

II. TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS

A. Tinjauan Pustaka

1. Gambaran Umum Perkebunan Kopi

Perkebunan kopi di Indonesia khususnya di Provinsi Lampung sebagian besar merupakan perkebunan rakyat dengan penerapan teknologi budidaya yang masih terbatas. Bila penerapan teknologi budidaya di perkebunan kopi rakyat tersebut diperbaiki dan produksinya bisa ditingkatkan. Teknologi yang dianjurkan untuk diterapkan adalah teknologi budidaya kopi poliklonal. Ada empat faktor yang menentukan keberhasilan budidaya kopi, yaitu:

- 1) Teknik penyediaan sarana produksi,
- 2) Proses produksi/budidaya,
- 3) Teknik penanganan pasca panen dan pengolahan (agroindustri), dan
- 4) Sistem pemasarannya.

Poin tersebut merupakan kegiatan yang berkesinambungan yang harus diterapkan dengan baik dan benar. Komoditas kopi di dalam era perdagangan bebas berperan sebagai bahan utama industri kopi bubuk dan mutu menjadi penentu daya saing di pasar ekspor maupun dalam negeri. Teknik budidaya yang baik dan sesuai akan menghasilkan mutu produk (biji kopi) yang baik dan sesuai dengan kehendak konsumen. Hal tersebut perlu diperhatikan para pekebun kopi agar usaha taninya

dapat berhasil baik, produksi kopinya tinggi dan pendapatan petani juga tinggi (Balai Besar Pengkajian dan Pengembangan Teknologi Pertanian, 2008).

2. Pasar Kopi

Bagi negara produsen, ekspor kopi merupakan sasaran utama dalam memasarkan produk-produk kopi yang dihasilkan Indonesia. Negara tujuan ekspor adalah negara-negara konsumen tradisional seperti USA, Eropa dan Jepang. Seiring dengan kemajuan dan perkembangan zaman, terjadi peningkatan kesejahteraan dan perubahan gaya hidup masyarakat Indonesia yang akhirnya mendorong terhadap peningkatan konsumsi kopi. Hal ini terlihat dengan adanya peningkatan pemenuhan kebutuhan dalam negeri yang pada awal tahun 90-an mencapai 120.000 ton, dewasa ini telah mencapai sekitar 180.000 ton (AEKI, 2013).

Negara eksportir biji kopi di dunia sangat banyak dengan beragam jenisnya yang diperkirakan ada 38 negara eksportir kopi, begitu pula dengan negara pengimpornya sehingga dapat dianggap pasar kopi internasional bersifat persaingan sempurna. Tahun 2010 negara pengespor kopi terbesar ditempati oleh Brazil dengan pangsa pasar ekspor 27,22%, diikuti Vietnam 18,51%, sedangkan Indonesia menempati urutan ketiga dengan pangsa 6,58%, dan Columbia 6,23 %. Usaha peningkatan ekspor kopi Indonesia di pasar internasional perlu dilakukan tidak hanya memperhatikan aspek produksi, namun juga perlu memperhatikan tingkat persaingan ekspor dengan negara pesaing utamanya (Nuhfil, 2012).

Penjualan kopi dalam ekspor beretujuan memenuhi permintaan kopi di negara luar sebagai bahan baku industri yang akan mengolah kopi lebih lanjut. Permintaan kopi di dalam negeri didominasi oleh permintaan *home industry* lokal, perusahaan

lokal dan kebutuhan konsumen dalam negeri. AEKI, 2013 menyebutkan struktur industri kopi dalam negeri terdiri dari:

a. Industri Kopi Olahan Kelas Kecil (*Home Industry*)

Industri yang tergolong dalam kelompok ini adalah industri yang bersifat rumah tangga (*home industry*) dimana tenaga kerjanya adalah anggota keluarga dengan melibatkan satu atau beberapa karyawan. Produknya dipasarkan di warung atau pasar yang ada disekitarnya dengan *brand name* atau tanpa *brand name*. Industri yang tergolong pada kelompok ini pada umumnya tidak terdaftar di Dinas Perindustrian maupun Dinas POM. Industri pada kelompok ini tersebar diseluruh daerah penghasil kopi.

b. Industri Kopi Olahan Kelas Menengah

Industri kopi yang tergolong pada kelompok ini merupakan industri pengolahan kopi yang menghasilkan kopi bubuk atau produk kopi olahan lainnya seperti minuman kopi yang produknya dipasarkan di wilayah Kecamatan atau Kabupaten tempat produk tersebut dihasilkan. Produknya dalam bentuk kemasan sederhana yang pada umumnya telah memperoleh izin dari Dinas Perindustrian maupun Dinas POM. Industri kopi olahan kelas menengah banyak dijumpai disentra produksi kopi seperti di Lampung, Bengkulu, Sumatera Selatan, Sumatera Utara dan Jawa Timur.

c. Industri Kopi Olahan Kelas Besar

Industri kopi kelompok ini merupakan industri pengolahan kopi yang menghasilkan kopi bubuk, kopi instant atau kopi mix dan kopi olahan lainnya yang di pasarkan diberbagai daerah di dalam negeri atau diekspor. Produk

kemasan yang pada umumnya telah memperoleh nomor Merek Dagang dan atau label lainnya. Beberapa nama industri kopi yang ada di Lampung ini adalah PT Ulue Belu Capcocindo, PT. Nestle Indonesia, PT AHP, PT Asia Makmur, dan PT Nedcoffe dan Armajaro.

