. Penjualan kopi kepada tengkulak akan diteruskan lebih lanjut baik untuk pedagang pengecer, *home industry*, perusahaan, konsumen (*local*), atau bahkan akan disalurkan kepada eksportir. Sedangkan, penjualan kopi kepada eksportir akan diteruskan sebagai komoditi ekspor ke negara luar yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan kopi dunia sebagai bahan baku yang akan diolah kembali menjadi produk bernilai jual.

Alur penjualan yang berbeda akan berpengaruh kepada harga jual kopi karena pada masing-masing penerima kopi (tengkulak dan eksportir) memiliki standar harga yang berbeda. Harga jual kopi mempengaruhi besarnya pendapatan petani kopi yang akan digunakan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Perkembangan harga jual rata-rata kopi Provinsi Lampung disajikan pada Tabel 4.

Tabel 4. Perkembangan harga jual rata-rata kopi Provinsi Lampung periode Januari-Mei 2013

Periode	Tengkulak	Eksportir
	Harga (Rp)	Harga (Rp)
Januari	15.845	19.366
Februari	16.612	20.000
Maret	17.063	19.800
April	16.383	19.500
Mei	16.000	19.500

Sumber: Dinas Perkebunan Provinsi Lampung, 2014

Tabel 4 memperlihatkan perkembangan harga jual rata-rata kopi ditingkat tengkulak dan eksportir. Harga jual rata-rata kopi tertinggi pada tengkulak yaitu sebesar Rp 17.063,00 dicapai pada bulan Maret sedangkan harga jual rata-rata kopi tertinggi eksportir yaitu sebesar Rp 20.000,00 dicapai pada bulan Februari dan seterusnya harga jual kopi mengalami penurunan.

Petani kopi dapat menentukan besarnya pendapatan yang akan mereka peroleh berdasarkan pilihan alur pemasaran kopi, apakah penjualan dilakukan kepada tengkulak ataupun dilakukan kepada eksportir atau dilakukan kedua-duanya. Harga jual yang diberikan oleh tengkulak tentu saja dibawah harga jual eksportir, seperti yang terdapat di Kecamatan Pulau Pangung yaitu harga jual tengkulak berkisar antara Rp 16.000,00-Rp 20.000,00 sedangkan harga jual eksportir tentu

saja lebih besar yaitu antara Rp 18.000,00- Rp 22.000,00 dan disertai bonus sebesar Rp. 275,00 per kg yang dibayarkan setiap akhir tahun (akumulasi) disajikan pada Tabel 5.

Tabel 5. Perbedaan harga di tingkat tengkulak dan eksportir di Kecamatan Pulau Panggung

Pelaku	Tengkulak	Eksportir
Harga (Rp)	16.000-20.000	18.000-22.000
<i>Fee</i>	Tidak ada	Ada

Sumber: Data Survei Februari-Juni 2014

Walaupun harga jual kopi yang diberikan tengkulak kepada petani sebagian besar dibawah harga jual kopi yang diberikan kepada eksportir, namun masih banyak petani yang cenderung menjual hasil kopinya kepada tengkulak. Kecenderungan tersebut bisa dikarenakan banyak faktor dimana penjualan kepada tengkulak lebih memberikan manfaat yang berarti kepada petani kopi dibandingkan jika petani kopi menjual hasil kopinya kepada eksportir. Manfaat tersebut tentunya dianggap menguntungkan dan mempermudah petani kopi, sehingga petani rela menjual kopinya kepada tengkulak meskipun harga jual yang diterima rendah.

Manfaat terbagi menjadi dua kelompok yaitu manfaat yang dapat diperhitungkan secara moneter dan manfaat yang tidak diperhitungkan. Manfaat yang dapat diperhitungkan adalah nilai ekstrinsik yang berlaku dipasar, sedangkan yang tidak diperhitungkan adalah manfaat *non-use value* yang tidak dipasarkan, dan manfaat ini sebenarnya memberikan nilai ekonomis bagi petani dari alur penjualannya, namun terkadang manfaat ini diabaikan dan benar-benar tidak diperhitungkan.

B. Rumusan Masalah

Provinsi Lampung saat ini memiliki banyak peluang pemasaran karena semakin banyak tengkulak dan eksportir yang melirik kopi di Provinsi Lampung khususnya di Kecamatan Pulau Pangung. Keberadaan kopi kini selain untuk memenuhi kebutuhan lokal (masyarakat Lampung) juga dipasarkan untuk kebutuhan ekspor dalam rangka pemenuhan kebutuhan dunia terhadap kopi. Ketertarikan tengkulak dan eksportir pada kopi di Kecamatan Pulau Pangung akan menjadi peluang bagi petani untuk menentukan alur penjualan hasil kopinya.