3. Pemasaran Kopi

a. Definisi Pemasaran

Berdasarkan definisi sosial, pemasaran adalah suatu proses sosial yang didalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain. Sedangkan pemasaran dalam definisi manajerial, pemasaran sering di gambarkan sebagai “seni menjual produk” (Kotler, 2002). Pemasaran secara luas merupakan penyampaian barang dan jasa dari tangan produsen hingga sampai ke tangan konsumen baik melalui maupun tanpa melalui perantara.

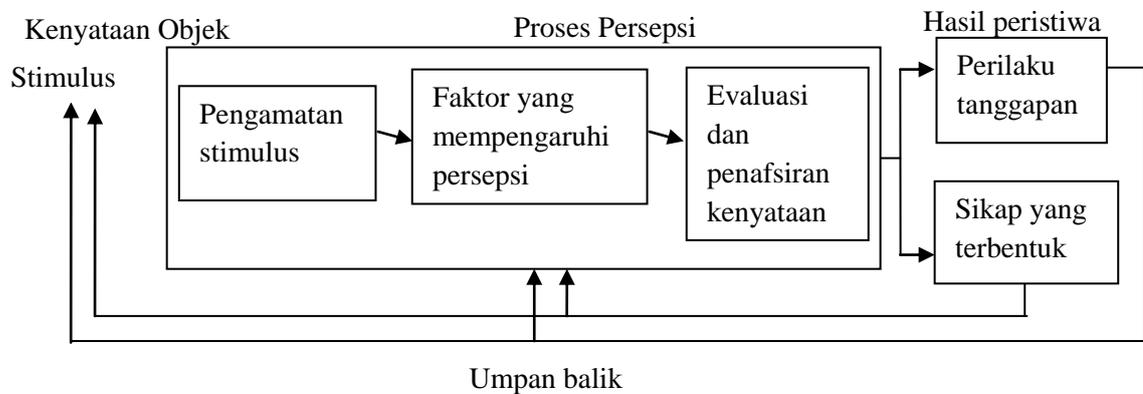
b. Pelaku Pemasaran

Menurut Syafi'i dalam Sutrisno (2009) pelaku atau lembaga perantara yang ikut terlibat dalam proses distribusi komoditas pertanian dapat diklasifikasikan sebagai berikut: (1) tengkulak adalah pembelian hasil pertanian pada waktu panen dilakukan oleh perseorangan dengan tidak terorganisir, aktif mendatangi petani produsen untuk membeli hasil pertanian dengan harga tertentu, (2) pedagang pengumpul yaitu pedagang yang membeli hasil pertanian dari petani dan tengkulak, baik secara individual maupun secara langsung, (3) pedagang besar adalah pedagang yang membeli hasil pertanian dalam jumlah besar dari pedagang

pengumpul atau langsung dari petani. Modalnya relatif besar sehingga mampu memproses hasil pertanian yang dibeli, dan (4) pedagang pengecer adalah pedagang yang membeli hasil pertanian dari petani atau tengkulak dan pedagang pengumpul kemudian dijual kepada konsumen akhir (rumah tangga). Pengecer biasanya berupa toko atau pedagang kecil di pasar.

4. Konsep Persepsi

Menurut Moskowitz dan Orgel dalam Walgito (2003) persepsi merupakan proses yang *integrated* dari individu terhadap stimulus yang diterimanya. Persepsi juga merupakan proses pengorganisasian dan penginterpretasian terhadap stimulus yang diterima oleh organisme atau individu sehingga merupakan sesuatu yang berarti, dan merupakan aktivitas yang *integrated* dalam diri individu.



Gambar 1. Proses terjadinya persepsi

Aktivitas tersebut mencakup dari dalam diri individu seperti perasaan, pengalaman, kemampuan berpikir, kerangka acuan, dan aspek-aspek lain yang ada dalam diri individu akan ikut berperan dalam persepsi tersebut. Gibson, Ivancevich, dan Donnely (1993), memperjelas pengertian persepsi dengan

menggunakan gambar proses persepsi dari stimulus hingga hasil proses persepsi. Proses persepsi ini dapat dilihat pada Gambar 2. Dua Faktor yang mempengaruhi individu mengadakan persepsi adalah faktor faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal berasal dari dalam diri sendiri sedangkan faktor lain yang dapat mempengaruhi dalam proses persepsi yaitu faktor stimulus dan faktor lingkungan dimana persepsi itu berlangsung, dan ini merupakan faktor eksternal. Stimulus dan lingkungan sebagai faktor eksternal dan individu sebagai faktor internal saling berinteraksi dalam individu mengadakan persepsi (Walgito, 2003).

5. Konsep Investasi dan Konsumsi

Jones (2004) mendefinisikan investasi sebagai komitmen menanamkan sejumlah dana pada satu atau lebih asset selama beberapa periode pada masa mendatang.

Berdasar jangka waktu, investasi dapat dikelompokkan kepada :

1. Investasi Jangka Panjang, yaitu menanamkan suatu modal dengan harapan dapat memperoleh keuntungan pada waktu yang akan datang melalui penguasaan suatu asset bergerak dan asset tidak bergerak dalam kurun waktu yang lebih dari satu tahun.
2. Investasi Jangka Pendek, yaitu menanamkan suatu modal dalam suatu asset tertentu yang bersifat likuid dan berjangka waktu yang pendek biasanya kurang dari satu tahun.

Investasi salah satu tindakan konsumsi seseorang terhadap dana yang dimilikinya.

Konsumsi berarti memakai kegunaan barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan sehingga kegunaan barang atau jasa itu secara berangsur-angsur habis atau sekaligus habis. Adapun tujuan kegiatan konsumsi antara lain untuk memenuhi

kebutuhan secara langsung; menggunakan, memakai, atau menghabiskan guna barang dan jasa; serta secara tidak langsung menggiatkan produksi dan mempercepat distribusi. Besar kecilnya konsumsi seseorang akan dipengaruhi oleh beberapa faktor :

- a. Faktor intern yaitu, pendapatan, gaya hidup, kepribadian, dan motivasi harapan memperoleh pendapatan tinggi untuk masa yang akan datang.
- b. Faktor ekstern yaitu, lingkungan, adat istiadat, dan kebudayaan.

6. Metode *Willingness To Pay* (WTP)

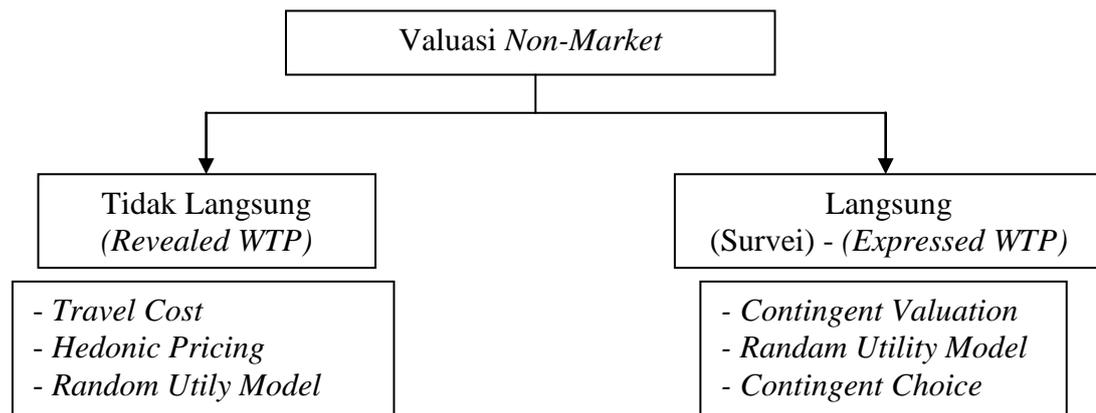
Analisis *Willingness To Pay* (WTP) adalah analisis yang digunakan untuk menilai dan menghitung kemampuan membayar seseorang terhadap suatu hal yang dirasa dapat menambah pendapatannya jika ada hal lain yang dikorbankan. Korban tersebut akan dihitung secara kuantitatif sehingga muncul nilai yang dapat diuraikan sebagai hasil dari analisis ini (Reksohadiprojo, 1997). Penilaian manfaat dan dampak secara moneter harus berdasarkan pada penilaian yang tepat akan manfaat dan dampak fisik dan keterkaitannya, karena dampak yang ditimbulkan mengakibatkan perubahan penerimaan maupun perubahan kualitas lingkungan dan metode *Willingness To Pay* (WTP) adalah salah satu metode untuk menilai manfaat secara moneter.

a. Teknik *Contingent Valuation Method* (CVM)

Secara umum metode valuasi ekonomi (menilai manfaat) digolongkan kedalam dua kelompok. Kelompok pertama adalah teknik valuasi yang mengandalkan harga implisit dimana *Willingness To Pay* terungkap melalui model yang dikembangkan (keinginan membayar yang terungkap). Kelompok kedua adalah teknik valuasi yang didasarkan pada survey dimana keinginan membayar atau

WTP diperoleh langsung dari responden, yang langsung diungkapkan secara lisan maupun tertulis. Salah satu teknik yang cukup populer (sering digunakan) ini adalah yang disebut *Contingent Valuation Method (CVM) Method*.

Secara skematis, teknik valuasi non-market tersebut dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 2. Klasifikasi valuasi *non-market*

Secara umum keseluruhan teknik tersebut menuju pada satu kesimpulan yang sama, namun banyak kasus yang terkadang butuh kesesuaian dalam penggunaannya. Metode *Travel Cost* yang dikembangkan oleh Hotelling pada tahun 1931, yang kemudian secara formal diperkenalkan oleh Wood dan Trice (1958) serta Clawson dan Knetsch (1996) dapat digunakan untuk mengukur manfaat dan biaya. Teknik lainnya adalah *Hedonic Pricing* yang memiliki prinsip mengestimasi nilai implisit karakteristik atau atribut yang melekat pada suatu produk (variabel) dan mengkaji hubungannya.