Perbedaan alur pemasaran akan membedakan harga jual dan cara pembayaran yang akan diterima petani. Umumnya, harga jual yang ditawarkan oleh eksportir kopi lebih tinggi dibandingkan harga jual yang ditawarkan oleh tengkulak, namun walaupun harga jual yang ditawarkan oleh eksportir tersebut lebih tinggi dibandingkan harga jual tengkulak, justru petani cenderung lebih memilih menjual hasil kopinya kepada tengkulak dibandingkan menjual kepada eksportir, baik keseluruhan hasil kopinya maupun sebagian kepada tengkulak dan sebagian lagi kepada eksportir.

Pemilihan alur pemasaran oleh petani kopi didasarkan pada banyak faktor penyebab yang perlu diketahui lebih lanjut baik penjualan kepada tengkulak maupun penjualan kepada eksportir. Faktor penyebab tersebut perlu diketahui pengaruhnya karena berhubungan dengan keputusan petani memilih alur penjualan kopi. Analisis regresi logit akan digunakan untuk melihat seberapa besar faktor penyebab tersebut berpengaruh nyata terhadap keputusan petani menjual kepada tengkulak dan eksportir. Jumlah kopi yang akan dialokasikan

oleh petani kepada tengkulak ataupun eksportir akan menjadi pertimbangan, karena besaran alokasi tersebut akan mempengaruhi besarnya penerimaan petani.

Petani kopi akan memilih alur pemasaran yang memberikan keuntungan atau manfaat baginya. Manfaat tersebut merupakan manfaat ekonomis akan dikaji melalui metode *Willingness To Pay* (WTP). Penambahan manfaat untuk petani kopi akan memberikan sedikit sumbangan bagi penerimaan petani kopi.

Penerimaan petani kopi berasal dari penjualan hasil kopi baik kepada tengkulak maupun kepada eksportir. Hasil tersebut akan dialokasikan kepada bermacam-macam kegiatan sehari-hari petani. Dalam hal ini pelaku pemasaran memiliki peranan dalam menentukan pendapatan petani, bila performa pelaku pemasaran baik maka pemasaran akan berjalan dengan lancar. Berdasarkan uraian di atas diharapkan penelitian ini dapat mengkaji:

1. Bagaimana keragaan usaha pelaku pemasaran kopi di Kecamatan Pulau Pangung Kabupaten Tanggamus ?
2. Alokasi kopi yang disalurkan dan pola penggunaan hasil penjualan oleh petani kepada tengkulak dan eksportir di Kecamatan Pulau Pangung Kabupaten Tanggamus ?
3. Berapa jumlah manfaat ekonomi yang diperoleh petani saat melakukan penjualan kopi kepada tengkulak dan eksportir di Kecamatan Pulau Pangung Kabupaten Tanggamus ?
4. Faktor-faktor apa saja yang menyebabkan petani kopi mau menjual hasil kopinya kepada tengkulak dan eksportir di Kecamatan Pulau Pangung Kabupaten Tanggamus ?

C. Tujuan

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Mengetahui keragaan usaha pelaku pemasaran kopi di Kecamatan Pulau Pangung Kabupaten Tanggamus.
2. Mengetahui alokasi kopi yang disalurkan dan pola penggunaan hasil penjualan oleh petani kepada tengkulak dan eksportir di Kecamatan Pulau Pangung Kabupaten Tanggamus.
3. Mengkaji manfaat ekonomi yang diperoleh petani kopi saat melakukan penjualan hasil kopinya kepada tengkulak dan eksportir di Kecamatan Pulau Pangung Kabupaten Tanggamus.
4. Mengetahui faktor-faktor yang menyebabkan petani kopi menjual hasil kopinya kepada tengkulak dan eksportir di Kecamatan Pulau Pangung Kabupaten Tanggamus.

D. Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian tersebut diharapkan dapat memberi manfaat sebagai berikut :

1. Pemerintah daerah Kabupaten Tanggamus sebagai pemikiran dalam pengawasan terhadap pemasaran hasil produksi kopi agar mampu meningkatkan harga jual kopi yang berdampak pada kenaikan pendapatan petani kopi.
2. Petani sebagai sumber masukan agar seterusnya dapat menetapkan alur penjualan kopi yang lebih menguntungkan dari segi ekonomi.
3. Peneliti atau pihak lain sebagai bahan perbandingan lebih lanjut.