Kelompok teknik secara langsung diawali dengan melakukan pendekatan melalui survey dan mengajukan pertanyaan kepada masyarakat. Metode CVM sering digunakan untuk mengukur nilai pasif (nilai non-pemanfaatan), sedangkan

Random Utility Model, dan *Contingent Choice* dilakukan sama seperti CVM dengan beberapa perbedaan. CVM yang menghasilkan nilai non-pemanfaatan akan dianggap sebagai manfaat yang terungkap dengan mengacu pada teknik tanya jawab secara langsung kepada responden untuk mengungkapkan nilai sebenarnya (Fauzi, 2010).

7. Teori Pengambilan Keputusan

a. Pengertian Pengambilan Keputusan

Kamus Webster mendefinisikan pengambilan keputusan sebagai tindakan menentukan sesuatu pendapat atau langkah-langkah tindakan. Secara formal, pengambilan keputusan adalah suatu proses untuk memilih salah satu cara atau arah tindakan dari berbagai alternatif yang ada demi tercapainya hasil yang diinginkan. Mengambil atau membuat keputusan berarti melakukan pemilihan dari berbagai kemungkinan atau alternatif. Definisi di atas mengandung unsur-unsur sebagai berikut:

1. Proses. Proses menunjukkan adanya kegiatan atau pelaksanaan sesuatu.
2. Pemilihan. Pemilihan menunjukkan adanya pilihan, yaitu ada beberapa alternatif untuk dipilih. Apabila tidak ada alternatif maka tidak ada keputusan yang akan diambil. Alternatif yang hendak dipilih dan diputuskan tersebut harus layak, realistis, dan dapat dijangkau.
3. Tujuan. Pengambilan keputusan yang efisien menuntut adanya tujuan yang jelas dan telah ada dibenak pengambil keputusan (*decision maker*). Tujuan sebagaimana halnya dengan alternatif harus layak dan bersifat khusus.

b. Proses Pengambilan Keputusan

Proses pengambilan keputusan hanyalah merupakan prosedur yang logis untuk mengidentifikasi, menganalisis, dan menghasilkan pemecahan masalah. Dalam keadaan apa pun, pengambilan keputusan yang profesional merupakan proses sistematis yang melibatkan beberapa langkah yang khusus. Proses pengambilan keputusan melibatkan tiga unsur penting, yaitu sebagai berikut:

1. Pengambilan keputusan harus didasarkan pada fakta yang ada. Makin sedikit fakta yang relevan dan tersedia, makin sulit proses pengambilan keputusan.
2. Pengambilan keputusan melibatkan analisis informasi faktual. Analisis dapat menggunakan uji statistik, komputer, atau hanya merupakan pemikiran yang logis dan sederhana.
3. Proses pengambilan keputusan membutuhkan unsur pertimbangan dan penilaian yang subjektif dari manajemen terhadap situasi, berdasarkan pengalaman dan pandangan umum.

Berkenaan dengan hal di atas, pengambilan keputusan juga melibatkan:

1. Intuisi

Intuisi adalah suatu pendapat seseorang yang diperoleh dari perbendaharaan pengetahuannya terdahulu, melalui suatu proses yang tidak disadari, seolah-olah muncul begitu saja. Pengambilan keputusan oleh intuisi dicirikan dengan penggunaan ilham, perasaan yang dalam, atau apa yang dinamakan *good feeling* dan secara tidak sadar dipengaruhi pengetahuan masa lampau, latihan, serta latar belakang.

2. Fakta

Fakta dianggap sebagai dasar yang baik dalam pembuatan keputusan. Jika fakta digunakan maka keputusan yang dibuat memiliki dasar dan hal ini berarti keputusan tersebut dapat dipercaya dan dapat diterapkan.

3. Pengalaman

Pengalaman memberikan petunjuk untuk pembuatan keputusan karena membantu memberikan jawaban atas pertanyaan apa yang harus dilakukan pada situasi-situasi tertentu.

4. Opini.

Opini merupakan pengambilan keputusan berdasarkan logika (Firdaus, 2009).

c. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan

Menurut George R. Terry (1989) terdapat enam faktor yang ikut mempengaruhi pengambilan keputusan, antara lain:

1. Fisik, didasarkan pada rasa yang dialami pada tubuh, seperti rasa tidak nyaman, atau kenikmatan. Ada kecenderungan menghindari tingkah laku yang menimbulkan rasa tidak senang, sebaliknya memilih tingkah laku yang memberikan kesenangan.
2. Emosional, didasarkan pada perasaan atau sikap. Orang akan bereaksi pada suatu situasi secara subjektif.
3. Rasional, didasarkan pada pengetahuan orang-orang mendapatkan informasi, memahami situasi dan berbagai konsekuensinya.
4. Praktikal, didasarkan pada keterampilan individual dan kemampuan melaksanakan. Seseorang akan menilai potensi diri dan kepercayaan dirinya melalui kemampuannya dalam bertindak.

5. Interpersonal, didasarkan pada pengaruh jaringan sosial yang ada. Hubungan antar satu orang ke orang lainnya dapat mempengaruhi tindakan individual.
6. Struktural, didasarkan pada lingkup sosial, ekonomi dan politik. Lingkungan mungkin memberikan hasil yang mendukung atau mengkritik suatu tingkah laku tertentu.

Menurut Noorderhaven (1995), faktor-faktor dari luar diri individu yang dapat mempengaruhi pengambilan keputusan antara lain adalah pendidikan formal dan pengalaman karir. Selanjutnya dalam penelitian terdahulu Pristiwi (2008) membuktikan bahwa motif/motivasi, harga, dan lokasi mempengaruhi seorang siswa dalam mengambil keputusan terhadap memilih Lembaga Bimbel. Motif dianggap berpengaruh terhadap sikap seseorang dalam mengambil keputusan karena motif mempengaruhi keinginan seseorang dalam mengambil sikap, selanjutnya harga dalam penelitian dinilai mempengaruhi keputusan seseorang karena harga perlu dipertimbangkan sebagai tanda kesesuaian *feedback* yang akan didapatkan seseorang dan semakin mudah akses dalam menjangkau lokasi maka seseorang semakin tertarik untuk memilih lokasi tersebut.

Faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan seorang petani menurut Susanti (2008) antara lain umur, pendidikan, luas usahatani, tingkat pendapatan, lingkungan ekonomi, lingkungan sosial dan sifat inovasi yang dipaparkan dalam thesis yang pernah dilakukan. Umur berkaitan dengan kematangan cara berfikir petani dan menentukan sikap petani, sehingga semakin matang umur petani maka semakin dapat berfikir lebih baik dan rasional, selanjutnya makin tinggi tingkat pendidikan yang dimiliki oleh seseorang maka akan semakin banyak pengetahuan

yang dimilikinya, dan seterusnya untuk faktor lainnya. Hal tersebut menggambarkan bahwa faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan dapat berupa faktor internal dan faktor eksternal.

8. Analisis Multinomial Logit

a. Distribusi Multinomial

Lia, Eri, dan Solimun (2013) menjelaskan distribusi multinomial merupakan suatu distribusi yang sering digunakan dalam analisis data kategori. Misalnya terdapat j kategori pada peubah respon, maka peluangnya dinotasikan $\{\pi_1, \pi_2, \pi_3, \dots, \pi_j\}$ dengan $\sum_j \pi_j = 1$. Untuk n sampel, peluang multinomial bahwa n_1 termasuk kategori 1, n_2 termasuk kategori 2, ..., hingga n_j menjelaskan pada kategori j dengan $\sum_j n_j = n$ adalah (Agresti, 1990) :

$$P(n_1, n_2, \dots, n_j) = \left[\frac{n!}{n_1! n_2! \dots n_j!} \right] \pi_1^{n_1} \pi_2^{n_2} \dots \pi_j^{n_j}$$

b. Regresi Multinomial Logit

Multinomial logit merupakan model logistik dengan lebih dari dua peubah terikat, sehingga memungkinkan untuk digunakan dalam menentukan pilihan di antara lebih dari dua alternatif. Model multinomial logit menurut Siregar *et al.*, (2006) adalah model logistik yang peubah terikatnya bukan merupakan pilihan yang dikotomi (ya atau tidak), melainkan pilihan berganda yang lebih dari dua. Perbedaan dalam model regresi logistik adalah peubah terikat bersifat dikotomi yang dinyatakan berdasarkan kemungkinan peluang keadaan ya dan tidak dengan fungsi $Y = 0$ (tidak) dan 1 (ya). Sedangkan untuk fungsi logit dengan model

multinomial logit peubah terikat bersifat *polychotomus* atau multinomial dengan variabel respon berskala nominal dengan tiga kategori.

Data berskala nominal merupakan data dengan angka yang diberikan kepada objek mempunyai arti sebagai label dan tidak menunjukkan tingkatan apapun. Apabila terdapat j yang berarti banyaknya kategori pada peubah respon maka model logistik yang akan terbentuk sebanyak $j - 1$. Menurut Agresti (1990), model umum regresi logistik multinomial untuk p banyaknya peubah prediktor yang dinyatakan dalam vektor x_i serta probabilitas kategori respon ke- j sebagai berikut :

$$\pi_j (x_i) = P (y = j/x_i) = \frac{\text{Exp} (g_j (x_i))}{\sum^{j-1} \text{exp} (g_j (x_i))}$$

c. Uji Signifikansi Model

1. Pengujian signifikansi secara serentak (*overall*)

Pengujian secara serentak atau bersama-sama digunakan *Likelihood Ratio* (LR) yang setara dengan F hitung. Nilai statistika atau himpunan hipotesis uji serentak adalah sebagai berikut :

$$H_0 : \beta_1 = \beta_2 = \beta_3 = \dots = \beta_j = 0$$

H_1 : minimal ada satu yang bernilai tidak sama dengan nol $\beta_i \neq 0$ ($i=1,2,\dots,n$)

Statistik uji yang digunakan adalah :

$$G = -2 (\ln (L_0) - \ln (L_1))$$

Jika G-hitung $> X_j (p;\alpha)$ maka tolak H_0 dimana p adalah jumlah peubah prediktor dalam model atau *p-value* kurang dari α . Hal ini menunjukkan bahwa variabel x di dalam model secara serentak berpengaruh terhadap variabel y .

2. Pengujian signifikan secara parsial

Uji G atau uji –*Wald* digunakan untuk uji signifikansi secara berguna untuk melihat pengaruh semua variabel independen (x) secara individual terhadap terhadap variabel dependen (y) berdasarkan hipotesis :

Ho : $\beta_j = 0$ (tidak ada pengaruh antara variabel x ke-i dengan variabel y)

Hi : $\beta_j \neq 0$ (ada pengaruh antara variabel x ke-i dengan variabel y)

Nilai statistik uji –*Wald* adalah sebagai berikut :

$$|W| = \frac{\beta_j}{SE(\beta_j)}$$

Nilai statistik W mengikuti sebaran χ^2 dengan derajat bebas satu. Ho ditolak apabila $W > X_j(p;\alpha)$ atau *p-value* $< \alpha$. Hal ini menunjukkan bahwa variabel x secara parsial (individual).

9. Kajian Penelitian Terdahulu

Penelitian tentang kopi robusta dilakukan oleh Chandra (2013). Penelitian ini menggunakan data sekunder berupa data deret waktu dari tahun 1975 hingga tahun 2010 yang bertujuan untuk melihat peluang ekspor kopi di Indonesia. Pada penelitian ini dijelaskan bahwa Lampung adalah salah satu penghasil produksi kopi robusta terbesar bersama dengan Sumatera Selatan dan Bengkulu, yaitu sekitar 80% dari total produksi nasional. Hasil analisis melalui peramalan atau *forecasting* menunjukkan bahwa prospek ekspor kopi robusta di Indonesia sampai pada tahun 2021 memiliki prospek yang baik dan meningkat disetiap tahunnya. Berdasarkan peramalan tersebut diduga jumlah eksportir kopi akan semakin banyak karena permintaan kopi dunia semakin meningkat.

Berdasarkan hasil penelitian Yohanes (2012) pada Tabel 2 mengenai luas areal dan produksi kopi robusta per Kabupaten/kota di Provinsi Lampung tahun 2009 (BPS, 2009), Kabupaten Tanggamus menempati posisi kedua sebagai sentra penghasil kopi robusta dengan luas areal 54.145 ha dan jumlah produksi 45.230 ton setelah Kabupaten Lampung Barat. Hasil pengamatan terhadap industri kopi yang berkembang di Kabupaten Lampung Barat menunjukkan nilai yang layak sehingga menguntungkan untuk diusahakan. Artinya, kopi sebagai komoditi pertanian memiliki daya saing untuk diperdagangkan. Industri kopi dalam penelitian ini berupa industri olahan kopi yang disalurkan melalui tengkulak ataupun eksportir.

Menurut Tirta (2010), usahatani kopi dengan skema kemitraan yang dijalankan oleh petani kopi di Desa Way Ilahan mencerminkan kelayakan untuk dijalankan dan dikembangkan terbukti dari hasil pendapatan yang diperoleh petani kopi. Nilai R/C ratio atas biaya total pada Desa Way Ilahan sebesar 2,26 sedangkan pada Desa Tekad sebesar 1,78 yang menunjukkan pendapatan kopi dengan umur produktif hingga 25 tahun menguntungkan. Hasil penelitian tersebut juga menunjukkan adanya perbedaan pendapatan kopi petani mitra (eksportir) dengan kopi petani nonmitra.

Selanjutnya, Abdul dan Maryati (2010) meneliti beberapa faktor yang menyebabkan petani karet yang sudah bergabung menjadi anggota KUD tetapi tidak mau menjual hasil pertaniannya ke KUD dan sebaliknya petani lebih cenderung menjual hasil karetnya kepada tengkulak. Penelitian ini mengutarakan perbandingan faktor-faktor yang menyebabkan petani karet menjual hasil karetnya

kepada KUD atau kepada tengkulak. Salah satu faktornya adalah penerimaan yang didapat dari tengkulak lebih tinggi dibandingkan penerimaan yang didapat jika menjual hasil karet kepada KUD. Di samping itu juga adanya hubungan keluarga dengan para tengkulak.

Hubungan antara tengkulak dan petani juga dibahas dalam penelitian thesis (anonim, 2010) mengenai mengapa tengkulak lebih berkuasa terhadap kelompok petani dibandingkan pabrik. Penelitian ini membahas lebih tentang hegemoni tengkulak terhadap petani. Dengan demikian konsep hegemoni yang dimaksud adalah kemampuan tengkulak untuk menguasai petani melalui serangkaian negosiasi dan tindakan tanpa menggunakan kekerasan, hingga akhirnya terjadi kesepakatan. Hegemoni tengkulak dalam penelitian ini adalah kemampuan yang dimiliki oleh tengkulak untuk mempertahankan kekuasaan ekonomi khususnya dalam transaksi cengkeh terhadap petani cengkeh.

Popoko (2013) dalam penelitiannya, menjelaskan permasalahan petani kopra di Kecamatan Tobelo Selatan, Kabupaten Halmahera Utara mencakup tiga aspek yang salah satunya adalah hubungan antara petani dengan pedagang (tengkulak) dalam bentuk ikatan harga menjadikan pola hubungan lebih menyerupai hubungan *patron-client* dimana petani sangat tergantung pada pedagang tertentu dalam hal permodalan usahatani, pembiayaan usahatani, penjualan hasil panennya dan bahkan biaya hidup sehari-hari.

Hasil penelitian lapangan Romadhan (2010) dalam Pola Hubungan Tengkulak Dengan Petani: (Studi Kasus Hubungan Patron Client Pada Masyarakat Petani Di Desa Kampung Mesjid Kecamatan Kualuh Hilir Kabupaten Labuhan Batu)

menunjukkan bahwa hubungan petani dengan tengkulak berawal dari hubungan dagang antara penjual dengan pembeli. Kemudian hubungan tersebut berlanjut menjadi hubungan yang lebih intens dan mengarah kepada hubungan yang saling terkait satu sama lain dan sulit dipisahkan karena didasari oleh hubungan yang saling membutuhkan dan saling menguntungkan. Tindakan tersebut terdiri dari tindakan rasional dan tindakan non-rasional.

Tindakan rasional yang dilakukan petani adalah karena pertanian merupakan jalan hidup mereka maka mereka harus berusaha untuk mencapai tujuan bertani yang berhasil dengan beragam cara dan cara-cara ataupun akses yang lebih mudah yang akan mereka pilih salah satunya akses yang mudah dalam mendapatkan modal pinjaman melalui tengkulak. Adapun tindakan non-rasional yang dilakukan petani adalah dalam melakukan pinjaman modal kepada tengkulak, petani tidak terlalu memperhitungkan kerugian yang mereka alami diantaranya bunga yang lebih tinggi dan keharusan menjual hasil pertaniannya kepada tengkulak meskipun dengan harga yang jauh dibawah harga standar di pasaran.

Faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan seorang petani menurut Susanti (2008) dalam thesis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Petani Dalam Penerapan Pertanian Padi Organik Di Desa Sukorejo Kecamatan Sambirejo Kabupaten Sragen antara lain umur, pendidikan, luas usahatani, tingkat pendapatan, lingkungan ekonomi, lingkungan sosial dan sifat inovasi. Hasil penelitian Susanti membuktikan bahwa hubungan antara umur, luas usahatani, tingkat pendapatan, dan sifat inovasi dengan keputusan petani adalah tidak signifikan, hubungan antara pendidikan dan lingkungan sosial dengan

keputusan petani adalah sangat signifikan, dan hubungan antara lingkungan ekonomi dengan keputusan petani adalah signifikan.

Keputusan sebagai variabel dependen dalam multinomial logit juga dipakai pada tesis Zeffry, Ujang, Hartoyo, dan eva mengenai keputusan seseorang dalam memilih jenis minuman pada situasi konsumsi *Hang-Out* dan *Celebration*.

Dimana terdapat 5 kategori variabel Y dan 26 variabel peubah respon X dengan diantaranya 9 peubah respon nominal (berdasarkan pengaruh faktor internal dan eksternal seseorang) dan 17 peubah respon rangking. Hasilnya menyebutkan bahwa faktor internal seperti usia dan pendidikan berpengaruh nyata terhadap keputusan seseorang dalam memilih jenis minuman.

B. Kerangka Pemikiran

Kopi bagi petani di Kabupaten Tanggamus, Lampung merupakan sumber penghidupan utama sebagai tumpuan keberlangsungan hidup. Keunggulan dan kekhasan kopi Lampung memberi kesan tersendiri bagi penikmat kopi dan menghantarkan kopi Lampung ke kancah Internasional. Petani kopi di Kecamatan Pulau Panggung Kabupaten Tanggamus telah diakui sebagai penghasil kopi terbesar setelah Kabupaten Lampung Barat. Hasil dari kopi tersebut selanjutnya akan dipasarkan oleh petani melalui beberapa saluran pemasaran, seperti penjualan kepada tengkulak dan eksportir.

Pelaku pemasaran yang ada di Kecamatan Pulau Panggung bervariasi, namun yang melakukan pembelian dalam skala besar terhadap petani adalah tengkulak dan eksportir. Dalam hal ini perlu diketahui alasan petani atau faktor penyebab

petani dalam menentukan arah penjualan, apakah menentukan keputusan menjual kepada tengkulak dan eksportir. metode yang digunakan adalah analisis secara deskriptif yang mampu menguraikan faktor-faktor penyebab petani menjual kopi kepada tengkulak dan eksportir. selanjutnya untuk melihat pengaruh faktor penyebab tersebut menggunakan analisis regresi multinomial logit dengan variabel Y atau dependent bersifat kualitatif lebih dari 2 kategori.

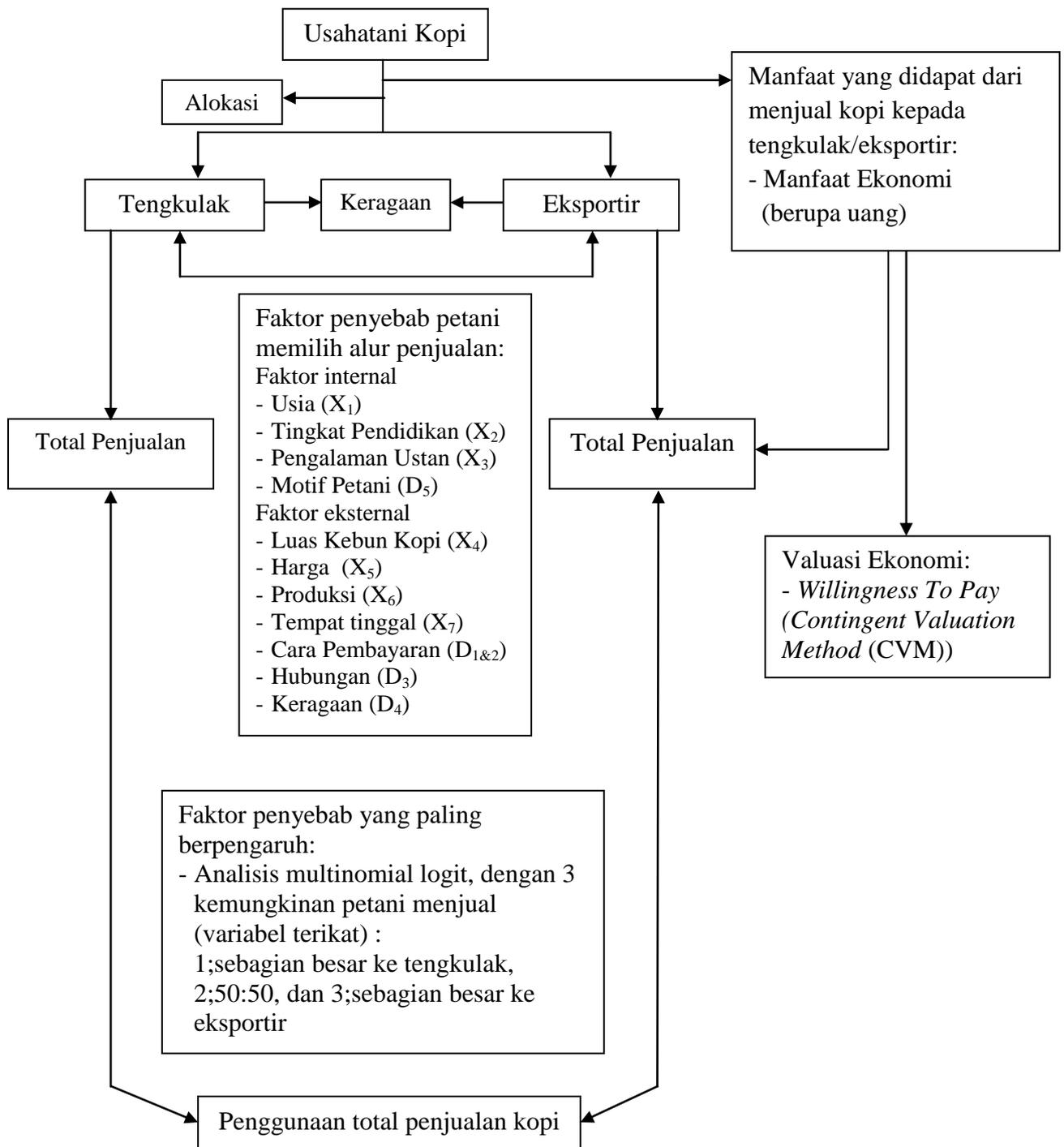
Performa keduanya, yaitu tengkulak dan eksportir juga akan dikaji dalam bentuk uraian untuk menggambarkan keragaan usahatani petani kopi hingga menuju kearah penjualan. Performa atau yang lebih sering disebut dengan keragaan tersebut menjelaskan skala usaha tengkulak dan eksportir mulai dari ketersediaan sarana prasarana, modal, jaminan yang diberikan untuk petani, sistim pembayaran yang terjadi, dan hal lainnya yang berkaitan dengan jalannya usaha yang dilakukan tengkulak dan eksportir. Selanjutnya, manfaat ekonomis yang diperoleh petani dari pilihan menjual kopi kepada tengkulak maupun eksportir akan dianalisis melalui pandangan atau persepsi petani kopi.

Hasil total penjualan kopi dari petani kopi dapat dihitung melalui rumus *Total Revenue* (TR). Kegiatan petani menjual hasil kopinya tentu saja digunakan untuk mendapatkan penerimaan yang akan digunakan dalam kehidupan sehari-hari. Oleh sebab itu, pola penggunaan hasil total penjualan kopi tersebut perlu diketahui. Untuk lebih jelas, kerangka pikir pola penggunaan hasil, manfaat, dan faktor penyebab penjualan kopi petani kepada tengkulak dan eksportir di Kecamatan Pulau Pangung Kabupaten Tanggamus dapat dilihat pada Gambar 3.

C. Hipotesis

Untuk menjawab tujuan dari penelitian ini, maka telah disusun beberapa hipotesis, antara lain:

- 1) Diduga usia, tingkat pendidikan, pengalaman usahatani, harga, produksi berpengaruh positif terhadap keputusan petani menentukan porsi penjualan kopi kepada tengkulak dan eksportir, sedangkan luas lahan, jarak tempat tinggal, cara pembayaran, hubungan keluarga, keragaan usaha dan motif petani berpengaruh negatif terhadap keputusan petani menentukan porsi penjualan kopi kepada tengkulak dan eksportir.



Gambar 3. Alur kerangka berfikir pola penggunaan hasil, manfaat, dan faktor penyebab penjualan kopi kepada tengkulak dan eksportir di Kecamatan Pulau Pangung Kabupaten Tanggamus.